

دراسات اقتصادية



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

العدد الثالث والعشرون (23) — أفريل 2014م / جمادى الثانية 1435هـ

التضخم ومؤشرات الأداء الاقتصادي في الجزائر دراسة قياسية للفترة (1989-2012)

د.سعيح عبد الحكيم

رؤية تحليلية حول انخفاض قيمة الدولار الأمريكي الأسباب والتداعيات

أ.بورزامة جيلالي

الأزمات المالية الدولية من الخميس الأسود إلى تسونامي المجنون

أ.علة مراد

أثر استخدام نظم الدفع الإلكتروني على أداء البنوك الأردنية دراسة ميدانية

للبنوك المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية

د. منصور ناصر الرجى

د. سعاد نوري العبيدي

دور حساب النتائج حسب الطبيعة- وفق النظام المحاسبي المالي- في قياس أداء المؤسسة

أ.زويطة محمد الصالح

العلامة التجارية كأداة حماية

أ. حواس مولود

وظائف التغليف الحديثة وظاهرة انتشاره

أ. أوكيل رابح

رئيس التحرير:

د. عبد الرحمن تومي

Toumi_abdrahmane@yahoo.fr

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

ها: 00213.21.28.97.78
النقال: 0550.54.83.05
فا: 00213.21.28.36.48

البريد الإلكتروني:

markaz_bassira@yahoo.fr

الموقع الإلكتروني:

www.basseeracenter.com

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

باسم الرحمن الرحيم

دراسات
اقتصاد بتي

دورية اقتصادية محكمة

دورية فصلية تصدر عن :

مركز البصيرة



للبحوث والاستشارات

والخدمات التعليمية

العدد الثالث والعشرون

23

الهيئة العلمية

– أ.د. بوكابوس سعدون

(جامعة الجزائر).

– أ.د. صخري عمر

(جامعة الجزائر)

– أ.د. عبد الحميد زعباط

(جامعة الجزائر)

– أ.د. عبد الرحمن دوكي ماجي

(جامعة تركيا)

– أ.د. سعود مجيطة

(جامعة الجزائر)

– أ.د. أقاسم قادة

(جامعة الجزائر)

– أ.د. مراد ناصر

(جامعة البليدة)

– أ.د. كسرى مسعود

(جامعة الجزائر)

– د. حشمان مولود

(جامعة الجزائر)

– د. صبوعة عبد العزيز

(المدرسة العليا للتجارة)

– أ.د. عبد الرحمان ميغاري

(جامعة بومرداس)

– أ.د. رشيد بوكساني

(جامعة بومرداس)

بحيـح عبد القادر

(جامعة سيدي بالعباس)

قواعد النشر

① الالتزام بالتحليل والمنهجية العلمية.

② تقدم الأبحاث إلى رئيس التحرير، ويُبلِّغ

أصحابها بالقرار المتعلِّق 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 29.7/21 (A4)

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 إلاّ الأبحاث المتخصصة في العلوم

الاقتصادية أو ذات العلاقة.

آراء الباحثين لا تعبر بالضرورة عن وجهة نظر الدورية

دراسات اقتصادية

دورية محكمة تصدر عن مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية
العدد الثالث والعشرون – أفريل 2014م / جمادى الثانية 1435هـ

محتويات

الصفحة	بقلم	الموضوع
5	د / عبد الرحمن تومي أستاذ الاقتصاد	بين يدي القارئ
9	د / سعيد عبد الحكيم أستاذ محاضر بجامعة بومرداس	التضخم ومؤشرات الأداء الاقتصادي في الجزائر دراسة قياسية للفترة (1989- 2012)
31	أ / بورزامة جيلالي استاذ محاضر قسم ب كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة احمد بوقرة - بومرداس -	رؤية تحليلية حول انخفاض قيمة الدولار الأمريكي الأسباب والتداعيات
51	أ / علة مراد جامعة الجلفة	الأزمات المالية الدولية من الخميس الأسود إلى تسونامي المجنون

89	<p>د. منصور ناصر الرجي أستاذ نظم المعلومات الإدارية المساعد جامعة جرش د. سعاد نوري العبيدي أستاذ إدارة الأعمال المساعد جامعة جرش</p>	<p>أثر استخدام نظم الدفع الإلكتروني على أداء البنوك الأردنية دراسة ميدانية للبنوك المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية</p>
111	<p>أ/زويتة محمد الصالح أستاذ محاضر قسم ب. جامعة احمد بوقرة- بومرداس</p>	<p>دور حساب النتائج حسب الطبيعة - وفق النظام المحاسبي المالي - في قياس أداء المؤسسة</p>
127	<p>أ/ حواس مولود أستاذ مساعد قسم ب، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي العتيد أكلي محمد أولحاج - البويرة.</p>	<p>العلامة التجارية كأداة حماية</p>
155	<p>أ/ أوكيل رابع كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير جامعة أكلي محمد أولحاج البويرة</p>	<p>وظائف التغليف الحديثة وظاهرة انتشاره</p>

بين التمكيد الإداري والأداء الوظيفي

إذا كان التمكين الإداري بمفهوم مبسط، هو "السماح للعاملين بالمشاركة في اتخاذ القرارات، والمزيد من الحرية في العمل" فهو يعكس من جهة أخرى، التعبير عن ثقة الإدارة في قدرات العاملين، وبالتالي السماح لهم بالمساهمة في اتخاذ القرارات وفق رؤيتهم في التعامل مع أية مشكلة تطفو على سطح التسيير اليومي، بل إطلاق العنان لطموحاتهم وأهدافهم، ما دامت تعمل ضمن إستراتيجية المؤسسة، وهذا يفسر بشكل أو بآخر الحد من استخدام سلطة القهر والإجبار التي تمارسها القيادة العليا.

لذلك علينا أن نفرق بداية، بين التمكين الإداري كممارسة ثقافية تشجع على تحمل المسؤولية، وبين التمكين الإداري كونه نقل مراقب للسلطة من الإدارة إلى العاملين .

أما السلوك الأول، فإن آثاره تلمس من خلال كسر الجمود الإداري، والحدود التنظيمية، وبالتالي الرفع من مستوى الأداء الوظيفي للعاملين، وتحقيق الميزة التنافسية في بيئة الأعمال. وهو ما يعبر عنه أحيانا بنموذج "إدارة الموارد البشرية بطريقة كفاءة ومميزة".

بينما السلوك الثاني، يعمل على الحد من قدرات العاملين، لما يتصف به من قيود وإجراءات أقرب إلى البيروقراطية والتعسف في استعمال السلطة، من خلال تكييف بعض أخطاء التسيير على أنها جرم تستحق العقاب، وهو بالمناسبة **منهج الإدارة المغلقة**.

بين يدي القارئ

إن الإثراء الوظيفي، هو جوهر نظرية "هرزبرج" الذي أهتم بطبيعة الحوافز إلى حد بعيد، والتي تنعكس في إعطاء المرؤوسين مزيداً من الصلاحيات، وإشراكهم في حل المشاكل، مع تكليفهم بالأعمال الصعبة، وتمكينهم من فرص الترقية. بل أكثر من ذلك، فقد ذهب "ستيفن كو" إلى تقييد التمكين بشروط أربعة، ممثلة في مبدأ "أربح وربح" والرقابة الذاتية، والمسائلة الذكية، ومهارة الاتصال والجدارة.

ولو عدت أخي القارئ إلى سورة يوسف، لوضعت يديك على أصدق مشهد من مشاهد التمكين الإداري ﴿أَجْعَلْنِي عَلَىٰ خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ﴾ الآية 55. وبالفعل استطاع يوسف عليه السلام، أن يخرج مصر من أزمتها الاقتصادية، حينما لمس من عزيزها الممارسة الفعلية لقوله ﴿إِنَّكَ الْيَوْمَ لَدَيْنَا مَكِينٌ أَمِينٌ﴾ الآية 54 من نفس السورة.

إن أهم صفة يجب أن تتوفر فينا كعاملين، هي صفة الحفظ (الأمانة)، وهي بالمناسبة تكتسب بالتربية الدينية، لتتحول مع مر الزمن إلى قيمة أخلاقية لا تقدر بثمن، إذ تنعكس على صاحبها كفعل ينطلق من مساحة الرغبة والرغبة. فهو يقوم بسلوك الأمانة طمعا في جزاء الله، كما هو خوفا من عقابه.

وبدرجة أقل يأتي الرادع القانوني ليجعل من الأمانة العامل القُدوة كنموذج يحتد به ضمن الشرائح العمالية، مادامت هذه الآلية قد وجدت ضالتها فيمن يسهر على تنفيذها في بيئة تتصف بالعدل والإنصاف، وإلا، فالقاعدة "أينما وجد الظلم وجد التطرف".

غير أن هذه الصفة الكيفية الغير قابلة للعد والقياس (الحفظ)، هي في حاجة ماسة لصفة أخرى لا تقل عنها أهمية في الجوهر والقيمة، إنها صفة العلم التي أتت متلازمة مع الأمانة، ولأن هذه الأخيرة (الحفظ) يتسع مفهومها إلى حراسة الأنفس والعقول، والدماء والأموال، والدين والعرض، والبر والبحر والأرض والسماء، فلا يمكن أن يقوم بهذه المهمة ظلوما جهولا، حتى لا يستشري الفساد، ويتغول الباطل على الحق، وتسود ثقافة الاستخفاف، ومعاول الهدم لجدار القيم ومقومات الحياة.

﴿أَجْعَلْنِي عَلَىٰ خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ﴾، وهكذا فالقيادة، والريادة تتطلب من صاحبها أن يكون على دراية بوظيفته، وهو واثق من نفسه بأنه الرجل المناسب في المكان المناسب، وفي الوقت المناسب.

هذا هو سر تقدم الأمم، تماما مثلما تسقط فريضة الحج لغير القادر عليه، ولا يزوج من لا يستطيع الإنفاق على عياله، فلا تمكن المسؤولية (مهما صغرت أو كبرت) لمن هو غير أهل لها... وعليه فمقياس التمكين الإداري الناجح، هما الكفاءة والأخلاق في المقام الأول.

تأتي بعدهما العناصر المكملة للمسيرة الذاتية كمبادئ تحسينية، تساعد على خلق بيئة مواتية في زيادة سرعة الدوران (صفة التسارع) لنوعية العمل وكفاءة الإنتاج وتنافسية المؤسسة ... إن مثل هذه الرؤية يشاطرها عدد لا بأس به من منظري التمكين الإداري.

هذا "توماس ستر" يرى أن أساسيات التمكين الإداري تقوم على سبعة مبادئ أوجزها في كلمة EMPOWER، وهي بالمعنى العربي كل من:

- تعليم العاملين (Education) - الدافعية (Motivation) - وضوح الهدف (Purpose).

- حقوق الملكية (Ownership) أي تمكين العاملين لامتلاك جزء من أصول المؤسسة، أو نحو ذلك.

- الرغبة في التغيير (Willingness to change). - نكران الذات (Ego Elimination).

- الاحترام (Respect).

والخلاصة، أن المؤسسة (أية مؤسسة) الناجحة، هي التي تستطيع أن توفق بين الفاعلية والكفاءة، أي أنها تحقق أهدافها بصورة صحيحة، وباستخدام أمثل لمختلف مدخلاتها من موارد. حينها فقط يمكن الحديث عن الإبداع الغير محدود من إنتاج للأفكار، والابتكار الغير مسبوق الذي يترجم التطبيقات الناجحة لتلك الأفكار... وهي الخطوات الأولى نحو بناء الجودة الشاملة، وتحقيق الريادة العالمية، والمساهمة بالتالي في صناعة نموذج للتنمية المستدامة

رئيس التحرير

د / عبد الرحمن تومي

التضخم ومؤشرات الأداء الاقتصادي في الجزائر دراسة قياسية للفترة (1989-2012)

د/سعيج عبد الحكيم

استاذ محاضر بجامعة بومرداس

Résumé

On s'intéresse, dans ce travail, aux relations entre l'inflation et d'autres indicateurs de performance économique en Algérie, durant la période (1988-2012), et ce, à travers l'application de la notion de causalité chez «Granger», en vue de tester la relation entre l'inflation et chaque indicateur de performance à part, et connaître, en suite, sa tendance pour nous permettre d'orienter l'inflation en faveur de l'économie, ou-bien, pour minimiser les pertes de l'économie.

Et en fin, on est arrivé à donner la conclusion suivante, que l'inflation dépend des indicateurs; taux de la croissance, taux de chômage et taux de croissance de la masse monétaire, par contre, elle est indépendante du taux de change et des dépenses publiques.

الملخص:

تهدف هذه الورقة إلى دراسة علاقة التضخم بباقي مؤشرات الأداء الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة (1988 - 2012)، وذلك من خلال دراسة العلاقة السببية بين التضخم وكل مؤشر من مؤشرات الأداء الاقتصادي على حدة حسب مفهوم Granger، ومعرفة اتجاهها من أجل استخدامها في توجيه التضخم لفائدة الاقتصاد أو في التقليل من أضرار التضخم على الاقتصاد في أسوأ الأحوال. واتضح ارتباط معدل التضخم بكل من معدل النمو والبطالة ومعدل نمو الكتلة النقدية، بينما نجد معدل التضخم غير مرتبط بحجم الإنفاق الحكومي وسعر الصرف.

دوافع الدراسة وأهميتها:

1. مقدمة:

يعتبر التضخم سمة أساسية تتميز بها الاقتصاديات المتقدمة والسائرة في طريق النمو على حد سواء، وهو من أهم مؤشرات الوضع الاقتصادي فهو مثله مثل أي حالة أو ظاهرة اقتصادية، لا يعتبر بالضرورة حالة مرضية إلا بعد أن يتجاوز حدودا معينة، وبالعكس أيضاً لا يعتبر انخفاض معدلات التضخم وثباته عند معدلات متدنية حالة صحية بالضرورة، والتضخم متصل بالكثير من العلاقات التي تربط بين العوامل والقوى المؤثرة في حركة المتغيرات

الاقتصادية أو ما يعرف بمؤشرات الأداء الاقتصادي، ولقد برزت مشكلة التضخم حديثا ضمن الدراسات الاقتصادية التي قام بها الاقتصاديون وخاصة الرأسماليون منهم.

ولعل متعة البحوث المتعلقة بموضوع التضخم تتجلى في أهميته وحدائته من حيث كونه ظاهرة تشكل عبءا على الاقتصاد، وعائقا أمام استحداث التنمية، ومن هنا ظهر واضحا للعيان أن التضخم ما هو إلا مشكلة اقتصادية حتمية لا غنى لأي اقتصاد عنها، مما أدى بالمفكرين إلى البحث، والكتاب ورجال الاقتصاد في مواقع العمل إلى التقدم بسياسات علاجية، وبالرغم من أن معدلات التضخم هدأت نسبيا في العديد من الدول خلال تسعينات القرن العشرين، إلا أن مشكلة التضخم ما زالت قائمة، والإشكال لا يكمن فيها وإنما يكمن في كيفية استخدامها كوسيلة، والتحكم فيها بالوسائل الخاصة لتحقيق الآفاق المرجوة مستقبلا.

وباعتبار الجزائر ضمن الدول التي تسعى بكل الطرق إلى تحقيق تنمية شاملة لمختلف الميادين وذلك بتوظيفها لكل ما تتوفر عليه من إمكانيات، مؤهلات ومقومات، وجد الاقتصاد الجزائري نفسه مجبرا على التعامل مع هذه الظاهرة بالرغم مما تحمله من معاني الكبح والتشاؤم والسعي إلى تخفيض حدة أثرها باستعمال كل الطرق والأساليب.

ولقد تبلورت أهمية البحوث المتعلقة بالتضخم في كونه ظاهرة ووسيلة في آن واحد مما ينعكس على تعدد المواقف ووجهات النظر إليه، إذ يفترض أنه إما أن يكون ظاهرة وتبعاً لذلك فإنه يشكل عبءا على الاقتصاد وعائقا أمام استحداث التنمية فيه وإما أن يكون وسيلة تنموية وتبعاً لذلك فإنه يشكل دعامة لا غنى عنها بالنسبة إلى الاقتصاد.

وباعتبار الجزائر من الدول المتحولة من اقتصاد موجه إلى اقتصاد حر، فإنها تبنت برامج إصلاحية مكثفة من أجل إعادة النظر في سياساتها الاقتصادية كضرورة ملحة يفرضها التحول حيث قامت بتبني بعض السياسات التي تتعلق بالتوازنات بهدف تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية المرجوة.

2. مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: هل توجد علاقة سببية تربط معدلات التضخم بباقي مؤشرات الأداء الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة المدروسة (1989- 2013)؟ وما هو اتجاهها؟

ومن أجل الإجابة عن هذا التساؤل الرئيسي استعنا بالأسئلة الفرعية التالية:

- ماذا نعني بالتضخم وما هي مسبباته ونتائجه؟

- ماذا نقصد بمؤشرات الأداء الاقتصادي وما علاقتها بالتضخم؟

- كيف يمكن التحقق من العلاقة بين التضخم ومؤشرات الأداء الاقتصادي وفي أي اتجاه هي؟

3. فرضيات الدراسة:

تتمثل فرضيات الدراسة فيما يلي:

- وجود علاقة سببية بين التضخم والنمو وهي من النمو نحو التضخم.
- وجود علاقة سببية بين التضخم والبطالة وهي من التضخم نحو البطالة.
- وجود علاقة سببية بين التضخم وسعر الصرف وهي من التضخم نحو سعر الصرف.
- وجود علاقة سببية بين التضخم والإنفاق الحكومي وهي ذات اتجاهين.
- وجود علاقة سببية بين التضخم ومعدل نمو الكتلة النقدية وهي ذات اتجاهين.

4. أهداف الدراسة:

تسمى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على ظاهرة التضخم وتحديد مسيبتها.
- الاطلاع على مدلول مؤشرات الأداء الاقتصادي وتحديد أهمها.
- التعرف على التقنيات الرياضية الكفيلة بمعرفة العلاقة السببية بين متغيرين.
- معرفة العلاقات السببية التي تربط التضخم بباقي مؤشرات الأداء الاقتصادي وكذلك اتجاه هذه العلاقات.

5. أهمية الدراسة:

نظرا إلى ما للتضخم من أثر، سواء كان ذلك على توزيع الدخل القومي، أم على تقويم المشروعات، أم على ميزان المدفوعات أم على الكفاية الإنتاجية... ونظرا إلى ما تولده ظاهرة التضخم من آثار اجتماعية متعددة منها انخفاض المستوى المعيشي لشريحة كبيرة من أفراد المجتمع وازدياد هجرة الكفاءات الفنية إلى الخارج، وبروز الصراعات بين طبقات المجتمع... كل ذلك أدى إلى الاهتمام الكبير بظاهرة التضخم، وإلى البحث عن أهم الأسباب المؤدية إليها.

إن كون التضخم مؤشرا من مؤشرات الأداء الاقتصادي فهو يؤثر ويتأثر ببقية المؤشرات الأخرى، وعليه فإن المعرفة العميقة لهذه العلاقة كفيلة بتحديد الطرق الكفيلة بتوجيه التضخم إلى الوجهة المفيدة للاقتصاد أو التقليل من أضراره على الاقتصاد في أسوأ الأحوال.

6. الحدود الزمنية للدراسة:

وفقا لما توفر لدينا من معلومات حول الجوانب المتعلقة بالدراسة، كمعدلات التضخم وبقية مؤشرات الأداء الاقتصادي ممثلة بالأساس في معدلات النمو الاقتصادي ومعدلات البطالة وحجم الكتلة النقدية المتداولة ومستويات الإنفاق العام وأسعار الصرف، والتي تحصلنا عليها من الديوان الوطني للإحصاء ومنشورات بنك الجزائر وجملة من المصادر الإلكترونية حددت فترة الدراسة للفترة (1988 - 2012)، حيث إن سنة 2012 هي آخر سنة استطعنا فيها الحصول على البيانات اللازمة للدراسة، أما سنة 1988 فتم اختيارها بسبب تزامنها مع مؤشرات أفرزت فيما بعد التحول من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق.

7. منهجية الدراسة:

قسمنا هذا البحث إلى ثلاثة محاور، المحور الأول تطرقنا فيه إلى دوافع البحث وأهميته وأهدافه، بينما تمثل المحور الثاني في الإطار النظري للبحث وتطرقنا فيه إلى تعريف التضخم وأنواعه وتاريخه، بالإضافة إلى استعراض مدلول المؤشرات وتحديد أهمها وعلاقتها بالتضخم. أما المحور الثالث فتمثل في دراسة العلاقة السببية بين التضخم وباقي مؤشرات الأداء وذلك من خلال استعراض مدلول السببية حسب Granger ثم عن طريقه نختبر وجود علاقة سببية بين التضخم وباقي مؤشرات الأداء الاقتصادي.

الإطار النظري للدراسة:

1. تعريف التضخم وأنواعه:

1.1. تعريف التضخم: لقد تعددت تعاريف التضخم وتضاربت بين من يعرفه بأنه ظاهرة سعرية أو ظاهرة نقدية، إذ نجد أن التضخم مصطلح يستخدم لوصف عدد من الحالات المختلفة يمكن أن نختار منها ما يلي:

- الارتفاع المفرد في المستوى العام للأسعار

- ارتفاع الدخل النقدية أو أحد عناصرها مثل الأجور أو الأرباح.

-- ارتفاع التكاليف

- الإفراط في خلق الأرصدة النقدية.

ويستخدم تعبير "التضخم" دون تمييز الحالة التي يطلق عليها ويقصد به في الغالب تضخم الأسعار وعليه يمكن تعريف التضخم بأنه ظاهرة نقدية سريعة متمثلة في الارتفاع المتواصل في

المستوى العام للأسعار الناتج عن الاختناقات بين كمية النقد المتداول وحجم الإنتاج والسلع الموجودة في الأسواق.

2.1. أنواع التضخم: نظرا إلى تعدد تعاريف التضخم وتتنوع أسبابه نتج عنه تعدد أنواع التضخم وتصنيفاته، فهناك من يصنفه حسب رقابة الدولة على الأسعار أو من خلال ارتباطه بالقطاعات الإنتاجية أو بالنظر إلى حدة التضخم أو مدى ارتباطه بالعلاقات الاقتصادية الدولية، وبصفة موجزة يمكن حصر أنواع التضخم في الأنواع التالية:

- **التضخم الأصلي:** يتحقق هذا النوع من التضخم حين لا يقابل الزيادة في الطلب الكلي زيادة في معدلات الإنتاج بنفس النسبة، حيث إن الزيادة في الطلب تكون أكبر من الزيادة في عرض السلع والخدمات مما ينعكس أثره في ارتفاع الأسعار.

- **التضخم الزاحف:** يتسم هذا النوع من أنواع التضخم بارتفاع بطيء في الأسعار ويحدث هذا النوع من التضخم عندما يزداد الطلب في حين يبقى العرض أو الإنتاج ثابتا فيؤدي ذلك إلى ارتفاع الأسعار. وقد ظهر هذا النوع من التضخم في الولايات المتحدة الأمريكية وإنجلترا في فترات الخمسينات والستينات إبان الرواج الاقتصادي.

- **التضخم المكبوت:** وهي حالة يتم خلالها منع الأسعار من الارتفاع من خلال سياسات تتمثل بوضع ضوابط وقيود تحول دون ارتفاع الأسعار، وغالبا ما يظهر هذا النوع من التضخم في الاقتصاديات المخططة مركزيا.

- **التضخم المفرط:** يعتبر هذا النوع من أشد وأخطر أنواع التضخم، وهو ناتج عن التوسع غير الطبيعي في كمية النقود أو عن التغير المستقل في التوقعات والزيادة اللاحقة في عرض النقود، وقد يؤدي هذا النوع من التضخم إلى انهيار العملة الوطنية.

2. الآثار الاقتصادية للتضخم:

يترتب على التضخم آثار اقتصادية يمكن إيجازها فيما يلي:

1.1. أثر التضخم على هيكل الإنتاج: يؤدي التضخم إلى توجيه رؤوس الأموال إلى فروع النشاط الاقتصادي التي لا تفيد التنمية في مراحلها الأولى، فتنجس إلى إنتاج السلع التي ترتفع أسعارها باستمرار وهي عادة السلع الترفيهية التي يطلبها أصحاب الدخل العالية، كما يتجه قسم مهم من الأموال إلى تجارة الاستيراد والمضاربة على أسعار الأراضي الزراعية وكذلك المضاربة التجارية على حساب الأنشطة الإنتاجية والاستثمارية التي هي ضرورية لتحقيق النمو الاقتصادي، بحيث إن الصناعات الأساسية أو الثقيلة سوف تتجمد نظرا إلى كونها ستحتمل عبء ارتفاع الأجور وفي الوقت نفسه لا تجد رؤوس أموال كافية لتوسيع طاقتها الإنتاجية،

وكل هذا يتنافى مع المظاهر التضخمية السائدة في السوق وبالنتيجة يعاني الاقتصاد عندئذ من انخفاض في معدلات النمو.

2.2. أثر التضخم على توزيع الدخل الوطني: خلال فترات التضخم تحدث اختلالات في

معدلات الزيادة في الدخول النقدية بين أفراد المجتمع، إذ تزيد دخول بعض الفئات بمعدلات أكبر من معدل التضخم مثل أصحاب المشاريع التجارية والصناعية... إلخ، بينما تزيد دخول فئات أخرى بمعدل أقل من معدل التضخم والمتمثلة في فئة الموظفين، في حين تبقى بعض الدخول النقدية ثابتة مثل أصحاب الإيجارات وبالتالي نستطيع القول إن تدهور جهاز الأسعار أثر في جهاز الدخل وأفق هذا الأخير وظائفه كمنظم ومصحح لعرض عناصر الإنتاج. ومن خلال هذه الحركية يكون للتضخم أثر في توزيع الدخل الوطني .

3.2. أثر التضخم في الاستثمار: يؤدي التضخم إلى إضعاف الحافز على الادخار وبالتالي

تحول الأفراد إلى الاستهلاك وهذا نتيجة انعدام ثقتهم في العملة، وهو ما يؤثر سلباً في حجم الاستثمار، كما يؤثر التضخم سلباً في الاستثمار نتيجة ارتفاع أسعار السلع الرأسمالية من آلات ومعدات... إلخ. فترتفع التكاليف الاستثمارية للمشاريع وتحتاج المشاريع إلى فترات طويلة لاسترجاع تكاليفها الرأسمالية ما يجعل الاستثمار في المشروعات الإنتاجية مرتفع المخاطر.

مع كل هذا يمكن أن نحصي للتضخم بعض المزايا نذكر منها:

- دفع عجلة الاستثمار الحقيقي إلى التقدم من خلال التغيرات في الأسعار

- التقليل من حجم البطالة

- تكوين المدخرات اللازمة للتنمية وذلك عن طريق زيادة دخل الطبقات الغنية على حساب الطبقات الفقيرة.

4.2. أثر التضخم في ميزان المدفوعات: يؤثر التضخم بطريقة سلبية على ميزان المدفوعات، فإن

كان الاقتصاد يمر بمراحل تضخمية فحالة العجز تتشأ بسبب زيادة الطلب على الاستيراد وانخفاض حجم الصادرات، فالزيادة التضخمية في الإنفاق القومي وبالتالي الدخول النقدية يترتب عليها زيادة في الطلب على السلع المستوردة لانخفاض أسعارها مقارنة مع أسعار السلع المحلية، فتتسبب في زيادة الواردات مع نقص حجم الصادرات، بالإضافة إلى أن التضخم يميل إلى رفع تكاليف إنتاج سلع التصدير مما يضعف من مركزها التنافسي في الأسواق الخارجية.

3. مؤشرات الأداء الاقتصادي:

تستخدم هذه المؤشرات في قياس أداء قطاعات الاقتصاد المختلفة لتقييم الأداء الاقتصادي ومعرفة مدى قوة الاقتصاد أو ضعفه، وتشمل مؤشرات الأداء الاقتصادي مجموعة واسعة من

المؤشرات الاقتصادية تغطي مختلف جوانب الاقتصاد ، وتقسم هذه المؤشرات إلى أربعة أقسام ممثلة في مؤشرات الاقتصاد الكلي والمؤشرات الاقتصادية الخارجية والمؤشرات المالية والنقدية ومؤشرات التنافسية.

تحتوي مجموعة المؤشرات الاقتصادية الكلية كافة مؤشرات الأداء الكلي كمعدلات النمو الاقتصادي والتضخم ومعدلات البطالة ومعدلات الدخل الفردي وتطور معدلات الأجور وتحويلات العاملين في الخارج وكذلك أعداد العاملين بالقطاعين العام والخاص بأجر حسب الجنسية والجنس والمستوى التعليمي.

أما المؤشرات الاقتصادية الخارجية فتشمل كافة مؤشرات التجارة الخارجية بما فيها مؤشرات هيكل واتجاهات التجارة الخارجية ، ومؤشرات ميزان المدفوعات والاستثمار الأجنبي المباشر.

أما المؤشرات المالية والنقدية فتضم مؤشرات السيولة المحلية وهيكل أسعار الفوائد ، وكذلك مؤشرات الموازنة العامة وتطور المديونية العامة.

ومؤشرات التنافسية التي تضم مجموعة من مؤشرات التنافسية للاقتصاد وتطورها عبر الزمن وأهمها مؤشر سعر الصرف الحقيقي.

وعليه فإن قياس أداء أي اقتصاد يرتبط بمدى قدرة هذا الأخير على التعامل مع مجموعة من العناصر أهمها ما يلي: - النمو الاقتصادي - البطالة - التضخم - التوازن المالي - سعر الصرف.

1.3. النمو الاقتصادي: نقصد بالنمو الاقتصادي حدوث زيادة في إجمالي الناتج الوطني والدخل الوطني الإجمالي بما يحقق زيادة في متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي، ولأكثر تفصيل لمدلول النمو يجب الإشارة إلى النقاط التالية:

- أن النمو يجب أن يكون زيادة في الدخل الفردي ناتجة عن زيادة الناتج الوطني، ويتحقق ذلك لما يكون معدل النمو الاقتصادي أعلى من مستوى النمو السكاني.

- الزيادة التي تكون على مستوى الدخل الفردي يجب أن تكون حقيقية مما ينجم عنه زيادة القدرة الشرائية للأفراد.

- يجب أن تكون الزيادة في الدخل على المدى الطويل.

عند استعراضنا لوضعية النمو في الجزائر نجد أنها تراوحت بين الزيادة والتناقص حسب تذبذب أسعار البترول في الأسواق الدولية، فنجد هذه المعدلات موجبة قبيل سنة 1986 لتصبح سالبة ابتداء من سنة 1987، واستمر ذلك إلى غاية سنة 1994، ولقد عرفت معدلات النمو في الجزائر

انطلاقة حقيقية انطلاقاً من سنة 1995، واستدام النمو في المدى الطويل من الإصلاح بفضل السياسة الاقتصادية المتبعة والصرامة في تطبيق السياسة المالية والنقدية، كما لا ننسى أن هذه النتائج ترجع في المقام الأول إلى ارتفاع أسعار النفط، بما أن هذا الأخير اكتسح هيكل المداخيل الوطنية مما أضعف الحافز لتنمية إنتاج السلع خارج المحروقات أو ما يعرف بالتنوع الاقتصادي.

2.3. معدلات البطالة: تعرف البطالة وفق منظمة العمل الدولية بمجموع العاطلين عن العمل،

والعاطل عن العمل هو ذلك الفرد الذي يكون فوق سن معينة بلا عمل وهو قادر على العمل وراغب فيه ويبحث عنه عند مستوى أجر سائد لكنه لا يجده. وتشكل البطالة إحدى أولى الأولويات للدولة لما لها من تأثيرات على نقص مردودية الاقتصاد من جهة وتفشي مختلف الآفات بين أوساط البطالين، مما يستدعي اهتمام الدولة بتشغيل الأفراد وتدني البطالة إلى أدنى المستويات. تشكل البطالة بالنسبة إلى الاقتصاد الجزائري تحدياً كبيراً نتيجة تزايد القوة العاملة بمعدلات كبيرة، فإذا رجعنا إلى الجزائر غداة الاستقلال نجد أن هدف استراتيجيات التنمية آنذاك تمحور حول مشكلة البطالة، وإذا تتبعنا معدلات البطالة انطلاقاً من سنة 1990 نجد أنها ظلت طوال عشرية التسعينات في تزايد، واعترافاً من السلطات بحدّة الوضع والطابع الهيكلي للبطالة، اتخذت هذه الأخيرة سلسلة من التدابير الهادفة إلى التخفيف من حدتها وتسييرها في نفس الوقت، فأنشأت أجهزة تشغيل الشباب وتم إيجاد نظام للتأمين على البطالة ونظام شبكة الحماية الاجتماعية، لكن رغم كل هذا نجد أن نسبة البطالة وصلت سنة 2000 إلى 29,7%، وذلك راجع إلى عدة أسباب من بينها مساهمة الإصلاح الهيكلي بقسط وافر في رفع معدلات البطالة وذلك نتيجة الاستغناء عن عدد كبير من العمال الذين خضعت مؤسساتهم للخصخصة أو تم غلقها، حيث إن قانون العمل الجديد يتيح للمؤسسات التخلي عن فائض العمالة لأهداف اقتصادية.

أما بعد سنة 2000 فنلاحظ أن معدلات البطالة بدأت في التراجع نتيجة استخدام الاحتياطات المالية المتراكمة للدولة لتخفيف الظروف الاقتصادية والاجتماعية للمواطنين، من خلال برنامج الإنعاش الاقتصادي وبرنامج دعم النمو، واستخدام عائدات البترول غير المتوقعة في خلق مناصب عمل جديدة مست في الأساس البنية الأساسية ودعم الإنتاج الزراعي، ليصل معدل البطالة في الثلاثي الرابع من سنة 2013 إلى نسبة 9,3%.

3.3. التوازن المالي: كانت الجزائر قبل سنوات التسعينات تعتمد في توازن ميزانيتها على

عائدات البترول في الأساس، لكن مع حدوث الأزمة البترولية في بداية الثمانينات اضطرت الدولة إلى الاستدانة من الخارج، ومع تفاقم هذه الديون وجدت الدولة نفسها مجبرة على اللجوء إلى صندوق النقد الدولي الذي عقدت معه برامج التثبيت الاقتصادي وإعادة الهيكلة. وحتى تلتزم الدولة بتدابير التثبيت الاقتصادي كان لزاماً عليها تطبيق صرامة مالية على مستوى

الميزانية العمومية بهدف تقليص العجز في الميزانية، ثم الانتقال إلى تحقيق فوائض من خلال رفع مستوى الأداء الضريبي ومحاربة التهرب الضريبي وترشيد النفقات العمومية وتضادي التبذير. ويتفحص تطور وضع الميزانية العامة كنصيب من الناتج المحلي الخام خلال عشرية التسعينات نجد أن الدولة أفلحت في التحكم في التوازن المالي خاصة خلال سنة 1996 وما بعدها.

إلا أن الإشكال المطروح يتعلق بمدى قدرة الدولة على المحافظة على هذا التوازن، لأنه حتى التوازنات المالية التي حصلت بعد سنة 2000 واستخدم جزء من فوائضها في برامج الإنعاش الاقتصادي ودعم النمو، لم تكن سوى نتيجة لارتفاع أسعار المحروقات في الأسواق الدولية بصفة أساسية.

4.3. الإنفاق العام: الإنفاق العام هو أحد أوجه السياسة المالية المعتمدة من قبل الدولة، من أجل التأثير المباشر على الواقع الاقتصادي والاجتماعي، ومنه يمكن أن نعرف النفقة بأنها "مبلغ نقدي يقوم بإنفاقه شخص عام بقصد تحقيق منفعة عامة".

تزداد هذه النفقات زيادة مطردة على مر السنين وهذا ما أدى إلى عجز الإيرادات العامة عن تغطية النفقات، وبما أن إجمالي الإنفاق الفاض هو السبب الأول للتضخم، فإن أي تخفيض في الإنفاق الحكومي يؤدي إلى تقليل الضغوط التضخمية كما أن على الدولة أن تقوم بتوجيه الإنفاق العام من خلال الاهتمام بالمجالات التي تشجع نمو الإنتاجية وتمكن من تحسين كفاءة الانتفاع من الطاقة الإنتاجية الموجودة، إذن المقصود بسياسة الإنفاق العام تأثير سياسة الميزانية في الرقابة على التضخم والانكماش، من الإنفاق الحكومي سواء كان الاستهلاكي أم الاستثماري ففي حالة التضخم تلجأ إلى التقليل من الإنفاق الحكومي باستحداث فائض في الميزانية والتأثير على حجم الإنفاق الاستهلاكي لا الإنفاق الاستثماري.

5.3. سعر الصرف والتضخم: يعبر سعر الصرف عند عدد الوحدات النقدية الذي تبدل به وحدة من العملة المحلية مقابل أخرى أجنبية، وهو بهذا يجسد أداة الربط بين الاقتصاد المحلي وباقي الاقتصاديات فضلا عن كونه وسيلة مهمة للتأثير على تخصيص الموارد بين القطاعات الاقتصادية وعلى ربحية الصناعات التصديرية وتكلفة الموارد المستوردة ومن ذلك على التضخم والنتائج والعمالة، وهو بالإضافة إلى ذلك يربط بين أسعار السلع في الاقتصاد المحلي وأسعارها في السوق العالمي، فالسعر العالمي والسعر المحلي للسلعة مرتبطان من خلال سعر الصرف.

يؤدي تحسن سعر الصرف إلى انخفاض في مستوى التضخم المستورد وتحسن في مستوى تنافسية المؤسسات. ففي المدى القصير يكون لانخفاض تكاليف الاستيراد أثر إيجابي على انخفاض مستوى التضخم، وتتضاعف أرباح المؤسسات بما يمكنها من ترشيد أداة الإنتاج في

المدى المتوسط وهكذا تحقق المؤسسات عوائد إنتاجية وتتمكن من إنتاج سلع ذات جودة عالية بما يعني تحسن تنافسيتها.

الدراسة التطبيقية: العلاقة السببية بين التضخم وباقي مؤشرات الأداء الاقتصادي:

1. مدلول السببية حسب Granger:

انطلق Granger من افتراض أساسي مفاده أن المعلومات الأساسية للتنبؤ بالمتغيرات مثل التضخم والنمو الاقتصادي تكون مجسدة في ماضي السلسلتين، وبمعنى آخر التنبؤ بقيمة التضخم للسنة المقبلة مرتبط بالقيم الحالية والماضية للسلسلة نفسها وكذلك القيم الحالية والماضية لسلسلة النمو الاقتصادي. ونفس الشيء فإن التنبؤ بقيمة النمو الاقتصادي للسنة المقبلة مرتبط بالقيم الحالية والماضية للسلسلة نفسها وكذلك القيم الحالية والماضية لسلسلة التضخم.

إذا رمزنا ب inf للتضخم

إذا رمزنا ب $croi$ للنمو الاقتصادي نستطيع عندئذ كتابة هذا في شكل رياضي كالآتي:

$$INF_t = \sum_{i=1}^n \alpha_i croi_{t-i} + \sum_{j=1}^n \beta_j INF_{t-j} + U_{1t} \dots \dots \dots 1$$

$$croi_t = \sum_{i=1}^n \lambda_i croi_{t-i} + \sum_{j=1}^n \delta_j INF_{t-j} + U_{2t} \dots \dots \dots 2$$

2. العلاقة السببية بين التضخم والنمو الاقتصادي:

سنحاول هنا معرفة وجود علاقة سببية بين التضخم والنمو الاقتصادي واتجاهها وذلك بتطبيق اختبار Granger مستخدمين سلسلتي التضخم $Linf$ والنمو $Lcroi$ والنمو للاقتصاد الجزائري (مأخوذة باللوغاريتم) للفترة 1988 - 2012 ومصدرها الديوان الوطني للإحصاء وبنك الجزائر.

أ: استقرار السلسلتين:

- **استقرار السلسلة $Linf$** : بتطبيق اختبارات Dickey fuller على السلسلة نجد أن $\rho=0$ هو الذي يدنى اختباري Akaike و Schwarz للنماذج الثلاثة (none, trend and intercept,) (intercept) كما أن $Tcal$ أكبر من $Ttab$ بمعنى قبول الفرضية H_0 والسلسلة غير مستقرة.

نحلل الآن سلسلة الفروقات الأولى للنماذج الثلاثة من أجل "lag 0" فنجد أنه في الحالات الثلاث $Tcal$ أكبر $Ttab$ وبالتالي نقبل الفرضية H_0 ، نختبر سلسلة الفروقات الثانية للنماذج الثلاثة من أجل "lag 1" نجد أن $Tcal$ أصغر من $Ttab$ للنماذج الثلاثة، وبالتالي قبول الفرضية H_1 بمعنى أن السلسلة مستقرة ورتبة تكامل هذه السلسلة هي: "2".

- استقرارية السلسلة $Lcroi$: الفروقات الثانية لهذه السلسلة مستقرة ورتبة تكامل هذه السلسلة هي: "2".

ب- العلاقة من النمو إلى التضخم:

قمنا بتقدير المتغيرة $Linf_t$ على المتغيرة $Linf_{t-1}$ و $Linf_{t-2}$ فكان لدينا:

$$\widehat{Linf}_t = 0.33 + 0.48Linf_{t-1} + 0.29Linf_{t-2}$$

$$R^2 = 0.55, \overline{R^2} = 0.55, RSS_R = 12.46, F = 11.74$$

أما عندما قمنا بتقدير المتغيرة $Linf_t$ على المتغيرة $Linf_{t-1}$ و $Linf_{t-2}$ و $Lcroi_{t-1}$ و $Lcroi_{t-2}$ فكانت لدينا المعادلة التالية:

$$\widehat{Linf}_t = 1.60 + 0.04Linf_{t-1} + 0.16Linf_{t-2} - 0.3Lcroi_{t-1} - 0.33Lcroi_{t-2}$$

$$R^2 = 0.17, \overline{R^2} = -0.12, RSS_{UR} = 7.06, F = 0.57$$

$$F^* = \frac{(RSS_R - RSS_{UR})/m}{RSS_{UR}/(n-k)}$$

عند الحساب وجدنا $F^* = 7.64$

بمعنى أن متغيرة النمو تؤثر على التضخم $F^* > F_{tab}$ $\sum \alpha_{i=0}$ هذا يعني رفض فرضية العدم

ج- العلاقة من التضخم إلى النمو:

قمنا بتقدير المتغيرة $Lcroi_t$ على المتغيرة $Lcroi_{t-1}$ و $Lcroi_{t-2}$ فكان لدينا:

$$\widehat{Lcroi}_t = 1.04 + 0.01Lcroi_{t-1} + 0.03Lcroi_{t-2}$$

$$R^2 = 0.002, \overline{R^2} = -0.15, RSS_R = 3.73, F = 0.01$$

أما عندما قمنا بتقدير المتغيرة $Lcroi_t$ على المتغيرة $Lcroi_{t-1}$ و $Lcroi_{t-2}$ و $Linf_{t-1}$ و $Linf_{t-2}$ فكانت لدينا المعادلة التالية:

$$\widehat{Lcroi}_t = 1.41 - 0.03Lcroi_{t-1} + 0.01Lcroi_{t-2} - 0.06Linf_{t-1} - 0.16Linf_{t-2}$$

$$R^2 = 0.15, \overline{R^2} = -0.15, RSS_{UR} = 3.17, F = 0.48$$

$$F^* = \frac{(RSS_R - RSS_{UR})/m}{RSS_{UR}/(n-k)}$$

عند الحساب وجدنا $F^* = 1.86$

$F^* < F_{tab}$ بمعنى أن متغيرة التضخم لا تؤثر على النمو $\sum \delta_{i=0}$ هذا يعني قبول فرضية العدم

من كل هذا يعني وجود علاقة سببية بين معدل التضخم ومعدل النمو وهي من النمو نحو التضخم.

3. العلاقة السببية بين التضخم والبطالة:

سنحاول هنا معرفة وجود علاقة سببية بين التضخم والبطالة واتجاهها ، وذلك بتطبيق اختبار Granger مستخدمين سلسلتي التضخم والبطالة $Linf$ Lcho للاقتصاد الجزائري (مأخوذة باللوغاريتم) للفترة 1989 - 2013 ومصدرها الديوان الوطني للإحصاء وبنك الجزائر. مع العلم أن كلا السلسلتين كانت فيها الفروقات الثانية مستقرة ورتبة تكاملهما هي: "2".

يعبر عن العلاقة السببية بين التضخم والبطالة بالشكل:

$$INF_t = \sum_{i=1}^n \alpha_i cho_{t-i} + \sum_{j=1}^n \beta_j INF_{t-j} + U_{1t} \dots \dots \dots 1$$

$$cho_t = \sum_{i=1}^n \lambda_i cho_{t-i} + \sum_{j=1}^n \delta_j INF_{t-j} + U_{2t} \dots \dots \dots 2$$

1- العلاقة من البطالة إلى التضخم:

قمنا بتقدير المتغيرة $Linf_t$ على المتغيرة $Linf_{t-1}$ و $Linf_{t-2}$ فكان لدينا:

$$\widehat{Linf}_t = 0.33 + 0.48Linf_{t-1} + 0.29Linf_{t-2}$$

$$R^2 = 0.55, \overline{R^2} = 0.55, RSS_R = 12.46, F = 11.74$$

أما عندما قمنا بتقدير المتغيرة $Linf_t$ على المتغيرة $Linf_{t-1}$ و $Linf_{t-2}$ و $Lcho_{t-1}$ و $Lcho_{t-2}$ فكانت لدينا المعادلة التالية:

$$\widehat{Linf}_t = 2.13 + 0.46Linf_{t-1} + 0.28Linf_{t-2} + 0.74Lcho_{t-1} - 1.32Lcho_{t-2}$$

$$R^2 = 0.59, \overline{R^2} = -0.49, RSS_{uR} = 11.37, F = 6.16$$

$$F^* = \frac{(RSS_R - RSS_{uR})/m}{RSS_{uR}/(n-k)}$$

عند الحساب وجدنا $F^* = 0.95$

على التضخم. $F^* < F_{tab}$ هذا يعني قبول فرضية العدم $\sum \alpha_{i=0}$ بمعنى أن متغيرة البطالة لا تؤثر

ب- العلاقة من التضخم إلى البطالة:

قمنا بتقدير المتغيرة $Lcho_t$ على المتغيرة $Lcho_{t-1}$ و $Lcho_{t-2}$ فكان لدينا:

$$\widehat{Lcho}_t = -0.05 + 1.11Lcho_{t-1} - 0.10Lcho_{t-2}$$

$$R^2 = 0.92, \overline{R^2} = 0.91, RSS_R = 0.31, F = 110.27$$

أما عندما قمنا بتقدير $Lcho_t$ على المتغيرة $Lcho_{t-1}$ و $Lcho_{t-2}$ و $Linft_{t-1}$ و $Linft_{t-2}$ فكانت لدينا المعادلة التالية:

$$\widehat{Lcho}_t = -0.17 + 0.8Lcho_{t-1} + 0.2Lcho_{t-2} + 0.04Linft_{t-1} + 0.03Linft_{t-2}$$

$$R^2 = 0.94, \overline{R^2} = 0.91, RSS_{UR} = 0.20, F = 76.76$$

$$F^* = \frac{(RSS_R - RSS_{UR})/m}{RSS_{UR}/(n-k)}$$

عند الحساب وجدنا $F^* = 5.14$

على البطالة $F^* > F_{tab}$ هذا يعني قبول الفرضية $\sum \delta_{i \neq 0}$ بمعنى أن متغيرة التضخم تؤثر

كل هذا يعني وجود علاقة سببية بين معدل التضخم ومعدل البطالة وهي من التضخم نحو البطالة

4. العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف:

سنحاول هنا معرفة وجود علاقة سببية بين التضخم وسعر الصرف واتجاهها وذلك بتطبيق اختبار Granger مستخدمين سلسلتي التضخم $Linft$ وسعر الصرف $Lcha$. للاقتصاد الجزائري (مأخوذة باللوغاريتم) للفترة 1989 - 2011 ومصدرها الديوان الوطني للإحصاء وبنك الجزائر. مع العلم أن كلا السلسلتين كانت فيها الفروقات الثانية مستقرة ورتبة تكاملهما هي: "2".

يعبر عن العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف

$$INF_t = \sum_{i=1}^n \alpha_i cha_{t-i} + \sum_{j=1}^n \beta_j INF_{t-j} + U_{1t} \dots \dots \dots 1$$

$$cha_t = \sum_{i=1}^n \lambda_i cha_{t-i} + \sum_{j=1}^n \delta_j INF_{t-j} + U_{2t} \dots \dots \dots 2$$

ا- العلاقة من سعر الصرف إلى التضخم:

قمنا بتقدير المتغير $Linft_t$ على المتغيرة $Linft_{t-1}$ و $Linft_{t-2}$ فكان لدينا:

$$\widehat{Linft}_t = 0.33 + 0.48Linft_{t-1} + 0.29Linft_{t-2}$$

$$R^2 = 0.55, \overline{R^2} = 0.55, RSS_R = 12.46, F = 11.74$$

أما عندما قمنا بتقدير المتغيرة $Linft_t$ على المتغيرة $Linft_{t-1}$ و $Linft_{t-2}$ و $Lcha_{t-1}$ و $Lcha_{t-2}$ فكانت لدينا المعادلة التالية:

$$\widehat{Linft}_t = 4.13 + 0.22Linft_{t-1} + 0.18Linft_{t-2} - 0.08Lcha_{t-1} - 0.73Lcha_{t-2}$$

$$R^2 = 0.64, \overline{R^2} = 0.56, RSS_{uR} = 9.83, F = 7.73$$

$$F^* = \frac{(RSS_R - RSS_{uR})/m}{RSS_{uR}/(n-k)}$$

عند الحساب وجدنا $F^* = 2.54$

بمعنى أن متغيرة سعر الصرف لا تؤثر على التضخم. $\sum \alpha_i = 0$ هذا يعني

قبول فرضية العدم.

ب- العلاقة من التضخم إلى سعر الصرف:

قمنا بتقدير المتغيرة $Lcha_t$ على المتغيرة $Lcha_{t-1}$ و $Lcha_{t-2}$ فكان لدينا:

$$\widehat{Lcha}_t = 0.59 + 1.07Lcha_{t-1} - 0.20Lcha_{t-2}$$

$$R^2 = 0.98, \overline{R^2} = 0.98, RSS_R = 0.16, F = 586.98$$

أما عندما قمنا بتقدير $Lcha_t$ على المتغيرة $Lcha_{t-1}$ و $Lcha_{t-2}$ و $Linft_{t-1}$ و $Linft_{t-2}$ فكانت لدينا المعادلة التالية:

$$\widehat{Lcha}_t = -0.73 + 0.87Lcha_{t-1} - 0.04Lcha_{t-2} + 0.0002Linft_{t-1} + 0.01Linft_{t-2}$$

$$R^2 = 0.96, \overline{R^2} = 0.96, RSS_{uR} = 0.12, F = 125.57$$

$$F^* = \frac{(RSS_R - RSS_{uR})/m}{RSS_{uR}/(n-k)}$$

عند الحساب وجدنا $F^* = 2.98$

هذا يعني قبول الفرضية $\sum \delta_{t=0}$ بمعنى أن متغيرة التضخم لا تؤثر على

سعر الصرف

كل هذا يعني أنه لا توجد علاقة سببية بين التضخم وسعر الصرف

5. العلاقة السببية بين التضخم والإنفاق العام:

سنحاول هنا معرفة وجود علاقة سببية بين التضخم وسعر الصرف واتجاهها وذلك بتطبيق اختبار Granger مستخدمين سلسلتي التضخم $Lin f$ والإنفاق العام $Ldep$ للاقتصاد الجزائري (مأخوذة باللوغاريتم) للفترة 1989 - 2011 ومصدرها الديوان الوطني للإحصاء وبنك الجزائر. مع العلم أن كلا السلسلتين كانت فيها الفروقات الثانية مستقرة ورتبة تكاملهما هي: "2".

يعبر عن العلاقة السببية بين التضخم والإنفاق العام بالشكل:

$$INF_{t=\sum_{i=1}^n \alpha_i dep_{t-i} + \sum_{j=1}^n \beta_j INF_{t-j} + U_{1t} \dots \dots \dots 1$$

$$dep_{t=\sum_{i=1}^n \lambda_i dep_{t-i} + \sum_{j=1}^n \delta_j INF_{t-j} + U_{2t} \dots \dots \dots 2$$

1- العلاقة من الإنفاق العام إلى التضخم:

بتقدير المتغيرة $Lin f_t$ على المتغيرة $Lin f_{t-1}$ و $Lin f_{t-2}$ كان لدينا:

$$\widehat{Lin f}_t = 0.33 + 0.48 Lin f_{t-1} + 0.29 Lin f_{t-2}$$

$$R^2 = 0.55, \overline{R^2} = 0.55, R_{SSR} = 12.46, F = 11.74$$

أما بتقدير المتغيرة $Lin f$ على المتغيرة $Lin f$ و $Lin f_{t-2}$ و $Ldep_{t-1}$ و $Ldep_{t-2}$ فكانت

لدينا المعادلة التالية:

$$\widehat{Lin f}_t = 1.24 + 0.36 Lin f_{t-1} + 0.26 Lin f_{t-2} + 1.72 Ldep_{t-1} - 1.87 Ldep_{t-2}$$

$$R^2 = 0.63, \overline{R^2} = 0.54, R_{SSUR} = 10.05, F = 7.01$$

$$F^* = \frac{(R_{SSR} - R_{SSUR})/m}{R_{SSUR}/(n-k)}$$

عند الحساب وجدنا $F^* = 2.28$

هذا يعني قبول فرضية العدم $\sum \alpha_{i=0}$ بمعنى أن متغيرة الإنفاق العام لا

تؤثر على متغيرة التضخم.

ب- العلاقة من التضخم إلى الإنفاق العام:

قمنا بتقدير المتغيرة $Ldep_t$ على المتغيرة $Ldep_{t-1}$ و $Ldep_{t-2}$ فكان لدينا:

$$\widehat{Ldep}_t = 0.52 + 1.09Ldep_{t-1} - 0.14Ldep_{t-2}$$

$$R^2 = 0.97, \overline{R^2} = 0.97, RSS_R = 0.41, F = 455.58$$

أما عندما قمنا بتقدير $Ldep_t$ على المتغيرة $Ldep_{t-1}$ و $Ldep_{t-2}$ و $Linft_{t-1}$ و $Linft_{t-2}$ فكانت لدينا المعادلة التالية:

$$\widehat{Ldep}_t = -0.89 + 0.96Ldep_{t-1} - 0.06Ldep_{t-2} + 0.01Linft_{t-1} - 0.03Linft_{t-2}$$

$$R^2 = 0.97, \overline{R^2} = 0.97, RSS_{uR} = 0.35, F = 169.48$$

$$F^* = \frac{(RSS_R - RSS_{uR})/m}{RSS_{uR}/(n-k)}$$

عند الحساب وجدنا $F^* = 1.64$

بمعنى أن متغيرة التضخم لا تؤثر على متغيرة الإنفاق العام $\sum \delta_i = 0$ هذا

يعني قبول الفرضية

كل هذا يعني أنه لا توجد علاقة سببية بين التضخم والإنفاق العام.

6.3. العلاقة السببية بين التضخم ومعدل نمو الكتلة النقدية: M_2

سنحاول هنا معرفة وجود علاقة سببية بين التضخم ومعدل نمو الكتلة النقدية واتجاهها وذلك بتطبيق اختبار Granger مستخدمين سلسلتي التضخم $Linft$ ومعدل نمو الكتلة النقدية M_2 إحصائيات الاقتصاد الجزائري (مأخوذة باللوغاريتم) للفترة 1989 - 2011 ومصدرها الديوان الوطني للإحصاء وبنك الجزائر. مع العلم أن كلا السلسلتين كانت فيها الفروقات الثانية مستقرة ورتبة تكاملهما هي: "2".

يعبر عن العلاقة السببية بين التضخم ومعدل نمو الكتلة النقدية بالشكل:

$$INF_t = \sum_{i=1}^n \alpha_i LM2_{t-i} + \sum_{j=1}^n \beta_j INF_{t-j} + U_{1t} \dots \dots \dots 1$$

$$LM2_t = \sum_{i=1}^n \lambda_i LM2_{t-i} + \sum_{j=1}^n \delta_j INF_{t-j} + U_{2t} \dots \dots \dots 2$$

ا- العلاقة من معدل نمو الكتلة النقدية إلى التضخم:

بتقدير المتغيرة $Linft_t$ على المتغيرة $Linft_{t-1}$ و $Linft_{t-2}$ كان لدينا:

$$\widehat{Linft}_t = 0.33 + 0.48Linft_{t-1} + 0.29Linft_{t-2}$$

$$R^2 = 0.55, \overline{R^2} = 0.55, RSS_R = 12.46, F = 11.74$$

أما بتقدير المتغيرة $Linft_t$ على المتغيرة $Linft_{t-1}$ و $Linft_{t-2}$ و $LM2_{t-1}$ و $LM2_{t-2}$ فكانت لدينا المعادلة التالية:

$$\widehat{Linft}_t = -0.006 + 0.46Linft_{t-1} + 0.32Linft_{t-2} + 0.26LM2_{t-1} - 0.15LM2_{t-2}$$

$$R^2 = 0.57, \overline{R^2} = 0.47, RSS_{uR} = 11.66, F = 5.48$$

$$F^* = \frac{(RSS_R - RSS_{uR})/m}{RSS_{uR}/(n-k)}$$

عند الحساب وجدنا $F^* = 0.65$

$F^* < F_{tab}$ هذا يعني قبول فرضية العدم $\sum \alpha_i = 0$ بمعنى أن متغيرة معدل نمو الكتلة

النقدية لا تؤثر على متغيرة التضخم.

ب- العلاقة من التضخم إلى معدل نمو الكتلة النقدية:

قمنا بتقدير المتغيرة $LM2_t$ على المتغيرة $LM2_{t-1}$ و $LM2_{t-2}$ فكان لدينا:

$$\widehat{LM2}_t = 3.01 + 0.19LM2_{t-1} - 0.32LM2_{t-2}$$

$$R^2 = 0.12, \overline{R^2} = 0.04, RSS_R = 3.86, F = 1.47$$

أما عندما قمنا بتقدير $LM2_t$ على المتغيرة $LM2_{t-1}$ و $LM2_{t-2}$ و $Linft_{t-1}$ و $Linft_{t-2}$ فكانت لدينا المعادلة التالية:

$$\widehat{LM2}_t = 3.37 + 0.14LM2_{t-1} - 0.42LM2_{t-2} - 0.05Linft_{t-1} + 0.10Linft_{t-2}$$

$$R^2 = 0.24, \overline{R^2} = 0.05, RSS_{uR} = 2.91, F = 1.28$$

$$F^* = \frac{(RSS_R - RSS_{uR})/m}{RSS_{uR}/(n-k)}$$

عند الحساب وجدنا $F^* = 3.10$

متغيرة معدل نمو الكتلة النقدية. $F^* > F_{tab}$ هذا يعني قبول الفرضية $\sum \delta_{t \neq 0}$ بمعنى أن متغيرة التضخم تؤثر على

كل هذا يعني أنه توجد علاقة سببية بين التضخم ومعدل نمو الكتلة النقدية وهي من التضخم نحو معدل نمو الكتلة النقدية.

نتائج الدراسة:

مؤشرات الأداء الاقتصادي هي مؤشرات كلية تعكس الوضع الاقتصادي لبلد ما كمعدلات التضخم ومعدلات النمو الاقتصادي ومعدلات البطالة وحجم الكتلة النقدية المتداولة ومستويات الإنفاق العام ومعدلات الصرف ومن خلال دراسة العلاقة السببية بين التضخم وباقي مؤشرات الأداء الاقتصادي تبين ما يلي:

- وجود علاقة سببية بين معدل التضخم ومعدل النمو وهي من النمو نحو التضخم.
- وجود علاقة سببية بين معدل التضخم ومعدل البطالة وهي من التضخم نحو البطالة.
- لا توجد علاقة سببية بين التضخم وسعر الصرف.
- لا توجد علاقة سببية بين التضخم والإنفاق العام.
- توجد علاقة سببية بين التضخم ومعدل نمو الكتلة النقدية وهي من التضخم نحو معدل نمو الكتلة النقدية.

الخلاصة:

التضخم ظاهرة نقدية سريعة متمثلة في الارتفاع المتواصل في المستوى العام للأسعار الناتج عن الاختناقات بين كمية النقد المتداول وحجم الإنتاج والسلع الموجودة في الأسواق، كما أن للتضخم آثاراً متعددة، سواء كان ذلك على توزيع الدخل القومي، أم على تقويم المشروعات، أم على ميزان المدفوعات، أم على الكفاية الإنتاجية أم من خلال الآثار الاجتماعية المتعددة منها انخفاض المستوى المعيشي لشريحة كبيرة من أفراد المجتمع، كل هذه الآثار تبرز مدى تأثير التضخم على الاقتصاد وتحت على وجوب معرفة التضخم وبيئته فهو مؤشر من مؤشرات الأداء الاقتصادي يؤثر ويتأثر ببقية المؤشرات الأخرى، وعليه فإن المعرفة المعمقة لهذه العلاقة تمكنا من تحديد الطرق الكفيلة بتوجيه التضخم إلى الوجهة المفيدة للاقتصاد أو التقليل من أضراره على الاقتصاد في أسوأ الأحوال.

قائمة المراجع:

1. المراجع باللغة العربية:

1.1. الكتب:

- زكي رمزي، التضخم في العالم العربي، لبنان - بيروت، دار الشباب للنشر، 1986.
- العمر، حسين، تأثير عرض النقد وسعر الصرف على التضخم في الاقتصاد الكويتي - مجلة جامعة الملك سعود - 1416هـ.
- البسام، خالد عبد الرحمن، المصادر الداخلية والخارجية للتضخم، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الاقتصاد والإدارة.
- حسين علي بخيت وسحر فتح الله، الاقتصاد القياسي، الأردن - عمان، دار اليازوري، 2007.
- حسين عناية غازي، التضخم المالي، الجزائر، دار الشهاب، الطبعة الثانية، 1986.

2.1. المجلات

- لعلالي علاوة، اختبار Granger للسببية: ما هو اتجاه العلاقة بين النقد والدخل، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة لكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، العدد 16، 2007.
- محمد عبد العظيم طلال، التضخم العالمي، الظاهرة والتفسير الاقتصادي لها، مجلة مصر المعاصرة، يوليو 1990.
- محمد عبد العظيم طلب: التضخم كهدف استراتيجي للسياسة النقدية، مجلة دراسات مستقبلية، جامعة أسسوط، العدد العاشر، يوليو 2004.

2. المراجع باللغة الأجنبية

- MALINVAUD. E , ,méthodes statistique de l'économétrie , DUNOD , PARIS.
- NORTH. DOUGLASS C., Institutions institutional Change and economic performance, England, CAMBRIDGE, Univesity press 1999.
- ONG KILLCIK, policy economics, London, Heinemann, 1981.
- Pierre, Alain Mut, Théories, et modèles de la macroéconomie,(paris economica,4eme édition, tom 01,sd).

-Régis, Bourboonnais, Manuel et exercice corrigés économétrie (paris ,dunod ,3emedition ,2000) .

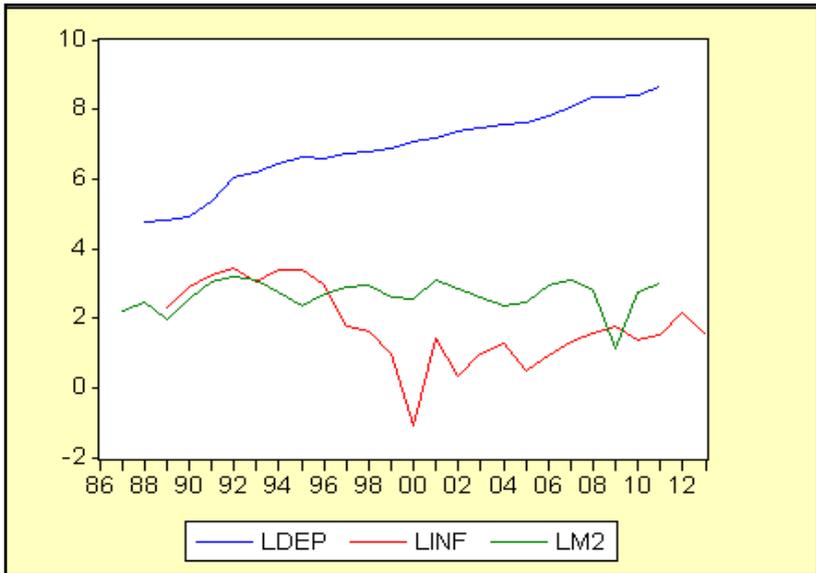
-Régis, Bourboonnais, Econométrie, (Paris ,Dunod,6emeditions,2005) .

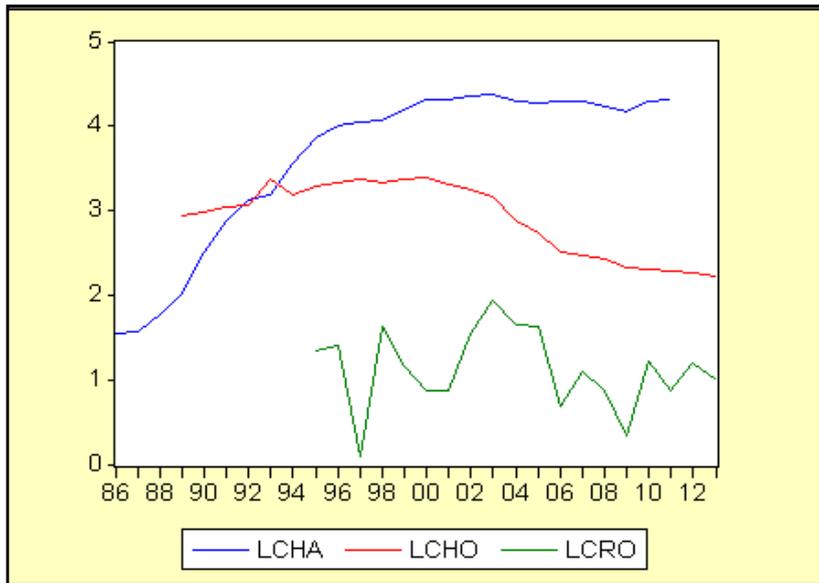
-ROMER. RAUL M, endogenous technological change, journal of political economy 1990.

-STOLERU. LIONEL, L'équilibre et croissance économique, Principe de Macro économie, 3ème édition, Paris, DUNOD, 1973.

الملاحق:

1. التمثيل البياني للمتغيرات المستخدمة في الدراسة:





رؤية تحليلية حول انخفاض قيمة الدولار الأمريكي الأسباب والتداعيات

/بورزامة جيلالجي

استاذ محاضر قسم ب

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة امحمد بوقرة - بومرداس -

الملخص:

استطاع الدولار أن يكتسب مكانة رئيسية ضمن العملات العالمية بعد اتفاقية بريتون وودز، حيث تمكن من الاستحواذ على الجانب الأكبر من مبادلات التجارة العالمية، مستندا على اقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية الضخم ذي الإنتاجية العالية والقدرة الفائقة على النفاذ إلى الأسواق الخارجية، كما يقوم الدولار الأمريكي بدور عملة الاحتياطي العالمي حيث يستولي الدولار على ثلثي احتياطات النقد الأجنبي في العالم و80 بالمائة من مبادلات سعر الصرف الأجنبي، ونجد أن أكثر من 50 بالمائة من صادرات العالم يتم دفع قيمتها بالدولار، وسيطر حجم التداول بالدولار على باقي العملات، واستطاعت العديد من الدول ربط عملاتها بالدولار أو بسلة من عملات الدول الصناعية يمثل الدولار فيها وزنا نسبيا كبيرا.

حيث شهدت السنوات الأخيرة (2000-2013) انخفاضا ملحوظا في قيمة الدولار الأمريكي مقابل العملات الرئيسية في أسواق الصرف العالمية، الأمر الذي يرجع أساسا إلى التحديات التي يعاني منها الاقتصاد الأمريكي. ومن هذا المنطلق يتجلى هدف هذه الدراسة من خلال تبيان أسباب تراجع الدولار الأمريكي وآثار الانخفاض المستمر في سعر صرف الدولار على الاقتصاد العالمي الدول، ويتأتى ذلك من خلال أربعة محاور، المحور الأول يتناول الدولار الأمريكي وتطور النظام النقدي الدولي والمحور الثاني يدرس معرفة مكانة الدولار الأمريكي في الاقتصاد العالمي، والمحور الثالث يتناول محاولة معرفة أسباب وتداعيات تراجع الدولار الأمريكي على الاقتصاد العالمي أما المحور الرابع فيدرس الدولار الأمريكي وصراع العملات اليورو، الين الياباني واليوان الصيني.

الكلمات المفتاحية: النظام النقدي الدولي، الدولار الأمريكي، صراع العملات، سعر الصرف.

Abstract:

The Dollar was able to acquire a key position within global currencies after the Bretton Woods Agreement, where it managed to cover the major part of world trade exchanges, based on the huge economy of the United States with high productivity and an extraordinary ability to access international markets. The U. S. dollar also plays the role of the global reserve currency with two-thirds of world foreign currencies reserves and 80 percent of foreign exchange trade being in dollar, as well as more than 50 percent of world exports being settled in dollar whose trading volume dominates other currencies, while many countries managed to peg their countries to the dollar or a basket of currencies of industrialized countries in which the dollar has a relatively large weight.

Recent years (2000-2013) have witnessed a significant decrease in the value of the U. S. dollar against major currencies in global foreign exchanges, which is mainly due to the challenges facing the U. S. economy. Hence the goal of this study becomes apparent as to illustrate the reasons for the decline of the U. S. dollar and the effects of the continuing decline of the dollar exchange rate on the global economy. This is achieved through four axes, the first of which deals with the U. S. dollar and the evolution of the international monetary system, the second axis shows the position of the U. S. dollar in the global economy, while the third axis tries to figure out the causes and consequences of the decline in the U. S. dollar on the global economy, and the fourth axis studies the U. S. dollar and the conflict among currencies such as the euro, the Japanese yen and the Chinese yuan.

Key words: the international monetary system, the U. S. dollar, the currency conflict, the exchange rate.

مقدمة:

جاءت اتفاقية بريتون وودز لتعبر عن مصالح القوى الاقتصادية الدولية الصاعدة وبالتحديد الولايات المتحدة الأمريكية التي خرجت من الحرب العالمية الثانية باعتبارها قائد العالم الرأسمالي المتقدم، واحتل الدولار الأمريكي مكانة بارزة في السوق الدولية وبالتدريج حل محل الذهب والجنيه الأسترليني كعملة يرتكز عليها النظام النقدي الدولي وكوسيلة دفع رئيسية في المعاملات الدولية وعملة احتياط ارتكازية تحتفظ بها السلطات النقدية في معظم دول العالم.

وبالنظر للمكانة التي اكتسبها الدولار الأمريكي في الاقتصاد العالمي فإن أي تذبذب واضطراب في سعر الدولار المنخفض أو الضعيف تكون له انعكاسات كبيرة، حيث التأثير على اقتصاديات أوروبا واليابان والدول النامية عامة والعربية خاصة وتأثير الدولار على سعر النفط، إضافة إلى الآثار السلبية لربط العملة الوطنية بالدولار، ومما لاشك فيه أن تراجع الدولار مقابل العملات الرئيسية سيؤثر على عائدات بيع الدول النامية، إلى جانب تأثير الدولار على الذهب.

ضمن هذا الإطار يمكن طرح وصياغة الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة على النحو التالي:
ما هي أهمية ودور الدولار الأمريكي في النظام النقدي الدولي؟ وما هي أسباب وتداعيات
تراجعها على الاقتصاد العالمي؟

وعليه سيتم معالجة الإشكالية من خلال المحاور التالية:

- الدولار الأمريكي وتطور النظام النقدي الدولي
- مكانة الدولار الأمريكي أمام الأورو في الاقتصاد العالمي
- أسباب تذبذب سعر صرف الدولار الأمريكي
- انعكاسات تراجع سعر الدولار على الاقتصاد العالمي
- الآلية التي تتبعها الدول الأسيوية في أسواق الصرف العالمية للحيلولة دون ارتفاع قيمة عملاتها أمام الدولار

الدولار الأمريكي وتطور النظام النقدي الدولي:

1- مفهوم النظام النقدي الدولي: في الواقع إن وصف النظام النقدي الدولي ينطوي على تعريفين أحدهما إجرائي وعملي بوصفه مجموعة من التطبيقات والأعراف التي اعتمد اتباعها من قبل الأطراف التي تتعامل على الصعيد الدولي لغرض تسوية المعاملات فيما بينها، وما يتضمنه ذلك من قيام المؤسسات النقدية الوطنية والدولية الخاصة والحكومية بتسوية هذه المعاملات بين الأطراف التي ترتبط فيما بينها بشتى العلاقات الاقتصادية على الصعيد الدولي، أما التعريف الوظيفي للنظام النقدي الدولي فقد جاء نتيجة تراكم أدبيات واسعة في النظرية والفكر الاقتصادي الدولي، والتي كونت الأركان الوظيفية للنظام النقدي الدولي، استنتاجاً من المسار التاريخي للعلاقات النقدية الدولية والأنظمة النقدية الدولية المختلفة التي عرفها العالم وما ميز نظاماً عن آخر⁽¹⁾.

(1) هجير عدنان زكي أمين، الاقتصاد الدولي النظرية والتطبيقات، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، عمان،

إن النظام النقدي الدولي هو مجموعة القواعد والآليات والتنظيمات التي تتكفل بتسوية المدفوعات الدولية وتصريف أمور العلاقات النقدية بين الدول على نحو يدعم فعالية التجارة الخارجية متعددة الأطراف⁽¹⁾.

ويتكون النظام النقدي الدولي من العناصر التالية⁽²⁾:

أولاً: النقود الدولية مثل: الذهب النقدي والعملات الأجنبية، والأصول أو الحقوق التي تصدرها المؤسسات النقدية الدولية، ويطلق على النقود الدولية مصطلح السيولة الدولية.

ثانياً: مجموعة القواعد والآليات أو السياسات التي تتكفل بتحقيق هدف هذا النظام التجاري متعدد الأطراف.

ثالثاً: التنظيمات والمؤسسات النقدية والمالية الدولية والتي تؤثر في حجم السيولة الدولية، مثل البنوك المركزية للدول الصناعية المتقدمة وصندوق النقد الدولي، ومجموعة البنك الدولي للإنشاء والتعمير.

2- تطور النظام النقدي الدولي:

عرف النظام النقدي الدولي مراحل عدة ارتبطت بالظروف الاقتصادية والسياسية التي ميزت هذه المراحل والتي يمكن ذكرها فيما يلي:

2- 1 الدولار وأسعار الصرف الثابتة:

2- 1- 1 نظام قاعدة الذهب الدولية وآلياتها (1870 - 1914): ويسمى هذا النظام بنظام المسكوكات الذهبية، ولقد ساد هذا النظام معظم دول العالم خلال القسم الأكبر من القرن التاسع عشر وحتى الحرب العالمية الأولى، ومع قيام الحرب أوقفت الدول العمل بهذا النظام في عام 1914.

تتبع الدولة قاعدة الذهب عندما تربط قيمة عملتها بوزن معين من الذهب، ويقضي قيام قاعدة الذهب توافر الشروط التالية⁽³⁾:

- تحديد قيمة العملة بوزن معين من الذهب وعتار محدد.

⁽¹⁾ لقمان معزز، شريف بودري، المناقصة بين الدولار والارو في ظل لا استقرار النظام النقدي الدولي، مجلة الباحث، ورقة، عدد 2011/09، ص 74.

⁽²⁾ متولي عبد القادر، الاقتصاد الدولي النظرية والسياسات، دار الفكر، الاردن، عمان، 2011، ص 242.

⁽³⁾ موسى ابراهيم، العلاقات الاقتصادية الدولية، دار المنهل اللبناني، لبنان، بيروت، 1998، ص 128.

- توافر قابلية تحويل العملة الوطنية إلى ذهب أو العكس دونما أي قيد أو شرط
- كفالة حرية الأفراد في استيراد وتصدير الذهب
- الاعتراف للأفراد بحرية سك النقود
- قابلية أنواع النقود الأخرى (النقود القانونية) للصراف عند حد التعادل بمسكوكات ذهبية.

ولنظام قاعدة الذهب وظيفتان أساسيتان الأولى داخلية والأخرى خارجية، أما الوظيفة الداخلية فهي تحديد كمية البنكنوت المصدر، أي أن حرية البنك المركزي في إصدار أوراق البنكنوت تكون مقيدة تقييدا تاما بكمية الذهب الموجود في حيازته، أما الوظيفة الخارجية فهي تثبيت سعر الصرف، فعندما تتخذ جميع الدول هذا النظام قاعدة لنقدها فإن أسعار الصرف بين عملاتها ستكون ثابتة تقريبا لا تتغير إلا بحدود ضيقة هما حدا دخول وخروج الذهب⁽¹⁾.

وكانت العملة الإسترلينية في الريادة في ظل قاعدة الذهب بسبب الدور الذي أدته بريطانيا في المبادلات التجارية الدولية، نظرا إلى قوة نموها الاقتصادي الذي مكنها من السيطرة على الاقتصاد العالمي، غير أن هذا النمو تراجع نتيجة الحرب العالمية الأولى، فخسر الإسترليني مكانته لصالح الدولار الذي حافظ على ارتباطه بالذهب نتيجة المعدلات المرتفعة لنمو الاقتصاد الأمريكي الذي استفاد من عدم دخوله الحرب، وكذا من ضخامة إنتاجه، فحقق فائضا كبيرا في ميزان المدفوعات⁽²⁾.

2- 1- 2 نظام السبائك الذهبية ومرحلة قاعدة الصرف بالذهب (1914 - 1945): مع

بداية الحرب العالمية الأولى اضطرت معظم الدول التي اتبعت النظام النقدي الذهبي إلى إيقاف العمل بهذا النظام، وبذلك انتهت مرحلة مهمة من الاستقرار في أسعار صرف العملات لتتعرض بعدها لتقلبات حادة جدا خلال الحرب العالمية الأولى، وجاء انهيار نظام قاعدة الذهب في أعقاب الحرب بسبب زيادة الإنفاق العسكري وتمويله عن طريق التمويل التضخمي أي زيادة النقود الورقية، وبالتالي خرجت كل بنوك الإصدار في الدول المتحاربة عدا الولايات المتحدة الأمريكية عن القيود التي كانت تربط بين إصدار النقود وبين نسب التغطية الذهبية.

وخلال الفترة الممتدة بين انهيار قاعدة الذهب والحرب العالمية الثانية والتي تتطلب سيولة نقدية كافية لم تستطع البنوك المركزية تحقيقه من تغطية بالذهب، أدركت القوى النقدية العالمية ابتداء من سنة 1922 حتمية إعادة بناء النظام النقدي الدولي وذلك بإعادة الاعتبار

(1) مروان عطوان، النظريات النقدية، دار البعث، قسنطينة، الجزائر، 1998، ص 128.

(2) Gerald Braunberger, Frankfurter Allgemeine Zeitung, la responsabilité de la monnaie de réserve, bretton woods et son échec, revue problème économique, 19 janvier 2011, p 19.

للذهب حتى يصبح أساس المعاملات، ولهذا واجهت هذه القوى مشكلة ندرة الذهب وعدم كفايته من جهة وضغط الطلب عليه من جهة أخرى، فخرجت بفكرة جديدة تحقق مزايا قاعدة الذهب، فكانت قاعدة الصرف بالذهب.

حيث في ظل نظام قاعدة الصرف بالذهب تصبح العلاقة بين النقد الورقي والذهب غير مباشرة ومن خلال نقد أجنبي آخر قابل للإبدال بالذهب.

ومن بين أهم مميزات قاعدة الصرف بالذهب يمكن ذكر ما يلي⁽¹⁾:

- انعكست آلية الصرف بالذهب على العملتين الرئيسيتين الدولار الأمريكي والجنيه الأسترليني، حيث زاد الارتباط بين الدولار وبين غيره من العملات، كما أثرت على وضع الجنيه الإسترليني من خلال ضعف مركزه كعملة ارتكازية.

- تميز نظام الصرف بالذهب عن نظام قاعدة الذهب من خلال أهميته، حيث تضمن نظام الصرف بالذهب الوسائل التي توسع نطاق المعاملات الدولية وتنظيم نظام المدفوعات العالمي ففي البداية استخدمت عملتان الدولار الأمريكي والجنيه الإسترليني كأساس للمعاملات والمدفوعات الدولية بغرض تحقيق الاستقرار النقدي الدولي، ومع مرور الوقت برز دور الدولار كوسيلة للمدفوعات الدولية.

- في ظل قاعدة الصرف بالذهب انتشرت موجة من تخفيضات النقد التنافسية بالنسبة لأهم العملات الدولية في نهاية العشرينات والنصف الأول من الثلاثينات، وهذا بهدف تشجيع الصادرات والإقلال من الواردات، كل هذا أدى إلى عدم الاستقرار في التعامل النقدي الدولي وضعف المحاولات لتحقيق نوع من التعاون النقدي الدولي⁽²⁾.

2- 1- 3- النظام النقدي الورقي الإلزامي: مع مرور الوقت انفصل النقد الورقي عن النقد المعدني وأصبح نقدا بحد ذاته يؤدي الوظائف النقدية بشكل كامل.

وبذلك أصبحت إعادة الصلة بين النقد الورقي والذهب أمرا متعذرا، بحيث أصبح النظام السائد في كل دول العالم هو النظام الورقي.

وخلال النصف الأول من الثلاثينات ألغيت قابلية إبدال معظم النقود الورقية ماعدا الدولار الأمريكي، وبعد ذلك حاولت بعض الدول إعادة قابلية الإبدال لعملتها كما هو الحال بالنسبة لفرنسا وإنجلترا لكنها فشلت في ذلك واضطرت إلى إلغاء قابلية الإبدال ثانية بعد فترة قصيرة.

(1) متولي عبد القادر، الاقتصاد الدولي النظرية والسياسات، مرجع سبق ذكره، ص 249.

(2) مروان عطوان، النظريات النقدية، مرجع سبق ذكره، ص 76.

إن إيقاف قابلية الإبدال أتاح للدول إمكانية واسعة جدا في تنظيم التداول النقدي، مما زاد من أهمية السياسة النقدية كوسيلة فعالة في التأثير على النشاط الاقتصادي⁽¹⁾.

2- 1- 4- الدولار الأمريكي ودوره في نظام "بريتون- وودز": في هذه الفترة من تاريخ العلاقات النقدية الدولية احتل الدولار الأمريكي دورا مميزا في النظام النقدي الدولي، حيث أصبح الدولار الأمريكي العملة الاحتياطية الأولى، ومكونا رئيسيا من مكونات السيولة إلى جانب الذهب، وقد وقفت وراء هذا الدور المتعاظم للدولار عوامل موضوعية وظرفية، منها بقاء الولايات المتحدة الأمريكية بعيدة نسبيًا عن الآثار المدمرة للحرب العالمية الأمر الذي جعل اقتصادها وبنيتها التحتية قوية بالمقارنة مع بقية العالم خاصة أوروبا الحليفة التي دمرتها الحرب التي كانت تلجأ إلى الولايات المتحدة لإمدادها بالمساعدة الاقتصادية والعسكرية محولة إليها معظم رصيدها الذهبي، فتجمع لدى الولايات المتحدة الأمريكية حينها أكبر رصيد ذهبي في العالم⁽²⁾.

وفي عام 1945 بلغ الاحتياطي الذهبي الرسمي في الولايات المتحدة حوالي 60 بالمائة من الاحتياطي الذهبي الدولي بكامله في ذلك العام، وميزان المدفوعات الأمريكي كان يحقق فائضا كبيرا، والاقتصاد يتطور بسرعة هائلة، كما أن التضخم قد تمت السيطرة عليه بتثبيته في حدود معقولة.

إن إعادة بناء اقتصاديات الدول الأوروبية بعد الحرب كانت تتطلب مبالغ كبيرة جدا من العملات الأجنبية وبشكل خاص الدولار، ولقد حصلت أوروبا الغربية من مشروع مارشال الأمريكي على قسم مهم من هذه المبالغ، وبموجب هذا المشروع حصلت 16 دولة أوروبية غربية على حوالي 17 مليار دولار، حيث 60 بالمائة من هذه المبالغ قد استعملت من قبل هذه الدول في شراء السلع والتجهيزات الأمريكية مما ساهم في تطوير الاقتصاد الأمريكي وزيادة معدلات نموه بشكل ملحوظ، خاصة خلال سنوات تنفيذ مشروع مارشال بين عامي 1948-1951⁽³⁾.

إن تفاقم الأزمات النقدية الدولية واشتداد الصراع على اكتساب الأسواق الخارجية لزم التفكير جديا حول إيجاد برامج وخطط لإصلاح النظام النقدي الدولي بهدف تحقيق نوع من التعاون النقدي الدولي وبالتالي خلق درجة مناسبة من الاستقرار في التعامل الدولي.

(1) مروان عطوان، النظريات النقدية، مرجع سبق ذكره، ص 76

(2) هجير عدنان زكي أمين، الاقتصاد الدولي النظرية والتطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص 299

(3) مروان عطوان، أزمات الذهب في العلاقات النقدية الدولية، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 1995، ص 70.

وعليه في عام 1945 اجتمع مندوب 44 دولة في (بريتون - وودز) في الولايات المتحدة الأمريكية بهدف وضع الأسس العامة لإقامة نظام نقدي دولي جديد.

لقد كان الدولار العملة الوحيدة القابل للإبدال بالذهب خارجيا وهو يعتبر بمثابة الأساس الذي ارتكز عليه النظام النقدي الدولي منذ عام 1944 بموجب اتفاقية بريتون وودز.

وبداية من 1945 وحتى 1971 كان الدولار قابلا للإبدال خارجيا بالذهب للسلطات الرسمية وذلك يعني أن السلطات النقدية الأجنبية الممثلة في البنوك المركزية التي يوجد لديها أرصدة بالدولارات تستطيع إبدالها بالسعر الرسمي 35 دولارا للأونصة.

إن النظام النقدي الذي نتج عن اتفاقية بريتون - وودز كان نظام الصرف بالذهب، وحيث إن الدولار الأمريكي كان في تلك الفترة هو العملة الوحيدة القابلة للإبدال بالذهب مع توافر احتياطي ذهبي كبير جدا لدى الولايات المتحدة الأمريكية، لذلك كان الدولار يشكل العملة الاحتياطية الاستنادية بالنسبة لبقية الدول.

إلا أنه منذ النصف الثاني من الخمسينات انتعش الاقتصاد الأوروبي وظهرت أوروبا كقوة اقتصادية مهمة منافسة للولايات المتحدة في الأسواق الدولية، كما أن اعتماد الدول الأوروبية على السلع الأمريكية أخذ يضعف (انخفاض وارداتها من الولايات المتحدة) كل ذلك تسبب في انخفاض الصادرات الأمريكية بشكل عام، والصادرات إلى هذه الدول بشكل خاص وأدى إلى ظهور العجز في ميزان المدفوعات الأمريكي خلال الفترة (1958 - 1960) كان هذا العجز بحدود 3 مليارات من الدولارات سنويا، مما استدعى القلق داخل وخارج الولايات المتحدة، ورغم الإجراءات التي اتخذت لتخفيف هذا العجز إلا أنه بقي بحدود 2.5 مليار دولار خلال الفترة (1961 - 1964)⁽¹⁾.

إن أسباب ظهور بؤادر الأزمة النقدية الدولية في الستينات لا تعود لمقدار العجز في ميزان المدفوعات الأمريكي فقط، بل إلى أسلوب تغطية هذا العجز، حيث إن معظم دول العالم كانت تلجأ لتغطية عجز موازين مدفوعاتها بالذهب، أي خروج الذهب، وهذا هو السبب الرئيسي لتجمع الاحتياطات الذهبية الدولية لدى الولايات المتحدة، إن نظام الصرف بالذهب قد أتاح للولايات المتحدة أن تحصل على وضع خاص ومتميز للدولار في النظام النقدي الدولي الذي قام على أساس اتفاقيات بريتون - وودز، حيث إن الولايات المتحدة لم تكن تشعر بوطأة العجز في ميزان مدفوعاتها كبقية الدول، لأن إجمالي العجز في ميزان المدفوعات الأمريكي خلال الفترة (1958 - 1970) كان يتم تغطية 25 بالمائة منه تقريبا بالذهب، أما الباقي 75

(1) نفس المرجع السابق، ص 201.

بالمائة فقد كانت تجري تغطيته من خلال زيادة المديونية الأمريكية القصيرة الأجل تجاه الخارج (إصدار دولارات ورقية)، وهذا ما كان يتسبب في تراكم أرصدة هائلة بالدولارات لدى البنوك المركزية الأجنبية - الأوروبية خاصة.

وبذلك فإن استمرار العجز في ميزان المدفوعات الأمريكي كان يقابله زيادة الاحتياطات النقدية لدى الدول الأخرى بالدولار، وبالتالي تزايد المديونية الأمريكية تجاه الدول الأخرى. وعليه فإن تصاعد العجز في ميزان المدفوعات الأمريكي أدى إلى تدهور بوادر تراجع الثقة بالدولار وبقيمتها المعلنة (عند 35 دولارا لكل أونصة ذهب).

إن تزايد مديونية الولايات المتحدة القصيرة الأجل تجاه الخارج، والتي وصلت إلى حدود كبيرة جدا خلقت الشكوك العميقة حول إمكانية السلطات النقدية الأمريكية على الوفاء بتعهداتها من حيث ضمان إبدال الدولارات التي بحوزة البنوك المركزية الأجنبية إلى الذهب.

في منتصف الستينات وجه الرئيس الفرنسي ديغول انتقادا شديدا إلى النظام النقدي الدولي الذي يقوم على الدولار ولسياسة الولايات المتحدة التي تتبعها في تغطية عجز ميزان مدفوعاتها، وطلب من الحكومة الأمريكية إبدال الدولارات الموجودة لدى بنك فرنسا إلى ذهب وبالفعل قامت فرنسا بإبدال كمية كبيرة من الدولارات بذهب من الولايات المتحدة.

الأمر الذي دعا بعض الدول الأوروبية في نهاية الستينات إلى مطالبة الولايات المتحدة الأمريكية بمبادلة الأرصدة الدولية التي كانت في حوزتها إلى ذهب وكانت الولايات المتحدة في تلك الفترة قد فقدت الجزء الأكبر من رصيدها الذهبي⁽¹⁾.

وبذلك انخفضت الأرصدة الذهبية الأمريكية من 22.8 مليار دولار إلى 18.8 مليار دولار عام 1958⁽²⁾.

لقد أدى ذلك إلى إنزال ضربة شديدة بالدولار الأمريكي، حيث اتخذت الولايات المتحدة في عام 1971 واحدا من أهم القرارات في التاريخ النقدي لفترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، يقضي بإلغاء قابلية إبدال الدولار بالذهب، وتخفيض قيمة الدولار، وقد نص هذا القرار على ما يلي⁽³⁾:

أ - إلغاء قابلية إبدال الدولار بالذهب، التي كان معمولا بها قبل عام 1971 بالنسبة للهيئات الرسمية الأجنبية، وبذلك لم يعد الدولار قابلا للإبدال بالذهب لأية جهة كانت.

(1) هجير عدنان زكي أمين، الاقتصاد الدولي النظرية والتطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص 299.

(2) موسى ابراهيم، العلاقات الاقتصادية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 147.

(3) مروان عطوان، ازمام الذهب في العلاقات النقدية، مرجع سبق ذكره، ص 143.

ب- تخفيض قيمة الدولار بنسبة 8 بالمائة تقريبا، ليصبح سعر الأونصة 38 دولارا، وبذلك لم يعد هناك أية أهمية عملية للسعر الرسمي للذهب حيث إن الدولار قد أوقفت قابلية إبداله بالذهب تماما.

وهكذا أدت نتائج هذا القرار إلى انهيار النظام النقدي الدولي الذي قام بعد الحرب العالمية الثانية، بموجب اتفاقية بريتون وودز، والتي اعتبرت الدولار الأمريكي القابل للإبدال بالذهب أساسا للنظام النقدي الدولي.

2- 1- 5- الدولار وأسعار الصرف المرنة: إن الأرقام التي أعلنتها وزارة التجارة الأمريكية في بداية 1973 عن حالة ميزان المدفوعات كانت مخيبة لكل التوقعات خاصة فيما يتعلق بالحساب التجاري، إذ كشف عن عجز قدره 6.8 مليار دولار مقارنة بعجز قدره 2.7 مليار دولار عام 1971، واتجه الهروب نحو العملات الأوروبية القوية والين الياباني، وكنتيجة لظاهرة الهروب من الدولار وتوقف الدول الأوروبية واليابان عن دعمه، أعلنت الولايات المتحدة الأمريكية في 13 فبراير 1973 عن تخفيض لقيمة الدولار بنسبة 10 بالمائة وزيادة القيمة الاسمية للذهب، حيث انتقلت من 38 دولارا إلى 42.22 دولارا.

ويعتبر التخفيض الثاني لقيمة الدولار بمثابة إعلان فقدان الدولار لمكانته كنقطة ارتكاز في النظام النقدي الدولي، كما يعتبر تخلي البلدان الأوروبية واليابان عن التزاماتها بالتدخل في أسواق النقد لتدعيم الدولار وكذا السماح بتقويم عملاتها، بمثابة انتهاء العمل بنظام بريتون وودز.

وعليه يمكن اعتبار نظام بريتون وودز صالحا في الظروف التي أعقبت الحرب حيث أدى نظام استقرار أسعار الصرف دورا في تحقيق الاستقرار النقدي اللازم لنمو التجارة الدولية، على عكس ما شهدته فترة الثلاثينات من تقلبات عنيفة في أسعار الصرف، أما السبب الذي أدى إلى انهيار هذا النظام، فيرجع إلى العجز السريع والمتنامي لميزان المدفوعات الأمريكي وإلى تضخم الأسعار الذي تصاعد بمعدلات كبيرة أثرت على حركة التبادل التجاري الدولي.

في 19 مارس 1973 اتبعت الدول نظام سعر الصرف المرن، ففي أوائل السبعينات هبطت قيمة الدولار هبوطا كبيرا، وقد حاولت البنوك المركزية إنقاذ نظام بريتون وودز وذلك عن طريق تخفيض قيمة الدولار، أي تخفيض قيمته الثابتة من مستوى إلى آخر، ولكن باءت هذه المحاولات بالفشل وبدا سعر الصرف المرن اعتبارا من سنة 1973، وقد تذبذب الدولار في مدى 10 بالمائة بين 1973 إلى 1980، ثم بدا تصاعده السريع إلى القمة في 1985 بمقدار حوالي 60

بالمائة أعلى من متوسط مستوى 1980 وحتى بين 1988 - 1989، فإن الدولار قد هبط تقريبا إلى ما كانت عليه قيمته في سنة 1980⁽¹⁾.

مكانة الدولار الأمريكي أمام الأورو في الاقتصاد العالمي:

يمكن المقارنة بين استخدام الأورو كعملة دولية وبين استخدام الدولار في الاقتصاد العالمي من خلال النقاط التالية⁽²⁾:

أ - الدولار الأمريكي هو عملة الاحتياطي العالمي حيث تحتفظ البنوك المركزية في معظم دول العالم باحتياطات كبيرة من الدولارات الأمريكية لتلبية احتياجاتها من السلع والخدمات المستوردة، إن احتياطات النقد الأجنبي المسعرة بالدولار تضم نحو ثلثي إجمالي العالم من الاحتياطات الرسمية بالنقد الأجنبي والجدول التالي يبين ذلك: حيث تظهر البيانات الواردة في الجدول رقم 1، إن احتياطات النقد الأجنبي المسعرة بالدولار تضم نحو ثلثي إجمالي العالم من الاحتياطات الرسمية بالنقد الأجنبي المعرف تكوين عملاتها.

الجدول رقم 1: نصيب الدولار والأورو من إجمالي الحيازات الرسمية للاحتياطات الدولية من العملات الأجنبية 1999 - 2009

الوحدة: (النسبة المئوية)

السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004
الدولار الأمريكي	71.0	71.1	71.5	67.1	65.9	65.9
الأورو الأوروبي	17.9	18.3	19.2	23.8	25.2	24.8
باقي العملات	11.1	10.6	9.3	9.3	8.9	9.3
السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	
الدولار الأمريكي	66.9	65.5	64.1	64.1	62.2	
الأورو الأوروبي	24.0	25.1	26.3	26.3	27.3	
باقي العملات	9.1	9.4	9.6	9.6	10.5	

Source: International Monetary Fund (IMF), International Financial Statistics, Annual Report, 2010.

⁽¹⁾ سامي خليل، نظرية الاقتصاد الكلي، الجزء الأول، المفاهيم والنظريات الأساسية، مطابع الأهرام كرنيش النيل، 1994، ص 544.

⁽²⁾ احمد فايق الدولار الأمريكي في هبوط إلى أين، شوهده على الموقع <http://www.ahewar.org> تاريخ

باعتبار الدولار الأمريكي العملة الارتكازية الأولى منذ نهاية الحرب العالمية الثانية وعلى الرغم من انخفاض دوره نسبيا بعد انهيار نظام بريتون وودز عاد ليكون أكثر العملات استعمالا كعملة احتياطية دولية، وتأتي الصين في المركز الأول بين دول الاحتياط الكبرى من الدولار حيث بلغ عام 2012 قيمة 33332.949 مليار دولار⁽¹⁾.

حيث إن نصيب الدولار الأمريكي في الاحتياطيات الدولية انخفض من 71 بالمائة في عام 1999 إلى 62.2 بالمائة في عام 2009 مقابل زيادة في دور الأورو من 17.9 بالمائة عام 1999 إلى 27.3 بالمائة عام 2009.

ب- الحجم الكبير من مبادلات الصرف الأجنبي تتم بالدولار الأمريكي في السوق الدولي للعملات الفوركس (FOREX)، كما توضح بيانات الجدول رقم 2:

الجدول رقم 2: نصيب العملات الرئيسية في الصفقات الدولية للعملات:

2010	2007	2004	1998	
%84.9	%85.6	%88	% 86.8	الدولار
%39.1	%37.0	%37.4		الأورو
%19.0	%17.2	%20.8	%21.7	الين
%12.9	%14.9	%16.5	%11.0	الجنيه الإسترليني
%7.6	%6.6	%6.0	%3.0	الدولار الأسترالي
%6.4	%6.8	%6.0	%7.1	الفرنك السويسري

Source: Christian de boissieu, de la crise à la guerre des monnaies revue problème économique, n°3011, 19 janvier 2001, p04.

حيث إن حجم التبادل العالمي بالدولار حول العالم يتعدى 85 بالمائة من مجموع العملات خلال الفترة (1998 - 2010) والذي يفوق 4000 مليار دولار يوميا⁽²⁾.

ت- إن 50 بالمائة من صادرات العالم تتم بالدولار الأمريكي، بما فيها النفط.

ث- الدولار الأمريكي مدعوم باقتصاد أمريكي قوي، والاقتصاد الأمريكي مدعوم بقوة عسكرية كبيرة جدا وتحاول التسلط على العالم.

⁽¹⁾ Manuel de statistiques de la CNUCED, UNCTAD HANDBOOK of statistics, UNCTAD, 2013, P380

⁽²⁾ christian de boissieu, de la crise à la guerre des monnaies, revue problème économique, n°3011, 19 janvier 2001, p04

ج- أظهرت قيمة احتياطات المصارف المركزية العالمية والبالغة 7500 مليار دولار حتى نهاية أيلول 2009، أن 62 في المائة منها كان بالدولار متخطياً اليورو الذي سجل 28 في المائة.

أسباب تذبذب سعر صرف الدولار الأمريكي:

يمكن إرجاع أسباب تذبذب سعر صرف الدولار الأمريكي إلى عدة أسباب مالية وفنية ونقدية وعسكرية وأسباب دولية وأسباب أخرى يمكن إجمالها في الآتي:

أ- العجز المزمع والمتنامي في الميزان التجاري الأمريكي: الرغبة في تخفيض العجز في الحساب التجاري الأمريكي الذي وصل إلى مستويات قياسية إذ إنه حسب بيانات الجدول رقم (3) قد وصلت إلى قيمة 800.6 مليار دولار خلال عام 2006 مقارنة بنحو 385، 450، 519.1، 628.5، دولار خلال سنوات 2001، 2002، 2003، 2004، 2005، وبلغ العجز في الميزان التجاري نحو 713.52، 81.63، 440.42 مليار دولار خلال سنوات 2007، 2009، 2012 على التوالي.

الجدول رقم 3: رصيد الميزان التجاري خلال الفترة 2001 - 2012

الوحدة: (مليار دولار)

السنوات	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
رصيد الميزان التجاري ❖	-385	-450	-519.1	-628.5	745.8	800.6	713.3
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012		
رصيد الميزان التجاري ❖❖	681.3	381.6	449.4	457.7	440.4		

المصدر: ❖❖ صندوق النقد الدولي، آفاق الاقتصاد العالمي، سبتمبر 2001، ص 195

❖ Intenationl Monetary Fund(FMI), Data and statistics, principal global indicators

حيث إن انخفاض قيمة العملة سيعمل على تحفيز الصادرات وجعلها أكثر رواجاً لدى المستهلكين في أنحاء العالم كما يخفض من حجم المستوردات التي يستهلكها الأمريكيون بسبب غلاء المنتجات المستوردة عما كانت عليه سابقاً.

وعليه فإن أحد أسباب انخفاض الدولار هو زيادة العجز في الميزان التجاري الأمريكي، أي اتساع الفجوة بين ما تصدره الولايات المتحدة وبين ما تستورده يسهم في تخفيض الدولار.

ب- الضغوط المتنامية على الموازنة العامة للدولة: تزايد حدة أزمة السيولة في الولايات المتحدة الأمريكية مع تفاقم عجز الموازنة الأمريكية حيث استمر ارتفاع عجز الموازنة الأمريكية من 157.8 مليار دولار عام 2002 إلى 1412.7 مليار دولار عام 2009 ثم إلى 1555.6 مليار دولار عام 2010 والجدول رقم (4) يوضح وضعية الميزانية العمومية الأمريكية.

الجدول رقم (4): رصيد الموازنة الأمريكية السنوي 1999- 2010:

الوحدة: (مليار دولار)

السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004
رصيد الموازنة الأمريكية	125.6	236.2	128.2	157.8-	377.6-	412.7-
السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010
رصيد الموازنة الأمريكية	318.3-	248.2-	160.7-	458.6-	1412.7-	1555.6-
السنوات	2011	2012	2013			
رصيد الموازنة الأمريكية	1299.59-	1086.96-	1086.963-			

Source: Office of management and budget, budget of the U.S government, historical tables, fiscal years 20145, p23-23

وترجع الضغوط على الميزانية إلى عوامل سياسية وعسكرية وفق ما يلي⁽¹⁾ (20):

- فعلى الصعيد السياسي، ترفض الإدارة الحالية رفع الضرائب لزيادة الإيرادات العامة على خلفية الوعود التي قطعتها على نفسها خلال الحملة الانتخابية بتخفيض الضرائب 350 مليار دولار خلال الفترة (2000 - 2010).

- وعلى الصعيد العسكري، شهد الإنفاق العسكري الأمريكي تنامياً ملحوظاً كنتيجة مباشرة للمغامرات العسكرية في كل من أفغانستان والعراق.

فالارتفاع المستمر لعجز الموازنة الأمريكية ابتداء من عام 2002 دفع بالولايات المتحدة الأمريكية إلى الاستدانة من الخارج، حيث ارتفع حجم الدين العام الأمريكي من 11875 مليار دولار عام 2009 ليرتفع إلى 13786 مليار دولار عام 2010، ويصل إلى 15768.621 مليار دولار في جوان 2012.

⁽¹⁾ مجلة البنك الأهلي المصري، بعنوان تراجع الدولار " الأسباب والتداعيات"، النشرة الاقتصادية تصدرها إدارة

البحوث، المجلد الستون، العدد الرابع، القاهرة، 2007، ص 06.

ت- التباطؤ في الاقتصاد الأمريكي، حيث لجأت السلطات النقدية إلى تخفيض الفائدة بسبب الأزمة المالية العالمية 2008 مقابل البنك المركزي الأوروبي والياباني، وبسبب تراجع النمو الاقتصادي الأمريكي من نسب 1.9 بالمائة إلى 0.7 بالمائة في بداية عام 2001 عمد البنك المركزي الأمريكي إلى خفض الفائدة على الدولار من 6.5 إلى 6 بالمائة لدعم حركة الاقتراض، وتفاديا لركود اقتصادي محتمل عمد البنك المركزي إلى تخفيض الفوائد على دفعات لتصل إلى 3.75 بالمائة في 2002 لتصبح أقل من مستواها في أوروبا، وواصل البنك الفيدرالي الأمريكي تخفيض الفوائد حتى جوان من عام 2003 لتتخفف إلى نسبة 1 بالمائة أدنى مستوى له.

وفي جوان عام 2004 قررت الولايات المتحدة الأمريكية البدء في مرحلة جديدة من الفوائد المرتفعة ويخطى متسارعة لتصل إلى حوالي 5.7 بالمائة ثم لتعاود انخفاضها من جديد وبدءا من عام 2007 وصلت إلى 5.02 بالمائة، لتصل عام 2008 إلى 1.98 بالمائة، هذا في الوقت الذي سجلت فيه الفائدة الأوروبية ارتفاعا من 2.11 بالمائة في عام 2002 إلى 4.28 في عام 2007 ولتشكل 4.86 بالمائة في عام 2008⁽¹⁾.

ث- سياسة مدروسة ومتمعدة من قبل الحكومة الأمريكية والقائمة على تخفيض الدولار، لتدعيم اقتصادها وزيادة صادراتها أمام الواردات، ومن ثم تعديل العجز في الميزان التجاري الى جانب الرغبة في تسديد الديون الخارجية.

ج- حيث السياسة الأمريكية الخارجية بقيادة الرئيس الأمريكي جورج بوش كانت قد استنفذت كل الفائض المالي الذي حققته إدارة الرئيس كلينتون والذي كان يقدر بـ 256 مليار دولار في أقل من ثلاث سنوات ليتحول إلى عجز مالي يقدر بـ 455 مليار دولار أمريكي بسبب حروبها الموسعة في كل من أفغانستان والعراق، مما أسهم كثيرا في إضعاف قيمة الدولار الأمريكي⁽²⁾.

ح- إن روسيا لا تباع البترول أو النفط بالدولار الأمريكي، بل تبيعه باليورو مما أدى إلى زيادة الطلب على العملات الأخرى وانخفاض الطلب على الدولار الأمريكي.

خ- إقبال العديد من البنوك المركزية في العالم على تنويع احتياطياتها من العملات الارتكازية للتحويل على حساب الدولار، ومن خلال تحويل جزء من احتياطياتها الدولارية إلى الاورو وذلك لتفادي الانخفاضات في سعر صرف الدولار أمام الأورو.

⁽¹⁾ راتول محمد، معزز لقمان، انعكاسات تقلبات أسعار الصرف - الدولار والايورو على أسعار النفط العالمية،

دراسة قياسية تحليلية (1999 - 2010)، مجلة النفط، عدد 2010، ص 05.

⁽²⁾ احمد فايق، مرجع سبق ذكره، ص 02

د- يؤثر بنك الاحتياطي الاتحادي (البنك المركزي الأمريكي) على السياسة النقدية الدولية وأسعار الصرف الأجنبية عن طريق رفع أسعار الفائدة، مما يدفع الأجانب إلى الاستثمار في الصناديق الأميركية، وخلال هذه العملية سيحولون عملات بلادهم إلى الدولار فيزيد الطلب على الدولار وترتفع قيمته.

وفي خطوة تالية يقوم بنك الاحتياطي بشراء دولارات مقابل عملة أجنبية (الين الياباني مثلاً) مما يزيد من قيمة الدولار أيضاً وتخفض قيمة الين، ثم يقوم ببيع الدولار مقابل الين مما يقلل قيمة الدولار ويزيد من قيمة الين.

ومهما حاولت أميركا هندسة انخفاض في سعر صرف الدولار فإن بعض الشركاء التجاريين لها مثل الصين واليابان وبعض دول جنوب شرق آسيا والتي تعتمد على التصدير لأميركا، تحاول إبطال مفعول هذه الهندسة من خلال شراء سندات أميركية. وبمعنى آخر تستثمر هذه الدول بعض فوائدها التجارية في أصول بالدولار بدلاً من تحويل كل قيمة صادراتها إلى عملاتها المحلية.

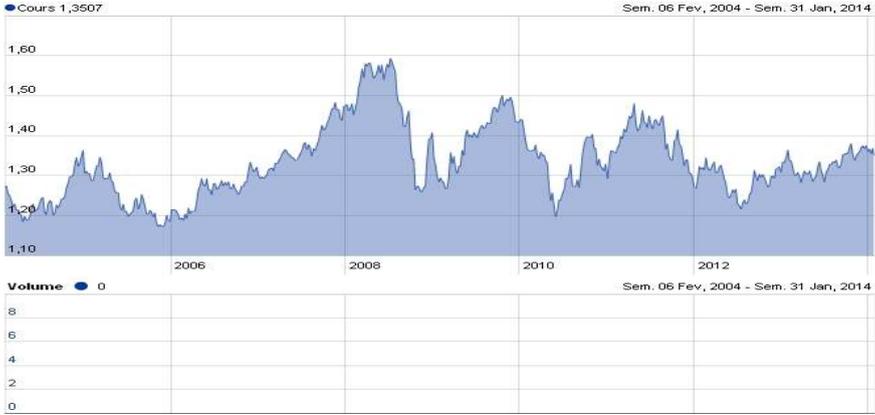
ذ- أميركا أفرطت في إصدار النقد لأنها اعتمدت على أن يكون ليس محلياً فحسب، وإنما عالمياً كذلك.

ر- زيادة في تدفقات رأس المال الخاص إلى خارج الولايات المتحدة الأميركية مما يضعف قيمة دولار عالمياً، وتتحول هذه التدفقات إلى أوروبا منطقة اليورو الذي هو العملة المنافسة للدولار الأميركي في التجارة العالمية، وهذا ما أدى إلى ارتفاع اليورو مقابل الدولار.

ز- إن تراجع الدولار أمام اليورو 40 بالمائة بين عامي 2002 و2009، وذلك سببه الأعظم كان في تزايد الديون الأميركية أكثر من الضعف (من 5.9 تريليون دولار في 2002 إلى أكثر من 13 تريليون دولار في 2010)، إلى أن جاء تأثير أزمة الديون السيادية في اليونان على أسعار العملات الرئيسية في العالم، حيث تراجعت الثقة في العملة الأوروبية اليورو ووصلت إلى أدنى مستوياتها مقابل الدولار خلال عام 2009 لتصل إلى حوالي 1.2938 دولار بعد أن تجاوز 1.5 دولار خلال الفترة من (منتصف 2007 إلى 2009)، وقد طال عدم الاستقرار نتيجة أزمة الديون السيادية كثيراً من العملات الدولية مثل الجنيه الإسترليني والين الياباني والون الكوري، وهو ما فرض مزيداً من المخاطر على التعاملات المالية والنقدية والتجارية في

العالم⁽¹⁾، إلا أنه بمجرد بداية التعافي من الأزمة في أوروبا بدأ الدولار في الانخفاض مجدداً أمام الأورو بداية من سنة 2012 كما هو موضح في الشكل الموالي لتطور الدولار مقابل اليورو، وضعف الدولار هذا كان مسموحاً نوعاً ما من قبل الحكومة الأمريكية وذلك حتى تقوم بتسييد ديونها بعملة أرخص.

الشكل رقم (1): سعر الصرف المتبادل بين الأورو والدولار خلال الفترة 1999 - 2013



انعكاسات تراجع سعر الدولار على الاقتصاد العالمي.

• السلبيات:

- إن انخفاض سعر صرف الدولار يؤثر سلباً على كل المصدرين العالميين من خارج أمريكا وعلى رأس القائمة الاتحاد الأوروبي واليابان والصين، وهذا ما حدا باليابان إلى تخفيض سعر عملتها أيضاً أمام اليورو للحد من أثر تراجع سعر صرف الدولار على صادراتها.
- تآكل الاحتياطات الرسمية بالدولارات، ذلك أن هبوط سعر صرف الدولار بنسبة ما يعني بصورة آلية تراجع قيمة الاحتياطات الدولارية بذات النسبة.
- ارتفاع أسعار السلع المصدرة من أوروبا، وهو الأمر الذي من شأنه رفع عبء فاتورة الواردات لا سيما لدى الدول التي تعتمد أنظمتها النقدية على التثبيت مقابل الدولار.
- هبوط القوة الشرائية لحصيلة الصادرات المقومة بالدولار، وتآني القوة الشرائية لأسعار النفط في مقدمة تلك الصادرات.

⁽¹⁾ مرثيات مجلس الغرف السعودية حول أثار أزمة الديون السيادية في اليونان ومنطقة اليورو على الاقتصاد السعودي وعلى اقتصاديات دول مجلس التعاون الخليجي، الإدارة العامة للبحوث والدراسات الاقتصادية، ماي 2010، ص 07.

- اقتصاديات الدول الكبرى ستصبح في كساد وبالتالي ستخفص معدلات النمو الاقتصادي فيها، حيث التأثير سيكون سلبيا على معدلات النمو في الدول التي ترتفع عملتها مقابل الدولار.

- المساهمة في ارتفاع أسعار النفط، ذلك أن تراجع سعر صرف الدولار يدفع الدول المنتجة إلى المحافظة على سعر مرتفع للبترول لتعويض الفارق من خفص قيمة الدولار.

- انخفاض قيمة الدولار سيؤثر سلبا على عائدات بيع سلع الدول النامية في الأسواق الأوروبية واليابانية، ومن جهة ثانية فإن ربط أي عملة وطنية بالدولار يعني ربط معدلات التضخم المحلية وأسعار الفائدة والتي في الولايات المتحدة، الأمر الذي يعكس كل نتائج المشكلات الاقتصادية التي تعاني منها أمريكا على هذه الدول.

- انعكاسات انخفاض قيمة الدولار الأمريكي على اقتصاديات منطقة اليورو، حيث آثار انخفاض قيمة الدولار الأمريكي مقابل اليورو قلق اقتصاديات منطقة اليورو، حيث إن انخفاض الدولار في ظل التدخل المكثف من قبل الحكومات الآسيوية في أسواق الصرف العالمية للضغط على قيمة عملاتها يؤدي - من وجهة نظر الاتحاد الأوروبي - إلى وقوع الجزء الأكبر من عبء خفص عجز الميزان التجاري الأمريكي على عاتقها، بما يؤثر سلبيا على معدل النمو الاقتصادي في المنطقة، في الوقت الذي تتزايد فيه صادرات الولايات المتحدة والاقتصاديات الآسيوية.

- باعتبار أن الدولار هو العملة الاحتياطية الأولى في العالم فيؤدي انخفاض الدولار إلى تحقيق فوائد للذهب فمن جهة سعر الذهب سيزيد عند انخفاض سعر الدولار لأن تسعيرة الذهب تتم بالدولار، ومن جهة أخرى عندما تهبط قيمة الدولار فإن الاستثمارات الأجنبية في الأسهم والسندات الأمريكية ستتهبط، مما يؤثر سلبا على الأسواق المالية ويعزز بصورة غير مباشرة من الطلب على الذهب للأغراض الاستثمارية بارتفاع أسعاره.

• الإيجابيات⁽¹⁾:

- انخفاض أسعار السلع المستوردة من الولايات المتحدة الأمريكية.
- التخفيف من عبء الديون الخارجية للبلدان التي حررت قروضها بالدولار.
- يمكن أن يحقق انخفاض سعر الدولار لمنطقة اليورو انخفاضا في سعر النفط، فتقل تكلفة الطاقة في أوروبا ومناطق استخدام اليورو.

(1) مجلة البنك الأهلي المصري، مرجع سبق ذكره، ص 06.

الآلية التي تتبعها الدول الآسيوية في أسواق الصرف العالمية للحيولة دون ارتفاع قيمة عملاتها

أمام الدولار:

تجاوز احتياطي الصين 03 تريليون دولار في خزيتها في سنة 2013 وذلك لأنها تحرص دائماً على خفض قيمة عملتها مقابل الدولار الأمريكي مما يعمل على تخفيض أسعار التصدير إلى السوق الأمريكية، وبالتالي كلما ارتفعت قيمة عملتها (اليوان) تقوم بضخ المزيد منه إلى الأسواق وطبعاً تشتري مقابله (الدولار الأمريكي) مما يعمل على تثبيت أو رفع قيمة الدولار مقابل عملتها أو بمعنى آخر (خفض عملتها مقابل الدولار)، وعلى نفس المنوال فإن اليابان تمتلك 750 مليار دولار في الخزانة من أجل تخفيض قيمة الين (المتصاعدة منذ 15 عاماً) وبالتالي نستنتج أنه من المستحيل أن تقدم الصين أو اليابان على ضخ الدولار إلى السوق لأن هذا سيؤثر عليهما في المرتبة الأولى.

حيث تسعى الاقتصاديات الآسيوية إلى الحفاظ على خفض قيمة عملاتها لاسيما مقابل الدول الأمريكي من خلال تدخلها بكثافة في أسواق الصرف العالمية، حيث تقوم البنوك المركزية في معظم الدول الآسيوية خاصة اليابان بعمليات شراء للدولار وبيع لعملاتها.

ولقد قامت اليابان على سبيل المثال بالتدخل في أسواق الصرف العالمية على نحو غير مسبوق، حيث خصصت نحو 175 مليار دولار خلال 2003 لهذا الغرض وخصصت حوالي 02 تريليون ياباني بما يعادل (نحو 24 مليار دولار) في سنة 2008 في محاولة لوقف صعوده أمام الدولار.

وعلى الرغم من المؤشرات الإيجابية التي حققها الاقتصاد الياباني، مازالت اليابان تتدخل في سوق الصرف الأجنبي، الأمر الذي يرجع بصفة أساسية إلى اهتمام اليابان بتعزيز النمو الاقتصادي وتأكيد استمراره، وخشيتها من تأثير قيمة الين سلباً على سوق الأوراق المالية، وبصفة خاصة أسهم البنوك اليابانية الكبرى.

من ناحية أخرى نجد أن كلا من الصين وماليزيا وهونج كونج على سبيل المثال تسعى إلى تثبيت عملاتها مقابل الدولار الأمريكي⁽¹⁾.

(1) البنك الأهلي المصري، رؤية تحليلية حول انخفاض قيمة الدولار الأمريكي مقابل العملات الرئيسية، المجلد

الخامس والخمسون، العدد الثالث، القاهرة 2005، ص 40.

الغاية:

إن سياسة الدولار الضعيف هي جزء من آلية الضبط الضرورية التي ستعيد توازن النمو وتقلل من العجز التجاري في أمريكا ، وكذلك تساعد على التحكم في الفوائض الأجنبية والتأثير على الاقتصاد العالمي وزيادة معدلات نموه.

إن انخفاض قيمة الدولار الأميركي يجلي لنا بوضوح المشاكل الرئيسية التي يعاني منها الاقتصاد الأميركي وأهمها العجز في الميزان التجاري والتضخم ، وهما مشكلتان لهما تأثير بالغ على النمو الاقتصادي العالمي وديمومته. وما لم تتفق دول العالم على نظام اقتصادي تتوفر فيه العدالة والمساواة ويراعي مصالح كافة الدول ، فإن الولايات المتحدة ستواصل سيطرتها على ثروات ومقدرات الدول الأخرى عبر الدولار ووسائل أخرى.

وأخيرا ، فإنه من الضروري أن تتسق الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوروبي وكل من الصين واليابان آلياتهم وسياساتهم من خلال أجندة عمل مشتركة لا تهمل المصالح الخاصة لكل طرف ولكن تسعى في ذات الوقت إلى تحفيز معدل النمو الاقتصادي العالمي.

الأزمات المالية الدولية

من الخميس الأسود إلى تسونامي المجنون

/ علة مراد

جامعة الجلفة

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى المسح التاريخي للأزمات المالية الدولية؛ حيث تعتبر أزمة الكساد العالمي Great Depression أول أزمة مالية عالمية بكافة المقاييس، والتي امتدت تأريخياً من سنة 1929 إلى غاية 1933، وأثرت بشكل واضح على كافة المجالات تقريباً، لتليها بعد ذلك أزمات: أكتوبر 1987 والأزمة المالية لسنة 1989 واللذان انعكستا بشكل سلبي وبصورة خاصة على نشاط الأسواق المالية، ليعرف العالم بعد ذلك أزمات مالية في فترة التسعينيات كان من أبرزها أزمة أمريكا اللاتينية وكذا أزمة جنوب شرق آسيا وما أبرزته من المخاطر المترتبة على التوسع المفرط في الاعتماد على الاقتصاد المالي، وأخيراً وليس آخراً الأزمة المالية العالمية 2008 والتي اعتبرها البعض بمثابة تسونامي عصف بالاقتصاد العالمي وهز كيان وعضد النظام الرأسمالي..

المقدمة

لقد اجتاح العالم جملة من الأزمات المالية العالمية العنيفة، بداية بأزمة الكساد العظيم - الخميس الأسود - 1929، وبعدها أزمة الاثنين الأسود سنة 1987، وتلتها أزمة الجمعة اليتيمة أكتوبر 1989، وصولاً إلى أزمة الأسواق الناشئة في التسعينيات وأزمة جنوب شرق آسيا أو كما تلقب بأزمة الاثنين المجنون 1997، لذلك شكل تكرار هذه الأزمات المالية ظاهرة مثيرة للقلق والاهتمام، وتهديداً حقيقياً للاستقرار الاقتصادي والسياسي لدول العالم قاطبة، نتيجة نقل العدوى من بلد لآخر، كما ويمر الاقتصاد العالمي منذ أغسطس 2007 بأزمة مالية غير مسبوقة، نتجت عن مشكلة الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية، التي تسببت فيها القروض العقارية الرديئة (القروض العقارية من الدرجة الثانية أو الأقل جودة) أو ما يسمى Subprime، ومنذ ذلك التاريخ والأزمة تتمدد وتتفاقم وتضرب بأطنابها في جنبات الاقتصاد العالمي، وذلك برغم الجهود الكبيرة التي بذلتها البنوك في الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي وفي دول آسيا ورغم مساندة الدول النامية والدول النفطية للمؤسسات المالية للخروج من الأزمة.

أولاً: الإطار المفاهيمي للآزمات المالية

تعتبر الآزمات المالية من أكثر مواضيع الاقتصاد تداولاً، نظراً لطبيعتها الدورية، وارتباطها بدورات الأعمال، لذا سنتطرق لمفهوم الآزمات المالية وخصائصها، وأهم الأنواع التي تندرج تحتها، وأسباب ظهور هذه الآزمات والمؤشرات الدالة على حدوثها فيما يلي:

1.1. مفاهيم وتصورات حول الآزمات المالية: رغم تعدد المؤلفات حول الآزمات خلال السنوات الأخيرة الماضية، يبقى تقسيم الآزمات وبحث جوانبها أمراً ليس هيناً، لكن يمكن إدراج التعاريف التالية للآزمات على سبيل المثال لا الحصر:

❖ يمكن اعتبار الأزمة كظاهرة، وهي بهذا المعنى تعرف بنتائجها أو مظاهرها: انهيار بورصة، مضاربات نقدية كبيرة ومتقاربة، أو بطالة دائمة مثلاً، هذا النوع من التعريف يحمل في طياته نقصاً لا يمكن تجاهله فهو يضم تحليلاً لآزمات ضبابية مصطنعة برد الأزمة نفسها على أسبابها المحتملة.⁽¹⁾

❖ في مقال بعنوان «مفهوم الآزمات في النظرية الاقتصادية: النظام بالوضوء» أكد J.ATTALI في هذا الصدد: «لا يوجد في نظري نهاية ولا بداية للآزمة» حيث ذكر بأن الأزمة لا تأخذ مفهوماً معيناً نظراً لوجود صعوبات وعوائق أمام محلل الآزمات، خاصة وأن شكل الآزمات يتغير تدريجياً مع تطور الاقتصادات.

❖ تعرف الأزمة على أنها لحظة حرجة وحاسمة تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي أصيب بها، وبالتالي تشكل مشكلة وصعوبة حادة أمام متخذ القرار تجعله في حيرة بالغة من أمره، فالآزمة حسب ما سبق لها بعدان:⁽²⁾

✓ التهديد الخطير للمصالح والأهداف الحالية والمستقبلية.

✓ الوقت المحدد المتاح لاتخاذ القرار السريع والصابئ لحل الأزمة، وإلا فإن القرار يصير غير ذي جدوى في مواجهة الموقف الجديد المفاجئ.⁽³⁾

❖ الأزمة بمعنى آخر هي نتائج مجموعة تتابعات تراكمية تغذي كل منها الأخرى على أن تصل إلى حالة الانفجار.

⁽¹⁾ عبد الأمير شمس الدين، تحليل الآزمات الاقتصادية للأمس واليوم، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، 1992، ص 11.

⁽²⁾ محمد نصر منها، إدارة الآزمات، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004، ص 242.

⁽³⁾ محمد نصر منها، مرجع سبق ذكره، ص 243.

❖ وتعرف الأزمة أيضا بأنها: «حدثٌ يهدد المصلحة القومية، يحدث في ظروف ضيق الوقت وعدم توفير الإمكانيات، ويشأ عن اختلاف وجهات النظر أو وقوع كوارث طبيعية أو اقتصادية تستغل كل قوى الدولة أو بعضها لمواجهتها من خلال حل توفيقى قهري أو إجراء عاجل».⁽¹⁾

2.1. خصائص وأنواع الأزمات المالية:

1.2.1. خصائص الأزمات المالية:

في المسألة الماركسية، تبدو الأزمات الاقتصادية أمراً لا مفر منه، اجتماعية بقدر ما هي اقتصادية ومُغيرة للبنية على الأقل، إن لم تكن مزيلة لها.

1.1.2.1. أزمات محتمة: ترجح حتمية الأزمات إلى إنتاج فائض القيمة وتحويله إلى رأس

مال وينتج عن ذلك تعارض هام بين استخراج وتحقيق هذه القيمة، حيث إن نطاق استخراج فائض القيمة هو المشروع، كما أن تحقيق هذا الفائض للقيمة، هو تحويله إلى ربح من بيع السلع، الذي يتم لاحقاً في السوق.

بالإضافة إلى ذلك؛ لا حد لزيادة فائض القيمة المستخرج، فإنتاج فائض القيمة يمر عبر وسائل عديدة: تشغيل العمالة أو إطالة مدة العمل (فائض قيمة مطلق)، تسريع وتيرة الإنتاج أو تحديث المشروعات (فائض قيمة نسبي)، في المقابل فائض القيمة هو محدود بمنافذ التصريف يجعل التناقض بين استخراج فائض القيمة وتحقيقه.

2.1.2.1. أزمات اجتماعية: لا شك أن الأزمة الاقتصادية في بعدها الاجتماعي تشكل

تصدياً في إعادة إنتاج العلاقات الاجتماعية للإنتاج الفالديد من الرأسماليين الذين لحقهم الإفلاس، لا يستطيعون إعادة تكوين أنفسهم كما في السابق، بالاحتياطي الصناعي المتورم.

كما يبين (A.GRANOU): «تدل الأزمة في تطور المجتمعات الرأسمالية على اللحظة التي لا يمكن فيها للتناقضات والصراعات الاجتماعية أن تجد حلاً، بدون تحول جزئي أو كلي لظروف تواجد الطبقات الاجتماعية».⁽²⁾

3.1.2.1. أزمات مغيرة للبنية: الأزمة بالتأكيد فوضى: اختناق الأسواق، إفلاس،

البطالة...، وهي كذلك إعادة للانتظام، بتدني مرتبة الآلات وإفقال المعامل الأقل ربحاً، إنقاص للقيمة، أي وقف تقييم جزء من رأس المال.

⁽¹⁾ A.Granou, Crise et reproduction des rapports sociaux en occident, en désarroi: rupture du système économique, Paris, Dunod, 1978, P 91.

⁽²⁾ Marx, le capital, Paris, Editions sociales, 1954, P 267.

وفي نفس الوقت، تسهل زيادة جيش الاحتياط الصناعي تعديل شروط العمل والتعويض مصدر تزايد معدل فائض القيمة⁽¹⁾، وينتج عن ذلك إعادة بناء معادلات ربح من نوع «تهيئة توسع لاحق في الإنتاج في الحدود الرأس مالية، وهكذا تصبح الحلقة من جديد مشدودة».

2.2.1. أنواع الأزمات المالية:

تعددت أنواع الأزمات المالية واختلفت، إلا أنه يمكن تصنيفها على النحو التالي:⁽²⁾

1- أزمات مديونية خارجية: وهي أزمات تعني أن بلداً أو مجموعة من البلدان أصبحت غير قادرة على خدمة ديونها الخارجية (تسديدها).

2- أزمات مصرفية: وهي نوع من الأزمات التي يتعرض فيها بنك أو عدد من البنوك لعدم القدرة على مواجهة طلبات سحب الودائع، عند حدوث تدافع شديد للمودعين.

3- أزمات عملة: يحدث هذا النوع من الأزمات عندما تتعرض عملة بلد ما لهجوم مضاري عنيف، يؤدي إلى انخفاض قيمتها انخفاضاً كبيراً، أو إلى إكراه السلطات العمومية لهذا البلد في الدفاع عن عملته عن طريق استنزاف جانب كبيراً من احتياطياته الدولية، أو عن طريق رفع أسعار الفائدة.

4- أزمات مالية شاملة: هي أزمات تتميز باضطرابات شديدة في الأسواق المالية، تضعف من قدرتها على العمل بكفاءة، وتؤدي إلى آثار غير مرغوب فيها بالنسبة للاقتصاد الحقيقي، ويتضمن هذا النوع صوراً مختلفة أهمها ما يلي:

أ- أزمة سيولة: غالباً ما تنتج عن الاندفاع نحو سحب الودائع من البنوك والتي قد تكون بسيطة إذا تعلق الأمر ببنك واحد، حيث يستطيع في هذه الحالة بيع بعض أصوله لمجابهة بعض طلبات المودعين، لكن إذا كان التزاحم على سحب الودائع ظاهرة عامة تتعلق بكل النظام المصرفي، فإن تنافس البنوك على التصرف في أصولها ومحاولة تسيلها يؤدي إلى انهيار قيمتها، ومن ثم تتحول مشكلة السيولة إلى مشكلة عدم القدرة على الوفاء بالالتزامات.

ب- أزمة التوقف عن الوفاء بالالتزامات: وتنتج عن اختلال الهياكل التمويلية للمشروعات، وعدم توافق هياكل الاستحقاق بين أصول وخصوم البنك ومحدودية رؤوس أموالها عندما تتعرض المشروعات والبنوك إلى التعثر وتصبح على وشك التوقف عن الوفاء بالتزاماتها، فتميل إلى الدخول في مجالات استثمار مرتفعة المخاطر أملاً في الحصول على

⁽¹⁾ أحمد يوسف الشحات، الأزمات المالية في الأسواق الناشئة مع إشارة خاصة لأزمة جنوب شرق آسيا، دار النيل للطباعة والنشر، مصر، 2001، ص 14 - 16.

⁽²⁾ أحمد يوسف الشحات، مرجع سبق ذكره، ص 16.

عوائد مرتفعة كبديل من الدخول في مجالات استثمار آمنة منخفضة العائد، وفي كثير من الأحيان ينتهي بها هذا السلوك إلى الإفلاس، كما حدث لبنوك الإقراض والادخار في الولايات المتحدة الأمريكية مطلع الثمانينات.

ج- أزمة انفجار فقاع الأصول: تحدث هذه الأزمة عندما ترتفع أسعار الأصول ارتفاعاً شديداً بسبب هجوم مضاربي عنيف، حيث يعتقد كل مضارب أنه بمعزل عن مخاطر انهيار السوق لأنه يستطيع الخروج منه في الوقت المناسب، أو لتحقيقه مكاسب رأسمالية ضخمة تؤمنه ضد مخاطر الانهيار، ولكن بمجرد عودة أسعار الأصول إلى قيمتها الحقيقية يحدث الانهيار وتنفجر الفقاعة Bubble، وخير مثال عن ذلك أزمة الكساد العظيم في 1929 في وم، وانهيار سوق الأوراق المالية في اليابان عام 1990.

د- أزمة استراتيجيات وقف الخسائر: يحصل هذا النوع من الأزمات عند إصدار المضاربين والتجار أوامرهم بالبيع أو الشراء إلى السماسرة بسعر معين، فإذا ما تم انتشار هذه الممارسات، ومن أشهر الأمثلة على ذلك أزمة أكتوبر 1987 في الولايات المتحدة الأمريكية.⁽¹⁾

2.3.1. مؤشرات الأزمات المالية: بالطبع لا توجد مؤشرات واضحة للدلالة على حدوث الأزمات مستقبلاً بشكل يقيني، وإلا أمكن معالجة الموقف بمجرد ظهورها، ومن ثم إمكانية تجنب الأزمة، ففي الحقيقة هناك مجموعة من المؤشرات الدالة على مواقف تتسم بتزايد مخاطر التعرض للأزمات، والمنهج الشائع للاستخدام هو بناء «نظام للإنذار المبكر»، يعني تحديد مجموعة من المتغيرات الاقتصادية التي يختلف سلوكها في الفترة التي سبقت الأزمة عن سلوكها المعتاد، فمن خلال مراقبة هذه المتغيرات يمكننا التنبؤ بوقوع الأزمة.⁽²⁾

يتسع نطاق المتغيرات، ويتوقف اختيار بعضها دون البعض الآخر على فهم كل شخص لأسباب الأزمة، فإذا كان الاعتقاد السائد أن أسبابها مالية، فسوف يعتمد على العجز المالي، الاستهلاك الحكومي، الائتمانات المصرفية للقطاع العام... وغيرها، أما إذا كان يُعتقد أن مشكلات القطاع الخارجي مسؤولة أكثر عن غيرها من الأزمات، فإن الأولوية سوف تعطى لمؤشرات أخرى مثل: سعر الصرف الحقيقي، ميزان الحساب الجاري، تغيرات معدل التبادل الدولي، تفاوت أسعار الفائدة المحلية وغيرها.

⁽¹⁾ أحمد يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 18.

⁽²⁾ أحمد يوسف الشحات، مرجع سبق ذكره، ص 19.

باستخدام المنهج السابق، أظهرت دراسة أجريت على عينة شملت 53 دولة متقدمة ومتخلفة خلال الفترة: 1975 - 1997 أن سلوك بعض المتغيرات الاقتصادية الأساسية مثل أسعار الصرف، مؤشرات الأسواق النقدية والمالية، قد اختلفت عن سلوكها المعتاد قبل حدوث الأزمة بسنة أو سنتين.⁽¹⁾

مما سبق يمكن القول بأن «نظام الإنذار المبكر» يساعد على:

- 1- التقييم المستمر والدوري لنظم المؤسسات المصرفية في شكل إطار أو هيكل رسمي للتقييم سواء عند الفحص أو بين فترات الفحص.
- 2- التعرف على المؤسسات أو المواقع داخل المؤسسات التي تكون فيها مشاكل أو يحتمل وقوعها.
- 3- المساعدة في تحديد أولويات الفحص والتخصيص الأمثل للموارد الإشرافية والتخطيط المسبق للفحص.
- 4- توجيه الاهتمام والتوقيت السليم من المشرفين على البنوك.

وهناك مخاطر عديدة في أنشطة البنوك تشمل مخاطر الائتمان والسيولة، السوق، مخاطر التشغيل ومخاطر الأعمال..، والاكتشاف المبكر لهذه المخاطر سوف يساعد واضعي السياسات في اتخاذ إجراءات وقائية لمنع حدوثها أو الحد من الآثار المترتبة عليها بتقليل الخسائر لأدنى حد ممكن، إذا لم تكن هناك إمكانية لتجنب هذه المخاطر، بجانب ذلك نجنب تكرار حدوث المخاطر.

ويمكن تصنيف أهم المؤشرات الاقتصادية الدالة على إمكانية تعرض دولة ما لأزمات في سوق الأوراق المالية والعملات في صنفين هما: ⁽²⁾

✓التطورات في السياسة الاقتصادية الكلية.

✓الخصائص الهيكلية للسوق (البنوية).

ثانياً: الأزمات المالية في العلاقات الاقتصادية الدولية:

1.1. أزمة الكساد العظيم 1929/10/24: بعد الأزمات المالية التي اجتاحت معظم دول العالم خلال سنوات الحرب العالمية الأولى، شهدت العلاقات النقدية والمالية الدولية استقراراً

⁽¹⁾ عبد الحكيم مصطفى الشرقاوي - العولة المالية وإمكانيات التحكم في عدوى الأزمات المالية: دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص 38.

⁽²⁾ مؤشر الداو جونز أو الداو 30 وهو مؤشر صناعي لأكبر 30 شركة صناعية أمريكية في بورصة نيويورك أنشئ في 26 مايو 1896، وهو أقدم مؤشر في العالم وكان يحتوي على أكبر 12 شركة أمريكية وكانت أول شركاته شركة جنرال إليكتريك، وبدأت أعداد الشركات المدرجة بالتزايد حتى وصل إلى 30 شركة عام 1928، ومن الشركات التي تم إدراجها في المؤشر شركتا شيفرون وبنك أوف أمريكا في 19 فبراير 2008.

نسبياً بفضل الإصلاحات والتعديلات التي أدخلت على الأنظمة النقدية السائدة، لكن هذا الاستقرار ما لبث أن اختفى مع انفجار الأزمة الاقتصادية العالمية 1929، والتي شملت مجالات الإنتاج، التجارة ومختلف العلاقات النقدية والمالية، حيث بدأت أسعار الأوراق المالية "بورصة نيويورك" بالازدهار منذ عام 1924 واستمرت بالارتفاع على مدى خمس سنوات، إلى أن وصلت أعلى مستوياتها في: 28 أكتوبر 1929 وارتفاع مؤشر داو جونز⁽¹⁾، وارتفاعات شديدة لم يسبق لها مثيل، حيث انتقل المؤشر من 110 نقطة إلى 300 نقطة، بنسبة مقدارها 273٪، وأدى ذلك إلى فقدان وخسارة المستثمرين في عمليات السوق تقدر بحوالي 200 مليار دولار وإفلاس حوالي 3500 بنك في يوم واحد⁽²⁾، وتميزت هذه الأزمة بالتالي:⁽³⁾

1.2.2. خصائص أزمة 1929: لعل من بين أهم الخصائص المميزة لازمة 1929 ما يمكن

ذكره فيما يلي:

- 1- زعزعة الاستقرار النسبي في النظام الرأسمالي برتمته.
- 2- كانت لها صفة الدورية، انطلاقاً من ارتباطها الوثيق بالأزمات الاقتصادية الدورية في النظام الرأسمالي.
- 3- استمرارها لفترة طويلة نسبياً.
- 4- عمق وحدة هذه الأزمة، ففي الولايات المتحدة مثلاً انخفضت الودائع لدى البنوك بـ: 33٪ كما انخفضت عمليات الخصم والاقتراض بمقدار مرتين، ووصل عدد البنوك المفلسة من عام 1929 إلى 1933 أكثر من 10000 بنك، أي حوالي 40٪ من إجمالي عدد البنوك الأمريكية.
- 5- الانخفاض الكبير في مستويات أسعار الفائدة، حيث كان سعر الخصم في بنك إنجلترا خلال الفترة: 1930 - 1933 في حدود 3.1٪ مقابل 5.5٪ في عام 1929، حيث يرجع سبب ارتفاع أسعار الفائدة في بداية الأزمة إلى تزايد الطلب على النقود لسداد القروض السابقة.
- فالمستويات المتدنية لأسعار الفائدة تسببت في إطالة أمد الأزمة، كما أن المقرضين كانوا يغالون في طلب الضمانات على القروض، مما أدى إلى انخفاض الطلب عليها.
- 6- اختلاف مدة وحدة الأزمة من بلد لآخر بشكل كبير.

(1) وليد أحمد صايف، سوق الأوراق المالية ودورها في التنمية الاقتصادية، حالة تطبيقية سوق عمان المالي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 1997، ص 132.

(2) مروان عطون، الأسواق النقدية والمالية (البورصات ومشكلاتها في العالم النقد والمال)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزء الثاني، الجزائر، 2000، ص 100 - 103.

(3) محمد عبد العزيز، الأزمة النقدية في النظام الرأسمالي أصلها وتطورها، مطبعة جامعة بغداد، 1979، ص 104 - 160.

7- ترافق الأزمة بتقلبات حادة في أسعار صرف العملات، مما نتج عنه انهيار النظام الذهبي لمعظم الدول، ففي إنجلترا تم إيقاف قابلية إبدال وتحويل النقود الورقية بالذهب بتاريخ: 21 سبتمبر 1931 وقد نتج عن ذلك تدهور قيمة الجنيه الإسترليني، وعموما تسببت هذه الأزمة في تخفيض قيم العملات الرئيسية الدولية بحوالي (50٪، 85٪).

8- توقف 25 دولة عن سداد قروضها الخارجية ومنها ألمانيا والنمسا.

2.2.2. مظاهر الأزمة: ويمكن إيجازها فيما يلي:⁽¹⁾

هذا الرخاء أدى بالمواطن الأمريكي إلى التوسع في الاقتراض من أجل شراء مختلف المواد الاستهلاكية والأجهزة، فزاد ذلك من حدة الديون وكانت الآراء الاقتصادية واعتمادا على الفكر الكلاسيكي تدعم فكرة أن قوة العرض والطلب سوف تؤدي تلقائيا إلى إعادة التوازن والقضاء على الكساد القائم، خاصة عند اتخاذ البنك الفدرالي الأمريكي قرار التوسع النقدي الذي أدى إلى ارتفاع إنتاج السلع الاستهلاكية وانخفاض البطالة مؤقتا كما اتجه سوق الأوراق المالية إلى صعود لا نهاية له.

ونتيجة للأوضاع المذكورة:

- انصبت المضاربة على سوق الأوراق المالية.
- ارتفعت أسعار الأوراق المالية.
- ارتفعت أسعار أسهم أدنى الشركات.
- زاد عدد المتدخلين في السوق المالي إلى أعداد ضخمة.
- استمرار الحكومة بتوفير القروض السهلة والأجنبية قصد المزيد من ربط الاقتصاديات لدى الأقطار الأوروبية برأس المال الأمريكي.
- زيادة الاستثمارات في مختلف القطاعات من 4000 مليون سنة 1923 إلى 10000 مليون سنة 1929.

كانت الأمور تبدو وكأن الرخاء هو السائد، وأن السياسة النقدية والمالية تجري في الطريق الصحيح، وقبل انتهاء السنة كانت الأسواق المالية الأمريكية قد غمرتها الأزمة وهبطت أسعار الأوراق المالية هبوطا حاداً، وأخذت أسعار السلع في السوق العالمية تنجح إلى الهبوط السريع وفي سنة 1930 تبين حقيقة أن الاقتصاد الأمريكي يواجه أزمة خطيرة وليس مجرد ركود طفيف، واستمرت الدوائر الأمريكية الحاكمة في إصدار المزيد من السندات لتمويل الأشغال العامة للمحافظة على الاستخدام والقوة الشرائية، وفي نفس السنة ارتفعت

⁽¹⁾ منير إبراهيم هندي، الأوراق المالية وأسواق رأس المال، توزيع منشأة الإسكندرية، مصر 1997، ص 602 - 603.

البطالة إلى 8% بعدما كانت 0.9% عام 1925، واستمرت بالارتفاع في السنوات التالية إلى غاية 25.1% سنة 1933.

3.2.2. آثار الأزمة على الدول الصناعية: وتتمثل فيما يلي:

أحدثت الأزمة انهيارات كبيرة في الأسعار لدى الدول الصناعية حيث انتقلت أسعار الجملة في ألمانيا من 137% سنة 1929 سنة 93% سنة 1933، أما في فرنسا فقد انتقلت الأسعار من 137% سنة 1929 إلى 94% سنة 1933، وكذا في اليابان من 166% سنة 1929 إلى 136% سنة 1933.

هذا الانخفاض انعكس مباشرة على انخفاض الأرباح وتراكم رأس المال وعلى النشاط الاقتصادي ككل بارتفاع في معدلات البطالة وانخفاض الأجور، ففي إنجلترا انخفضت الأرباح من 120 مليون جنيه إسترليني سنة 1929 إلى 75.8 مليون جنيه إسترليني سنة 1932 وكذا بالنسبة لألمانيا كانت الأرباح 315 مليون مارك عام 1929 لتتخفف إلى 72 مليون مارك عام 1932.

هذه المعطيات تعطي فكرة عن الميل إلى الانخفاض القوي لمداخل الطبقة الرأسمالية وكل هذا له انعكاسات مباشرة ليس فقط على النشاطات رأس المال الداخلية الخاصة بكل بلد، ولكن على تصدير رأس المال الذي انخفض من 132 مليون دولار عام 1928 إلى 1.6 مليون دولار عام 1933 بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية أما في إنجلترا فقد كان 219 مليون جنيه إسترليني سنة 1928 ينخفض إلى 30 مليون جنيه إسترليني سنة 1933.

إضافة إلى هذا فإنه بين سنتي: 1929 و1933 انخفضت أسعار المنتجات بـ: 45.7% وبصفة عامة فقد شهدت هذه البلدان الصناعية الأساسية الستة (وم أ، اليابان، فرنسا، ألمانيا، إنجلترا، إيطاليا) انخفاضا في دخلها الوطني يقدر بالنصف، كما عرفت التجارة الخارجية انكماشاً بـ: 40% مقارنة بسنة 1929 وبـ: 74% مقارنة بحجمها العادي.

2.2. أزمة وولستريت 1987/10/19:

1.2.2. ظروف حدوث الأزمة: إن الأزمة التي شهدتها أسواق رأس المال الدولية في أكتوبر

1987، والمتمثلة في الانخفاض الكبير والمستمر في أسعار الأوراق المالية، نتجت عن اتجاه أسعار الفائدة نحو الارتفاع، وتوقع حدوث أزمة اقتصادية عامة بسبب تراجع مؤشرات النمو الاقتصادي في معظم الدول بالإضافة إلى عوامل أخرى منها تدهور قيمة الدولار في أسواق الصرف.

كما تعرضت أسعار الأوراق المالية (خاصة الأسهم) إلى انخفاضات متتالية ومتسارعة، مما دفع بجملة الأوراق المالية إلى البيع تجنباً لانخفاضات أخرى في أسعارها، الشيء الذي كان يثير القلق في الأوساط المالية خاصة وأن معظم أصحاب الأوراق المالية كانوا يرغبون في البيع ولا يوجد مشترون.

وقد أدى تفاقم الأزمة في الأسواق المالية إلى تفاقم أزمة الدولار الأمريكي، نظراً لأن جزءاً هاماً من الأوراق المالية محرر بالدولار، ولجوء حملتها إلى بيعها مقابل عملات أخرى قوية، زاد ذلك من العرض وتسبب في استمرار انخفاض قيمة الدولار الأمريكي مقابل العملات الأخرى.

وكان للجوء الحكومة الألمانية على فرض ضريبة بنسبة 10% على الادخارات والاستثمارات تأثيراً سلباً على أسعار الأوراق المالية نتيجة انخفاض عوائدها، بينما يعود ارتفاع أسعار الأوراق المالية في و.م.أ في بداية 1986 إلى زيادة أرباح الشركات الأمريكية ودخول الاقتصاد الأمريكي في نمو اقتصادي متسارع أفضل مما كان متوقعا.

ثم أدى الانخفاض الحاد في أسعار البترول إلى إثارة القلق في الأوساط المالية خاصة البنوك الكبيرة التي قدمت قروضا ضخمة لبعض الدول المنتجة للبترول كالمكسيك.⁽¹⁾

2.2.2. أسباب حدوث الأزمة: لقد اختلفت الآراء حول تحديد الأسباب الحقيقية التي أدت

إلى حدوث أزمة أكتوبر 1987، ولكن يمكننا عموماً الإشارة إلى جملة الأسباب التالية:

أ- أسباب تتعلق بكفاءة السوق: هناك ثلاثة تفسيرات وهي:⁽²⁾ الانهيار هو انعكاس لردود الأفعال المبالغ فيها، حيث تابعت موجات المضاربة للشراء اللاعقلاني المبالغ فيه في أوساط المتعاملين في البورصة وانتقال المدخرين من الاستثمارات الحقيقية إلى الاستثمارات المالية. قيم تفوق بكثير قيمتها لتعود إلى المستويات التي ينبغي أن تكون عليها.

انتشار المعلومات التي تدل على أزمة وشيكة الوقوع بسبب استمرار العجز في ميزان المدفوعات الأمريكية.

ب- أسباب أخرى: ومن بينها:

❖ استمرار العجز في الموازنة الأمريكية، وفي هذا الصدد فكرت حكومة "ريغان" بتخفيض العجز بـ 23 مليار دولار، وذلك بتخفيض النفقات وزيادة الضرائب، وبعد فشل الوعود بإصلاح الأوضاع أدى ذلك إلى فقدان الثقة بالحكومة.

❖ رفع أسعار الفائدة بسبب استمرار العجز في الموازنة الأمريكية، لذلك اضطر البنك الفدرالي الأمريكي إلى رفع أسعار الفائدة على السندات طويلة الأجل من أجل الإصدارات الجديدة من سندات الخزينة، وقد أقدمت كل من اليابان والدول الأوروبية إلى ذلك لمنع خروج رؤوس الأموال.

(1) مروان عطون، مرجع سبق ذكره، ص 214.

(2) رايس مبروك، العولمة المالية وانعكاساتها على الجهاز المصرفي: دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2005، ص 103.

❖ تدهور سعر الدولار الأمريكي أمام العملات الرئيسية، وذلك منذ سنة 1985، وقد لعبت تصريحات وزير الخزانة الأمريكي دورا هاما في إقبال قوي على بيع الأسهم، حيث أقر انه يفضل انخفاض أسعار صرف الدولار على رفع أسعار الفائدة، مما أدى بالكثير من المستثمرين إلى التخلص من الأسهم التي بحوزتهم مقابل السندات والودائع ذات العائد الثابت.

❖ اعتماد الأسواق المالية على أجهزة الكمبيوتر حيث تبرمج هذه الأجهزة على أساس أوامر الشراء والبيع، كما تحتوي على برامج تعطي مؤشر إنذار مبكر بمجرد هبوط الأسعار إلى حد معين، فيقوم الكمبيوتر بإصدار أوامر بالبيع، كما أن التغيرات في أسعار العملات والأسهم، زادت من انخفاض الطلب عليها، مما أحدث فوضى أدت إلى المزيد من الانهيار.

3.2.2. نتائج الأزمة: استناداً إلى المؤشرات السابق ذكرها، توقع العديد من الاقتصاديين وقوع أزمة تفوق في حداثها أزمة 1929 وفي يوم 17 أكتوبر 1987، بلغت أسعار الأوراق المالية أدنى مستوى لها، حيث بلغ مؤشر "داو جونز" 502 نقطة مخلفاً خسارة تقدر بـ: 500 مليار دولار، خاصة وأن بورصات القيم المنقولة كانت تستعمل النظام الآلي لإصدار أوامر البيع والشراء، وبعد أسبوع من ذلك أمر الرئيس "ريغان" بتشكيل لجنة لمراقبة هذا النظام، في حالة ما إذا كان التغيير في مؤشر داو جونز يفوق 50 نقطة.

وقد أدى إلى سرعة انتشار هذه الأزمة، مجموعة من الأسباب أهمها:

- الروابط الوثيقة بين الأسواق المالية.
- التعامل عن طريق أحدث الوسائل والأساليب الإلكترونية مما سهل انتقال الأزمة وبسرعة من سوق إلى أسواق أخرى.
- التطور الهائل في نشاط هذه الأسواق.

3.2. أزمة أكتوبر 1989: إثر إعلان الحكومة الأمريكية عن ارتفاع أسعار الجملة والتجزئة في شهر سبتمبر 1989 بنسبة 9% و5% على التوالي مع امتناع البنك المركزي الأمريكي عن تخفيض أسعار الفائدة، تسببت هذه الأخبار في بداية الأزمة صبيحة يوم 13 أكتوبر 1989 إلى فقدان مؤشر "داو جونز" حوالي 190 نقطة، وأقفل عند مستوى 2569 نقطة أي بانخفاض مقداره 7% عن اليوم السابق، وفي طوكيو فقد مؤشر نيكاي 647 نقطة، كما أضع مؤشر بنشبال تايمز 142 نقطة.⁽¹⁾

(1) عبد القادر محمد عطية عبد القادر، قضايا اقتصادية معاصرة، الإسكندرية، الناشر قسم الاقتصاد، 2005، ص 128 - 129.

وما تجدر الإشارة إليه؛ أن المؤشرات الاقتصادية لبلدان منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية لم تكن مبررا كافيا للذعر الذي سببته هذه الأزمة، كما أن مؤشرات أسعار الأوراق المالية قد وصلت إلى أعلى مستوياتها خلال 1989، ولقد جاءت هذه الأزمة بعد مرور أقل من سنتين على سابقتها، لذلك فإن القلق والتشاؤم الذي أشاعته في نفوس المستثمرين يعود بالدرجة الأولى إلى الخوف من تفاقم الأمور واشتداد الأزمة كما حصل سابقاً، رغم أن المعطيات الحقيقية لم تشر إلى احتمال حصول أزمة اقتصادية حقيقية، لهذا يمكن القول إن أزمة أكتوبر 1989، التي يطلق عليها الجمعة اليتيمة تختلف عن أزمة 1987 لأسباب كثيرة أهمها:

- 1- تحسن الظروف الاقتصادية وعدم توافر ما يدل على اقتراب حدوث أزمة اقتصادية.
- 2- نظراً لارتفاع عوائد الأسهم (بسبب ارتفاع مستوى نشاط معظم الشركات وتحسن أرباحها)، فإن أصحاب الأسهم لم تكن دوافعهم قوية للتخلي عنها بطرحها للبيع، لهذا كانت زيادة عرض الأسهم للبيع ضعيفة نسبياً وبعيدة عن إحداث تدهور في الأسعار.
- 3- اقتصر بيع الأوراق المالية (الأسهم الخاصة)، دون تدخل الشركات الكبيرة، مما يعني ضعف حجم ونطاق العمليات وبالتالي عدم تسببها في التأثير بشكل كبير على الأسعار.
- 4- عدم ظهور وانتشار التوقعات حول إمكانية ارتفاع أسعار الفائدة بشكل ملحوظ.
- 5- إن إسراع المستثمرين في 1987 لبيع أسهمهم تسبب فعلاً في تسارع انخفاض الأسعار والحاق خسائر كبيرة بالبائعين، أما في 1989 فقد فضل المستثمرون التريث، مما ساعد على تهدئة الأسواق.
- 6- في أزمة أكتوبر 1987 اتسم موقف الحكومة باللامبالاة (خاصة الولايات المتحدة الأمريكية) مما أثر سلباً وزاد في تفاقم الأزمة، لكن في أكتوبر 1989 سارعت الحكومات في التدخل لإيقاف الأزمة عن طريق مواجهة عمليات البيع المتزايدة بحجم كبير جداً من السيولة، وهذا ما ساعد على احتواء الأزمة.

4.2. أزمة الأسواق الناشئة: ونعني بأزمة الأسواق الناشئة، أن اقتصاداً صاعداً تعود على تلقي تدفقات ضخمة من رؤوس الأموال لفترة طويلة من الزمن، ثم توقفت هذه التدفقات وبدأ الاقتصاد يواجه طلباً متزايداً وفجائياً لمدفوعات خدمة هذه التدفقات الواضدة في صورة تدفقات عكسية خارجية لرأس المال، وتؤدي هذه التدفقات إلى ارتباك مالي نظراً لأنها قد تؤدي به إلى التوقف عن دفع ديونه، مما يستلزم مفاوضة لإعادة جدولة هذه الديون، وقد شهدت الأسواق الناشئة عدداً من الأزمات في كل من الأرجنتين، المكسيك، فنزويلا وغيرها لذا سنقدم فيما يلي عرضاً موجزاً لأزمة كل من المكسيك والأرجنتين:

1.4.2. الأزمة المكسيكية: لقد حدثت الأزمة المكسيكية سنة 1994 وكشفت عن

ضعف اقتصاديات الدول النامية والأسواق الناشئة في الصمود والتكيف مع الصدمات التي تحدثها العولمة المالية بسبب التحرير المالي وتحول هذه الدول إلى اقتصاد السوق.

نجمت هذه الأزمة عن تدفق مذهب لرؤوس الأموال على الخارج، بشكل ملفت للانتباه، وممهد لانتهيار النظام المالي العالمي، فحسب قول "Michel Camdessus" المدير التنفيذي السابق لصندوق النقد الدولي: «إن الأزمة المكسيكية عام 1994 كانت الأزمة الكبيرة الأولى في عالمنا الجديد، عالم الأسواق المعولمة».⁽¹⁾

فلقد ازدادت أزمة سعر الصرف في المكسيك وبلغت ذروتها عندما انخفضت قيمة "البيزو" بحوالي 40% في منتصف ديسمبر 1994، مما دفع الأسواق المكسيكية إلى الشعور بالخوف من استمرار العجز الكبير في حساب المعاملات الجارية لميزان المدفوعات.⁽²⁾

أولاً: أسباب الأزمة:

يمكننا حصر أهم الأسباب فيما يلي:

- تقييم العملة الوطنية بأعلى من قيمتها الحقيقية، وإخفاء العجز في حساب العمليات الجارية، الناتج عن تدفق رؤوس الأموال الأجنبية بسبب تنفيذ المكسيك لبرنامج الإصلاح الاقتصادي، والاعتقاد بأن تأجيل الإصلاح يؤدي إلى تكلفة أعلى للإصلاح.
- الارتفاع الكبير في الاستهلاك، وفي استرداد السلع التي يعتقد أن أسعارها سوف ترتفع فيما بعد، وهذا الارتفاع ناتج عن المغالاة في تقييم "البيزو".
- كما يعد ارتفاع سعر الفائدة وإدارة الدين الحكومي قصير الأجل والتوسع في الائتمان الممنوح للجهاز المصرفي من أهم الأسباب المؤدية لحدوث أزمة المكسيك والذي دفع الحكومة إلى انتهاج سياسة نقدية مشددة وتوسيع مجال التدخل في سعر الصرف للمحافظة على استقرار العملة.

ثانياً: النتائج المستتظة من الأزمة المكسيكية

وهي على النحو التالي:

- ❖ بدأت الأزمة بعجز ضخم في ميزان العمليات الجارية من ميزان المدفوعات، أدى إلى توقف المكسيك عن سداد ديونها الخارجية، ثم انهيارت العملة الوطنية، ولولا تدخل صندوق

(1) عبد الحكيم مصطفى الشرقاوي، مرجع سبق ذكره، ص 149 - 150.

(2) جاسم المناعي، مداخلة بعنوان: الأزمة الاقتصادية الآسيوية محاولة تشخيص، المؤتمر الرابع لأسواق المال العربية، بيروت، 8 مايو 1998، ص 1.

النقد الدولي بتقديم قرض قدره 40 مليار دولار استخدمته المكسيك لخدمة ديونها⁽¹⁾، كانت الكارثة بل الإعصار المالي المكسيكي.

❖ إن إلغاء قيود تحويل العملة الوطنية وتطبيق التعويم الكامل وفتح أسواق المال على مصراعيه يعتبر إجراء متسرعا قامت به المكسيك.

❖ إن قرار الحكومة ببيع جزء من احتياطي العملات الأجنبية لديها بهدف الحفاظ على استمرار عملتها لم يكن قرارا صائبا، حيث أدى إلى انخفاض هذا الاحتياطي.

❖ إن الاعتماد على التدفقات الرأسمالية المتقلبة تسبب في مشاكل لاقتصاد الدولة المتلقية، بسبب فقدان الرقابة المحلية والمغالاة في سعر الصرف الحقيقي.

2.4.2. الأزمة الأرجنتينية: كان لأزمة البيزو المكسيكي في أواخر 1994 وأوائل 1995،

آثار ذات قيمة في أسواق الأرجنتين المالية، في ظل نظام مالي ضعيف ومعدلات تبادل غير مرنة، واعتماد كلي على تدفقات رأس المال الأجنبي قصير الأجل.

وهنا أظهرت الأرجنتين الكثير من مؤشرات التعرض لأزمة مالية، ومن ثم كانت النتائج غير مبشرة بالخير.

فعلى الرغم من الأداء الاقتصادي الجيد للأرجنتين في عام 1994 وبداية 1995، حيث بلغ معدل النمو للدخل القومي الإجمالي 7.7٪، وانخفض معدل التضخم من 20.6٪ إلى 3.9٪ في سنة 1994، إلا أن القلق كان يساور المستثمرين، حيث بدؤوا بسحب أموالهم من البنوك بسبب الانهيار الذي حدث في المكسيك، وأصبحت البنوك تعاني من نقص في السيولة، فعجزت الأرجنتين عن سداد ديونها الخارجية المقدرة بـ: 145 مليار دولار وبلغ معدل البطالة 20٪، بالإضافة إلى تدهور قيمة العملة المحلية بـ: 30٪ في أواخر 2001، كما أدى الوضع إلى انتشار الفقر والفساد، فثار الشعب الأرجنتيني واستقال رئيس دولتها، لكن استطاعة الأرجنتين الحصول على قرض دولي طارئ قدره 20 مليار دولار من صندوق النقد الدولي من أجل تصحيح الوضعية التي آلت إليها.

أولا: أسباب الأزمة:

ترجع أهم أسباب عجز الاقتصاد الأرجنتيني إلى:

1- نمو الصناعة في الأرجنتين، وعدم عمل هذه الصناعات على رفع كفاءتها الإنتاجية، فعجزت عن المنافسة وتعرضت المنشآت للإفلاس.

(1) أحمد يوسف الشحات، مرجع سبق ذكره، ص 33.

- 2- عدم مرونة أسواق العمل في الأرجنتين وتعرضها للاضطرابات والتشوهات.
- 3- ارتفاع القيمة الحقيقية للبيزو الأرجنتيني، والذي يرجع سببه إلى سياسة سعر الصرف الثابت المتبع لمحاربة التضخم وتدفع رؤوس الأموال الأجنبية إلى الداخل.

ثانياً: أهم الدروس المستفادة من الأزمة المالية الأرجنتينية:

يمكن أن نركز على أهم الدروس المستفادة فيما يلي:⁽¹⁾

- ❖ خطورة التقيد بنظام سعر الصرف الثابت، فيجب أن يتخذ القرار الخاص بتعديل نظام سعر الصندوق في الوقت المناسب، شرط أن لا يؤثر على مصداقية النظام.
- ❖ ضرورة العمل على رفع معدلات الادخار المحلي، وذلك بإعادة النظر في سياسات سعر الصرف وسعر الفائدة.
- ❖ ضرورة مراعاة أن يكون حجم الديون الخارجية في مستوى مقبول.
- ❖ ضرورة الاهتمام بالبعد الاجتماعي عند وضع وتنفيذ برامج الإصلاح الاقتصادي.

5.2. أزمة جنوب شرق آسيا 1997: إن أهمية التعرض لتداعيات الأزمة الاقتصادية لدول

جنوب شرق آسيا ترجع إلى عدة اعتبارات...، فنموذج التنمية الاقتصادية الذي تتبعه هذه الدول ظل ولعدة سنوات يبهز كثيراً من الدول النامية التي كانت ترى في معدلات النمو الاقتصادي التي حققتها دول جنوب شرق آسيا على مدى الثلاثة عقود الماضية شيئاً من العجب العجيب، إن لم يكن من المعجزات التي جعلت كثيراً من الدول النامية تتطلع إلى الاقتداء به⁽²⁾، ولكن هذه الدول فاجأت العالم في صيف عام 1997 بالأزمة الاقتصادية التي وقعت فيها، لقد كانت هذه الأزمة قوية وعنيفة فعصفت باقتصاديات هذه الدول وعرضتها لمآزق اقتصادية واجتماعية خطيرة حيث هوت فيها أسعار الأوراق المالية إلى الحضيض، وانهارت أسعار صرف عملاتها بشكل كبير، وانخفضت معدلات النمو الاقتصادي وتراجع أداء الصادرات، وزادت البطالة إلى مستويات عالية، وتعرض مستوى المعيشة للتدهور السريع، واضطرت هذه الدول في مواجهة محنتها أن ترضخ للوصفة المعروفة لصندوق النقد الدولي والبنك الدولي مقابل تقديم القروض العاجلة لها.

1.5.2. اقتصاديات دول جنوب شرق آسيا ما قبل الأزمة: لا شك أن نموذج التنمية الاقتصادية

لدول جنوب شرق آسيا قد خطف أنظار العالم على مدى فترة زمنية ليست بالقصيرة، حيث

⁽¹⁾ Rapport annuel 2003، Banque centrale européenne، Francfort، 2004، P 108.

⁽²⁾ عبد الحكيم مصطفى الشرقاوي، مرجع سبق ذكره، ص 102.

ساعدت عوامل عدة على تحقيق ذلك النجاح وتلك الانجازات، ومن هذه العوامل: ارتفاع معدلات الادخار والاستثمار، حيث وصل معدل الاستثمار في حدوده المتوسطة إلى حوالي 35% من الناتج المحلي مقارنة بـ: 18% في بقية دول العالم الأخرى، كذلك الضرائب على الشركات لم تكن عالية، كما أن الإنفاق الحكومي بالنسبة للناتج المحلي الإجمالي لا يتعدى في المتوسط 20% مقارنة بـ: 34% في بقية دول العالم الثالث و27% في الدول المتقدمة، كذلك استطاعت دول جنوب شرق آسيا أن تتحول في فترة وجيزة من مجتمعات زراعية إلى مجتمعات صناعية، ففي ماليزيا على سبيل المثال أصبحت مساهمة القطاع الصناعي تصل إلى 33% من الناتج المحلي الإجمالي، كما أن نسبة الصادرات إلى الناتج المحلي، الإجمالي وصلت إلى حوالي 80%.

2.5.2. أسباب أزمة جنوب شرق آسيا: هناك عدة أسباب أدت إلى حدوث هذه الأزمة سواء

كانت مباشرة ظاهرة أو عميقة وهي كما يلي:

أ- الأسباب الظاهرة: وهي كما يلي:

❖ عرفت دول جنوب شرق آسيا تباطؤا اقتصاديا حقيقيا ما بين: 1995 و1996، فهناك انحطاط لتجارة السلع الإلكترونية على المستوى العالمي.

❖ زيادة الطلب المحلي أدى إلى زيادة الواردات، فيما كانت صادرات هذه الدول تعاني ترجعا في تجارة السلع الإلكترونية.

❖ انخفاض تنافسية الأسعار في بداية عام 1995، وذلك بفعل ارتفاع قيمة الدولار، حيث إن عملات معظم دول جنوب شرق آسيا كانت مرتبطة بالدولار الأمريكي.

❖ المنافسة الحادة للدول الآسيوية من الجيل الثالث (الهند - فيتنام..).

❖ تحرير تجارة السلع والخدمات في إطار جولة الأوروغواي عام 1994.

❖ كانت الحاجة إلى التمويل الخارجي مغطاة بالاستثمارات غير المستقرة مثل: الاستثمارات المحفظية، القروض البنكية القصيرة الأجل...، هذه التدفقات من رؤوس الأموال كانت مولدة من منطلق وجود أسعار الصرف، ذلك أن عملات هذه الدول كانت مرتبطة بالدولار.

ب- الأسباب العميقة: وتتمثل فيما يلي:

الاقتراض والإقراض من البنوك: ظهرت المشاكل المالية في آسيا أساساً من عمليات الاقتراض والإقراض التي تقوم بها البنوك، فالشركات في دول جنوب شرق آسيا تميل نحو الاعتماد على الاقتراض من البنوك كي تزيد رأسمالها بمعدل أكبر من إصدار الأسهم والسندات⁽¹⁾.

(1) جاسم المناعي، مرجع سبق ذكره (بتصرف)، ص 5 - 6.

وتكمن نقطة الضعف في هذا النظام في أن الثقافة التجارية في هذه الدول تتوقف كثيرا على العلاقات الشخصية، وهذا ما يؤدي على زيادة الإقراض للشركات التي ترتبط بالبنوك ارتباطا وثيقا وتتطوي عملية الإقراض الدولي على نوعين من المخاطرة:

توزيع الحسابات التي تتعلق بالديون: حيث إن الكثير من البنوك والشركات اقترضت قروضا قصيرة الأجل، وقد استحقت قبل تشغيل المشروعات أو قبل تحقيقها أرباحا كافية يمكن من خلالها إعادة سداد القروض.

نوع الدين خاص أو عام: إن التغير الهيكلي في طبيعة الاقتراض من جانب دول جنوب شرق آسيا، يتمثل في أن نوع الاقتراض قد تحول بعيدا عن الحكومة، وبدأت البنوك في الاقتراض من مؤسسات مالية عالمية.

ثبات أسعار الصرف: من العوامل التي ساعدت على ظهور الأزمة الآسيوية، هو تماشي أسعار الصرف لأغلب عملات هذه الدول في خط مستقيم مع الدولار، أو مجموعة العملات التي يهيمن عليها الدولار ولقد بدأت هذه المشاكل في الظهور بين سنتي: 1996 - 1997 عندما حادت قيم هذه العملات عن قيمتها السوقية، فصادرات هذه الدول أصبحت أثمانها باهظة بشكل كبير، كما أن ضعف الين بوجه خاص قلل من منافسة منتجاتهم بالنسبة للمنتجات اليابانية كل هذه المتغيرات أدت إلى زيادة في العجز التجاري، مما أحدث ضغوطا على أسعار الصرف.

المضاربة: لقد وجه رئيس وزراء ماليزيا "Mahathir" اللوم إلى صناديق الاستثمار الأجنبية، خاصة إلى مدير صندوق الاستثمار "جورج شوروش"، وذلك بسبب الهجمات التي تعرضت لها الأسواق المالية بهدف تحقيق أرباح لأنفسهم، دون مراعاة لمصالح تلك الدول، ولقد أعلن "مهاتير" أن تجارة العملة تجارة غير أخلاقية ويجب العمل على وقفها كما أن أسواق النقد المالية الأجنبية قد تطورت، ونمت كي تخدم المستورد والمصدرين، فما نسبته 95% من الصفقات التي نمت في هذه الأسواق كانت في شكل عمليات رأسمالية، هذه الصفقات قام بها الشركات والصناديق المالية والمضاربون وآخرون، لأسباب لا تتعلق مباشرة بالتجارة الدولية، إنما هذه الصفقات تتحدد بالسياسات النقدية والتوقعات والتنظيمات الحكومية.

تكنولوجيا سوق رأس المال: في ظل توفر شبكة معلوماتية متطورة أصبحت الأموال قادرة على التدفق من دولة لأخرى بسرعة كبيرة، وهذا ما أدى زيادة المشاكل الموجودة في السوق، والتي يمكن أن تؤثر على أسواق مالية أخرى.⁽¹⁾

(1) بشير مصيطفي، براق محمد وفرحي محمد، الأزمة المالية العالمية وتداعياتها على الاقتصاد الجزائري، ندوة دراسية نظمت بكلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، بتاريخ: 2008/12/01.

3.5.2. تفسير الأزمة المالية الآسيوية:

عانت دول جنوب شرق آسيا من أزمة مالية كادت أن تعصف باقتصادياتها، ونتيجة لذلك ظهرت عدة اتجاهات مفسرة لهذه الأزمة، وتمثلت في:

♦ **الاتجاه الأول:** هذا الاتجاه يستند إلى فكرة "الرأسمالية المحسوبة" وهي رأسمالية غير نظامية تلعب فيها شبكات المعارف والأصدقاء والأقرباء دورا بارزا في تقرير العلاقات الاقتصادية، ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن الأزمة الآسيوية ليست نتاج سلوك المستثمرين الأجانب، بل ثمرة نواقص سياسات ومؤسسات البلد الملقب، كما يرون أن آسيا تعرضت للأزمة لأن مختلف بلدانها لم تقم بتحرير قطاعات المال بدرجة كافية وأن هذه البلدان أخفقت في تحويل بنوكها المحلية إلى مؤسسات تعمل على الطراز الغربي بدرجة عالية من الشفافية، وتخصص الموارد اعتماداً على معايير عقلانية موجهة للسوق واعتمادها على الافتراض المفرط، وبالتالي انحازت عن "الرأسمالية الأمريكية".

♦ **الاتجاه الثاني:** يرجع هذا الاتجاه حدوث الأزمة إلى السحب الفجائي للأرصدة قصيرة الأجل من جانب المستثمرين، والبيع المبكر واسع النطاق في البورصات الأجنبية وأسواق الأسهم من جانب المضاربين، وقد أدى ذلك إلى اضطرابات حادة في مختلف الاقتصاديات الآسيوية دون وجود ضرورة فعلية محلية، أي أنها صنعتها الأسواق الكونية المتقلبة، وهذا الاتجاه هو صورة مقلوبة للتفسير الأول.

♦ **الاتجاه الثالث:** يرى "Paul Krugman" أن الأزمة نشأت من الإغراءات المتجذرة عند الوسطاء الماليين في ظل ضعف الضوابط المقيدة لهم للقيام باستثمارات غزيرة، وبالتالي ولأن الوسائط يؤمنون أن بإمكانهم تحقيق أرباح طائلة، وأن المستثمرين محميون من أية خسائر، من هنا فإن تدفق الاستثمارات الأجنبية يهدد الاقتصاد الوهمي في العقارات وقيم أصول الأسهم، حيث تبدأ النتائج السيئة والخسائر بالتراكم.

♦ **الاتجاه الرابع:** يقدم "Manuel Monte" تحليلاً أكثر توازناً، والذي يركز فيه على تايلاندا، البلد الذي بدأ فيه نشوب شرارة وفتيل الأزمة المالية الآسيوية، فيشير "مونت" إلى نمو الاقتراض الخارجي والإخفاق في فرض الضوابط الفعالة، جاء في أعقاب "الليبرالية المزوجة" في النظام المحلي على رأس المال والحساب الجاري.

لقد بدأت أزمة تايلاندا عام 1990 بإزالة الضوابط عن صرف العملة وتطوير أسواق المال غير المصرفية، وإلغاء الصرف على معدلات الفائدة، والتخلي عن قواعد توزيع رأس المال، مما أدى إلى زيادة الاقتراض من قبل الوسطاء الماليين بمعدلات فائدة أجنبية أقل، وارتفعت

التدفقات الداخلية في رأس المال، ولم تعزز هذه التدفقات الإنتاج المحلي الفعلي، بل ساهمت في نفخ فقاعة أسعار الأصول.

إن السلطات التايوانية وضعت في مأزق صعب، فالصناعيون والمصدرون كانوا بحاجة إلى خفض قيمة العملة، ولم تجد سوى محاولة التمسك بسعر العملة المثبت القائم إزاء الدولار، وتعرضت العملة إلى الضغط في ماي 1995، مما أدى إلى إنفاق قدر كبير من الاحتياطات وذلك بدعم كبير من المصارف المركزية لدول آسيا، وتخلت الحكومة عن السعي للحفاظ على تثبيت سعر العملة بالدولار بنسبة 54.6%.

وفي أعقاب خفض قيمة البات التايواني، جرى الاعتقاد بأن العملات الرئيسية في دول جنوب شرق آسيا: الريبجيت الماليزي، الروبية الاندونيسية، البيزو الفلبيني، قد تأثرت على النحو نفسه، فهبطت قيمها جميعاً، وهذا ما أدى إلى انخفاض في أسواق الأسهم العادية.

4.5.2. تداعيات أزمة جنوب شرق آسيا على الاقتصاد العالمي:

أ- تداعياتها على الدول المتقدمة: ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

♦ **الولايات المتحدة الأمريكية:** خلال عام 1997 أي في رحم الأزمة الآسيوية؛ كان الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي في الولايات المتحدة الأمريكية ينمو بمعدل متزايد، وكان التضخم منخفضاً، والطلب المحلي قوياً، ولقد استفادت الولايات المتحدة الأمريكية من نوعية تدفقات رؤوس الأموال، وانخفضت أسعار الفائدة الطويلة الأجل.

♦ **دول أوروبا:** كانت لأزمة جنوب شرق آسيا تأثيرات خفيفة على دول أوروبا، حيث حدثت بعض الاضطرابات في أسواق النقد الأجنبي والبورصات (جمهورية التشيك، المجر، بولندا). وفي بلدان أخرى شهد بعض التوتر (مثلاً: تركيا بسبب التضخم المرتفع، واليونان بسبب الارتفاع المتواصل لسعر الصرف الحقيقي).

♦ **روسيا:** حدث التأثير إلى حد كبير عبر الانخفاض في أسعار النفط، والذي أثر بشكل كبير على روسيا باعتبارها من الدول المصدرة للنفط.

ب- تداعياتها على الدول النامية:

♦ **الشرق الأوسط وشمال إفريقيا:** ساهمت الصدمة الآسيوية في إضعاف الأسواق المالية، وزيادة علاوات المخاطر على الديون لدول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، كما أسهمت في الانخفاض الحاد في أسعار النفط في كثير من البلدان العربية المصدرة للنفط.

♦ **بلدان أمريكا اللاتينية:** كانت للأزمة الآسيوية آثار جانبية على البلدان النامية الأمريكية، حيث تباطأت تدفقات رؤوس الأموال إلى هذه البلدان بصورة كبيرة ابتداء من نوفمبر 1997، كما انخفضت بصورة حادة أسعار الأسهم والسندات في الأسواق المالية لهذه الدول، مقابل ذلك تم رفع أسعار الفائدة بشكل كبير، مما أدى إلى اتساع العجز المالي، وعجز الحسابات الجارية.

5.5.2. الدروس المستفادة من الأزمة الآسيوية: إذا كانت هناك دروس يمكن الاتعاظ بها

من خلال الأزمة الاقتصادية لدول جنوب شرق آسيا فإن أهمها يبدو في التالي:⁽¹⁾

✓ **الدرس الأول:** ضرورة إيلاء الاهتمام المبكر بتصحيح الاختلالات الاقتصادية الكلية قبل فترة اندلاع الأزمات، وهذا لم يحدث في تايلندا بالرغم من التحذيرات المتكررة في هذا الصدد.

✓ **الدرس الثاني:** بمقدور الدول المجاورة التي تعرضت لأزمة ذاتها أن تأخذ جانب الحذر مقدما وذلك من خلال تعزيز سياستها الاقتصادية.

✓ **الدرس الثالث:** لقد تجلى من هذه الأزمة صعوبة تجديد الثقة لدى الجمهور وهو ما يستدعي بالضرورة التزاما رسميا صارما بإجراء الإصلاحات الاقتصادية حتى وإن تطلب ذلك بعض النتائج المؤلمة.

✓ **الدرس الرابع:** ثم إن معدلات النمو الاقتصادي الفلكية التي حققتها دول الأزمة إنما كانت تخفي بعض المشاكل المؤكدة ومنها العجز الكبير في الحساب الجاري وتدفق الاستثمارات الأجنبية عبر نظم اقتصادية اعتمدت على نحو واسع على تقديم قروض بالعملات الصعبة بأسعار فائدة منخفضة للغاية لصالح قطاعات غير منتجة.

✓ **الدرس الخامس:** إن التطورات الأخيرة لأسواق المال الآسيوية لا تكشف النقاب عن مخاطر الأسواق العالمية فحسب، بل في كيفية التعامل معها بصورة مسئولة من خلال اتباع سياسات اقتصادية تقوم على أسس متينة من الإصلاحات الهيكلية التي يمكن أن تقود إلى تجديد الثقة، وبالتالي تساعد على تخصيص الموارد بصورة كفؤة.

ثالثا: الأزمة المالية العالمية -تصور واستقصاء-

تعتبر الأزمة المالية العالمية 2008 من أكبر وأعنف الأزمات التي تعرض لها العالم الاقتصادي والمالي، نظرا لما خلفته من خسائر في معظم القطاعات الاقتصادية العالمية، لذا سنتطرق لمفهوم الأزمة المالية الحالية، صفاتها وأهم أسبابها وتفسيرات حدوثها.

⁽¹⁾ حفيظ صوالي، مقال صحفي بعنوان: أسباب الأزمة المالية العالمية، جريدة الخبر، الجزائر، العدد: 5443، بتاريخ: 7 أكتوبر 2008، ص 11.

1.3. تعريف الأزمة المالية 2008: تعرف الأزمة المالية الحالية على أنها اضطراب فجائي وحاد جداً طرأ على التوازن الاقتصادي في الولايات المتحدة الأمريكية لينتقل إلى باقي دول العالم، وتتجسد الأزمة الراهنة التي عصفت بالاقتصاد الأمريكي بحدوث أزمة مالية شديدة انتقلت تداعياتها إلى أسواق المال لمختلف الدول وبات علاجها عسيراً، ولعل تزايد ظاهرة الذعر المالي لدى الأفراد في البلدان التي ضربتها الأزمة، وتوجهها نحو سحب أموالها من المصارف وتزايد هذه الحلقات بسرعة غير متوقعة أدى بشكل واضح إلى انهيارات مالية في كبريات المصارف الائتمانية ولعل أهمها "مصرف ليمان براذرز"، وعندما ينظر إلى الأزمة الحالية لا يمكن الجزم قطعاً بكونها أزمة جزئية بحيث إنها تقتصر على القطاع العقاري بل أصبحت شاملة تؤثر مباشرة على الاستهلاك الفردي الذي يشكل ثلاثة أرباع الاقتصاد الأمريكي، وهو بالتالي الأساس الذي ترتكز عليه حسابات معدلات النمو ولا تأتي الأزمات من فراغ بل تتفاعل مع الوضع الاقتصادي الكلي، فالولايات المتحدة الأمريكية تعاني من جملة مشاكل خطيرة لعل في مقدمتها؛ عجز الميزان التجاري وتفاقم المديونية الداخلية والخارجية، إضافة إلى الارتفاع المستمر لمعدلات البطالة، التضخم والفقر.⁽¹⁾

إنه لمن المعروف أن هناك نوعين من الأزمات المالية من حيث التأثير، النوع الأول يؤثر بصورة كبيرة على الاقتصاد الحقيقي (قطاع الإنتاج) ويؤدي إلى حالة كساد اقتصادي، أما النوع الثاني فيكون تأثيره على الاقتصاد الحقيقي محدوداً للغاية وبالتالي لا يؤدي إلى كساد اقتصادي.

ويمكن تصنيف الأزمة المالية الأمريكية التي يشهدها الاقتصاد العالمي اليوم من النوع الأول، والأدلة على ذلك واضحة، حيث تشير تقارير صندوق النقد الدولي التي ترصد تطور أداء الاقتصاد العالمي والتنبؤ به، إلى أن الاقتصاد العالمي سيشهد حالة تباطؤ اقتصادي في الفترة المقبلة، بل الراسد لتقارير صندوق النقد الدولي يلاحظ أن الصندوق دأب في الأشهر القليلة الماضية على إصدار عدد أكبر من التقارير بين فترات زمنية قصيرة يعيد فيها تنبؤاته على الاقتصاد العالمي، وكل تقرير يشير إلى الاقتصاد سيتباطأ بصورة أكبر عن التقرير السابق.

2.3. أهم الصفات التي جعلت الأزمة المالية الحالية أزمة عالمية: والتي يمكن أن نذكر

منها ما يلي:

- الاقتصاد الأمريكي هو اقتصاد عالمي حيث إن هناك 70% من الشركات الأوروبية واليابانية تعرض سلعها في السوق الأمريكية.
- قيام معظم دول العالم في استثمار احتياطات صرفها في شراء السندات من الخزانة الأمريكية.

(1) نقلاً عن قناة الجزيرة، تفاقم البطالة بالعالم أولى نتائج الأزمة المالية.

- الدولار عملة عالمية بغير منافس وبالتالي تتأثر الأسواق الأخرى.

الترابط بين الأسواق المالية العالمية تحت ثلاث قواعد:

✓ قاعدة إزالة الحواجز المالية.

✓ قاعدة الصندوق التي تدعو إلى التحرر والحرية في انتقال رؤوس الأموال.

✓ قاعدة إزالة الوساطة.

3.3. أسباب الأزمة المالية العالمية: يختزل خبراء المالية الدولية أهم الأسباب في بروز الأزمة

المالية الجديدة فيما يلي:⁽¹⁾

1- قامت مؤسسات مالية وبنوك بإقراض أموال "عقارية" لأسر غير قادرة على التسديد ودون ضمانات كافية، وتم تشجيع هذه العملية من قبل الحكومة الأمريكية بمقتضى قانون يعود إلى 1977 ينص على إمكانية أن تطلب أي مؤسسة مالية وتحصل على ضمانات لودائعها المالية من الدولة "الهيئة الفدرالية للتأمين على الودائع" إذا التزمت بالإقراض إلى أسر أمريكية من ذوي الدخل المتواضع.

2- طلب من الأسر الأمريكية أن تسدد خلال سنتين فوائد القرض معفية من الضرائب، ثم في السنة الثالثة الفوائد وأصل الدين، علماً أن الأسر التي قامت بالاقتراض لشراء عقارات وسكنات استفادت مقابل نسب فوائد عالية من قروض تصل إلى 110% من قيمة العقار، أضف إلى ذلك رسماً إضافياً للمخاطر أعلى بكثير من نسب الفوائد.

3- بعد بلوغ أجل الدفع وجدت مئات الآلاف من الأسر نفسها عاجزة عن التسديد، وأدى ذلك إلى تراجع قيمة القروض، وتشكل هذه النقطة أول مشكل طرح أي عدم قدرة مئات الآلاف من الأسر تسديد ملايين الدولارات من القروض.

4- قامت مؤسسات مالية بإقراض الأسر المالكة لعقارات الفئة السابقة التي تريد شراء عقارات مقابل ضمان العقار، ولكن منذ بداية سنة 2008 عرف سوق الأملاك العقارية ركوداً وتراجعت أسعار العقارات والمساكن في الولايات المتحدة الأمريكية، حينها طلبت البنوك من الأسر تسديد ديونها إلا أن آلاف الأسر أضحت عاجزة عن تسديد ديونها بينما فقدت القروض الممنوحة من قيمتها.

⁽¹⁾ عبد الرحيم بن صمايل السلمي، الدلالات الفكرية للأزمة المالية العالمية، مقال منشور على الرابط التالي:

<http://www.islammessage.com/index.aspx?cid=1>

والنتيجة أن الأسر العاجزة خفضت استهلاكها وتراجعت قدرتها الشرائية، فأصبحت العديد من الشركات والمؤسسات بالعجز، فقامت بتسريح مكثف للموظفين والعمال، وارتفعت نسبة البطالة في أوت وسبتمبر 2008 بصورة قياسية بمقابل عجز البنوك على استرجاع أموالها وعلى بيع الأملاك العقارية التي تقوم بحجزها لانعدام من يشتريها ومنه أضحت البنوك تعاني من نقص في السيولة، ومن عدم القدرة على الوفاء بالتزاماتها وأصبحت مهددة بالإفلاس.

5- قامت المؤسسات المالية بتوريق قروضها أي إصدار سندات وحولتها إلى منتج يمكن بيعه أو شراؤه في البورصة، فالبنوك سعت إلى بيع الديون إلى طرف آخر عبر البورصة خاصة صناديق الاستثمار، ولكن حينما كانت قيمة الديون في البداية عالية كان الطلب عليها، ولكن السندات ومع بروز المشاكل فقدت من قيمتها وبدأت صناديق الاستثمار تسعى للتخلص منها بأي ثمن لانعدام المشتري وهو العامل الثالث.

6- لتفادي العجز قامت صناديق الاستثمار ببيع سندات كانت تحوزها، وليس لها علاقة من القروض الرهينة حيث فقدت هذه السندات من قيمتها في وقت أضحت فيه البنوك تعاني من نقص وشح في الموارد المالية، لأن الصناديق اشترت السندات من البنوك، وبالتالي سحبت منها أموالاً كبيرة وأصبحت تعاني من نقص الأموال ونقص السيولة.

7- مع عجز البنوك حاولت هذه الأخيرة الإقراض من بنوك أخرى عبر السوق النقدي، ولكن البنوك رفضت الإقراض لغيرها، واتسعت رقعة البنوك التي تعاني، مما ساهم في بروز أزمة من النشاط المالي، ولتفادي اتساع رقعته بدأت البنوك المركزية في تقديم مليارات الدولارات كقروض للبنوك لكن الوضع كان يزداد سوءاً.

8- بدأت مضاربة كبيرة في البورصة حيث أقدم الوسطاء الماليون في بيع سندات بأعداد كبيرة لضمان الحصول على السيولة، وهو ما ساهم في انخفاض قيمة السندات ولا تزال قيمة الأسهم والسندات التي تمثل قطاعات صناعية تسجل تراجعاً.

9- أدت هذه العوامل مجتمعة إلى إفلاس أو وضع صعب لأكثر من 50 بنكاً وشركة تأمين أمريكية وأوروبية، مع تسريح آلاف العمال في الولايات المتحدة وأوروبا، وارتفاع نسب التضخم أي ارتفاع قيمة السلع وتراجع عدد مناصب الشغل التي يتم إنشاؤها شهرياً مما أثر في القدرة الشرائية لشريحة كبيرة، وتراجع الطلب وبروز حلقة مفرغة (هوة) بين تراجع الطلب وارتفاع معدلي البطالة والتضخم.

4.3. النتائج والتداعيات التي خلفتها الأزمة المالية العالمية: يقول الخبراء أن أي نزلة برد تصيب الاقتصاد الأمريكي تجعل الاقتصاد العالمي يعطس ويصاب بالرشح، لهذا انتشرت الأزمة

المالية بسرعة فائقة، فقد بدأت من الولايات المتحدة الأمريكية لتنتشر عدوى فيروسها عبر باقي دول العالم، بدءاً بالبلدان الأوروبية واليابان، لتنتقل إلى الدول ذات الاقتصاديات الناشئة.

1.4.3. تداعيات الأزمة المالية العالمية على اقتصاديات البلدان المتقدمة: ومن أهم النتائج

التي خلفتها الأزمة المالية العالمية على هذه الدول كالاتي:

■ تراجع التوقعات بشأن النمو في الاقتصاد العالمي عام 2008 ليصل إلى حوالي 5.1% وهو نمو يراه البعض صدى لنمو عام 2008، وأنه لن يكون هناك نمو فعلي في عام 2008.

■ تعرض العديد من البنوك في العالم وخاصة في آسيا وأوروبا لخسائر من جراء هذه الأزمة، الأمر الذي أدى إلى انتشار المخاوف بين البنوك من الإقراض، وتراجعت معدلات تقديم الائتمان في العديد من دول العالم، الأمر الذي دفع البنوك المركزية لضخ المزيد من الأموال في أسواق المال لتقليل حدة هذه الأزمة.

■ أدت هذه الأزمة إلى إيجاد نوع من عدم الاستقرار والتذبذب في الأسواق المالية العالمية، وإلى وجود حالة من الخوف الشديد في أوساط المستثمرين بشأن مستقبل الاقتصاد والاستثمار، دفعت بالكثيرين منهم إلى عدم الرغبة في تحمل المخاطر، والبحث عن استثمارات آمنة في قطاعات أخرى، بل ودفعت البعض منهم للمطالبة بعلاوات عن المخاطر تفوق ما تقدمه الحكومات، علاوة على ما أحاطت بعمليات الاندماج والاستحواذ من شكوك وغموض حيال الصفقات التي تتضمن مبالغ جديدة من أدوات الدين.

■ أدت الأزمة إلى شطب عدد من البنوك الكبرى في العالم (حوالي 25 بنك) لأكثر من 300 مليار دولار من قيمة أصولها، نتيجة انخفاض قيمة الأوراق المالية المضمونة بقروض عقارية منذ 2007، الأمر الذي أدى إلى تراجع السيولة النقدية المتاحة لدى البنوك لإقراضها للمستهلكين، وهناك تقديرات بأن تصل القيمة إلى حوالي 400 مليار دولار بنهاية هذا العام.

■ ارتفاع كبير جداً في نسبة الدين الحكومي العام إلى الناتج القومي: فقد ارتفع الدين الحكومي العام في الولايات المتحدة 5 ترليون دولار عام 2000 ليصل في عام 2008 إلى أكثر من 10 ترليون دولار وهو مقارب إلى حجم إجمالي الناتج القومي للولايات المتحدة، ويمثل هذا المعيار مؤشراً خطيراً على مسار الاقتصاد الأمريكي ويشكل عبئاً كبيراً على مستقبل اقتصادها ضمن المدى القصير.

■ ارتفاع إجمالي النفقات على الإيرادات المحققة وحصول تراجع في حجم التجارة الخارجية للولايات المتحدة بشكل مستمر، وكذا تراجع كبير في حجم السيولة المالية وفي حجم احتياطياتها النقدية من العملات العالمية.

- عجز الميزانية: يقدر العجز المالي الأمريكي في الميزانية عام 2008 بمبلغ 410 مليار دولار أي 2.9% من الناتج المحلي الإجمالي.
- المديونية: أظهرت إحصاءات وزارة الخزانة ارتفاع الديون الحكومية من 4.3 تريليون دولار في عام 1990 إلى 8.9 تريليون دولار في عام 2007 وأصبحت هذه الديون العامة تشكل 64% من الناتج المحلي الإجمالي، وبذلك يمكن تصنيف الولايات المتحدة الأمريكية ضمن الدول التي تعاني بشدة من ديونها العامة، يعادل حجم عشرة أضعاف الناتج المحلي الإجمالي لجميع الدول العربية ويعادل ثلاثة أضعاف الديون الخارجية للدول النامية.
- ترشيد المستهلكين الأمريكيين إنفاقهم بصورة حادة وذلك إثر تدني قيمة منازلهم وارتفاع أسعار البنزين.
- تراجع نسب النمو من 1.4% عام 2008 إلى 0.3% عام 2009، كما توقع الخبراء تراجع النسب إلى 0.1% في اليابان و0.5% بأوروبا.
- دخول منطقة الأورو لأول مرة في تاريخها مرحلة ركود فعلي، بينما أعلنت كل من إيطاليا وألمانيا الدخول في مرحلة ركود رسمي.
- أعاد صندوق النقد الدولي على غرار البنك العالمي، توقعاته بخصوص نسب النمو العالمي لسنة 2009، إذ بعد أن سجل نسبة 0.5%، فإنه سيتوقع نسبة سالبة، مع استمرارها طوال السنة الحالية (أي 2009) والمقبلة أيضا.
- أظهرت إحصائيات اقتصادية في بلجيكا أن معدل إفلاس الشركات والمؤسسات قد بلغ رقما قياسيا في البلاد خلال شهر سبتمبر 2008 بزيادة 18% عن معدل الفترة المماثلة من العام السابق.
- إعلان مكتب الأبحاث الاقتصادية أن 927 شركة قد أعلنت إفلاسها خلال شهر سبتمبر من سنة 2008.
- وصول نسبة البطالة إلى 6.5% بالولايات المتحدة الأمريكية وهو الأعلى منذ 14 عاماً.
- بلوغ معدل البطالة بالاتحاد الأوروبي إلى 7%، وقد كشف استطلاع للرأي شمل 15 قطاعا اقتصاديا حيويا بألمانيا أن نحو 215000 وظيفة مهددة بالإلغاء خلال عام 2009 وفي بريطانيا ارتفع معدل البطالة إلى 5.7% مقابل 2.5% الربع الأول من عام 2008 ويتوقع الاقتصاديون أن يتفاقم التدهور بسوق العمل في البلدان المتقدمة ليصل معدل البطالة إلى 7.9% في الربع الأول من عام 2010.⁽¹⁾

⁽¹⁾دراسة تم الحصول عليها من الموقع الرسمي لبنك التنمية الصناعية والعمال المصري، معنونة كالتالي: أثر الأزمة المالية العالمية على الجهاز المصرفي المصري، على الرابط التالي:

<http://kenanaonline.com/users/hazem-hazem/posts/100860>

▪ من المعروف أن السوق الأمريكية ترتبط ارتباطاً عضوياً بالاقتصاد الأوروبي والآسيوي، بمعنى أن الشركات الصناعية في هذه الدول تعتمد بنسبة تتعدى 70% على ترويج منتجاتها داخل السوق الأمريكية، وبالتالي فإن التراجع الكبير للاقتصاد الأمريكي أدى إلى إفلاس العديد من الشركات الأوروبية على وجه الخصوص وكذلك اليابان، إضافة إلى خسارة أكثر من 14000 فرصة عمل في مدينة بروكسل لوحدها فقط.

2.4.3. انعكاسات الأزمة المالية العالمية على الاقتصاد العربي: يرى العديد من الخبراء

الاقتصاديين أن البلدان العربية ليست بمنأى عن عدوى الأزمة المالية العالمية على اقتصادها، وأن الأزمة ستؤثر على البلدان العربية على المدى المتوسط، حيث يرى الخبراء أن الدول العربية جزء من الاقتصاد العالمي وبالتالي فإنها ستتأثر سلباً بهذه الأزمة، بل واقع الأمر قد تأثرت فعلاً، ومدى تأثرها يعتمد على حجم العلاقات الاقتصادية والمالية ودرجة ارتباطها وانكشافها على العالم الخارجي.

ويرى الخبراء الاقتصاديون أن البلدان العربية الفقيرة هي التي ستكون أكثر تضرراً لأن حدة الفقر ستزداد بها، وخصوصاً على مستوى القطاع غير المنظم الذي يبلغ في بعض البلدان نحو 90% من حجم النشاط الاقتصادي.

كما أجرت منظمة العمل العربية إحصاءات وتوقعت نسبة البطالة بين الشباب العرب بنحو 40%، ووصف التقرير العربي للتشغيل والبطالة الصادر عن المنظمة وضع البطالة بأنه الأسوأ عالمياً بسبب تجاوز معدل 14، كما حذر مؤتمر المستثمرين ورجال الأعمال العرب الذي انعقد بالعاصمة اللبنانية بيروت من ارتفاع نسبة البطالة بالعالم العربي، خصوصاً وأن نصف سكانه يعيشون على أقل من دولارين يومياً، وذلك وفقاً لدراسة أعدتها لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا.

كما أعلن المنتدى العربي للتنمية والتشغيل بالدوحة أن الفترة بين عامي 2010 - 2020 ستكون الأسوأ، إضافة إلى ذلك يرى الخبراء الاقتصاديون أن معدلات البطالة بالدول العربية ستكون بشكل عام مرتفعة عما كانت عليه قبل الأزمة بنحو 1% إلى 2%.

وهنا يمكن تقسيم الدول العربية إلى ثلاث مجموعات من حيث مدى تأثرها بالأزمة وهي:

1.2.4.3. الدول العربية ذات درجة الانفتاح الاقتصادي والمالي المرتفع: وتتمثل في دول

مجلس التعاون الخليجي "؛ إنه لمن المعلوم أن تداول النفط يمثل الجزء الأكبر من الصادرات الخليجية والذي يتم بالدولار، وأن إيرادات ونفقات الحكومات الخليجية تقدر بالدولار، وأن الجانب الأكبر من الأصول مقومة بالدولار، وما يترتب على هذا التحول من خسائر اقتصادية

كبيرة، فإن الواقع يفرض على الدول الخليجية أهمية الخروج من هذا الارتباط بطريقة إدارية هادئة، فقد ألقى تراجع الدولار واستمراره في ذلك بظلاله على الاقتصاد الخليجي، فانخفاض سعر صرف الدولار له تأثير مزدوج على اقتصاد الدول الخليجية المرتبطة بالدولار، نتيجة لهذا الارتباط من جهة، وبسبب تسعير النفط من جهة أخرى.

فانخفاض سعر الدولار يسهم بصورة أخرى في ارتفاع قيمة كل من اليورو والين الياباني والجنيه الإسترليني، وينتج عن ذلك زيادة في قيمة الواردات الخليجية التي تأتي غالبيتها من تلك الدول مما يسهم في ارتفاع معدلات التضخم المستورد، وهو جانب منظور خلال العامين الماضيين، كما أن النفط يمثل الأولوية في صادرات دول الخليج، وليس لديها من المنتجات غير النفطية ما يمكن أن تستفيد منه عند انخفاض قيمة عملاتها من خلال زيادة الصادرات من تلك المنتجات غير النفطية، فضلا عن أن النفط باعتباره المصدر الأكبر للإيرادات قد شهد انخفاضا من بدء تطبيق خطة الإنقاذ الأمريكية، وحتى بفرض استمرار في الارتفاع فإن انخفاض الدولار وارتباط حصيلة مبيعات النفط به يحول دون تحقيق مكاسب صافية من ارتفاع أسعار النفط، وقد كشف تقرير منظمة "أوبك" جويلية 2007 أنه على الرغم من تسجيل أسعار النفط أسعار قياسية فإنه عند احتساب معدلات التضخم والتغير في أسعار الصرف العالمي فإن أسعار النفط الحقيقية انخفضت مقارنة بأسعار 2006.⁽¹⁾

أيضا فإن ارتباط العملات الخليجية بالدولار الأمريكي قد أدى إلى تبني السلطات النقدية في الدول الخليجية المرتبطة بالدولار نفس مسار الدولار الأمريكي، ففي حال انخفاض سعر الفائدة على الدولار يتم خفض الفائدة تلقائيا على العملات الخليجية، رغم اختلاف طبيعة البنين الاقتصادي الخليجي عن الأمريكي فالاقتصاد الخليجي لا تعاني جنباته من أزمة ولا يشكو من تباطؤ أو ركود، بل ينطلق نحو النمو بعكس الاقتصاد الأمريكي الذي يسير نحو الهاوية ويفقد هيمنته العالمية تدريجيا.

فهذا المنحى في السياسة النقدية إن كان يناسب الاقتصاد الأمريكي المتعثر فإنه يناسب الاقتصاد الخليجي بل إنه يزيد من معدلات التضخم، نتيجة زيادة عرض النقود، الذي يعد أهم مشكلة تواجه الاقتصاد الخليجي، كما أنه يؤدي إلى انخفاض قيمة احتياطات الدول الخليجية في مقابل العملات الأخرى، وهو ما يعني خسارة المليارات من العملات المحلية بسبب تراجع الدولار.

وتشير إحصائيات صندوق النقد الدولي في هذا الشأن إلى أن العملات الخليجية فقدت ما بين 20% و30% من قيمتها خلال السنوات الخمس الماضية (أي قبل 2008) بسبب الارتباط بالدولار.

⁽¹⁾ أحمد حمداني، مقال بعنوان: الاقتصاد الوطني سيتأثر بالأزمة المالية على المدى المتوسط، جريدة الخبر الجزائرية، الجزائر، العدد: 5443، بتاريخ: 7 أكتوبر 2008، ص 11.

2.2.4.3. الدول ذات درجة الانفتاح الاقتصادي والمالي المتوسط: وتتمثل أهم هذه الدول

في "مصر" و"الأردن" و"تونس".

وستتطرق في هذا الصدد إلى دولة مصر نظراً لأنها الأكثر تأثراً أو ستتأثر بصورة أكبر مقارنة مع الدول الأخرى، حيث يرى خبراء الاقتصاد المصري أنه نظراً لتشابك الاقتصاد الأمريكي والأوروبي مع الاقتصاد المصري فإن الأزمة المالية العالمية سوف تؤثر بشكل مباشر وذلك من خلال تراجع معدلات النمو، حيث حقق الناتج المحلي الإجمالي معدلات نمو مرتفعة خلال الفترة الماضية بلغت 6.8%، 7.1%، 7.2% خلال الأعوام 2006/2005، 2007/2006، 2008/2007 على التوالي، ويقدر الناتج المحلي الإجمالي لعام 2008/2007 بنحو 783.2 مليار جنيه (ما يعادل 142 مليار دولار) إلا أن الأزمة المالية العالمية ستؤدي إلى حدوث تباطؤ في الاقتصاد المصري، نتيجة للركود الاقتصادي العالمي، ليتراجع معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي إلى 6% وفي أسوأ الظروف إلى 5% خلال عام 2009، وذلك بسبب التشابك مع الاقتصاد العالمي، فنحو 32% من الصادرات المصرية تتجه للولايات المتحدة الأمريكية، و32.5% من الواردات تأتي من أمريكا والاتحاد الأوروبي، وثلاثا الاستثمارات الأجنبية خلال عامي 2007، 2008 من أمريكا وأوروبا.⁽¹⁾

وتتوقع وزارة التنمية الاقتصادية في مصر أن تبلغ الخسائر الناتجة عن الأزمة أكثر من 4 مليارات دولار خلال سنة 2009، وأكثر القطاعات تضرراً هو قطاع الصناعات التحويلية، حيث من المتوقع تراجع الصادرات السلعية بنحو 2.2 مليار دولار، ففي ظل الانكماش العالمي سيقبل الطلب بشكل عام على المعروض من المنتجات، مما سيجعل هناك أولوية للطلب على المنتج المحلي للدول التي يتم تصدير المنتج المصري إليها، كما تتوقع وزارة التنمية انخفاض الميزان البترولي بنحو 1 مليار دولار حيث انخفضت أسعار البترول من 147 دولار للبرميل إلى 39.5 دولار للبرميل، وانخفاض تحويلات العاملين المصريين بالخارج مما يعادل 600 مليون دولار وانخفاض الإيرادات السياحية خلال عام 2009 بأكثر من 2 مليار دولار مما ينعكس على كافة الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالسياحة (كالمقاولات، الأثاث، الصناعات الغذائية، الصناعات الحرفية..). وانخفاض إيرادات السويس بنحو 400 مليون دولار (نتيجة لتباطؤ حركة التجارة العالمية) أيضاً من المتوقع أن تؤثر هذه الخسائر على قيمة الجنيه المصري والذي انخفضت قيمته أمام الدولار من 550 قرشا إلى 530 قرشا.

(1) تسعديت محمد، الأزمة المالية العالمية قد تترك آثارها على كل شيء، مقال منشور على الشبكة العنكبوتية من خلال موقع الجزيرة نت على الويب، تم معاينة الصفحة بتاريخ: 2008/11/20، على الساعة: 22:10، على الرابط <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/E4D8D8C7-CD9F-49DE-895D-ED5FB600635B.htm>، التالى:

وبالنسبة للموازنة العامة للدولة فإن جانب الإيرادات سيتأثر سلباً نتيجة لتوقع تراجع حصيلة الضرائب والجمارك وحصيلة الخصخصة، وسيتم ضخ 15 مليار جنيه لمواجهة آثار الأزمة المالية العالمية مما يزيد في حجم العجز في الموازنة.

3.2.4.3. الدول ذات درجة الانفتاح المنخفض: مثل "الجزائر" و"ليبيا" و"السودان"، .. الخ.

وسنأخذ "الجزائر" كأفضل دولة بالنسبة للدول ذات درجة الانفتاح المنخفض، حيث يرى الخبير الاقتصادي "عبد المجيد بوزيدي" أن الاقتصاد الجزائري مرتبط بالاقتصاد العالمي، لا سيما من خلال التجارة الخارجية ومؤخراً من خلال توظيف احتياطات الصرف.

ويمكن للأزمة المالية العالمية أن تؤثر على الاقتصاد الجزائري من خلال مؤشرين هما: قيمة الدولار الأمريكي ونسبة التضخم في الاقتصاديات الغربية وخصوصاً في الاقتصاد الأمريكي.

1- قيمة الدولار الأمريكي: يقيم تصدير النفط في الجزائر بالدولار، وإذا تواصلت أزمة الاقتصاد الأمريكي ستدهور قيمة الدولار الذي تخضع له قيمة صادرات الجزائر بشدة، كما أن تراجع الاقتصاد الأمريكي سيجر وراءه تراجع الاقتصاديات الأوروبية والصينية على وجه الخصوص، وبالتالي فإن الطلب العالمي على النفط سيتراجع ومعه الأسعار العالمية للمحروقات مما سيضعف من تراجع عائدات الصادرات الجزائرية.

ولكن تجدر الإشارة إلى أن الجزائر ستبقى حسب تقديرات صندوق النقد الدولي تضمن توازناً في الميزانية إلى حدود 57 دولاراً للبرميل.

من جهة أخرى يرى وزير الطاقة والمناجم الجزائري "شكيب خليل" أن آثار الأزمة المالية ستبرز إن استمر الوضع على حاله لأكثر من سنتين، حيث إن استمرار الأزمة إلى ما بعد 2010 سيؤدي بالجزائر إلى مراجعة البرنامج الاقتصادي الجديد الذي وضعه رئيس الجمهورية بقيمة 130 مليار دولاراً، من أجل تصادي صرف الأموال والوقوع في أزمة حادة، كما يرى الوزير أن الجزائر، ستتأثر بالأزمة المالية العالمية على المدى المتوسط من خلال انكسار وتدني أسعار البترول، مما سيحتم على الجزائر التي لا تركز على هذه المادة (اقتصاديات الريع) اللجوء إلى الاستدانة من الخارج.⁽¹⁾

وهناك خطر آخر قد ينجم عن تراجع قيمة الدولار يتعلق بديون الجزائر الخارجية المقدرة بالأورو، حيث إنها سددت بالتسييق (التسديد المسبق للديون).

2- التضخم العالمي: وهو ثاني عامل يجب الحذر منه وخصوصاً التضخم في الولايات المتحدة الأمريكية الذي يؤثر على السندات الجزائرية في الخزينة الأمريكية والمقدرة بحوالي

⁽¹⁾ محمد بوزانة، مقال بعنوان: انطلاق قمة العشرين الاقتصادية في واشنطن، جريدة الخبر، الجزائر، العدد: 5477، بتاريخ: 16 نوفمبر 2008، ص.5.

46 مليار دولار، فعندما تتجاوز نسبة التضخم نسبة فوائد توظيف هذه السندات، تكون هناك خسائر، حيث إنه من المتوقع أن تخسر الجزائر ما يقارب 30% من تلك السندات لو قامت بسحبها وبيعها، كما أن ارتفاع فاتورة الواردات الجزائرية إلى نحو 40 مليار دولار نهاية 2008 يعود جزء مهم منه إلى التضخم الذي يضرب الأسواق العالمية، وأن أي كساد محتمل يؤدي إلى تراجع الطلب العالمي على المحروقات وانهيار أسعار الغاز مما يعني تراجع الخام الجزائري.

وحسب تقرير منظمة الأغذية والزراعة (الفاو) فإن تضخم المواد الأساسية بلغت نسبة أكثر من 25% عام 2007 وسترتفع مع نهاية عام 2009 إلى 45%⁽¹⁾.

5.3. الحلول والبدائل المقترحة لتخطي الأزمة المالية العالمية: ها هي الأزمة المالية العالمية

تنبعث من أعماق رحم النظام الرأسمالي الذي يعتق الحرية المطلقة...، وها هو القطب الأوحده في عالم اليوم أمريكا تبحث عن قارب نجاه، تستصرخ، وتستتجد بحثاً عن حلول عاجلة لمواجهة الأزمة المالية. فمن يخلصها؟

1.5.3. مخطط بولسن لإنقاذ الاقتصاد الأمريكي: خطة الإنقاذ المالي هي الخطة التي

صاغها وزير الخزانة الأمريكية "هنري بولسن" وذلك لإنقاذ النظام المالي الأمريكي، بعد أزمة الرهن العقاري، والتي ظهرت على السطح سنة 2007 واستمرت تداعياتها بل وتستمر حتى الآن، ولقد أثرت هذه الأزمة على قطاع البنوك والأسواق المالية الأمريكية، مهددة بانهيار الاقتصاد الأمريكي وتداعي الاقتصاد العالمي، وتهدف الخطة إلى تأمين حماية أفضل للمدخرات والأموال العقارية والتي تعود إلى دافعي الضرائب، كما تهدف إلى حماية الملكية وتشجيع النمو الاقتصادي وزيادة عائدات الاستثمار إلى أقصى حد ممكن.

كما وضعت الخطة التي جاءت لمواجهة أخطر أزمة عقارية شهدتها الولايات المتحدة الأمريكية منذ تعرضها لأزمة الركود الكبير عام 1929 لمساعدة المقترضين الذين يواجهون صعوبات في تسديد أقساطها عن طريق رفع سقف القروض العقارية التي بإمكانهم تقاضيها مقابل ضمانات عامة، ولقد عارض الرئيس الأمريكي جورج بوش في بداية الأمر خطة الإنقاذ المالي، حيث اعتبرها إنقاذ المقترضين الذين لا يشعرون بالمسؤولية، ولكنه بعد ذلك تراجع عن التهديد باستخدام الفيتو (حق النقض) ضد الخطة بعد قول وزير الخزانة الأمريكي "هنري بولسن" بأن دعم الشركتين (فاني ماي) و(فريدي ماك) هو أمر ضروري لتهدئة الأسواق المحلية والخارجية.

⁽¹⁾ عبد الوهاب بوكروخ، مقال بعنوان: مجموعة العشرين تتفق على خطة ب: 1100 مليار دولار للتخفيف العالمي، جريدة الشروق، الجزائر، العدد: 2574، بتاريخ: 04 أفريل 2009، ص 13.

واعتمد مجلس الشيوخ نص خطة الإنقاذ بأغلبية 72 صوتاً مقابل معارضة 13 صوتاً عقب موافقة مجلس النواب.

1.1.5.3. مبدأ الخطة: تقوم الخطة على شراء الديون الهالكة التي تعود في معظمها إلى السياسة الخاطئة للرهنات العقارية التي اعتمدها المضاربون المليون في بورصة "وول ستريت"، وينص القانون الذي أقره مجلس الشيوخ على مهلة له الخطة تنتهي بتاريخ: 31 سبتمبر 2009 مع احتمال تمديدتها بطلب من الحكومة لفترة أقصاها سنتان اعتباراً من تاريخ إقرار الخطة.

وتضمنت خطة الإنقاذ أيضاً جانباً خاصاً بشركتي فاني ماي وفريدي ماك كبيرى شركات التمويل لقاء الرهن والمعروضتين للإفلاس، بعدما أشرفتا على الانهيار مطلع الشهر أوت وتملك وتدعم الشركتان المتضررتان رهوناً عقارية قيمتها خمسة تريليونات دولار تعادل نحو 5% من الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية.

وبموجب الخطة تضمن إدارة الإسكان الفدرالية زيادة سقف القروض التي تشتريها الشركتان إلى 625 ألف دولار.

2.1.5.3. بنود خطة الإنقاذ المالي الأمريكي: ونذكرها في جملة العناصر الآتية:

▪ السماح للحكومة الأمريكية بشراء أصول هالكة بقيمة سبعمائة مليار دولار وتكون مرتبطة بالرهن العقاري.

▪ يتم تطبيق الخطة على مراحل بإعطاء الخزينة الأمريكية إمكانية شراء أصول هالكة بقيمة تصل إلى 250 مليار دولار في مرحلة أولى مع احتمال رفع المبلغ إلى 350 مليار دولار، بطلب من رئيس الولايات المتحدة الأمريكية ويملك أعضاء الكونغرس حق النقض (الفيتو) على عمليات الشراء والتي تتعدى هذا المبلغ مع تحديد سقفه بسبعمائة مليار دولار.

▪ تساهم الدولة الأمريكية في رؤوس أموال وأرباح الشركات المستفيدة من هذه الخطة.

▪ يكلف وزير الخزانة بالتنسيق مع السلطات والمصارف المركزية لدول أخرى لوضع خطط مماثلة.

▪ رفع سقف الضمانات للمودعين من مائة ألف دولار إلى 250 ألف دولار لمدة عام واحد.

▪ منح إعفاءات ضريبية تبلغ قيمتها نحو مائة مليار دولار للطبقة الوسطى والشركات.

▪ منع دفع تعويضات تشجع على مجازفات لا فائدة منها وتحديد المكافآت المالية لمسؤولي

الشركات الذين يفيدون من التخفيضات الضريبية بخمسمائة ألف دولار.

▪ استعادة العلاوات التي تم تقديمها على أرباح متوقعة لم تتحقق بعد.

- يشرف مجلس مراقبة على تطبيق الخطة، ويضم هذا المجلس رئيس الاحتياطي الاتحادي ووزير الخزانة ورئيس هيئة المنظمة للبورصة.
- يحافظ مكتب المحاسبة العامة التابع للكونغرس على حضور الاجتماعات الدورية في الخزانة، وذلك لمراقبة عمليات شراء الأصول والتدقيق في المحاسبات.
- تعيين مفتش عام مستقل لمراقبة قرارات وزير الخزانة.
- يدرس القضاء القرارات التي يتخذها وزير الخزانة.
- اتخاذ إجراءات ضد عمليات وضع اليد على الممتلكات.

2.5.3.2.5.3. قمة مجموعة العشرين وأهم نتائجها: وفي هذا السياق يجب أن ننوه بأن مجموعة العشرين اجتمعت مرتين بعد انفجار الأزمة المالية العالمية الحالية، وذلك للبحث في جوانب الأزمة وأهم الإجراءات والحلول التي يجب اتخاذها.

1.2.5.3.1. قمة مجموعة العشرين الأولى: عقدت هذه القمة في السبت بتاريخ: 16 نوفمبر 2008، في العاصمة الأمريكية واشنطن، وتضم البلدان الثمانية التي تمثل أقوى اقتصاديات العالم والدول الناشئة، وتم في هذه القمة الطارئة مناقشة إصلاح النظام المالي العالمي وسبل الخروج من الأزمة التي تمر بها أسواق المال وبقية الأسواق (الصناعة، الشغل والطاقة)، وقد عقدت هذه القمة في عهد إدارة الرئيس "جورج بوش" الذي اتهمته ولايته بالمسؤولية المباشرة عن أخطاء النظام الرأسمالي التي كلفت لحد الآن الدول الصناعية فقدان أكثر من 500000 منصب عمل وإغلاق العديد من وحدات إنتاج السيارات فيما يعرف بأزمة الرهن العقاري.⁽³⁴⁾

وقد شبه الخبراء الاقتصاديون هذه القمة باجتماعات "بريتن وودز" في ولاية نيوهامبشر الأمريكية سنة 1944، والتي تألق فيها كل من نجم بريطانيا وأمريكا، الأولى (بريطانيا) بإسهامات "جون مينارد كينز" الاقتصادي ذائع الصيت، والثاني (أمريكا) بتدخل "هاري ديكستر وايت" الاقتصادي الأمريكي الكبير، والمحصلة كانت إطلاق مؤسستي صندوق النقد الدولي والبنك العالمي، والتأسيس لنظام سعر العملات وليبرالية السوق ونظام التمويل الدولي الذي يستهدف معالجة الأزمات ذات الصلة بالمدفوعات، وفي هذه المرة وبعد أكثر من 60 عاما، تجتمع الدول الرأسمالية الكبرى ذاتها مع نظرائها من الدول الناشئة في نفس البلد ولكن هذه المرة على خلفية فشل النظام الذي أفرزته اجتماعات بریتن وودز وتراجع دور الصندوق والبنك العالمي كعوامل ضبط في السياسات المالية والنقدية الدولية لصالح الحكومات، وفي هذه المرة سطع نجم دولة أخرى هي فرنسا بقيادة الرئيس "نيكولا ساركوزي" الذي لم يخف نقده الشديد للدور الأمريكي في نشوب الأزمة ودعا لنظام مالي

واقتصادي جديد وذلك بمناسبة القمة الأوروبية الآسيوية التي عقدت في أكتوبر 2008 كما برز دور ألمانيا التي دعت إلى حلول قطرية بدل الحلول المعولة.

ومن أهم المقترحات والنقاط الأساسية التي تم دراستها في هذه القمة ما يلي:

1- دعت الصين إلى إعادة النظر في النظام الرأسمالي برمته عن طريق إدماج الدول الناشئة في وضع السياسات العالمية المتعلقة بالصرف والتمويل والاستثمار، كما أبرقت الصين برسالة عملية لأمريكا عشية انعقاد القمة مفادها تخصيص 950 مليار دولار كاستثمارات في قطاعات الاقتصاد، وهذا عبارة عن قرار يتجاوز المصارف وأسواق المال وصناديق المضاربة إلى رفع الطلب على الاستثمار ويساعد على استمرار حياة المؤسسات المهتد بالفرق بسبب نقص الطلب على سلعها الرأسمالية.

2- إنقاذ عدد من الشركات الكبرى من الإفلاس، حيث قام مجلس الشيوخ الأمريكي بدراسة مساعدة قدرت بـ: 25 مليار دولار لإنقاذ سوق السيارات، التي تراجعت مبيعاتها لتصل إلى أدنى مستوياتها.

3- خروج المشاركين في القمة بتوصيات تشمل طرق التعاون بين البنوك العالمية الكبرى وصندوق النقد الدولي وكذا البنك العالمي، بحيث تهدف إلى منح هاتين المؤسساتين آليات أكثر فاعلية في تسيير الأسواق المالية العالمية، إضافة إلى تفعيل التبادل المالي بين الدول فيما بينها، للتخفيف من حدة الأزمة الحالية، والتصدي لأزمات محتملة.

4- كما درست القمة إمكانية العودة إلى النظام القديم لتحديد قيمة العملات، والمتمثل في قيمة الذهب وليس الدولار.

5- الطلب من الدول العربية التي تتربع على 60% من احتياطات العالم من النفط وعلى احتياطات من النقد الأجنبي تزيد عن 2 ترليون دولار (2000 مليار دولار)، وعلى مجموعة سكانية تقترب من 400 مليون نسمة في الأفق المنظور، المطلوب منها استخدام وزنها هذا وتقديم مساعدات لإنقاذ الاقتصاد العالمي وخاصة العربية السعودية.

6- إعادة جدولة الديون إلى المصارف الكبرى التي أثبتت عدم الاستجابة لخطط الإنقاذ الأمريكية والأوروبية والمضي في ضخ سيولة للاقتصاد.

7- الرفع من سقف ضمان الودائع لتجديد الثقة في نظام الائتمان الرأسمالي.

8- دعوة الصناديق السيادية في الدول النفطية إلى افتراض البنوك الرأسمالية والاستثمار في السندات الحكومية.

9- الضغط على "أوبك" كي تعدل عن سياسة خفض الإنتاج من النفط خاصة وأن المملكة السعودية شاركت في قمة العشرين.

2.2.5.3. قمة مجموعة العشرين الثانية: عقدت قمة مجموعة العشرين الثانية يوم الخميس بتاريخ: 02 أبريل 2009 بالعاصمة لندن ببريطانيا، ومن أهم النتائج التي توصل إليها زعماء أكبر اقتصاديات العالم في قمة العشرين هي اتفاق لمواجهة الأزمة المالية من خلال برنامج من التدابير تصل قيمته إلى 1100 مليار دولار، يتضمن حزمة تحفيزيات وهي كالآتي:

- 1- زيادة موارد صندوق النقد الدولي، ومساعدة الدول الأكثر فقراً في العالم.
 - 2- تشديد آليات الرقابة على عمل البنوك والمؤسسات المالية وفق آليات عابرة للحدود، وخضوع المكافآت المدفوعة لمسؤولي البنوك لرقابة أكثر تشدداً.
 - 3- استحداث مجلس خاص بالاستقرار المالي للعمل مع صندوق النقد الدولي لضمان التعاون عبر الحدود.
 - 4- فرض إجراءات تنظيم دقيقة خاصة بتسيير صناديق التوفير ووكالات التصنيفات الائتمانية العالمية.
 - 5- المسارعة بالعمل على تطهير البنوك من الديون المعدومة (الأوراق المالية التي تملكها البنوك والمؤسسات المصرفية).
 - 6- تخصيص 50 مليار دولار لمساعدة البلدان الأكثر فقراً في العالم.
 - 7- تخصيص 250 مليار دولار من الخطة لزيادة حقوق السحب الخاصة لصندوق النقد الدولي التي ستكون متاحة لجميع الأعضاء المساهمين في ملكية الصندوق الذي سيشهد زيادة في رأس ماله بـ: 500 مليار دولار ضمن الخطة، وستكون للدول المساهمة في زيادة رأس مال الصندوق كلمة مسموعة.
 - 8- تخصيص 250 مليار دولار لتمويل التجارة العالمية على مدى عامين لزيادة حجم التجارة الدولية.
- وأجمل ما قيل عن هذه القمة مقولة رئيس الوزراء البريطاني "براون" الذي استضاف القمة في بلده حيث قال: « هذا هو اليوم الذي اتفق فيه العالم على التصدي للكساد العالمي، ليس بالكلمات بل بخطة للإنعاش العالمي والإصلاح وبجدول زمني واضح، من خلال تعهد الحكومات بتقديم 5000 مليار دولار على مدار عامين لتحفيز الاقتصاد العالمي».
- وتأكيداً لأقوال رئيس الوزراء البريطاني، أكد الرئيس الفرنسي "نيكولا ساركوزي" هذا أيضاً حيث قال: «إن النتائج فاقت ما يمكن تخيله وإن العالم بدأ في الخروج من النموذج "الأنجلو ساكسوني" للتمويل».

وما يؤكد جدية هذه القمة والخروج بحلول جذرية تصريحات رئيس الوزراء الأسترالي "كيفن رود" حيث صرح وقال: «.. الاتفاق الذي تم التوصل إليه يبدأ في شن حملة صارمة ضد رعاة البقر في السوق المالية الذين جلبوا الخراب للأسواق العالمية وتراكم آثار حقيقية على الوظائف في كل مكان».

6.3. التوصيات المقترحة لتجاوز الأزمة المالية العالمية: إضافة إلى مخطط بولسون لإنقاذ الاقتصاد الأمريكي، وقمة مجموعة العشرين، والبديل الإسلامي الذي اعتمده بعض البنوك الربوية، ظهرت عدة دراسات واقتراحات من قبل كبار الاقتصاديين والخبراء الماليين لتجاوز الأزمة المالية العالمية الحالية، وأهم هذه الاقتراحات والتوصيات ما يلي:

1.6.3. الصين كأفضل منقذ للعالم من أزمته المالية: يقول بعض المراقبين إن مفتاح حل الأزمة المالية التي يمر بها النظام المصرفي في الدول الغربية قد يكون بيد الصين التي تمتلك احتياطات من العملة الصعبة تتجاوز 2 ترليون دولار.

ورغم أن الخبراء الاقتصاديين الصينيين يعلنون أن الصين على استعداد للقيام بواجبها في حل الأزمة الاقتصادية العالمية الراهنة، لكنها لن تقوم بإصدار شيكات على بياض للدول الغربية حيث يتركز اهتمام المسؤولين الصينيين على حل مشاكل الصين الداخلية مثل تضادي احتمال تباطؤ نموها الاقتصادي، وحتى إذا قبلت الصين بحل هذه الأزمة، فإنه من المرجح بل والمنطقي أن يكون ذلك مرافقا بسلسلة طويلة من الشروط.

وقد أشارت آخر الإحصاءات التي نشرت مؤخرا (أي خلال سنة 2009) إلى أن احتياطات الصين تجاوزت 1.9 ترليون دولار (1900 مليار دولار) وكتب مدير معهد "بيترسون" للاقتصاد العالمي ومقره الولايات المتحدة في صحيفة "فيننشيل تايمز" البريطانية أنه يمكن للولايات المتحدة طلب قرض من الصين وقال: « يمكن للصين تقديم قرض بقيمة 500 مليار دولار للحكومة الأمريكية لإنقاذ نظامها المالي»، ويقوم الصينيون عمليا بمساعدة الاقتصاد الأمريكي منذ عدة سنوات عن طريق شراء الديون الحكومية الأمريكية وهو ما ساعد الحكومة الأمريكية على الإنفاق أكثر مما تسمح إمكانياتها، وأشار "زهو أكسيجون" نائب رئيس جامعة "ريمين" الصينية في بكين إلى أن الصين تقوم بمساعدة الاقتصاد الأمريكي عمليا وأنه من الممكن أن تستمر في ذلك، ولكنها غير قادرة على تحمل كل عبء حل هذه الأزمة وأن على الاقتصاديات الأخرى مثل روسيا والهند والبرازيل المشاركة في تحمل هذا العبء.

2.6.3. الإجراءات والتوصيات التي يُروج لها لتجاوز الأزمة المالية العالمية:

1- مزيد من الشفافية في منتجات الدين؛ وأهمها المشتقات والتي اعترف كبار المنظمين المصرفيين في العالم أن بنوكهم المركزية لا تفهمها.

- 2- مزيد من التنظيم والرقابة؛ وحقيقة الأمر أن الرقابة ظلت تتمدد وتتشدد ولكن على العالم الثالث فقط.
- 3- وضع قواعد حسابية جديدة لتقويم الأصول ولا تسمح بتضخيمها وبالتالي تضخيم الاستدانة.
- 4- دعم مراكز التحليل المالي والاقتصادي المحايدة، وجعلها مسئولة عن الدراسة والمعلومات الخاصة بأوضاع السوق المالية، وفي تقديم دراسة سليمة عن المؤسسات المراد الاستثمار فيها.
- 5- ضرورة فرض ضوابط على استعمال أموال الضرائب التي استعملت لإنقاذ البنوك عن طريق تسليفها بريح واستعمالها لإنعاش الحالة الاقتصادية (التسليف مباشرة لعناصر الاقتصاد الحقيقي من طالبي شراء المنازل والعربات وقروض تشغيل الشركات الصغيرة والمتوسطة) وعدم صرف ربح لأصحاب رؤوس الأموال لهذه البنوك قبل استعادة أموال دفع الضرائب وعدم صرف حوافز لقادة المصارف الذين تصرفوا بعدم مسؤولية وفصلهم.

الخاتمة:

إن الأزمة المالية العالمية 2008 هي أزمة لم تنتج من عدم، بل هي أزمة جشع تسبب فيها المرابون وذلك نتيجة الخروج عن مبادئ الاقتصاد الإسلامي، الذي حذرنا من التعامل بالربا نظرا لما يخلفه من أضرار، وهذا ما بدا واضحا وجليا في النظام الرأسمالي الذي أضحى يعاني من جملة أمراض مزمنة مست جوانبه وأطرافه..، مما أدى إلى انفجار الفقاعة العقارية التي ما لبثت تنتقل عدواها إلى باقي القطاعات الاقتصادية العالمية الأخرى، هذا ما أفضى إلى تسارع حكومات البلدان المتقدمة والمتضررة في آن واحد لتقديم حلول سريعة عاجلة، تتراوح بين مخطط "بولسن" لإنقاذ الاقتصاد المالي الأمريكي...، واقتراحات تدعو إلى حلول جذرية ظهر فيها البديل الإسلامي كأفضل حل لهذه الأزمة، ولعل "موريس آليه" المتحصل على جائزة نوبل التذكارية في الاقتصاد لعام 1988 من أشد وأبرز علماء الاقتصاد الذين أوصوا ونادوا بضرورة اعتماد منهج وتعاليم الاقتصاد الإسلامي على مستوى المصارف، بالإضافة إلى ذلك؛ طفت حلول أخرى على السطح تمثلت على سبيل المثال لا الحصر في التقييد بمبادئ الرقابة على المصارف وحوكمتها وفق معايير الشفافية والمساءلة.

قائمة المراجع

1/ باللغة العربية

الكتب:

- 1- عبد الأمير شمس الدين، تحليل الأزمات الاقتصادية للأمس واليوم، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، 1992.
- 2- محسن أحمد الخضيرى، إدارة الأزمات، مكتبة مدبولي، بدون سنة نشر، الإسكندرية.

- 3- محمد نصر مهنا، إدارة الأزمات، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004.
- أحمد يوسف الشحات، الأزمات المالية في الأسواق الناشئة مع إشارة خاصة لأزمة جنوب شرق آسيا، دار النيل للطباعة والنشر، مصر، 2001.
- 4- عبد القادر محمد عطية عبد القادر، قضايا اقتصادية معاصرة، الإسكندرية، الناشر قسم الاقتصاد، 2005.
- 5- مروان عطون، الأسواق النقدية والمالية (البورصات ومشكلاتها في العالم: النقد والمال)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزء الثاني، الجزائر، 2000.
- 6- منير إبراهيم هندي، الأوراق المالية وأسواق رأس المال، توزيع منشأة الإسكندرية، مصر 1997.
- 7- عبد الحكيم مصطفى الشرقاوي - العولة المالية وإمكانيات التحكم في عدوى الأزمات المالية: دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.
- 8- محمد عبد العزيز، الأزمة النقدية في النظام الرأسمالي أصلها وتطورها، مطبعة جامعة بغداد، 1979.

الدوريات والجرائد:

- 9- عبد الوهاب بوكروح، مقال بعنوان: مجموعة العشرين تتفق على خطة ب: 1100 مليار دولار للتحفيز العالمي، جريدة الشروق، الجزائر، العدد: 2574، بتاريخ: 04 أبريل 2009.
- 10- أحمد حمداني، مقال بعنوان: الاقتصاد الوطني سيتأثر بالأزمة المالية على المدى المتوسط، جريدة الخبر الجزائرية، الجزائر، العدد: 5443، بتاريخ: 7 أكتوبر 2008.
- 11- محمد بوزانة، مقال بعنوان: انطلاق قمة العشرين الاقتصادية في واشنطن، جريدة الخبر، الجزائر، العدد: 5477، بتاريخ: 16 نوفمبر 2008.
- 12- حفيظ صوالي، مقال صحفي بعنوان: أسباب الأزمة المالية العالمية، جريدة الخبر، الجزائر، العدد: 5443، بتاريخ: 7 أكتوبر 2008.

ملتقيات وندوات:

- 13- جاسم المناعي، مداخلة بعنوان: الأزمة الاقتصادية الآسيوية محاولة تشخيص، المؤتمر الرابع لأسواق المال العربية، بيروت، 8 مايو 1998.

14- بشير مصيطفى، براق محمد وفرحي محمد، الأزمة المالية العالمية وتداعياتها على الاقتصاد الجزائري، ندوة دراسية نظمت بكلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، بتاريخ: 2008/12/01.

المذكرات الجامعية:

15- رابيس مبروك، العولة المالية وانعكاساتها على الجهاز المصرفي: دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2005.

16- وليد أحمد صايفي، سوق الأوراق المالية ودورها في التنمية الاقتصادية، حالة تطبيقية سوق عمان المالي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 1997.

المواقع الالكترونية:

17- عبد الرحيم بن صمايل السلمي، الدلالات الفكرية للأزمة المالية العالمية، مقال منشور على الرابط التالي: <http://www.islammessage.com/index.aspx?cid=1>

18- تسعدت محمد، الأزمة المالية العالمية قد تترك آثارها على كل شئ، مقال منشور على الشبكة العنكبوتية من خلال موقع الجزيرة نت على الويب، تم معاينة الصفحة بتاريخ: 2008/11/20، على الساعة: 22:10، على الرابط التالي:

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/E4D8D8C7-CD9F-49DE-895D-ED5FB600635B.htm>

19- دراسة تم الحصول عليها من الموقع الرسمي لبنك التنمية الصناعية والعمال المصري، معنونة كالتالي: أثر الأزمة المالية العالمية على الجهاز المصرفي المصري، على الرابط التالي: <http://kenanaonline.com/users/hazem-hazem/posts/100860>

/2 باللغة الفرنسية

20- A.Granou, Crise et reproduction des rapports sociaux en occident, en désarroi: rupture du système économique، Paris، Dunod، 1978، P 91.

21- Marx، le capital، Paris، Editions sociales، 1954، P 267.

Rapport annuel 2003، Banque centrale européenne، Francfort، 2004، P 108.

أثر استخدام نظم الدفع الإلكتروني على أداء البنوك الأردنية دراسة ميدانية للبنوك المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية

د. سعاد نوري العبيدي
أستاذ إدارة الأعمال المساعد
جامعة جرش

د. منصور ناصر الرجى
أستاذ نظم المعلومات الإدارية المساعد
جامعة جرش

الملخص:

هدفت الدراسة بيان إلى أثر استخدام نظم الدفع الإلكتروني في أداء البنوك الأردنية (الأداء المالي، وكفاءة العمليات الداخلية). ولتحقيق هدف الدراسة واختبار فرضياتها تم تطوير استبيان خاصة لجمع البيانات من عينة الدراسة المكونة من (4) بنوك والتي شكلت ما يقارب (33%) من مجتمع الدراسة، وكان عدد الاستبيانات الخاضعة للتحليل (47)، والتي شكلت أكثر من (80%) من الاستبيانات الموزعة.

وباستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة، أظهرت نتائج الدراسة أن البنوك الأردنية تستخدم نظم الدفع الإلكتروني، وتهتم بالأداء بشكل كبير وخاصة الأداء المالي، وأن نظم الدفع الإلكتروني تؤثر بشكل مباشر في الأداء المالي للبنوك الأردنية، وكذلك تؤثر بشكل إيجابي في رفع كفاءة العمليات الداخلية للبنوك عينة الدراسة، الأمر الذي انعكس إيجاباً على أداء البنوك ككل.

كلمات مفتاحية: نظم الدفع الإلكتروني، الأداء المالي، كفاءة العمليات الداخلية، الأداء، البنوك، الأردن.

The effect of using electronic payment systems in the performance of Jordanian banks:

A Field Study Of Commercial Banks That Listed At Amman Stock Exchange

ABSTRACT:

This study aimed to investigate the effect of using electronic payment systems in the performance (financial performance, and efficiency of internal processes) of Jordanian banks. To achieve the objectives and testing of hypotheses a questionnaire was developed especially for the collection of data from a study sample, which consisting of (4) banks, the number of questionnaires analyzed are (47), representing more than (80%) of the questionnaires distributed.

By using appropriate statistical tests, results of the study showed that Jordanian banks use electronic payment systems, and they are interested in performance, especially financial performance, and electronic payment systems, affect directly in the financial performance of the Jordanian banks, as well as, they have a positive impact in raising the efficiency of internal processes of the banks that made study sample, it which reflected positively on the performance of banks as a whole.

Keywords: electronic payment systems, financial performance, efficiency of internal processes, performance, Banks, Jordan.

المقدمة:

إن تسارع التقدم العلمي والتطور التكنولوجي وترابط المجتمعات الإنسانية في ظل توجهات العولمة، فرض على المنظمات ضرورة الاستجابة لمتطلبات البيئة المحيطة والتكيف معها، ولكي تحقق المنظمة الاستفادة القصوى من الفرص التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات فإنه يجب على الإدارة أن تكون قادرة على التكيف والتأقلم السريع والناجح مع هذه التغيرات التقنية ومجاراتها فقد ظهرت الأنظمة المعتمدة على الشبكات Web – based Information systems والتي هي تطبيقات أو خدمات موجودة على المخدم Server وتستخدم مستعرض الويب Web بسهولة، ولذلك فإن الوصول إليها ممكن من أي مكان في العالم وبسهولة، من خلال الإنترنت (الشابكة) Internet الذي هو نظام عالمي لشبكات الأعمال الحاسوبية، وهو شبكة الشبكات التي يمكن من خلالها وباستخدام حاسوب واحد الدخول والحصول على معلومات موجودة على عدة حواسيب، الأمر الذي أدى إلى ظهور الأعمال الإلكترونية Electronic business التي تشير إلى استخدام التقنية الرقمية والإنترنت، لتنفيذ عمليات النشاط الرئيسية في المشروع، وتتضمن الأعمال الإلكترونية أنشطة للإدارة الداخلية للشركة، والتنسيق مع الموردين، وشركاء الأعمال الآخرين، والتجارة الإلكترونية Electronic commerce: والتي

هي جزء من الأعمال الإلكترونية، تقوم على بيع وشراء السلع والخدمات عن طريق الإنترنت، وتشمل أيضاً الأنشطة الداعمة للعمليات في أسواقها، مثل الإعلان، والتسويق، ومساعدة الزبائن، والأمن، والتوصيل، والدفع (Laudon, 2010).

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في تقديم إجابة للتساؤل التالي:

ما هو اثر استخدام نظم الدفع الإلكتروني في أداء (الأداء المالي، كفاءة العمليات الداخلية) البنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان الأوراق المالية؟

أهمية الدراسة:

تواجه البنوك تحديات كبيرة في ظل الاقتصاد الرقمي، فرضتها ظروف العولمة والانفتاح الاقتصادي والتقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومن المنتظر أن تزداد حدة هذه التحديات خلال القرن الحالي، وبالتالي فهي مطالبة اليوم بمواكبة التطورات على كافة الصعد، لذا تتبع أهمية الدراسة من خلال تركيزها على واحدة من أهم معطيات الثورة التكنولوجية وهي نظم الدفع الإلكتروني ودراسة أثرها في أداء البنوك الأردنية لمواجهة التحديات المختلفة، وخاصة على المدى البعيد، حيث تعد هذه النظم من أهم الأدوات الميسرة للتجارة الإلكترونية وتسهيل إتمام العمليات التي تتم على المستوى الدولي، الأمر الذي ينعكس على أداء البنك إيجاباً.

أهداف الدراسة:

تتعلق الدراسة من هدف عام يتمثل بتحديد أثر استخدام نظم الدفع الإلكتروني في أداء البنوك الأردنية.

فرضيات الدراسة:

- تقوم الدراسة على الفرضية الرئيسية التالية: يوجد تأثير إيجابي لاستخدام نظم الدفع الإلكتروني في تحسين أداء البنوك الأردنية، ويتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:
- يوجد تأثير إيجابي لاستخدام نظم الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء المالي للبنوك الأردنية.
 - يوجد تأثير إيجابي لاستخدام نظم الدفع الإلكتروني في تحسين كفاءة العمليات الداخلية للبنوك الأردنية.

مصادر جمع البيانات:

تم جمع البيانات اللازمة من مصدرين هما:

أ- المصادر الثانوية (الدراسة المكتبية): وتتمثل بالكتب والدوريات العربية والأجنبية، المتعلقة بالموضوع.

ب- المصادر الأولية: تتمثل بالحصول على البيانات من خلال استبانته صممت لغرض الدراسة، وقد تم توزيعها على البنوك عينة الدراسة لتغطية الجانب العملي من الدراسة.

الدراسات السابقة:

لقد أورد الباحثان بعض الدراسات التي يعتقدان أنها ذات صلة بموضوع الدراسة وتخدم الغاية التي أجريت من أجلها وهي:

• الدراسات العربية:

دراسة (الشيخ، أمل، 1998) بعنوان: "الخصائص الديمغرافية والنفسية للمبتكرين والمتبنين الأوائل من حملة بطاقات الائتمان في الأردن" وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة درجة الاختلاف في الخصائص النفسية والديمغرافية لحملة بطاقات الائتمان في الأردن، وتحديد الدرجة النسبية للاختلاف لكل خاصية نفسية وديمغرافية على حدة، وتكونت عينة الدراسة من (513) فردا من حاملي بطاقات الائتمان، ثم تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية والتحليلية في تحليل المعلومات وإثبات صحة الفرضيات.

خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج:

- هناك اختلاف ذو دلالة إحصائية بين فئتي المبتكرين والمتبنين الأوائل باختلاف العوامل الديمغرافية.

- توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في العوامل النفسية ما بين المبتكرين والمتبنين الأوائل.

دراسة (الشورة، جلال، 2005) بعنوان: "وسائل الدفع الالكتروني" هدفت هذه الدراسة إلى الآتي:

- دراسة وسائل الدفع الالكتروني من حيث ماهيتها ومفهومها ونشأتها وأنواعها، وبيان النظام القانوني لبطاقات الائتمان بصفتها أكثر أنواع الدفع الالكتروني تداولاً من حيث أطرافها ومسؤوليتها والعلاقات التي تدور بين هؤلاء الأطراف في بطاقات الائتمان، وكان من أهم الاستنتاجات وجود مخاطر مالية تقليدية إضافة إلى وجود مخاطر تتعلق بالمجتمع فيما يتعلق بوسائل الدفع تلك، ومن التوصيات التي أوصت بها ضرورة إدارة تلك المخاطر على

أساس وقائي قبل وقوعها، وعلاجي بعد وقوعها وما يتوفر من قواعد قانونية تحكم تلك المخاطر وتجعل من وقوعها اقل ضررا.

دراسة (عبابنة، عمر عبد الله، 2006) بعنوان: "الدفع بالتقسيم عن طريق البطاقات الائتمانية" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على بيان الحكم الشرعي فيما يتعلق بموضوع الدفع بالتقسيم عن طريق البطاقات الائتمانية في كل من البنوك التقليدية والبنوك الإسلامية، والبحث في كيفية عمل بطاقة الدفع بالتقسيم، مع بيان التأصل الفقهي لهذه العملية ابتداءً من مرحلة إصدار البطاقة، ومرورا بمرحلة تسديد البنك المصدر للبطاقة، وانتهاءً باستيفاء ما يترتب على حاملها من أموال. وتمثلت عينة الدراسة في كل من المصرف البحريني الإسلامي (بطاقة الشامل)، الأهلي السعودي (بطاقة تيسير)، السعودي (بطاقة الخير). ومن أهم ما خلصت له الدراسة وجود عدة تكيفات فقهية لموضوع الزيادة على العميل، والنسبة المثوية التي يقطعها على التاجر، وهذه التكيفات هي: أجره استحقها مصدر البطاقة جراء تحصيله مال التاجر من حامل البطاقة، أجره بدل خدمات، أجره مقابل الوكالة، أجره على الحوالة، ومن أهم التوصيات التي قدمتها الحرص على جعل تلك البطاقات خالية من المحاذير الشرعية وتعميم فكرتها لتشكل بديلا لجميع المتعاملين فيها.

دراسة (محمد نوري، بسمة، 2007) بعنوان: "خصوصية بطاقات الائتمان الصادرة عن البنوك الإسلامية" وهدفت هذه الدراسة إلى دراسة خصوصية بطاقات الائتمان عن البنوك الإسلامية، وكذلك معرفة ماهية كل من الائتمان وبطاقات الائتمان، وأهميتها، والأنواع التي أخذت بها البنوك الإسلامية، وتم تناول تجربة بنك أبو ظبي الإسلامي في إصدار بطاقة الائتمان التي تعمل وفقا لعقد المرابحة كأحد البدائل لبطاقة الائتمان التقليدية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن بطاقة الائتمان ضرورة عصرية لا تستطيع البنوك الإسلامية تجنب إصدارها، وأوصت بضرورة صدور تشريع خاص بهذه البطاقات، وضرورة إصدار قوانين تنظم التعامل بها لحماية حقوق الأطراف التي تتعامل بها في حالة نشوء نزاع نتيجة لاستخدامها، على أن يتفرع عن هذا القانون بنود ومعايير تعمل في ظلها بطاقة الائتمان الصادرة عن البنوك الإسلامية لتتوافق مع الناحيتين القانونية والشرعية.

دراسة (المحسن، محمود، 2009) بعنوان: "استخدام بطاقات الائتمان الالكترونية وأثرها في ربحية المصارف: نموذج معدل العائد على حقوق الملكية" وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام بطاقات الائتمان الالكترونية المتمثلة في إصدار عدد من بطاقات الائتمان الالكترونية، وحجم النفقات التشغيلية المخصصة للبطاقات الائتمانية وبيان أثرها في صافي الناتج عن البطاقات الائتمانية ومن ثم بيان صافي الدخل الناتج عن هذه البطاقات في ربحية

المصرف، وذلك عن طرق استخدام نماذج معدل العائد على حق الملكية، وقد أجريت هذه الدراسة على عينة من البنوك التجارية العاملة في الأردن، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر بين عدد البطاقات الائتمانية وصافي الربح الناتج عن هذه البطاقات، كما توصلت الدراسة إلى وجود أثر بين حجم الاستثمار والدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية، وكذلك وجود أثر بين النفقات التشغيلية للبطاقات الائتمانية والدخل الناتج عن هذه البطاقات، وهناك أثر ايجابي بين الدخل الناتج عن البطاقات الائتمانية والعائد على حقوق الملكية.

وأوصت الدراسة بضرورة قيام المصارف التجارية في الأردن بزيادة إصدار عدد البطاقات الائتمانية بكافة أنواعها، وكذلك فإن على هذه المصارف زيادة حجم الاستثمار وحجم النفقات التشغيلية المخصصة لهذه البطاقات، حتى يتم زيادة قدرة الاستثمار في تلك البطاقات.

• الدراسات الأجنبية:

دراسة (Simon, 2002) بعنوان: Electronic Payments —The Smart Card, Smart Cards, E-Payments, & Law جاءت هذه الدراسة في ثلاثة أجزاء تتناول القضايا القانونية التي تواجه مطوري البطاقة الذكية. وتكشف عن القضايا التعاقدية والمسؤولية وقضايا حقوق الملكية الفكرية، وتقييم ما إذا كان الإطار القانوني المناسب موجود بالفعل في البطاقات الذكية المستخدمة التي يمكن أن بما يضمن تطويرها ونموها.

دراسة (Yoris and Robert, 2008) بعنوان: The economics of mobile payments Understanding stakeholder issues for an emerging financial technology application وهدفت إلى دراسة تطبيقات جديدة للتكنولوجيا، وذلك في ظل ثورة الاتصال اللاسلكي حيث تركز الدراسة على الدفع بواسطة الأجهزة المحمولة Mobile Payments، وذلك من خلال تطبيق إطار يسمح بتحديد أصحاب المصالح والنظرية القابلة للتطبيق لتحليل المستهلكين، والشركات، وعمليات الأعمال، والسوق، وتوجهت نتائج هذه الدراسة إلى المدراء في الإدارة العليا بضرورة الاستفادة من الجوانب الاقتصادية للدفع بواسطة الأجهزة المحمولة.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً - نظم الدفع الإلكتروني Electronic Payment Systems:

مفهوم نظم الدفع الإلكتروني:

في ظل الاقتصاد الرقمي المعتمد على التعاملات الإلكترونية المبنية على شبكات الاتصال وكذلك ظهور المنتجات الإلكترونية كل ذلك جعل التجارة الإلكترونية من أكثر المواضيع المثيرة للجدل في العصر الحالي، عصر الأعمال الإلكترونية التي تستخدم تقنيات العمل

بالإنترنت والشبكات لتطوير أنشطة الأعمال الحالية والتي يمكن أن تنفذ كلياً بصورة إلكترونية أو بصورة جزئية وعليه انقسمت الشركات ومنظمات الأعمال إلى شركات إلكترونية كلياً وأخرى إلكترونية جزئياً وقد عرف (turban, 2005) التجارة الإلكترونية بأنها "العمليات التي يتم من خلالها بيع أو شراء أو تبادل المنتجات بواسطة الشبكات الحاسوبية" والتي من أهم مزاياها تقليل التكاليف وتحسين أداء سلسلة التوريد، وتحسين العلاقة مع الزبائن، والتحسين المستمر للمنتج.

وإذا كانت قيمة المشتريات في ظل التجارة التقليدية تُدفع إما نقداً أو باستخدام الشيكات البنكية أو أي وسيلة من وسائل الدفع الورقية، فإن السؤال المطروح هنا هو كيف يمكن دفع ثمن المشتريات الإلكترونية التي تتم عبر الإنترنت وخاصة إذا كانت تتم في مناطق متباعدة جغرافياً أو من دولة أخرى.

الأمر الذي ولد الحاجة إلى وسيلة دفع تتلاءم مع معطيات هذا العصر وتتناسب مع هذا النوع من العمل التجاري وكما يقال الحاجة أم الاختراع فكان نظام الدفع الإلكتروني هو الوسيلة الأمثل إلى الآن في الاستجابة لمتطلبات التجارة الإلكترونية والذي يمكن أن نعرفه بأنه: مجموعة من الأجزاء المترابطة والمتكاملة تتفاعل مع بعضها من أجل إتمام المعاملات عن طريق تسهيل عملية الدفع إلكترونياً.

ولنجاح أنظمة الدفع الإلكتروني لابد من توفر مجموعة من العوامل التي تؤثر في عملية الدفع الإلكتروني وهي (الجدايه و خلف، 2008) و (Changs and others, 2010):

1- الاستقلالية Independence

2- الترابط Interoperability and portability

3- السرية Security

4- الحماية من الخداع Anonymity

5- قابلية التجزئة Divisibility

6- سهولة الاستخدام Ease of use

7- الرسوم Transaction fees

ومن أهم طرق الدفع التي أوجدتها نظم الدفع الإلكتروني مايلي:

(1) البطاقات الإلكترونية:

- 1- بطاقات الدفع: ومنها بطاقات الرصيد - بطاقات الشحن - بطاقات الحساب الجاري.
- 2- المحافظ الرقمية

(2) البطاقات الذكية:

(3) البطاقات ذات القيمة المخزنة:

- 1- البطاقات ذات المجال المفتوح.
- 2- البطاقات ذات المجال المغلق.

(4) الدفع الجزئي الإلكتروني

(5) الشيكات الإلكترونية

ثانياً - الأداء Performance:

مفهوم الأداء Performance Concept:

لقد بدأ الاهتمام بالأداء وتقييم الأداء مع نشوء فكرة الدفع مقابل الأداء (Pay for performance) وظهور نظرية الإدارة بالأهداف أواسط القرن الماضي، حيث قبل هذا التاريخ كان يرتبط التعويض بالأقدمية والمستوى الوظيفي ضمن هرمية الوظائف بالمنظمة، ويعد هذا الموضوع من أهم المواضيع التي شغلت وتشغل مفكري الإدارة والمدراء ومنظمات الأعمال في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، ذلك لأن النمو الحقيقي يعتمد أساساً على رفع كفاءة الأداء، كما أنه يعبر عن مستوى التقدم الاقتصادي والحضاري لأي بلد، وقد شهدت العقود الأخيرة تحولات أساسية في إطار المفاهيم الخاصة بالإدارة، حيث الريادة في الأعمال، وسيادة العميل بدلاً من السيطرة المهنية والإدارية، وإدارة الأداء بدلاً من ضبط أو مراقبة التكاليف، وتحسين جودة الخدمات بدلاً من زيادة كمية المخرجات، وإلى المساءلة عن النتائج ومستويات الأداء بدلاً من تقييم مدى سلامة الإجراءات (مخيمر وآخرون، 2000)، لذا أخذت الأفكار تركز على جعل الأداء عملية واضحة (explicit) وممكنة القياس لزيادة القدرة على إدارته.

ويشير الأداء إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد، وهو يعكس الكيفية التي يحقق أو يشبع بها الفرد متطلبات الوظيفة، إذ ترى (حسن، 2001) أن الأداء هو "درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد، وهو يعكس الكيفية التي يحقق أو يشبع بها الفرد متطلبات الوظيفة. و غالباً ما يحدث لبس و تداخل بين الأداء و الجهد. فالجهد يشير إلى

الطاقة المبذولة، أما الأداء فيقاس على أساس النتائج التي حققها الفرد"، أما (آل آدم واللوزي، 2005) فيعرفون الأداء على أنه "مرحلة من مراحل الرقابة الفعالة لكونها عملية مقارنة الأداء بما هو مخطط للتأكد عن مدى تحقيق الأهداف المرسومة. ولأجل تحديد الانحرافات و معالجتها سواء قبل تحقق الانحراف، أو بعده باستخدام أفضل السبل العلمية لعناصر الإنتاج، لتحقيق الأهداف بأعلى كفاءة ممكنة. وكذلك تعد عملية قياس كفاءة الأداء برنامج عمل لترشيد ورفع كفاءة العاملين و نظام المعلومات للتخطيط و الإدارة و تحديد المكافآت"، أما إدارة الأداء فهي عملية متكاملة يعمل من خلالها المدبرون مع العاملين لوضع أو تحديد التوقعات وقياسها ومراجعة النتائج ومكافأة الأداء بهدف تحسين أداء العاملين، وبالتالي تحسين الكفاءة الإدارية والتنظيمية وتحقيق النجاح للمنظمة (Subramani, 2003)، وقد قسم (Straub, 2004) الأداء إلى أربعة مستويات هي:

1. المستوى الفردي ويقاس مستوى الأداء الفردي في المنظمة من خلال الوقت اللازم لإنجاز المهام والنوعية وغير ذلك.
2. مستوى المجموعة (فرق العمل): حيث تقيس بكفاءة المجموعة أو فريق العمل من خلال درجة الاتفاق بين أعضاء المجموعة (Consensus) ونوعية القرارات المتخذة ضمن المجموعة وغير ذلك.
3. مستوى المنظمة: يهتم بكفاءة المنظمة ومخرجاتها بشكل عام من خلال العائد على الاستثمار والأرباح إلى غير ذلك من المخرجات.
4. على مستوى مجموعة من المنظمات المتكاملة أو المتعاونة فيما بينها بأي صيغة من صيغ التعاون، حيث يتم قياس الأداء العام لهذه المنظمات من خلال العائد على الاستثمار لمجموع هذه المنظمات والأرباح المتحققة إلى غير ذلك من المقاييس.

العوامل المؤثرة على الأداء:

هناك مجموعة من العوامل المؤثرة على الأداء، بعضها عوامل داخلية، و البعض الآخر عوامل خارجية و تتمثل هذه العوامل مجتمعة "قوة دافعة" كبيرة تحدد المسار الاستراتيجي للمنظمة. وتعد دراسة هذه العوامل و تحليلها ضروري لتحقيق منهجية سليمة في تقييم الأداء، منها (العدلولي، 2002):

العوامل السياسية:

1. وجود سياسات حاكمة لأعمال المنظمة.
2. مدى ملائمة السياسات مع أعمال المنظمة.

3. طبيعة النظام السياسي في الدولة.

4. المناخ السياسي العام وأثره على المنظمة.

العوامل الاقتصادية:

1. الموارد الاقتصادية للمنظمة.

2. العمالة والبطالة وآثارها على المنظمة.

3. الاقتصاد المحلي والإقليمي والعالمي وآثاره على المنظمة.

4. النظام الاقتصادي للدولة وآثاره على المنظمة.

العوامل الاجتماعية:

1. مصالح وقضايا وحاجات المنظمة والمجتمع.

2. مستوى الأخلاق والقيم والسلوك العام.

3. توجهات المجتمع و نمط حياته و طبيعة إنسانيته.

4. طبيعة العلاقات الإنسانية والمجتمعية.

العوامل التكنولوجية:

1. مدى المواكبة للتقدم التقني.

2. أثر التقنية على أداء المنظمة.

3. مدى الاهتمام في توظيف التقنية لحياة أفضل.

4. مدى توفر التقنية الحديثة في السوق.

العوامل البيئية:

1. طبيعة المناخ والبيئة الداخلية للمنظمة.

2. نوعية السياسات والقيم والمعايير للمنظمة.

3. الموقع الجغرافي والاستراتيجي للمنظمة.

4. المجال الذي تتحرك فيه المنظمة.

مؤشرات الأداء في المنظمة:

إن مقاييس الأداء تختلف من هدف إلى آخر، ومن توجه استراتيجي إلى آخر، ويعتمد تقويم أداء المنظمة على الجهة صاحبة المصلحة في ذلك الأداء. ويمكن تصنيف الجهات ذات المصلحة المباشرة في أداء المنظمة على الوجه التالي (الفطامين، 2007): المساهمون، والموظفون، والمجتمع.

ولكل فئة من هذه الفئات مقاييس محددة لأداء المنظمة تحقق عادة مصالحهم من وجهة نظرهم. وقد وضع عالم الإدارة الشهير Peter drucker مجموعة من أهداف الأداء المنظمي التي من الممكن أن تستخدم كمعايير لقياس أداء المنظمة في الجوانب المختلفة، وعلى الوجه التالي:

الموقف التنافسي في أسواق المنظمة، والإبداع في مجال التكنولوجيا، واستخدام موارد المنظمة المالية والمادية، والإنتاجية، والربحية، وتطوير القوى البشرية الإدارية، والمسؤولية الاجتماعية.

الجانب العملي: إجراءات ونتائج الدراسة الميدانية:

1- **منهجية الدراسة:** يستند البحث على منهجين للإجابة عن المشكلة المطروحة بطريقة علمية:
- المنهج الوصفي: الذي يسمح باستيعاب الإطار النظري للموضوع.
- المنهج التحليلي: يمثل الأساس لتحليل أثر استخدام نظم التداول الإلكترونية في أداء البنوك الأردنية.

2- **مجتمع الدراسة:** وتكون من جميع البنوك الأردنية المدرجة في السوق الأول من عمان للأوراق المالية والبالغ عددها (12) بنك.

3- **عينة الدراسة:** تم اختيار عينة عشوائية من (4) بنوك، شكلت أكثر من 33٪ من مجتمع الدراسة.

4- الاختبارات الخاصة بالاستبيان:

أ- صدق الأداة (Instrument Validity):

➤ **الصدق الظاهري (Face validity):** وهي عملية التأكد من أن الفقرات التي تحتويها الاستبانة تؤدي إلى جمع البيانات بدقة، ولتحقيق ذلك تم عرض الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين، ومن ثم عرضها على بعض أفراد عينة الدراسة، للتأكد من فهم العبارات والكلمات المستخدمة ودرجة وضوحها وسهولتها لعينة الدراسة.

➤ **صدق المحتوى (Content Validity):** ويقصد به مدى تعبير فقرات الاستبانة عن أبعاد الدراسة، وأن كل بعد ممثل بشكل دقيق بمجموعة من الأسئلة، تعكسه فعلياً، وقد تم التأكد من ذلك من خلال عرضها على المتخصصين الأكاديميين والمهنيين.

ب- ثبات الأداة (Instrument Reliability):

تم احتساب معامل الثبات (Cronpaches Alpha) لأداة الدراسة وبلغت قيمته (0.829). وهذه القيمة أعلى من الحد الأدنى (0.60-0.50) في الدراسات الاستكشافية، وعليه تكون مقبولة لإغراض التحليل الإحصائي، وبالتالي فإن الاختبارات التي تم اعتمادها توفر دلالات على الصدق الظاهري، وصدق المحتوى، والثبات لأداة الدراسة.

هذا وقد تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة توفر متغيرات نموذج الدراسة، وقد تم اعتبار الوسط الحسابي من (-1 2.4) درجة موافقة منخفضة، والوسط الحسابي من (2.5- 3.74) درجة موافقة متوسطة، ومن (3.75 فأكثر) درجة موافقة مرتفعة، وقد أعتمد هذا التقسيم ليكون أكثر موضوعية من الوسط المطلق (3)، ذلك لأننا نتعامل مع بيانات نوعية (Qualitative) تكون الإجابات فيها متأثرة بانطباعات شخصيه (Subjective) تحتمل درجة من عدم الدقة.

5- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بالاعتماد على برنامج (SPSS) استخرجت التكرارات والنسب المئوية لإجابات المبحوثين في الخصائص الشخصية والوظيفية، وكذلك مدى توفر متغيرات الدراسة، كما تم استخدام الإحصاء الاستدلالي لاختبار الفرضية الرئيسة بفروعها المختلفة، حيث استخدم أسلوب تحليل الانحدار للوصول إلى تحليل أثر استخدام نظم الدفع الإلكترونية في أداء البنوك الأردنية.

6- تحليل ومناقشة فرضيات الدراسة: وتم من خلاله ما يلي:

أ- تحليل الخصائص الشخصية والوظيفية:

استخدمت عدة فقرات لمعرفة توزيع عينة الدراسة، وذلك حسب الخصائص الشخصية والوظيفية، مثل الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، ومدة الخدمة في البنك، و الجدول (1) يبين هذه الخصائص.

الجدول (1) الخصائص الشخصية والوظيفية (ن=47):

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	28	66.7
	أنثى	14	33.3
العمر	أقل من 30 سنة	23	54.8
	من 30 - 40 سنة	17	40.5

2.4	1	من 40 - 50 سنة	
2.4	1	أكثر من 50 سنة	
78.6	33	بكالوريوس	المؤهل العلمي
21.4	9	ماجستير أو دكتوراه	
59.5	25	أقل من 5 سنوات	مدة الخدمة في البنك
28.6	12	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	
9.5	4	من 10 إلى أقل من 15 سنوات	
2.4	1	أكثر من 15 سنوات	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss

ب- مدى توفر متغيرات الدراسة في البنوك عينة البحث: لتحديد مدى توفر متغيرات الدراسة تم قياس كل متغير منها بمجموعة من المؤشرات موضحة في الجدول التالي:

الجدول (2) توفر متغيرات الدراسة في البنوك عينة البحث (ن = 47):

الانحراف المعياري	المتوسط	الأسئلة	الرقم
0.49680	4.5952	من ضمن الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه بطاقات الدفع (الرصيد، والشحن).	1
0.66783	4.5714	يقدم البنك خدمة الحافظة الالكترونية لعملائه لضمان المزيد من الأمان.	2
0.85404	3.9524	يوفر البنك لعملائه بطاقات التلامس	3
0.80828	4.0714	يوفر البنك بطاقات الحساب الجاري لتسهيل انجاز الأعمال.	4
0.66083	3.6190	يمنح البنك لعملائه بطاقات اللاتلامس.	5
0.69175	4.0952	تشمل البطاقات الالكترونية الصادرة عن البنك المعلومات الشخصية لعملائه لتسهيل أعمال المنظمات.	6
0.66083	4.0476	لضمان التواصل مع العملاء يطرح البنك بطاقات الولاء (المناصرة).	7
0.76243	3.8333	يقدم البنك بطاقات معلومات الرفاهية الاجتماعية والصحية استجابة لرغبات جميع العملاء.	8
0.91446	3.4286	من بين البطاقات التي يقدمها البنك لعملائه، البطاقات ذات المجال المغلق.	9

0.80251	3.4524	من بين البطاقات التي يقدمها البنك لعملائه، البطاقات ذات المجال المفتوح.	10
0.61154	4.3333	يستخدم البنك الشيكات الالكترونية لخفض المصاريف الإدارية.	11
0.61721	4.2381	يستخدم البنك الشيكات الالكترونية لزيادة كفاءة انجاز عمليات الحسابات والودائع.	12
0.83089	3.7381	يقوم البنك بعمليات الصرف الفوري للشيكات الالكترونية لتسهيل وتسريع عملية الدفع والمحاسبة.	13
0.72974	4.1667	يوفر البنك خدمة الدفع الجزئي الالكتروني لتيسر إجراء التعاملات ذات القيم الصغيرة.	14
0.35119	4.0102	نظم الدفع الإلكتروني	
0.59615	4.2857	تمنح نظم الدفع الإلكتروني للمصرف القدرة على طرح منتجاته في الأسواق بالسرعة المناسبة	15
0.71527	3.9762	تسهل نظم الدفع الإلكتروني تحرك المصرف في الأسواق الدولية	16
0.78050	4.0238	يعمل المصرف على خفض التكاليف التشغيلية من خلال نظم الدفع الإلكتروني	17
0.66083	4.0476	تؤدي نظم الدفع الإلكتروني إلى زيادة أرباح المصرف	18
0.95812	3.6190	يسعى المصرف من خلال نظم الدفع الإلكتروني إلى تخفيض تكلفة تقديم الخدمة	19
0.58236	3.9524	تؤدي نظم الدفع الإلكتروني إلى تراكم المعلومات والمعرفة المالية	20
0.34297	3.9418	الأداء المالي	
0.65554	4.2381	تساعد نظم الدفع الإلكتروني في تسريع إنجاز العمليات المالية	21
0.70051	4.2619	يعمل المصرف على تحسين أداء العاملين باستخدام نظم الدفع الإلكتروني	22
0.74860	3.6905	يستخدم المصرف نظم التصميم المعتمدة على الحاسب	23
0.62143	3.8333	تزيد نظم الدفع الإلكتروني من السرعة في الاستجابة لمتطلبات الزبائن من حيث الكم	24

0.64347	4.0238	تزيد نظم الدفع الإلكتروني من السرعة في الاستجابة لمتطلبات الزبائن من حيث النوع	25
0.68032	4.0238	تساعد نظم الدفع الإلكتروني من الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات بما يخدم العمل المصرفي	26
0.31103	4.0119	كفاءة العمليات الداخلية	
	0.28423	3.9980	مستوى الأداء

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss

أ - درجة توفر نظم الدفع الإلكتروني في البنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية: لتحديد مستوى نظم الدفع الإلكتروني في البنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية حدد الباحثان بعدين تم قياس كل بعد منها بمجموعة من الأسئلة، يظهر نتائج قياسهما الجدول (2):

وكما هو واضح فقد بلغ المتوسط العام (4.0102)، وبدرجة موافقة مرتفعة، وكانت إجابات عينة الدراسة حول هذه الأبعاد متقاربة كما يشير الانحراف المعياري الذي بلغ (0.351190)، وهذا يدل على مدى وعي وإدراك أفراد العينة للدور الذي يؤديه نظام الدفع الإلكتروني، الأمر الذي يعكس قناعة الإدارة بهذه النظم وبالتالي اتخذت القرار باعتماد نظم الدفع الإلكتروني، كما أن اهتمام الإدارة في البنوك عينة الدراسة ببعض الوسائل والأدوات التي تستخدمها نظم الدفع الإلكتروني جاء بعد دراسة وتحليل معمقين يعكسان متطلبات السوق الأردنية من جهة ومستوى البنية التحتية التكنولوجية من جهة أخرى إلا أن الاتجاه العام يركز على استخدام أحدث نظم الدفع الإلكتروني التي يمكن أن تقلل التكاليف وتسهل إجراء المعاملات وتضمن الأمن والسرية لجميع الأطراف التي تستخدم هذه النظم.

ب - مستوى الأداء في البنوك الأردنية: لتحديد مستوى أداء البنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية حدد الباحثان بعدين رئيسيين يظهرهما الجدول (2) حيث تم قياسهما من خلال مجموعة من الأسئلة.

كما هو واضح فقد بلغ المتوسط العام (3.9980)، وبدرجة موافقة مرتفعة إلى حد ما، وكانت إجابات عينة الدراسة حول هذه الأبعاد متقاربة كما يشير الانحراف المعياري الذي بلغ (0.284230)، وهو ما يعكس الدور المهم الذي تلعبه نظم الدفع الإلكتروني في أداء البنوك الأردنية، وجاءت آراء أفراد العينة مرتبة كما يلي: حصل بعد كفاءة العمليات الداخلية

بدرجة موافقة مرتفعة (4.0119) وانحراف معياري (0.31103)، وبالمرتبة الثانية حصل بعد الأداء المالي على موافقة مرتفعة بوسط حسابي (3.9418) وانحراف معياري (0.34297).

ت- مناقشة فرضيات الدراسة:

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد تأثير إيجابي لنظام الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء المالي للبنوك الأردنية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.522a	0.273	0.254	0.29615

a. Predictors: (Constant), نظام الدفع الإلكتروني

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.315	1	1.315	14.988	0.000a
	Residual	3.508	40	0.088		
	Total	4.823	41			

a. Predictors: (Constant), نظام الدفع الإلكتروني

b. Dependent Variable: الأداء المالي

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.940	0.530		3.659	0.001
	x	0.510	0.132	0.522	3.871	0.000

a. Dependent Variable: الأداء المالي

يتبين من نتائج تحليل الانحدار أن استخدام نظم الدفع الإلكتروني قد أثر بشكل مباشر $\beta = 0.522, P \leq 0.01$ في الأداء المالي للبنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية، كما

تبين أن معامل التحديد ($R^2=0.254$) وهذا يعني أن نظم الدفع الإلكتروني قد فسرت (25.4%) من التباين في مستوى الأداء المالي، كما يلاحظ أن قيمة الاختبار الإحصائي ($F=14.988$) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.01$). إن ما سبق من تحليل يستدعي قبول الفرضية الفرعية الأولى القائلة: "يوجد أثر إيجابي عند مستوى معنوية ($P \leq 0.01$) لنظام الدفع الإلكتروني في تحسن الأداء المالي للبنوك الأردنية".

- الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير إيجابي لنظام الدفع الإلكتروني في تحسن كفاءة العمليات الداخلية للبنوك الأردنية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	0.666a	0.444	0.430		0.23487

a. Predictors: (Constant), نظام الدفع الإلكتروني

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1.760	1	1.760	31.897	0.000a
1 Residual	2.207	40	0.055		
Total	3.966	41			

a. Predictors: (Constant), نظام الدفع الإلكتروني

b. Dependent Variable: كفاءة العمليات الداخلية

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.646	0.420		3.916	0.000
x	0.590	0.104	0.666	5.648	0.000

a. Dependent Variable: كفاءة العمليات الداخلية

تُظهر نتائج تحليل الانحدار أن استخدام نظم الدفع الإلكتروني قد أثر بشكل مباشر $\beta = 0.666$, $P \leq 0.01$ في كفاءة العمليات الداخلية للبنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية، كما تبين أن معامل التحديد ($R^2=0.444$) وهذا يعني أن نظم الدفع الإلكتروني قد فسرت (44.4%) من التباين في مستوى كفاءة العمليات الداخلية، كما يلاحظ أن قيمة الاختبار الإحصائي ($F=31.897$) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.01$). إن ما سبق من تحليل يستدعي قبول الفرضية الفرعية الأولى القائلة: "يوجد أثر إيجابي عند مستوى معنوية ($P \leq 0.01$) لنظام الدفع الإلكتروني في تحسن كفاءة العمليات الداخلية للبنوك الأردنية".

الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير إيجابي لنظام الدفع الإلكتروني في تحسن أداء البنوك الأردنية.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	0.679a	0.462	0.448		0.21115

a. Predictors: (Constant), نظام الدفع الإلكتروني

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1.529	1	1.529	34.294	0.000a
1 Residual	1.783	40	0.045		
Total	3.312	41			

a. Predictors: (Constant), نظام الدفع الإلكتروني

b. Dependent Variable: أداء البنوك

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.793	0.378		4.744	0.000
x	0.550	0.094	0.679	5.856	0.000

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	0.679a	0.462	0.448	0.21115

a. Dependent Variable: أداء البنوك

تشير نتائج تحليل الانحدار أن معامل التحديد (R^2) بلغ (0.462)، وهذا يعني أن استخدام نظم الدفع الإلكتروني فسّر ما مقداره (46.2%) من التباين في مستوى أداء البنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية، كما يلاحظ من تحليل التباين (ANOVA) أن قيمة الاختبار الإحصائي (F) بلغت (34.294) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($P \leq 0.01$). كما ويبين تحليل الانحدار أن استخدام نظم الدفع الإلكتروني قد أثر بدلالة معنوية وبشكل إيجابي مباشر ($\beta = 0.679, P \leq 0.01$) في تحسين أداء البنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية، إن ما سبق يستدعي قبول الفرضية الرئيسية القائلة: "يوجد تأثير إيجابي عند مستوى معنوية ($P \leq 0.01$) لنظام الدفع الإلكتروني في تحسن أداء البنوك الأردنية".

النتائج:

- 1- أثبتت الدراسة أن البنوك الأردنية تستخدم نظم الدفع الإلكتروني، وتهتم بأدائها بشكل كبير.
- 2- بينت الدراسة أن نظم الدفع الإلكتروني المستخدمة في البنوك الأردنية فسّرت (27.3%) من التباين في الأداء المالي للبنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية، وأثبتت أن نظم الدفع الإلكتروني تؤثر بشكل مباشر ($\beta = 0.522, P \leq 0.01$) في الأداء المالي الخاص بهذه البنوك.
- 3- أوضحت الدراسة أن نظم الدفع الإلكتروني فسّرت (44.4%) من التباين في كفاءة العمليات الداخلية للبنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية، وأثبتت أن نظم الدفع الإلكتروني تؤثر بشكل مباشر ($\beta = 0.661, P \leq 0.01$) في كفاءة العمليات الداخلية للبنوك الأردنية.
- 4- أوضحت الدراسة أن نظم الدفع الإلكتروني فسّرت (46.2%) من التباين في أداء البنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية، وأثبتت أن نظم الدفع الإلكتروني تؤثر بشكل مباشر ($\beta = 0.679, P \leq 0.01$) في أداء البنوك الأردنية.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها فإن التوصيات التالية سيكون لها دور كبير في حل المشكلات وتلافي نقاط الضعف التي تعاني منها البنوك عينة الدراسة، وتتلخص هذه التوصيات فيما يلي:

- 1- التأكيد على أهمية الدور الذي تلعبه نظم الدفع الإلكتروني في تحسين أداء البنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية.
- 2- العمل على توسيع وتطوير البنية التحتية التكنولوجية للبنوك الأردنية من جهة وحفز الجهات العامة على أداء الدور المطلوب منها في الموضوع ذاته.
- 3- التوسع باستخدام البطاقات ذات القيمة المخزنة (البطاقات ذات المجال المفتوح، والبطاقات ذات المجال المغلق) وكذلك البطاقات الذكية خاصة بطاقات اللاتلامس.
- 4- العمل على الصرف الفوري للشيكات الإلكترونية لتسريع عملية إنجاز المعاملات.
- 5- يجب على كل بنك من البنوك عينة البحث إذا ما أرادت أن تحقق تميزاً على منافسيها أن تهتم بالتكاليف الناجمة عن تبني نظم الدفع الإلكتروني على الرغم من كونها أصبحت واقع ملزم.
- 6- زيادة الاعتماد على نظم التصميم المستندة على الحاسب في مجال تصميم العمليات الخاصة بتطبيق نظم الدفع الإلكتروني بما يؤدي إلى تحسين أداء البنوك عينة الدراسة.

المراجع:

- 1- مخيمر، عبدالعزيز وآخرون (2000)، قياس الأداء المؤسسي للأجهزة الحكومية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر.
- 2- حسن، راوية محمد (2001)، إدارة الموارد البشرية- رؤية مستقبلية، الدار الجامعية، جمهورية مصر العربية.
- 3- آل آدم، يوحنا عبد و اللوزي، سليمان (2005)، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم كفاءة أداء المنظمات، دار ميسرة.
- 4- العدلولي، محمد الأكرم (2002)، العمل المؤسسي، دار ابن حزم، الطبعة الأولى، لبنان.
- 5- فطامين، أحمد عطالله (2007)، التخطيط الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية، دار مجدلاوي، عمان.
- 6- الجداه، محمود صالح وخلف، سناء (2008)، تجارة إلكترونية، دار الحامد، عمان، الأردن.

- 7- الشيخ، أمل مفيد (1998) الخصائص الديمغرافية والنفسية للمبتكرين والمتبنين الاوائل من حملة بطاقات الائتمان في الأردن، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الدراسات، الجامعة الأردنية.
- 8- الشورة، جلال عايد(2005)، وسائل الدفع الالكتروني، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الدراسات القانونية، جامعة عمان للدراسات العليا.
- 9- عبابنة، عمر يوسف عبد الله (2006)، الدفع بالتقسيط عن طريق البطاقات الائتمانية: دراسة فقهية مقارنة، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت.
- 10- محمد نوري، بسمة(2007)، خصوصية بطاقات الائتمان الصادرة عن البنوك الإسلامية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الدراسات القانونية، جامعة عمان للدراسات العليا.
- 11- المحسن، محمود عقيل(2009)، استخدام بطاقات الائتمان الالكترونية وأثرها في ربحية المصارف: نموذج معدل العائد على حقوق الملكية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية إدارة المال والأعمال، جامعة آل البيت.
- 12- Turban, Rainer & Potter (2005), **introduction to Information Technology** 3rd ed. New York: John wiley & Sons Inc.
- 13- Kenneth Laudon & Jane Laudon (2010), **Management Information systems**, 11th ed, Prentice Hall Int. Inc.
- 14- Straub, Detmar, et- al, “Measuring Firm Performance at the Network Level: A Nomology of the Business Impact of Digital Supply Network”, **Journal of Management Information Systems**, Summer 2004, VOL. 21, No. 1, PP. 83-114.
- 15- Subramani, M.R. and Venkatraman, N. “Safe Guarding Investments in A symmetric Interorganizational Relationships: Theory and Evidence, **Academy of Management Journal**, 46, 1, (2003) 46-63.
- 16- Yoris A. Au, Robert J. Kauffman (2008), The economics of mobile payments: Understanding stakeholder issues for an emerging financial technology application, **Electronic Commerce Research and Applications** 7 (2008) 141-164.
- 17- Simon Newman and Gavin Sutter(2002), Electronic Payments —The Smart Card, Smart Cards, E-Payments, & Law – Part I, **Computer Law & Security Report** Vol. 18 no. 4 2002.

18- Changs u Kim, Wang Tao, Namchul Shin, Ki-Soo Kim(2010), An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems, **Electronic Commerce Research and Applications** 9 (2010) 84-95.

دور حساب النتائج حسب الطبيعة — وفق النظام المحاسبي المالي- في قياس أداء المؤسسة

الزويطة محمد الطالح

استاذ محاضر قسم ب.

جامعة امحمد بوقرة- بومرداس

Résumé

La détermination des indicateurs de mesure de la performance consiste une grande préoccupation dans les entreprises économiques contemporaines. Parmi les indicateurs souvent utilisés par les contrôleurs de gestion pour enrichir le tableau de bord, on trouve les indicateurs financiers, la fiabilité de ses derniers est dérivée de la fiabilité des états financiers établis à la fin de l'exercice financier, ce qui a incité l'Algérie à appliquer des réformes comptables et concevoir un système comptable financier inspiré des normes IAS/IFRS, pour but d'établir des états financiers qui reflètent la réalité économique de l'entreprise, et pour les mieux exploiter dans la mesure de la performance et la prise de décision. Dans cette communication on essayera de montrer le rôle de comptes des résultats dans la mesure de la performance de l'entreprise en analysant les soldes intermédiaires et expliquant leur utilité, et à la fin on donnera les ratios - avec lecture managériale- les plus importants qu'on peut calculer à partir de comptes des résultats.

مقدمة:

يشكل تحديد مؤشرات قياس الأداء انشغالا كبيرا لدى المؤسسات الاقتصادية المعاصرة، من بين المؤشرات التي يعتمدها عادة مراقب التسيير لإثراء لوحة القيادة نجد المؤشرات المالية، والتي تشتق مصداقيتها من مصداقية الكشوف المالية المعدة في نهاية السنة المالية، مما حث الجزائر على تطبيق معايير IAS/IFRS ، بهدف إعداد كشوف مالية تعكس الوقع الاقتصادي للمؤسسة، واستغلال هذه الكشوف أفضل ما يمكن في قياس الأداء واتخاذ القرار، حيث إن المتبع للواقع المحاسبي يجد أن المحاسبة لازالت تتطور سواء من الناحية العملية أم النظرية، وإن التطور العملي هو الأسبق، وهو ناجم عن التعديل المستمر في الإجراءات المحاسبية وطرق التقييم بما يتناسب مع الظروف والمشاكل الجديدة التي تواجهها المؤسسة، أمّا التطور النظري فهو يعتمد على وضع فرضيات ليتم استنباط النتائج التي تعطينا

الإجابة النظرية عن طبيعة المحاسبة⁽¹⁾. ويمكن النظر إلى المحاسبة الآن على أنها نظام معلومات محتوى في نظام معلومات أكبر منه هو نظام المعلومات الإداري (أو كما يسمى كذلك نظام معلومات التسيير أو نظم المعلومات الوظيفية)، لذلك سنحاول في هذه الورقة البحثية إظهار دور حسابات النتائج في قياس أداء المؤسسة، من خلال تحليل الأرصدة الوسيطة وتبيان الغاية من حسابها، وفي الأخير سنشير إلى أهم النسب - مع قراءة إدارية لها - يمكن حسابها انطلاقاً من حسابات النتائج.

نظام المعلومات المحاسبي المالي وقياس الأداء:

النظام المحاسبي "هو أحد أهم الفروع المكونة لنظام المعلومات، إذ يتولى جمع، تبويب، معالجة، تحليل وتوصيل المعلومات في شكل قوائم مالية إلى الأطراف الطالبة لها بغية اتخاذ القرار".⁽²⁾ والنظام المحاسبي المالي كجزء منه يدعم المديرين الماليين في اتخاذ القرارات المالية الخاصة بتمويل الأعمال، وتخصيص الموارد المالية والرقابة على استخدامها.

هذا ما جعل المؤسسة تعتمد على النظام المحاسبي المالي كأداة لتحديد الذمة المالية وحساب الإيرادات والتكاليف والنتائج المتعلقة بنشاطها، واستعماله كذلك كأداة للتخطيط والرقابة وتقييم الأداء واتخاذ القرار.

إن وصول المحاسبة إلى ما هي عليه الآن ساهم فيه مهنيون وأكاديميون، معتمدين في ذلك على مجموعة من النظريات المحاسبية الموضحة كم يلي:

1- النظريات المحاسبية:

يمكن تعريف النظرية في مجال المحاسبة بأنها: "مجموعة المبادئ العلمية المتناسقة، والمشتقة من مجموعة الفروض المنسقة مع طبيعة العمليات التي تقوم بها المنظمات المعاصرة معبراً عنها من خلال مجموعة مفاهيم خاصة".⁽³⁾

⁽¹⁾ ساحل فاتح، دراسة التكاليف المعيارية ضمن نظام المعلومات المحاسبية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004، ص 01

⁽²⁾ صديقي مسعود، "مراجعة نظام المعلومات المحاسبي للمؤسسة الجزائرية الاقتصادية"، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000، ص 45.

⁽³⁾ محمود السيد الناغي، دراسات في نظرية المحاسبة والمعايير المحاسبية، المكتبة المصرية، مصر، 2002، ص 23..

والنظريات المحاسبية تعتمد إما على المنهج الاستقرائي أو المنهج الاستنباطي، وهناك ثلاثة أنواع من النظريات المحاسبية هي:⁽¹⁾

1-1- النظريات الوصفية: تهدف إلى وصف العمل المحاسبي عن طريق كشف وشرح المبادئ الأساسية، هذا النوع من النظريات يتميز باستعمال منهج استقرائي يرمي إلى إنشاء هيكلية منطقية للمحاسبة انطلاقاً من الملاحظة، بمعنى الوصول إلى أمور عامة انطلاقاً من ملاحظة التطبيقات المحاسبية.

2-1- النظريات المعيارية: موجهة لتكون دليلاً للعمل المحاسبي، تؤطره وتضبطه، هذا النوع من النظريات يتميز باستعمال منهج استنباطي (Approche Déductive) لينتج المبادئ والمفاهيم المحاسبية انطلاقاً من الهدف المخول للمحاسبة، تقع هذه النظريات عموماً في محيط اجتماعي اقتصادي معين، وهذه هي حالة IASB & FASB التي تفترض محيطاً تلعب فيه الأسواق المالية دوراً مهماً والمستثمرون هم مستعملو المعلومة المحاسبية.

3-1- النظريات التفسيرية: هي شروح أو ببساطة ترجمة لأعمال وسلوك المحاسبين، الذين يشكلون هدف البحث والتتظير، نميز نوعين من النظريات التفسيرية هما:

أ- النظريات الإيجابية: وضعت للردّ على النظريات المعيارية، وتعتبران وجود المحاسبة ليس بهدف اقتراح معايير محاسبية لكن لوصف وشرح سلوكيات تخص أفراداً فاعلين لهم دور فيما يخص المحاسبة مثل المسيرين، المستثمرين، الدائنين، إدارة الضرائب، والأجراء، وتشكيل فرضيات قابلة للتحقيق والمراجعة تخص سلوكهم، مثلاً افتراض وجود تعارض بين المسيرين الذين يتقنون المحاسبة، وبين جهات أخرى، هنا يبحث المسيرون عن خداعهم عن طريق اختيار أساليب محاسبة معينة.

ب- النظريات التاريخية: تعالج أعمال تنظيمية واجتماعية تدعم عملية الحساب، تهدف إلى ترجمة ظهور حاضري وتطور التطبيقات المحاسبية بالرجوع إلى متغيرات تاريخية، اجتماعية، اقتصادية، قانونية وثقافية، مثلاً دراسة تطور معايير المحاسبة خلال الزمن معتمدين في شرحنا على وقائع اقتصادية أو تاريخية معينة.

2- اتجاهات المنظرين في المحاسبة:⁽²⁾

1-2- اتجاه نموذج القرار: يهتم بالتعرف على احتياجات متخذي القرار من المعلومات، وتحديد المعلومات المحاسبية على ضوء هذه الاحتياجات.

⁽¹⁾Bourouï Nassiba, Nécessité d'une réforme comptable en Algérie dans le cadre du passage de l'économie planifiée à l'économie de marché, Mémoire de magistère, (non publié) Ecole supérieure de commerce, Alger, 1998-1999, P16-17.

⁽²⁾ محمود السيد الناعي، مرجع سبق ذكره، ص 42 - 43.

2-2- اتجاه النموذج السلوكي: يهتم بسلوك متخذ القرار والتعرف على الاحتياجات

الفعلية، يمتد هذا الاتجاه إلى ثلاثة أنواع من الدراسات:

دراسات الهدف منها رفع كفاءة الأداء المحاسبي؛

دراسات الهدف منها بحث أثر التنظيم الإداري على تصميم وتنفيذ النظام المحاسبي؛

دراسات الهدف منها معرفة أثر القياس المحاسبي على سلوك العاملين.

2-3- اتجاه اقتصاديات المعلومات: يعتمد هذا الاتجاه في بناء نظرية المحاسبة على أن كل

المعلومات المحاسبية التي تنتج من أنظمة محاسبية مختلفة يجب تقييمها طبقاً لقاعدة التكلفة والعائد، وعلى ذلك فالمعلومات في نظر أصحاب هذا الاتجاه سلعة يمكن ويجب أن تخضع للتقييم.

2-4- تقارب نظرية الوكالة: ظهر في عام 1976 في الولايات المتحدة الأمريكية، يعرض

هذا الاتجاه على التعرف على المشاكل الناتجة عن المصالح المتعارضة بين الفئات المختلفة المرتبطة بالمنظمة منها:

تعارض مصلحة حملة الأسهم مع مصلحة حملة السندات؛

تعارض مصلحة حملة الأسهم مع الإدارة العليا؛

وهكذا تعددت الاتجاهات والتقاربات في تكوين نظرية المحاسبة.

3- الفرضيتان الأساسيتان التي يقوم عليهما النظام المحاسبي المالي:

بما أن النظام المحاسبي المالي يقوم على الدعائم التي رسّختها المعايير الدولية للإقرار المالي، فإن الفرضيتين الأساسيتين اللتين تحكمان عملية التسجيل المحاسبي وإعداد الكشوف المالية (القوائم المالية) هما:

3-1 - محاسبة الالتزام: تحضر الكشوف المالية اعتماداً على صفقات وأحداث تمت فعلاً،

وبتعبير آخر تسجل العمليات والأحداث المحاسبية عند حدوثها وليس عند الدفع أو القبض للمبالغ المقابلة، تسجل في دفاتر المحاسبة بذلك التاريخ وتظهر في الكشوف المالية للدورات التي وقعت فيها.⁽¹⁾

في الحقيقة يحتاج هذا الكلام إلى توضيح حيث إن الدفع أو القبض يمكن اعتمادهما في محاسبة الالتزام في ما يتعلق بعناصر الميزانية كتسجيل تسبيق للموردين، وليس شرطين لتقييد عناصر حسابات النتائج.

⁽¹⁾ بوتين محمد، المحاسبة المالية ومعايير المحاسبة الدولية دروس وتطبيقات، pages bleues، الجزائر، 2010، ص 52

ليس المحاسب هو المسؤول عن اتخاذ قرار تحديد حدود الالتزام من عدمه - مع استحباب استشارته - لكن مجلس الإدارة هو الذي يملك الصلاحيات في تحديد الالتزام والمستوى الذي يؤدي إلى التقييد المحاسبي، بصفته المسؤول عن إدارة المؤسسة، ويكون هذا في شكل تعليمية يستند إليها المحاسب في التسجيلات المحاسبية، ويستند إليها نظام الرقابة الداخلية في صياغة الإجراءات ورسم خريطة تدفق المعلومات. ومن حق محافظ الحسابات أو المدقق الداخلي طلب رؤية هذه الوثيقة عند قيامه بتقييم نظام الرقابة الداخلية.

قد يختلف تحديد مستوى الالتزام من مؤسسة إلى أخرى، فلو أخذنا مثلاً عملية الشراء كمثال، فقد تسجل عملية الشراء في مؤسسة ما بمجرد المصادقة على الطلبية من طرف المورد، وقد تسجل في مؤسسة أخرى عند استلام الفاتورة، وقد تسجل في مؤسسة أخرى بمجرد استلام البضاعة دون انتظار الفاتورة، وفي مؤسسة أخرى عند إصدار الشيك، لكن لا أحد من هذه المؤسسات يسجل عملية شراء إذا كان هناك أمر بالشراء داخلي بين مديرية الإنتاج ومديرية التموين، لأن الالتزام بين المؤسسة والطرف الخارجي غير موجود.

3-2- استمرارية النشاط: هي فرضية أساسية خاصة في تقييم الأصول والخصوم، على اعتبار أننا نفترض أن المؤسسة مواصلة لنشاطها لأنها لا ترغب وليس لها النية في التوقف، وأنها ليست تحت ضغط يجبرها على التوقف. وعندها تقيم عناصر الميزانية حسب قواعد التقييم المعتادة، أما في حالة عدم الاستمرارية في النشاط فإن تقييم تلك العناصر يتم حسب قيمة التصفية، مما يعني أن لهذه الفرضية أثراً مباشراً على النتيجة بسبب الأثر على طرق التقييم.⁽¹⁾

4- شروط إدراج الأصول والخصوم والأعباء والإيرادات في الحسابات:

تدرج عنصر الأصول والخصوم والأعباء والإيرادات في الحسابات عندما:⁽²⁾

يكون من المحتمل أن تعود منه أو إليه أية منفعة اقتصادية مستقبلية مرتبطة بالكيان (المؤسسة).
للعنصر كلفة أو قيمة يمكن تقييمها بطريقة صادقة.

5- خصائص المعلومة في النظام المحاسبي المالي:

النظام المحاسبي المالي يهتم فقط بمعالجة البيانات المالية القابلة للقياس، وهي إما تاريخية أو مستقبلية (أي اعتماد التنبؤ والتقدير)، والمعلومات التي ينتجها تكون في شكل كشوف مالية

(1) المرجع السابق نفسه، مع بعض التصرف، ص 52.

(2) القرار المؤرخ في 23 رجب عام 1429 الموافق 26 يوليو سنة 2008، يحدد قواعد التقييم والمحاسبة ومحتوى الكشوف المالية وعرضها وكذا مدونة الحسابات وقواعد سيرها، الصادر في الجريدة الرسمية رقم 19 للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، ليوم الأربعاء 28 ربيع الأول عام 1430 الموافق 25 مارس سنة، 2009 العدد 19، ص 06.

والتي تحتاجها الأطراف الخارجية المتعاملة مع المؤسسة كما تحتاجها الأطراف الداخلية بغية تقييم الأداء واتخاذ القرار، وحتى تكون صالحة لهذا الغرض لا بد أن تتصف ببعض الخصائص:

1-5- الملائمة: يقصد بها مدى ملائمة المعلومة لإحتياجات مستخدميها⁽¹⁾ وترتبط الملائمة بطبيعة المعلومة المحاسبية في حد ذاتها وبمدى تسارع الأحداث، مما يجعلها نسبية، وعليه كلما كانت المعلومة المحاسبية مفيدة لضمان بقاء المؤسسة واتخاذ القرار كلما كانت ملائمة.

2-5- سهولة الفهم: يتم عرض المعلومة المحاسبية في الكشوف المالية بشكل متعارف عليه وبمصطلحات محاسبية فنية يفترض فهمها من طرف المستخدم لها.⁽²⁾

3-3- القابلية للمقارنة: تظهر الكشوف المالية قيمتين لكل عنصر من عناصرها، قيمة تتعلق بالسنة المعنية وقيمة تتعلق بالسنة التي تسبقها مباشرة، وهذا بغرض تسهيل عملية المقارنة السنوية عند قراءة الكشوف المالية، كما أن المقارنة التاريخية تسمح ببناء معايير مستقبلية اعتمادا على الملاحظات السابقة، خاصة بالنسبة للمؤسسة التي تعتمد على التطور التاريخي لبعض العناصر والمؤشرات عند إعداد الموازنات. كما يمكن للمؤسسة أن تقارن مؤشرات مع مؤشرات المنافسين أو تقارنها مع معايير مرجعية.

4-5- المصدقية: تعبر المصدقية عن درجة الثقة في المعلومة وهذا بشروط:

- تكون المعلومة مخلصه، أي معبرة عن الواقع بقدر الإمكان.
- تتصف بالدقة النسبية أي احتمال الخطأ ضعيف.
- تتصف بالحيادية في إنتاجها، أي خالية من الأحكام المسبقة.

6- الكشوف المالية في النظام المحاسبي المالي:

الكشوف المالية عبارة عن وثائق مالية مهيكلة تحتوي معلومات شاملة ناتجة عن معالجة العديد من المعلومات مع مراعات التفصيل في العناصر المهمة والتجميع في العناصر قليلة الأهمية، وكذلك مدى التوازن بين المنافع المرجوة من استخدام هذه الكشوف وتكاليف إعدادها ونشرها. تتكون الكشوف المالية من:

الميزانية.

حسابات النتائج.

⁽¹⁾ الحياي وليد ناجي، التحليل المالي، منشورات الأكاديمية العربية في الدنمارك، الدنمارك، ص 29.

⁽²⁾ المرجع السابق نفسه، ص 29.

جدول سيولة الخزينة.

جدول تغير الأموال الخاصة.

ملحق.

7- مفهوم الأداء وقياسه:

إن أصل مصطلح الأداء لاتيني "Performance"، فاللغة الإنجليزية هي التي أعطت له معنى واضحا ومحدداً، بمعنى تأدية عمل أو إنجاز نشاط أو تنفيذ مهمة. أو بمعنى القيام بفعل يساعد على الوصول إلى الأهداف المسطرة.

إن مفهوم الأداء يعكس سلوك الكائنات - فردا، جماعة، مؤسسة - في إدارة المهمات، مفهوم يرتبط بمدى عمل الأشياء الصحيحة بطريقة صحيحة، ومن هذا يتضح أن مفهوم الأداء يتضمّن بعدين هما الكفاءة والفعالية.⁽¹⁾

7-1-الكفاءة: إن الكفاءة تعني الحصول على الكثير نظير مما هو أقل، أي بقاء التكلفة في حدودها الدنيا، والأرباح في حدودها القصوى، الكفاءة مفهوم يقتصر فقط على استخدام الموارد الإنتاجية المتاحة للمؤسسة، أي أنه يرتبط بالدرجة الأولى بعنصر التكلفة والعلاقة بين المخرجات والمدخلات، أي:⁽²⁾

$$\text{الكفاءة} = \frac{\text{قيمة المخرجات}}{\text{قيمة المدخلات}}$$

تقدير الكفاءة يقود إلى مفهوم الإنتاجية، يأخذ بعين الاعتبار الموارد المستهلكة والإنتاج المتحصّل عليه، كما تتعلق بتعميم مدى تحكّم المؤسسة في مواردها التقنية الاقتصادية التي تستعملها.⁽³⁾

إن الكفاءة مرادف لمفهوم الإنتاجية حيث يركّز كل منهما على تحديد أفضل العلاقات الدالية القائمة بين المدخلات والمخرجات على مرّ الزمن، ويعتبر هذا الأمر من أهمّ الخطوات الضرورية لوضع معايير تكلفة ملائمة لظروف الواقع الفعلي.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ علي عبد الله، "أثر البيئة على أداء المؤسسات العمومية الاقتصادية" حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 1999، ص 5- 6.

⁽²⁾ نفس المرجع السابق، ص 06.

⁽³⁾ COHEN Elie, "Dictionnaire de gestion", Casbah édition, Alger, 1998, P 125.

⁽⁴⁾ أبو زيد كمال خليفة وآخرون محاسبة التكاليف، القسم الثاني، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، ص 59.

لما كانت مقاييس الكفاءة متعدّدة فإن بعض الباحثين يطلقون على نسبة المخرجات إلى المدخلات مصطلح "الإنتاجية" للترفة بينها وبين غيرها من مقاييس الكفاءة.⁽¹⁾

إن الإنتاجية العامة والمردودية أحد مقاييس الكفاءة.⁽²⁾ ⁽³⁾

$$\frac{\text{النشاطات}}{\text{الوسائل}} = 4 \text{ الإنتاجية العامة}$$

$$\frac{\text{النتيجة}}{\text{الوسائل}} \text{ أو } \frac{\text{النتيجة}}{\text{النشاط}} = 5 \text{ المردودية}$$

حيث:

النتائج: النتيجة الصافية، نتيجة الاستغلال، التمويل الذاتي، التدفقات النقدية، الهامش الإجمالي.
النشاطات: رقم الأعمال خارج الضريبة، القيمة المضافة، إيرادات الاستغلال، سعر التكلفة.
الوسائل: الأصول الخام أو الصافية، الأصول المتداولة، ساعات العمل، عمّال وغيرهم.

2-7- الفعّالية:

تبيّن مؤسسة ما أو أحد أجزاءها فعّاليتها عندما تكون قادرة على بلوغ (أو الاقتراب) من أهدافها. ينظر إلى الفعّالية فقط بالنسبة إلى الأهداف المرجعية الممكن التعبير عنها مادياً.⁽⁴⁾

وفق هذا المفهوم ترتبط الفعّالية بكمية المخرجات النهائية دون النظر إلى كمية الموارد المستنفذة في سبيل الحصول عليها.

كما يعرفها Kast et all بأنّها قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها في شكل زيادة حجم المبيعات، وزيادة حصتها في السوق، وتحقيق رضا العاملين والعملاء وتنمية الموارد البشرية بالإضافة إلى تحقيق النمو والربحية.⁽⁵⁾

⁽¹⁾ علي عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 13.

⁽²⁾ COULAUD .A et Dervaux.B, "Dictionnaire de management et de contrôle de gestion", 2^{ème} édition, Dunod, Paris, 1990, P 151.

⁽³⁾ Idem, P 166.

⁽⁴⁾ COHEN-Elie, Op-cit, P 125.

⁽⁵⁾ علي عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 07.

من هذا فإنّ الأداء مرادف للفعالية الناتجة عن الاستخدام الاقتصادي للموارد (الكفاءة)، كما هو مرادف للمفهوم الأوسع للإنتاجية.⁽¹⁾

الأداء يعني وجود الكفاءة والفعالية في نفس الوقت.

7-3- قياس الأداء:

يعتبر قياس الأداء على أنه جزء من سلسلة العمل الإداري المستمر التي تشمل مجموعة من الإجراءات التي يتخذها جهاز الإدارة سواء على مستوى مراكز الربحية أم الوحدة الاقتصادية أم المستوى القطاعي أم الوطني، للتأكد من أن تحقيق الأهداف يسير فعلا في الاتجاه المحدد وأن الموارد المتاحة تستخدم بكفاءة وطبقا للمعايير الفنية والاقتصادية المحددة سلفا. إن تقييم الأداء عملية القصد منها التوصل إلى الحكم على درجة كفاءة وفعالية المؤسسة الاقتصادية ككل ولكافة جوانب النشاط والعلاقات المختلفة.⁽²⁾

قياس الأداء هو عملية وضع مجموعة مؤشرات تقيس مستوى الأداء الفعلي ومقارنته بالأهداف المرجوة لاتخاذ الإجراءات التصحيحية الملائمة، بهدف تقليص فجوة الانحرافات بينهما، حتى تتمكن المؤسسة من البقاء والاستمرار على المدى الطويل.⁽³⁾

استعمال حسابات النتائج حسب الطبيعة في قياس أداء المؤسسة:

التصور الذي كان سائدا هو أن المؤسسة التي تحقق أرباحا أكبر هي التي لديها أداء جيد. وفقا لهذه النظرة كان أداء المؤسسة يقاس من خلال النتائج المالية والمحاسبية التي حققتها.⁽⁴⁾ والحقيقة العملية أنه إلى يومنا هذا - رغم بروز أساليب جديدة لقياس الأداء أشهرها بطاقة الأداء المتوازن- إلا أن الاعتماد على القوائم المالية في تقييم أداء المؤسسة وتشخيص وضعيتها المالية ما زال معمولا به بفضل بروز المعايير المحاسبية الدولية والمعايير الدولية للإقرار المالي التي طورت الكشوف المالية بما يتناسب مع المحيط الجديد.

⁽¹⁾ نفس المرجع السابق، ص 09.

⁽²⁾ نفس المرجع السابق، ص 14 - 15.

⁽³⁾ مالك مريم، إدارة الجودة الشاملة ودورها في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير (غير منشورة) كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص 16.

⁽⁴⁾ الشيخ الداوي، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء، مقال، مجلة الباحث، عدد 07، 2009 - 2010، الجزائر، ص 223.

والتحليل المالي وهو "تقنية تهدف إلى تقييم الواقع الاقتصادي والمالي للمؤسسة انطلاقاً من الوثائق المحاسبية"⁽¹⁾ ما زال معتمداً كوسيلة تسمح بالاستغلال الأمثل للقوائم المالية التي تعطينا تقريراً مالياً عن إنجازات مجلس الإدارة.

تعريف حسابات النتائج:

"حسابات النتائج هي بيان ملخص للأعباء والمنتجات (الإيرادات) المنجزة من الكيان خلال السنة المالية، ولا يأخذ في الحسبان تاريخ التحصيل أو تاريخ السحب، ويبرز بالتمييز النتيجة الصافية للسنة المالية ربح أو خسارة"⁽²⁾

نميز بين نوعين من حسابات النتائج:

حسابات النتائج حسب الطبيعة: حيث تصنف الأعباء والإيرادات حسب طبيعتها مما يسمح بحساب مجاميع التسيير الرئيسية، وهي بمثابة أرصدة وسطية تسمح من حساب - في النهاية - النتيجة الصافية للدورة المالية.

حسابات النتائج حسب الوظيفة: حيث تصنف الأعباء والإيرادات حسب الوظيفة التي تسببت فيها.

المعيار المحاسبي الدولي رقم واحد IAS 1 يترك للمؤسسة حرية عرض الأعباء مصنفة حسب الطبيعة أو مجمعة وظيفياً.⁽³⁾

في الجزائر يتم اعتماد حسابات النتائج حسب الطبيعة، لأن إعدادها يعتبر إجبارياً من وجهة النظر الضريبية، عند التصريح الضريبي الخاص بنهاية الدورة المالية. وللكيان أيضاً إمكانية تقديم حساب النتيجة حسب النية في الملحق⁽⁴⁾. هذه الجملة تبين إعطاء الأولوية لحساب النتائج حسب الطبيعة على حساب النتائج حسب الوظيفة.

كما أشار الأستاذ بوتين إلى أنه يشجع استعمال طريقة الأعباء حسب الطبيعة، وفي حال اختيار طريقة ترتيب الأعباء حسب النشاط ينبغي إعطاء معلومات إضافية في الملحق حول طبيعة الأعباء، خاصة فيما يخص الاهتلاكات، التدهورات، ونفقات المستخدمين⁽⁵⁾.

⁽¹⁾BACHY Bruno et SION Michel, Analyse financière des comptes consolidés, Normes IAS/IFRS, Edition Dunod, Paris, 2005, P 151.

⁽²⁾ الجريدة الرسمية رقم 19 لسنة 2009، مرجع سبق ذكره، ص 24.

⁽³⁾BACHY Bruno et SION Michel, OP-Cit, P73.

⁽⁴⁾ الجريدة الرسمية رقم 19 لسنة 2009، مرجع سبق ذكره، ص 25.

⁽⁵⁾ بوتين محمد، مرجع سبق ذكره، ص 73.

1- تحليل مجاميع التسيير الرئيسية لحساب النتائج أو النتائج الوسيطة:

يوضح حساب النتائج الكيفية التي تجمع بها ثروة المؤسسة، وذلك من خلال إبراز كيفية تكوين الثروة (الإيرادات) وكيفية تخفيضها (الأعباء)⁽¹⁾ مروراً بحساب عدة نتائج وسيطية قبل الوصول إلى النتيجة الصافية للدورة، والتي تعبر عن الرصيد الصافي للثروة المحققة في دورة مالية بعد اقتطاع الضرائب. تتمثل هذه النتائج الوسيطة في ما يلي:

1-1- القيمة المضافة للاستغلال:

هي الفرق بين إنتاج السنة المالية واستهلاكات السنة المالية، حيث:

إنتاج الدورة يساوي رقم الأعمال زائد تغير مخزونات المنتجات المصنعة وقيود الصنع زائد الإنتاج المثبت زائد إعانات الاستغلال.

استهلاك الدورة يساوي المشتريات المستهلكة زائد الخدمات الخارجية والاستهلاكات الأخرى.

يعتبر مؤشر القيمة المضافة من المؤشرات الأكثر انتشاراً واستعمالاً خصوصاً في الولايات المتحدة الأمريكية، لأنه يقود إلى قياس الأداء الصافي للمؤسسة من خلال إظهار الفرق بين مردودية الأموال المستثمرة وتكلفتها⁽²⁾. كما تعتبر مقياساً لحجم المؤسسة، ومقياساً لدرجة التكامل العمودي.

كلما كانت القيمة المضافة كبيرة تمكنت المؤسسة من دفع أجور أعلى مع إمكانية تغطية الأعباء الأخرى.

1-2- الفائض الخام للاستغلال:

يساوي إلى القيمة المضافة للاستغلال مطروحاً منها أعباء المستخدمين والضرائب والرسوم والمدفوعات المشابهة.

يقيس الأداء الكلي الاقتصادي للمؤسسة عن طريق استغلال مواردها البشرية والمادية، وهو يمثل الفائض الاقتصادي الناتج فقط عن عملية الاستغلال، وهو يحدد بذلك المردودية الحقيقية للاستغلال⁽³⁾. بمعنى أنه يدل على مدى مساهمة دورة الاستغلال في خلق ثروة المؤسسة.

⁽¹⁾ بن ساسي إلياس وقرشي يوسف، التسيير المالي دروس وتطبيقات، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2006، ص 129.

⁽²⁾ الشيخ الداوي (عن Gregory Denglos)، مرجع سبق ذكره، ص 223.

⁽³⁾ مالك مريم (عن صلاح محمد عبد الباقي)، مرجع سبق ذكره، ص 17.

3-1- النتيجة العملية:

تساوي إلى الفائض الخام للاستغلال زائد الإيرادات العملية الأخرى ناقص الأعباء العملية الأخرى ناقص مخصصات الاهتلاكات والمؤونات وخسائر القيم زائد استرجاع خسائر القيمة والمؤونات.

تدل النتيجة العملية على مدى مساهمة دورة الاستغلال ودورة الاستثمار معا في خلق الثروة. إن التثبيات لا تدخل مباشرة في خلق الثروة لكن يتم استغلالها لهذا الغرض، ومنه في حساب النتائج لا تظهر التثبيات (عنصر من عناصر الميزانية) ولكن أثر استخدامها، وهو تدهور قيمتها بالقدر الذي تحملته الدورة المالية.

كما تستخدم النتيجة العملية كمتغير في حساب مؤشر مهم كثير الاستعمال من طرف المؤسسات الأمريكية، ألا وهو القيمة المضافة الاقتصادية، "هدفه إظهار الفرق بين مردودية الأموال المستثمرة وتكلفتها، فهو بذلك يقيس القيمة المنتجة من طرف المؤسسة. ويستخدم مؤشر القيمة المضافة الاقتصادية كمرجع أساسي للمؤسسات الأوربية الكبرى، تقيس بواسطته مدى مساهمتها في خلق القيمة، كما أنه يسمح للمساهمين بتقييم عمل المديرين.

ويعرف مؤشر القيمة المضافة الاقتصادية بالعلاقة التالية:

$$EVA = \text{الربح العملي} - (\text{تكلفة رأس المال} \times \text{رأس المال})$$

فإذا كان هذا الفرق موجباً فهذا يدل على أن المؤسسة تخلق قيمة اقتصادية، وإذا كان الفرق سالباً فهو يدل على أن المؤسسة تهدم القيمة الاقتصادية.

وللمؤسسة ثلاثة طرق يمكن من خلالها تحسين القيمة المضافة الاقتصادية وهي:

إمّا: تخفيض تكلفة رؤوس الأموال المستخدمة، أو رفع إنتاجية الاستغلال، أو ثالثاً وأخيراً بتدنية الأموال المستثمرة بالتنازل عن النشاطات المكتملة والاقتصار فقط على النشاطات الأساسية⁽¹⁾.

4-1- النتيجة المالية:

هي الفرق بين الإيرادات المالية والأعباء المالية.

تعبر عن أثر النشاط المالي على تكوين ثروة المؤسسة.

(1) المرجع السابق، ص 19.

إذا أرادت مؤسسة معينة لها نشاط مالي، مقارنة أداؤها مع مؤسسة منافسة لها في مهنتها ليس لها نشاط مالي، فعلى المؤسسة الأولى أن لا تأخذ بعين الاعتبار النتيجة المالية. ويتم الاعتماد على النتيجة العملية أو الفائض الخام للاستغلال.

1-5- النتيجة العادية قبل الضرائب:

تساوي مجموع النتيجتين العملية والمالية.

وهي بذلك تعبر عن النتيجة الإجمالية للنشاط العادي، وهو النشاط الذي أنشئت لأجله المؤسسة، أو بصيغة أخرى النشاط الذي يعبر عن مهنة المؤسسة.

1-6- النتيجة الصافية للأنشطة العادية:

تساوي النتيجة العادية قبل الضرائب ناقص الضرائب الواجبة على النتيجة العادية زائد الضرائب المؤجلة على الأصول ناقص الضرائب المؤجلة على الخصوم.

هنا من المفيد أن نشير إلى أن الضرائب على النتائج تحسب على أساس النتيجة الضريبية وليس النتيجة العادية قبل الضرائب. وإن تسجيل الضرائب في حساب الأعباء (ح/69) لا يؤثر شيئاً على قيمة الوعاء الضريبي طالما أن هذه الأعباء غير محملة ضريبياً.

يأسقاط المعيار المحاسبي الدولي رقم 12 (IAS 12) على النظام المحاسبي المالي تحدد الضرائب على النتائج الواجبة الأداء كما يلي: الضرائب على النتائج الواجبة الأداء تساوي الضرائب على أرباح الشركات زائد الضرائب المؤجلة على الخصوم ناقص الضرائب المؤجلة على الأصول.

تنشأ الضرائب المؤجلة نتيجة لعدة عوامل كتسجيل فاتورة بيع أو شراء في سنة مالية تختلف عن سنة التحميل الضريبي، أو تغيير طريقة تقييم محاسبية ذات أثر رجعي، أو تصحيح أخطاء تؤثر على الوعاء الضريبي، أو اعتماد معدلات اهتلاك محاسبية تختلف عن المعدلات المسموح بها ضريبياً.

1-7- النتيجة غير العادية:

هي الفرق بين الإيرادات غير العادية والأعباء غير العادية.

والنشاط غير العادي كل ما يخرج عن مهنة المؤسسة، من الصعب تحديد أبعاده ميدانياً، لهذا في حالة تسجيل المؤسسة لأعباء أو إيرادات غير عادية يجب توضيحها.

من الأفضل أن تستبعد هذه النتيجة عند تقييم أداء المؤسسة مثلاً عند حساب المردودية بشتى أنواعها. ولا تستبعد عند توزيع الأرباح.

8-1- النتيجة الصافية للسنة المالية:

تساوي النتيجة الصافية للأنشطة العادية زائد النتيجة غير العادية.

تعبّر عن الثروة الجديدة التي اكتسبتها المؤسسة خلال السنة المالية من دون الأخذ بعين الاعتبار هل تمّ تحصيل الإيرادات وتسديد الأعباء.

هذا وقد احتوى شكل حساب النتائج معلومات أخرى فرعية تتعلق بالكشوف المالية المدمجة.

2- أهم النسب المستعملة في تقييم الأداء اعتمادا على حساب النتائج:

انطلاقا من المعلومات التي ينتجها حساب النتائج حسب الطبيعة وفقا للنظام المحاسبي المالي يمكن استخراج النسب التالية التي تعتبر كمؤشرات مالية لقياس الأداء، أي اعتمادها كمعيار كمي لتقييم الكفاءة والفعالية.

1-2- درجة التكامل العمودي:

القيمة المضافة للاستغلال/ رقم الأعمال، أو القيمة المضافة/إنتاج الدورة.

حيث كلما ارتفعت هذه النسبة واقتربت من الواحد، دل على أن المؤسسة تعتمد استراتيجية التكامل العمودي عن طريق زيادة الأنشطة التي تقوم بها بغرض تخفيض تكلفة الاستهلاكات الوسيطة (استهلاكات الدورة، أو كما تسمى كذلك في أدبيات المحاسبة الوطنية الاستهلاكات الإنتاجية) بينما انخفاض هذه النسبة دليل على أن المؤسسة تعتمد على التركيب بشكل كبير.

2-2- الإنتاجية:

يمكن استعمال القيمة المضافة للاستغلال كمقياس لإنتاجية بعض العناصر، مثلا القيمة المضافة للاستغلال المتعلقة باليد العاملة تساوي إلى النسبة: القيمة المضافة للاستغلال/ أعباء المستخدمين.

3-2- عدد مرات تغطية الفوائد:

الريح قبل الفوائد والضرائب/ فوائد القروض

تقيس هذه النسبة الدرجة التي يمكن لصافي الدخل أن ينخفض إليها دون أن يؤثر على مقدرة المؤسسة على دفع الفوائد السنوية⁽¹⁾، وحاصل القسمة المتحصل عليه يشير إلى عدد مرات تسديد الفوائد اعتمادا على الربح الإجمالي.

4-2- العائد على الاستثمار:

الربح قبل الفوائد والضرائب/مجموع الأصول

يقيس هذا العائد مدى فعالية استخدام مجموع الأصول⁽²⁾، فالهدف من استخدام الأصول عموما هو تعظيم الأرباح،

5-2- المردودية التجارية:

النتيجة العادية / رقم الأعمال خارج الرسم.

إذا كانت هذه النسبة منخفضة فمعناه أن المؤسسة لا تتحكم جيدا في التكاليف (تكاليف عالية) وبالتالي فالمؤسسة ضعيفة الكفاءة.

6-2- المردودية الاقتصادية: مدى تحقيق رأس المال الاقتصادي (مجموع الأصول) للفائض

النقدي⁽³⁾، تحسب كما يلي:

الفائض الخام للاستغلال / الأصول. أو النتيجة العملية / الأصول.

حسب CONSO Pierre النسبة الثانية أفضل مدلولية لأن اهتلاكات الأصول محسوبة في النتيجة العملية، مما يجعلها أصدق تعبيراً.

7-2- المردودية المالية:

النتيجة الصافية / الأموال الخاصة.

هي مساهمة الأموال الخاصة في خلق النتيجة الصافية، هذه المردودية تأخذ بعن الاعتبار مدى مساهمة مصدر التمويل الداخلي في تحقيق الثروة القابلة للتوزيع. ارتفاع هذه النسبة دليل على فعالية استخدام الأموال الخاصة.

⁽¹⁾ هلالي حسين مصطفى، دور التحليل المالي في اتخاذ القرارات، ملتقى حول تنظيم وإدارة بورصات الأوراق المالية العربية لخدمة التنمية، شرم الشيخ، مصر 06 - 10 مارس 2005، ص165.

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 171.

⁽³⁾ CONSO Pierre et HEMICI Farouk, Gestion financière de l'entreprise, Edition Dunod, 10eme édition Paris, 2002. P278

يمكن للمؤسسة استخدام النسبة التالية: النتيجة العادية الصافية/الأموال الخاصة. وهذا من أجل التخلص من أثر النتيجة غير العادية، لأن هذه الأخيرة ناتجة عن ظروف استثنائية لا تتكرر بالضرورة، وبالتالي لا تبنى عليها التنبؤات.

8-2- ربح السهم:

النتيجة الصافية / عدد الأسهم.

تعبّر عن نصيب السهم من الأرباح الصافية. إن ارتفاع هذه النسبة يجعل المؤسسة جذابة لشركاء محتملين.

هذه المعلومة مهمة خاصة لحملة الأسهم الذين يملكون النصيب الأكبر من الأسهم، تسمح هذه النسبة بتتبع نمو المؤسسة.⁽¹⁾

أما المساهمون الصغار فتهمهم النسبة التالية:⁽²⁾

الأرباح الموزعة على الشركاء / الأموال الخاصة.

تدل على مردودية الأموال الموظفة.

خاتمة:

مما سبق تتجلى لنا أهمية الإصلاحات المحاسبية التي قامت بها الجزائر، من خلال تبني نظام محاسبي مالي، أعاد بعث المعلومات التي تنتجها الكشوف المالية، خاصة حساب النتائج، واعتمادها كمؤشرات مالية كمية لقياس أداء المؤسسة، ويظهر جليا البعد المالي في العمل المحاسبي من أجل أفضل استغلال للمعلومة المحاسبية، بعدما طغى البعد الضريبي والقانوني على التسجيلات المحاسبية في السنوات التي سبقت الإصلاحات. كما يتيح تبني المعايير المحاسبية الدولية والمعايير الدولية للإقرار المالي إمكانية مقارنة أداء المؤسسات الخاضعة للنظام الجزائري مع مؤسسات أجنبية تنشط في الخارج.

⁽¹⁾Idem, P 280.

⁽²⁾Idem P 280.

العلامة التجارية كأداة حماية

أ/ حواس مولود

الملخص:

تمثل العلامة التجارية عنصراً مهماً في المؤسسة عموماً ومنتجاتها خصوصاً، كونها ضرورية لتمييز هذه المنتجات ولمساعدة المستهلك في اختيار منتج دون آخر؛ كما تحقق الحماية القانونية للمؤسسة تجاه الغير، وضمان عدم تضليل المستهلك وحمايته من مزاولي المنافسة غير المشروعة.

تهدف هذه الورقة إلى إضاءة جانب من جوانب عناصر الملكية الفكرية، ألا وهو العلامات التجارية كأداة حماية؛ فتستعرض العلامة التجارية كبطاقة تعريف المنتج، أهمية العلامة واستراتيجياتها، ظاهرة تزوير وتقليد العلامات التجارية وآثارها السلبية، وتسجيل العلامة التجارية وحمايتها.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، الملكية، التقليد، التضليل، الحماية المدنية،

الحماية الجنائية.

مقدمة:

إنَّ الأهتمام بالعلامة التجارية يعود إلى عصر الرومان، حيث استخدمت العلامة للحيلولة دون سرقة المنتجات، ثم استخدمت بشكل إلزامي في القرون الوسطى في ظل نظام الطوائف لتمييز كل طائفة عن الأخرى. وقد كانت هناك علامات أخرى خاصة بكل من الصناع داخل الطائفة الواحدة حتى يسهل معرفة صانعها ومدى جودتها، بحيث كانت تحطم أو تصادر كل سلعة ليس عليها علامة ضماناً لحماية المستهلكين. وقد صدر أول قانون خاص بالعلامات التجارية في فرنسا عام (1857) وفي بريطانيا عام (1879) وفي الولايات المتحدة الأمريكية عام (1946)⁽¹⁾.

⁽¹⁾ عبد الله الخشروم، "الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية:

دراسة في التشريع الأردني"، الدليل الإلكتروني للقانون العربي، متاح على:

[<http://www.arblaws.com>]، تاريخ الإطلاع: 2010/04/18، ص 1.

وتعتبر العلامة التجارية في وقتنا الحاضر من أهم سياسات البيع وأكثرها تأثيراً على سلوك المستهلك؛ فالكثير من المنتجات التي كوّنت في ذهن المستهلك تصوراً معيناً إنما ترجع إلى علامة المنتج التي جذبت انتباه المستهلك، والتي ساعدت على توصيل معلومات معينة عن المنتج وتشكيل إدراك وتصور المستهلك عنها، لذلك ينظر إلى العلامة على أنها من الجاذبيات البيعية المهمة للمستهلك. فلقد فرضت العلامة التجارية نفسها بسبب تعدد المنتجات التي تشبع نفس الحاجة، والتي قد تتشابه إلى حد كبير جداً من خلال مكوّناتها ومواصفاتها وشكلها الخارجي ولكونها تختلف من حيث مصدر إنتاجها، مما يتعذر معه على المستهلك التمييز بين منتج وآخر، مما يؤدي في كثير من الأحيان إلى إلحاق الضرر بالمستهلك من خلال إخفاقه في الحصول على منتج أفضل بسبب عدم تمكنه من تمييزه عن غيره من المنتجات المشابهة له، وفي نفس الوقت فإن ذلك يؤدي إلى الإضرار بأحد المنتجين لصالح المنتج الآخر المنافس له. هذا الأمر بالإضافة إلى أمور أخرى (سنأتي إلى ذكرها) دفعت بالمنتجين إلى تمييز منتجاتهم باستخدام علامات تجارية مميزة.

وسنحاول من خلال هذه الورقة الإجابة عن الإشكالية التالية:

« إلى أي مدى يمكن اعتبار العلامة التجارية أداة حماية فعّالة للأطراف المشاركة في العملية التسويقية*؟ »

للإجابة عن هذا الإشكال تمّ تقسيم هذا العمل إلى خمسة محاور، يتناول الأول منها العلامة التجارية كبطاقة تعريف المنتج، بينما يناقش المحوران الثاني والثالث على الترتيب أهمية العلامة التجارية واستراتيجياتها، أمّا المحور الرابع فيتعرض إلى ظاهرة تزوير وتقليد العلامات التجارية وآثارها السلبية، في حين يتطرق المحور الخامس والأخير إلى تسجيل العلامة التجارية وحمايتها.

أولاً- العلامة التجارية كبطاقة تعريف المنتج:

يناقش هذا المحور العلامة التجارية كبطاقة تعريف المنتج، فيتناول على الترتيب ماهيتها، وأسس وتقسيمات أدوات التمييز.

1-1- ماهية العلامة التجارية: تعرّف العلامة لغةً على أنها: "كل أثر في الشيء للدلالة عليه وتميزه عن غيره، وهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة، ومثال ذلك: علم الدولة للدلالة

* تعني بالأطراف المشاركة في العملية التسويقية: المستهلك، المنتج والموزع.

عليها وتمييزها؛ ويقال: "المعلم من العلامة، أي الأثر الذي يستدل به على الطريق، وما يعلم به الشيء وما ينصب في الطريق فيستهدى به"⁽¹⁾.

أما اصطلاحاً فيقصد بالعلامة التجارية: "كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو توقيعات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو أختام أو صور أو نقوش أو أية إشارة أخرى أو مجموعة من الإشارات إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها تمييز منتجات أياً كان مصدرها"⁽²⁾.

وتعرف أيضاً بأنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أي شخص - طبيعي أو معنوي - لتمييز منتجاته عن غيرها من المنتجات المماثلة"⁽³⁾. وتعرفها "الجمعية الأمريكية للتسويق" على أنها: "اسم، مصطلح، رمز، رسم أو كل توليفة لهذه العناصر، التي تسمح بتعريف المنتجات التي تقدمها المؤسسة وتمييزها عن المنتجات المنافسة لها"⁽⁴⁾.

ويعرفها "Steyer وآخرون" على أنها: "إشارة تسمح بالتمييز بين المنتجات المعروضة، وهي يمكن أن تكون على شكل اسم أسرة (Bernard Loiseau, Bonduelle)، رقم (7up, 8 à 8)، مكان (Alhambra, Hollywood)، اسم مبتكر (Xtra, bi-bop)، اسم شخصي (Marie, Céline)، جملة (La pie qui chante)، رمز (IBM, K2R, TGV)، صورة (La pomme d'Apple)، محاكية صوتية (Crunch, Twix, Scratch) - Une onomatopée -، تاريخ (1664)، اسم غير قابل للصرف (Champion, Habitat)..."⁽⁵⁾.

كما تعرف على أنها: "ذلك الاسم ومجموعة الرموز لسلعة أو خدمة مؤسسة ما، والتي تفرض نفسها في قطاع سوقي محدد، حيث تتركز على قيم مادية وقيم معنوية؛ هذا المجموع غير المتجانس يترك آثار عميقة في نفس المستهلك، وهذه الأسماء والرموز عادة ما تكون محمية قانونياً"⁽⁶⁾.

⁽¹⁾ ناصر عبد الحلیم السلامات، الحماية الجزائية للعلامات التجارية: دراسة تحليلية مقارنة وفقاً لأحدث التشريعات العربية والأجنبية، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2008)، ص 14.

⁽²⁾ وائل أنور بندق، العلامات التجارية والنماذج الصناعية في دول مجلس التعاون الخليجي، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006)، ص 97.

⁽³⁾ صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، (ط1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2005)، ص 40.

⁽⁴⁾ Yves Chirouze, **Le Marketing**, (Alger: OPU, 1999), T 1, P 154.

⁽⁵⁾ Alexandre Steyer & autres, **Marketing une approche quantitative**, (Paris: Pearson Education France, 2005), P 106.

⁽⁶⁾ Georges Lewi, **La marque: comprendre tous les sens pour la crée et développer**, (Paris: Éditions Vuibert, 1999), P 8.

ومن خلال ما سبق ذكره، يمكن تعريف العلامة التجارية على أنّها: "اسم، مصطلح، رمز، رسم أو كل توليفة لهذه العناصر، وهي بمثابة حوصلة شاملة ومتناسقة بين القيم المادية والمتمثلة في الخصائص الموضوعية للمنتج، والقيم المعنوية المتمثلة في: القيم الحسية والقيم النفسية والقيم الاجتماعية؛ والتي تسمح بتعريف المنتجات التي تقدمها المؤسسة وتمييزها عن المنتجات المنافسة لها".

ويعتبر اختيار اسم العلامة التجارية المناسب للسلعة واحد من أصعب المهام التي تواجه مدير التسويق. والسبب في ذلك، أنّ اختيار اسم العلامة عملية تتعدى في مداها الأجل القصير، وترتبط بالسلعة لمدة طويلة، حيث يصعب تغييره. وكثيراً ما تفشل السلعة في السوق نتيجة لعدم اختيار اسم العلامة المناسب للسلعة وقت تقديمها. ولذا يجب أن يتوافر في العلامة التجارية عدد من الخصائص، أهمها:

■ السهولة والبساطة، بحيث يمكن نطقها بسهولة وتذكرها بغير عناء، بالإضافة لأن تكون مختصرة حتى تبقى في ذهن المستهلك وذاكرته لأطول وقت ممكن. مثال ذلك: "أمو OMO"، "تايد Tide"، "كرست Crest"... إلخ؛

■ أن تكون فريدة ومميّزة عن علامات السلع المنافسة، مثال ذلك: "كوداك Kodak"، "أكسن Exxon"؛

■ أن تكون موحية بمميّزات السلعة وإيجابياتها، مثال ذلك: "أفرشة Beautyrest"، "ساعات Accutron"؛

■ يجب البحث بعناية بين اللغات للمعاني غير المتوقعة للكلمات والجمل، خاصة في حالة التسويق الدولي، إذ يجب أن تكون العلامة ذات طابع دولي (بعيدة عن المعاني السيئة في دول أو لغات أخرى). مثال ذلك: علامة "Nova" تعتبر علامة سيئة للسيارات في الدول التي تتكلم الإسبانية، لأنها تعني: "هذا لا يمشي"⁽¹⁾؛

■ يمكن تكييفها لمنتجات عديدة ومتنوعة قد تضاف إلى خطوط منتجات المؤسسة. فالمنتج الجديد يمكن أن يعطي ميلاد تشكيلة من المنتجات الجديدة في السنوات المقبلة. ولرسمة الشهرة المحصل عليها، فإنّه من المفيد استعمال نفس العلامة مع تعديلها أو تكييفها قليلاً، مثلاً ذلك: "Nescafé, Nestea, Nesquick, Nespray"; "Danone, Danette"; "Danino, Danao"؛

⁽¹⁾ Philip Kotler, *Le Marketing Selon Kotler*, (Paris: Pearson Education France, 2005), P P 77- 78.

■ أن تكون موحية بصنف السلعة (مثل: "Orangina = Orange"; "Nescafé = Café") أو بجودتها (مثل: "Candia = purté"; "Vigor = puissance") أو بالشريحة الموجهة إليها (مثل: " Jules = masculin")⁽¹⁾؛

■ أن تكون مشروعة وغير منافية للأداب أو النظام العام. كما لا يجوز اتخاذ الشعارات العامة أو الرسمية كعلامة تجارية (وهذا ما نصت عليه المادة (06) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية)⁽²⁾؛

■ إمكانية قبولها لدى منظمة حقوق الملكية الصناعية، أي أنها غير مستعملة أو مسجلة من طرف مؤسسات أخرى.

2-1. أسس وتقسيمات أدوات التمييز: هناك عدة أسس يمكن من خلالها تقسيم أدوات

التمييز، أهمها ما يلي:

أ - **الملكية**: يمكن أن تكون أدوات التمييز تابعة للمنتج أو الموزع. ويعتمد مدى استخدام أي منهما على القوة النسبية لكل من المنتج أو الموزع، ويمثل ذلك نوعاً من الصراع بينهما. فبعض الموزعين يصرون على توزيع منتجات المؤسسات تحت العلامة التجارية للموزع، ويعتمد في ذلك على شهرته وسمعته في السوق وقوة موارده المالية (مثال ذلك: "هانو" في مصر، "Motherare" في المملكة المتحدة، و"Palmary" في الجزائر). ويفضل هذا الأسلوب المنتجون الذين لا يستطيعون مواجهة تكاليف الترويج وكافة التكاليف المرتبطة بتسويق سلعهم تحت اسمهم التجاري⁽³⁾.

ويقوم المنتجون - على الجانب الآخر - باتباع عدد من السياسات لإرغام الموزعين على التعامل في سلع المؤسسة تحت علامتها التجارية، ومن أمثلة ذلك⁽⁴⁾:

■ استخدام الإعلان واسع النطاق لخلق الطلب من المستهلكين على السلعة والحصول على إصرار المستهلك على طلب علامة المنتج؛

■ استخدام سياسات الخصم للموزعين حتى يشجعهم على تصريف سلع المؤسسة والترويج لها؛

■ رفض البيع إلى الموزعين الذين يروجون لعلاماتهم وبطريقة تنافس سلع المؤسسة؛

⁽¹⁾Jérôme bon, Pierre Grégory, **Technique Marketing, (2ème édition, Paris: Éditions Vercken, 1995), P 92.**

⁽²⁾ محمد حسنين، **الوحيز في الملكية الفكرية**، (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985)، ص 201.

⁽³⁾ محمد فريد الصحن، **مبادئ التسويق**، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 1993)، ص 290.

⁽⁴⁾ **عصام الدين أمين أبوعلفة**، **التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات/ النظرية والتطبيق**، (الإسكندرية: مؤسسة

حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2002)، ج 1، ص 269.

▪ فتح بعض المتاجر التي تباع لحساب المنتج، وذلك للدفاع عن علامته التجارية ومواجهة العلامات التجارية للموزعين.

ب- النطاق الجغرافي: هناك اختيارات متعددة أمام المنتج أو الموزع عند استخدام أدوات التمييز جغرافياً؛ فقد يستخدم أدوات التمييز في الأسواق المحلية فقط أو في الأسواق الدولية فقط أو في الاثنين معاً. وبالنسبة للأسواق المحلية قد يستخدم أدوات التمييز على نطاق جهوي أو على نطاق إقليمي.

وما تجدر الإشارة إليه، أن اختيار أدوات التمييز للاستخدام في الأسواق الدولية يتضمن أساساً نفس الاعتبارات حينما يتم اختيار العلامة للاستخدام في السوق المحلي، فالعديد من المؤسسات اليوم تأخذ نظرة عالمية في اختيار العلامات، حيث مثل هذه النظرة تتطلب البحث بعناية بين اللغات للمعني غير المتوقعة لكلمات وأشباه الجمل. فالمؤسسات التي وضعت علامات جيدة قد تجد أحياناً أنه من الضروري تغيير علاماتها بسبب معناها المختلف في لغة أخرى⁽¹⁾.

ج- جودة المنتجات: يمكن للمنتج أو الموزع اختيار أدوات تمييز مختلفة نظراً لاختلاف جودة المنتجات التي يقوم بإنتاجها أو توزيعها، وقد يستخدم نفس أدوات التمييز لتشكيلة المنتجات حتى ولو كانت من جودة مختلفة.

ثانياً- أهمية العلامة التجارية:

تبرز أهمية العلامة التجارية من خلال المزايا التي تحققها لكل من المستهلك، المنتج والموزع، بالإضافة إلى الاقتصاد الوطني، وهذا كما يلي:

1.2- بالنسبة للمستهلك: يحقق التمييز العديد من المزايا للمستهلك، أهمها ما يلي:

• يساعد المستهلك على التفرقة بين السلع المتشابهة، والتي تتوافر في الأسواق من منتجين مختلفين، فعادة ما يستخدم المستهلك العلامة لتحديد السلع التي يرغب في شرائها بصفة متكررة وأيضاً لاستبعاد بعضها الآخر؛

• تقلل من عنصر المخاطرة التي توجد في عملية صنع القرار الشرائي، كما تخفض من الوقت والجهد المبذول في الشراء؛

• تساعد المستهلك في تقييم جودة السلع، وخاصة إذا كان هذا المستهلك غير قادر على الحكم على خصائص السلعة، وهذا لأن العلامة تعطي رمزاً معيناً من الجودة في ذهن

⁽¹⁾ هاني حامد الضمور، التسويق الدولي، (ط3، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2004)، ص 194.

المستهلك؛ يخلق طمأنينة لدى المستهلك عند شراء السلعة المميّزة بالعلامة التجارية، وذلك معرفته المسبقة بمواصفاتها⁽¹⁾؛

• يؤدي التمييز إلى سعي كل منتج إلى تطوير منتجاته وتحسينها، ممّا يؤدي إلى زيادة منفعة المستهلك؛

• تعتبر العلامات وسيلة من وسائل حماية المستهلك، خاصة تحت ظروف السوق الحالية التي تتوافر فيها أصناف مختلفة من السلع لا حصر لها. إذ تسهل العلامة مهمّة التعرف على السلع التي يرغب المستهلك في شرائها، ممّا يسهل عملية اتخاذ قرار الشراء⁽²⁾؛

• يعتبر التمييز مصدراً مهماً للمعلومات، إذ يساعد المستهلك في التعرف على منتج السلعة، والرجوع إليه عند الحاجة، خاصة إذا لم تكن السلعة بالمواصفات المعهودة أو يتوجب إصلاحها، وبالتالي فإنّ هذا يعتبر نوعاً من الضمان والحماية للمستهلك؛

• يزيد التمييز من حرية المستهلك في الاختيار، حيث عندما يفكر المستهلك في شراء سلعة معيّنة يستطيع أن يختار بين الأنواع العديدة والعلامات الكثيرة المعروضة في السوق؛

• التفاخر والرضا، حيث إنّ للعلامات المشهورة دفع المستهلك لشرائها، وذلك بهدف تحقيق حاجات نفسية؛

• تشكل العلامة مجموعة من التجارب والخبرات المحققة من طرف المستهلك حول سلعة معيّنة⁽³⁾؛

• وجود علامة تجارية على السلعة يؤدي إلى زيادة قيمتها في نظر المستهلك.

ويمكن تلخيص أهم دلالات العلامة عند المستهلك من خلال الجدول التالي:

⁽¹⁾ خالد الرّاوي، حمود السّند، مبادئ التسويق الحديث، (ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2001)، ص 332.

⁽²⁾ عائشة مصطفى النياوي، سلوك المستهلك: المفاهيم والإستراتيجيات، (ط2، القاهرة: مكتبة عين شمس،

1998)، ص 160.

⁽³⁾ Susanne Hogan & autres, "Les interactions efficaces font la marque", *Problèmes économiques*, N°2.881, Août 2005, P 18.

جدول رقم (01): دلالات العلامة عند المستهلك

الدلالة	المميزات	مثال
التعريف " <i>L'identification</i> "	يمكن اعتبار العلامة كوعد، أي تقترن بالمنتظرات (أو الحاجات) الخاصة للمستهلك.	رية البيت تدرك أن العلامة "Ariel" ملائمة لغسل الملابس البيضاء.
الرصد " <i>Le repérage</i> "	يمكن للمستهلك عن طريق العلامة - لما تكون هذه الأخيرة أداة للتمييز - أن يختار منتج معين من بين آخرين لهم نفس المكونات.	إختيار مشروبات "حمود بوعلام" عن باقي علامات المشروبات الغازية، خاصة في شهر رمضان المعظم.
الضمان " <i>La garantie</i> "	العلامة هي التزام عمومي للجودة والكفاءة، بالرغم أن هذه الصفة تكون أكثر منتظرة وفي نفس الوقت يكون الخطر المنتظر أكبر.	فيإذا أرادت امرأة التقليل من وزنها مثلاً، تختار نظـام "Weight Watchers".
التشخيص " <i>La personnalisation</i> "	يمكن للعلامة المشتراة أن تعطي فكرة عن شخصية المستهلك، سواء من الجانب البيسيكولوجي أو من الجانب الإجتماعي.	إختيار سيارات "Mercedes" الألمانية عن غيرها من السيارات.
الرفاهية " <i>Ludique</i> "	يجلب إختيار علامة للمستهلك نوع من الشعور بالسعادة، فهي مصدر	خاصة عند النساء في ما يخص غسل الشعر، مثلاً: "Herbal

لتببيها.	"Essence".
تمكّن العلامة المستهلك من المعرفة الفورية للمنتج، سواءً كان في السوق أو على كتالوج أو على رفوف المحلات... إلخ.	إختيار علامة ياغورت من بين عدّة علامات، "Soummam" مثلاً... إلخ.

العملية "La praticité"

Source: Adapté de: **Géraldine Michel**, *La stratégie d'extension de marque*, (Paris: Éditions Vuibert, 2000), P17.

2.2- بالنسبة للمنتج: يحقق التمييز مزايا عديدة للمنتج، أهمها ما يلي:

- تسهيل عملية الترويج للسلعة والتقليل من تكلفتها عند الإعلان عنها في وسائل الإعلام المختلفة، حيث إنّ الرسالة الإعلانية قد تتألف من العلامة التجارية للسلعة دون الحاجة إلى الدخول في تفاصيل خصائصها. ويكون ذلك ممكناً خاصة في حالة الإعلان التذكيري⁽¹⁾؛
- إعطاء المنتج حرية أكبر في تسعير السلعة، خاصة إذا نجح في خلق تفضيل لدى المستهلكين نحو سلعته، حيث إنّهم سيقبلون على شرائها حتى ولو كان هناك فرق ملموس بين سعرها وأسعار السلع الأخرى المنافسة؛
- إنّ العلامات التجارية هي من أهم الوسائل التي يلجأ إليها المنتج لتمكين المستهلك من معرفة سلعته أينما وجدت وضمن عدم تضليل الجمهور، مما يدفعه إلى بدل أقصى جهد في تحسين منتجاته ليضمن تفوقها ورواجها على مثيلاتها من السلع المنافسة⁽²⁾؛
- العلامة تعطي المنتج الفرصة للحصول على ولاء مجموعة من المستهلكين، هذا الولاء يوفر حماية من المنافسة ويزيد من الرقابة في تخطيط الميزج التسويقي؛

(1) خالد الراوي، حمود السند، مرجع سبق ذكره، ص 332.

(2) **الياقوت جرعود**، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص: العقود والمسؤولية، (الجزائر: جامعة الجزائر- كلية الحقوق، السنة الجامعية: 2001- 2002)، ص 101.

• إن امتلاك العلامة لقاعدة مستهلكين أوفياء يسمح بـ⁽¹⁾:

✧ تخفيض تكاليف التسويق: حيث من الواضح أنّ الحفاظ على المستهلكين الحاليين للمؤسسة أقل تكلفة من جذب مستهلكين اختاروا علامات أخرى، حيث لا يمكن جذبهم بسهولة ما لم يجدوا مبرراً قوياً لتغيير اختيارهم، هذا ما يجعل من المكلف الوصول إليهم وإعلامهم وإقناعهم لتغيير العلامة، أمّا المستهلكون الحاليون الأوفياء للعلامة فمن غير المكلف المحافظة عليهم؛

✧ تعزيز الموقف التفاوضي للمنتج: تحكم علاقة المنتج بالموزع موازين قوة عند التفاوض ورهانات هذه العلاقة في أغلب الأحيان في صالح كبار الموزعين بسبب علاقتهم المباشرة بالمستهلك، غير أنّ رأسمال العلامة يلعب دوراً مهماً في قلب موازين القوة لصالح المنتج، فالموزع يسعى لوجود العلامة القوية في نقاط بيعه بسبب تعلق المستهلكين بها ووفائهم لها، هذا ما ينجم عنه معدل دوران سريع لهذه المنتجات؛

✧ تسهيل الوصول إلى المستهلكين المحتملين: يسهل على المؤسسة التي لديها قاعدة عريضة من المستهلكين الأوفياء لعلاماتها الوصول إلى مستهلكين آخرين، فالاستعمال الدائم لعلامة معيّنة من قبل مجموعة من المستهلكين الأوفياء يشكل رسالة إلى المستهلكين المحتملين، حيث تعبّر على مدى نجاعة أداء منتجات العلامة، وهذا ما يسهل تحويل المستهلكين المحتملين إلى مستهلكين فعليين، وربما إلى مستهلكين أوفياء، وخاصة عن طريق وسيلة الاتصال من الفم إلى الأذن؛

• يساعد وجود العلامة على دفع المستهلكين لإعادة تكرار الشراء، ونقل مشاعرهم الإيجابية نحو الآخرين، مما يؤدي إلى الحصول على نصيب أكبر من سوق السلعة؛

• العلامة الجيدة تساعد على بناء صورة ذهنية طيبة عن المؤسسة المنتجة؛

• تسهيل عملية الاتصالات بين المنتجين والموزعين والمستهلكين⁽²⁾؛

• يحقق التمييز الحماية القانونية للمؤسسة إتجاه الغير، ويساعدها من ممارسة الرقابة على السوق، حيث يمكن للمنتج معرفة نصيبه السوقي بمعرفة مبيعات المؤسسة ونسبتها إلى مبيعات الصناعة ككل؛

⁽¹⁾ جمال سننوجي، سياسة توسيع العلامة كعامل لنموها: دراسة حالة علامة الإلكترونيك "Condor" لمؤسسة عنترترايد، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص: تسويق، (الجزائر: جامعة الجزائر- كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، السنة الجامعية: 2006-2007)، ص 43-44.

⁽²⁾ طاهر مرسى عطية، أساسيات التسويق، (ط7، القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1993)، ص 228.

- يسمح نظام العلامات التجارية ومراقبتها للمنتجين بإنتاج سلع وتسويقها في أنسب الظروف لحماية المستهلك من الغش التجاري الناتج عن تزوير أو تقليد العلامات وقد تمتد الحماية لتشمل الصناعة بأسرها التي تعاني من التزوير والتقليد فيما يتعلق بالمكونات وقطع الغيار؛
- إحباط جهود مزاولي المنافسة غير المشروعة، مثل المقلدين والمزورين الذين يسعون إلى تسويق منتجات رديئة، وبالتالي الإساءة إلى سمعة المؤسسة؛
- يمكن للمنتج استخدام علامات تجارية مختلفة في قطاعات السوق المتباينة لمقابلة احتياجات المستهلكين المتنوعة؛
- تسهل عملية التمييز تقديم منتجات جديدة تحمل نفس العلامة، وخاصة إذا كان المستهلك معتادا/ متألما مع منتجات المؤسسة في الأسواق؛
- يمكن عن طريق التمييز دخول مجالات جديدة واختراق أسواق جديدة؛
- تساعد العلامة التجارية المعروفة وخاصة القوية منها من توسيع منافذ عرض منتجاتها، حيث تسمح للمنتج أن يسيطر على أسواق ومنافذ أفضل وأكثر فاعلية⁽¹⁾؛
- إنّ المنتجات ذات العلامات المشهورة والمميّزة تدفع إلى كسب مستهلكين جدد، حيث أنّ عدم امتلاك المستهلك المعلومات الكافية عن المنتجات المتنافسة، سوف يدفعه إلى شراء المنتجات ذات العلامات المشهورة، وهذا بهدف التقليل من القلق النفسي وحالة الشك في اتخاذ قرار الشراء⁽²⁾؛
- يحقق التمييز الاستقلالية لمنتجات المؤسسة؛
- يضيف التمييز مزيداً من الشهرة للمنتج، والولاء للعلامات التجارية لمنتجاته؛
- يمكن للعلامة أن تعمل على رفع أصول المؤسسة.

3.2- بالنسبة للموزع: لا تقتصر مزايا التمييز على المستهلك والمنتج فحسب، بل للموزع هو الآخر نصيب من هذه المزايا. وحدها الأدنى هو التقليل من جهود رجال البيع أو عددهم في خدمة المستهلك، حيث إنّهُ يتمكن من الوصول إلى السلعة من خلال علامتها المميّزة، كما يقلل من الوقت اللازم لإقناع المستهلك بموصفات السلعة، حيث إنّهُ يعلم في كثير من الأحيان ماذا تعنيه هذه العلامة من خصائص ومميّزات. بالإضافة إلى ذلك⁽³⁾:

⁽¹⁾ زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، (عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 1997)، ص 249.

⁽²⁾ محمود جاسم الصميدعي، رديئة يوسف عثمان، سلوك المستهلك، (ط1، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2001)، ص 180.

⁽³⁾ عائشة مصطفى النياوي، مرجع سبق ذكره، ص 160 - 161.

• إذا تمكّن تاجر التجزئة من استخدام علامة مفضلة من جانب المستهلك بدرجة عالية، فيمكن لهذا المتجر أن يتفوق على منافسيه في السوق، لقدرته على بناء تصور ذهني إيجابي للمستهلك تجاه المتجر؛

• يمكن لتاجر التجزئة إنشاء ولاء للمستهلك، حيث تتوافر لديه القدرة على تحديد ما يجب شرائه؛

• يتأثر اختيار المستهلك لأحد متاجر التجزئة بنوع وعدد العلامات التي تحملها. فالعلامات التي يحملها المتجر تعد جزءاً مهماً في تكوين الانطباع أو الصورة الذهنية للمتجر ذاته. ومتاجر التجزئة التي تستطيع الحصول على حق التوزيع الوحيد لبعض العلامات تكون أقل عرضة للمنافسة من غيرها.

هذا إذا كانت السلعة تحمل علامة المنتج، ولكن كبار الموزعين من تجار التجزئة (السوبرماركت) يطلبون - وأحياناً يفرضون - على المنتج أن يميّز السلعة بعلاماتهم التجارية (أي بعلامة الموزع)، وفي هذه الحالة فإنّ الموزع يهدف من ذلك إلى تحقيق العديد من المزايا والأهداف، منها⁽¹⁾:

✦ يمكن له أن يحدد مواصفات السلعة التي تحمل علامته التجارية - فهو المسؤول عن جودتها - ، وما على المنتج إلا إنتاجها بهذه الخصائص حتى وإن كانت تختلف عن المواصفات التقليدية التي اعتاد المنتج في اتباعها؛

✦ تحرر الموزع من قيود المنتج في تسعير السلعة، خاصة وأنّ بعض المنتجين يحددون سعر بيع سلعتهم إلى المستهلك، ويجبرون الموزعين على بيعها بنفس السعر (إذ بإمكانه أن يرفع أو يخفض سعر البيع - مقارنة لسعرها وهي تحمل علامة المنتج - بناء على ما تمليه عليه ظروفه الخاصة و/ أو مصلحته).

لكن ما ينبغي الإشارة إليه، أنّ تمييز السلعة لا يحقق المزايا المذكورة في جميع الأحوال، بل قد يكون له مردوده العكسي، خاصة إذا كانت السلعة التي تحمل هذه العلامة لا تتصف بالمواصفات المطلوبة بالنسبة للمستهلك. إذ سيعمل على تجنب شراء السلعة التي تحمل هذه العلامة، ممّا يحرم المنتج والموزع على حد سواء المزايا المرجوة من عملية التمييز، أمّا بالنسبة للمستهلك فإنّه سيستفيد في هذه الحالة من عدم التورط بشراء السلعة.

(1) خالد الراوي، حمود السند، مرجع سبق ذكره، ص 333.

4.2- بالنسبة للاقتصاد الوطني: كلما اتسع نطاق شهرة العلامة التجارية كلما ازدادت قيمتها، مما يزيد الطلب على تلك السلع والخدمات التي تحمل تلك العلامة التجارية، وبالتالي زيادة القدرة على منافسة السلع والخدمات المشابهة مما يؤثر إيجابياً على الاقتصاد الوطني من خلال زيادة الأنشطة التجارية في السوق المحلي والخارجي، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة الإنتاج والعمالة وزيادة الإيرادات الضريبية للدولة وتحسين المستوى المعيشي للسكان.

كما أنّ استخدام العلامات التجارية يساعد الدولة كذلك على تحديد السلع والخدمات التي تفي بالمعايير المطلوبة للجودة وتلك التي لا تفي بهذه المعايير، بالإضافة إلى استخدامها كمصدر للمعلومات الإحصائية والاقتصادية.

ثالثاً- استراتيجيات العلامة التجارية:

هناك العديد من الاستراتيجيات التي يمكن للمؤسسة أن تختار من بينها عند اتخاذ قرار تمييز منتجاتها، أهمها ما يلي:

1.3- عدم وضع أي اسم أو علامة تجارية للمنتجات: لمدة طويلة من الزمن، ظلّت السلع سهلة المنال كالسكر والحليب تسوّق بدون أيّة علامة تجارية. إذ كان المنتجون يبيعون سلعهم إلى الموزعين، الذين بدورهم يبيعونها إلى المستهلكين دون أن يميزونها بأي اسم أو علامة تجارية. وابتداءً من نهاية القرن 19 م، أخذ استخدام العلامات في الانتشار تحت تأثير انتشار المؤسسات الضخمة والوسائل الإعلانية⁽¹⁾. لكن رغم ذلك، مازالت هذه الاستراتيجية غير مستخدمة من طرف بعض المنتجين الصغار بسبب النقص في القدرات المالية والتسويقية، الأمر الذي يجعل من الصعب عليها بناء إدراك أو معرفة عن السلعة لدى المستهلكين في السوق⁽²⁾.

2.3- استعمال علامة واحدة أو عدّة علامات: يمكن للمؤسسة التي ترغب في تمييز سلعها أن تفاضل بين استعمال علامة واحدة أو أكثر، وذلك كما يلي:

أ- استعمال علامة فردية لكل سلعة: ويقصد بهذه الاستراتيجية، أن ترفق المؤسسة بكل اسم علامة بصفة خاصة ومتناسقة منتجاً واحداً، هذا الأخير يعبر عن تموقع واحد،

⁽¹⁾ Philip Kotler & autres, *Marketing Management*, 12ème édition, Paris: Pearson Education France, 2006), PP341- 342.

⁽²⁾ محمد إبراهيم عبيدات، *استراتيجية التسويق: مدخل سلوكي*، (ط3)، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، (2002)، ص 155.

وبالتالي ترفق بكل اسم علامة وعد خاص ووحيد بالمنتج⁽¹⁾؛ ووفق هذه الاستراتيجية ستمتلك المؤسسة محفظة علامات.

إن الميزة الأساسية لهذه الاستراتيجية تمكن في عدم تأثر سمعة المؤسسة بفشل منتج معين في السوق، بالإضافة إلى المرونة التي تتوفر للمؤسسة في تقديم سلع مختلفة الجودة طالما أنها تحمل علامات تجارية مختلفة⁽²⁾. فالمؤسسة تهدف من هذه الاستراتيجية إلى عدم ربط سمعتها بقبول السوق لسلعة معينة، وكذا لحماية السلع الأخرى التي تتعامل معها، فهي ترغب بأن يكون لكل سلعة حياتها الخاصة (خلق شخصية مميزة لكل واحدة منها)⁽³⁾. وفي هذه الحالة ينصب التركيز على كل سلعة بشكل منفرد، مما يزيد الفرصة في خلق الولاء لدى المستهلكين.

وتتبع هذه الاستراتيجية من طرف العديد من المؤسسات العالمية، كمؤسسة " Procter & Gamble" (التي تميز منتجاتها بالعلامات التالية: " Ariel, Tide, Blod, Cheer, Mr. propre, " (التي تحمل منتجاتها العلامات التالية: "Pampers, Lénor, Bonux...إلخ") ومؤسسة "Lever" (التي تحمل منتجاتها العلامات التالية: "Puget, Timote, Signal, Cif, Boursin, Carte d'or" إلخ)⁽⁴⁾.

وما تجدر الإشارة إليه، أن بعض المنتجين يقومون باستخدام علامات فردية حتى للسلع المتماثلة أو سلع من نفس النوع أو الجودة، ويكون ذلك في حالة وجود انطباع معين لدى المستهلك بأن السلعة التي يقوم باستخدامها حالياً تشبع حاجات معينة دون حاجات أخرى، بالرغم من أن السلعة تقوم بإشباعها، لذلك فإن المنتج يقوم بتسويقها بعلامة جديدة في السوق، ومن ثم فإن مبيعات السلعة تفوق كثيراً المبيعات في حالة الاعتماد على علامة واحدة لإنتاجه. ويلجأ المنتج إلى اتباع هذا الأسلوب كذلك في حالة رغبته في توزيع سلعه في عدد كبير من القطاعات السوقية. كما يتبع هذا الأسلوب في حالة رغبته في مواجهة منافسة أحد الأصناف المقدمة في السوق بأقل سعر، فبدلاً من تخفيض أسعار سلعه الحالية مما يؤدي إلى حدوث انطباع سيئ لدى المستهلكين، فإنه يقدم نفس السلعة بعلامة جديدة وبسعر منخفض لمواجهة المنافسة⁽⁵⁾.

(1) محمد إبراهيم عبيدات، مبادئ التسويق، (عمان: دار المستقبل للنشر والتوزيع، 1994)، ص 140.

(2) محمد فريد الصحن، مرجع سبق ذكره، ص 293.

(3) نعيم العبد عاشور، رشيد نمر عودة، مبادئ التسويق، (ط1، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2002)، ص 92.

(4) Philip Kotler & autres, OP.cit, P 343.

(5) عائشة مصطفى النياوي، مرجع سبق ذكره، ص 162 - 163.

ومما لا شك فيه، أنّ استراتيجية التمييز الفردية تعتبر أكثر تكلفة، إذ إنّه يلزم الترويج عن كل سلعة على حدة، وعندما يضيف المنتج أنواعاً جديدة إلى تشكيلة منتجاته فإنّه سوف لا يستفيد من الشهرة التي تتمتع بها بقية الأنواع أو بقية العلامات⁽¹⁾. إلى جانب ذلك، فإنّ منتجات نفس المؤسسة يمكن أن تنافس بعضها البعض، خصوصاً إذا كانت من نفس النوع أو الجودة.

ب- استعمال نفس العلامة لكل المنتجات - علامة المظلة - (La marque ombrelle):

تعني هذه الاستراتيجية، أنّ نفس العلامة تدعم العديد من المنتجات في أسواق مختلفة، حيث يتفرد كل واحد منها باتصالاته ويوعده الخاصة⁽²⁾. وهي تهدف إلى تحقيق ترابط في ذهن المستهلك بين هذه المنتجات، بحيث تساهم كل سلعة في بيع السلع الأخرى والترويج لها، ممّا يؤدي إلى تخفيض نفقات الترويج. وتعتمد المؤسسة إلى تطبيق هذه الاستراتيجية عندما تمتلك علامة قوية المعنى وذات شهرة واسعة وصورة قوية في قطاع سوقي محدد لتنتقل إلى قطاعات أو أسواق أخرى جديدة، مرتكزة على تبادل الدعم بين كل من العلامة القائمة والمنتجات الجديدة، فالعلامة تدعم المنتجات بشهرتها وصورتها، والمنتجات المختلفة بدورها تعمل على تمييز العلامة وضمان البقاء.

إنّ أفضل استخدام لهذه الاستراتيجية يتحقق عندما تكون الجودة، السوق المستهدف، وقنوات التوزيع، وطبيعة أو استخدام المنتجات كلّها متماثلة.

وما تجدر الإشارة إليه، أنّ هذا الأسلوب من التمييز يستخدم بكثرة من طرف المؤسسات العالمية، مثل: "Moulinex, Canon, General Electric, Sony, Philips... الخ".

ج- استعمال علامة واحدة لكل خط منتجات: في ظل هذه الاستراتيجية يتم تمييز جميع

منتجات الخط الإنتاجي بنفس العلامة، ممّا يتيح الفرصة للتركيز أكثر على السلع المنتجة، وفي نفس الوقت يمكن الاستفادة من البرنامج الترويجي والتسويقي لكامل الخط⁽³⁾. فعلاصة خط المنتجات تعني استغلال نجاح اسم العلامة في إطلاق منتجات أخرى تكون قريبة من منتج الإطلاق (تتبع لنفس الخط الإنتاجي)، ويعني هذا أن تكون علامة واحدة لمجموعة منتجات ذات الوعد الواحد التي تسمح بتلبية وإشباع حاجة واحدة، وعليه فالتوسعات المحتملة لخط المنتجات لا يتطلب نفقات ترويجية جديدة.

(1) محمد سعيد عبد الفتاح، إدارة التسويق، (الإسكندرية: الدار الجامعية، دون تاريخ)، ص 346.

(2) Jean-Noël Kapferer, Les marques, capital de l'entreprise, 3ème édition, Paris: Éditions d'Organisation, 1998), P242.

(3) محمد إبراهيم عبيدات، استراتيجيات التسويق: مدخل سلوكي، مرجع سبق ذكره، ص 155.

وما ينبغي ذكره، أنه يمكن اتباع هذا الأسلوب من التمييز عادة عند إنتاج أكثر من خط سلع واحد في المؤسسة. مثال ذلك، مجمّع "Uniq" المختص في إنتاج الأطباق الغذائية الجاهزة يتبع هذه الاستراتيجية، حيث إنّه يميّز أطباقه الطازجة والمجمّدة العادية بعلامة "Marie"، وأطباقه الطازجة الرفيعة بعلامة "Paul Bocuse"، والأطباق الدخيلة (exotique) بعلامة "Luang"، وأطباقه الدسمة بعلامة "Saint-Hubert"⁽¹⁾.

ومن إيجابيات تطبيق هذه الاستراتيجية، أنّها:

◀ تمنح قوة عرض للعلامة، وتثبت صورة علامة متناسقة؛

◀ تساعد على تخفيض تكاليف الإطلاق.

أمّا السلبية الأساسية لهذه الاستراتيجية، فهي أنّ هناك بعض خطوط المنتجات غير قابلة للتحديد والحصص هذا من جهة، ومن جهة أخرى العلامة مرغمة على أن تشمل الابتكارات، أو المنتجات القريبة جداً من العرض الموجود في السوق.

د - استعمال اسم المؤسسة مع علامة فردية لكل سلعة (La marque Double): تتلخص

هذه الاستراتيجية في تمييز سلع المؤسسة باسمين مختلفين، يمثل الأوّل "الاسم التجاري للمؤسسة" ويكون مشتركاً في جميع السلع، ويعتبر بمثابة "الاسم العائلي" أو "العلامة الأم"، أمّا الاسم الثاني فهو بمثابة "الاسم الشخصي" الذي يميّز السلع عن بعضها البعض، وهو يمثل "العلامة الفردية" أو "العلامة البنت"⁽²⁾. فاسم المؤسسة يعطيها صفة الشرعية والضمان، أمّا الاسم الشخصي - العلامة الفردية - فيميّز السلعة ويعطيها الصفة الفردية⁽³⁾. وكمثال عن ذلك، نجد مؤسسة "Peugeot" لصناعة السيارات، وشأنها في ذلك شأن كافة مؤسسات السيارات، فهي تطلق اسمها التجاري على جميع سياراتها - اسم عائلة المنتجات - ، ولكونها تستخدم في نفس الوقت علامة مميّزة لكل نوع، فنجد مثلاً: "Peugeot 206، Peugeot 406، Peugeot 307، Peugeot 308، Peugeot 207... إلخ". كما أنّ مؤسسة "Danone" كذلك تستعمل هذه الاستراتيجية، فنجد: "Denette de Danone، Dan'up، de Danone، Bio de Danone، Fjord de Danone، Velouté de Danone، إلخ"⁽⁴⁾.

ومن مزايا هذه الاستراتيجية أنّها تضيف على كل سلعة من سلع المؤسسة السمعة الطيّبة التي تتمتع بها هذه الأخيرة، وفي نفس الوقت تسمح فيه للسلعة بالاستقلالية عن بقية السلع

⁽¹⁾ Philip Kotler & autres, OP.cit, P P 343 - 344.

⁽²⁾ Denis London, Frédéric Jallot, **Le Marketing**, (4ème édition, Paris: Dunod, 2002), P 92.

⁽³⁾ مأمون نديم عكروش، سهر نديم عكروش، تطوير المنتجات الجديدة: مدخل استراتيجي متكامل وعصري، (ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2004)، ص 340.

⁽⁴⁾ Philip Kotler & autres, OP.cit, P 344.

الأخرى، كما تتمكن المؤسسة من إضافة سلع جديدة لتشكيلة سلعها والاستفادة من السمعة الجيدة لاسمها بتعريف المستهلك بالمنتج الجديد.

3.3- استعمال علامة الموزع*: تعرّف علامة الموزع بأنها: "علامة منتج يتم تصنيعه من طرف مؤسسات صغيرة ومتوسطة وفي بعض الأحيان كبيرة لحساب الموزع وفق دفتر أعباء يحدد من طرف هذا الأخير، أين يتم بيعه في محلات خاصة به وبعلاوات خاصة"⁽¹⁾.

ويجاء كبار الموزعين إلى تمييز السلع التي يتعاملون بها بعلاماتهم التجارية، وذلك لما يحقق لهم ذلك من سيطرة على السوق وكسب ولاء المستهلكين لمتاجرهم. بالإضافة إلى إمكانية بيعها بأسعار أقل من أسعار السلع التي تحمل أسماء وعلامات المنتجين، وذلك لشرائهم هذه السلع بأسعار منخفضة نظراً لعدم تضمينها تكلفة الترويج، ورغبة المنتجين في البيع حتى يحققون الاستغلال الكامل للطاقة الإنتاجية.

ومع استخدام علامة الموزع فإن الكثير من الجهود التسويقية تتحوّل من المنتج إلى الموزع. وقد تجد الكثير من المؤسسات الإنتاجية صغيرة الحجم في ذلك طريقاً جيداً لاستمرارها في عملية الإنتاج في السوق، خاصة إذ كانت مواردها التسويقية محدودة. إلى جانب ذلك، فإن بعض المؤسسات التي يوجد لديها فائض في الطاقة الإنتاجية قد تجد في علامة الموزع مخرجاً لها لزيادة إنتاجها طالما أنّها تبيع هذه السلع عند سعر أعلى من التكلفة الحدية لإنتاجها⁽²⁾. بالإضافة إلى ذلك، قد تعتمد بعض المؤسسات إلى تمييز بعض إنتاجها تحت علامتها التجارية وبعضه الآخر تحت علامة الموزع.

ويتوقف قرار المنتج بقبول علامة الموزع على التأثير المتوقع على مبيعات علامته التجارية، بينما يتوقف قرار الموزع باستخدام علامته في توزيع سلع المنتج على توقعاته فيما يتعلق بربح أكبر أو تحكّم أكبر في سوق السلعة.

وما تجدر الإشارة إليه، أنّه يمكن لمنتجي نفس القطاع استخدام استراتيجيات تمييز مختلفة. ففي صنف "معجون الأسنان" على سبيل المثال، تستخدم مؤسسة "Procter &

* إتسع مجال استعمال علامات الموزعين بشكل كبير في السنوات الأخيرة، إذ تشكل أكثر من 16% من حجم سوق المياه المعدنية في فرنسا، و 47% في سوق الأطباق الجاهزة المجمّدة. وحسب "Secodip" شكّلت علامات الموزعين 27% من مبيعات المساحات الكبرى سنة 2005، بعدما كانت لا تتجاوز نسبة 18% سنة 1996.

(1) Philippe Breton, *Les marques de distributeurs, les MDD ne sont pas que des copies!*, Paris: Dunod, (2004), P26.

(2) إسماعيل محمد السيد، *التسويق، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2004/2003)*، ص 229.

Gamble" علامة فردية لكل سلعة (Crest, Fixodent)، بينما نجد مؤسسة "Colgate-Palmolive" تستعمل العلامة النوعية "Colgate".

وقد يلجأ المنتج أحياناً إلى استخدام أكثر من استراتيجية واحدة من تلك التي ذكرت سابقاً للاستفادة من مزاياها بشكل جماعي. فمجمّع "L'Oréal" مثلاً، يستعمل علامات فردية لبعض السلع (Dop, Natra)، وعلامات جماعية تجمع العديد من الأصناف (Garnier, Lancôme, Vichy)، كما يستعمل اسم المؤسسة مع علامة فردية لكل سلعة (La marque double) مع أصناف أخرى من السلع (Elsève de L'Oréal, Elnett de L'Oréal... إلخ)⁽¹⁾.

رابعا- ظاهرة تزوير وتقليد العلامات التجارية وأثارها السلبية:

يقصد بتزوير العلامة التجارية: "نقل العلامة المسجلة نقلاً حرفياً وتاماً، بحيث تبدو مطابقة تماماً للعلامة الأصلية". أمّا التقليد فهو: "اتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية، مما قد يؤدي إلى تضليل المستهلك أو خداعه لظنه أنّ العلامة أصلية"⁽²⁾. أي بمعنى آخر، أنّ المقلد في بحثه عن طريقة لتمييز منتجاته المماثلة يختار علامة مشابهة لعلامة مشهورة أو تحاكيها من حيث الشكل، وعادة ما تكون هذه العلامة مسجلة ولها حماية قانونية، بحيث إنّ هذه العلامة بإمكانها إحداث التباس في ذهن المستهلكين، وهذا يعتبر مساساً بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة. ولقد نصّ المشرع الجزائري على جريمة التقليد في المادة (26) من قانون العلامات، على أنه: "كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة..."⁽³⁾.

وعادة ما يتم تقليد العلامات التجارية بالاعتماد على إحدى الطرق التالية:

✓ **من ناحية الاسم:** يختار المقلد كالأسم الموضوع في العلامة التجارية مع تغيير بعض الحروف أو إضافة حرف لا يغير نطق الكلمة أو تغيير ترتيب بعض الحروف ممّا يقوي مخاطر الالتباس، وكمثال على ذلك نذكر العلامة التجارية "adidas" والعلامات المقلدة لها "abidas" و"adibas"؛ العلامة التجارية "Orangina" والعلامة المقلدة لها "Narangina"؛

✓ **من الناحية البصرية:** يقوم المقلد بتقديم علامة معتمد على نفس التركيب والبناء من ناحية الأشكال والألوان والرموز الداخلة في تركيب العلامة التجارية الأصلية؛

⁽¹⁾ Philip Kotler & autres, OP. cit, P 344.

⁽²⁾ محمد نبيل الشيمي، "العلامة التجارية الماهية والأهمية"، متاح على:

[<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=193761>]، تاريخ الإطلاع: 2010/12/16.

⁽³⁾ القانون رقم 03-06، المؤرخ في 19 جويلية 2003.

✓ **المحاكاة الذهنية:** يتوجه التقليد إلى ذهن المستهلك من أجل خلق تقارب ذهني بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة، ويعتمد في ذلك على المرادفات أو المتناقضات للكلمات التي تدخل ضمن تركيب العلامة، مثال ذلك: "l'Eau eclarte" و"Scatlet Water".

ومتى كانت العلامة مزوّرة فالأمر لا يشير صعوبة، لأن التشابه بين العلامة الأصلية والعلامة المزوّرة تام، على خلاف التقليد الذي يقتضي إجراء مقارنة بين العلامتين لتحديد وجوه الاختلاف والتشابه بينهما.

ولم يحدد المشرع معياراً لتحديد درجة التشابه بين العلامتين التي تؤدي إلى تضليل المستهلكين، غير أن القضاء وضع مجموعة من الضوابط للاستعانة بها في تحديد مدى قيام التقليد. حيث تقدّر المحاكم التقليد بالنظر إلى التشابه الإجمالي، أي العناصر الجوهرية والمميّزة للعلامة المحمية. وعلى ذلك، استقرت أحكام القضاء الفرنسي على القواعد الآتية: "العبرة بأوجه التشابه لا الاختلاف، العبرة في التشابه في المظهر العام لا في التفاصيل والجزئيات، العبرة بالتشابه الذي يؤدي إلى التضليل"، أمّا المحاكم الأمريكية فقد اعتمدت على ثمانية (08) عوامل لتقدير التقليد في العلامة، فبالإضافة إلى العوامل السابقة تضيف: "مدى قوة علامة المدعي، نية المدعى عليه في اختياره لتلك العلامة، درجة الحذر التي يمارسها المستهلك، التشابه المادي في سوق السلع بالمفرق، إمكانية توسع خطوط الإنتاج"⁽¹⁾.

ومن الغنى عن البيان أن تزوير العلامات التجارية وتقليدها يعرقل أداء العلامة لوظائفها، ويلحق ضرراً جسيماً بالمجتمع، إذ لا يقتصر الضرر الناتج عن التزوير والتقليد على الصناعة والتجارة، بل يمتد إلى المستهلك الذي يقع ضحية الغش والخداع، وخاصة بعد أن اتسعت دائرة الاتجار في السلع التي تحمل علامات تجارية مزوّرة فشملت كل أنواع المنتجات والبضائع من ملابس ونظارات وساعات وقطع غيار سيارات وآلات صناعية وأجهزة كهربائية. كما امتدت تجارة البضائع المزيفة إلى سلع يؤدي تقليدها إلى المساس بصحة المستهلك وتعريض حياته للخطر، مثل المنتجات الغذائية والأدوية والأجهزة الطبية وفرامل السيارات وقطع غيار الطائرات... إلخ.

وخير مثال على ذلك ما سطره القضاء الأمريكي في قضية "Textron v. Aviation Sales"، وهي تتعلق بتصنيع قطع غيار طائرات هليكوبتر رديئة وضعت عليها علامة تجارية مزورة، هي في الأصل علامة مسجلة مملوكة لشركة "Bell Helicopter Division of Textron, Inc"، ممّا أدى إلى المساس بأمن وسلامة الطيران وضياع الأرواح، فقد وجدت المحكمة أنّ الحوادث التي وقعت

(1) نادية زواني، الاعتداء على حق الملكية الفكرية - التقليد والقرصنة - ، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص:

الملكية الفكرية، (الجزائر: جامعة الجزائر - كلية الحقوق، السنة الجامعية: 2002 - 2003)، ص 53.

لعدة طائرات هليكوبتر كانت بسبب قطع الغيار المعيبة التي صنعها وباعها المدعي عليهم وكانت تحمل العلامة التجارية المزورة، مما أدى إلى حالات الوفاة والإصابات البدنية الجسيمة.

ومن الجدير بالذكر أنه في سنة 1977، اكتشفت هيئة الملاحه الجوية الفيدرالية بالولايات المتحدة الأمريكية أن أجهزة الإنذار بوقوع حريق، المستعملة في حوالي 100 طائرة، رديئة الصنع وتبين أنها أجهزة مزيفة، وأمرت بتغييرها. ولا يغيب عن البال كثرة حوادث السيارات التي وقعت بسبب رداءة الفرامل التي تحمل علامات تجارية مزورة، فضلاً عن الأجهزة والعقاقير الطبية المغشوشة التي أودت بحياة المرضى أو ألحقت بهم أضراراً بدنية جسيمة.

وقد تخطت ظاهرة الاتجار في السلع التي تحمل علامات تجارية مزورة الحدود الجغرافية للدول وأحدثت آثاراً سلبية على التجارة الدولية وعاقبت ازدهارها. وكانت أكثر الدول استياءً من تفاقم هذه الظاهرة هي الولايات المتحدة الأمريكية، إذ قدرت الخسائر التي تكبدتها الصناعة والتجارة الأمريكية في سنة 1996 بسبب المنتجات المزيفة بـ 200 بليون دولار أمريكي في مقابل 5.5 بليون دولار سنة 1982⁽¹⁾.

ولقد أجمع المتدخلون في اليوم الدراسي حول ظاهرة تقليد العلامات التجارية في الجزائر، والمنظم من طرف مديرية التجارة والغرفة التجارية الصناعية ببرج بوعريريج يوم 20 ديسمبر 2010، على اعتبار الظاهرة نوعاً من الجرائم التي تهدد الاقتصاد الوطني والمستهلك. وتشكل دول البرازيل والهند والصين وكوريا أهم مصادر التقليد. وتمثل الصين المصدر الرئيسي بنسبة 84٪.

ويعتبر عدم التبليغ وسلبية المستهلك وأصحاب المؤسسات الصناعية أهم العوائق أمام الهيئات المكلفة بمحاربة الغش وتقليد العلامات التجارية حسب المتدخلين في اليوم الدراسي، حيث لا يتجاوز عدد شكاوى المؤسسات الاقتصادية سنة 2009 حوالي 33 بلاغاً، وفي السداسي الأول من 2010 حوالي 25 بلاغاً. بالمقابل كشف تدخل مدير الجمارك ببرج بوعريريج عن مليون 668 ألف سلعة محجوزة لدى الجمارك سنة 2009، وبلغت 82 ألف في السداسي الأول لـ 2010. واستعرض المتدخل تنامي ظاهرة تقليد العلامات التي كانت تمثل أقل من 10٪ من الاقتصاد العالمي لتصبح مع مطلع التسعينيات مظهراً وسلوكاً اقتصادياً يستعمل وسائل إنتاج كبيرة، ويمس كل مجالات التصنيع بدءاً بالمواد الغذائية ولعب الأطفال و مواد التجميل والتجهيزات الكهرومنزلية وقطع الغيار وحتى الأدوية.

⁽¹⁾ **حسام الدين الصغير**، "مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية"، ندوة الويبو الدولية الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، المنظمة من طرف المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) والمعهد الوطني للملكية الصناعية (فرنسا) بالتعاون مع المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، (المغرب - الدار البيضاء: 7-8 ديسمبر 2004).

وأوضح السيد "عبدي" مدير الجمارك في مداخلته أنّ الصين تمثل المصدر الأساسي للمواد المقلّدة بـ 84,91%، تليها النيجر في مادة التبغ بـ 4,5%، كما نجد من بين دول تصدير المواد المقلّدة خلال السداسي الأول في الجزائر كلاً من هونغ كونغ وكوريا والإمارات العربية بنسب تتراوح بين 4,5% و3%. أمّا المواد الأكثر عرضة للتقليد خلال 2010 فهي الأجهزة الكهرومنزلية بـ 51%، وقطع الغيار بـ 11,85%، والألبسة الجاهزة والرياضية بـ 35,24%؛ ليخلص إلى ضرورة التنسيق بين الدول والهيئات وحث وزارة العدل على إعطاء أهمية خاصة للقضايا المرتبطة بتقليد المنتجات الصناعية.

وتحدث ممثل الدرك الوطني النقيب "شافعي البشير" عن عملية حجز تجاوزت 5 ملايين دينار لمؤسسة متورطة في تقليد منتجات أوروبية وعلامات عالمية مثل: "فيليبس". موضحاً أنّ غياب الضحية خاصة ممثلي هذه المؤسسات في الجزائر، وإحجام المستهلك وأصحاب المؤسسات عن تقديم بلاغ وشكاو لدى الهيئات المعنية لتحريك أوامر وكيل الجمهورية يدفع الجهات الأمنية إلى التحرك آلياً. مذكراً أنّ أكثر من 55 قضية تمت معالجتها في برج بوعرييج؛ 13 منها خلال السداسي الأول لهذه السنة. أمّا مدير مؤسسة "كوندور" عبد المالك بن حمادي، فبعد استعراض تجربة المؤسسة التي تعرضت للتقليد بعلامة "نيوكوندور"، وتجربة المؤسسة الجزائرية "BCR" فقد أكد أن أغلب المواد المقلّدة تستورد من دول الصين والهند والبرازيل عن طريق صناعة منتوج بطلب مستورد جزائري أو أجنبي تحت علامة معروفة للتحايل على أجهزة المراقبة. مضيفاً أنّ محاربة تقليد العلامات الأجنبية يستلزم تعيين الشركات العالمية لوكلاء حصريين أو فتح تمثيلات في الجزائر، ووضع آليات لحماية العلامات الوطنية من التقليد منها بطاقة الضمان، احترام الوسم واستعمال الرمز التجاري⁽¹⁾.

ولذلك فإنّ الاعتداء على العلامة التجارية بتقليدها وتزييفها هو جرم يستوجب إقامة دعوى مدنية ودعوى جزائية، ذلك أنّ هذا الاعتداء يضر بكل من المنتج والمستهلك والدولة، فهو يسيء للمنتج من خلال خسارته في تسويق منتجاته، كما أنّه يسيء للمستهلك لأن التقليد غير القانوني للمنتجات سوف يقلل من جودة السلعة أو الخدمة الأصلية؛ وفي بعض الصناعات كالصناعات الدوائية فإنّ التقليد غير القانوني قد يؤثر سلباً على الصحة العامة للمرضى، هذا بالإضافة إلى أن التقليد والتزييف للعلامات التجارية سوف يضعف من فرص الاستثمار وخاصة الأجنبية في الدولة⁽²⁾.

⁽¹⁾ بوبكر مخلوفي، "الصين مصدر 84 بالمائة من المنتج المقلد في الجزائر"، جريدة الخبر، العدد: 6212، 21 ديسمبر

2010، متاح على: [http://www.elkhabar.com/ar/index.php?news=239283]، تاريخ الإطلاع: 2010/12/22.

⁽²⁾ عبد الله الخشروم، مرجع سبق ذكره، ص 2.

خامساً- تسجيل العلامة التجارية وحمايتها:

يناقش هذا المحور تسجيل العلامة التجارية وحمايتها على الترتيب.

1-5- تسجيل العلامة التجارية: تنص المادة (05) من القانون الجزائري المتعلق بالعلامات⁽¹⁾ على أن "ملكية العلامة يختص بها من كانت له الأسبقية في إيداعها لدى المصلحة المختصة". وبالتالي يعتبر الإيداع في هذه الحالة منشأً لحق الملكية، ولا يعتد بالأسبقية في الاستعمال كواقعة منشئة لحق الملكية كما ذهب إلى ذلك بعض التشريعات⁽²⁾.

فإذا قام صاحب علامة باستعمالها استعمالاً ظاهراً وعماماً، وسبقه آخر إلى تسجيل ذات العلامة لتمييز نفس النوع من المنتجات كانت الأفضلية لمن قام بتسجيل العلامة، فتثبت له ملكيتها بالرغم من عدم استعمالها⁽³⁾. وتحدد مدة تسجيل العلامة بعشر (10) سنوات قابلة للتجديد، تسري بأثر رجعي ابتداءً من تاريخ إيداع الطلب.

ويعتبر تسجيل العلامة في التشريع الجزائري ليس منشأً للملكية العلامة فحسب، بل ومنشأً أيضاً لحق الحماية القانونية الخاصة، إذ لمالكها الحق أن يطلب معاقبة المتعدي عليها، فضلاً عن إلزامه بدفع تعويض مقابل الأضرار الناتجة عن تقليد العلامة.

ويترتب على اكتساب ملكية العلامة التجارية أن يصبح لمالكها حق احتكار استعمالها في تمييز السلع المقرر وضعها عليها، ويخوله القانون حق التنازل عنها ومنح رخص الاستغلال ومنع الغير من استعمال علامته تجارياً دون ترخيص مسبق منه على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها⁽⁴⁾.

إن احتكار استعمال ملكية العلامة منحصر داخل إقليم الدولة، فلا يمتد هذا الحق ولا الحماية المقدره له خارج الإقليم. ويجوز أن تستغل العلامة خارج حدود الدولة وتتمتع بالحماية

(1) القانون رقم 03- 06، المؤرخ في 19 جويلية 2003.

(2) تقضي المادة الثانية من التشريع المصري بكسب ملكية العلامة بواقعة استعمالها وليس بواقعة التسجيل، أي يعتبر تسجيل العلامة قرينة على ملكيتها لمن سجلت بإسمه، إلا أنها قرينة بسيطة تقبل إثبات العكس - ملكية العلامة لمن سبق له استعمالها - ، أما القانون الفرنسي الجديد فيأخذ بمبدأ التسجيل كمنشئ لحق ملكية العلامة، وهذا ما أخذ به كل من المشرع الألماني والروماني...إلخ.

(3) إدريس فاضلي، سلسلة القانون: مدخل إلى الملكية الفكرية، (الجزائر: دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع،

2003)، ص 291.

(4) المادة (09) من القانون رقم 03- 06.

المقررة لها إذا قام صاحبها بتسجيلها في ذلك البلاد خلال ستة أشهر، وكانت لهذا البلد اتفاقية مع بلد تسجيلها الأصلي، أو كان هذا البلد عضواً في اتفاقية باريس⁽¹⁾.

فإذا لم تسجل العلامة خلال مدة ستة أشهر سقط حق صاحبها في الأسبقية وبالتالي في الحماية، وقد استثنت المادة السادسة مكرر (2)، من اتفاقية باريس حالة ما إذا كان للعلامة التجارية الأجنبية شهرة خاصة في تمييز منتجات مؤسسة من دول الاتحاد، فإنه يجوز استعمال ذات العلامة خارج الإقليم حتى ولو لم تكن مسجلة دولياً⁽²⁾. وإلى جانب اتفاقية باريس الدولية، فإن الحماية الدولية للعلامات التجارية مقررة أيضاً وفق اتفاقية مدريد⁽³⁾ واتفاقية تريبس (TRIPS)⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ "اتفاقية باريس" هي إتفاقية دولية خاصة بالملكية الصناعية، تم إبرامها بتاريخ 20 مارس 1883، وعدلت عدة مرات، كان آخرها باستوكهولم سنة 1967. ولقد انضمت إليها الجزائر في سنة 1966 بمقتضى الأمر رقم 66- 48 المؤرخ في 25 فيفري 1966، كما صادقت على كل تعديلاتها بموجب الأمر رقم 75- 02 المؤرخ في 9 جانفي 1975. وتقوم هذه الإتفاقية على مبدأ المعاملة بالمثل لجميع دول الإتحاد - أي مساواة المواطنين بالأجانب من رعايا دولة من دول الإتحاد في جميع الدول الأخرى للإتحاد في المعاملة وتكون لهم نفس الحقوق والمزايا - ، وكذلك تقرر مبدأ الأسبقية لمن قام بالتسجيل في بلده الأصلي خلال مدة معينة، ومبدأ قبول تسجيل جميع العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي ومبدأ إستقلال العلامات.

⁽²⁾ إدريس فاضلي، مرجع سبق ذكره، ص 291.

⁽³⁾ في سبيل تيسير تسجيل العلامات التجارية في جميع دول الإتحاد الدولي لحماية حقوق الملكية الصناعية، وضعت "إتفاقية مدريد" - المنعقدة في 12 أبريل 1891 - نظاماً للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، يستطيع بمقتضاه صاحب العلامة التابع لإحدى الدول المتعاقدة أن يكفل حماية علامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي في جميع دول الإتحاد، وذلك بإيداع العلامة بالمكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية (ببرن)، ويقوم هذا المكتب بإبلاغ دول الإتحاد، كما يقوم بقبول العلامة في السجل الدولي المخصص لذلك، ثم يتولى نشر هذه العلامة في نشرته الدورية، والتي توزع على جميع الدول الأعضاء. ووفقاً للمادة الرابعة من الإتفاقية تتمتع العلامات المسجلة بالحماية في جميع دول الإتحاد كما لو كانت قد سجلت في كل بلد منها مباشرة ووفقاً لإجراءات كل منها.

⁽⁴⁾ "إتفاقية تريبس" (TRIPS) أو ما تعرف بإتفاقية جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights وهي إحدى الاتفاقيات التي إنبثقت عن إتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية (W.T.O.) في 15/4/1994. ولأغراض انضمام الجزائر للمنظمة التجارة العالمية، فأنها مطالب بالتوقيع على كافة الإتفاقيات المنبثقة عن هذه المنظمة ومن بينها إتفاقية تريبس (TRIPS). وتعنى هذه الإتفاقية بتنظيم حقوق الملكية الفكرية وهي: حقوق المؤلف، العلامات التجارية، المؤشرات الجغرافية، التصميمات الصناعية (الرسوم والنماذج الصناعية)، براءات الاختراع، التصميمات التخطيطية (الرسومات الطبوغرافية) للدوائر المتكاملة، حماية المعلومات السرية (المعلومات غير المصرح عنها) ومكافحة الممارسات المنافسة للمنافسة المشروعة في التراخيص التعاقدية. كما وضعت إتفاقية (TRIPS) حماية فعالة لجميع هذه الحقوق ومن بينها العلامات التجارية بهدف تشجيع روح الإبتكار التكنولوجي ونقل وتعميم التكنولوجيا، وذلك لتحقيق المنفعة المشتركة لنتج المعرفة التكنولوجية ومستخدميها بالأسلوب الذي يحقق الرفاهية الإجتماعية والإقتصادية والتوازن بين الحقوق والواجبات (المادة السابعة من إتفاقية تريبس).

2.5- حماية العلامة التجارية: إنّ حماية العلامة التجارية نقطة مهمة وحاسمة لحماية هوية أعمال المنتج، حيث بدون هذه الحماية يمكن لأي شخص الاستفادة من جهود الآخرين ويتحصل على أرباح بشكل سهل من جراء استعمال علامات لا تخصه، ولذلك احتاجت الدول إلى قوانين لحماية العلامات التجارية.

ولقد أصدرت الجزائر قوانين لحماية العلامات التجارية، وعملت من خلال الجمارك على محاربة التقليد، فمحاربة التقليد تمثل مهمة أساسية لدى إدارة الجمارك في إطار التنظيم التجاري الخارجي خلال مراقبة السلع عند الدخول أو الخروج أو التداول عبر التراب الوطني، هذه المهمة تتكئ على التعاون النشط بين المؤسسات الضخمة والسلطات. فتقليد العلامات الوطنية والعالمية تمثل جرماً لدى مستخدمي الجمارك، حيث إنّ استيراد وتصدير سلع مقدمة أساساً على أنّها علامات عالمية أمر يعاقب عليه القانون الجزائري، وتكون العقوبة المطبقة على المقلدين والمزورين إمّا بالسجن أو غرامات مالية. ونشير إلى أنّه يمكن لأي متضرر من استخدام للعلامة تجارية ما أن يرفع دعوى قضائية، تكون جنائية أو مدنية، وهذا كما يلي:

أ- الحماية المدنية: إنّ الاعتداء على علامة تجارية بالتقليد أو التزوير أو بالاستعمال دون موافقة مالكها يشكل اعتداءً صارخاً على قانون العلامات التجارية وفعلاً من أفعال المنافسة غير المشروعة. فالتجار يتنافسون فيما بينهم بالطرق المشروعة وذلك من أجل جذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين، ولكن إذا استخدمت وسائل غير مشروعة في سبيل تحقيق هذا الهدف عدت المنافسة غير مشروعة وحق لكل من لحقه ضرر المطالبة بالتعويض عن كل ضرر مادي ومعنوي نتج عن فعل المنافسة غير المشروعة. وبالتالي فإنّ العلامة التجارية محمية مدنياً من ثلاث جهات، هي⁽¹⁾:

• من جهة قانون العلامات التجارية الذي يمنع كل صور التعدي والقرصنة على العلامات التجارية ويوفر للمعتدى على علامته التجارية حق المطالبة بالتعويض ووقف التعدي على علامته؛

• من جهة قانون المنافسة غير المشروعة، إذ إنّ واقعة التعدي على علامة تجارية تشكل فعلاً من أفعال المنافسة غير المشروعة؛

• من جهة القواعد العامة في المسؤولية المدنية، إذ إنّ التعدي على علامة تجارية يلحق ضرراً بالمستهلكين، المنتجين والموزعين يستوجب التعويض.

فالحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية تستند إلى القواعد العامة في القانون المدني، وهي تخول لصاحبها الحق في المطالبة بالتعويض، إذا ما وقع اعتداء على علامته بأي صورة من الصور، عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

(1) عبد الله الخشروم، مرجع سبق ذكره، ص 4.

وهذه الدعوى هي دعوى مسؤولية يجوز أن يرفعها كل من أصابه ضرر من جراء الاعتداء على العلامة على المتسبب في وقوعه لتعويضه عما لحقه من ضرر (مستهلك، منتج أو موزع). وبينما لا ترفع الدعوى الجنائية إلا من مالك العلامة أو ممن آلت إليه ملكيتها، فإنّ دعوى المنافسة غير المشروعة لا يشترط رفعها من مالك العلامة، إذ يجوز لكل من لحقه ضرر رفعها سواء أكان مالكاً للعلامة أم غير مالك لها. ولذلك حكم بأنّ الدعوى المؤسسة على المنافسة غير المشروعة لا تخرج عن أن تكون دعوى مسؤولية عادية أساسها الفعل الضار، فيحق لكل من أصابه ضرر من فعل المنافسة غير المشروعة أن يرفع الدعوى بطلب تعويض ما أصابه من ضرر على كل من شارك في إحداث هذا الضرر متى توافرت شروط تلك الدعوى، وهي الخطأ والضرر ورابطة السببية، بينما لا تقبل الدعوى المؤسسة على تقليد العلامة التجارية إلا من مالك تلك العلامة، ولا تقبل إلا على من يقوم بتقليدها أو تزويرها. ولا يشترط في الدعوى المدنية، وهي دعوى المنافسة غير المشروعة، أن تكون العلامة مسجلة، على خلاف الدعوى الجنائية التي يشترط لقبولها تسجيل العلامة⁽¹⁾. وبذلك تعد الحماية المدنية الوسيلة الوحيدة لحماية العلامة التجارية متى كانت تلك العلامة غير مسجلة⁽²⁾.

ومن الجدير بالذكر أنّ مالك العلامة المسجلة يجوز له أن يجمع بين الدعوى المدنية والدعوى الجنائية في آن واحد. ولا يمنع المالك من رفع الدعوى المدنية أن تكون الدعوى الجنائية قد رفعت وحكم فيها ببراءة المتهم، لأن موضوع الدعويين ليس واحداً.

ب- الحماية الجنائية: إنّ الدعوى الجنائية لا ترفع إلا من مالك العلامة أو ممن آلت إليه ملكيتها، ولا يشترط أن يكون مالك العلامة قد أصابه ضرر ما نتيجة لارتكاب الأفعال المجرمة؛ كما تقتصر الحماية الجنائية للعلامة على العلامات المسجلة، ومن ثم تنتمي الجريمة متى وقع التقليد قبل التسجيل أو حصل بعد إنقضاء مدة التسجيل، دون إجراء تجديد العلامة أو قبله.

الخاتمة:

تعتبر العلامة التجارية دليلاً مهماً للمستهلك، يمكنه من التعرف على مصدر السلع والخدمات وتميزها، وبالتالي تسهيل العملية التسويقية عليه، وبالتالي فهي تعتبر نوع من الضمان والحماية للمستهلك؛ وعلى الجانب الآخر تحقق العلامة التجارية الحماية القانونية للمؤسسة تجاه الغير، وتساعدنا من ممارسة الرقابة على السوق، إلا أنّها معرضة لمخاطر التقليد والتزوير، ممّا جعل الدول تسعى جاهدة إلى تبني نظام حمائي يكفل لها الحصانة، وذلك بإصدار نصوص قانونية وطنية وإبرام معاهدات دولية للبت في أحكام العقوبات المقرر على مختلف الجنح الناتجة عن تقليد

⁽¹⁾ حسام الدين الصغير، "التقاضي وقضايا مختارة في مجال البراءات والعلامات التجارية"، متاح على <http://www.arblaws.com/board/archive/index.php/t-6059.html>، تاريخ الإطلاع: 2010/04/18، ص 4- 5.

⁽²⁾ ناصر عبد الحليم السلامات، مرجع سبق ذكره، ص 57.

وتزوير العلامات التجارية، فقد تكون هذه العقوبات مدنية و/ أو جنائية، ومع هذا يبقى التقليد ظاهرة تؤثر سلباً على المنتجات الوطنية، كما تتعرض لسلامة المستهلك وأمن البلاد اقتصادياً، وهذا يستوجب المزيد من التشديد على الأسواق والمنتجات.

قائمة المراجع:

I- باللغة العربية:

I- 1. الكتب:

- 1- إدريس فاضلي، **سلسلة القانون: مدخل إلى الملكية الفكرية**، الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2003.
- 2- إسماعيل محمد السيد، **التسويق**، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2004/2003.
- 3- خالد الراوي، **حمود السّند، مبادئ التسويق الحديث**، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2001.
- 4- زكي خليل المساعد، **التسويق في المفهوم الشامل**، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 1997.
- 5- صلاح زين الدين، **العلامات التجارية وطنياً ودولياً**، ط1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2005.
- 6- طاهر مرسي عطية، **أساسيات التسويق**، ط7، القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1993.
- 7- عائشة مصطفى المياوي، **سلوك المستهلك: المفاهيم والإستراتيجيات**، ط2، القاهرة: مكتبة عين شمس، 1998.
- 8- عصام الدين أمين أبوعلفة، **التسويق: المفاهيم والإستراتيجيات/ النظرية والتطبيق**، الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2002، ج1.
- 9- مأمون نديم عكروش، **سهير نديم عكروش، تطوير المنتجات الجديدة: مدخل إستراتيجي متكامل وعصري**، ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2004.
- 10- محمد إبراهيم عبيدات، **مبادئ التسويق**، عمان: دار المستقبل للنشر والتوزيع، 1994.
- 11- محمد إبراهيم عبيدات، **إستراتيجية التسويق: مدخل سلوكي**، ط3، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2002.
- 12- محمد حسنين، **الوجيز في الملكية الفكرية**، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985.
- 13- محمد سعيد الفتاح، **إدارة التسويق**، الإسكندرية: الدار الجامعية، دون تاريخ.
- 14- محمد فريد الصحن، **مبادئ التسويق**، الإسكندرية: الدار الجامعية، 1993.

- 15- محمود جاسم الصميدعي، ردينة يوسف عثمان، سلوك المستهلك، ط1، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2001.
- 16- ناصر عبد الحليم السلامة، الحماية الجزائرية للعلامات التجارية: دراسة تحليلية مقارنة وفقاً لأحدث التشريعات العربية والأجنبية، القاهرة: دار النهضة العربية، 2008.
- 17- نعيم العبد عاشور، رشيد نمر عودة، مبادئ التسويق، ط1، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2002.
- 18- هاني حامد الضمور، التسويق الدولي، ط3، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2004.
- 19- وائل أنور بندق، العلامات التجارية والنماذج الصناعية في دول مجلس التعاون الخليجي، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006.

I- 2. الرسائل الجامعية:

- 1- الياقوت جرعود، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص: العقود والمسؤولية، الجزائر: جامعة الجزائر- كلية الحقوق، السنة الجامعية: 2001 / 2002.
- 2- جمال سنتوجي، سياسة توسيع العلامة كعامل لنموها: دراسة حالة علامة الإلكترونيك "Condor" مؤسسة عنتر ترايد، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص: تسويق، الجزائر: جامعة الجزائر- كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، السنة الجامعية: 2006 / 2007.
- 3- نادية زواني، الإعتداء على حق الملكية الفكرية - التقليد والقرصنة - ، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص: الملكية الفكرية، الجزائر: جامعة الجزائر- كلية الحقوق، السنة الجامعية: 2002 / 2003.

I- 3. الندوات والملتقيات:

- ◀ حسام الدين الصغير، "مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية"، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، المنظمة من طرف المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) والمعهد الوطني للملكية الصناعية (فرنسا) بالتعاون مع المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية، (المغرب- الدار البيضاء: 7- 8 ديسمبر 2004).

I- 4. القوانين والمراسيم:

- ◀ القانون رقم 03- 06، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية.

I - 5. الانترنت:

- 1- بوبكر مخلوفي، "الصين مصدر 84 بالمائة من المنتج المقلد في الجزائر"، جريدة الخبر، العدد: 6212، 21 ديسمبر 2010، متاح على: [\[http://www.elkhabar.com/ar/index.php?news=239283\]](http://www.elkhabar.com/ar/index.php?news=239283)، تاريخ الإطلاع: 2010/12/22.
- 2- حسام الدين الصغير، "التقاضي وقضايا مختارة في مجال البراءات والعلامات التجارية"، متاح على: [\[http://www.arblaws.com/board/archive/index.php?t=6059.html\]](http://www.arblaws.com/board/archive/index.php?t=6059.html)، تاريخ الإطلاع: 2010/04/18.
- 3- عبد الله الخشروم، "الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوحه من وحوه الحماية المدنية للعلامة التجارية: دراسة في التشريع الأردني"، الدليل الالكتروني للقانون العربي، متاح على: [\[http://www.arblaws.com\]](http://www.arblaws.com)، تاريخ الإطلاع: 2010/04/18.
- 4- محمد نبيل الشيمي، "العلامة التجارية الماهية والأهمية"، متاح على: [\[http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=193761\]](http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=193761)، تاريخ الإطلاع: 2010/12/16.

II - باللغة الفرنسية:

II - 1. الكتب:

- 1- Alexandre Steyer & autres, **Marketing une approche quantitative**, Paris: Pearson Education France, 2005.
- 2- Denis London, Frédéric Jallot, **Le Marketing**, 4^{ème} édition, Paris: Dunod, 2002.
- 3- Georges Lewi, **La marque: comprendre tous les sens pour la crée et développer**, Paris: Éditions Vuibert, 1999.
- 4- Géraldine Michel, **La stratégie d'extension de marque**, Paris: Éditions Vuibert, 2000.
- 5- Jean-Noël Kapferer, **Les marques, capital de l'entreprise**, 3^{ème} édition, Paris: Éditions d'Organisation, 1998.
- 6- Jérôme bon, Pierre Grégory, **Technique Marketing**, 2^{ème} édition, Paris: Éditions Vercken, 1995.
- 7- Philip Kotler, **Le Marketing Selon Kotler**, Paris: Pearson Education France, 2005.
- 8- Philip Kotler & autres, **Marketing Management**, 12^{ème} édition, Paris: Pearson Education France, 2006.
- 9- Philippe Breton, **Les marques de distributeurs, les MDD ne sont pas que des copies !**, Paris: Dunod, 2004.
- 10- Yves Chirouze, **Le Marketing**, Alger: OPU, 1999, T 1.

II - 2. المجلات والدوريات:

- Susanne Hogan & autres, "Les interactions efficaces font la marque", **Problèmes économiques**, N°2.881, Août 2005.

وظائف التغليف الحديثة وظاهرة انتشاره

أ/ لوكيل رابع

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة أكلي محند أولحاج البويرة

مقدمة:

يؤكد جميع الخبراء والباحثين في ميدان التسويق على أن العنصر الأول والأساسي من عناصر المزيج التسويقي هو المنتج، وهذه الأهمية ترجع لكونه يعمل على إشباع حاجات ورغبات المستهلكين، والنهوض بمستواهم الاجتماعي من خلال امتلاك التقنية الحديثة والتميز عبر الخصائص التفضيلية للمنتج، والتغليف إحدى هذه الخصائص التفضيلية.

واليوم بسبب التطور الحاصل في وظيفة التوزيع والمنافسة أصبح من الإجمالي أن يؤدي التغليف مجموعة من الوظائف وأن تتخذ المؤسسة جملة من القرارات الصائبة بخصوصه.

على ضوء هذا التوجه تظهر أهمية البحث في الموضوع بمعالجتنا للإشكالية التالية:

"ما هي وظائف التغليف الحديثة وما هي عوامل انتشاره؟"

وللإجابة عن هذه الإشكالية ارتأينا تقسيم هذا البحث إلى:

- I- الوظائف التقنية للتغليف.
- II- الوظائف التسويقية للتغليف.
- III- أهمية التغليف ورسالته.
- VI- عوامل انتشار ظاهرة التغليف.

الوظائف التقنية للتغليف:

يمكن حصر أهم الوظائف التقنية للغلاف في العناصر التالية:⁽¹⁾

1- وظيفة حماية المنتج وحفظه:

الحماية والحفظ يعملان على صيانة المنتج لأطول فترة زمنية ممكنة وبدرجة عالية من الجودة، أي الحفاظ عليه كما هو وبالتالي فهو يقوم بالقضاء على التأثيرات الجانبية لمختلف العوامل الخارجية كالحرارة والرطوبة والضوء... إلخ.

وإذا انعدمت التقنيات الحديثة في تصميم الغلاف من مواجهة هذه العوامل الخارجية يصبح لا معنى لوجود الغلاف، فوظيفة الحماية تعتبر أهم الوظائف حيث تقوم بوقاية السلع من التسرب أو التلف أو التلوث، كما تسهل حمل ونقل البضاعة من مكان إلى آخر، وتخزينها لمدة نسبية طويلة تتوقف على طبيعة السلعة نفسها.

2- وظيفة احتواء المنتج:

يرتبط الغلاف بنوع السلعة وخصائصها من حيث الشكل والحجم، وعليه يجب تصميمه بطريقة تسمح باحتواء السلعة بكاملها بما يتناسب مع مقاييس وأشكال هذه السلعة.

3- وظيفة النقل والتخزين والمناولة (التوزيع):

لا يمكن إهمال مرحلة انتهاء عملية الإنتاج ومرحلة تسليم المنتج إلى المستهلك النهائي، فطرق النقل والمناولة والتخزين من بين أهم الوظائف الواجب العناية بها من قبل المنتجين، والغلاف المصمم بطريقة مدروسة يعمل على تسهيل عملية توزيع المنتج في ظروف تسمح بمناولة جيدة لهذه السلعة إلى المستهلك النهائي مع مراعاة طرق ووسائل النقل المحتمل استعمالها، والمواصفات التي ينبغي توفرها في طرق توزيع المنتجات وكذلك عملية شحنها وتخزينها.

4- وظيفة تسهيل عملية الاستهلاك والاستعمال:

وهذا من خلال دراسة الحجم والوزن الذي يجب أن تكون عليه السلعة داخل الغلاف، حيث تناسب أكبر عدد ممكن من مستهلكي السلعة وطبيعة الاستهلاك لدى هؤلاء المستهلكين، فالحجم المطلوب يختلف من سلعة إلى أخرى حسب العادات الشرائية للمستهلكين وطريقة استعمالهم لهذه السلعة، فتعتبر هذه الوظيفة جد مهمة بالنسبة إلى المستهلك، فمع تقدم التطور التكنولوجي أصبح المستهلك يسعى إلى تحقيق الرفاهية والراحة في جميع مجالات الحياة، فسهولة استعمال الغلاف أو العبوة يسهل استهلاك المنتج، وبالتالي إرضاء لرغبات المستهلكين،

⁽¹⁾J. Lendrevie, D. Lindon, Mercator, DALLOZ, 5^{ème} édition, Paris 1997, P 245.

كما يجب على الغلاف أن يكون مصمما بطريقة جيدة حيث يمكن فتحه بدون مجهود كبير، ويمكن غلقه بسهولة وإحكام بعد استعمال جزء من السلعة.

5- وظيفة حماية البيئة: تعتبر حماية البيئة من أهم الوظائف التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها، فعادة ما نرى أنه بمجرد استهلاك المنتجات تبقى الأغلفة والعبوات في محيطنا لتشوه وتلوث بيئتنا، وعليه فقد بدأ الوعي الحضري بتسرب للمؤسسات الإنتاجية من خلال محاولتها في تصميم غلاف يتماشى مع متطلبات العصر، ويطابق المواصفات المفروضة ويحترم القوانين التنظيمية لذلك، وذلك بالاعتماد على المواد الطبيعية في تصنيع الأغلفة والتي يمكن أن تتحلل في البيئة، أو الاعتماد على استرجاع الأغلفة وإعادة تصنيعها مع البحث على طريقة استعمالها في مجالات أخرى من طرف المستهلك بعد نفاذ المنتج منها.

الوظائف التسويقية للتغليف:

للتغليف وظائف تسويقية عديدة من بينها نذكر الوظائف التالية: ⁽¹⁾

1- وظيفة تقديم المعلومات:

تقتضي قوانين معظم الدول بتسجيل بيانات السلع على العبوة سواء كانت للاستهلاك المحلي أم للتصدير، ومن أمثلة بيانات التبيين: العناصر المكونة للمنتج والوزن وتاريخ الإنتاج ومدة الصلاحية واسم الشركة المنتجة واسم المستورد ودولة المنشأ للسلع المستوردة، ويراعي تسجيل هذه البيانات بلغة البلد المرسل إليه في حالة التصدير.

2- وظيفة ترويج السلعة:

يلعب غلاف سلع الاستهلاك دور رجل البيع الصامت وخاصة في الأسواق التي اعتادت خدمة الاعتماد على الذات في اختيار السلع من أرفف المتاجر، ويقوم المستهلك في هذه الحالة باختيار المنتج من بين السلع المعروضة، وكثيرا ما يتحدد اختياره بالغلاف الذي يجذب انتباهه بشكل أفضل وحتى يمكن اختيار الغلاف الذي يجذب انتباه المستهلك لا بد التعرف على البيانات التالية:

- البيئة البيعية المحيطة بالمنتج في المنتج لا سيما طريقة عرض المنتج المشابه في الأرفف المجاورة.

⁽¹⁾ يحي سعيد علي عيد، التسويق الدولي والمصدر الناجح، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى،

- البيئة الثقافية والعقائدية للسوق الخارجي المستهدف إذ لا يفضل مثلاً عرض صورة أحد الحيوانات المقدمة على غلاف إحدى السلع المصدرة إلى الهند لأن ذلك قد يحول دون تسويق السلعة في هذا السوق، في حين قد يساعد ذلك على ترويج السلعة في السوق المحلي.

- شكل وحجم العبوة المفضلة لدى المستهلك.

- الرسالة أو الانطباع الذي يجب أن ينقله الغلاف إلى المشتري.

- التأثير المتوخى لماركة المنتج وعلامته التجارية على المشتري.

وهنا نشدد على أهمية تأثير لون العبوة، والعلامة التجارية والماركة على المشتري المرتقب. ذلك لأن نجاح لون وعلامة وماركة في السوق المحلي لا يعني نجاح نفس العوامل في السوق الخارجي المستهدف. ويجب في هذه الحالة جمع البيانات الكافية عن اللون والعلامة والماركة التي تناسب المستهلك في السوق المستهدف بالاعتماد على بحوث التغليف.

3- وظيفة المواءمة مع المتطلبات القانونية للتبيين:

سبق إيضاح أهمية البيانات التي يجب تسجيلها على العبوة، كذلك فإن القوانين تمتد في عدة دول لتشمل الخامات المستخدمة في صناعة العبوة وربما حجم العبوة أيضاً.

ومن أمثلة ذلك بعض تشريعات الأسواق الخارجية ترفض استيراد العصائر والأغذية المحفوظة في عبوات مصنوعة من الصفيح الملحوم بالقصدير لاعتبارات الصحة العامة، كما ترفض بعض الدول العبوات صغيرة الحجم المتجه للاستهلاك الأخير بالنسبة لبعض السلع.

4- وظيفة التكيف مع عادات الشراء:

يعتبر عامل عادات الشراء من العوامل العامة المؤثرة في تحديد تصميم العبوة والحجم المناسب لها، فمثلاً نجد أن عدد مرات شراء السلع الاستهلاكية من جانب المستهلك الأمريكي يقل عن عدد مرات شراء هذه السلع من جانب المستهلك الأوروبي الغربي، ولهذا يفضل المستهلك الأمريكي عبوات أكبر من العبوات الأوروبية، كذلك تعتبر عملية حفظ الأطعمة في التلاجات ونوعية التلاجات المستخدمة في حفظ السلع ومدى الحاجة للحجم العائلي للعبوة من عادات الشراء المؤثرة في اختيار الحجم المناسب للعبوة ونوع التغليف المستخدم.

أهمية التغليف ورسالته:

هناك جملة من الأسباب والنواحي التي تزيد من أهمية تغليف المنتجات وتتمثل في النقاط التالية:

- الغلاف الجديد ذو الطابع المميز أو الفريد يساعد على خلق طلب خاص على السلعة، وخاصة أن هناك من السلع ما لا يتميز بطابع خاص أو فريد عن السلع المنافسة.

- التغليف يؤدي إلى سهولة وإمكانية التعرف على سلعة المنتج وسط السلع البديلة والمنافسة، كما يساعد على تذكر المستهلك لها.
- التغليف ذو التصميم والمظهر الجيدين يعتبر في حد ذاته من وسائل لفت نظر المستهلك للسلعة وإثارة رغبته واهتمامه بها بل وتفضيله لها أحياناً، وهو من الوسائل الإعلانية والإعلامية الهامة عن السلع، كما يمكن استخدامه في وضع وكتابة بعض النقاط والدعاوي الإعلانية الرئيسية.⁽¹⁾
- يمكن الغلاف المنتج من تمييز سلعة ووضع الاسم التجاري والشعار عليها، وكذلك وضع ما يريده من بيانات وصفية أو فنية، وذلك بشكل أفضل وأكثر جاذبية ووضوحاً، كما أن الكثير من السلع قد لا يسهل أو لا يمكن تمييزها وتبينها بدون غلاف.
- السلع السائلة لا يمكن بيعها بدون تغليف وتعبئة، أو أن تعبئتها في عبوات ذات أحجام مناسبة يؤدي إلى كفاءة وحسن توزيعها وتصريفها بشكل أفضل.
- يعتبر التغليف وتقدم وسائل صناعة التغليف في بلد ما أحد الدعائم الأساسية التي تعتمد عليها إمكانية قيام وانتشار نظام أو متاجر الخدمة الذاتية ونجاحها.
- يمكن التغليف متاجر التجزئة من عرض السلعة بطريقة أفضل أو بطريقة واضحة أو أن يعرضها في واجهات العرض، وكلما كان الغلاف ذو مظهر جيد دفع ذلك متاجر التجزئة من عرض السلعة في أماكن جيدة.
- تساعد سياسة التعبئة والتغليف على استهلاك السلع في غير أوقات إنتاجها وعلى مدار السنة، فتعبئة الفواكه مثلاً جعلت استهلاكها ميسوراً طوال العام.⁽¹⁾
- بعض المنتجات قد تزداد قيمتها في نظر المشتري نتيجة غلاف جيد أو قيم لها، مثل بعض أنواع المجوهرات أو العطور وأدوات التجميل.
- قد يكون التغليف هو الوسيلة الوحيدة لتنفيذ سياسة التشكيل بالشكل السليم طبقاً لرغبات واحتياجات السوق من الأحجام أو الذواق المختلفة للسلع السائلة.
- يوفر التغليف الجيد سهولة تداول السلعة وتخزينها وسهولة مراقبة المخزون منها، وسهولة شرائها وبيعها وتقليل الإسراف الذي ينشأ في عمليات السعر والشراء أو النقل والتخزين، كما يقلل من معدل التلف وهذا كله بدوره أيضاً يؤدي إلى تخفيف تكاليف التسويق.

⁽¹⁾ محي الدين الأزهرى، مدخل استراتيجي، إدارة النشاط التسويقي، دار الفكر العربي، ج2، ط01، القاهرة، 1988، ص41.

⁽¹⁾ محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط01، عمان، الأردن، 1999، ص356.

- الغلاف الجيد التصميم والمظهر والغلاف الذي ينتفع به المستهلك بعد استخدامه السلعة نفسها، يعتبر من عوامل التفضيل عند الشراء لدى الكثير من المستهلكين بالنسبة لعدة أنواع من السلع.
- حماية المنتج حتى يصل إلى المستهلك في حالة جيدة، من حيث المحافظة على جودته وعدم حدوث تلف أو كسر أثناء عمليات النقل والتخزين أو الاستعمال.
- يمثل التغليف جزءاً من البرنامج التسويقي للمؤسسة حيث يساعد بالتعرف على المنتج، كما يساعد على زيادة الأرباح والمبيعات وذلك عن طريق تقليل تكلفة التلف، كما أن الغلاف الجذاب يساعد على جذب المستهلك واهتماماته في الشراء مما ينعكس على زيادة المبيعات للسلعة ذاتها.
- إن تحديد العبوة والغلاف المناسبين للسوق المستهدف لا يقل أهمية عن تحديد المنتج المقبول في هذا السوق، ذلك لأن العبوة والغلاف غير المناسبين يمكن أن يؤديا لنتائج السلبية التالية:⁽¹⁾
 - أ- صعوبة جذب المستهلك لشراء المنتج وخاصة سلع الاستهلاك التي عادة ما يختارها المستهلك بنفسه من أرفف متاجر السوبر ماركت.
 - ب- عدم تطابق المنتج مع المواصفات القياسية لسوق المستهلك.
 - ج- تزايد تكلفة النقل والمناولة .
 - د- وصول البضاعة في حالة سيئة.
 - هـ- صعوبة تخزين البضاعة لحين استخراجها لبيعها،
 - و- صعوبة تركيب أو استخدام المنتج.

الرسالة التي يحملها الغلاف:

إن الرسالة التي يحملها الغلاف عبارة عن رسالة متحركة، تساعد على زيادة الوعي الشرائي لدى المستهلكين، ويساهم في تكثيف جهود ترويج المبيعات، وعليه يجب على المسؤولين في المؤسسة مراعاة ظهور هذه الرسالة الغلافية، ومن الواجب كذلك أن تكون الرسالة التي يقدمها الغلاف للمستهلك بسيطة ومختصرة ليتمكن المستهلك من قراءتها وفهمها.⁽²⁾

(1) يحي سعيد علي عيد، مرجع سابق، ص 157.

(2) محمد عطية الفرحاتي، التعبئة والتغليف وأثرها على البيئة والمجتمع، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر،

وللرسالة التي يحملها الغلاف أهمية خاصة لدى المستهلك والمؤسسة في نفس الوقت، فهي تتمثل في تأثيرها على سلامته، وحماية من التأثيرات السلبية الناتجة عن سوء استعمال المنتج، أو من الغش التجاري، لهذا ينبغي أن تكون المعلومات والبيانات التي تحملها الرسالة سهلة الفهم والتطبيق، ومنسجمة مع طبيعة المنتجات المطلوبة.⁽¹⁾

كذلك تساهم هذه البيانات في حماية المستهلك من الغش التجاري والخداع، فأبي خطر يكشفه المستهلك في المنتج يبلغ به الهيئات المتخصصة لحماية المستهلك، فقد يكمن الغش التجاري في وزن المنتج، أي لا يتطابق مع الوزن الظاهر على الغلاف، أو أن تكون مدة الصلاحية كاذبة، وهذا لا يكشف إلا بعد استعمال المنتج، ولهذا فالتعبئة والتغليف لهما دور خاص في توعية المستهلكين حول الأخطار التي قد يتعرضون لها من الأشخاص الذين يمارسون هذا الغش لزيادة الأرباح.⁽²⁾

أما بالنسبة إلى المؤسسات فإنها هي الأخرى تستفيد من هذه الرسالة، لأنها قد تعطي فكرة عامة للمستهلك عن مركزها المالي والتجاري في السوق وهذا عبر النشرات المرفقة داخل الغلاف، وتظهر أيضاً أهمية الرسالة من حيث تكلفتها التي لا تقارن مع الامتيازات التي توفرها التعبئة والتغليف والمعلومات التي تحملها، كما أن سهولة وصول الرسالة الإعلانية إلى الكثير من المستهلكين يعتبر أيضاً من المزايا التي المؤسسات يولون أهمية إلى الرسالة التي تحملها التعبئة والتغليف.

عوامل انتشار ظاهرة التغليف:

لقد ساعدت على انتشار ظاهرة التغليف مجموعة من العوامل من أبرزها نذكر:⁽³⁾

أ. **متاجر خدمة النفس (الخدمة الذاتية):** إن معظم المنتجات صارت تسوق من خلال متاجر خدمة النفس، وعلى المستهلك التجول بحرية واقتناء ما يرغب فيه من سلعة معروضة دون مساعدة رجل البيع فالمنتج ينبغي أن يؤدي وظائف البيع، وعليه أن يثير انتباه المستهلك ويصف خصائص المنتج ويوفر الثقة للمستهلك، وأن يجيب عن أسئلة المشتري واستفساراتهم، وأي إخفاق في استراتيجيات التعبئة والتغليف قد يلحق ضرراً كبيراً بالمبيعات.

ب. **رفاهية المستهلك وارتفاع مستوى دخله:** إن تزايد رفاهية المستهلك وتعاضم قدرته الشرائية، علاوة على ضيق الوقت المتاح لكثير من المستهلكين للتسوق لأوقات طويلة يعني

⁽¹⁾ زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997، ص 266.

⁽²⁾ Gouffi M., l'emballage variable du Marketing Mix, Technique de l'entreprise, Paris, 1993, P : 69.

⁽³⁾ بشير العلاق وآخرون، استراتيجيات التسويق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 1999، ص 112.

أن المستهلك على استعداد لدفع إضافي من أجل عبوة جذابة ومريحة وموثوق بها وذات لمسات وأن تكون العبوة مميزة وشاخصة في معالمها، وقد لجأت شركات العطور مؤخراً لابتكار عبوات لمنتجاتها، إن هذه العبوات صارت بمثابة " تحف فنية " يحتفظ بها المستهلك حتى بعد نفاذ العطر.

ج. صورة المؤسسة والعلامة: باتت المؤسسات تدرك جيداً أهمية الأغلفة المصممة تصميمياً مبتكراً، كقوة فاعلة تساهم في تمكين المستهلك من رسم صورة مفضلة ومرغوبة عن المؤسسة والعلامة، فإن جميع الذين يشتركون أفلام تصوير يعرفون حالاً أن العبوة الصفراء الرائجة لأفلام التصوير تعود لمؤسسة كوداك العالمية.

د. الفرصة الابتكارية: إن الأغلفة والعبوات المبتكرة تدر فوائد ومزايا على المستهلكين، وتحقق أرباحاً للمنتجين، فقد استطاعت إحدى شركات صناعة مواد التجميل أن ترفع مبيعاتها من صبغ الأظافر بنسبة 22% عندما استبدلت العبوة التقليدية لصبغ الأظافر بقلم رشيق وملائم يؤدي نفس الغرض، لكن بسهولة متناهية ودون أن يسبب أي إرباك للمستخدم.

❖ كما أن هناك عدة عوامل ساعدت على اهتمام كل من المنتج والمستهلك والموزع بالتغليف أهمها: ⁽¹⁾

- رغبة المنتج والموزع في زيادة المبيعات، فتغليف السلعة يوفر وقت ومجهود تاجر التجزئة في عمليتي الوزن واللف، كما يزيد في جودة السلعة وإمكانية تصريفها عبر منافذ جديدة لم تكن مستخدمة من قبل.
- التقدم الكبير الذي أحرزته صناعة تصميم الغلاف وخاصة آلات التغليف، فالتقدم الصناعي الذي طرأ على آلات التصميم ورسم الأغلفة جعل التغليف أكثر اتقاناً وأقل كلفة وأسرع زمناً.
- ظهور مواد جديدة أمكن استعمالها في التغليف لم تكن معروفة من قبل.
- إصرار المستهلك في الوقت الحاضر على شراء السلع في غلاف جيد رغبة منه في الحصول على سلعة نظيفة.

⁽¹⁾ جميل توفيق، عادل حسن، مذكرات في مبادئ التسويق وإدارة المبيعات، الدار الجامعية رمل إسكندرية،

- إقبال المستهلك على شراء السلع المغلفة لحماية نفسه من تلاعب الموزعين في كمية أو وزن السلعة وجودتها.
- يفضل تاجر التجزئة التعامل في السلع المغلفة، حتى يمكن وضعها بنظام وسهولة على الأرفف.

خاتمة:

ليس من السهل اليوم ممارسة التسويق والنجاح في اختراق الأسواق دون الاهتمام بالتغليف فهو مجموع الأنشطة التي تهتم بتصميم وإنتاج عبوة المنتج وغلافه الخارجي وعليه يضم عمليتي التعبئة والغللاف، ولقد تطورت وظيفة التغليف من تأديته لوظيفة حماية المنتج من التلف وتسهيل عملية النقل والتخزين إلى وظيفة الترويج وجذب المستهلك والتأثير في قراره الشرائي.

ومن أجل الوصول إلى تغليف متميز يجب مراعاة مجموعة من العوامل التي تتحكم في سياسة التغليف التي تتبعها المؤسسة وعلى رأسها نجد طبيعة المنتج، حجم العبوة المختارة، الرسوم والألوان، تكلفة الغلاف، والهدف من التغليف، والمؤسسة تفاضل بين مجموعة من السياسات التي تناسب مواصفات وخصائص المستهلكين المستهدفين.

وعليه التغليف أصبح ظاهرة واسعة الانتشار وتستوجب الدراسة والاهتمام باعتباره ذلك الجانب الخفي من المنتج الذي يساهم في نجاح عملية تقديمه للسوق.

قائمة المراجع:

I- الكتب:

❖ باللغة العربية:

- 1- بشير العلاق وآخرون، استراتيجيات التسويق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 1999.
- 2- جميل توفيق، عادل حسن، مذكرات في مبادئ التسويق وإدارة المبيعات، الدار الجامعية رمل إسكندرية، مصر، 1985.
- 3- محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط01، عمان، الأردن، 1999.
- 4- محمد عطية الفرحاتي، التعبئة والتغليف وأثرها على البيئة والمجتمع، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1999.
- 5- محي الدين الأزهري، مدخل استراتيجي، إدارة النشاط التسويقي، دار الفكر العربي، ج2، ط01، القاهرة، 1988.

6- زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997.

7- يحي سعيدي علي عيد، التسويق الدولي والمصدر الناجح، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1997.
❖ باللغة الفرنسية:

8- J. Lendrevie, D.Lindon, Mercator, DALLOZ, 5^{ème} édition, Paris 1997.

9- Gouffi M., l'emballage variable du Marketing Mix, Technique de l'entreprise, Paris, 1993.

ترقية الصادرات خارج المحروقات:

الصادرات خارج المحروقات، تبقى من الرهانات التي يعول عليها أي بلد، كونها مؤشرا على كفاءة الجهاز الإنتاجي من عدمه، كما هي مؤشر على ربط سياسة التنمية بالتجارة الخارجية.

مع نهاية التسعينيات، خاطب رئيس الحكومة الأسبق النواب بالمجلس الشعبي الوطني بلغة أقرب إلى التحدي قائلا: سوف نحقق عتبة 02 مليار \$ خارج المحروقات في آخر سنة 2000، حينما كان يعرض برنامج حكومته. ها نحن قد طوينا من الزمن 15 سنة بلا رجعة، والأمل لا يزال يحدو كل مهتم بالشأن الاقتصادي الجزائري لبلوغ هذا الرقم بشكل مستمر.

مهما كانت المبررات التي يسوقها الجهاز الحكومي المتعاقب، لا يمكن أن ترقى إلى حد المعقول، أو المنطق، لأنه وببساطة، عند مقارنة أيها القارئ الكريم للمعطيات الاقتصادية والاجتماعية للجزائر ببلد آخر يتقاطع مها في كثير من المكونات، تكتشف بسهولة كثافة الفارق في تحرر الآخرين من تبعية المحروقات، واستمرارية الجزائر في تكريس هذه التبعية.

لقد بات مفروضا علينا بحكم العولة، أن نقلل من الحواجز أمام المبادلات، فهل يبقى مجرد سوق استهلاكي لمنتجات وخدمات الآخرين، ليس إلا؟ أعتقد أننا في حاجة ماسة إلى تعزيز الدور الانفتاحي لمؤسساتنا على الأسواق الدولية، وهذا ما يتطلب التطوير والتنوع في آليات التنفيذ لاستراتيجية ترقية الصادرات خارج المحروقات.

إننا لا ننكر، بل لا نقلل من الدور الذي تلعبه الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، في العمل المتواصل من أجل تحسين بيئة الصادرات خارج المحروقات، غير أن تواضع الوسائل التي تستخدمها من جهة، والنقص الفادح في الكفاءات المتخصصة من جهة أخرى، جعلها غير قادرة على استيعاب التحديات التي تواجه تحقيق هذا الهدف.

إن تحسين بيئة الأعمال للاقتصاد الجزائري، لا تقل أهمية من رفع مستوى الوعي التجاري التصديري للمتعامل الاقتصادي الجزائري، حتى وإن رأى في إمكانية بيعه لمنتجاته داخل السوق المحلي، ذلك لأن الإبداع والاختراع يأتي في كثير من الأحيان من جراء الاحتكاك بمن هو أفضل، وفق نموذج التقليد الذي أكده مسار الثورة الصناعية، وما تبعها من تطورات حصلت في جنوب شرق آسيا، والبرازيل، ودول الخليج، وبعض البلدان الإفريقية الواعدة.

للمساهمة في التنمية بالصادرات خارج المحروقات، يتعين على صناع القرار الاقتصادي في بلادنا أن يجعلوا من كل سفارة جزائرية مصدرا أساسيا لترويج المنتجات الوطنية، وتسويق صورة الجزائر من خلال كل إنجاز يدعم المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية، بل لا بد من تشكيل فريق عمل يتضمن نماذج من رجال الأعمال الناجحين مرفقا بممثلين عن الوصاية لهم دراية كافية بالواقع الاقتصادي، يتميزون بقدرة عالية في فن التسويق، والأداء الوظيفي للتفاوض، يستهدفون في رحلاتهم البلدان التي تمكنهم من اختراق أسواقها، وإبرام عقود الشراكة في الاستثمار، والتبادل التجاري.

جدول يوضح تطور المبادلات الخارجية للجزائر خلال الفترة محل الدراسة (مليون دولار أمريكي)

2013 السداسي الأول	2012		2011		
	سداسي 2	سداسي 1	سداسي 2	سداسي 1	
35.907	33.049	38.817	36.851	36.638	الصادرات
% 9	% 5	% 15 -	% 0.6		نسبة النمو
1.403	1.062	1000	1.240	822	ص. خارج المحروقات
% 32	% 6	% 19 -	% 51		نسبة النمو
28.350	24.459	23.031	23.952	23.295	الواردات
% 16	% 6	% 4 -	% 3		نسبة النمو
7.557	8.590	15.786	12.899	13.343	الرصيد
% 12 -	% 46 -	% 22	% 3 -		نسبة التطور
% 127	% 135	% 169	% 154	% 157	نسبة التغطية

المصدر: نشرية وزارة التجارة، العدد 06، ص 18.

مركز البصرة للبحوث والدراسات والظلمة العلمية

46، تعاونية الرشد القبة القديمة – الجزائر .

ها : 00.213.21.28.97.78 - 00.213.0550.54.83.05 فا : 021.28.36.48

البريد الالكتروني: / markaz_bassira@yahoo.fr الموقع الالكتروني: www.Bassiracenter.com

دفعاً لعملية البحث على مستوى المركز والتواصل العلمي مع مختلف المؤسسات البحثية والباحثين، يفتح المركز فضاءه العلمي، أمام كل القدرات العلمية الجادة من خلال الاشتراك أو الكتابة في دورياته المتخصصة: دراسات اقتصادية، دراسات إستراتيجية، دراسات إسلامية ودراسات أدبية، ودراسات قانونية ودراسات اجتماعية ودراسات نفسية أو من خلال التواصل العلمي مع المركز .

■ تصدر الدوريات فصلياً، أي أربع أعداد في السنة لكل دورية.

■ الاشتراك السنوي في الدورية الواحدة للأفراد: 1000 دج لكل دورية، وخارج الوطن: 14 دولار.

للمؤسسات في الجزائر: 1200 دج و خارج الوطن: 15 دولار.

قسمة الاشتراك السنوي

دورية دراسات إسلامية ودراسات إستراتيجية ودراسات اقتصادية ودراسات قانونية ودراسات أدبية ودراسات اجتماعية ونفسية، تاريخية، الطفولة والأرطفونية. تصدر أربع مرات في السنة

الاسم واللقب أو المؤسسة.....الهاتف.....

العنوان.....

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> دراسات إستراتيجية | <input type="checkbox"/> دراسات أدبية |
| <input type="checkbox"/> دراسات قانونية | <input type="checkbox"/> دراسات إسلامية |
| <input type="checkbox"/> دراسات اجتماعية | <input type="checkbox"/> دراسات اقتصادية |
| <input type="checkbox"/> دراسات تاريخية | <input type="checkbox"/> دراسات نفسية |
| <input type="checkbox"/> دراسات أرطفونية | <input type="checkbox"/> دراسات الطفولة |

يُرسل الاشتراك إلى رقم الحساب الجاري : مؤسسة دار الخلدونية

Ccp : 7625589 clé 81

ملاحظة : ترسل قسيمة الاشتراك وصورة الحوالة البريدية يمكن تسديد

المباشر والاستلام المباشر على مستوى المركز.

تكاليف البريد مقدرة ضمن سعر المجلة

