

دراسات اقتصادية



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

العدد السابع والعشرون (27) - فيفري 2017

- أ. وهابي كلثوم - النظام التسويقي وتطبيقاته في عملية جمع التبرعات في الجمعيات
- د. محمد العربي طاري
أ. رحمة تومي - قراءة نقدية تحليلية في مكونات التسويق
- د. محمد قلي - عدوى انتقال الأزمات المالية: أزمة الرهون العقارية الأمريكية وأزمة الديون السيادية الأوروبية نموذجاً
- أ. جمعي عبد القادر - السياسة المالية ودورها في تفعيل الاقتصاد الوطني حالة: الجزائر، المغرب، تونس
- د. خنصري خيضر
أ. بورنيسة مريم - دور النسب والمؤشرات المالية في تقييم الأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية
- أ. صلاح ربيعة - الخدمات الاستشارية الإدارية وتأثيرها على استقلالية المدقق
- د. عبد الرحمن تومي
أ. ذباح هشام - المفاضلة بين معدل الربح ومعدل الفائدة في تمويل التنمية الاقتصادية، حالة: السوق المالي الماليزي (1999 - 2016).
- د. بودور شعيب - التوجه المحاسبي الدولي نحو منهج القيمة العادلة
- د. زرزار العياشي
أ. مداحي محمد - واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر وإمكانية دمجه في البرامج التعليمية
- أ.م.د. فضيلة سلمان داود
الباحثة / أسرار عبد الزهرة علي - الأداء الريادي للمنظمة وفق إستراتيجية إدارة الموهبة
- Nassim Bourri - Is the upgrade enough to reinforce the Performance of SME?

رئيس التحرير

د/عبد الرحمن تومي

Toumi_abdrahmane@yahoo.fr

المراهمات باهم مدير مركز البصيرة
حي ماكودي 2 رقم 13 وادي السمار -
الجزائر

www.albasseera.net



@albasseera

رقم الإيداع القانوني: 2008/1900
ISBN 2170-046X ر د م د



دار الخلدونية للنشر والتوزيع

05. شارع محمد مسعودي القبة الجزائر.

- هاتف / فاكس 021.68.86.48
- هاتف 021.68.86.49

بسم الله الرحمن الرحيم

دراسات اقتصاد بتي

دورية فصلية محكمة تصدر عن



مركز البصيرة للبحوث والدراسات الاقتصادية والتعليمية

العدد السابع والعشرون
(27)

فيفري 2017



مركز البصيرة للبحوث والدراسات الاقتصادية والتعليمية

حي ماكودي 2 رقم 13 وادي السمار -
الجزائر

- 023.75.75.81
- 00213.560.185.900
- bacera.studies@gmail.com

قواعد النشر

تقبل البحوث والدراسات التي تعالج القضايا المتخصصة المتميزة. ويشترط في تلك الأعمال مراعاة قواعد النشر التالية:

1. أن يتوافق البحث مع أهداف الدورية ومحاورها.
2. أن يكون البحث غير منشور سابقاً.
3. يرفق البحث بإقرار خطي بعدم تقديم البحث إلى أي جهة أخرى لغرض النشر.
4. ألا يكون البحث جزءاً أو مقتطفاً أو مقتبساً من رسالة تخرج نال بها صاحبها شهادة علمية.
5. يرفق البحث بملخصين: (العربية والفرنسية) أو (العربية والإنجليزية).
6. يقدم الباحث نبذة مختصرة عن سيرته الذاتية.
7. ترسل البحوث والدراسات إلكترونياً أو تسلم في قرص مضغوط إلى إدارة المجلة.
8. تقبل البحوث باللغات: العربية والفرنسية والإنجليزية، على ألا يقل عدد صفحات البحث عن 15 صفحة ولا يزيد عن 25 صفحة، وألا يزيد عدد الأشكال والملاحق عن 15 بالمائة من حجم البحث.
9. أن يكتب البحث ببرنامج (Word). ب: بخط: (Arabic Transparent) حجم 14 بالنسبة إلى المتن وحجم 10 بالنسبة إلى الهوامش (اللغة العربية) وبخط: (Times New Roman) حجم 12 بالنسبة إلى المتن وحجم 10 بالنسبة إلى الهوامش (اللغة الأجنبية).
10. أن يراعى في البحث المنهجية العلمية، ومناهج البحث العلمي. وعلى صاحبه الالتزام بالموضوعية.
11. توثق هوامش البحث وقائمة مصادره ومراجعته في نهاية البحث.
12. تخضع البحوث للتحكيم العلمي المتعارف عليه عالمياً، ويبلغ الباحث بقرار هيئة التحرير في آجالها.
13. يعدّ البحث في حكم المسحوب إذا تأخر الباحث عن إجراء التعديلات المطلوبة على البحث لمدة تزيد عن شهر من تاريخ تسلمه الرد بوجوب التعديل.
14. لا يمكن للباحث أن يسحب بحثه بعد موافقة الهيئة العلمية عليها وإدراجها ضمن مواضيع المجلة.
15. الإدارة ليست ملزمة بنشر كل البحوث التي تصلها وليست ملزمة كذلك بإعادتها نشرت أم لم تنشر.
16. تعبر البحوث عن رأي صاحبها ولا تمثل بالضرورة رأي الدورية أو المؤسسة التي تصدرها.
17. يحق للدورية إعادة نشر البحث كاملاً أو جزءاً منه بأي شكل وبأي لغة دون الحاجة إلى استئذان الباحث، إذ تتمتع الدورية بكامل الحقوق الفكرية للبحوث المنشورة فيها.

من حق الدورية إصدار عدد يخصص بأكمله لغرض واحد عند الحاجة، ويرحب **مركز البصيرة بأبحاثكم واقتراحاتكم ونصائحكم.**

آراء الباحثين لا تعبر بالضرورة عن وجهة نظر المركز

الهيئة العلمية

أ.د. بوكابوس سعدون.

(جامعة الجزائر)

د. بحيح عبد القادر

(سيدي بالعباس)

أ.د. صخري عمر

(جامعة الجزائر)

أ.د. حشمان مولود.

(جامعة الجزائر)

أ.د. عبد الحميد زعباط.

(جامعة الجزائر)

أ.د. عبد الرحمن دوكي ماجي.

(جامعة تركيا)

أ.د. مسعود مجيطة

(جامعة الجزائر)

أ.د. مراد ناصر.

(جامعة البلدية)

أ.د. كسرى مسعود

(جامعة الجزائر)

د. صبوعة عبد العزيز

(مدير المدرسة العليا للتجارة)

أ.د. عبد الرحمان ميغاري

(جامعة بومرداس)

أ.د. رشيد بوكساني

(جامعة بومرداس)



محتوى العدد

05	رئيس التحرير د/العمرية عز الدين	الافتتاحية
09	أ. وهابي كلثوم جامعة بومرداس	النظام التسويقي وتطبيقاته في عملية جمع التبرعات في الجمعيات
19	د/ محمد العربي طاري أ. رحمة تومي -المدرسة العليا للتجارة، الجزائر -المدرسة العليا للتسيير والتجارة الدولية، الجزائر	قراءة نقدية تحليلية في مكونات التسويق
29	د/ محمد قلي جامعة بومرداس	عدوى انتقال الأزمات المالية: أزمة الرهون العقارية الأمريكية وأزمة الديون السيادية الأوروبية نموذجا
47	أ. جمعي عبد القادر بومرداس	دور السياسة المالية ودورها في تفعيل الاقتصاد الوطني حالة: الجزائر، المغرب، تونس
57	د/ خنفري خيضر أ. بو رنيصة مريم جامعة بومرداس	دور النسب والمؤشرات المالية في تقييم الأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية
69	أ. صلاح ربيعة جامعة بومرداس	الخدمات الاستشارية الإدارية وتأثيرها على استقلالية المدقق
77	د/ تومي عبد الرحمن أ. ذباح هشام جامعة بومرداس	المفاضلة بين معدل الربح ومعدل الفائدة في تمويل التنمية الاقتصادية، حالة: السوق المالي الماليزي (1999—2016).
91	د/ بو دور شعيب جامعة بومرداس	التوجه المحاسبي الدولي نحو منهج القيمة العادلة
101	د/ زرزار العياشي أ. مداحي محمد جامعة سكيكدة	واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر وإمكانية دمجها في البرامج التعليمية
113	أ.م.د. فضيلة سلمان داود الباحثة / أسرار عبد الزهرة علي	الإداء الريادي للمنظمة وفق إستراتيجية إدارة الموهبة
01	Nassima Bouri Teaching chercheur- Université of Oran 2, Algeria	Is the upgrade enough to reinforce the Performance of SME ?

ميزان المدفوعات يتطور نحو تسجيل العجز من سنة إلى أخرى، وصندوق ضبط الإيرادات لم يعد يذكر، واحتياطي الصرف فقد أكثر من النصف، ومعدل التضخم في ازدياد مطرد، تماما مثل البطالة التي عادت إلى الارتفاع، وضعف معدل النمو بالرغم من ضخ أكثر من 700 مليار دولار أمريكي، منذ مطلع عام 2000 إلى بداية الخماسي الرابع، مع تسجيل فضائح نهب المال العام لم يسبق لها مثيل، وزحف للرشوة والمحسوبية على مختلف الأصعدة، وتراجع في الإنتاجية تزامنا مع تراجع في قيمة الدينار إلى أكثر من 30 %، وتجميد كل المشاريع الكبرى، وبالتالي انكماش اقتصادي أعادنا إلى مربع الثمانينيات والتسعينيات من القرن الماضي، ومصادقية النظام باتت في خبر كان، وأن شعار شراء السلم الاجتماعي بالريع البترولي استهلك، والثورة من الشعب وإلى الشعب، كذبتها كل المحطات الانتخابية بالتزوير ومصادرة أصوات الشعب.

وبالتالي، عن أي اقتصاد نتحدث (اقتصاد بازار، اقتصاد الريع، اقتصاد السوق السوداء، اقتصاد الشكارة، اقتصاد البارونات... إلخ).

أعتقد أن كلا الطرفين جانب الصواب، فالجزائر الاقتصادية والاجتماعية، ليست كما تمنينا، وليست كما نود أن تكون. لكن مع هذا، بالفعل هناك مشاريع أنجزت، لم يسبق لها مثيل في السابق، وهي تقدم خدمات جلييلة للاقتصاد الوطني، وعملت على الرفع من مستوى رفاهية الحياة الاجتماعية للمواطن الجزائري، لا يمكن حذفها من قاموس الإنجازات التي نفتخر بها، وهي بالمناسبة في مخلف القطاعات، إنتاجية كانت أو خدمية.

كما أن الأزمة الاقتصادية قائمة منذ أواخر عام 2014، وهي في تزايد مستمر، تقلص من العتبة التي أنجزت، في الدخل الفردي،

الاقتصاد الجزائري بين الحقائق والأوهام

كثيرا ما قرأت على صفحات الجرائد، وبعض الوسائط الإعلامية، كما تتبعت حوارات دارت مع بعض النخب الجزائرية من المثقفين المتخصصين في الإعلام الاقتصادي، أو الأساتذة الباحثين، أو بعض رجال الأعمال، في مختلف شاشات التلفزيون العمومي والخاص، أو تصريحات لمسؤولي الأحزاب أنفسهم، أو من يمثلونهم في البرلمان.

والذي استوقفتني حقا، صنفان يمثلان إلى حد بعيد، أحد القوانين الفيزيائية المتعلقة بالفعل ورد الفعل والمعاكس له في القوة والاتجاه. أو إن شئت فقل طرفي نقيض.

أما الأول:

تجده يقدم صورة مغرية ومطمئنة ومتفائلة، إلى حد أن الجزائر تعتبر من البلدان الصاعدة، لما حققته من إنجازات ضخمة في مختلف المشاريع للبنى التحتية، وإنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة بمئات الآلاف، وبعث النمو الاقتصادي في القطاع الصناعي والفلاحي، كما في الخدمات، وشطب المديونية، وتقليص معدل البطالة إلى حدود 10 %، وتحديث شبكة النقل والمياه وتوصيل الغاز بنسبة تفوق 60 % في المتوسط، وإصلاح المنظومة التشريعية، والاحتكام إلى المؤسسات، وصناعة القرار الاقتصادي من خلال آلية الثلاثية... إلخ.

بينما الثاني:

لا يمكن وصفه بعبارة مهذبة، إلا كونه مصابا بعمى الألوان، فلا يرى إلا السوداء، حينما تقرأ له أو تسمعه يتحدث، لا تخرج إلا بانطباع مفاده انهيار الاقتصاد الوطني والكارثة حلت، لأن كل المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية باتت على اللون الأحمر.

الاعتبار إلى مكونات الشعب الجزائري للمشاركة في قرارات بناء الدولة، على أسس من الديمقراطية والشفافية للإدارة، ولا تتحاز إلا إلى الثقاني في خدمة مواطنيها.

كما في وتيرة التطور لمختلف المشاريع عامة كانت أو خاصة، وهي بالمناسبة، أضحت (الأزمة الاقتصادية) ظاهرة تنتمي إلى الدورة الاقتصادية العالمية، لسببين في غاية الوضوح.

01 - أن اقتصادنا يجره قطاع الطاقة بنسبة تتجاوز 39 % من الناتج الداخلي الخام، كما يعتبر هو المصدر الوحيد تقريبا للعملة الصعبة، من أجل تغطية احتياجاتنا الاقتصادية والاجتماعية والثقافية من العالم الخارجي.

02 - أسعار الطاقة متغيرة، لا يمكن بأي حال من الأحوال التحكم فيها، إلا عن طريق السوق الطاقوي الدولي، وفق العرض والطلب. وما دامت هذه السلعة من السلع الاستراتيجية العالمية، تبقى أسعارها حساسة للغاية، تتأثر سلبا وإيجابا لمجرد تصريح سياسي، أو نشوب نزاع، أو ظاهرة طبيعية، أو أزمة اقتصادية دولية... إلخ.

هذا الارتباط العضوي بين تبعية اقتصادنا إلى هذا القطاع من جهة، وتبعية الأسعار إلى العرض والطلب الدوليين من جهة أخرى، يبقى الاقتصاد الوطني رهينة للعلاقة السببية.

إذا زاد الطلب على الطاقة ارتفعت الأسعار، ذلك ينعكس إيجابا على خزينة الدولة، وبالتالي تتاح لنا إمكانية تمويل المشاريع واتساع رقعة الاستثمارات، وزيادة استيراد مواد التجهيز والمواد الأولية... إلخ. والعكس صحيح، حيث نلجأ إلى شطب مشاريع مبرمجة وتقليص فاتورة الاستيراد، وخلق ضرائب جديدة تزيد من حدة الضغط على المواطن، بسبب انخفاض أسعار الطاقة.

وهكذا نحن تحت رحمة أسعار الطاقة العالمية، ما لم يكن لنا بديل عن هذا المنتج في التجارة الدولية، وبالتالي لا تعتبر مفاجئة لنا، صدمة 1986 وكذلك سنة 1998، وسنوات 2008 وبداية السداسي الثاني من 2014 إلى يومنا.

وعلى هذا الأساس، ينبغي أن تولي الحكومات المتعاقبة اهتمامها، كأولوية قصوى، في بعث التنمية على مستوى القطاعات المنتجة، بتنظيف محيط الأعمال من طفيليات الفساد، والرفع من كفاءة التسيير وبعث روح جديدة تسري في العدالة، لا تنتصر إلا لتطبيق القانون على الجميع، وإعادة

النظام التسويقي وتطبيقاته في عملية جمع التبرعات في الجمعيات

وهابيه كاثوم
جامعة البويرة

وتمزج عملية جمع التبرعات بين تسويق السلع والخدمات والأفكار لجذب وإقناع المتبرعين بالعبء، ففي تسويق السلع في جمع التبرعات يتم استخدام وسائل مثل الأسواق الخيرية والمزاد الخيري وبيع بطاقات التهنئة للحصول على التبرع من الجمهور الذي قد يدفع أكثر من القيمة بهدف دعم نشاط الجمعية أو المنظمات غير الهادفة إلى الربح. كما قد تسوق الجمعية بعض الخدمات لغرض الحصول على التبرعات مثل تأجير شعار الجمعية أو تقديم خدمات التدريب للمتطوعين.

كما يعد تسويق الأفكار أساسا في عملية جمع التبرعات، حيث إن أغلب ما تقدمه على سبيل المثال الأنشطة الدينية هو فكرة الحصول على الأجر الأخرى مقابل العطاء لنشاط الجمعية، والنشاطات الحقوقية تقدم فكرة: مجتمع الأمن والسعادة وضمان الحقوق مقابل العطاء لنشاط الجمعية.

ولأهمية دور التسويق في نطاق جمع التبرعات، نجد أن البعض يحرص ممارسة التسويق في الجمعيات، في هذا النطاق فقط، والحقيقة أنه واحد فقط من أطر عملية التسويق في الجمعيات.

وانطلاقا مما سبق، يمكن طرح السؤال التالي: **كيف يطبق النظام التسويقي في عملية جمع التبرعات؟** ونهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- التعرف على النظام التسويقي الممكن تطبيقه في الجمعيات في مجال جمع التبرعات.
- معرفة مدخلات النظام التسويقي في عملية جمع التبرعات.

- معرفة عمليات النظام التسويقي في جمع التبرعات.
- الوقوف على مخرجات هذا النظام في جمع التبرعات.
وقبل أن نتعرف على مكونات النظام التسويقي في مجال جمع التبرعات نعرف النظام التسويقي.

تعريف النظام التسويقي: نظام متداخل من الأشخاص والآلات والإجراءات، مصمم بطريقة تهدف إلى تدفق منتظم من المعلومات من المصادر الداخلية والخارجية لاستخدامها في مختلف القرارات التسويقية التي تواجه إدارة التسويق².

ملخص:

تحاول هذه الدراسة إبراز كيفية تطبيق النظام التسويقي في مجال جمع التبرعات داخل الجمعيات بهدف بناء مجموعة ممتازة من المتبرعين وتطوير عملية جمع التبرعات، من أجل إعطاء نظرة شاملة للتسويق كنظام متكامل من خلال تطبيق النظام التسويقي، وذلك انطلاقا من المدخلات الأساسية لعملية جمع التبرعات والعمليات التحويلية لهذه المدخلات وصولا إلى مخرجات في إطار البيئة المحيطة.

الكلمات المفتاحية: النظام التسويقي، المتبرع، جمع التبرعات، الجمعيات

Résumé

Cette étude tente de mettre en évidence la façon d'appliquer le système de marketing dans le domaine de collecte des dons dans les association, dans le but de construire une excellente gamme de donateurs et développer de processus de la collecte des dons, afin de donner un aperçu du marketing comme un système intégré à travers l'application du système de marketing, à partir des entrées de base de processus de collecte des dons et les procédures de transformation de ces entrées jusqu'à l'obtention des sorties dans le cadre de l'environnement entourant.

mots clés : le système de marketing, donateur , Collecte de fonds, les associations.

تمهيد:

إن عملية جمع التبرعات تشمل إحضار المال والناس (المتطوعين) والمعدات والتدريب. وذلك بجعل المتبرع محور الاهتمام من خلال الأنشطة المختلفة التي تقنعه بالعطاء، وتعد التقنيات التسويقية ممتازة لبناء مجموعة كبيرة من المتبرعين¹.

²محمد ابراهيم عبيدات، **مبادئ التسويق، مدخل سلوكي**، المستقبل للنشر والتوزيع، الاردن، 1995، الطبعة الاولى، ص 49

¹ publishers.2001.p7. Elizabeth Westman Wilson. **Building credibility, the foundation for fundraising**.Canada:

الدافع النفسي: ويشمل الشعور بالذنب وتأنيب الضمير لعدم قدرتهم على مساعدة المحتاجين من نساء وأطفال عند حدوث النكبات والحوادث، حب التقدير من الآخرين مقابل التبرع، وأن ينظر إليه المجتمع على أنه عضو نافع فيه، حب تخليد ذكره بعد موته مقابل التبرع.

الدافع المادي: الاستفادة من إعفائه من بعض ضرائبه المستحقة للدولة.

الدافع الاجتماعي: يتبرع الشخص نتيجة الضغوط التي يتعرض لها من قبل:

- ✓ الأهل والأصدقاء والأقارب.
- ✓ من المجتمع نفسه.
- ✓ من حفلات جمع التبرعات لاسيما إذا كانت شخصيته مرموقة.

بالإضافة إلى الأسباب الآتية³:

- ✓ وقاية النفس من الشح والبخل والأنانية لقول الله تعالى: (ومن يوق شح نفسه فأولئك هم المفلحون)
- ✓ وقاية النفس من مصارع السوء والآفات، إلى غير ذلك مما جاء في فوائد الصدقات للفرد والمجتمع.

• **المرحلة الثانية: البحث:** كيف يقوم المتبرعون بالبحث عن مجالات التبرع؟

بإدراك المتبرع الحاجة أو الرغبة) دينية، نفسية، مادية، اجتماعية، أو غيرها) يبدأ بعملية البحث عن وسائل الإشباع، وهي المرحلة الثانية من عملية التبرع. وفي هذه المرحلة يحاول المتبرع التعرف بطريقة مبدئية على بدائل الإشباع لدوافع وحاجات التبرع لديه: أنه يبحث عن معلومات عن الجمعيات ومدى الثقة والمصداقية فيها، ومعلومات عن الأنشطة الأكثر تلبية لرغباته، ومعلومات عن المناطق والأفراد الأكثر احتياجا وغيرها، وكل هذا لتعظيم المردود المادي أو المعنوي أو الاثنان معا) الذي سيتلقاه مقابل تبرعه.

وفي هذه المرحلة قد يكون البحث بسيطا وسريعا، فعلى سبيل المثال الاطلاع على نشرة تعريفية أو إعلان، وقد يكون أكثر تعقيدا مثل قيام المتبرع-أو الجمعية الوسيطة التي تتوبه- بالسفر

³ سليمان بن علي العلي. تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية. مؤسسة أمانة، الطبعة الأولى. الولايات المتحدة الأمريكية. 1996. ص151.

ويتكون نظام المعلومات التسويقي من مدخلات، عمليات ومخرجات.

أولا: المدخلات: يمكن عرضها على النحو التالي:

1- **المستهلك (المتبرع):** هو المستخدم النهائي للمنتج والمتبرع هو الممول للجمعية¹، وفي حالة حصولها على التبرع من منظمة أو جمعية أخرى، فالمستهلك النهائي هو المتبرع لهذه المنظمة أو الجمعية الوسيطة التي تقوم بدور المشتري الصناعي للمستهلك في التسويق التجاري.

فهم وتحليل المتبرع هو أول المدخلات في العملية التسويقية لجمع التبرعات لأنه المستهدف منها، فيجب دراسة وتحليل احتياجاته ورغباته وأسباب قيامه بالتبرع والعوامل المؤثرة على هذا السلوك.

ونشير إلى بعض هذه العناصر المؤثرة على سلوك المتبرع من خلال مراحل عملية التبادل وهي المراحل التي يمر بها المستهلك (المتبرع) لاتخاذ قرار التبرع ونوضحها كالآتي²:

• المرحلة الأولى: إدراك الحاجة... لماذا يتبرع الناس؟

فيحتاج المسوق أن يعرف ابتداء الأسباب التي يدرك بها المتبرع حاجته إلى التبرع، وتأتي من دراسة ومعرفة الأسباب التي يتبرع من أجلها، وقد أجريت دراسة في الولايات المتحدة الأمريكية على مسلمين وغير مسلمين للإجابة عن هذا السؤال (لماذا يتبرع الناس؟) فجاءت النتيجة محصورة في الدوافع الآتية:

الدافع الديني: على سبيل المثال:

- ✓ الأجر والثواب من الله عز وجل.
- ✓ التطهر من الخطايا.
- ✓ تزكية النفس ليبارك الله للمتبرع في أمواله.
- ✓ الخوف من الله عز وجل.

¹ محي الدين بن مسعود المغلوث. الأساليب والنظم المعنية على تنمية الموارد والتبرعات بالهيئات والجمعيات والمؤسسات والمنظمات الخيرية. الطبعة الأولى. السعودية: مطابع الابتكار. 1999، ص43.

² عدمان مريزق، التسويق الناجح لبرامج ونشاطات الجمعيات، عرض مقدم ضمن ملتقى التدريبي الأول للجمعيات والمنظمات الشبانية، المقام في الفترة 14/13/12 ماي 2009م، تحت رعاية مركز الإبداع الإعلامي، الجزائر.

أن تتعلق هذه المشاكل بأي عنصر من عناصر المزيج التسويقي¹، ويتم إدارتها من خلال نظام المعلومات التسويقي.

وتبرز أهمية بحوث التسويق في عملية جمع التبرعات من حيث إنه لا يمكن للجمعية أن تخطط وتنفذ وتوجه وتراقب الأنشطة التسويقية إلا عن طريق هذه البحوث، فتعتبر الطريقة المثلى لمساعدة الجمعيات للتعرف على حاجات ورغبات الفئة المستهدفة والكشف عن كيفية تلبية هذه الحاجات والرغبات، وتعتبر هذه الأبحاث ضرورية جداً لإنجاح البرنامج التسويقي لهذه الجمعيات، فمن خلاله يمكن تحديد وسيلة الاتصال الملائمة لقياس الحاجات والرغبات وإيصال الخدمات إلى السوق المستهدف، ويمكن استخدام البحوث التسويقية لقياس مدى إشباع حاجات ورغبات السوق المستهدف وآراء واتجاهات المانحين، مما يساعد الجمعية في تحسين مستوى خدماتها².

وتتولى بحوث التسويق تجميع البيانات في شكلها الخام ليتم تحليلها وتحويلها إلى معلومات تسويقية يمكن الاستفادة منها ومن المهم تحديد احتياجات المسؤولين في الجمعية للنوعيات المختلفة من المعلومات، والشكل المطلوب للمعلومات وتوقيت الحاجة إلى المعلومات، وذلك قبل تحديد البيانات الخام المطلوب جمعها وطريقة تحليلها واستخلاص المعلومات منها³.

3- تجزئة الفئة المستهدفة إلى قطاعات: من خلال هذه الاستراتيجية تقوم الجمعية بتقسيم المتبرعين إلى قطاعات ومجموعات تتشابه من حيث احتياجاتهم ورغباتهم وأذواقهم، ثم تركز الجمعية جهودها لتلبية احتياج ورغبة قطاع أو أكثر من قطاعات المتبرعين بحسب إمكانياتها، والمعايير التي يمكن أن يقسم المتبرعون حسبها كثيرة منها⁴:

¹ محمود صادق بازرعة، بحوث التسويق التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية، الرياض، 1996، ص 10.

² عبد العزيز أبو نعة، تسويق الخدمات المتخصصة، - منهج تطبيقي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 60.

³ عبد الله محمد الصهبي، التسويق في الجمعيات والمؤسسات الأملة في اليمن، متوفر على الموقع:

<http://www.geocities.com/Tsweeq/index.index.htm>

(آخر تصفح: 2009/06/14)

⁴ عدنان مريزق، قاسم كريم، التسويق كمدخل لتحسين أداء الجمعيات وفعاليتها- جمعية الحياة نموذجاً- ورقة مقدمة ضمن الملتقى الدولي حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، المقام في

والتنقل وزيارة الجمعيات والمنظمات المختلفة وإجراء المقارنة بينها وبين المناطق المختلفة. ومن المهم لمخططي عملية التسويق لجمع التبرعات بعد تحديدهم للمتبرعين المستهدفين معرفة طرق البحث لديهم، وذلك لتلبية حاجاتهم إلى المعلومات المختلفة من خلال عدة وسائل اتصال.

• **المرحلة الثانية: تقييم البدائل:** يحاول المتبرع بعد أن يقوم بتحديد الحاجة والدافع لديه والبحث عن المعلومات أن يتحرك إلى مرحلة التقييم في موقف التبرع، وقد يكون محكمة أو تتم بسرعة وبأقل تفكير ممكن، وتختلف مقاييس المتبرعين للمقارنة والتفضيل بين لمن ولماذا أتبرع؟

ويعتمد الأمر على حجم التبرع، فكلما زاد حجم التبرع زاد تعقيد المقاييس. فشخص يتبرع بمبلغ صغير يعقد مقارنة سريعة وبسيطة، أما آخر يريد بناء مستشفى فلا شك في أنه سيكون لديه قياس للجمعية وإمكانياتها والمناطق والمستفيدين.

• **المرحلة الرابعة: التبرع:** التبرع هو المرحلة التالية من عملية اتخاذ المتبرعين للقرارات وأهمية هذه المرحلة في الكيفية التي يتبرع بها الناس، ويعتمد هذا على ما هو ممارس من وسائل جمع التبرعات، فالمتبرعون يمكن أن:

- ✓ يضعوا مالا في صندوق جمع تبرعات.
- ✓ يشتروا منتجا تبيعه الجمعية.
- ✓ يقوموا بتحويل بنكي من حسابهم إلى حساب الجمعية.

• **المرحلة الخامسة: تقييم قرار التبرع (مرحلة ما بعد التبادل):** وهي مرحلة مهمة، فالعلاقة مع المتبرعين لا تنتهي بالتبرع بل بالعكس هي البداية، وأساس الانطلاق الصحيح في بنائها هو اطلاع المتبرعين على الأنشطة التي تبرعوا لها، فمثلا متبرع بمبنى مستشفى يصل إليه تقرير مصور للانهاء من البناء أو يشارك في حفل الافتتاح لا شك في أنه سيسهم في المراحل التالية في التشغيل أو يزداد ثقة في هذه الجمعية فيدعم مشاريعها الأخرى.

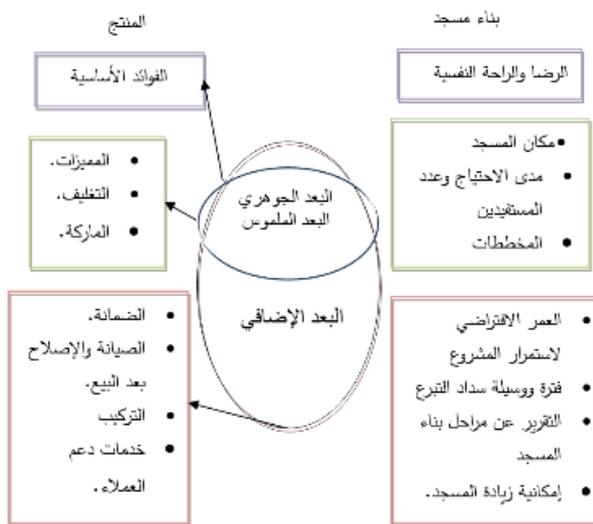
2- **بحوث التسويق في جمع التبرعات:** البحث التسويقي عبارة عن عملية لجمع وتسجيل تحليل البيانات التسويقية، أو البيانات المتعلقة بالمشاكل التسويقية للسلع والخدمات، ويمكن

لرغبات وحاجات دينية أو نفسية أو مادية أو اجتماعية، أو مزيجاً من ذلك أو من بعضه.

• **البعد الملموس:** وهو البعد الذي يجسد الجوانب الملموسة من المنتج التي تشمل الخصائص المادية من نوع المشروع أو النشاط ومدّة التنفيذ ومواصفاته والمستفيدين منه... إلخ.

• **البعد الإضافي:** وهو البعد الذي يتمثل في مجموعة الخدمات والمنافع المضافة للمنتج المقدمة من الجمعية التي يحصل عليها المتبرع بعد التنفيذ.

الشكل رقم (02): طبقات المنتج في عملية جمع التبرعات



المصدر: عبد الله محمد الصهبي، مرجع سبق ذكره.

عملية التبادل في إطار جمع التبرعات في العمل الخيري التطوعي تتم بين ثلاثة أطراف، المتبرع يعطي دعماً مادياً أو معنوياً للجمعية التي تعطيه للمستفيد، بينما في الإطار التجاري تتم عملية التبادل بين طرفين حتى ولو تعدد الوسطاء فالكل يمثلون أحد الطرفين، ونتيجة لذلك فتطبيق الفكر التسويقي يجب أن يمر بمرحلتين كالآتي²:

- المرحلة الأولى: دراسة وتحديد الاحتياجات للمجتمع

المستفيد؛ وتتبنى الجمعية العمل على تلبية إحدى أو بعض

- حسب مستوى تبرعهم.
- حسب السلوك والميول والرغبات.
- حسب الجنس والعمر.
- حسب الثقافة والمنهج الفكري.
- حسب القبائل والشعوب.
- حسب مناطق وجودهم.

ويمكن للجمعية أن تختار واحداً من الأساليب الخمسة التالية في عملية الاستهداف:

- **التركيز على قطاع واحد:** حيث تقرر الجمعية خدمة قطاع واحد فقط مثل أن تخصص في التجار من ذوي جنسية محدودة وذوي الاتجاه إلى المشاريع الصحية.
 - **التخصص في رغبة معينة للمتبرعين:** حيث تقرر الجمعية أن تخصص في مجموعة من المتبرعين ذوي رغبات معينة مثل أن تخصص في المتبرعين في الجانب الصحي.
 - **التخصص في مجموعة معينة من المتبرعين:** مثل التخصص في التعامل مع المتبرعين ذوي جنسية محددة فقط.
 - **أن تستهدف قطاعات غير مترابطة:** لا يجمعها أي علاقة سوى كونها تشكل فرصاً مختلفة، مثل التجار من جنسية محددة ذوي التوجه الصحي والمتبرعين من جنسية أخرى ذوي التوجه الاجتماعي.
 - **تغطية السوق كله:** حيث تقرر المنظمة تغطية جميع المجتمع وجمع التوجهات الفكرية والثقافية والتخصصية.
- ثانياً: العمليات:** العمليات في جمع التبرعات تتكون أيضاً من مزيج التسويق الذي نستعرضه كالآتي¹:

1- **المنتج:** المنتج هو ما يقدمه طرف إلى طرف آخر ليشبع له حاجة أو رغبة، والمنتج الذي ينطبق عليه هذا التعريف في نطاق جمع التبرعات هو المشروع أو النشاط أو الخدمة أو الفكرة التي تقدمها الجمعية للمتبرع مقابل عطائه المادي أو المعنوي، وللمنتج في نطاق جمع التبرعات طبقات كما هو مبين في الشكل نعرضه كالآتي:

• **البعد الجوهري:** وهو البعد الذي يعبر عن المنفعة التي سيجدها المتبرع ويتوقعها من المنتج التي عبرنا عنها سابقاً بـ لماذا يتبرع الناس؟ أي دافع التبرع، وذكرنا أنها قد تكون

الفترة 11/10 نوفمبر 2009، من تنظيم كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية: قسم علوم تسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة ص 08.

¹ عدمان مريزق، كمال قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 8.

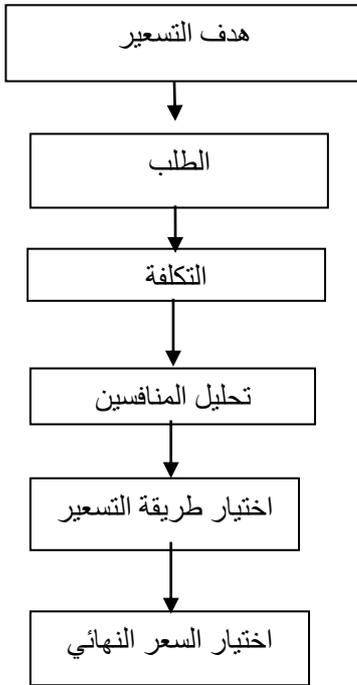
² عبد الله محمد الصهبي، مرجع سبق ذكره.

الخدمات أو الرغبات أو الصوت الانتخابي أو أي شيء آخر ذي قيمة للطرف الآخر.

ويجب تسعير ما تجمع له التبرعات من قبل الجمعية ليصبح أكثر ملاءمة لقدرة المتبرع، وبحيث يستطيع أن يتحملة بل ويرحب بهذا التحمل ويقتنع به.

ولدراسة آلية التسعير في العمل الخيري، ننطلق من خطوات التسعير الست التي حددها (كوتلر)، الموضحة في الشكل ونقوم بتطبيقها على التسعير في الجمعيات كالاتي²:

الشكل رقم: (03): وضع سياسة التسعير.



Source: kotler Philip, **marketing management**, eleventh edition, New Jersey, prentice, hell, 2003. P473

• الهدف من التسعير: الجمعيات تعرف أيضا بالمنظمات غير الهادفة إلى الربح، ولهذا دلالتها القيمة على موضوع التسعير، فهي بإمكانها أن تبني أهداف تسعير أخرى. فمثلا، مستشفى غير هادف إلى الربح يضع سياسة تسعيرية على

هذه الاحتياجات انطلاقاً من معايير معينة مثل الأولويات في المجتمع وإمكانيات وقدرات الجمعية الخيرية وغيرها.

- المرحلة الثانية: دراسة وتحديد بيئة المتبرعين المقتنعين أو الممكن إقناعهم بهذه الاحتياجات.

وقد يكون السبب أيضاً في ضرورة هاتين المرحلتين هو في طبيعة المنشأ للجمعيات، فكما أوضح "جايمس تايلور" James Taylor في كتابه (المشاركة المجتمعية والمساندة المالية) في شرحه مراحل تطور المنظمات التطوعية، التي تعتبر الجمعيات منها، أن معظمها في المرحلة الأولى تبدأ كمنظمات فقيرة وصغيرة: شخص أو مجموعة من الناس ترى حاجة اجتماعية، حماية حقوق مدنية، بيئة أو مشكلة تحتاج إلى معونة طارئة، فيتم استخدام الإمكانيات التي يجدها القائمون لإنجاز العمل، فحتى يدعموا عملهم يقومون بجمع المال محلياً، بما يفهمهم لأن الحاجة مبدئياً تكون صغيرة والمصاريف محكومة بشدة ومستوى العمل والفاعلية عال جداً.

وفي المرحلة الثانية، تكون المطالبة بالنشاط تفوق قدرة المتطوعين على تلبيةها، فترتفع التكلفة والمتطوع العادي لا يستطيع المتابعة لتغطية الاحتياج، فيصبح التحدي الآن هو إيجاد موارد مالية أخرى.

وفي المرحلة الثالثة، تزداد أعباء الإدارة لأن البرنامج يتطلب ذلك والمنظمة تصبح معقدة أكثر ومكلفة أكثر فتعمل على الحصول على مساعدات أكبر سواء على المستوى المحلي أم الخارجي.

وفي المرحلة الرابعة، تصبح المنظمة معروفة على المستوى الوطني ويكبر إمدادها من الدعم محلياً وخارجياً.

2- السعر: السعر في عملية جمع التبرعات هو الدعم المادي أو المعنوي الذي يقدمه المتبرع لدعم الجمعية أو مشروعها ويحصل في المقابل على تلبية دوافعه (الدينية، النفسية، الاجتماعية أو المادية)¹. والدفع قد يكون بالمال أو السلع أو

²Kotler Philip, **Marketing management**, eleventh edition, new jersey, prentice, hell, 2003, p 473

¹ عدمان مريزق، كمال قاسم، مرجع سبق ذكره، ص8.

• اختيار طريقة التسعير: يتم اختيار طريقة التسعير بعد أن تم الوضع في الاعتبار التكلفة وأسعار المنافسين وذلك بتقدير العنصر الثالث المهم من العناصر وهو تقدير المتبرعين لمميزات المشروع المعروض عليهم، وهو ما يمثل السقف الأعلى للسعر، أي أعلى سعر يمكن أن يدفعه المشرع لدعم مشروع معين¹.

• اختيار السعر النهائي: مما سبق، تكون الجمعية قد استطاعت أن تحدد السعر النهائي للمشروع مع وضعها في الاعتبار إمكانية التعديل المستمر للأسعار بحسب المعلومات المترتبة من بيئة جمع التبرعات.

3- التوزيع: التوزيع في جمع التبرعات هو جعل التبرع

للجمعية ونشاطها متوفرا وممكنا في المكان والزمان اللذين يكون المتبرع موجودا فيهما².

فإن كانت المنتجات بمثابة أفكار، فإن التوزيع سيكون سهلا عن طريق اختيار الوسيلة الإعلانية لغرض إيصال الفكرة وعادة ما ترتبط باستراتيجية الترويج³. اهتمت جميع المنظمات غير الهادفة إلى الربح بالاتصال والإعلان لكن قليل منها يعطي اهتمام للموقع، ويلعب الموقع دورا كبيرا في زيادة كفاءة التسويق في تحصيل الموارد بأنه⁴:

- يسهل الموقع المناسب لجمع التبرعات عملية التبرع ويجعلها أيسر، فمثلا بعض برامج جمع الأموال تضع صناديق لجمع التبرعات في الأماكن التي تكثر فيها الحركة. ويؤدي المكان نفس الوظيفة التي تؤديها حملات البيع الشخصي، ويمكن جمع التبرعات مباشرة أو بواسطة مغلف موضح عليه عنوان مسبق مما يخفف عن المتبرع بعض العناء.

أساس تغطية التكاليف الكلية، ومنظمة خدمية تضع سعر خدمتها وفق قدرة المجتمع المستهدف، وهكذا فقد تضع الجمعية سعرها بحسب التكاليف الكلية للمشروع مضافا إليه نسبة لتغطية المصاريف الإدارية للجمعية.

• الطلب: إن العلاقة بين السعر والطلب علاقة عكسية، ينخفض الطلب كلما زاد السعر وكل ممارس للعمل الخيري يؤكد ذلك وإن كان الكثير لا يعيره اهتماما عند التسعير، وهكذا في الغالب الأعم وإلا فالاستثناء في سلع التفاخر والمكانة الاجتماعية أيضا موجودة في العمل الخيري. فالبعض قد يحرص على ارتفاع تكلفة المشروع الخيري تأكيدا لمكانته الاجتماعية.

• التكلفة: غالبا ما تكون التكلفة هي قاع السعر للمشروع فمن المهم التحديد الدقيق لها، إلا أنه قد يحدث أن تجد في الجمعيات الصغيرة عدم القدرة على التحديد الدقيق لهذا السعر وذلك لأسباب كثيرة منها ضعف البنية الإدارية والتنظيمية مما يؤدي إلي ضعف القدرة على إجراء الدراسات اللازمة، وهذا الأمر يكون له تبعاته في عرقلة تنفيذ المشاريع نتيجة عدم توفير التكاليف أو مواصلاتها من خلال تبرعات أخرى الأمر الذي قد يؤثر على مصداقية الجمعية.

• تحليل المنافسين: في العمل الخيري التطوعي أيضا المنافسة، فكفالة الأيتام وبناء المساجد وإفطار الصائم... إلخ موجودة عند أغلب الجمعيات، فقد تتنافس الجمعيات في تكاليف بناء المساجد وقد يصل الفرق في التكلفة إلى الربع مثلا.

ولا تنحصر المنافسة على الجمعيات مع بعضها البعض بل تمتد إلى دول أخرى في إطار الدعم الدولي، فالجهات المانحة تقارن بين الدول في مجال الأسعار ومستوى تنفيذ مشاريعها. فقد ترغب جهة مانحة في إقامة مؤتمر في إحدى الدول العربية بالتعاون مع جمعية محلية فلا شك في أن جانب السعر يوضع في الاعتبار خصوصا مع ثبات المعايير الأخرى: مستوى القاعات والخدمات، تنفيذ المؤتمر وتوفر الفنادق... إلخ الأمر الذي يجعل معرفة عروض المنافسين أمرا مهما وقد يكون من الوسائل المهمة لهذا.

¹ kotler Philip.OP.cit, P:480.

² عدمان مريزق، كمال قاسم، مرجع سبق ذكره.

³ أبي سعد الديوبه جي، المفهوم الحديث للإدارات التسويقية، دار حامد للنشر والتوزيع، الجبيهة، الأردن، 2000، ص443.

⁴ عبد العزيز أبو نبعة، تسويق الخدمات المتخصصة، مرجع سبق ذكره، ص65.

مدفوع³. يساعد الإعلان الجمعيات في تعريف الجمهور المستهدف بنفسها وأهدافها وغالباً ما يتم ذلك بهدف الحصول على تبرعات متفرقة من عدد هائل من المتبرعين.

وللوصول إلى شرائح مختلفة من الجمهور ولتحقيق الهدف من الإعلان بفاعلية ونجاح تستخدم الصيغة الإعلانية والوسيلة الملائمة⁴.

وقبل استخدام الجمعية للإعلان في جمع التبرعات يجدر بها الاجابة عن الأسئلة التالية:

أي أعضاء المجتمع سيهتم بدعم الجمعية ونشاطها؟
ما هي الوسيلة الإعلامية التي يقرؤها أو يسمعها أو يراها هؤلاء الأعضاء؟

كيف يمكن للجمعية أن تحصل على الرعاية أو إعلان مجاني؟

ما هي الرسالة التي يريد الإعلان إيصالها؟

ما هو شكل الإعلان؟

ما هي المعلومات الضرورية في الإعلان؟

وللحصول على إعلان فعال يجب مراعاة العديد من العوامل

النفسية والمؤثرات على المستهدفين من الإعلان ومن ذلك:

✓ الدوافع: وراء كل سلوك دافع وعلى المعلن البحث عن الدوافع للتبرع لدى الجمهور المستهدف والعمل على إثارتها.

✓ الحواس والانتباه: يجب أن يتضمن الإعلان من العناصر المثيرة للانتباهنا وحواسنا ما يوجهها نحو الإعلان.

✓ مكانة التكرار والعوامل الأخرى في الحفظ والتذكر: جاذبية الإعلان تقوم في جانب منها على مقدار تأثير الإعلان في خفضها وتذكره.

وحين يتم إعداد الإعلان على أساس من الابتكار والإبداع يدفع به إلى وسيلة النقل التي تكون قد أعد ليحمل فيها وقد تكون هذه الوسيلة في الصحف والمجلات والأفلام واللوحات

- يمكن أن يوفر المكان قاعدة لعمليات جمع التبرعات المحلية، فالموقع المناسب يساعد في استقطاب العمل التطوعي، فمثلاً من السهل جذب المتطوعين ليعملوا في المواقع القريبة من منازلهم.

- يسهم الموقع في زيادة تحصيل المال من المنطقة الموجودة فيها المنظمة، لكون وجود المنظمة في تلك المنطقة يوفر المصداقية ويعطي انطباعاً لدى أفراد المنطقة على اهتمام المنظمة بهم وهذا من شأنه تسهيل عملية التبرع.

- والأهم من ذلك الدور الذي يلعبه المكان في تخصيص الموارد، حيث يصبح المكان جزءاً من المنتج.

ويجب أن نؤكد في هذا السياق أنه ليس مهماً كثرة الوسائل مكاناً أو زماناً بل المهم هو فاعلية تحديدها واستخدامها، والمدخل الأساسي لذلك هو تحديد القطاعات الواعدة من المتبرعين وذلك من خلال بحوث التسويق، ثم صياغة الرسالة التسويقية الأمثل بناء على التحديد ومن ثم استخدام الوسائل الأكثر فعالية لعملية جمع التبرعات.

4- الترويج: يعرف الترويج على أنه: "كل صور الاتصال المتاحة

لدى مقدم المنتج، الموجهة نحو السوق، التي يتمثل دورها في الإقناع، فهو عملية اتصال مباشر أو غير مباشر موجه إلى المستهلكين الحاليين والمرتقبين كما قد يكون موجهاً إلى جمعيات أخرى لإيجاد مناخ ملائم لتنمية وتدعيم مركز المنظمة¹، يستخدم الترويج على نحو واسع في التعريف بالأفكار التي تحملها الجمعيات وخاصة الإعلان والنشر للاتصال بالأفراد المعنيين بالأفكار هذه، ويستخدم لتنفيذها المزيج الترويجي المكون من:²

4-1 الإعلان: هو وسيلة غير شخصية لتقديم وترويج الأفكار

أو السلع أو الخدمات من قبل جهة معلومة مقابل أجر

³ محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 426.

⁴ عبد العزيز أبو نيرة، تسويق الخدمات المتخصصة، مرجع سبق ذكره، ص 62.

¹ نزار عبد المجيد البرواري، أحمد محمد فهمي البرزنجي، الاستراتيجيات التسويقية، المفاهيم، الأسس، الوظائف، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2004، ص 216.

² عبد الله محمد الصهبي، مرجع سبق ذكره.

الأخبار: من أهم أدوات مختصي العلاقات هو البحث وصناعة الأخبار الجيدة عن المنظمة ومنتجاتها من مشاريع وخدمات وغيرها وعن أعضائها وجعل الإعلام يقبل نشر هذه الأخبار وحضور المؤتمرات الإعلامية.

4-3 تنشيط التبرعات: وهو ما يسمى بوظيفة تنشيط المبيعات في الإطار التجاري الذي يعرف بأنه نشاط بيعي للتأثير المباشر في عمليات التبرع عن طريق تقديم أو عرض قيمة أو حافز إضافي للمتبرع³.

ومن الأدوات التحفيزية الممكن استخدامها في تنشيط التبرعات لإثارة الانتباه وخلق الاهتمام⁴:

- **إثارة الاهتمام:** التعريف المتكرر بالمشروع أو المنظمة من خلال وجود اسمها وشعارها في الهدايا الترويجية التي تحمل اسمها وتقدم للمتبرعين الحاليين أو المحتملين.

- **التسهيل:** تقريب وتسهيل عملية التبرع للمتبرع هي إحدى وسائل تنشيط التبرعات في المزيج الترويجي.

4-4 البيع الشخصي: يعد البيع الشخصي من وسائل الاتصال الفعالة مع المتبرعين ويستخدم البيع الشخصي بهدف الحصول على تبرعات ضخمة من قبل عدد قليل من المتبرعين المحتملين والمعروفين باستخدام رسالة إعلانية معتمدة موجهة ومفصلة لكل مانح.

وتؤدي عملية البيع غرضين أساسيين⁵:

➤ جذب البائع ومديري المبيعات المتطوعين: فهذا الجذب يكون في الغالب مزيجاً من الإعلان والبيع الشخصي، حيث توجه الجهود إلى الأفراد الذين سبق لهم العمل في هذا المجال من قبل.

المعلقة خارج الأبنية والمراسلات البريدية ولافئات المحلات والراديو والتلفزيون، البطاقات، النشرات، والأدلة وغيرها¹، ومهما تكن الوسيلة المستخدمة في التسويق، يجب على الرسائل الإعلانية أن تقدم للمتبرع المحتمل السبب الذي يدعوه إلى التبرع، أي أن تقدم له خدماتها مع أمواله، كما يجب عليها محاولة زيادة وبناء التقارب بين الجمعية الخيرية من جهة والمانحين من جهة أخرى².

4-2 العلاقات العامة: تعرف العلاقات العامة بأنها الجهود المخططة والمعددة لإقامة واستمرار التقاهم بين المنظمة وجمهورها. وتتمارس إدارة العلاقات العامة خمس وظائف رئيسة هي:

✓ العلاقات الإعلامية: تقديم الأخبار والمعلومات عن المنظمة بصورة مشرفة وإيجابية.

✓ النشر عن المنتجات: رعاية الجهود المعروفة بمنتجات معينة.

✓ الاتصالات المشتركة: ترويج الفهم للمنظمة من خلال الاتصالات الداخلية والخارجية.

✓ التأثير على صناع القرار: التعامل مع المشرعين وواضعي القوانين وأعضاء الحكومة للترويج أو منع بعض القوانين والقرارات المؤثرة على نشاط المنظمة.

✓ الاستشارات: النصح للإدارة بخصوص القضايا العامة ووضع المنظمة وصورتها في الظروف الجيدة ووقت الأزمات.

ومن أهم الأدوات الرئيسية في العلاقات العامة التسويقية، نذكر ما يلي:

النشر: تعتمد الجمعيات كثيراً على مواد النشر للحصول على المستهدفين ويشمل هذا على التقارير الدورية والمطويات والمقالات ونشرة الجمعية والمواد الصوتية والمرئية.

الفعاليات: تجذب الجمعيات الانتباه إلى المنتجات الجديدة أو إلى نشاطاتها وذلك بتنسيق الفعاليات.

³ عبد الله محمد الصهبي، مرجع سبق ذكره.

⁴ محمد عبد العظيم أبو النجا، التسويق المقدم، الدر الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 142.

⁵ عبد العزيز أبو نيرة، تسويق الخدمات المتخصصة، مرجع سبق ذكره، ص 63، ص 64.

¹ عبد الله محمد الصهبي، مرجع سبق ذكره.

² عبد العزيز أبو نيرة، تسويق الخدمات المتخصصة، مرجع سبق ذكره، ص 63.

- تعميق الفهم للجمعية وأهدافها ومشاريعها من خلال تطبيق النظام التسويقي المتكامل في عملية جمع التبرعات.

- الرضا النفسي للقائمين على جمع التبرعات عند تحقيق نتائج تنعكس إيجاباً على الأداء الكلي للجمعية.

- الحصول على معلومات مهمة تمثل مؤشراً قوياً عن مدى تفاعل المتبرعين والداعمين مع الجمعية ومشاريعها من خلال مردودات عملية جمع التبرعات.

ويمكن عرض وسائل جمع التبرعات على النحو التالي¹:

- حملات طرق الباب، حيث يتم من خلال المتطوعين طرق أبواب المواطنين ودعوتهم إلى المشاركة في التبرع لغايات وأهداف معينة.
- الاتصالات الشخصية المباشرة، وهي التي تحدث وجها لوجه، وهي الأكثر فعالية، حيث إن هناك العديد من الأسئلة التي قد يطرحها المانح، التي تجد لها إجابة في اللقاء مع المستفيد.
- التبرع من خلال الحملات في الشوارع والأسواق، حيث يقومون بالوقوف عند إشارات السيارات ومفترق الطرق ويجمعون بحصالاتهم ما يوجد به المتبرعون.
- الخطابات الشخصية التي تأخذ الصفة الشخصية البحتة التي يجب إعدادها بدقة متناهية، وتجب عن جميع الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المانح.
- الاتصالات التليفزيونية التي تنقل رسالة المؤسسة ببساطة ويسر وتأخذ صفة غير رسمية مع الجهة، سواء أكان فرداً أم أسرة، ويتم فيها طلب الدعم والمساندة منهم.
- المناسبات الخاصة: كالأعياد أو رمضان، أو المناسبات التي أصبحت متعارفاً عليها أو عيد الأم، وغير ذلك، حيث يتم إعداد ترتيبات للاتصال بالمانحين.
- الدعوة إلى التبرع بواسطة الإعلان بوسائل الإعلام المختلفة، ويتطلب ذلك اعتماد وسائل ذكية لافتة الانتباه في الإعلان بالإضافة إلى البساطة.

➤ جمع الأموال: وهذا النشاط بحد ذاته هو عملية من مرحلتين:

- المرحلة الأولى: الحصول على التبرعات الأولية من المتبرعين مع محاولة جعلهم يرفعون مقدار مساهمتهم بالاتصال بهم بصورة دورية عن طريق البريد المباشر أو البيع الشخصي.

- المرحلة الثانية: يمكن اعتبار البيع الشخصي وسيلة لجذب العملاء، وهذه الطريقة مفيدة عندما يبدي العميل المحتمل الاهتمام بالمنظمة ونشاطها ولكن يكون غير متأكد من العمل المطلوب منه.

4-5 الاتصال الشخصي: ويتم في الاتصال الشخصي

تقديم وتعريف المتبرعين والداعمين المحتملين للجمعية أو مشروعها الذي تجمع له التبرعات والعمل على إقناعهم بالتبرع له من خلال المقابلة واللقاء المباشر. وله عدة مميزات وأيضاً عيوب، فأما المميزات فنذكر منها الآتي:

- الاتصال الشخصي وسيلة مباشرة: فهو يحتوي على علاقة

تفاعلية حالية بين شخصين أو أكثر من شخص، مما يجعل كل طرف قادراً على احتياجات الطرف الآخر وخصائصه ومشاكله عن قرب وعمل ردود فعل مناسبة.

- الاتصال الشخصي وسيلة ودية: حيث يسمح لكل طرف

ببناء علاقة شخصية.

- استجابة المرسل: الاتصال الشخصي يمكن من معرفة

استجابة المرسل إليه للرسالة بشكل فوري.

ومن عيوبه أنه يعد أكثر عناصر الترويج تكلفة إذ يحتاج إلى جهد ووقت يفوق بكثير ما يحتاج إليه الإعلان على سبيل المثال. كما أن توظيف طاقم خاص للنزول وجمع التبرعات يعد التزاماً ثابتاً بالدفع.

ثالثاً: المخرجات: المخرجات المتوقعة والمنتظرة من النظام

التسويقي في جمع التبرعات هي:

- تحقيق الأمن المالي للجمعية من خلال توفير مصادر

لتمويل نشاطها.

¹ أسس تسويق المشاريع الخيرية وجلب التمويل، مركز التميز للمنظمات غير الحكومية، الأردن.

3. حسين حريم، إدارة المنظمات منظور كلي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2003.
4. سليمان بن علي العلي. تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية. الطبعة الأولى. الولايات المتحدة الأمريكية: مؤسسة أمانة.
5. عبد العزيز أبو نبعة، تسويق الخدمات المتخصصة، - منهج تطبيقي. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع عمان-الأردن، 2005
6. عبد العزيز مصطفى أبو نبعة، مبادئ التسويق الحديث، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
7. عبد الله محمد الصهبي، التسويق في الجمعيات والمؤسسات الأهلية في اليمن، متوفر على الموقع: آخر تصفح: 14/06/2009
www.geocities.com/Tsweeq/index.index.htm
8. عدمان مريزق، التسويق الناجح لبرامج ونشاطات الجمعيات، عرض مقدم ضمن الملتقى التدريبي الأول للجمعيات والمنظمات الشبانية، المقام في الفترة 12/13/14 ماي 2009م، تحت رعاية مركز الإبداع الإعلامي، الجزائر.
9. عدمان مريزق، قاسم كريم، التسويق كمدخل لتحسين أداء الجمعيات وفعاليتها-جمعية الحياة نموذجاً-ورقة مقدمة ضمن الملتقى الدولي حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، المقام في الفترة 10/11 نوفمبر 2009، من تنظيم كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية: قسم علوم تسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
10. محمد ابراهيم عبيدات، مبادئ التسويق، مدخل سلوكي، المستقبل للنشر والتوزيع، الاردن، 1995، الطبعة الاولى.
11. محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
12. محمد عبد العظيم أبو النجا، التسويق المقدم، الدر الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008.
13. محمود صادق بازرعة، بحوث التسويق التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية، الرياض، 1996.
14. محي الدين بن مسعود المغلوث. الأساليب والنظم المعينة على تنمية الموارد والتبرعات بالهيئات والجمعيات والمؤسسات والمنظمات الخيرية. الطبعة الأولى. السعودية: مطابع الابتكار. 1999.
15. نزار عبد المجيد البرواري، أحمد محمد فهمي البرزنجي، الاستراتيجيات، التسويق، المفاهيم، الأسس، الوظائف، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2004.
17. Kotler Philip, Marketing management, eleventh edition, new jersey, prentice, hell, 2003.
18. Elizabeth Westman Wilson. Building credibility, the foundation for fundraising. Canada: publishers. 2001

- الدعوة إلى الإسهام في تغطية نفقات الخدمة، كما هي الحال في الدعوة إلى كفالة اليتيم، أو تغطية تكاليف علاج مريض أو تغطية نفقات تعليم طالب جامعي، أو تكاليف رعاية طالب معاق.
- الحفلات السنوية التي تقيمها المنظمات التطوعية التي يدعى إليها المسيرين والمقتردين والمهتمون بعمل الخير.
- مقترحات المشاريع الخاصة عندما تقوم المنظمة التطوعية بتقديم المقترحات المتعلقة بطلب التبرع لإنشاء مشروع أو تكملته، أو تشغيل مشروع طبي أو تعليمي أو اجتماعي.
- الأسواق الخيرية والبازارات التي تقيمها المنظمات التطوعية بهدف تسويق منتجاتها كإحدى الوسائل المتاحة لجمع التبرعات.
- إن هذه الوسائل ليست هي كل الوسائل المتاحة لجمع التبرعات، بل تلجأ الجمعيات إلى الإبداع في تنظيم حملات وبأساليب مبتكرة.

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة تبين أن تبني الجمعيات للتسويق، أو الفكر التسويقي خاصة ما تعلق بعملية جمع التبرعات، يجعلها تحرص على معرفة المتبرع وتصحب برامجها تنطلق من السعي لإرضائه، وذلك بتوفير المدخلات الضرورية من تحديد للمتبرع، إجراء بحوث التسويق وغيرها ومن ثم إجراء العمليات اللازمة من خلال إدارة التسويق وذلك للوصول إلى المخرجات المنشودة، الأمر الذي سيطور عملها ويجعلها تحرص على معايير الجودة ومطابقة ما يتوقعه المستهلك منها، وهذا كله سيؤدي حتما إلى الارتقاء الكامل لأداء الجمعيات.

المراجع:

1. أبي سعد الديوه جي، المفهوم الحديث للإدارات التسويقية، دار حامد للنشر والتوزيع، الجبيلة، الأردن، 2000.
2. أسس تسويق المشاريع الخيرية وجلب التمويل، مركز التميز للمنظمات غير الحكومية، الأردن. ثابت عبد الرحمن إدريس ومنى راشد الغيظ، أداة التسويق: مدخل استراتيجي تطبيقي، الطبعة الأولى، الكويت، دار الفلاح، 1415هـ، ص108.

قراءة نقدية تحليلية في مكونات التسويق

د/ محمد العربي طاريح

/أ/ رحمة توميح

-المدرسة العليا للتجارة، الجزائر

-المدرسة العليا للتسيير والتجارة الدولية، الجزائر

تقديم

قابلية للتطبيق في الميدان، خاصة عندنا في البلدان المتخلفة، أي أنها تخضع للقياس والحساب والمقارنة والتحليل. من هنا يتبادر إلى أذهاننا السؤال التالي، الذي نبحت في الإجابة عنه.

إشكالية البحث: هل تملك المؤسسات القدرة على ترجمة مصطلحات مكونات التسويق إلى واقع أكثر قابلية للتطبيق الميداني؟

أولاً: الحدود الفاصلة

01 – بين الزبون والعميل: الزبون عادة يعرف على أنه مستهلك أو مشتر لبضاعة / خدمة من دكان أو من مجموعة من الدكاكين، أو أي نوع من الأسواق والمراكز التجارية.

لكن الملاحظ، أن هذا المصطلح ليست له استخدامات علمية تتعلق بعالم الاقتصاد والتجارة¹.

وفي المدرسة الإنجليزية، يتلخص الزبون في ثلاثة مصطلحات أساسية (M.A.N)، وهي

- **المال: (Money)** بمعنى لديه المال لشراء المنتج أو الخدمة المعروضة

- **الصلاحية: (Authority)** أي يملك صلاحية الشراء، في الوقت الذي يريد

- **الحاجة: (Need for)** أي إنه في حاجة إلى تلك الخدمة، أو ذلك المنتج المعروض

أما العميل، فهو الشخص الذي يتيح للمؤسسة الفرصة لكي تخدمه بشكل جيد، وبالتالي تبني عليه مخططاتها الحاضرة والمستقبلية. وبالتالي قد يمنح للمؤسسة القدرة على الاستمرارية، وتحقيق النجاح، كما قد يكون هو أحد أسباب خروج المؤسسة من السوق.

يعتبر التسويق من الحلقات التي تحوز أهمية قصوى في حياة المؤسسة، لما له من آثار على استمراريتها، فضلا عن تطورها وتميزها.

لذلك تهتم الدراسات الاجتماعية عموما والاقتصادية خصوصا، بتحليل وتفسير مكونات هذا المصطلح بشقيه السناتيكي والديناميكي، وكذا البحث في تأثير متغيرات بيئة الأعمال، وقياس قوة الارتباط التي تحكم العلاقة بينها وبين التسويق.

فضلا عن الدور المحوري الذي يقوم به قسم التسويق التابع إلى المؤسسة، سواء كان على المستوى الداخلي والموجه خصيصا إلى العاملين (تسويق الخطة، الأهداف، الرؤية المستقبلية، النتائج المحصلة) أو على المستوى الخارجي، المتمثل في الترويج لمحفظة المنتجات/ الخدمات التي تتوفر عليها المؤسسة.

وعلى هذا الأساس، يعتبر التسويق مؤشرا كامل الصلاحية، للحكم به على نجاح أو فشل أي مؤسسة، بعد مرور فترة الإنشاء والترويج، والدخول في عملية الإنتاج والبيع.

لذلك تجد الكثير من المؤسسات تلجأ إلى دراسات مستفيضة ومعقدة حول جدوى السوق الخاص بالمنتج/ الخدمة التي تروج المؤسسة من أجل إنتاجها، قبل انطلاق المشروع أساسا، وتعطى لها تقديرات في الكلفة والكمية المنتجة والممكن تسويقها، وبالسعر الذي يساعد على جذب الزبائن والعملاء إلى اقتناء ذلك المنتج/ الخدمة.

لعل هذا ما أدى بالمنظرين والباحثين إلى إدخال كثير من المصطلحات، مثل (p's4) أي عناصر التسويق الأربعة، أو (m6) بمعنى الخطوات الست، أو (c's 5) عناصر الاستراتيجية التسويقية... إلخ من المصطلحات الإنجليزية والفرنسية خاصة. وهي كلها بالمناسبة، تجعلنا نشكك في مدى قدرتها على إعطاء نظرة جديدة، أكثر فاعلية وأكثر

¹ Bayt.com , jobsearch. 25 / 03 / 2017 a 13h.00

وهكذا نجد عند الفرنسيين، أنهم لا يفرقون بين الزبون والعميل والمشتري (client) في العمليات المالية، كما هي نفس الملاحظة نجدها عند المدرسة الإنجليزية (Customer).

02- بين المزيج القديم والمزيج الحديث:

القاعدة المتعارف عليها في المزيج التسويقي، أنها سياسة تتكون من أربعة عناصر أساسية (سياسة المنتج، السعر، الترويج، المكان أو التوزيع)، وهو ما يعرف بالمزيج القديم، أما المزيج الحديث، فهو يتكون من الأشخاص والإشارات العملية والأدلة المادية².

والمقصود بالأشخاص، أي الذين يبيعون المنتج / الخدمة، إذ يجب أن يتصفوا بقدرة عالية على تقديم أفضل ما لديهم من مهارات في توفير الراحة والاحترام، وحسن الاستقبال، مما يترك انطباعا يؤثر على نفسية الزبائن في عملية الشراء مستقبلا. لذلك يبقى من المهم أن يتحلى الأشخاص العاملون في المبيعات بالسلوك الإقناعي الذي لا يشوبه كذب أو غموض.

أما الإشارات العملية، فهي كل المؤشرات التي يراها الزبون ويتفاعل معها، كالنظافة، وبشاشة الوجه، والمبادرة بالترحيب، واقتراح البديل، وطريقة تغليف السلعة، والمستوى الراقى لعرض المنتج / الخدمة... إلخ.

كما أن الأدلة المادية، تعتبر ميزة أساسية في جذب الزبائن، مثل النقل المجاني للفنادق (من وإلى المطار)، والنقل المجاني للسلعة، وخدمات ما بعد البيع كالتركيب والتشغيل... إلخ.

إن الخاصية التي تفصل بين المزيج القديم والمزيج الحديث، تكمن في كون الأول، كان يركز كثيرا على السلعة / الخدمة المقدمة، في حين يركز المزيج الحديث أكثر على الزبون، وذلك بالبحث في أساليب ترفيهه وإسعاده.

والحقيقة تقال، إن المؤسسات في سلوكها اليومي تجاه زبائنها، لا تعطي بالآلة هذه التفرقة بين المزيج التسويقي القديم والمزيج التسويقي الحديث، فهي عناصر تكمل بعضها البعض، إذ لا يمكن التركيز على المنتج من حيث الكم والنوع والسعر، دون

وبعبارة أخرى، هو الشخص (طبيعيا كان أم معنويا) الذي يعاملك عدة مرات، وتحفظ له بسجلات تدون فيها كل نشاطاته التي أنجزت مع المؤسسة¹.

قد يستنتج معي كل من له قدرة على التحليل والتدقيق في المصطلحين، كون الزبون هو شخص (طبيعي، معنوي) قد يشتري من المؤسسة مرة واحدة، دون أن يعود ثانية وثالثة، فهو عابر سبيل، وقد يأتي للاطلاع فقط، دون الشراء. أما العميل، فهو يتميز بالشراء لعدة مرات، مما يدفع بالمؤسسة إلى تقييد العمليات التي تمت بين الطرفين.

بهذا الشكل التحليلي، يبدو لنا الفرق واضحا بين المصطلحين، غير أن القيد المحاسبي والتصنيف إلى عملاء وزبائن في قسم المحاسبة والمالية للمؤسسات في الجزائر، لا نجد له أثرا يذكر، كما أن التشريعات المتعلقة بضبط الميزانية الختامية، أو التصريح الضريبي لدى المؤسسات تجاه جهاز الضرائب، خال تماما من هذه التعريفات والتقسيمات. بل الشائع عندنا كمصطلح متداول في المعاملات التجارية لفظا أو كتابة، هو مصطلح الزبون.

لذلك تجد في الحياة العملية، خاصة عند القيود المحاسبية، من يستعمل مصطلح العميل، ومنهم من يستعمل مصطلح الزبون. ولو عدت إلى قاموس المعاني لوجدت الفرق واضحا بين المصطلحين في اللغات الثلاث (عربية، فرنسية، إنجليزية)

جدول رقم 01 يبين الاختلاف في المصطلح بين اللغات الثلاث المختارة

المصطلح بالعربية	بالفرنسية	بالإنجليزية
الزبائن	Les clients	Clientage , clients , Customer
العملاء (العميل)	Les clients	Customer

المصدر: قاموس المعاني almany.com، الاطلاع يوم الجمعة 22 / سبتمبر 2017، الساعة 11.30

² الاطلاع يوم 20/07/2017. الساعة 20.25. www.Mawdoo3.com

الدراسات، تتفق معظمها على عنوان واحد، يسمى بالمرحل الخمس للتسويق¹.

01- أبحاث التسويق

تعتبر أهم خطوة على الإطلاق، لذلك يتطلب الحذر لتجنب المخاطرة قدر الإمكان، حتى ولو كانت المعطيات التي تبنى عليها الدراسة سليمة، لأن هذه المعطيات تكون مربوطة أحياناً بمتغير فترة الصلاحية، وأن الذي يصلح العام الماضي قد لا يصلح حالياً، وهذا ما يحتم على المؤسسات جعل أبحاثها تتصف بالحياة في معطياتها، بمعنى أن تكون خاضعة للتحيين من فترة إلى أخرى.

لكن لماذا نقوم بأبحاث التسويق؟

نقوم بأبحاث السوق من أجل تحقيق عدة أهداف، كلها تصب في صالح المؤسسة. ولتحقيق هذه الأهداف يجب أن تبنى الأبحاث على معطيات سليمة، صادقة، معبرة، حية، واقعية، حتى نضمن أكبر قدر ممكن من نتائج الدراسة، على أن تكون قريبة جداً من الواقع. ولأن السوق يبقى هو البيئة الأكثر ملائمة لجمع المعطيات، يبقى كذلك، هو مسرح المنافسة لأفضل عرض، كما هو حقل مطبات تتصب من قبل المنافسين لإخراج المؤسسة من السوق نهائياً.

لذلك، لا نتفاجأ حينما نقرأ أو نسمع قصصاً غريباً من الخيال في عمليات الجوسسة لاقتناص معلومات المؤسسات المنافسة في مختلف المجالات، وإنفاق أموال كبيرة لعمليات النصب والاحتيال، خاصة المؤسسات التي تملك علامة متقدمة في السوق، ورائدة في أعمالها.

وعلى هذا الأساس، المطلوب من المؤسسة الناشئة أن تتحسس² السوق لقراءة الطلب واقعية، وضبط مستقبله، وبالتالي وضع الخطة الملائمة لتلبيته بأكثر قدر ممكن. ومع هذا يبقى تسويق المنتج / الخدمة، متوقفاً على المنفعة

مراعاة بعد المسؤولية الاجتماعية والبيئية والتشريعات التي تحمي المستهلك في صحته وأمنه وسلامته.

لذلك، فالمؤسسة التي تعمل على بلوغ الريادة وتجاوز الاستمرارية، عليها أن تتفاعل مع ما بات يعرف اليوم بعناصر المزيج التسويقي السبعة، بمعنى المزج بين القديم والحديث، بغية التميز والتموقع في السوق، داخلياً كان أم خارجياً.

يبقى الإشارة إلى كون هذه العناصر المشكلة للمزيج التسويقي تتميز بالنسبية في ترجمتها، كثقافة أولاً ثم كآليات يتم التعامل معها من قبل القائمين عليها في المؤسسة، مهما كان حجمها أو مستوى تقدمها من عدمه، إذ لا تكاد تجد لها أثراً في اقتصاد غير منظم، تطغى عليه علاقات التجارة الموازية، أو في اقتصاديات يغلب عليها الطابع الاحتكاري.

ثانياً: مراحل التسويق



التسويق من الناحية النظرية، يعتبر الحلقة الأخيرة التي ترسم نشاط المؤسسة، غير أن الواقع خلاف ذلك تماماً، إذ لا يمكن لأي مشروع أن يبدأ في إنجازه، دون دراسة مسبقة للبيئة التسويقية، والتعرف على التشكيلات المستهدفة (مؤسسات، أفراد، منظمات)، والمنافسين المحتملين، وقنوات التوزيع، والأسعار المناسبة لذلك.

كما أنه من الحماقة بمكان، استهداف الربح من أول إنتاج منتظر بيعه أو خدمة مقدمة، دون مراعاة الشروط التي تمهد لتشكيل قاعدة أو شبكة من الزبائن تخلق طلباً مستمراً على السلعة المنتجة، أو الخدمة، وعلى هذا الأساس، يكون الهدف الأول للمؤسسة، هو العمل على تثبيت وجودها وديمومتها. وقد يستغرق الأمر سنة أو سنتين لتغطية تكاليف الإنشاء ومرحلة الإنتاج، ولتحقيق هذه الغاية، جاءت كثير من

¹ أنظر الموقع "إنتج" www.entej.com -4-

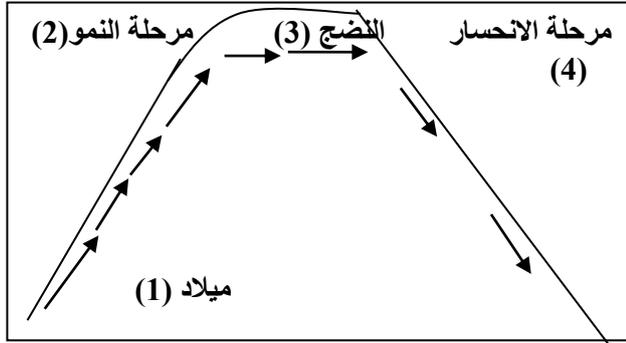
أو كتاب التسويق للجميع، رؤوف شبايك، إصدار جانفي 2014، شبكة أبو نواف <https://fr.slideshare.net/Shabayek/marketing>

الإطلاع يوم 2017/10/05 الساعة 10.38

² مصطلح التحسس يكون أقرب إلى التشريعات والديانات المختلفة، منه على التجسس، على اعتبار أن هذا الأخير يعاقب عليه القانون

دورة كاملة، تبدأ بالميلاد ثم مرحلة النمو، مروراً بالنضج لتنتهي بمرحلة الانحسار. كما هو مبين في الشكل التالي.

شكل رقم 01 يبين مراحل نمو المنتج



المصدر: من إنجاز الباحثين بناء على المعطيات المتوفرة

من خلال الشكل، يمكن أن تستنتج معي أيها القارئ الكريم، أن دور المؤسسة بكل أقسامها يقوم على إيجاد وتطوير الآليات التي من شأنها تقليص عمر كل من المرحلتين الأولى والرابعة، وفي نفس الوقت العمل على إطالة فترة المرحلتين الثانية والرابعة.

السؤال: لماذا تقوم المؤسسة بهذا الإجراء؟

من المعلوم أن إطالة فترة الميلاد ترفع من إجمالي تكاليف الإنشاء من جهة، وتضع المؤسسة على نفسها فرص السوق (فرص تلبية الطلب)، كما أن فترة الانحسار للمنتج / الخدمة، تضيف تكاليف أخرى غير مرغوبة.

أما إطالة العمر الزمني للمرحلتين الثانية والثالثة، لكونهما الفرصة الأساسية لتعظيم الأرباح، خاصة حينما ندرك شراسة المنافسة التي تعجل بانتهاء الفترتين. وهنا يأتي دور الإبداع في تصدير نماذج التسويق من خلال بحوث التسويق التي مرت بنا.

2-1 - تسويق المنتج / الخدمة

يبدأ تسويق المنتج / الخدمة، مع المرحلة الأولى (الميلاد)، ويستمر عبر كل المراحل التي يعيشها المنتج/ الخدمة، وهو ما يبرر أهمية التطوير في مختلف عمليات التصميم، التعليب، التغليف، التسمية، الدعاية.

المنتطرة من هذه الأبحاث ومقارنتها من حيث تكلفة الحصول عليها، والفترة الزمنية المستغرقة لذلك، ومدى تجاوبها مع واقع السوق المستهدف.

ومهما كان البحث الذي تجريه المؤسسة (وصفي، اختبائي، تجريبي... إلخ) يجب أن يكون غير قاصر على فئة دون أخرى، لأن السؤال عن أفضل مطعم أو فندق أو منتج - ما - هو في الحقيقة يندرج ضمن أبحاث السوق.

وكما أن أبحاث السوق تساعد المؤسسة على ترتيب أولوياتها من حيث الزبائن المستهدفين، والأسعار، وسياسة الترويج، وقنوات التوزيع ونسبة تغطية الطلب، والتعامل مع المخاطر (تقليد المنتج، الغش في العلامة التجارية، تكسير سعر البيع... إلخ). تبقى كذلك هي السبيل الأساسية للحصول على أكبر ربح ممكن، يترجم الجهد والوقت والموارد التي خصصت، وطرق الاستغلال التي رأتها المؤسسة على أنها الأفضل من غيرها.

الخلاصة:

أن قسم التسويق - لأي مؤسسة تشهد الاستمرارية والريادة - لا يمكن أن يستغني عن البحوث والدراسات كجزء أساسي من مكونات هذا القسم، مما يستدعي جلب إشارات لها قدرة على الإبداع وإعطاء البديل، تتميز بالديناميكية والمرونة والكفاءة لضمان سبق والزيادة في الحصة السوقية. غير أن الملاحظ في البلدان المتخلفة، كثيرا ما تقتقد المؤسسات مثل هذه الآلية (بحوث التسويق)، إما بسبب الطلب الداخلي على السلعة/ الخدمة المرتفع في غياب مؤسسات منافسة، أو بسبب عدم تنظيم قواعد السوق المبنية على تشريعات تحترم من قبل الجميع (قوة السوق الموازي)، أو لغياب ثقافة التسيير العلمي وتكريس مبدأ التخصص، إذ كثيرا ما نجد هذه الظاهرة مستفحلة في المؤسسات الصغيرة، لكونها عائلية ومحدودة المعرفة العلمية، تميل إلى الانغلاق أكثر منها إلى الانفتاح، لا تقبل الإصلاح الهيكلي، غالبا ما تعمل بعيدا عن الأضواء (شفافية المعاملات).

02 - مراحل نمو المنتج: تتميز مراحل نمو المنتج/

الخدمة، تماما مثل نشأة المؤسسة، هي عملية معقدة ليست بالهينة، تحتاج إلى صبر ومواظبة، وعمل عقلاني، لأن مراحل نمو المنتج/ الخدمة ترسم في المدى المتوسط أو البعيد

مرتبط بمنتج آخر يتميز بهامش ربح يغطي الفارق وزيادة، هذا المنهج يستعمل عادة مع سلعة / خدمة، حساسة بالنسبة إلى عامل السعر.

فائدة

القاعدة الذهبية، هي مواصلة اختبار تركيبات سعرية مختلفة، والتغيير في الأسعار صعودا وهبوطا، وبذلك تكون المؤسسة مستعدة بصفة دائمة لسعر بيع مبتكر وعملي ومرن، يسمح بإقبال الزبائن من جهة، والاستمرارية من جهة ثانية.

لذلك، بدلا من الانزلاق نحو حرب أسعار، على المؤسسة أن تجعل من الزبائن يكررون زيارتهم الشرائية، بمجرد أن يكتشفوا أنه سعر اقتصادي تنافسي.

04 - مرحلة التوزيع

يقصد بها قنوات التوزيع، وهي مرحلة لا تقل أهمية عن المراحل السابقة، لأن المردودية الربحية تتوقف بشكل كبير على مدى التحكم في الممرات التي توزع من خلالها المنتجات/ الخدمات.

وهكذا فحرية الاختيار من صلاحية المؤسسة في توزيع منتجاتها، إما بنفسها أو عن طريق وسطاء، وهذا الاختيار غالبا ما يتوقف على حجم النشاط، ونوعية المنتج/ الخدمة.

لقد أكدت التجارب أنه كلما تعددت قنوات التوزيع وفرت المؤسسة لنفسها هامش أمان أعلى ضد تقلبات السوق.

إذا كان المقر الرئيسي للمؤسسة مدروسا من حيث الدخول والخروج، وركن السيارات، وقربه من الطرق المفتوحة والسريعة وأماكن الإيواء والأكل... إلخ. بهذه الصورة سيكون عاملا مساعدا ومحفزا للزبائن.

عادة ما يبدأ مسار التوزيع من المنتج إلى تاجر الجملة، مروراً بتاجر التجزئة إلى المستهلك النهائي، وهو ما يعرف بالمسار الكلاسيكي. غير أن هذه الطريقة تبقى نسبية، حيث لا تتوافق أحيانا مع بعض الأنشطة، سواء كانت إنتاجية أم خدمية، مما يحدث نوعا من الاحتكار لدى بعض الحلقات الوسيطة، وهنا على المؤسسة أن تقوم بعملية كسر هذه الحلقة التي يمكن أن تلحق ضررا بالغا بمبيعات وسمعة المؤسسة، سواء من حيث السعر أم وصول السلعة إلى محطاتها الأخيرة

في هذا السياق على المؤسسة أن تأخذ في الحسبان تقليل التكلفة بكل الطرق الممكنة من جهة، وترفع من مستوى الترويج للاسم والعلامة التجارية، والسعي إلى ربط المنتج/ الخدمة، في عقول المستخدمين والزبائن على حد سواء.

فائدة

مهما كان مسؤول التسويق مقتنعا بنظرية أو نتيجة أو برأي، يجب أن يكون على حذر دائم، يجرب أكثر من مرة، يجلس مع الزبائن، يستمع إليهم، يحلل أسباب قبولهم / رفضهم للمنتج / الخدمة، ويعمل على استغلال الفرص.

03 - مرحلة التسعير

وهي مرحلة في غاية الأهمية والخطورة، لذلك كثير من المؤسسات تعتمد بشكل أساسي على الدراسات الميدانية، واستعمال قاعدة المقاربات بين تشكيلة من الأسعار لمؤسسات منافسة (إن وجدت)، ويزداد الوضع صعوبة في المؤسسات الخدمية، خاصة في بيئة تتسم فيها الأسعار بالحرية¹ (تخضع للعرض والطلب).

وهو ما يجعل قسم التسويق مجبرا على وضع نماذج سعرية تجريبية، تخضع للتعديل عدة مرات، خاصة عند غياب معطيات تسعيرية، أو غياب التجربة وقلة الكفاءة، وهو سلوك قد يعصف بسمعة المؤسسة، كما قد يجلب لها زبائن في الحالة المعاكسة. وفي جميع الحالات، على قسم التسويق أن يتقاضي قدر المستطاع سياسة التسعير الارتجالية غير المبنية على معطيات قريبة من الواقع، وتضمن في نفس الوقت للمؤسسة هامش ربح مغريا لها ولزبائنها.

ولتحقيق هذه الغاية، على المؤسسة الوصول إلى تحديد الكلفة بشكل دقيق، ثم مقارنة ذلك بأسعار وعروض المنتجات المنافسة.

الحقيقة تقال، ليس من السهولة بمكان تحديد الكلفة التقريبية، بسبب دخول عناصر الكلفة المتغيرة، لذلك يلجأ قسم التسويق إلى ابتكار طرق عديدة من أجل تصريف المنتج/ الخدمة، كأن تجعل سعر بعض المنتجات / الخدمات، متدنيا لكنه

¹ ما عدا بعض المنتجات أو الخدمات المحدد سعرا بتشريع من قبل الدولة

وبأفضل الأساليب، فضلا عن العناصر التي يجب أن يتضمنها الإعلان المطبوع، من الصور الرائعة ومبررات الشراء، وطريقة السداد، وكل معطيات المؤسسة التي تساعد على التواصل معها، بالإضافة إلى العلاقات العامة التي توصل رسالة المؤسسة دون تكاليف، مثل الجرائد، التلفزيون، الإذاعة، الندوات، المعارض، لقاءات المناسبات التي تعتبر فرصة نادرة لتوزيع بطاقات الزيارة، والتحدث عن المؤسسة مباشرة، مما يترك انطباعا في الأذهان وبطاقة يرجع إليها ولو بعد حين.

ثالثا: استراتيجية التسويق

لا يمكن أن تبنى استراتيجية التسويق إلا على أساس خطط (طويلة، متوسطة، قصيرة)، تفرز فيها الأهداف بأولوياتها، والآليات الواجب استعمالها لتنفيذ الخطة وبلوغ الأهداف، لذلك غالبا ما تمزج الاستراتيجية بين المتعة الذهنية والخبر الجديد والدعوة إلى اتخاذ القرار.

تنحو مختلف نظريات التسويق عند وضع استراتيجية تسويقية إلى الأخذ بعين الاعتبار خمسة عناصر تسمى بالإنجليزية (5C'S) وهي على التوالي:

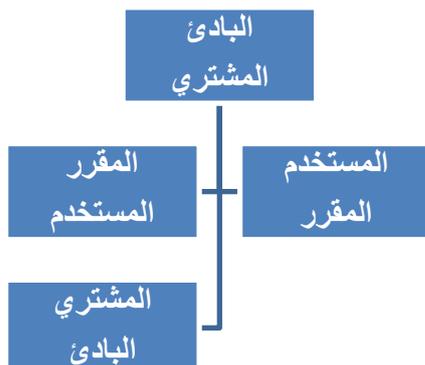
- الزبائن (CUSTOMERS)، المنافسون (Competitors)، الشركة (Company)، المتعاونون (Collaborators)، المحتوى (Context).

01 - تحليل الاستراتيجية

بمعنى تحليل العناصر التي سبق ذكرها، لأنها هي التي تمثل الأسس التي تقوم عليها الاستراتيجية.

01 - 1 - تحليل الزبائن: إن المؤسسة التي تمارس تسويقا فعالا، معناه أنها تمكنت من فهم عادات الشراء وميول الزبائن إلى حد بعيد، وتؤكد الدراسات الحديثة على خمسة أدوار يمكن أن يلعبها الزبون كما هو مبين في الشكل التالي.

شكل رقم يبين الأنوار الخمسة الأساسية التي يلعبها الزبون



في الوقت المناسب، وهو سبب كاف يدفع بالمؤسسة إلى توزيع منتجاتها إلى تاجر التجزئة مباشرة، أو إلى المستهلك النهائي للحفاظ على سعر مناسب من جهة، وزيادة المبيعات من جهة ثانية.

ومع التطور الحاصل اليوم في تكنولوجيا الاعلام والاتصال، بات من السهل استعمال طرق مختلفة، كالبيع عبر الهاتف، الإنترنت، الفاكس، المعارض التجارية، المتاجر الإلكترونية، الأسواق الجوارية، طريقة البيع باب باب... إلخ.

يمكن أن نتفق على أن الهدف النهائي من أي عملية تسويقية، هو عملية البيع، لذلك تكون شبه إجماع حول ما بات يعرف بالقاعدة الثلاثية لتحقيق هذا الهدف، المتمثلة في الإعلانات، عرض البضاعة، مهارات البيع الفردية، هذه الأخيرة التي تكمل أي نقص ناجم عن الأولى والثانية.

من السلوك السليبي الشائع لبعض المؤسسات، حينما تركز بشكل كبير على الدعاية المكثفة، تؤدي إلى نفور الزبائن منها، خلافا للدعاية والإعلان المتدرج والمدرّوس.

05 - مرحلة العلاقات التسويقية

الشائع، أن هذه المرحلة تسمى بمرحلة الدعاية والإعلان، وهي مرحلة تكمل سابقتها، ولا يمكن بأي حال من الأحوال الاستغناء عنها، أو التراخي عن تفعيلها وتطويرها، لذلك فإن ما يميزها عن غيرها، هو ما اتفق عليه علماء التسويق بآلية حروف المزيج الستة، حيث ينصح الخبراء قبل بداية الدعاية والإعلان باستشارة أو استعمال هذه الآلية التي تتضمن ست خطوات تبدأ كلها بالحرف الإنجليزي (M).

- **Market**: ما هي الجهة المستهدفة من الدعاية والإعلان

- **Mission**: ما هو الهدف من الرسالة الإعلانية

- **Message**: ما هي النقاط المحددة المراد توصيلها

- **Media**: ما هي الوسائل المستخدمة لتوصيل الرسالة

- **Money**: ما هو الغلاف المالي الذي تنوي المؤسسة استثماره في توصيل الرسالة الإعلانية

- **Measurement**: كيف ستقيس الحملة الإعلانية

وهكذا، فحينما تستطيع المؤسسة التعامل مع هذه الخطوات، تكون قد أنجزت لنفسها طريقا إلى التسويق بأقل التكاليف

المؤثر

وقدراتهم الوظيفية والعلمية والإنتاجية، وحالة وظيفة البحث والتطوير... إلخ.

وعلى هذا الأساس، فإن تشخيص وضعية الشركة هي عملية أكثر من ضرورية، لتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف، وبالتالي تبيين ما هو إيجابي، ومعالجة ما هو سلبي حتى يبقى معدل المخاطر في الحدود المعقولة.

03 - تحليل المنافسين

الهدف من تحليل المنافسين، هو التفوق والتميز بالنسبة إلى المنافسين من جهة، وزيادة قدرات استيعاب الطلب المحتمل من جهة ثانية. وهو الشيء الذي يحتم على المؤسسة تحليل البيئة التنافسية، من حيث السعر، النوعية، قنوات التوزيع، الحصة السوقية... إلخ. إذ لا يمكن تحقيق الريادة مع الاستمرارية دون الشعور بالتقصير والرغبة في إنتاج البديل، ومعرفة عناصر قوة وضعف المؤسسات المنافسة.

هذا النوع من التحليل يبقى قاصرا في غياب شفافية المعاملات التجارية والصناعية والخدمية، واتساع رقعة السوق الموازية وظاهرة المضاربة والاحتكار، ونفوذ الكارتل وبيروقراطية الإدارة والفساد المالي.

04 - تحليل المتعاونين

يقصد بالمتعاونين، أي الممولين والممولين وكل من يشكل سلسلة التوزيع، لذلك يتطلب على المؤسسة إدارة العلاقة بينها وبين الأطراف المختلفة، بشكل يتيح لها ترتيب شركائها من حيث القدرة على التوريد لكل مستلزماتها أو توزيعها. وكذلك على نحو يسمح بتقليص تكاليف النقل، وضمان مخزون أمان مستقر. غير أن هذا الهدف يصطدم أحيانا بمتغيرات خارجية ليس باستطاعة المؤسسة التحكم فيها، خصوصا إذا كان الموردون من خارج البلد، ولهم موقع جغرافي بعيد المسافات، إضافة إلى العوامل الطبيعية التي قد تعترض الشحنات الموجهة إلى المؤسسة، أو عدم كفاءة الضمانات البنكية (لعيب فيها).

ولذلك ينصح بتعدد مصادر التمويل والتمويل، وكذا قنوات التوزيع، حتى يتيح للمؤسسة هامش أمان تستطيع التكيف به مع أي مستجد، داخليا كان أم خارجيا.

05 - تحليل المحتوى

المصدر: من إنجاز الباحثين بناء على المعطيات المتوفرة

- يقصد بالبادئ: أي إن الزبون هو عامل محفز للبحث على المنتج/ الخدمة

- أما المقرر: فهو الذي يتخذ قرار الشراء

- كما أنه مؤثر: بمعنى له دور في الوصول إلى المنتج/ الخدمة

- وهو المشتري: أي منفذ عملية الشراء

- كما أن المستخدم: هو الزبون المستخدم الفعلي للمنتج أو الخدمة قيد الشراء.

وهي كما ترى مصطلحات متداخلة سلوكيا، من الصعوبة بمكان فك الارتباط الحاصل بينها، كما هي صفات بيولوجية نوعية (كيفية) لا تخضع للقياس الإحصائي الكمي.

لذلك، يعاب أحيانا على مثل هذه التصنيفات التي لا فائدة من ورائها تذكر، وهو في تقديرنا تحليل غير موفق، لأنه لا يستند على أشياء قابلة للقياس، كما لو أنه اقتصر على صفة واحدة لكان أفضل.

من البديهي أن المشتري هو من يقرر ومن ينفذ عملية الشراء، وهو المستخدم الفعلي والمحفز في آن واحد.

نعتقد أن أهم ما توليه المؤسسة من عناية في هذا الإطار، هو دراسة أسباب اتخاذ قرار الشراء وتحليلها تحليلا منطقيا ووافيا (السعر، جودة المنتج/ الخدمة، الحاجة الماسة إليه...)، لأن مثل هذه المعطيات إن توفرت تساعد قسم التسويق بالتنسيق مع الأقسام الأخرى، على بلورة استراتيجية تسويقية مرنة، تستجيب للتكيف مع متغيرات السوق.

02 - تحليل الشركة

يقصد بذلك معرفة الحالة التي هي عليها الشركة، من كل الجوانب المادية والمالية والبشرية، كحركية الأصول والخصوم، ونسبة تركيبها ومصادرها، ونوعية الديون ووزنها والفوائد المترتبة على ذلك، وتواريخ استحقاقها، والتجهيزات والمعدات وجداول الاهتلاك، وتوزيع اليد العاملة بما يتناسب

الكافي للشراء، مما يحتم على المؤسسة أن تضع بين يدي الزبائن تشكيلة من بدائل المنتجات / الخدمات، التي يمكن أن تلبى هذه الحاجيات والرغبات.

03- إن لم تتميز لن يميزك أحد

هذه المقولة صحيحة إلى أبعد الحدود، لأن السوق فيه من أنواع المنافسة بكثرة، لذلك فإن البحث عن قطاع غني من السوق، هو عين الصواب، حينما تعمل المؤسسة على أن تكون رائدة مع هذه الشريحة، قبل الانتقال والتوسع إلى شرائح أخرى.

04- إنجاز رسالة تسويقية واضحة

هذه الرسالة مفادها أن المؤسسة المعنية بالذات، هي فقط التي يستطيع حل المشكلة دون غيرها، ثم تعدد المشاكل التي يمكن أن تجد لها حلا، مع أمثلة من الواقع لزبائن راضين بمستوى المنتج أو الخدمة المقدمة. وتوضيح مستويات الأسعار، وشروط الدفع وسياسة الضمان.

05- تحديد الوسائل التسويقية

من أفضل وسائل التسويق، حينما تحدد الشرائح المستهدفة، هو الاهتمام بالشكل الخارجي الذي يزين الرسالة التسويقية، وبأقل كلفة ممكنة، مثل الجرائد، المجلات، القنوات التلفزيونية، المحطات الإذاعية، الدعاية الورقية، إعلانات الشوارع، الياغطات، اللوحات الإعلان، المواقع الإلكترونية مثل واد كنيس، المعارض، العلاقات العامة... إلخ.

06- تحديد أهداف المبيعات والتسويق

قبل الإجابة عن السؤال: ماذا نريد، كم يجب أن نبيع، كيف يمكن تحقيق ذلك. من الصعوبة بمكان تحديد أهداف المبيعات (منتج/ خدمة)، لذلك يتطلب من المؤسسة تأكيد الاجابة بأرقام مالية (رقم الأعمال، متوسط مبيعات كل فرد من فريق المبيعات)، بالإضافة إلى أرقام غير مالية، كعدد الوحدات المباعة، أو العقود الموقعة، زبائن جدد... إلخ. وهكذا، ما إن تحدد هذه الأهداف حتى تضع المؤسسة خطوات عملية تعرض على فريق العمل.

07- ميزانية التسويق

أي تحليل ما هو متاح للمؤسسة (ما هو ممكن فعله)، هذا متاح يشكل عناصر مختلفة قابلة للتغير، بسبب التطور التقني والإبداعي في التسيير، مما يتطلب مراعاة الفرص والتهديدات ونقاط الضعف والقوة، وثقافة الزبائن، حتى لا تتفاجأ المؤسسة بمتغيرات غير متوقعة، وفي نفس الوقت يتيح لها إمكانية التطوير والتحديث لقدراتها الذاتية.

رابعاً: الخطة التسويقية

من المعلوم أن الخطة التسويقية تختلف من مؤسسة إلى أخرى، ومن قطاع إلى آخر، وحسب تطور أو تخلف اقتصاد البلد، ولكن في جميع الحالات، الخطة التسويقية هي آلية تساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها بصفة فعالة.

تتفق الدراسات التسويقية في مجملها على مجموعة من الخطوات، تعتبر مفاتيح هامة في عالم التسويق، نذكرها ملخصة.

01- التخطيط لفهم السوق والمنافسين

فهم السوق، يعني ضمنا فهم توجهات السوق الذي اختارت المؤسسة النشاط فيه. إن سوق الهواتف الذكية مثلا، ليس كسوق خدمات الاستشارة الاقتصادية، والمهم هنا، هو أن الأسواق لا تتبع المنطق العقلاني في كثير من الأحيان، فبيع عسل النحل في بعض المدن بسعر منخفض بسبب عدم إقبال الزبائن بسبب التشكيك في جودته، بينما لو بيع بسعر مرتفع يطمئن الزبائن على أنه عالي الجودة. بينما الهاتف الذكي تجد عليه إقبالا ولو من طرف الأسر محدودة الدخل، هذا يقودنا إلى نتيجة مفادها أن تعرف المؤسسة ما الذي يريده السوق وليس فقط ما يحتاجه.

كما أن فهم المنافسين يتطلب الوقوف على منتجاتهم / خدماتهم وتحديد ما هو غير متوفر بشكل كاف للزبائن، وما هو المنتج المهم. ولذلك على القائمين بالقرار في المؤسسة تحويل نقاط ضعف المنافس إلى نقاط قوة عند المؤسسة.

02- محاولة فهم الزبون

من عجائب السوق، تجد الزبون ينتقل أحيانا من تلبية الحاجات إلى تلبية الرغبات، والفرق بينهما واضح، القاعدة، أن الناس لا يشترون دائما ما يحتاجونه فقط، على العكس فهم يشترون دائما ما يرغبون فيه، حتى لو لم يكن لهم المال

كما أن التسويق عبر التوصيات يعد من أنجح الآليات، مثل العلاقة بين المحامين والمحاسبين، أو بين البنوك ومكاتب الاستشارة والدراسات، فهم شركاء استراتيجيون. لقد أكدت التجارب بشكل عام أنه كلما كانت الخدمة غالية الثمن، أو شخصية بطبيعتها، أفلحت معها هذه الطريقة.

خاتمة:

من خلال البحث في الإجابة عن الإشكالية محل الدراسة، استطعنا أن نخرج بجملته من النتائج نقدمها على النحو التالي:

01 - مصطلحا العميل والزبون ليس لهما أثر في الحياة العملية عند الفرنسيين، كما عند البريطانيين، إلا بمصطلح واحد، كما أن الدوائر الرسمية عندنا في الجزائر، يبقى المتداول عندها هو مصطلح "الزبون" بدل مصطلح العميل، كما عند المشاركة وبلاد الشام.

02 - فكرة المزيج القديم والمزيج الحديث، جاءت من حيث التنظير فقط، لكون الممارسة العملية لسلوك المؤسسة، تجعل الفصل بين المزيجين صعبا للغاية، إن لم نقل ضربا من الخيال، خاصة في البلدان المتخلفة.

03 - أبحاث التسويق: ما يلاحظ أنها شبه معدومة في البلدان المتخلفة، إما بسبب ارتفاع الطلب المحلي على المنتج / الخدمة أو بسبب عدم احترام التشريعات التي تعمل على إرساء قواعد السوق، مثل العرض والطلب اللذين يحددان السعر، وبالتالي اتساع رقعة الأسواق الموازية أو بسبب انتشار ثقافة المؤسسات العائلية غير المبنية على ثقافة الإدارة الحديثة.

04 - تحليل الزبائن والأدوار الخمسة التي يلعبها الزبون: هي في الحقيقة اشتقاق لبعض المصطلحات، مما يجعلها متداخلة ويصعب فرزها سلوكيا في الميدان، وبالتالي تكون فاقدة لمعناها الوظيفي.

المراجع:

01 - الخطيب (فهد سليم)، محمد سليمان عواد، "مبادئ التسويق: مفاهيم أساسية"، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2000.

02 - المساعد (زكي خليل)، "التسويق في المفهوم الشامل"، دار الزمران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997.

تعد ميزانية التسويق من أهم الآليات في تنفيذ الخطة التسويقية، وهي ضرورية في كل أطوار حياة المؤسسة، من الولادة حتى الانحسار مادامت على قيد الحياة، وتكون هذه الأهمية ملحة أكثر عند المؤسسات الناشئة، لأنها تتطلب لنفسها ومنتجها، حتى يعرف الزبائن ذلك، ومن الحكمة تحديد نسبة مثلى من الميزانية العامة، تصرف على عناصر التسويق.

إن حساب تكلفة الحصول على زبون واحد جديد، أو تكلفة بيع منتج واحد، يعد أكثر من ضرورة، لأن ذلك يمكن المؤسسة من رسم صورة أولية تقيدها في معرفة ما يجب تخصيصه لقسم التسويق.

أما قاعدة الحساب، فهي تركز على قسمة مجموع التكاليف المتعلقة بالدعاية والإعلان على عدد الزبائن أو الوحدات المباعة.

إن أهم ما يجب التنبيه إليه في هذا الإطار، هو الحركة المستمرة، والاتصال بالشرحية المستهدفة، لأن العزوف عن الحركة، أو الحركة دون تفكير قد يؤديان إلى نتائج غير مرغوبة لدى المؤسسة.

فائدة

مبيعات السلع أو الخدمات، غالبا ما تأتي بعد أن يستكمل التسويق مهمته في ترسيخ العلامة التجارية للمؤسسة لدى أذهان الزبائن، من خلال الحملات الإعلانية والعلاقات العامة.

08 - التسويق بالمدح والتوصيات

التجارب تؤكد أن أقوى أنواع التسويق، هو التسويق بالكلمة والتوصيات لأنه أكثر إقناعا وأكثر تأثيرا وبالمقابل لا يكلف أي شيء. وكما أن الشمس لا تشرق ليلا، كذلك التسويق لا يقف عند حدود الدعاية والبيع والترويج.

التسويق يتطلب توضيحا للزبون في كل ما يتعلق بالمنافع والمناقب، بطريقة محببة للنفس، وتقديم المعطيات اللازمة بشكل محايد وموثوق فيه، مع عقد المقارنات العادلة، وتوفير فرص مجانية لتجربة بيع منتج/ خدمة بطريقة سهلة وبسيطة.

إن التسويق بالمدح يقصد به الكلمة الصادقة وإسداء النصيحة من أناس محترمين، موثوق فيهم، ذلك ما يؤثر لا محالة إيجابا على الزبائن المستهدفين.

- 03 — الصحن (محمد فريد)، "التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات"، دار الجامعة الإبراهيمية، مصر، 1998
- 04 — الصميدعي (محمود جاسم)، "مداخل التسويق المتقدم"، دار زمران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
- 05 — خير الدين (عمرو)، "التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات"، الناشر مكتبة عين شمس، مصر، 1997.
- 06 — مصطفى محمود أبو بكر، إدارة التسويق في المنشآت المعاصرة، الدار الجامعية، مصر، 2004
- 07 — نعيم العبد عاشور وآخرون، مبادئ التسويق، دار اليازدي العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2000.
- 08 — فريد النجار: المنافسة والروبيج التطبيقي، مؤسسة شهاب، الجامعة الإسكندرية 2000
- 09 -Marketing fundamental E.Vernette, 5^{eme} tirage, édition Eyrolles, Paris, 1997 »
- 10- Christian Michon, Marketeur (les nouveaux fondement du Marketing), (édition Pearson, Paris, 2003).

الدوريات:

- 01 = دراسات اقتصادية "دورية فصلية محكمة تصدر عن مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية الجزائر، ديسمبر 2013، العدد 22
- 02 — دراسات اقتصادية "دورية فصلية محكمة تصدر عن مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، الجزائر، أوت 2016، العدد 26
- 03 — مجلة أبعاد اقتصادية، مجلة علمية أكاديمية محكمة سنوية، تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة امحمد بوقرة ولاية بومرداس، الجزائر، العدد 03، سنة 2013.
- 04 — مجلة أبعاد اقتصادية، مجلة علمية أكاديمية محكمة سنوية، تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة امحمد بوقرة، ولاية بومرداس، الجزائر، العدد 04، سنة 2014.

عدوى انتقال الأزمات المالية: أزمة الرهون العقارية الأمريكية وأزمة الديون السيادية الأوروبية نموذجا

محمد قاضي

أستاذ محاضر قسم - ب

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية، وعلوم التسيير بجامعة امحمد بوقرة، بومرداس

ملخص

the importance of crisis analysis at the international level, And to include it in early warning models of future financial crises with a view to monitoring this type of crisis that occurs as a result of infection, to avoid their severe negative effects.

Keyword: Contagion of financial crises, US subprime crisis, European sovereign debt crisis, Securitization, Financial derivatives, Credit Rating.

مقدمة

اتسم الاقتصاد العالمي خلال العقود الثلاثة الأخيرة بتعرضه لعدد كبير من الأزمات، حيث أصبحت الأزمات سمة من سمات النظام الاقتصادي العالمي، لكن اللافت في الأمر هو تقارب تلك الأزمات وتزامن أوقات حدوثها. فما لبث الاقتصاد العالمي أن بدأ في التعافي نسبيا من تداعيات الأزمة المالية العالمية، في عام 2010، من خلال تحقيق معدلات نمو قريبة من تلك التي كان يحققها قبل نشوب الأزمة، إلا وعاد ليقع في مرحلة أخرى من الانكماش الاقتصادي نتيجة لأزمة الديون السيادية الأوروبية، فلقد زادت حدة أزمة الديون السيادية في منطقة اليورو خلال عام 2011 بصورة أكبر، وهو ما دفع دول المنطقة إلى تبني سياسات مالية تشفوية إلى تجاوز التداعيات السلبية لتلك الأزمة مما أضعف من فرص النمو والتوظيف في تلك المنطقة.

يواجه صانعو السياسات الاقتصادية على المستوى الدولي حاليا مشكلتين ملحنتين، تتمثل الأولى في مواجهة وعلاج الأزمات الاقتصادية والمالية التي تهدد كثيرا من بلاد العالم، وتتمثل الثانية في إصلاح النظام المالي العالمي بهياكله ومؤسساته وسياساته التي يتم من خلالها التنبؤ بالأزمات، ومحاولة تقاؤها والحد من آثارها وحسمها حين تحدث.

يهدف هذا المقال إلى عرض حوصلة نظرية وتحليلية لظاهرة عدوى انتقال الأزمات المالية، الذي يعتبر مفهوما حديثا مقارنة بتحليل الأزمات المالية في حد ذاتها. في هذا الإطار، يستعرض المقال مختلف أشكال العدوى المالية، إلى جانب تحليل أهم النظريات التي فسرت مفهوم العدوى. لقد طرحت الأزمات المالية الحديثة تصورا جديدا لمفهوم العدوى المالية، خاصة أزمة الرهون العقارية الأمريكية لعام 2007، حيث ساهم الانتشار الحاد والسريع للأزمة وتحولها إلى أزمة مالية عالمية في ظرف وجيز، إلى إعادة النظر في هذا المفهوم وإعطائه الأهمية اللازمة في تحليل نشوب الأزمات على المستوى الدولي، وإدراجه في نماذج الإنذار المبكر بالأزمات المالية مستقبلا بهدف رصد هذا النوع من الأزمات التي تحدث نتيجة العدوى، تجنباً لآثارها السلبية الحادة.

الكلمات المفتاحية: عدوى الأزمات المالية، أزمة الرهون العقارية الأمريكية، أزمة الديون السيادية الأوروبية، التوريق، المشتقات المالية، التصنيف الائتماني.

Abstract

This article aims to present a theoretical and analytical link to the phenomenon of contagion of financial crises, which is a new concept compared to analyzing financial crises per se. In this context, the article reviews the various forms of this contagion and analyzes the most important theories that explain the concept of contagion. Recent financial crises have posed a new concept of financial contagion, especially the 2007 US subprime crisis. The rapid and rapid spread of the crisis into a global financial crisis has briefly re-examined this concept and given it

محاولة للإجابة عن الإشكالية السابقة، يتناول البحث في مرحلة أولى مختلف المفاهيم النظرية العامة المتعلقة بظاهرة العدوى المالية، من خلال تعريف عدوى انتقال الأزمات المالية، وتحديد مختلف أشكالها، بالإضافة إلى عرض أهم النظريات المفسرة لها، مع توضيح الفروق الموجودة بين الأزمات المالية التي تنتقل نتيجة للارتباطات التجارية والمالية المتعددة بين بعض الدول، وتلك التي تنتقل من خلال العدوى المطلقة التي تتولد بعد نشوب الأزمة، نتيجة الخصائص الاقتصادية المشتركة لمجموعة من الدول، أو نتيجة توافق التوقعات الذاتية للمستثمرين في الأسواق المالية لهذه الدول. تتناول الدراسة الحالية في مرحلة ثانية أهم القنوات التي تنتقل من خلالها الآثار السلبية للأزمات المالية. تحاول الدراسة في جزئها الثاني تحليل ظاهرة العدوى بإسقاطها على أزميتين حديثتين هما أزمة الرهون العقارية الأمريكية لعام 2007 وأزمة الديون السيادية الأوروبية لعام 2011. برز في هاتين الأزميتين مفهوم جديد للعدوى، بآليات مختلفة لنقل الآثار، حيث شكل كل من التوريق والمشتقات المالية والتصنيفات الائتمانية القاطرة الجديدة لنقل آثار عدوى أزمة الرهون العقارية الأمريكية وتحويلها من أزمة قطاعية محلية إلى أزمة مالية عالمية؛ وانتقال عدوى أزمة الديون السيادية اليونانية إلى كل من إيرلندا والبرتغال وإيطاليا وإسبانيا، لتصبح أزمة مالية لكامل منطقة اليورو.

1. مفهوم عدوى الأزمات المالية

رغم تعدد وكثرة الأبحاث النظرية والتطبيقية حول ظاهرة العدوى المالية، فإنها لم تصل بعد إلى تعريف موحد لهذه الظاهرة. في هذا الإطار، قدم البنك الدولي عدة تعريفات تختلف باختلاف طبيعة وحجم انتشار الأزمات المالية التي حدثت في بلدان مختلفة.

يعتبر مفهوم العدوى المالية مفهوما جديدا في نماذج تفسير الأزمات المالية، حيث تزامن ظهوره مع موجة الأزمات التي حدثت ابتداء من النصف الثاني من تسعينيات القرن الماضي خاصة بعد الأزمة الآسيوية 1997 وما تبعها من أزمات في الدول الناشئة نذكر منها الأزمة في روسيا 1998، الأزمة البرازيلية 1999، الأزمة الأرجنتينية 2001؛ حيث لم تمس آثار الأزمات الدول الناشئة فحسب، بل تعدتها إلى الدول الصناعية المتقدمة كذلك.¹

ساهمت التدفقات الكبيرة للاستثمارات المالية الدولية ونقص وسائل الرقابة والتنظيم في ظهور اختلالات غير متوقعة في أسواق المال، سرعان ما تنتشر آثارها السلبية لتمس معظم أسواق العالم. يؤدي كل خلل مالي أو اقتصادي في أحد الأسواق الدولية الرئيسية (كالسوق الأمريكي الذي يلعب دور القائد للأسواق العالمية نظرا إلى كونه يشكل نحو ثلث حجم السوق المالي العالمي) إلى اختلالات موازية في الأسواق العالمية الأخرى، ما تلبث أن تتحول إلى أزمة مالية واقتصادية عالمية. ولعل أزمة الرهن العقاري الأمريكية 2007 خير مثال على ذلك، فعلى إثر انخفاض قيم الأسهم في وول ستريت انخفض المؤشر العام لقيم الأسهم في فرانكفورت وباريس ولندن ومدريد وطوكيو وشنغهاي وساوياولو، وإن كان بنسب متفاوتة. انتقلت عدوى أزمة الرهون العقارية الأمريكية إلى جميع أنحاء العالم مع ملاحظة أن نسب التراجع لم تكن على وتيرة واحدة ولم تقتصر فقط على أسهم الشركات العقارية، وإنما تعدتها إلى شركات تعمل في مختلف النشاطات الاقتصادية.

كما انتقلت عدوى أزمة الديون السيادية اليونانية لعام 2010 لتمس كل الدول الأوروبية لمنطقة اليورو، بالإضافة إلى العديد من البلدان الأخرى المتقدمة منها والناشئة، فالولايات المتحدة كذلك عانت في ذلك الوقت من ارتفاع الدين والبطالة. ساهمت هذه العوامل مجتمعة في أن يحقق الاقتصاد العالمي معدلات نمو أقل من تلك المحققة عام 2010، حيث نما بمعدل 3,9% فقط في عام 2011 مقابل 5,3% في عام 2010. وعلى مستوى الدول المتقدمة، فقد سجلت هذه الدول مجتمعة بما فيها الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة واليابان معدل نمو بلغ 1,6% في عام 2011 مقابل 3,2% في عام 2010. بالنسبة إلى الدول النامية والاقتصاديات الناشئة الأخرى، فعلى الرغم من تحقيق هذه الدول معدلات نمو مرتفعة مقارنة بالدول المتقدمة إلا أنها لا تزال أقل من تلك المحققة عام 2010، حيث بلغ معدل نموها 6,2% في عام 2011 مقابل 7,5% في عام 2010.

عليه، يحاول هذا المقال البحثي الإجابة عن الإشكالية التالية: ما هي أهم النماذج والنظريات المفسرة لعدوى انتقال الأزمات المالية؟ وما مدى تفسيرها لعدوى أزمة الرهون العقارية الأمريكية وعدوى أزمة الديون السيادية الأوروبية؟

2. أشكال عدوى الأزمات المالية

يعني انتقال العدوى أن حدوث أزمة في دولة ما يزيد من احتمال حدوث نفس الأزمة في مكان آخر، فانهيار أسواق المال أو أسواق العملة في دولة ما قد يترتب عليه نشأة أزمة ثقة تؤدي إلى انهيار أسواق المال في دول أخرى قد لا ترتبط بروابط اقتصادية كبيرة مع الدولة الأولى، كما نغني بالعدوى من جهة أخرى انتقال أزمة من قطاع إلى قطاع آخر داخل نفس الدولة مثلا أزمة دين تؤدي إلى أزمة سعر صرف ثم أزمة مصرفية وصولا إلى الانهيار الكامل للاقتصاد.⁶

يمكن أن تحدث العدوى كذلك عندما تؤثر مشكلات بعض المصارف في النظام المصرفي سلبا على مصارف أخرى تكون في وضعية جيدة، حيث تؤدي العدوى إلى سحب الودائع من النظام المصرفي بشكل حاد ومتزامن استنادا إلى حالة الهلع المصرفي التي يمكن أن تسود توقعات المودعين، وهذا ما يعرف بسلوك القطيع من جانب المصارف.⁷

ميز Masson (1999) بين ثلاث آليات أساسية لانتقال عدوى الأزمات المالية:⁸

تستند الآلية الأولى إلى مفهوم الصدمات المشتركة التي تتزامن آثارها في عدد من البلدان، أما في البلدان الناشئة فهي تعني بشكل عام حدثا يجد جذوره في أسواق الاقتصاديات المتقدمة، فمثلا الارتفاع الكبير في معدلات الفائدة الأمريكية في الفترة التي سبقت أزمة الديون للبلدان النامية في أوائل سنوات الثمانينيات، أدت إلى عجز المكسيك عن الوفاء بالتزاماته في أوت 1982، كما يمكن أن يكون الحدث عبارة عن صدمة حقيقية، فتدهور أسعار الطاقة مثلا بعد الأزمة المالية الآسيوية، شكل صدمة مشتركة للعديد من الاقتصاديات الناشئة المنتجة للبترول أو الغاز. ويعرف Masson هذا النوع من الصدمات بالآثار الموسمية أو الآثار الماسونية *Monsoonal Effects*.⁹

تستند الآلية الثانية إلى التأثير الذي تمارسه صدمة في بلد على سلوك المتغيرات الأساسية في بلد أو مجموعة من البلدان الأخرى المجاورة، أو التي لها علاقات قوية مع البلد الأول وهي موجودة أصلا قبل الأزمة؛ قد تكون تجارية، فانخفاض قيمة العملة في بلد ما يؤدي إلى تخفيض تنافسية الأسعار لشركائه التجاريين أو المنافسين له من خلال

عرف Rogobon & Forbes (2000) العدوى على أنها الزيادة الكبيرة والكاسحة في الصلات والروابط الناتجة عن صدمة محددة لبلد واحد أو مجموعة من البلدان، كتلك المرتبطة بالعلاقة بين العوائد الناجمة في الأصول أو احتمال حدوث مضاربات أو تقلبات بقدر بسيط.²

يعرف Pierre Coilleateau & Edouard Vidon مفهوم العدوى المالية كذلك، على أساس أن أزمة أو هجمة مضاربية في سوق ما تزيد بشكل مهم من احتمال الضغوط في أسواق مالية أخرى، كما يمكن أيضا أن تؤدي إلى سلسلة متوالية من الأزمات في أسواق مختلفة.³

كما يعرف عمر محيي الدين أن العدوى تعني أن انهيار مؤسسة سوف يتسبب في خلق أزمة ثقة من شأنها إصابة مؤسسات أخرى لا ترتبط بالمؤسسة الأولى، مما يترتب عليه تراجع في وتيرة النشاط الاقتصادي وتحقق العدوى أيضا إذا ترتب على انهيار أسواق العملة في دولة ما نشوب أزمة ثقة ينتج عنها انهيار أسواق المال في دولة أخرى قد لا ترتبط بروابط اقتصادية كبيرة مع الدولة الأولى.⁴

بما أن الاقتصاديين والباحثين لم يتفقوا على تعريف موحد لعدوى الأزمات المالية قدم البنك الدولي تعريفا شاملا للعدوى من خلال ثلاثة تعاريف:⁵

المفهوم الواسع: تعرف العدوى على أنها عملية انتقال صدمة ما بين الدول سواء في فترة الأزمة أم فترة النشاط العادي. ويمكن للعدوى أن تنتقل ليس فقط عن طريق الصدمات السلبية وإنما تنتقل أيضا من خلال الصدمات الإيجابية.

المفهوم الضيق: يقصد بالعدوى في هذه الحالة انتشار صدمة بين دولتين أو عدة دول، تولد انحرافا مقارنة بالقيم الطبيعية للأساسيات الاقتصادية، ما يؤدي إلى حدوث صدمات مشتركة يتم إثارتها بواسطة التحركات المشتركة.

المفهوم الضيق جدا: اعتمد هذا التعريف في أعمال Rogobon & Forbes (2001)، إذ عرفا العدوى على أنها ذلك التغيير في آلية الانتشار خلال فترة الأزمة، ويعكس تزايد الارتباطات ما بين الأسواق التفسير العملي لهذا التعريف.

الأساسيات القريبة من تلك الموجودة في بلد الأزمة، كما تكون غير مميزة عندما تؤثر في عدد من البلدان دون أي سبب.¹¹ لعبت ظاهرة سلوك القطيع دورا مهما في هذا السياق، خاصة في الدول الناشئة التي تعرضت لأزمات في نهاية تسعينيات القرن الماضي، إذ إن المهم في سلوك القطيع ليس هو قناعة المستثمر بسوق معينة ولكن قناعته بما هو سلوك الآخرين. وبدلا من محاولة دراسة حالة الاقتصاد والسوق في كل دولة على حدة، فإن السياسة المثلى تتمثل في تزامن الانسحاب من مجموعة الأسواق المرتبطة دفعة واحدة بمجرد الإحساس بالاضطراب في إحداها، أو بمجرد ظهور المؤشرات الدالة على انهيار أخرى.¹²

حسب Corazza & al (2010) يمكن دراسة ظاهرة العدوى المالية أو الارتباطات المتعددة بين عدة أسواق، انطلاقا من استعمال معلومات خاصة بالأسهم المتداولة بين الجمهور، أو من خلال معلومات مستقبلية حول الأصول المرتبطة بهذه الأسهم. لا يسمح اكتشاف هذه الظواهر فقط بإعطاء أجوبة حول تنسيق السياسات الاقتصادية، لكنه يعتبر أيضا مؤشرا حول درجة التكامل المالي.¹³

3. النظريات المفسرة لعدوى انتقال الأزمات المالية

تجدر الإشارة أولا إلى وجود نقاش واختلافات في وجهات النظر في الأدبيات النظرية حول الظواهر المشككة للعدوى من جهة، والظواهر المشككة للارتباطات المتعددة بين الأسواق، سواء كانت مالية، تجارية، اقتصادية أم حتى سياسية، من جهة أخرى. قام Xu (2008) بإعادة صياغة تعريف العدوى الذي اقترح في أعمال Forbes & Rigobon (2001)، حيث بين أنه يمكن التمييز بين قنوات انتقال آثار الارتباطات المتعددة بين الأسواق في الحالات العادية لاقتصاد ما، وبين قنوات الانتقال المرتبطة بنشوب ونشاط الأزمة في حد ذاتها. وقد طرح الباحث نظريتين في هذا الصدد: نظرية العدوى التي لا تتوقف (العدوى المتواصلة) والعدوى التي تتوقف أو العدوى المحدودة. عرف Forbes & Rigobon (2001) في أعمالهما أربع قنوات لانتقال آثار العدوى المتواصلة هي: القناة التجارية (Gerlach & Smets، 1995، Gorsetti & al، 2000)، قناة الأسواق المالية وقناة التشابه في الأساسيات الاقتصادية الكلية (Rigobon، 1998، Calvo

الصادرات، مما قد يترتب عليه تدهور في الحساب الجاري لهذه البلدان ويسرع من نشوب أزمة جديدة؛ أو قد تكون مالية، وتعني أن البلدان مرتبطة من خلال حضورها في محفظة الأوراق المالية، أو من خلال قناة دائن مشترك، وهذا النوع من العدوى يتعلق بالارتباطات العادية بين البلدان، وتسمى بآثار التجاوز *Spillover Effects*.

تستند الآلية الثالثة إلى أن انفجار الأزمة في بلد ما يؤدي إلى أزمة أخرى في الخارج غير مفسرة من خلال الآليتين السابقتين، وهي تتمثل في ذلك الجزء من الحركة المتزامنة للمتغيرات المالية التي يمكن تفسيرها بالحركة المتزامنة للمتغيرات الاقتصادية الكلية. وترتكز هذه الآلية التي أطلق عليها Masson العدوى المطلقة أو الصافية *Contagion Pure* على مفهوم التوازن المتعدد وسيولة أسواق رأس المال، والتغير في سيكولوجية المستثمرين وسلوكياتهم، شاملة بذلك سلوك القطيع، وهذه العوامل تشترك كلها في كونها تقوم أساسا على تغير هيكلية وجذري في توقعات المستثمرين، بشرط ألا ترتبط تلك التوقعات بتغير عوامل الاقتصاد الكلي للبلدان المعنية، فمثلا، بعد حدوث أزمة في بلد ما، يسحب المتعاملون أموالهم من بلدان أخرى من خلال ظاهرة الهلع المالي المععم التي يمكن تفسيرها من خلال العلاقات الاقتصادية العادية.

يحدث هذا النوع الأخير من العدوى، في الغالب، نتيجة تغيرات هيكلية وجذرية في توقعات المستثمرين وليس نتيجة ضعف وهشاشة الأساسيات الاقتصادية الكلية، وتزايد القابلية للتعرض لمثل هذا النوع من العدوى كلما تقلصت احتياطات الصرف، أو كلما تزايد حجم الدين الخارجي أو عجز الميزان التجاري.¹⁰

أدخل Ahluwalia (2000) مفهوما جديدا للعدوى المميزة *Contagion Discriminante*، التي تستند إلى شعور المستثمرين في فترة الأزمة بالتماثلات الاقتصادية بين البلدان، حيث يقوم المستثمرون بسحب أموالهم من عدد من الأسواق التي يعتقدون بتشابهها. في هذه الحالة، تعتبر أزمة في بلد ما كإشارة إنذار تدفع بالمستثمرين إلى إعادة النظر في مدى إدراكهم للخطر في البلدان الأخرى. يركز التحليل في هذه الحالة على الأساسيات في بلد الأزمة، بمعزل عن القنوات التجارية والمالية، فتكون العدوى مميزة إذن إن لم تتأثر بانعكاسات حركية رؤوس الأموال إلى البلدان ذات

Caporal & al (2005) في أبحاثهم طريقة تركز على الارتباط الشرطي، التي تأخذ في الحسبان مشكلة اختلاف التباين *Hétéroscédasticité* ومشكلة الارتباط الذاتي بين المتغيرات.¹⁶

• الفرق بين الارتباطات المشتركة *Interdépendance* والعدوى الصافية *Contagion Pure*

1- الارتباطات المشتركة¹⁷

تعتبر الارتباطات المشتركة بين الأسواق، بالإضافة إلى تلك الناتجة عن الصدمات المشتركة سواء الخارجية منها أم المحلية التي تحدث من خلال الروابط المالية والاقتصادية التي تمس الأساسيات الاقتصادية لبلدان معينة، أهم عاملين لتفسير انتشار الأزمات المالية في السابق. يمكن تجميع هذين العاملين من خلال ما عرف سابقاً بالعدوى المستندة إلى الأساسيات الاقتصادية *Fundamentals Based Contagion* (Kaminsky & Reinhart, 2000). تجدر الإشارة هنا إلى أن التحركات المشتركة تستند إلى ارتباطات مشتركة سابقة بين هذه الأسواق أو الاقتصاديات، بمعنى، يمكن القول إن هذه لا تعبر عن عدوى حقيقية.

تتعدد الصدمات الهيكلية التي يمكن أن تمس الأساسيات الاقتصادية الكلية بصفة مترامنة مجموعة من الاقتصاديات، ونذكر منها: انخفاض سريع وحاد في الطلب العالمي على منتج معين أو مجموعة من المنتجات مثل النفط، التغير الكبير في أسعار المواد الأولية، أو حدوث تقلبات هامة في سعر الصرف بين أهم العملات الصعبة، التي تؤدي إلى كبح معدلات النمو في العديد من البلدان والاقتصاديات في الوقت نفسه. تتعرض الأسواق المالية العالمية كلها لهذا النوع من الصدمات بشكل متزامن، وبعد حدوث الصدمة ترتفع معدلات الارتباط بين هذه الأسواق. تسمى هذه الأنواع من الصدمات بالآثار الموسمية *Monsoonal Effects*، لأنها تؤثر على نحو متماثل وموحد على مجموع الدول المعنية.

2- العدوى الصافية¹⁸

يعرف هذا النوع من العدوى على أنه التقلبات التي تحدث في الأسواق، التي لا تفسر من خلال الآليتين السابقتين للارتباطات المشتركة. لا تنتشر الأزمة المالية، في هذا النوع

Mendoza & (2000) وأخيراً قناة الآثار الموسمية *Monsoonal Effects* (Masson, 1998).¹⁴

حسب Forbes & Rigobon (2001) إذا لم تتغير هذه القنوات قبل وأثناء حدوث الأزمة، فإن العلاقات بين دولتين ما هي علاقات ارتباطية مشتركة. بخلاف ذلك، فإن العدوى الصافية *Contagion Pure* يمكن أن تنتقل عبر ثلاث قنوات هي: قناة التوازن المتعدد الذي يركز على تغير توقعات وسلوك المستثمرين في السوق إزاء قدرات الحكومة حول السياسات المالية والاقتصادية التي يمكن أن تتبعها في المستقبل (Masson, 1999)، الصدمات الداخلية المتعلقة بالسيولة (Valdès, 1996) والعدوى السياسية (Drazen, 2000). من بين الطرق المستعملة في اكتشاف ظاهرة الارتباطات المشتركة، نجد كبر معاملات الارتباط التجارية والمالية والاقتصادية، وهذا حسب عدد من الأعمال والدراسات (King & Wadhani, 1990؛ Baig & Goldfajn, 1998؛ Boyer & al, 1997؛ Forbes & Rigobon, 2001)، ويربطون سبب استعمال هذا المؤشر إلى أهمية التقلبات التي تمس أسعار الأصول المتداولة في الأسواق المالية. في هذا الإطار قامت هذه الأعمال بتطوير معامل ارتباط يقيس هذه التقلبات بشكل يتم التمييز من خلاله بين ظاهرتي العدوى الصافية *Contagion Pure* وظاهرة الارتباطات المشتركة *Interdépendance*.¹⁵

تم نقد هذا الطرح في أعمال Dungey & al (2005) فيما يتعلق بالطرق التي تستهدف دراسة وتحليل ظاهرة العدوى. في هذا الإطار، يوجد فارق مهم بين كل هذه النماذج، فمنها من قام بتكثيف واحتساب الارتباطات بين الدول فقط وهناك من أخذ بعين الاعتبار ظاهرة العدوى وقام بتكثيفها هي الأخرى. حسب هؤلاء الباحثين، فإن العلاقة السببية بين أصليين تعبر عن علاقة ارتباطية مشتركة *Interdépendance* في حالة فترات النشاط العادية للاقتصاد، وبالمقابل تعبر عن ظاهرة عدوى مالية في فترات الأزمة. في ما يخص النمذجة، طرح الباحثون عدة مميزات جديدة مثل إدراج التغيرات الهيكلية الديناميكية الذاتية واختلاف التباين. قام باحثون آخرون مثل Corsetti & al (2005) بعرض طريقة تستند إلى المقارنة بين معامل الارتباط المعدل ومؤشر الارتباطات المتعددة. كما اقترح

والكساد في اقتصاديات الدول التي تتعرض لأزمات، إلى باقي الدول، حسب درجة ارتباط هذه الدول أو انفتاحها. فمثلا، وفي أعقاب أحداث 11 سبتمبر 2001 بالولايات المتحدة الأمريكية، وبدخول الاقتصاد الأمريكي في حالة الركود، انتشرت عدواه بسرعة كبيرة إلى الاتحاد الأوروبي، اليابان، وحتى كندا والمكسيك، تبعا لمعاملات الارتباط التجاري الوثيق بين الولايات المتحدة الأمريكية وهذه الدول، خاصة كندا والمكسيك، باعتبار اشتراكهما مع الولايات المتحدة الأمريكية في ترتيبات منطقة التجارة الحرة لأمريكا الشمالية (NAFTA).²¹

هذا ما تأكد كذلك في العديد من الأزمات المالية التي حدثت، فأزمة الرهون العقارية الأمريكية 2007 تحولت هي الأخرى بسرعة من أزمة قطاعية محلية إلى أزمة مالية عالمية في ظرف وجيز بسبب ترابط الأسواق المالية في العالم وتسويق الأزمة من خلال آليات المشتقات المالية والتوريق. تعتبر وثيقة العلاقات التجارية بين الدول عاملا إيجابيا، إلا أن الارتباطات التجارية بين دول جنوب شرق آسيا مثلا كان لها تأثير سلبي في نشوب الأزمة الآسيوية لعام 1997 وانتشار عدواها، فكل من هذه الدول يعتبر شريكا تجاريا أساسيا للآخرين، حيث تبلغ قيمة الصادرات البينية لدول المنطقة 40% من إجمالي الصادرات لعام 1997. من جانب آخر، يتخذ هذا الارتفاع في مستوى التجارة البينية شكل التخصص في النشاطات من الدول الأكثر تقدما إلى الدول الأقل دخلا في المنطقة مما ساعد على انتشار الأزمة بسرعة.²²

2.4. قناة الأسواق المالية²³

أصبحت الأزمات المالية تنتقل من دولة إلى أخرى بسرعة نتيجة ارتباط الأسواق المالية والحركة السريعة لرؤوس الأموال قصيرة الأجل أو ما يعرف برؤوس الأموال الساخنة. تشير العديد من الأبحاث والدراسات إلى أن دخول أدوات مالية وقوى فاعلة جديدة يزيد من احتمال حدوث أزمات مالية معدية، ويرفع من التحركات المشتركة للأسواق المالية. أدى السماح لغير المقيمين بدخول أسواق الأوراق المالية في بلدان جنوب شرق آسيا، وتمكين المقيمين من الحصول على قدر أكبر من الأصول المقومة بالدولار الأمريكي إلى قيام علاقة وثيقة بين سوقين غير مستقرين بطبيعتهما هما سوق العملات

من العدوى، بسبب تغيرات تم رصدها حول الأساسيات الاقتصادية الكلية، وإنما نتيجة تغير سلوك وتوقعات المستثمرين وباقي الأعوان الماليين. يحدث هذا النوع من العدوى بسبب ظاهرة تسمى اللاعقلانية *Irrationnels* ناتجة عن الهلع المالي أو فقدان الثقة وزيادة الخوف تجاه المخاطرة *L'aversion au risque*، أو نتاج سلوك تجمعي أو ما يعرف بسلوك القطيع.

حاول الباحثون، في هذا الإطار، نمذجة الجوانب النفسية والسلوكية للمستثمرين محاولة لتفسير هذا النوع من العدوى من خلال حصر أهم القنوات التي يمكن من خلالها أن تنتقل الصدمات بين الأسواق المالية بسبب تغيرات في سلوك المستثمرين أو توقعاتهم. تطرح هذه القنوات إشكاليتين رئيسيتين: المشاكل المتعلقة بصدمات السيولة والمشاكل المتعلقة بعدم الامتثال في المعلومات *Asymétrie d'information*. من جهة أخرى، يمكن أن تؤدي التوازنات المتعددة وذاتية التحقق إلى هذا النوع من سلوكيات العدوى لدى المستثمرين بين الأسواق المختلفة.

4. قنوات انتقال عدوى الأزمات المالية

1.4. القناة التجارية

حسب عبد اللاوي وجوادي (2010)، لا تزال السياسات والنظريات التي تؤيد تحرير التجارة الخارجية، سواء عن طريق المفاوضات متعددة الأطراف أم عن طريق الترتيبات الإقليمية الجديدة،¹⁹ تستمد مصداقيتها من توليفة أساسية تجمع بين التجارة والتنمية، تؤسس لعلاقة سببية ارتباطية وطيدة بين تحرير التجارة الخارجية على كافة مستوياتها وبين ارتفاع معدلات التنمية في اقتصاديات الدول. بمعنى آخر، يصبح على الدول التي تهدف إلى زيادة معدلات التنمية لديها لزاما أن تحرر تجارتها الخارجية.²⁰

أدى ارتفاع معدلات الارتباط التجاري بين الدول، في ظل الانفتاح التجاري الكبير وتقلص أشكال الحماية، بسبب ترتيبات المنظمة العالمية للتجارة (OMC) والترتيبات الإقليمية الجديدة، إلى زيادة احتمالات انتقال الأزمة من الاقتصاديات التي تشب فيها إلى الاقتصاديات المجاورة والمرتبطة معها، سواء كان ذلك ماليا، أم تجاريا أم اقتصاديا. وعليه، يساعد هذا الوضع على تسهيل انتقال حالات الركود

○ الصدمات المشتركة *The existence of commun shocks*: يمكن للعديد من الدول أن تتأثر بصدمة مشتركة في الوقت نفسه، فمن ضمن الصدمات الخارجية التي يمكن أن تؤثر على كامل المجموعة أو جزء منها فقط، نجد الارتفاع في معدلات الفائدة الأمريكية، الانخفاض في أسعار الطاقة والمواد الأولية وكذلك الارتفاع في الدولار الأمريكي.

○ المعلومات غير التامة *The imperfections of information*: عندما تنفجر الأزمة في دولة معينة، فإن المستثمرين الأجانب الذين هم ليسوا على دراية كافية بأوضاع الدول الأخرى، سيعتبرون أن الدول التي لها نفس خصائص الدولة التي تعرضت لأزمة ستدخل هي الأخرى في أزمة، حيث يقوم المستثمرون ببيع سندات وأصول أخرى في هذه الدول مسببين بذلك أزمة، وفي هذه الحالة نكون بصدد هجمات مضاربة ذاتية التحقق (*Attaques spéculatives*) (*auto-réalisatrices*).

○ العدوى السياسية *The politic contagion*: تم طرحها من قبل Drazen (1999)، حيث يرى أنه في حالة ما إذا تخلت بعض الدول لمنطقة معينة عن نظام الصرف الثابت، فإن تكلفة القيام بذلك ستكون أقل لبقية الدول الأخرى.

5. عدوى أزمة الرهون العقارية الأمريكية: نظرة جديدة للعدوى لا يمكن بأي حال تفسير انتشار أزمة الرهون العقارية الأمريكية على نطاق واسع، وتحولها من أزمة قطاعية محلية إلى أزمة مالية عالمية، من خلال المفهوم التقليدي للعدوى. فاضطراب الأسواق المالية العالمية والانخفاض الحاد في أصول المستثمرين لا يمكن أن يفسر فقط من خلال الخسائر التي حدثت لسوق العقارات عالية المخاطر في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد ساهم النموذج المبتكر لتوليد القروض وتوزيع مخاطرها *Originate to distribute model* وتعاطم عدد المتدخلين والوسطاء، بالإضافة إلى تعقد الابتكارات المالية في استحداث قنوات جديدة لانتقال عدوى الأزمات المالية وبهيكل وآليات جديدة.²⁶

يتيح هذا النموذج المبتكر للإقراض توزيع القروض بشكل أوسع عن طريق عمليات التوريق والمشتقات المالية، بمعنى اشتقاقها بدل الاحتفاظ بها ضمن بنود الميزانية للمؤسسات

وسوق الأسهم، مما ساهم في غياب الاستقرار على مستوى هذه الأسواق.

فيما يخص الروابط المحلية لدول المنطقة، فإن المستجدات المالية في كل دولة تؤثر على الدول الأخرى، هذا ما ينطبق كذلك على نشاطات أسواق رأس المال والاستثمار الأجنبي المباشر والسوق المصرفية. في هذا الإطار، قد يبيع المستثمرون الأجانب أصولهم الموجودة في دولة ما نتيجة للخسائر التي تكبدها في دولة أخرى. وعليه، يمكن أن تؤدي الروابط المالية بين الدول، في منطقة عالية التكامل الاقتصادي فيما بينها، كما هي الحال بالنسبة إلى دول جنوب شرق آسيا، إلى انتقال الأزمات المالية التي تعيشها الأسواق المالية في بعض الدول إلى دول أخرى بصفة تلقائية، حيث يتوقع المستثمرون في السوق أن تنعكس التقلبات في أسعار الأسهم على كل الأسواق الأخرى في الوقت نفسه، ما يؤدي إلى اتساع حيز انتشار الأزمة.

3.4. الارتباط بالدولار واستفحال الأزمات

تؤكد التجربة المؤلمة لدول جنوب شرق آسيا النتائج الوخيمة جراء تعويم عملاتها وارتباطها ارتباطاً وثيقاً بالدولار الأمريكي، فحينما أثيرت الشكوك حول استدامة ترتيبات سعر الصرف، بدأت خطوات متسارعة للتدفقات الرأسمالية قصيرة الأجل تجاه دول الأقاليم ساعية للاختطاف السريع للمضاربة... بهذا المعنى، فإن ارتفاع قيمة سعر الصرف الحقيقي، وتنامي الدين الخارجي قصير الأجل، والعجز الواضح في الحساب الجاري الخارجي، تقام أثرها السلبي بفعل ضعف النظام المالي، وحينما فقد المستثمرون الأجانب ثقتهم في اقتصاد دول الأقاليم، تعرضت العملات المحلية لضغوط المضاربة، واستمرت الضغوط لتنفذ الاحتياطات الرسمية للبنوك المركزية، وبالتالي فقدانها سلاحها الأساسي للحفاظ على القيمة التعادلية للعملة. ومن ثم صار الاتجاه نحو التعويم أمراً لا مفر منه، عندها أصبح استمرار وجود رؤوس الأموال قصيرة الأجل التي استثمرت بسبب ارتفاع أسعار الفائدة دون جدوى، والنتيجة لا بد من إحداث التدفق المعاكس من الخارج من قبل المضاربين، وهو ما حصل فعلاً.²⁴

4.4. قنوات أخرى لانتقال الأزمات المالية:²⁵

المصدر: موسلي أمينة، عدوى الأزمات المالية: دراسة حالة أزمة الرهن العقاري Subprimes، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2011-2012، ص 93.

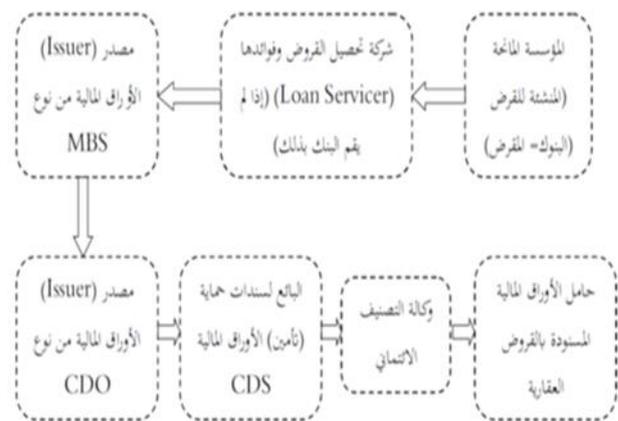
انتشرت أزمة الرهون العقارية الأمريكية، وفق أبحاث دود وميلز (2008)، عندما أثارت خسائر الوسطاء الماليين في سوق واحدة غير شفافة المخاطر بشأن السيولة والملاءة في أماكن أخرى. هناك من الأماكن ما يشد الانتباه ويدعو إلى الدهشة، مثل الأسواق التي تقدم فيها البنوك قروضا إلى بعضها البعض والأوراق التجارية قصيرة الأجل، بل وسندات البلديات.²⁹

الملاحظ في عملية توريق القروض العقارية هو مشكل معيارية الضمانات، حيث كانت الأوراق المالية التي تساندها رهون، أصدرتها مؤسسات تشرف عليها الحكومة الأمريكية (مثل فاني ماي Fannie Mae وفريدي ماك Freddie Mac) معايير مشتركة للضمان؛ وهذا بخلاف الأوراق المالية التي تساندها رهون أصدرتها شركات وول ستريت Mac Wall Street، حيث كانت لها معايير ضمان مختلفة ومقسمة إلى شرائح، ما أدى إلى عدم تناظر المعلومات Asymétrie d'information حول المخاطر المرتبطة بها، والتكاليف الواجب تحملها إزاء هذه المخاطر. كما زاد اعتماد المستثمرين على التقويم الذي تجريه وكالات التصنيف الائتماني الوضع تأزما، لأن هذا النوع من السندات والأوراق المالية العقارية كان أمرا جديدا ومعقدا، والتزامات الديون المضمونة هي أوراق مالية ائتمانية مهيكلة تساندها مجمعات الأوراق المالية والقروض ومشتقات الائتمان التي تجزأ تدفقاتها إلى شرائح لها خصائص وعوائد متباينة. أدت هذه الصيرورة إلى تحويل ما يقرب عن 90% من القروض غير الممتازة المورقة إلى أوراق مالية لها تصنيف ممتاز (AAA). شجعت الحوافز المتعلقة بهذه المشتقات والأوراق المالية الدخيلة على إهمال نوعية هذه الائتمانات والمخاطر الحقيقية المتعلقة بها، لأن كل المتدخلين في هذه الآلية كانوا يتلقون مقابلا لإتمام الصفقات الخاصة بها، إضافة إلى أن أطرافا أخرى هي من ستتحمل المخاطر في نهاية المطاف (المستثمرين النهائيين).³⁰

المالية المولدة لها، ثم إعادة توزيعها على عدد هائل من المستثمرين، بالإضافة إلى تصنيفها والتأمين عليها لجعلها أكثر جاذبية من قبل المستثمرين، وتسويقها بشكل جيد. دفعت هذه المزايا الظاهرية المرتبطة بالمشتقات المرتبطة بالقروض إلى الإقبال المفرط على شرائها دون معرفة تامة بحجم المخاطر المرتبطة بها. وعليه، سمح هذا النموذج بانتشار عدوى الأزمة وانتقالها من السوق العقارية الأمريكية إلى الأسواق المالية الدولية. تجدر الإشارة في هذا الإطار إلى الدور الجوهري الذي لعبته شركات التأمين ووكالات التصنيف الائتماني في الإقبال المفرط على هذه المنتجات دون إدراك مخاطرها الداخلية باعتبار أنها مؤمنة وتحمل تصنيفا ائتمانيا من الدرجة الأولى (التصنيف AAA).²⁷

فيما يخص أصناف الأصول التي تم توريقها، فهي تتخذ أشكالا عديدة نذكر منها: التزامات الدين المضمونة (Collateralized Debt Obligation (CDO)، الأوراق المالية المضمونة بأصول (Asset Backed Securities (ABS)، الأوراق المالية المدعومة برهن عقاري (Mortgage Backed Securities (MBS)، السندات المستندة إلى رهن عقاري (Collateralized Mortgage Obligation (CMO). بالإضافة إلى هذه الأنواع، ابتكرت الهندسة المالية الحديثة شكلا حديثا يجمع بين الأشكال السابقة يسمى بالتمويل المهيكل، حيث يقسم المشتقات المالية الناتجة عن القروض أو الرهون السابقة إلى شرائح معينة حسب درجة مخاطرتها، مما يسمح بتوزيعها بشكل أكبر وأفضل على عدد كبير من المستثمرين.²⁸

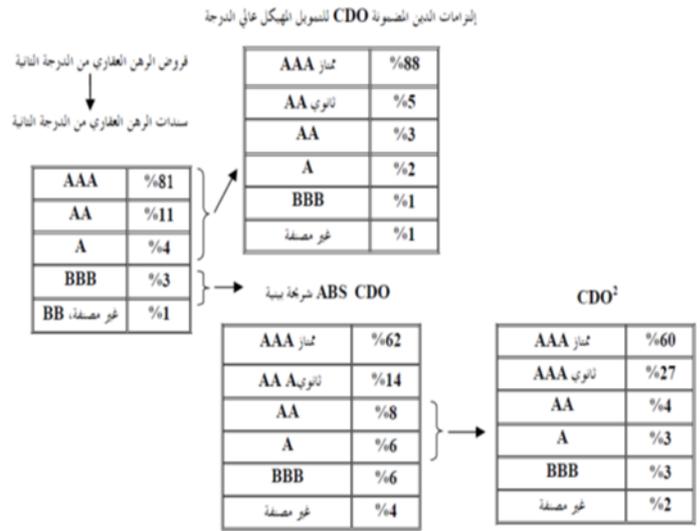
الشكل رقم 1. نموذج إنشاء القروض وتوزيعها Originate to distribute model



حيث كان يمثل آلية جيدة لتوزيع المخاطر. بالنظر إلى وضعية البلدان قبل الأزمة، كان يعتقد الكثير من الخبراء والاقتصاديين أن اقتصاد الولايات المتحدة سيصمد أمام الزيادات المتوالية في أسعار المساكن والعقارات أحسن من باقي البلدان، باعتبار أن الصدمة سيتم امتصاصها من قبل مجموعة كبيرة من المستثمرين، وليس فقط من قبل عدد محدود من المؤسسات المالية والمصرفية، بمعنى أن المخاطر سيتم توزيعها بشكل أكبر، مما يقلل من حجم تأثيرها إن تحققت. بينت الأزمة في الأخير عيوب هذا الطرح أساسا، فالتعاقد يولد انعدام الشفافية مما يرفع من درجة عدم التأكد تجاه قيمة الأوراق المالية المشتقة. بالفعل، ترجم عدم التأكد حقيقة، حيث كانت الأوراق المالية مملوكة لمجموعة كبيرة من المؤسسات، ما يعني ضمنا أن هذا القدر الكبير من انعدام اليقين قد أصاب عددا كبيرا من الميزانيات العمومية في الاقتصاد.³²

أدى التوريق والعولمة إلى زيادة الترابط بين المؤسسات المالية سواء داخل البلدان أم عبرها، فقد زادت الاستحقاقات الخارجية للمصارف في الاقتصاديات الخمسة المتقدمة الكبرى من 6.3 تريليون دولار في عام 2009 إلى 22 تريليون دولار في عام 2008، وفي عام 2009 تجاوزت استحقاقات هذه المصارف من بلدان الأسواق الناشئة وحدها 4 تريليون دولار، مع ما ينطوي عليها من مخاطر في حال قررت المصارف أن تخفض من انكشافها وتعرضها للمخاطر الخارجية كما حدث بعد الأزمة. سمحت الثغرات التنظيمية هي الأخرى للمصارف بتخفيض اشتراطات رأسمالها عن طريق استبعاد الأصول من ميزانيتها، أو ما يعرف بإعادة هيكلة ميزانيتها، ففي عام 2006 تجاوزت قيمة الأصول

الشكل رقم 2. منتجات الرهن العقاري المهيكلة مقسمة إلى شرائح



المصدر: موسلي أمينة، عدوى الأزمات المالية: دراسة حالة أزمة الرهن العقاري *Subprimes*، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2011-2012، ص 96. وذلك نقلا وترجمة عن المرجع الأصلي التالي:

Gary B. Gorton, *The Supreme panic*, NBER working paper series, 2008, P 13.

<http://www.nber.org/papers/w14398>.

6. التوريق من أداة للتحوط من الأزمات إلى آلية لانتقال عدوى الأزمات المالية

نكر Blanchard (2009) في أبحاثه أربعة شروط أساسية لتفاهم أزمة الرهن العقاري الأمريكية وانتشارها إلى باقي أنحاء العالم، هي التهورين من قدر المخاطرة المتضمنة في الأصول المصدرة حديثا، عدم شفافية الأوراق المالية المشتقة الواردة في الميزانيات العمومية للمؤسسات المالية، والترابط بين المؤسسات المالية سواء داخل البلدان أم عبرها، والدرجة العالية من الاستنادة لتحقيق الفاعلية المالية للنظام المصرفي ككل.³¹

نما التوريق بشكل كبير وسريع في الوقت نفسه، سواء في الولايات المتحدة الأمريكية، أم باقي البلدان المتقدمة،

الأولى داخل شركات خاصة في قطاع السلع التي يمكن تداولها، وكانت معظم الشركات عبارة عن شركات تصدير اتضح أنها تستخدم المشتقات للحماية من الآثار الضارة التي يمكن أن تحدث إذا ما تم رفع قيمة العملة المحلية الخاصة بهم، ولكن عندما انخفضت قيم العملات بدلا من ذلك وتم الإفصاح عن الخسائر، حدث اضطراب في الأسواق في الوقت الذي كان على الشركات أن تتدافع وتبيع العملات المحلية مقابل الدولار لتغطية خسائرها. وعليه، تأثر ما يقدر بخمسين ألف شركة في الأسواق الناشئة، حيث تضمنت القائمة نحو 10% من المصدرين في إندونيسيا و571 مصدر في كوريا الجنوبية، كما قدرت الخسائر في البرازيل بمبلغ 28 مليار دولار، وفي إندونيسيا بمبلغ 3 ملايين دولار، وفي المكسيك وبولونيا بمبلغ 5 ملايين دولار لكل منهما. ولم تكن جميع الخسائر في القطاع الخاص، فقد خسرت شركة سيلان للبتروال السيرلانكية المملوكة للدولة 200 مليون دولار، وتكدت شركة سيتيك باسيفيك الصينية خسائر بلغت 2.4 مليار دولار.³⁵

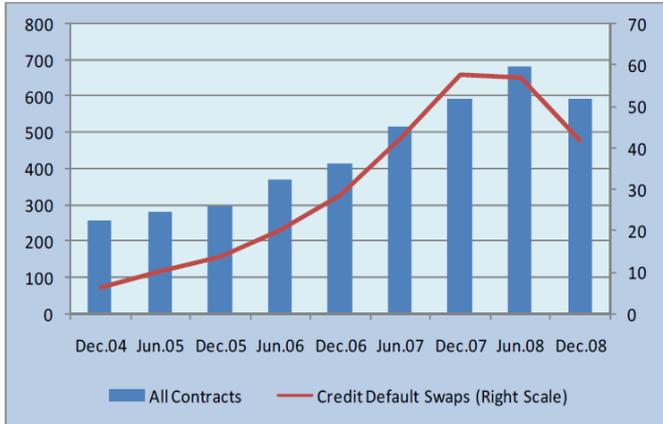
لم تكن هنالك حدود للخسائر المحتملة في هذا النوع من المشتقات المالية، وفي الواقع تمت هيكلة المشتقات بطريقة تحدث فيها الخسائر بمعدل أسرع بمقدار الضعف مقارنة بالتراجع في سعر الصرف الأساسي أو السعر الاسترشادي. كما كانت التكلفة المبدئية أو العلاوة للدخول في هذه المعاملات مساوية للصفر.³⁶

قدر بنك التسويات الدولية حجم التبادل التجاري المباشر في عقود المشتقات المالية التي لم تسدد بعد بمبلغ 592 تريليون دولار أمريكي في نهاية عام 2008، أي ما يعادل تقريبا عشرة أضعاف قيمة الناتج المحلي الإجمالي لجميع بلدان العالم الذي يبلغ نحو 60 تريليون دولار

خارج الميزانية لمجمع سيتي جروب البالغة 2.1 تريليون دولار قيمة أصولها المدرجة في الميزانية البالغة 1.8 تريليون دولار.³³

بالمقابل، ورغم كل ما يقال حول التوريق في الوقت الحاضر بسبب أنه الآلية التي سمحت بانتشار عدوى أزمة الرهون العقارية الأمريكية إلى باقي دول العالم وتحولها إلى أزمة مالية عالمية، من خلال الديون التي تم توريقها في الولايات المتحدة الأمريكية، إلا أن التوريق لم يكن المشكلة الرئيسية. بل تمثلت المشكلة في التقويم المفرط لجدارة الأصول الأساسية أو الأصول الحقيقية، كالعقارات مثلا. فطالما لم يتكرر هذا الخطأ، وطالما يتم توفير تغطية وافية للسماح بانخفاض قيمة الضمانات الأساسية، فإن الديون المضمونة من خلال المستحقات الآجلة بالعملة الصعبة ستكون خيارا قابلا للتطبيق بالنسبة إلى كل البلدان المتقدمة منها وحتى الناشئة، الساعية إلى جمع الأموال في بيئة يسودها انخفاض الميل العالمي لتحمل المخاطر. ويمكن التقليل من كثير من هذه المخاطر من خلال اختيار مستحقات تدفق آجلة وتأمين زائد. أصبحت هذه الأخيرة حاسمة نتيجة الأداء السيئ في الآونة الأخيرة للسندات المدعومة بالرهن العقاري، وخلافا لتوريق الأصول الموجودة، مثل القروض العقارية بالعملة المحلية، فإن هياكل التوريق ذي التدفق الآجل (الذي يشمل عائدات تصدير بالعملة الأجنبية أو حقوق سداد متنوعة) قد تماسكت بشكل جيد جدا خلال الأزمة.³⁴

7. المشتقات المالية كآلية لانتقال عدوى الأزمات المالية
سوقت الأزمات المالية في كثير من الأحيان بشكل مباشر وانتشرت عداها عن طريق المشتقات، ما أدى إلى خسائر فادحة في أسواق العملات. سجلت الخسائر



المصدر: مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية، تقارير المركز حول الأزمة المالية العالمية لعام 2008-2009، منظمة المؤتمر الإسلامي، 2009، ص 7.

استخلص دود وميلز (2008) في أعمالهما ثلاثة دروس أساسية من عدوى أزمة الرهون العقارية الأمريكية هي:³⁹

1- نقلت عملية التوريق مخاطر الأوراق المالية مؤقتاً خارج النظام المصرفي، لكن ليس بالقدر المتوقع، حيث لا يمكن معرفة أين تراكمت الخسائر بعدها إلا بعد مرور فترة زمنية طويلة.

2- إلغاء الطرح السابق حول بقاء الأسواق التي تعمل خارج البورصة سائلة مثل أسواق ما بين البنوك، فقد تعرضت هذه الأسواق لاضطرابات بشكل حاد وغير متوقع، ما يتطلب إعادة النظر في هيكله ميزانيات هذه البنوك من جهة، وهيكله مواردها التمويلية من جهة أخرى.

3- أثبتت عدوى الأزمة تجاهل البنوك للمخاطر النظامية وتركيزها على المخاطر الجزئية فقط، وهذا ما دفع بالبنوك المركزية مدعومة ببنك التسويات الدولية إلى إعادة النظر في معايير السلامة الاحترازية المصرفية والانتقال من الرقابة الاحترازية الجزئية *Supervision* إلى الرقابة الاحترازية الكلية *Microprudentielle*

أمريكي. كما أن مشتقات القروض زادت بشكل كبير في العقدين السابقين حيث بلغت 68 تريليون دولار في نهاية عام 2008 ما يمثل نسبة 105% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي علماً أنها كانت في حدود 15% فقط في نهاية عام 2004.³⁷

انطلاقاً من التحليل السابق، وبغض النظر عن الدوافع، فقد كانت النتيجة جلية وواضحة، حيث لا تناسب هذه المشتقات الدخيلة التغطية، لأنها لا تتفق بصورة وثيقة مع تعرض الشركات غير القادرة على امتصاص الضربة المحتملة الناجمة عن مضاعفة الخسائر المحتملة من تراجع قيمة العملة. تشير عمليات الإفلاس الناتجة إلى أن ذلك هو ما حدث فعلاً. وهناك مبدأ جوهرى للملاءمة هو أن المستثمر يجب أن يكون قادراً على امتصاص الخسائر المحتملة. وعليه، وبما أن هذا النوع من المشتقات ليس مناسباً لعمليات التحوط ولا البديل الأمثل للمضاربة، فكيف يمكن تفسير التداول الكبير عليها؟ في هذا الإطار يمكن تفسير ذلك من خلال فرضيتين أساسيتين: تنص الفرضية الأولى على أن البنوك كانت تجبر المستثمرين في بعض الأحيان على إبرام العقود كشرط لتجديد آجال قروضهم؛ تبرر الفرضية الثانية ذلك بكون هذا النوع من المشتقات كان يسعر بطريقة تجذب المستثمرين إلى المخاطر الأعلى، لأن المشتقات الدخيلة كانت تعرض أسعار صرف أفضل من تلك السائدة في سوق الخيارات والعقود الأجلة النموذجية. وتعني هذه النقطة الأخيرة ضمناً أن المستثمرين كانوا على قدر من المعرفة بالمنتجات ومخاطرها.³⁸

الشكل رقم 3. الاتجار المباشر لطرفين في المشتقات المالية (المبلغ التقديري للمتأخرات، تريليون دولار أمريكي)

الاقتصاد العالمي في الفترة 2008-2009، كان الاعتقاد السائد في مطلع عام 2010 أن الأسوأ في الأزمة المالية قد تلاشى، إلا أن انتقال آثار العدوى لتمس الدول الأوروبية، ذات المديونية العالية، وضع مشروع الوحدة الأوروبية الاقتصادية أمام اختبار حقيقي لأول مرة منذ إنشاء العملة الموحدة الأورو.⁴¹

خلال أبريل من عام (2010) بدأ الحديث عن انتقال عدوى الأزمة المالية العالمية لتصيب الأوضاع المالية السيادية لبعض الدول في الاتحاد الأوروبي، حيث بدأت تبرز مشكلة تفاقم الديون العامة والعجز في الميزانيات العامة في معظم دول الاتحاد الأوروبي، خاصة اليونان، التي تفاقمت ديونها العامة وأصبحت تهدد الاستقرار الاقتصادي الأوروبي، وتندرج بأزمة مالية عالمية جديدة، وذلك قبل أن يتأكد خروج الاقتصاد العالمي من الأزمة العالمية المترتبة على الرهون العقارية في الولايات المتحدة الأمريكية.⁴²

مع استمرار الضعف الاقتصادي وزيادة الإنفاق، اضطرت الحكومة اليونانية إلى مضاعفة الاقتراض في السنوات السابقة للأزمة المالية وخلالها، في وقت انخفضت فيه أسعار الفائدة، مما يعني ضمناً ارتباط أزمة الاقتصاد اليوناني بشكل وثيق بالأزمة المالية العالمية، حيث ضرب الركود الاقتصادي العالمي بعمق الاقتصاد اليوناني. المتمعن لأزمة الديون السيادية في دول الاتحاد الأوروبي سيلاحظ أن هذه الأزمة ورغم اختلافها ظاهرياً مقارنة بأزمة الرهون العقارية الأمريكية لعام 2008، إلا أنها تتشابه معها في كثير من النقاط، حيث إن هذه الأزمة نشبت عن عمليات الإقراض الواسعة لأصحاب الملاءات المالية الضعيفة ومن دون ضمانات، حيث أدى تسرع الدول الأعضاء

Supervision Macroprudentielle من خلال معايير بازل الثالثة *bâle III* التي هي طور التطبيق حالياً حتى عام 2019.

8. من عدوى أزمة الرهون العقارية الأمريكية إلى عدوى أزمة الديون السيادية الأوروبية
تقدم المشروع الأوروبي بخطة ثابتة مضيفاً أعضاء جدداً في كل مرة، ملغياً الحواجز الجغرافية والتجارية والمالية، محققاً بذلك إزدهاراً لا مثيل له. إلا أن نشوب الأزمة المالية العالمية لعام 2008 مثل اختباراً حقيقياً له، وكشف عيوباً كانت قد أخفتها السنوات الجيدة. عانت الاقتصاديات الأوروبية، بعد نشوب أزمة الرهون العقارية من أسوأ كساد منذ الحرب العالمية الثانية، رغم أن الإجراءات المتخذة من قبل الحكومات الأوروبية والمتعلقة بضخ سيولات إضافية في اقتصادياتها، حال دون حدوث انهيار تام للقطاع المالي. انتقلت عدوى الأزمة المالية العالمية لعام 2008 إلى الاقتصاديات الأوروبية، وزادت من التوترات داخل منطقة اليورو، فقد عانت كثير من بلدان الاتحاد من عجز كبير واقترب ذلك بنسب ديون مرتفعة. إن اعتماد دول الاتحاد الأوروبي المتزايد على تدفقات رؤوس الأموال الوافدة في تمويل النمو جعلها أكثر عرضة للعدوى. وبعد انتقال الأزمة إليها، تغيرت فكرة أن التمويل الخارجي المسند إلى المصارف سيكفل الحصول على تدفقات وافدة من رأس المال أكثر استقراراً. والأشد تأثيراً في هذا الإطار هو البلدان الأعلى تضخماً وعجزاً في حساباتها الجارية.⁴⁰

بعد التعبئة الاستثنائية لكل دول العالم في مواجهة آثار أزمة الرهون العقارية الأمريكية لعام 2008، خاصة مجموعة العشرين G20، لمواجهة الاضطرابات المالية الناتجة عن إفلاس بنك ليمان برانرز *Lehman Brothers* والانكماش الاقتصادي الحاد الذي مس

عدم قدرة اليونان على الوفاء بديونها، خاصة مع تزايد معدل العجز في الميزانية العامة، وارتفاع حجم الدين العام، فأصبحت الأزمة تهدد الاتحاد الأوروبي برمته، وطرح فكرة خروج اليونان من المنطقة الاقتصادية الأوروبية، إلا أن دول الاتحاد الأخرى قررت تقديم حزمة مساعدات مالية لليونان مقابل تنفيذها لإصلاحات اقتصادية واتباع إجراءات تقشفية، بهدف خفض معدل العجز في الميزانية إلى حدود 3% من الناتج الداخلي الإجمالي كما تشترطه معاهدات الاتحاد الأوروبي. ساهم غياب الثقة في الأسواق الأوروبية في تفاقم أزمة الديون الأوروبية، نتيجة للموقف السلبي لبعض دول الاتحاد الأوروبي في بداية الأزمة تجاه اليونان، حيث أعلنت بعض الحكومات صراحة عن عدم تقديم أي مساعدة مالية لها رغم أن ديونها في ذلك الوقت لم تكن تتجاوز 300 مليار يورو، وهو ما انعكس سلبا على جميع الأسواق الأوروبية. وفي الوقت نفسه، لا يمكن إهمال أسباب تلك الأزمة من خلال وجود اتحاد أوروبي نقدي مع انفصام في السياسة المالية، وغض الطرف عن التجاوزات المالية الحاكمة لهذا الاتحاد وفقا لاتفاقية ماستريخت وبخاصة تسجيل الديون في العديد من دول الاتحاد وفي مقدمتها اليونان.⁴⁵

تعتبر فرضية الارتباطات المتعددة ما بين الدول الأوروبية قضية مثبتة لدى الكثير من الاقتصاديين، إلا أن وجود ظاهرة العدوى بين هذه الدول لا يزال محل نقاش. قام Tamakoshi & Hamori (2011) في أعمالهما بدراسة قنوات انتقال الصدمات خلال الفترتين (2007-2009) و(2009-2011)، ما بين الدول التالية: اليونان، إيطاليا، البرتغال، إسبانيا، إيرلندا. وخلصت الدراسة إلى إثبات وجود علاقات ارتباطية

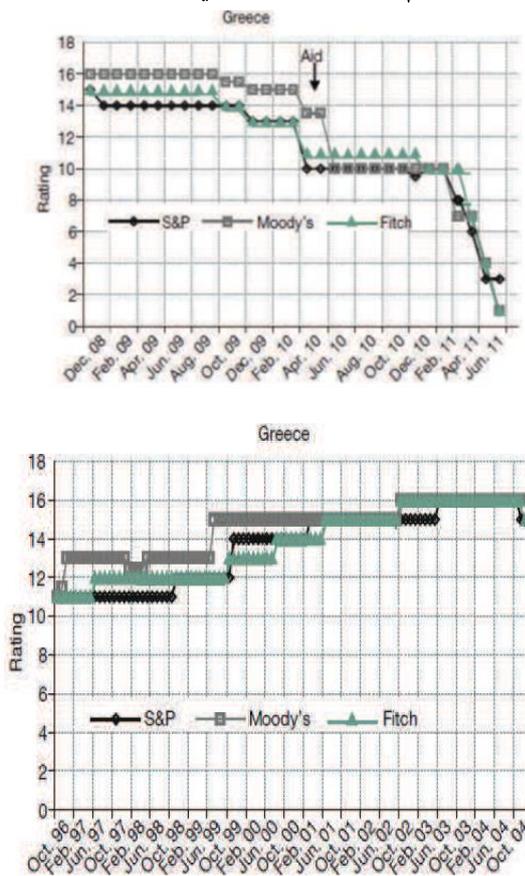
في الاتحاد الأوروبي في استثناء شروط الانضمام إليه إلى الإفراط في الاستدانة من أجل رفع معدلات النمو الاقتصادي بها وتحسين أدائها الاقتصادي، لتتبين في ما بعد المؤشرات الحقيقية المرتفعة لنسب عجز الميزانية ونسب الدين العام مقارنة بالناتج المحلي الإجمالي، في كثير من الدول، خاصة اليونان والبرتغال وإسبانيا وبريطانيا.⁴³

توسعت اليونان في الاقتراض من أجل الزيادة في الإنفاق العام لأجل إنعاش النمو الاقتصادي وتحسين مستويات الأداء، ليبلغ حجم الديون في عام 2009 نحو 406 مليار دولار، وتمثل هذه الديون ما نسبته 120% من الناتج المحلي الإجمالي، وهي ديون تمثل مخاطرة كبيرة للاقتصاد اليوناني باعتبار أنها تتجاوز حجم الناتج الداخلي الخام من جهة، كما أنها تستحق على آجال قصيرة، مما يصعب من تسييرها من جهة أخرى. تكمن مخاطر هذه الديون كذلك بالنسبة إلى الاقتصاد اليوناني لكون عجز الموازنة العامة في اليونان وصل إلى نحو 14% من الناتج الداخلي الخام، وهي نسبة تتجاوز نسب العجز التي يلزم بها الاتحاد الأوروبي أعضائه، التي لا تتعدى حدود 3%. كل هذه المشاكل بالإضافة إلى ارتفاع معدلات البطالة في اليونان التي وصلت نحو 10%، عقدت كثيرا من تجاوز المشكلة.⁴⁴

عقب ذلك، وفي جوان 2010 طلبت الحكومة اليونانية رسميا من الاتحاد الأوروبي وصندوق النقد الدولي تفعيل خطة إنقاذ تتضمن قروضا لمساعدة اليونان حتى تتجنب الإفلاس والتخلف عن سداد الديون. وعليه، ارتفعت معدلات الفائدة على السندات اليونانية كما ارتفع التأمين على هذه السندات ضد التخلف عن السداد إلى معدلات عالية. وأدى هذا إلى تخوف المستثمرين من

قبل *Standard & Poor's* في نفس الشهر، حيث خفضت التصنيف الائتماني لليونان إلى درجة التخلف الائتماني CD، وذكرت الوكالة في بيان لها أنها خفضت التصنيف الائتماني لليونان بعد إقرار الحكومة اليونانية مشروع القانون حول أحكام العمل الجماعي الذي يغير الشروط الأولية بشكل جذري، ويطلق ما يسمى بإعادة هيكله الديون.⁴⁷

الشكل رقم 4. التصنيف الائتماني للديون اليونانية



المصدر: رواق خالد، أثر أزمة الديون السيادية على واقع ومستقبل الوحدة النقدية الأوروبية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة بكرة، السنة الجامعية 2012-2013، ص 73.

يوضح الشكل أعلاه الفرق الواضح في تصنيف المديونية اليونانية خلال الفترتين من 1996 إلى 2004

متعددة قبل الأزمة للدين اليوناني، لكنها لم ترصد علاقات سببية معنوية خلال الأزمة. كما قدم Beirne & Fratzcher (2013) دراسة حول أزمة الديون السيادية لعينة من 31 دولة. خلصت الدراسة إلى أن أهم سببين لنشوب الأزمة هما ضعف وهشاشة الأساسيات الاقتصادية بالإضافة إلى ظاهرة العدوى ما بين بعض هذه الدول.⁴⁶

9. دور وكالات التصنيف الائتماني في نقل عدوى أزمة الديون اليونانية

لعبت وكالات التصنيف الائتماني دورا هاما في انتقال عدوى أزمة الديون السيادية في اليونان، حيث خفضت هذه الوكالات التصنيف الائتماني لليونان بعدة درجات وفي وقت متقارب جدا. ففي ديسمبر من عام 2009 قامت لجنة التنقيط الدولية *Standard & Poor's* بتغيير نقطة سندات الخزينة اليونانية من A إلى A-، كما قامت شركة *Fitch Ratings* بنقل التنقيط من A- إلى BBB+ بعد هذه الوكا

لتين جاء دور وكالة *Moody's* لتقوم هي الأخرى في نفس الشهر بتخفيض تنقيط الديون اليونانية من A1 إلى A2 بسبب التدهور المالي الذي شهدته الميزانية العامة في اليونان، وفي جويلية 2011 قامت نفس الوكالة بإعادة تخفيض ديون اليونان ثلاث درجات أخرى إلى Ca، وهو ما يزيد بمقدار نقطتين فقط عن حد الإفلاس المالي، وقالت الوكالة في بيان لها: إن برنامج الاتحاد الأوروبي المعلن يعني في ما يتعلق بسندات الحكومة اليونانية أن احتمال استبدال ديون مشكوك في تحصيلها ومن ثم التخلف عن سدادها قائم بنسبة 100%. وفي فيفري 2012 خفضت وكالة *Fitch* التصنيف الائتماني لليونان من CCC إلى C. أسوأ هذه التصنيفات جاء من

ومن 2008 إلى 2011، حيث أعطت كلها تصنيفات جيدة ومميزة لليونان في الفترة الأولى، سمحت لها بالدخول إلى أسواق المال الدولية نتيجة الضمانات الضمنية التي تتوفر عليها، باعتبارها عضوا في الاتحاد الأوروبي ومنطقة اليورو، لكن بعد نشوب الأزمة المالية العالمية لعام 2008، تدهورت كل المؤشرات إلى الجانب السلبي وبشكل حاد. هذا ما يطرح الاستفهام حول مصداقية تقويمات هذه الوكالات الدولية والمعايير المدرجة في التصنيف الائتماني لديون الدول.⁴⁸

من أجل تأمين استقرار الوضع المالي ودعم الحكومة الاقتصادية داخل بلدان المنطقة، أسس الاتحاد الأوروبي الصندوق الأوروبي للاستقرار المالي (FESF) تضمنه الدول من خلال رأسمال يقدر بنحو 440 مليار يورو، محاولة لتعزيز التضامن بين البلدان الأعضاء، حيث يتيح هذا الصندوق لأي بلد عضو الحصول على تمويلات مقابل التزامه ببرامج إصلاحات، فمثلا تم اللجوء إليه لإعادة تمويل إيرلندا بمبلغ 85 مليار يورو، مقابل إعادة هيكلة نظامها المصرفي وتدعيم ماليتها العامة، ما سمح لهذا البلد بالتحرك لفترة من تمويلات الأسواق. واستفادت اليونان بمبلغ 110 مليار يورو في عام 2010 و160 مليار يورو في عام 2011 والبرتغال بمبلغ 87 مليار يورو في عام 2011.⁴⁹

انتقلت دول الاتحاد فيما بعد إلى انشاء أداة دائمة لمساعدة الدول الأعضاء في تحقيق الاستقرار الدائم لاقتصادياتها هي الآلية الأوروبية للاستقرار (MES) التي حلت ابتداء من 2013 محل الصندوق الأوروبي للاستقرار المالي.⁵⁰

خاتمة

يشكل الاقتصاد الأوروبي مجتمعا أكبر كتلة اقتصادية عالمية، بحجم ناتج إجمالي يقدر بأزيد من 15 تريليون دولار، ومن ثم، فإن أزمة الديون السيادية التي عانت منها معظم الاقتصاديات الأوروبية وما نجم عنها من اتباع سياسات مالية تقشفية، قد أضعف فرص النمو والتوظيف، ليس فقط في منطقة اليورو، ولكن في اقتصاديات الدول المتقدمة والنامية على حد سواء من خلال تأثيرها السلبي على الطلب العالمي. كما كان للأزمة العديد من التداعيات الاقتصادية التي أثرت بشكل كبير على الاقتصاد العالمي برمته. فأصبحت الدول النامية والناشئة وفي مقدمتها الصين والهند هي التي تقود النمو الاقتصادي العالمي، حيث بلغ معدل نمو الدول النامية والناشئة أربعة أضعاف معدل نمو الدول المتقدمة في عام 2011.

يعد الاستقرار المالي هدفا أساسيا في الوقت الراهن في ظل العلاقات التشابكية المعقدة بين الأسواق المالية العالمية، وما أفرزته هذه العلاقات من ظاهرة انتقال الأزمات التي تنشأ بدولة أو سوق مالية معينة إلى باقي الأسواق واقتصاديات العالم بصورة آنية أحيانا، وقد قام صندوق النقد الدولي في وقت سابق باستحداث مؤشرات تعنى بالإنذار المبكر للأزمات المالية فضلا عن مجموعة من المعايير الاحترازية، تتضمن التأكيد على الشفافية وحوكمة المؤسسات المالية، وترمي إلى تجنب انتقال التأثيرات السلبية للأزمات المالية من دولة إلى أخرى واستقر الرأي على دمج كل الترتيبات في إطار أشمل وهو الاستقرار المالي.

قائمة المراجع

- 1- Mohamed Ben Abdallah & Luliana Matei, Crise ET contagion: Cas des pays de l'Europe de l'Est, Cahiers de la MSE, N°44, 2005, P 03.
- 2- Mohamed Ben Abdallah & Luliana Matei, Op. Cit, P 05.
- 3- العقون نادية، العولمة الاقتصادية والأزمات المالية: الوقاية والعلاج - دراسة لأزمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، السنة الجامعية 2012-2013، ص 75.
- 4- عمرو محي الدين، أزمة النور الآسيوية: الجذور والآليات والدروس المستفادة، دار الشروق للنشر، القاهرة، 2000، ص 88.
- 5- موسلي أمينة، عدوى الأزمات المالية، المجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية، العدد 5، 2014، ص 167.
- 6- ودان بوعبد الله، آليات المؤسسات النقدية في التوقي ومواجهة الأزمات المالية الدولية: دراسة حالة الأزمة المالية العالمية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان، السنة الجامعية 2014-2015، ص 184.
- 7- عمرو محيي الدين، مرجع سبق ذكره، ص ص 87-88.
- 8- Paul Robert Masson, Multiple Equilibria Contagion and the Emerging Market Crises, IMF Working Paper, 1999, PP 10-11.
- 9- نسبة إلى الماسون وهي رياح جنوبية غربية تهب على الهند من المحيط الهندي في فصل الصيف، وتكون مسؤولة عن موسم الأمطار الذي ترتبط به الزراعة في العديد من مناطق الهند، انظر في ذلك: عمرو محيي الدين، أزمة النور الآسيوية، ص 235.
- 10- أوكيل نسيم، الأزمات المالية وإمكانية التوقي منها والتخفيف من آثارها - مع دراسة حالة أزمة جنوب شرق آسيا، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2007-2008، ص 315.
- 11- Sophie Brana & Delphine Lahert, La propagation des crises financières dans les pays émergents: La contagion est-elle discriminante?, Revue Economie Internationale, N° 103, Paris, 2005, PP 77-78.
- 12- العقون نادية، مرجع سبق ذكره، ص 77.

تختلف الآثار المترتبة على انتقال عدوى الأزمات المالية من دولة إلى أخرى. كما تختلف أيضا التدابير والسياسات التي يجب على الدول انتهاجها للحفاظ على درجة مناسبة من الاستقرار المالي. وقد يكون التعاون الإقليمي في هذا الصدد ضروريا، حيث تتشابه الآثار المترتبة على انتقال عدوى الأزمات.

هناك تباين في نتائج الدراسات المتعلقة بنظريات تفسير عدوى الأزمات المالية. فهناك من النظريات ما يركز على الارتباطات المتعددة القوية القائمة قبل نشوب الأزمة، أو ما يعرف بالنظريات غير المرتبطة بوقت حدوث الأزمة. تخلص هذه النظريات إلى أن آليات انتشار الأزمة مستقلة وغير مرتبطة بوقت حدوثها. القسم الثاني من النظريات يهتم بالروابط التي تتولد أثناء حدوث الأزمة، بمعنى أنه وبمجرد حدوث الأزمة تظهر قنوات جديدة مختلفة عن تلك الموجودة قبل الأزمة. كما أبرزت هذه النظريات الدور البارز الذي يلعبه المستثمرون في انتشار الأزمات في إطار التكامل المالي بين الأسواق وعقلانية المستثمرين الذاتية، التي قد تؤدي إلى المغالاة في التحركات المشتركة بين الأسواق.

أثبتت الأزمة العالمية لعام 2008 فشل نموذج الدومينو في تفسير ظاهرة العدوى لذلك ظهر تفسير جديد لهذه الظاهرة، حيث يساهم الانتقال من النموذج التقليدي للإقراض أي نموذج الإنشاء للاحتفاظ إلى نموذج إنشاء القروض لتوزيعها، أي التخلص من القروض من خلال توريقها واشتقاقها بدل الاحتفاظ بها في بنود الميزانية للبنوك المنشئة، وكذا تضاعف عدد المنتخلين، إضافة إلى تعقد الابتكارات المالية إلى إنشاء قنوات جديدة لتحويل ونقل المخاطر، كما أن شركات التأمين ووكالات التصنيف الائتماني لعبت دورا كبيرا في نقل العدوى أيضا.

- 20- عقبة عبد اللاوي ونور الدين جوادي، الأزمات المالية: سجال التدويل وأطروحات التعولم الثلاثي، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي الدولي حول: الأزمات المالية والاقتصادية العالمية المعاصرة من منظور اقتصادي إسلامي، عمان، الأردن، 1-2 ديسمبر 2010، ص 08.
- 21- عقبة عبد اللاوي ونور الدين جوادي، مرجع سبق ذكره، ص ص 09-10.
- 22- عقبة عبد اللاوي ونور الدين جوادي، مرجع سبق ذكره، ص 10.
- 23- العقون نادية، مرجع سبق ذكره، ص 79.
- 24- عقبة عبد اللاوي ونور الدين جوادي، مرجع سبق ذكره، ص 14.
- 25- محمد بن بوزيان وسمية زيرار، انتشار عدوى الأزمات المالية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الثامن، جامعة بسكرة، 2010، ص 38.
- 26- موسلي أمينة، عدوى الأزمات المالية: دراسة حالة أزمة الرهن العقاري *Subprimes*، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2011-2012، ص 93.
- 27- موسلي أمينة، مرجع سبق ذكره، ص 93-94.
- 28- موسلي أمينة، مرجع سبق ذكره، ص 94-96.
- 29- رندال دود وبول ميلز، تفشي المرض: عدوى الرهونات دون الممتازة الأمريكية، مجلة التمويل والتنمية، المجلد 45، العدد 2، 2008، ص 14.
- 30- رندال دود وبول ميلز، مرجع سبق ذكره، ص 15.
- 31- أوليفيه بلانشار، العاصفة التامة: وجهة نظر في الأسباب الرئيسية الكامنة خلف الأزمة، مجلة التمويل والتنمية، المجلد 46، العدد 2، 2009، ص 37.
- 32- أوليفيه بلانشار، مرجع سبق ذكره، ص 38.
- 33- أوليفيه بلانشار، مرجع سبق ذكره، ص 38.
- 34- سوماس كيكنتار ودليلب رانا، مسارات جديدة للتمويل، مجلة التمويل والتنمية، المجلد 46، العدد 2، 2009، ص 44.
- 35- راندال دود، اللعب بالنار: شاركت شركات عبر كافة أطياف الأسواق الناشئة في عقود مشتقات دخيلة أدت إلى خسائر كبيرة، مجلة التمويل والتنمية، المجلد 46، العدد 2، 2009، ص 40.
- 36- راندال دود، مرجع سبق ذكره، ص 41.
- 37- مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية، تقارير المركز حول الأزمة المالية العالمية لعام 2008-2009، منظمة المؤتمر الإسلامي، 2009، ص ص 6-7.

- 13- Rachida Hennani & Michel Terraza, Contagions ou interdependances des principaux indices europeens? Les enseignements d'un modele chaos-stochastique, 6th Euro-African Conference in Finance and Economics (CEAFE) March 31th-April 1st, 2016, Marseille, P 07.
- 14- Rachida Hennani & Michel Terraza, Op. Cit, P 08.
- 15- Rachida Hennani & Michel Terraza, Op. Cit, P 08.
- 16- Rachida Hennani & Michel Terraza, Op. Cit, PP 08-09.
- 17- Emmanuel Jean, Les modeles de contagion: Une application à la crise de la dette souveraine européenne, Mémoire de master en sciences de gestion, université catholique de Louvain, Mons, 2011-2012, PP 13-15.
- 18- Emmanuel Jean, Op. Cit, P 15.
- 19- يطلق مصطلح الإقليمية الجديدة لتوصيف تلك الموجة التي بدأت منذ منتصف ثمانينيات القرن الماضي من علاقات وتنظيمات التكامل الاقتصادي والتجاري الإقليمي، ويستند هذا المفهوم إلى نموذجين: النموذج الأول هو التكتل التجاري الإقليمي القائم على فرصة تسيير العلاقات التجارية بين الدول الأعضاء، وبدرجة تميزها عن العلاقات التجارية مع الدول غير الأعضاء، ولهذا النموذج مستويات متعددة أدناها هي المناطق التجارية الحرة وأعلها الاتحاد الاقتصادي مثل الاتحاد الأوروبي؛ يقوم النموذج الثاني على أساس التخصص وتقسيم العمل الصناعي في مجموعة من الصناعات أو صناعة واحدة بين مجموعة من الدول التي يجمعها هذا التخصص والتقسيم في العمل، ومثال ذلك مثلث النمو الإقليمي الفرعي الذي ربط التكنولوجيا والقوة المالية في سنغفورة والعمالة والموارد في أرخبيل ريو إندونيسيا. كما يذهب البعض في تعريفه لمفهوم الإقليمية الجديدة بأنها سياسة تصميم لتخفيض معوقات تدفق التجارة بين بعض الدول بغض النظر عن كون الدول متجاورة أو حتى قريبة أو بعيدة عن بعضها، وهو ما يعرف بالإقليمية المفتوحة *Open Regionalism*، مثل تكتل الدول المصدرة للنفط OPEC. في هذا الصدد يمكن الاطلاع على: علاوي محمد لحسن، الإقليمية الجديدة: المنهج المعاصر للتكامل الاقتصادي الإقليمي، مجلة الباحث، العدد 07، جامعة ورقلة، 2010، ص 109.

- 38-راندال دود، مرجع سبق ذكره، ص ص 41-42.
- 39-راندال دود وبول ميلز، مرجع سبق ذكره، ص 18.
- 40-ماريك بيلكا، أوروبا في شدة: تختبر الأزمة الاقتصادية العالمية تلاحم الاتحاد الأوروبي، مجلة التمويل والتنمية، المجلد 46، العدد 2، 2009، ص ص 8-10.
- 41-رامون فرناديز، تقرير النشاط، التقرير السنوي لوكالة الخزينة الفرنسية، باريس، 2010، ص 2.
- 42-مركز البحوث والدراسات الاقتصادية، التقرير الاقتصادي: الاقتصاد العالمي رهن الديون الأمريكية والأوروبية، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، السعودية، إصدار سنوي، العدد 19، 2011، ص 16.
- 43-مركز البحوث والدراسات الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص ص 16-17.
44. حبيب الشمري، أزمة اليورو. 6 تداعيات على الاقتصاد العالمي أبرزها الدولة، من على الرابط التالي:
http://www.aleqt.com/2010/06/19/article_408387.html
45. التقرير الاقتصادي العربي الموحد، التطورات الاقتصادية الدولية، صندوق النقد العربي، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2012، ص 4.
- 46- Rachida Hennani & Michel Terraza, Op. Cit, PP 03-04.
- 47-رواق خالد، أثر أزمة الديون السيادية على واقع ومستقبل الوحدة النقدية الأوروبية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة بسكرة، السنة الجامعية 2012-2013، ص 72.
- 48-رواق خالد، مرجع سبق ذكره، ص 73
- 49-التقرير الاقتصادي العربي الموحد، مرجع سبق ذكره، ص 4.
- 50-رامون فرناديز، مرجع سبق ذكره، ص 2.

دور السياسة المالية في تفعيل الاقتصاد الوطني

حالة الجزائر والمغرب ومصر

أ. جمعة عبد القادر
بجامعة احمد بوقرة، بومرداس

مقدمة عامة:

الطلب إلى جرف الاقتصاد نحو هاوية التضخم النقدي، في حين يؤدي نقص الطلب إلى خلق حالة البطالة داخل الاقتصاد وانخفاض المستوى العام للأسعار.

تمهيد:

إن موضوع السياسة المالية يعتبر أحد المواضيع والوسائل الأساسية للسياسة الاقتصادية التي ينتهجها البلد، فهي تمثل المؤشر والمنسق وضابط الحالة الاقتصادية وكذا مراقبة الائتمان.

فالسياسة المالية تشمل عدة إجراءات وتدابير منتهجة من طرف وزارة المالية وهذا من أجل ضمان استقرار أسعار الصرف، وهذا ما يجعل من فعالية السياسة المالية أداة تمويل وأيضا وسيلة من وسائل السياسة الاقتصادية، مما يفرض نوعا من التوافق بين السياسة الاقتصادية والسياسة المالية، وبالتالي، فإن أي تغيير في البنية أو النظام الاقتصادي إما أن يكون عن طريق السياسة الاقتصادية وإما أن يصاحب تغييرا في هذه الأخيرة؛ وأمام هذه الوضعية فإن مجال الخيار أمام الدولة ليس واسعا، وعلى الرغم من ذلك فإن مجال التحكم في السياسة الاقتصادية بين اللجوء إلى محاولة المفاضلة بين حرص الدولة على ضمان استقلاليتها والمحافظة على سيادتها، ومن هنا نجد ثمة دعوة إلى الاعتماد على سياسة اقتصادية تنموية وأكثر فعالية وكفاءة ليس فقط بالنظر إلى حصيلتها وإنما أيضا إلى قدرتها على التأثير في الواقع الاقتصادي والاجتماعي من خلال حث بعض المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية وكبح أخرى تبعا إلى السياسة الاقتصادية للبلد.

كما يتميز الاقتصاد العالمي بنوع من الاندماج والترابط، الأمر الذي يجعل من دول العالم الثالث بلدانا تابعة ومتأثرة بكل ما يدور في البيئة العالمية وعلى الخصوص دول العالم

قال الله تعالى في كتابه العزيز: "المال والبنون زينة الحياة الدنيا والباقيات الصالحات خير عند ربك ثوابا وخير أملا". وقال أيضا في معرض إدارة المال وتسخيره في الحياة الدنيا: "ولا تاكلوا أموالكم بينكم بالباطل وتدلوا بها إلى الحكام لتاكلوا فريقا من أموال الناس بالإثم وأنتم تعلمون". في هذا السياق، تحتل السياسة المالية موضعا بالغ الأهمية في الفكر الاقتصادي الإسلامي والوضعي، وتمثل حقا خصبا لكثير من البحوث والدراسات والمقالات في مختلف بلاد العالم وتتعرض باستمرار للإضافة والتطوير من جانب الاقتصاديين على اختلاف المدارس، مما جعل هذا الفرع من الدراسات الاقتصادية حافلا باستمرار بأراء ونظريات جديدة.

وتتبع الأهمية الكبيرة للسياسات المالية من تعدد وتشابك المشكلات الاقتصادية التي تسعى الحكومات المختلفة للتغلب عليها، والتضارب الذي يحدث أحيانا عند محاولة تحقيق بعض الأهداف الاقتصادية في نفس الوقت، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى لهذه السياسة أثر واسع على كافة فئات المجتمع، وكثيرا ما تؤدي سياسة معينة إلى تحقيق مكاسب وفوائد لفئة ما وإلحاق الضرر بفئة أخرى مما يثير كثيرا من الجدل.

أضف إلى ذلك تباين النظريات والأفكار التي ينتهجها الخبراء الماليون التي تمثل أساس الاعتقاد بفعالية السياسة المالية وأثرها على الاقتصاد الوطني وكذلك المتغيرات الاقتصادية الكلية. لأجل ذلك، لا بد من وجود إجراءات وتدابير تقوم بدور المتحكم في حجم المعاملات الاقتصادية بما يتماشى والإطار العام للسياسة المالية المقترحة منها، أهدافا ووسائل، التي تحتاج إلى تحقيق الاستقرار.

كما تهدف السياسة المالية إلى جعل الطلب الكلي مساويا للعرض الكلي داخل الاقتصاد الوطني، وإلى الحفاظ على استقرار المستوى العام للأسعار، إذ قد يؤدي وجود فائض

المالية العامة وميزانية الدولة، إذ إنه يرد كتاب المالية العامة لفظ السياسة المالية إلى كلمة فرنسية قديمة FISC وتعني حافظة النقود أو الخزنة.

ومع التطور الذي طرأ على دور الدولة الاقتصادي أصبح هذا المعنى يضيق عن استيعاب الوظائف والمهام الجديدة التي أصبحت تؤديها الدول في حياة مجتمعاتها وعلى الأخص في المجالات الاقتصادية حيث نلمس اليوم وزنا متزايدا للاقتصاد العام في مقابل الاقتصاد الخاص.

ومن هذا التطور الكبير الذي حل بالمجتمعات، فإنه يمكن تعريف السياسة المالية بأنها السياسة التي تعنى بدراسة النشاط المالي للاقتصاد العام . بوحداته¹ المختلفة ذات الطبيعة الاقتصادية والإدارية . وما يشع هذا النشاط من آثار بالنسبة إلى مختلف قطاعات الاقتصاد القومي، وهي تتضمن في ما تتضمنه تكييفاً كمياً لحجم الإنفاق العام والإيرادات العامة، وكذا تكييفاً نوعياً لأوجه هذا الإنفاق ومصادر هذه الإيرادات بغية تحقيق أهداف معينة في مقدمتها النهوض بالاقتصاد القومي ودفع عجلة التنمية وإشاعة الاستقرار في قطاعات الاقتصاد الوطني، وتحقيق العدالة الاجتماعية وإتاحة الفرص المتكافئة لجمهور المواطنين بالتقريب بين طبقات المجتمع والإقلال من التفاوت بين الأفراد في توزيع الدخل والثروات.

وعرفها البعض: بأنها استخدام الدولة لإيراداتها ونفقاتها بما يحقق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في ظل ما تعتنقه من مبادئ في حدود إمكاناتها المتاحة مع الأخذ بعين الاعتبار درجة تقدمها ونموها الاقتصادي. والسياسة المالية كبرنامج تخطيطه وتنفذه الدولة عن عمد، مستخدمة فيه مصادرها الإيرادية وبرامجها الإنفاقية لإحداث آثار مرغوبة وتجنب آثار غير مرغوبة على كافة متغيرات النشاط الاقتصادي والاجتماعي والسياسي تحقيقاً لأهداف المجتمع . اصطلاح علمي حديث نسبياً حيث لم يستخدم هذا الاصطلاح بهذا التعريف قبل أزمة الكساد العالمي الكبير . ومع ذلك فلقد كانت هناك مجموعة من أسس السياسات المالية ولم تعرف بهذا الاسم.

العربي بالأخص الجزائر، المغرب، ومصر . الدول موضوع الدراسة ..

إن مثل هذا الطرح قد يكون قناعة لدى هذه البلدان وقد يكون قناعة لدى بعض الهيئات الدولية التي تقدم الإرشادات والتوجيهات لبعض البلدان التي تعاني من ضعف في بنيتها التنموية وبالخصوص القضايا الاقتصادية. وأمام كل هذا يأتي التساؤل المحوري:

تبعاً لنماذج السياسة المالية المختلفة والمعتمدة من قبل الدول والأنظمة الاقتصادية هل يمكن للسياسة المالية أن تُفعل الاقتصاد الوطني في كل من الدول موضوع الدراسة؟

تزداد أهمية هذا التساؤل خاصة إذا علمنا أن هذه الأنظمة تعاني من بنية اقتصادية تتميز بالهشاشة وعدم الاستقرار .

مثل هذه الوضعية المشتركة والمتشابهة بين الدول موضوع الدراسة جعلت أنظمتها تفكر في سياسة مالية مناسبة لأوضاعها، وفي كل الأحوال تشكل السياسة المالية أداة في يد هذه الأنظمة لتحقيق التنمية والاستقرار الاقتصادي إلا أن هذه السياسات بشكلها الممارس في بعض الأنظمة الاقتصادية كانت محتشمة وقليلة الفعالية مما دفع بهذه الأنظمة إلى التفكير والشروع في إصلاح نظامها الاقتصادي بما يحتوي من سياسات مالية، وما شجع هذا الإصلاح لجوء هذه الأخيرة إلى منظمات دولية لإبرام اتفاقات في إطار الإصلاحات الاقتصادية، حيث تعتبر هذه الإصلاحات أحد المتغيرات الأساسية، وفي مثل هذه الإصلاحات أصبح هناك شبه اتفاق بين مختلف التيارات الفكرية الاقتصادية على عدم حياديتها وكونها أداة مهمة من أدوات السياسة الاقتصادية، بل تشكل في حد ذاتها سياسة اقتصادية خاصة بعد اعتماد الدول موضوع الدراسة إصلاحات اقتصادية جذرية وعميقة خاصة أن هذه الدول ليست بعيدة ولا في منأى عن باقي الدول النامية، حيث إن نتائج الإصلاحات فيها لم تكن مشجعة، وإن مختلف الإصلاحات الذاتية لم تؤت أكلها، الأمر الذي جعلها تجد نفسها في أزمة حادة من أهم جوانبها مشكلة المديونية، وقيود اتفاقات الإصلاحات الاقتصادية مدعمة ببرامج شاملة تمس مختلف جوانب الاقتصاد الجزائري ومن بينها جانب السياسة الاقتصادية التي من ضمنها السياسة المالية. حيث كانت السياسة المالية ترادف في معناها الأصلي كلا من

¹ محمد دويدار، مبادئ الاقتصاد السياسي، الدار الجامعية، بيروت،

فلمواجهة مشكلة التضخم، يجب تحديد نوع التضخم ثم دراسته وتحليله لغرض معرفة الأسباب وعندئذ تكون قد حددت المشكلة وبعد ذلك يمكن تحديد الهدف من وراء محاربة هذا التضخم.

• **تحديد البدائل:** بهدف تحقيق الهدف المنشود من الأفضل تحديد أكثر من سياسة وعند الاستخدام تستخدم واحدة أو أكثر في حالة التضخم- المثال السابق- فإن راسم السياسة لديه عدة أساليب لمحاربة ظاهرة التضخم فقد يستخدم أدوات السياسة المالية مثل:

- فرض ضريبة معينة لامتصاص قسم من النقد الفائض.
 - خفض الإنفاق الحكومي.
- كما قد يعتمد على أدوات السياسة النقدية كأن يخفض العروض النقدية.

• **تحليل البدائل:** عندئذ يجب تحليل جميع السياسات المقترحة تحليلاً دقيقاً مع تحديد ما سوف يترتب على كل واحد من الآثار، بمعنى في ظاهرة التضخم دائماً ما هي الآثار المترتبة على خفض الإنفاق العام، وما هي الآثار المترتبة على تخفيض المعروض النقدي، وهنا يكون راسم السياسة أمامه عدة حلول وما عليه إلا اختيار الحل المناسب. كما يمكن له أن يدرس الخلفية التاريخية للحل المختار

أي معرفة الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة من خلال تطبيق هذا الحل في الماضي وهنا يمكن أن يأخذ بهذه السياسة المختارة أو يبحث عن سياسة أفضل وفي حالة التأكد من ملاءمة السياسة المختارة للظروف الاقتصادية الحالية وعندئذ يكون في الخطوة الأخيرة المتمثلة في اتخاذ قرار يتبنى السياسة المختارة الملائمة.

أدوات السياسة الاقتصادية

يمكن تقسيم الأدوات المتاحة للتحكم في النظام الاقتصادي إلى المجموعات التالية:

- أدوات السياسة النقدية.
- أدوات السياسة المالية.
- نشاط الأعمال العام.
- التدخل المباشر من خلال الامتيازات والقيود والأوامر والتراخيص.

ونخلص من ذلك إلى أن السياسة المالية التي بموجبها تستعمل الحكومة برامج إيراداتها ونفقاتها وموازنتها العامة وذلك بهدف إنتاج آثار مرغوبة وتجنب الآثار غير المرغوبة في ظل ما تعتقه من مبادئ.

فالمكانة التي تحتلها السياسة المالية اليوم في الفكر الحديث لم تحدث طفرة واحدة فقد كان دورها باهتاً في العصور القديمة، أما في الفكر التقليدي فكان مطلوباً منها أن تكون محايدة تماماً انسجاماً مع طبيعة الفكر السائدة آنذاك.

وبقيت حال السياسة المالية على هذا الوضع إلى أن ظهرت في الأفق الأزمات الاقتصادية وبصفة خاصة الأزمة العالمية التي اجتاحت العالم سنة 1929، إلا أنه يمكن القول بأن التطور الأعظم الذي لحق بالسياسة المالية قد نبع من الإسهام الكبير للاقتصادي جون ماينرد كينز في مؤلفه . النظرية العامة في العمالة والنقود مع تأكيده على فشل آليات السوق وحدها في علاج المشاكل الاقتصادية وخاصة مشكلة الكساد وما ترتب عليه في الواقع العملي من ضرورة تبني آراء كينز الخاصة بتدخل الدولة في النشاط الاقتصادي والانتقال من نطاق الدولة الحارسة إلى المتدخلة بسياسة مالية مناسبة.

مامية السياسة الاقتصادية:

تستعمل كلمة سياسة في لغة العرب مصدراً لاساسة يسوس وتطلق بكثرة ومعناها يدور حول تدبير الشيء والتصرف فيه بما يصلحه، كما يقصد بها تدبير أمر عام في جماعة ما تدبيراً يغلب عليه الإحسان؛ ويقصد بها منذ أن استعملها الإغريق تدبير أمور الدولة، كما استخدمت بمعنى علم إدارة الدول، ومنها أنها طريقة الحكم، كما عرفت أيضاً بأنها مبادئ وقواعد إدارة المجتمع كالسياسة الاقتصادية، السياسة التجارية، السياسة النقدية والسياسة المالية.

أسلوب إعداد السياسة الاقتصادية

لكي يستطيع راسم السياسة الاقتصادية إنجاز عمله في إعداد السياسة بكفاءة لا بد من اتباع أسلوب معين يسترشد به لتحقيق غايته. وهذا الأسلوب يتكون من عدة خطوات وهي:

- **تحديد الهدف:** قبل تحديد هدف أي سياسة لا بد من التعرف على المشكلة المراد رسم السياسة لحلها، وحتى تحدد المشكلة بدقة لا بد من التعرف على الظروف المحيطة بها.

السياسة التجارية:

تتمثل السياسة التجارية في مجموعة الإجراءات التي تطبقها السلطات ذات السيادة في مجال تجارتها الخارجية قصد تحقيق أهداف معينة محددة سابقا.

مما سبق، يتضح أن السياسة التجارية كأى سياسة عموما لها بعدان: الأول يتمثل في الأهداف التي تعمل السياسة على تحقيقها، في حين الثاني يتجسد في الأدوات التي تستخدمها هذه السياسة لتحقيق تلك الأهداف. فهناك أهداف كثيرة للسياسة التجارية أهمها: تحقيق موارد مالية لخزينة الدولة، تحقيق توازن ميزان المدفوعات، بالإضافة إلى إعادة توزيع الدخل القومي وحماية الإنتاج المحلي من المنافسة الأجنبية، وأخيرا الحد من التقلبات الخارجية على الاقتصاد الوطني. وحتى تستطيع السياسة التجارية تحقيق هذه الأهداف تعتمد على حزمة من الأدوات التي تتمثل في كل الوسائل المباشرة وغير المباشرة مثل: الرقابة على الصرف، اتفاقيات التجارة والدفع، الإعانات، نظام الحصص، ترخيص الاستيراد، الرسوم الجمركية.

تطور أداء السياسة المالية بالجزائر:

عرف الاقتصاد الجزائري منذ الاستقلال تغيرات عديدة ساهمت بشكل كبير في تغيير المفاهيم والإيديولوجيات وكذا الاستراتيجيات وبالتالي تغيير القرارات والأنظمة. وعليه يمكن رد عوامل تطور السياسة المالية بالجزائر إلى ثلاثة محددات متداخلة ومتكاملة وهي: المحدد الاقتصادي والمذهبي المتمثل في حتمية تغيير الهيكل الاقتصادي، المحدد الاجتماعي المتمثل في ضغط الطلب على الخدمات العمومية والمحدد المالي المتمثل في اليسر المالي الناتج عن قطاع المحروقات. إن السير الحسن للسياسة المالية واستقرار معدلات الدين العمومي والعجز الموازني، مرهون أولا بالإيرادات العامة وخاصة منها الجباية البترولية، وبالتالي، فإن القدرة على تحمل السياسة المالية والعجز الموازني تبقى بدورها مرهونة بتقلبات أسعار النفط في الأسواق العالمية، وهذا ما يضيء ميزة الضعف على السياسة المالية بالجزائر.

إن أهم ميزة تتصف بها الموازنة العامة هي تبعيتها الكلية إلى تقلبات أسعار النفط حيث شهدت الفترة 1975 - 2000 عجزا موازنيا أساسيا قدره 3% من الناتج المحلي الخام كمتوسط سنوي لهذه الفترة. وهذا ما يعطي ديناميكية غير محتملة للدين

للإشارة، فإن المعنى الواسع للسياسة الاقتصادية يمكن أن يجمع كل القواعد التي تحكم السلطات العامة، وهي بصدد التدخل في الحياة الاقتصادية في حين إن المعنى الضيق للسياسة الاقتصادية يجعلها تنحصر في جانب واحد من الجوانب الثلاثة للتدخل بحيث تحتل الجانبين الآخرين السياسة المالية والسياسة النقدية فهي بذلك تقوم بالرقابة المباشرة للمتغيرات الأساسية للاقتصاد القومي مثل الإنتاج والاستثمار والاستهلاك والادخار والصادرات والواردات والإعانات والصرف الأجنبي والأجور.

مما سبق، يتضح أن السياسة الاقتصادية بالمعنى الواسع يمكن أن تضم السياسة المالية والسياسة النقدية بالإضافة إلى السياسة التجارية التي هي جزء منها وتختص بأمور الصادرات والواردات والإعانات والصرف الأجنبي.¹

السياسة المالية والسياسة النقدية:

من حيث تأثير كل من السياسة النقدية والمالية على الاقتصاد نجد أكثر من وجهة نظر حول هذا الموضوع، فالنقدون يرون أن السياسة النقدية هي أكثر فعالية في توجيه الاقتصاد عن السياسة المالية، سواء في المدى القصير والطويل ولهذا² تراهم يهتمون السياسة المالية وحسب رأيهم أن نمو المعروض النقدي بنسب محسوبة شرط ضروري وكاف من أجل نمو الدخل في حين إن الكينزيين يعظمون دور السياسة المالية في التأثير على النشاط الاقتصادي وأنها لا تقل عن السياسة النقدية في ذلك، ومهما يكن من اختلاف في وجهات نظر الاقتصاديين، فإن التنسيق بين السياسة المالية والنقدية يعتبر أمرا ضروريا وذلك لأن لكل منها تأثيرات مشتركة على النشاط الاقتصادي. وتهدفان إلى تحقيق الاستقرار الاقتصادي للناتج والأسعار والعمالة وميزان المدفوعات ولكن يجب التنويه على أن المقصود بالتنسيق هنا ليس بالضرورة أن يكون كل من السياسة المالية والنقدية متلازمتين توسعا وانكماشيا فقد تتضمن السياسة العامة سياسة مالية توسعية مثلا وسياسة نقدية انكماشية أو العكس.

1- أحمد جامع، تحليل الاقتصاد الكلي، دار الثقافة الجامعية، القاهرة،

1990، ص 241

2- طارق الحاج، المالية العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان،

1999، ص 201

2.2	8.25	2004
1.4	12.85	2006
0.8	14.41	2007
0.9	5.36	2008

الجدول 1: مقارنة العجز الأساسي بفوائد الديون بالجزائر (1993-2008)

من خلال الجدول أعلاه نرى اتجاهها عاما نحو ارتفاع الرصيد الموازي الأساسي عن فوائد الدين العمومي بدءا من سنة 2000 وهذا ما يوحي بوجود قدرة نسبية على تحمل الدين العمومي.

السياسة المالية في الدول الرأسمالية (المتطورة اقتصاديا):

يتمثل هدف السياسة المالية في الدول الرأسمالية في السعي لتحقيق الاستقرار الاقتصادي والعمالة الكاملة، حيث يقوم القطاع الخاص أساسا بوظيفة الإنتاج فإذا حدث كساد مثلا في الاقتصاد الرأسمالي المتقدم تستخدم السياسة المالية لزيادة مستوى الطلب ورفع الإنفاق الكلي حتى يتساوى مع قيمة الإنتاج (العرض الكلي من السلع والخدمات) الذي يتحقق عند مستوى العمالة الكاملة لعوامل الإنتاج ويمكن رفع مستوى الطلب بواسطة السياسة المالية بأكثر من طريقة لعل أهمها ما يلي:

.زيادة مشتريات الحكومة من السلع والخدمات بمعنى زيادة الإنفاق العام.

.اتخاذ الخطوات اللازمة لرفع مستوى الإنفاق الخاص معا، أي زيادة مشتريات الحكومة من السلع والخدمات وزيادة المدفوعات التحويلية أو خفض الضرائب.

وتؤدي زيادة الطلب الذي يسعى إليه الاقتصاد الرأسمالي في حالة الكساد إلى زيادة العمالة والإنتاج مما يؤدي إلى زيادة العرض وبالتالي يقترب الاقتصاد الوطني شيئا فشيئا من حالة العمالة الكاملة¹

أما في الحالة المعاكسة حيث يزيد الطلب الكلي زيادة كبيرة لا تقابلها زياد مماثلة في الدخل الحقيقي، فإن هذا سيؤدي إلى حدوث حالة تضخم في المجتمع عندئذ تستخدم السياسة

العام إلى غاية بداية التسعينيات، حين لعبت التعديلات الموازنة دورا مهما في تحويل هذا العجز الأساسي إلى فائض قدر بـ: 2.3 % من الناتج المحلي الخام كمتوسط سنوي 1996 . 2000.

وعليه، فإن معظم مؤشرات التبعية توحي بأن عدم استقرار الإيرادات البترولية كان هو المصدر الأساسي لتقلبات الميزانية بالجزائر .

كما يتضح لنا مدى تأثير عجز الموازنة الأساسي بالإيرادات البترولية، مما جعل التوازنات الموازنة بالجزائر تتغير دوريا مع أسعار النفط.

فمثلا انخفاض أسعار النفط سنة 1986 أدى إلى ارتفاع حجم الدين العمومي خاصة منه المديونية الخارجية بحيث انتقلت نسبة خدمة المديونية من الناتج المحلي الخام من 8.27 % سنة 1986 إلى 21.07 % سنة 1991، مما كان له الأثر السلبي على ملاءمة الدولة ومدى القدرة على الاستمرار في تحمل السياسة المالية والعجز الميزاني آنذاك. عودة الارتفاع التدريجي لأسعار النفط بدءا من الثلاثي الأخير لسنة 1999 انقلبت بشكل إيجابي على قدرة التحمل الميزاني بالجزائر . ونلمس ذلك من خلال تحسن الرصيد في الميزان الكلي الذي انتقل من عجز قدره 3.7 % من الناتج المحلي الخام سنة 1998 إلى فائض قدره 13.6 % من هذا الناتج سنة 2006، كما أدى إنشاء صندوق الإيرادات بدءا من سنة 2000 إلى استغلال تلك الراحة المالية في خفض نسبة الدين العمومي الكلي من الناتج المحلي الخام 98.9 % سنة 1995 إلى حدود 16 % من هذا الناتج سنة 2006

العجز	السنة	العجز الأساسي	فوائد الدين
1993	6.4	2.3	
1994	1.6	2.8	
1995	1.7	3.2	
1996	2.2	3.5	
1997	6.31	4	
1998	0.09	3.9	
1999	3.4	3.8	
2000	13.9	4	
2001	7.5	3.47	
2002	3.3	3.07	
2003	7.44	2.3	

1- عادل أحمد حشيش، أساسيات المالية العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996 ص 50

حالة زيادة الإنفاق يزيد عن حجم المضاعف في حالة تخفيض الضرائب.

2- السياسة المالية المتمثلة في التمويل بالفائض: هناك عدة أساليب لتطبيق هذا النوع من السياسة المالية:

أ. زيادة الإيرادات الضريبية: يستعمل هذا الأسلوب خاصة في أوقات التضخم الاقتصادي حيث يهدف إلى امتصاص القدرة الشرائية للأفراد وقد لا يكون لهذا الأسلوب أثر إلا إذا انصب على تقليل الاستهلاك وهنا نفع في أثر سلبي آخر حيث إن المتأثر بهذه الزيادة في الإيرادات تكون الفئة ذات المداخل المتدنية.

ب. التوسع في إصدار القروض العامة: ويعني ذلك أن تقرض الحكومة من الجمهور عن طريق إصدار أوراق مالية وبيعها إلى الجمهور ويكون ذلك الاقتراض إما اختيارياً أو إجبارياً. القرض السندي كمثال على ذلك.

ج. الحد من الائتمان المصرفي: ويكون ذلك عن طريق سياسة البنك المركزي المتمثلة في بيع الأوراق المالية في السوق المفتوحة، رفع نسبة الاحتياطي، سعر إعادة الخصم، وكل هذا للتأثير على كمية النقود المعروضة وسعر الفائدة وبالتالي التأثير على حجم الاستثمار.

أهداف السياسة المالية: ¹

للسياسة المالية كغيرها من السياسات عدة أهداف تسعى لتحقيقها نذكر من بينها:

* **التوازن المالي:** ويقصد بالتوازن المالي استخدام موارد الدولة على أحسن وجه كأن تستخدم القروض للأغراض الإنتاجية وأن يتسم النظام الضريبي بالصفات التي تجعله يلائم حاجات الخزنة العامة من حيث المرونة والغرارة ويلائم في الوقت ذاته الممول من حيث عدالة التوزيع ومواعيد الجباية.

* **التوازن الاقتصادي:** ومعنى التوازن الاقتصادي هو الوصول إلى حجم الإنتاج الأمثل ولذلك على الحكومة الموازنة بين نشاط القطاع الخاص والقطاع العام معاً للوصول إلى أقصى إنتاج ممكن، ويتحقق التوازن بين القطاعين الخاص والعام عندما يصل مجموع المنافع الناتجة عن

المالية وسائلها لخفض مستوى الطلب ومستوى الإنفاق الكلي حتى يتعادل مع قيمة الإنتاج.

يتضح مما سبق أن دور السياسة المالية في المجتمعات الرأسمالية إنما هو دور فعال ومهم في كثير من الحالات لتحقيق الاستقرار الاقتصادي في مستوى التشغيل والدخل، غير أن رسالتها تقتصر على موازنة ومساندة الاستثمار الخاص، وسد أي فجوة كانت انكماشية أو تضخمية قد تطرأ كنتيجة لنقص حجم الاستثمار الخاص أو زيادة الإنفاق الكلي بالقر الكافي.

أنواع السياسة المالية:

1- السياسة المالية المتمثلة في التمويل بالعجز: وتكون من خلال الطرق التالية:

أ. التوسيع في النفقات العامة: وتتمثل في زيادة الدولة من نفقاتها على المرافق الخدمية وعلى المشروعات العامة، كما تزيد من النفقات التحويلية كالزيادة في الإعانات على ذوي الدخل المحدود أو العاطلين عن العمل أو الأطفال... إلخ وتأخذ هذه الإعانات الحكومية شكلاً نقدياً أو عينياً مثل: الملابس، الحليب، خدمة الصحة... إلخ، وهذا النوع من الدعم يزيد من مقدرة الأفراد على الإنفاق مما يؤدي بدوره إلى زيادة الاستثمار وزيادة العمالة.

ب. التسريع في سداد جزء من القروض العامة: حيث إن قيام الدولة بسداد قروضها قبل موعد الاستحقاق يدفع بالقدرة الشرائية في المجتمع إلى الأمام ويكون ذلك عن طريق إحلال النقود محل الأوراق المالية في صناديق البنوك مما يزيد من الاحتياطي النقدي لها ومقدرتها على التوسع في الائتمان المصرفي.

ج. تخفيض الإيرادات الضريبية: والهدف من وراء هذا التخفيض هو بعث قدرة شرائية جديدة في المجتمع، حيث يشير علماء المالية إلى أن تخفيض الضرائب يزيد من صافي الدخل الفردي وبالتالي من زيادة الإنفاق الاستهلاكي وهذا بشرط أن ينفق هؤلاء الأشخاص الذين مسهم التخفيض تلك الزيادة في صافي الدخل على السلع الاستهلاكية والخدمات ولا يكتفوا بإضافتها إلى أرصدهم النقدية.

ومن هنا يتضح أن فعالية زيادة حجم الإنفاق العام أكثر فعالية من تخفيض الضرائب لأن مضاعف الاستثمار في

2- حمدي عبد العظيم، السياسات النقدية والمالية، مقارنة إسلامية،

مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1976، ص 225

انخفاض الاسعار مما يولد ضغوطا على الطلب كما لا ينبغي أن يطغى تشجيع نمو رأس المال المادي على حساب رأس المال البشري أو المعرفة لأنه سوف يميل إلى تقليل الإنتاج لا إلى زيادته.

3- دور السياسة المالية في تحقيق التوظيف الكامل:

يعتبر التوظيف الكامل أحد المطالب الأساسية للتنمية الاقتصادية وركيزة أساسية لنجاحها، ونقصد هنا بالتوظيف الكامل توظيف كل عوامل الإنتاج، وعموما فإن هناك فرضيتين أساسيتين لتتمكن الأنظمة الحكومية من الحفاظ على المستوى الكلي للإنتاج والتوظيف وهما:

الفرضية الأولى: يفترض أن الأنشطة المالية الحكومية تستطيع أن تشجع الوحدات الاقتصادية على تغيير إجمالي إنفاقها النقدي على السلع والخدمات

الفرضية الثانية: يفترض أنه بفضل التأثير على الإنفاق النقدي الكلي فإنه يمكن المحافظة على الإنتاج والتوظيف من الهبوط والمحافظة على الأسعار

السياسة المالية في مصر:

شهدت مصر تغيرا ملحوظا في اتجاه سياستها المالية خلال عام 1982 فقد تأثر اقتصادها بدرجة كبيرة بتدهور إيراداتها العامة ونتيجة لذلك فقد اتبعت مصر سياسة مالية مقيدة استهدفت الحد من التوسع في الإنفاق الحكومي كوسيلة للتحكم في حجم الطلب الكلي، حيث شهدت انخفاضا ملحوظا في مستوى العجز الكلي، في حين تباينت اتجاهات التغيير في الإيرادات الحكومية فقد شهد الاقتصاد المصري تحسنا ملحوظا في نمو الإيرادات نحو 21%² واستمر الوضع المالي في التحسن حتي سنة 1993، حيث انخفض العجز المالي إلى أقل من نصف ما كان عليه في العام السابع ليصل إلى 1.6 مليار دولار أي ما يقارب (3.4%) من الناتج المحلي الإجمالي ويرجع هذا السبب في معظمه إلى

1- مصطفى عبد مصطفى إبراهيم، الآثار المتبادلة بين السياسة البيئية والسياسة النقدية والمالية والتجارية - الاقتصاد المصري نموذجا - مجلة علوم إنسانية، السنة 07، العدد 42/2009 على الموقع

Ln.muLu.WWW

المنشآت الخاصة والعامه معا إلى أقصى حد مستطاع أي استغلال إمكانيات المجتمع على أحسن وجه للوصول إلى حجم الإنتاج الأمثل.

* التوازن الاجتماعي: ويقصد به وصول المجتمع إلى أعلى مستوى ممكن من الرفاهية لأفراده في حدود إمكانياته ولا ينبغي أن تقف السياسة المالية عند حد زيادة الإنتاج بل يجب أن يقرن هذا الهدف بإيجاد طرق عادلة لتوزيع ذلك الإنتاج على الأفراد.

* التوازن العام: وهو التوازن بين مجموع الإنفاق العمومي (نفقات الأفراد للاستهلاك والاستثمار بالإضافة إلى نفقات الحكومة) وبين مجموع الناتج الوطني، ولتحقيق هذا الهدف تستخدم الحكومة العديد من الطرق من بينها: الضرائب، القروض الإعانات الإعفاءات والمشاركة مع الأفراد في تكوين المشروعات وغيرها.

الأدوار غير المباشرة للسياسة المالية:

1- دور السياسة المالية في استغلال الموارد الطبيعية:

تقوم السياسة المالية بدور كبير في تشجيع استغلال الموارد الطبيعية (الأرض، المناجم، مساقط المياه، البترول والغاز... إلخ) وتشجيع المشروعات والأفراد على الاستثمار فيها، حيث عن طريق السياسة الضريبية يمكن تشجيع استغلال تلك الموارد وذلك من خلال (الإعفاءات الضريبية سواء بالتخفيض أم التريخ). إضافة إلى ذلك يمكن للسياسة المالية أن تستعمل أحد أدوارها المتمثل في الإنفاق العام من خلال تقديم إعانات مخصصة للاستثمار في مجال الموارد الطبيعية وخلق فرص عمل جديدة إضافة إلى استخدام سياسة القروض لتشجيع الاستثمار في هذا المجال بفوائد مميزة وعلى فترات طويلة.

2- دور السياسة المالية في زيادة الإنتاج:¹

يظهر دور السياسة المالية في زيادة الإنتاج من خلال الإنفاق العام حيث يساعد هذا الأخير على تحويل الموارد الاقتصادية بين الاستخدامات والمواقع المختلفة ويكون هذا الإنفاق إما عن طريق تقديم الإعانات للمشروعات الخاصة أو القيام بمشروعات عامة تهدف إلى زيادة الإنتاج، وفي الجهة المقابلة قد تؤدي سياسة الإنفاق في سلع وخدمات معينة إلى

¹ - عبد المطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد القومي، مجموعة النيل العربية للنشر مصر، الطبعة الأولى،

5.018	22.882	17.863	2003
4.964	21.845	16.882	2004
4.638	20.768	16.130	2005
6.810	23.768	16.958	2006
5.471	22.127	16.656	2007
5.665	22.221	16.556	2008

المصدر: مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية العدد 07 لسنة 2011

الشفافية والسياسة المالية في مصر:

أصبحت الشفافية مسألة ضرورية ومهمة لكافة المجتمعات حيث يرى خبراء صندوق النقد الدولي أن الشفافية هي الانفتاح على الجمهور في ما يتعلق بهيكل وظائف القطاع الحكومي ونوايا السياسة الاقتصادية وحسابات القطاع العام، ولهذا أصبح مقدار الشفافية الذي تتسم به الموازنة العامة أحد المعايير للحكم على حسن إدارة المالية العامة جنبا إلى جنب مع محور السياسة المالية، من هنا تأتي أهمية مؤشر شفافية الموازنة باعتباره أول دليل في هذا المجال استنادا إلى استطلاعات للرأي مفصلة قام بها خبراء محليون في 59 دولة وهو عبارة عن 122 سؤال لجمع معلومات مقارنة بقدرة المواطن على الحصول على معلومات تتعلق بالموازنة وكمية المعلومات المتاحة، وتوصل المؤشر إلى النتائج التالية:

1. أن فعالية المواطنين في مناقشة الموازنة ووضعها لدى 53 دولة أي نحو 90% من بلدان محددة للغاية، وهناك ست دول فقط تقدم معلومات وافرة وضرورية لمسألة الحكومة وهي: (فرنسا، نيوزيلندا، سلوفينيا، جنوب إفريقيا، المملكة المتحدة، الولايات المتحدة).
 2. هناك نحو 32 دولة أي نحو 54% لا تنشر تقارير الموازنة الرئيسية ويقتصر استخدامها داخليا فقط لفائدة الحكومة.
 3. هناك ست دول تبقى موازنتها سرية إلى أن يتبناها المجلس التشريعي بشكل يمنع أي مشاركة عامة في دراسة الموازنة (أنغولا، بوركينا فاسو، تشاد، الصين، منغوليا، فيتنام).
 4. نصف الدول تقريبا لا تعقد جلسات عامة عن الموازنة.
 5. يوجد 16 دولة يمكن للسلطة التنفيذية أن تطرد رئيس هيئة الحسابات الخارجية دون موافقة القضاء أو السلطة التشريعية
- الأهداف الاقتصادية والاجتماعية للسياسة المالية في مصر:

حرص الحكومة على متابعة إجراءات ضبط الإنفاق وتحسين الإيرادات في إطار برنامج الإصلاح القاضي بتقليص دور القطاع العام في الاقتصاد، مع توسع دور القطاع الخاص وتنفيذ برنامج الخصخصة حيث تم تقليص حجم الاستثمارات العامة وترشيدها دعم السلع مما أدى إلى زيادة أسعار الطاقة بشكل ملموس. واكتسبت السياسة المالية بعدا مهما في مجال توفير البيئة المستقرة والمناسبة لتشجيع الادخار والاستثمار الخاص، وتعزيز دور القطاع الخاص في الاقتصاد لأن زيادة دوره تتوقف إلى حد كبير على ما تقدمه السياسة المالية من حوافز مشجعة لنشاط هذا القطاع، فضلا عن انتهاج سياسة مالية أكثر ثباتا في مجال خفض العجز الذي يمكن تمويله عبر مصادر الادخار الحقيقية وضبط معدلات نمو الاقتراض الحكومي وربطه بالحاجة الإنمائية للإنفاق العام، فضلا عن توجيه السياسة المالية نحو تقديم الحوافز الإنتاجية والاستثمارية للقطاع الخاص كخفض النسب الحدية لضريبة الدخل وتخفيض الضرائب على الأرباح في نطاق الأنشطة الإنتاجية في البعض الآخر.

والجدول رقم 2 يوضح بيانات عن الإيرادات العامة والنفقات العامة وعجز الموازنة للفترة: 1990 . 2008.

الجدول 2 الإيرادات والنفقات العامة وعجز الموازنة /مليون \$ في مصر المدة 2008/1990

السنوات	إيرادات عامة	نفقات عامة	العجز والفائض
1990	8.449	12.744	4.295
1991	8.676	12.075	3.399
1992	11.354	13.572	2.218
1993	15.420	18.589	3.168
1994	14.006	15.606	1.600
1995	15.521	16.613	1.092
1996	16.431	17.180	0.748
1997	17.952	18.835	0.883
1998	19.033	19.720	0.687
1999	20.071	20.897	826.
2000	20.934	23.563	2.628
2001	21.650	25.440	3.790
2002	19.164	24.194	5.029

(و) توسيع نطاق أسواق التصدير ونوعية المنتجات المصدرة وإلغاء أي سياسة داعمة لتصدير منتجات لا تتميز بقيمة مضافة عالية، أو بوفرة في التشغيل.

تدعيم العدالة الاجتماعية:

على الرغم من المخصصات الضخمة التي تم توجيهها على مدار العقود الماضية إلى الإنفاق على المجالات الداعمة للبعد الاجتماعي إلا أن هذا لم ينعكس على الأحوال المعيشية للمصريين بصورة تتناسب مع حجم الإنفاق فقد حاولت الحكومات المتعاقبة احتواء الطموحات الشعبية من زيادة الأجور والمعاشات ومع الحفاظ قدر المستطاع على ورة المواد الغذائية والخدمات العامة رغم ارتفاع تكلفتها بصورة مضطربة إلا أن هذا لم ينعكس بالشكل المأمول على جودة الحياة نظرا إلى عدم توافر الموارد الكافية لذلك التي تمتصها هذه الزيادات وباقي الخدمات. ومع اتساع فجوة العجز بالموازنة العامة لم يتم تحقيق تقدم في الجانب الاجتماعي سواء في محاربة الفقر أم تحسين الأحوال المعيشية للمواطنين يتناسب مع المبالغ والمخصصات الضخمة للإنفاق على الدعم والتحويلات النقدية والبرامج الاجتماعية التي قاربت 1000 مليار جنيه على مدار السنوات العشر الأخيرة بخلاف ما يتم إنفاقه على الصحة والتعليم والاستثمارات في البنية التحتية، لذا بات ضروريا أن تكون هناك وقفة جادة وحاسمة في تغيير إدارة منهجية الاقتصاد القومي وفعالية الإنفاق الحكومي، وبخاصة على الجانب الاجتماعي، كما أصبحت هناك ضرورة لإيجاد موارد مالية تمكن الحكومة من الوفاء بحق المواطن المصري في تحسين أحواله المعيشية وتحقيق مظلة حماية اجتماعية كريمة توفر له الأمان.

تحقيق الانضباط والاستقرار المالي:

إن أهداف ارتفاع معدلات التشغيل وزيادة الإنفاق الاجتماعي لن تتحقق دون وجود استقرار مالي واقتصادي على المدى المتوسط وهو ما يتطلب اتباع سياسة مالية منضبطة ومتوازنة تضمن توليد موارد مالية متجددة ومنظمة لإيجاد تمويل يكفي لتلبية حاجات المواطن المصري في مستوى معيشي أفضل.

وسوف يتطلب تحقيق الاستقرار المالي اتخاذ إجراءات اقتصادية جادة وفاعلة يتحمل عبءها وجوبا جميع القطاعات دون استثناء عدا الفقراء ومحدودي الدخل وحدهم والذين

تتمثل أهداف السياسة المالية التي يتم على أساسها إعداد مشروع الموازنة العامة للسنة المالية 2014/2015 في التالي

زيادة معدلات التشغيل: التشغيل هو خط الدفاع الحصين والأهم في محاربة الفقر وتحسين الأحوال المعيشية، وهو ما يتطلب عودة تدفقات الاستثمار المحلي والأجنبي بصورة مستقرة وهناك عدة عناصر رئيسة للدفع بعجلة الاستثمار والتشغيل إلى المعدلات المطلوبة لتوليد فرص عمل حقيقية وفوائض مالية ينتجها النشاط الاقتصادي ذاتيا تتلخص في البنود التالية

(أ) . تحقيق الاستقرار الاقتصادي على مستوى المؤشرات الكلية وأهمها خفض معدلات العجز بالموازنة العامة، والميزان الجاري بميزان المدفوعات ومعدلات التضخم، وتكلفة التمويل (التي تعكس في طياتها أيضا حجم المخاطر في الاقتصاد المصري). مما يحقق زيادة معدلات الادخار والاستثمار، وكذلك يجب أن يتم تحقيق هذا الاستقرار من خلال إجراءات اقتصادية هيكلية مع مراعاة الاعتبارات المؤسسية الداعمة لاستقرار السياسة الاقتصادية والقدرة على توقعها.

(ب) . تحسين مناخ الأعمال وتحقيق بيئة مواتية للاستثمار ويشمل ذلك مراجعة التشريعات الاقتصادية والتأكد من تنقيتها وعدم وجود تضارب في طياتها، وحماية العقود التي تمت في السابق طالما أنه لم تشبها شائبة فساد، وهو ما يبعث برسالة مهمة نحو جدية مصر في احترام تعاقدها، واتخاذ كافة الإجراءات الداعمة لسرعة استصدار التراخيص والعمل في بيئة صحية للأعمال تتسم باليسر والمنافسة العادلة والقدرة على التنبؤ.

(ج) التأكيد على توفير الطاقة المطلوبة لمختلف الأنشطة بما في ذلك تنوع¹ مصادرها والاتجاه بقوة نحو الطاقة الجديدة والمتجددة.

(د) تحقيق التوازن بين حقوق العمال وأصحاب العمل وواجبات كل من الطرفين بما يحقق الصالح العام للشعب المصري ويدعم رفع إنتاجية العامل المصري لتواكب المعدلات العالمية بالنسبة إلى الأجر، ومع الاهتمام بالتدريب والتأهيل.

(هـ) إلغاء كافة السياسات الداعمة لتوجيه رؤوس الأموال للاستثمار في صناعات كثيفة الاستخدام للطاقة وهي طبيعتها غير كثيفة لاستخدام للعمالة بالنسبة إلى حجم استثماراتها.

1- البيان المالي عن مشروع الموازنة العامة لدولة مصر العربية للسنة المالية 2014/2015

أدت هذه السياسة الهادفة إلى دعم القدرة الشرائية للمواطنين وتعزيز الاستثمار إلى تدهور عجز الميزانية الذي انتقل من فائض بلغ 0.4% من الناتج الداخلي الخام سنة 2008 إلى عجز بنحو 6% سنة 2011 و7.3% سنة 2012 ونتيجة لذلك ارتفعت نسبة المديونية من 47.1% من الناتج الداخلي الخام سنة 2009 إلى نحو 59.6% سنة 2012.

كما يعتبر الحفاظ على التوازنات الاقتصادية الكلية من بين الأولويات الكبرى التي التزمت بها الحكومة في إطار قانون المالية لسنة 2014 وذلك بهدف تعزيز مناخ سليم ومستدام لتمويل النمو وتنمية البلاد، وهكذا يقترح القانون عدة تدابير تهدف إلى العمل على استقرار الموجودات الخارجية وذلك من خلال إنعاش الصادرات وتقنين الواردات، إضافة إلى تعبئة الموارد من العملة الصعبة والتحكم في عجز الميزانية.

خلاصة

مما سبق، يتضح لنا أن السياسة المالية في الدول العربية الثلاث، تتشابه إن لم نقل إنها تقترب إلى المطابقة في أحيان كثيرة، من حيث تحقيق التوازن الاقتصادي وحالة التشغيل التام. وكذلك خفض العبء الضريبي على الطبقة المتوسطة والهشة. هذه التحديات التي أخفقت فيها السياسة المالية في العالم العربي، بل تعاني منها كل دول العالم، لأن المال قد انحرف عن الفطرة التي فطره الله عليها، أو بلغة العصر، أصبح المال لا يؤدي الدور الذي وجد لأجله، كمخزن للقيمة ونقل لها، بل هو في كثير من الدول عبارة عن سلعة، كباقي السلع، له أرباح أو فوائد، من وراء تداوله، وهو الربا الذي حرمه الإسلام. ولا يمكن للسياسة المالية أن تؤدي دورها المطلوب، إن لم يعد المال إلى أصله كوسيلة وليس غاية. وهذا ما أدركه الغرب مؤخرا. لذلك نجده يقوم بمحاولات محتشمة في بعض الدول الأوروبية وحتى في أمريكا، ليقدم نماذج ميدانية للمالية الإسلامية.

فطرت الله التي فطر الناس عليها لا تبديل لخلق الله ذلك الدين القيم ولكن أكثر الناس لا يعلمون.

تتكفل الدولة بحمايتهم وتحسين أحوالهم، وتقوم هذه الإجراءات على إعادة ترتيب أولويات الإنفاق وتدعيم العدالة الضريبية بما يحقق وفرة وزيادة في موارد الدولة تسمح بخفض معدلات عجز الموازنة والدين العام، بالإضافة إلى توجيه موارد إضافية كبيرة إلى تمويل برامج تنمية والالتزامات المستحدثة في الإنفاق الاجتماعي خاصة في مجالات التعليم، والصحة، والحد الأدنى للأجور، وزيادة المعاشات ومضاعفة المستفيدين من معاش الضمان الاجتماعي خلال 2014/2015 ومراعاة هذا العدد تدريجيا في ما بعد¹ وسوف تسهم إعادة مسار عجز الموازنة العامة ومعدلات الدين العام إلى طريق الاستدامة المالية في إعادة الثقة في الاقتصاد، وزيادة تدفقات رؤوس الأموال إلى مصر وتخفيف الضغوط على سعر الصرف وتقليل تكلفة الاقتراض في السوق، بالإضافة إلى تخفيف أعباء خدمة الدين عن الأجيال القادمة.

السياسة المالية في المملكة المغربية:

أبرزت السياسة المالية المتبعة بالمغرب في السنوات الأخيرة تحولات جديدة في مسار وبنية المالية العمومية، فبعد التحسن الملموس للمداخيل الجبائية إلى حدود سنة 2008 عرفت المداخيل ترجعا واضحا خلال الفترة الأخيرة ويعزى ذلك إلى الظرفية الاقتصادية غير الملائمة على الصعيدين الوطني والدولي التي أثرت على الاقتصاد المغربي من جهة، وإلى التدابير الضريبية المختلفة التي تضمنتها قوانين المالية الأخيرة إضافة إلى آثار التفكيك الجمركي الناتج أساسا عن مختلف اتفاقيات التبادل الحر المبرمة من جهة أخرى، حيث انتقلت المداخيل الجبائية بالنسبة إلى الناتج الداخلي الخام من 20.6% سنة 2009 إلى 21% سنة 2012 وعرفت بنية هذه المداخيل تحولات لصالح الضرائب المباشرة حيث بلغت حصة هذه الضرائب في إجمالي المداخيل الجبائية 44.8% في المتوسط ما بين سنتي 2005 و2012 مقابل 38.8% ما بين سنتي 2001 و2004 مما يوضح تحسن توزيع العبء الضريبي على المكلفين

من جانب آخر شكلت التطورات الظرفية التي تميز بها السياق الوطني والدولي عوامل ضغط على بعض النفقات بما في ذلك تلك المتعلقة بكلفة وكتلة الأجور، وهكذا بلغ متوسط معدل نمو النفقات السنوي 10% ما بين 2009 و2012 وقد

1- ملخص التقرير الاقتصادي والمالي لسنة 2014، مديرية الدراسات والتوقعات المالية، المملكة المغربية.

دور النسب والمؤشرات المالية في تقييم الأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية

The role of ratios and financial indicators in evaluating the financial performance of economic institutions

د/ خنفرى خنفر
/بورنيسة مريوم
جامعة بومرداس

الملخص:

ومن الأساليب في اتخاذ القرارات المتعلقة بالمؤسسة، المستعملة للمعلومات المالية، نجد في مقدمتها المؤشرات والنسب المالية، التي تعد من أبرز أدوات التحليل المالي التي تشكل مع غيرها من الأدوات المالية الأساس الموضوعي للتعبير عن الحالة المالية والمستقبلية للمؤسسات الاقتصادية مع الأخذ بعين الاعتبار نوع وحجم المؤسسة.

ولتعزيز قدرة النسب والمؤشرات المالية سواء المؤشرات الكلاسيكية أم الحديثة فيما يخص تقييم الأداء المالي للمؤسسة، فيجب أن يتم بناؤها على أساس بيانات مالية وصادقة وعادلة لتمكين المستخدمين أو المحللين من الوصول إلى نتائج (سلبية أو إيجابية)، كما أن هذه الخاصية لا تكفي لوحدها، بل يستوجب تفسير تلك النتائج المتوصل إليها وفهم مدلولاتها للوقوف على مدى دقة وسلامة القرارات المالية والإجراءات المتخذة لتعزيز وتصويب أسبابها.

وانطلاقاً مما سبق، يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما مدى مساهمة كل من النسب والمؤشرات المالية في قياس مستوى الأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية؟

وتكمن أهمية هذه الدراسة فيما يلي:

التطرق إلى أبرز المؤشرات والنسب المالية التي يعتمدها المحلل المالي.

إمكانية اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب

تمكين المحللين الماليين من إجراء دراسات مستقبلية حول هذا الموضوع

تسمح المؤشرات المالية بتقييم الأداء المالي للمؤسسات.

ومنه، سنبحث في هذا النوع من المؤشرات بالدراسة والتحليل، وعلى هذا الأساس سنتضمن الورقة محورين، وهما:

تعد كل من النسب والمؤشرات المالية إحدى أهم أدوات التحليل المالي التي تستعملها أغلب المؤسسات الاقتصادية لمعرفة وضعيتها المالية الحالية والمستقبلية هذا من جهة، وتقادي المخاطر التي قد تتعاقب عليها وتعرقل استثماريتها من جهة أخرى. ولكون المؤشرات المالية تمتاز عن غيرها من أدوات التحليل المالي المعروفة بسهولة وسرعة التحضير، فهي لا تتطلب من القائم بعملية التحليل المالي سوى الاختيار المناسب، والأمثل للمؤشرات المالية وصلاحياتها للاستخدام في تقييم أداء الشركة، حيث إن توفير مؤشرات أساسية لتقييم الأداء المالي يتم من خلال التفسير الصحيح للأرقام المستخدمة من النسب المالية.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على تقييم الأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية باستخدام مجموعة من النسب والمؤشرات المالية للتحليل المالي. وخلصت هذه الدراسة إلى أن النسب والمؤشرات المالية سواء الكلاسيكية أم الحديثة تعدان كأحد وكأبرز التقنيات المالية، التي تساهم وبشكل فعال في تقييم الأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية.

الكلمات المفتاحية: الأداء المالي، النسب المالية، المؤشرات المالية الكلاسيكية، المؤشرات المالية الحديثة.

مقدمة:

يعد الأداء المالي من أبرز أهداف المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الاقتصادية بصفة خاصة، لكون الأخيرة تهدف إلى تعظيم أرباحها، وحتى يتسنى للأطراف المعنية في المؤسسات الاقتصادية تحقيق ذلك، وجب عليها التعرف على الوضعية المالية بها والتنبؤ بمستقبلها المالي، الذي يسمح على ضوءه باتخاذ قرارات رشيدة.

ثانياً: تعريف تقييم الأداء المالي:

وقبل التطرق إلى مفهوم تقييم الأداء المالي نعرف أولاً مفهوم التقييم.

تعريف التقييم:

يعرف التقييم على أنه "عملية إشراف ومراجعة من قبل سلطة أعلى بقصد معرفة كيفية سير الأعمال والتأكد من أن الموارد المتاحة داخل المنظمة تستخدم وفقاً للخطة الموضوعة".

أما تقييم الأداء المالي، فنعني به "تقديم حكم ذي قيمة حول إدارة الموارد المالية والمادية للمؤسسات ومدى إشباع منافع ورغبات أطرافها المختلفة)، أي قياس النتائج المحققة أو المنتظرة منه على ضوء معايير محددة سلفاً لتحديد ما يمكن قياسه، ومن ثم مدى تحقيق الأهداف لمعرفة مستوى الفعالية وتحديد الأهمية النسبية بين الموارد المستخدمة والنتائج، مما يسمح بالحكم على درجة الكفاءة.

أما تقييم الأداء المالي للوحدة الاقتصادية، فيعرف "بأنه عملية مقارنة بين الإنجازات الفعلية والأهداف المخططة أو المعيارية، ومن ثم حصر الانحرافات الكمية والنوعية بينهما إن وجدت وبالتالي العمل على تعزيز الانحرافات الإيجابية ومعالجة الانحرافات السلبية".

كما يعرف تقييم الأداء المالي على أنه "مجموعة الدراسات التي ترمي إلى التعرف على مدى قدرة وكفاءة الوحدة الاقتصادية من إدارة نشاطها في مختلف جوانبه الإدارية والإنتاجية والتقنية والتسويقية والتخطيطية... إلخ، خلال فترة زمنية محددة ومدى مهارتها في تحويل المدخلات أو الموارد إلى مخرجات بالنوعية والكمية والجودة المطلوبة، وبيان مدى قدراتها في تطوير كفاءتها سنة بعد أخرى، إضافة إلى تحسين درجة نجاحها في التقدم على الصناعات المثالية عن طريق تغلبها على الصعوبات، التي تعترضها وابتداع الأساليب الأكثر إنتاجاً وتطوراً في مجال عملها.

ثالثاً: أهداف تقييم الأداء المالي:

يمكن تحديد أهداف تقييم الأداء المالي في المؤسسات الاقتصادية في النقاط التالية، وهذه على سبيل المثال لا على سبيل الحصر:

المحور الأول: ماهية الأداء المالي

المحور الثاني: تقييم الأداء المالي باستخدام مؤشرات الأداء المالي

المحور الأول: ماهية الأداء المالي

يعتبر الأداء المالي من بين التقنيات التي تستعملها أغلب المؤسسات الاقتصادية لتشخيص وتقييم وضعيتها المالية ومقارنة أدائها مع المؤسسات الأخرى التي تنشط في نفس القطاع كما أن معظم المحللين الماليين يلجؤون إليه، لكونه يمتاز بالاستقرار والثبات ويساهم في توجيه الشركات نحو المسار الأفضل والصحيح كما يساهم أيضاً في اتخاذ القرارات المالية الرشيدة.

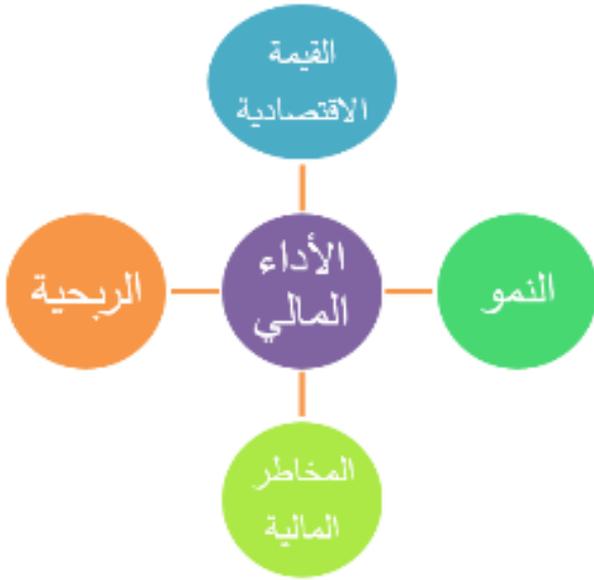
أولاً: تعريف الأداء المالي:

يرى بعض المهتمين أن الأداء المالي هو تشخيص الصحة المالية للمؤسسة لمعرفة مدى قدرتها على إنشاء قيمة ومجابهة المستقبل؛ من خلال الاعتماد على الميزانيات، جدول حساب النتائج، جدول تدفقات الخزينة، جدول تغيرات رؤوس الأموال، والملاحق، ولكن لا جدوى من ذلك إذا لم يؤخذ الطرف الاقتصادي والقطاع الصناعي الذي تنتمي إليه المؤسسة النشطة في الدراسة. وعلى هذا الأساس، فإن تشخيص الأداء يتم بمعاينة المردودية الاقتصادية للمؤسسة ومعدل نمو الأرباح.

كما يقصد به "مدى تمتع وتحقيق المؤسسة لهامش أمان، يزيل عنها العسر المالي ظاهرة الإفلاس أو بتعبير آخر مدى قدرة المؤسسة على التصدي للمخاطر والصعاب المالية".

وأيضاً يعرف الأداء المالي بتسليط الضوء على العوامل التالية:

- العوامل المؤثرة في المردودية المالية.
- أثر السياسات المالية المتبناة من طرف المسيرين على مردودية الأموال الخاصة.
- مدى مساهمة معدل نمو المؤسسة في إنجاح السياسة المالية وتحقيق فوائض من الأرباح.
- مدى تغطية مستوى النشاط للمصاريف العامة.



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

Miller & Dess, „Strategic Management”, USA,
2nd-Ed, McGraw-Hill, 1996, P37

المحور الثاني: تقييم الأداء المالي باستخدام مؤشرات الأداء المالي:

تستخدم المؤشرات المالية عادة في تقييم أداء المؤسسات في مجالات الربحية والسيولة والملاءة وكذا في مدى كفاءة إدارة المؤسسات في رسم وتنفيذ سياساتها التمويلية والاستثمارية لها، حيث تكمن أهمية هذه المؤشرات في النقاط التالية:

- 1- تحديد مدى قدرة المنشأة على مواجهة الالتزامات الجارية.
- 2- قياس درجة نمو المنشأة والكشف عن مواطن الضعف والقوة.
- 3- توفير البيانات والمعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات ورسم السياسات وإعداد الموازنات التقديرية.
- 4- قياس الفعالية الكلية للمنشأة ومستوى أدائها.
- 5- قياس الفعالية التي تحصل عليها المنشأة باستغلالها مختلف موجوداتها لتحقيق الربحية.

ولتحقيق هذه الجوانب يجب أن تتوفر النسب المالية الآتية:

- 1- أن تكون المؤشرات المالية قادرة على كشف وقياس نقاط الضعف والقوة.

-أداة تحفيز لاتخاذ القرارات الاستثمارية وتوجيهها تجاه الشركات الناجحة. فهي تعمل على تحفيز المستثمرين للتوجه إلى الشركة أو الأسهم، التي تشير معاييرها المالية على التقدم والنجاح عن غيرها.

-أداة لتحفيز العاملين والإدارة في الشركة لبذل المزيد من الجهد بهدف تحقيق نتائج ومعايير مالية أفضل من سابقتها.

-أداة للتعرف على الوضع المالي القائم في الشركة في لحظة معينة ككل أو لجانب معين من أداء الشركة أو لأداء أسهمها في السوق المالي في يوم محدد وفترة معينة.

-يهدف إلى تقييم أداء الشركات من عدة زوايا وبطريقة تخدم مستخدمي البيانات ممن لهم مصالح مالية في الشركة لتحديد جوانب القوة والضعف فيها والاستفادة من البيانات التي يوفرها الأداء المالي لترشيد القرارات المالية للمستخدمين.

-تقنية تسمح باختيار مدى استغلال الموارد المتاحة والمتوفرة داخل المؤسسة بشكل فعال وفق الأهداف المسطرة.

- يسمح الأداء المالي بتقاضي الفوارق الناتجة مستقبلا من سوء التوازن في التسيير عموما التي تظهر بمقارنة النتائج الفعلية مع النتائج المرتقبة. فالتقييم الأدائي يهدف أساسا إلى التحكم في الحدث قبل وقوعه.

-الكشف عن مواطن الخلل والضعف في نشاط الوحدة الاقتصادية وإجراء تحليل شامل لها وبيان مسبباتها وذلك بهدف وضع الحلول اللازمة لها وتصحيحها.

-تشخيص المجالات التي تكون في حاجة إلى إجراءات تصحيحية والعمل على معالجتها.

رابعا: العوامل التي تؤثر على الأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية:

من بين العوامل التي تؤثر على الأداء المالي نجد ما ممثلة في الشكل التالي:

الشكل رقم 1: يبين العوامل التي تؤثر على الأداء المالي

الجدول رقم 1: يلخص أهم المؤشرات المالية المستخدمة في تقييم الأداء المالي

النسبة	الهدف من النسبة	الصيغة
أولاً: مؤشرات السيولة	تهدف هذه النسب إلى قياس مدى قدرة المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها قصيرة الأجل	/
1-نسبة السيولة (التداول)	تهدف إلى معرفة مدى قدرة المشروع على الإيفاء أو سداد التزاماته قصيرة الأجل	الموجودات المتداولة المطلوبات المتداولة
2-نسبة السيولة السريعة	تهدف إلى لاختبار مدى كفاية المصادر النقدية وشبه النقدية الموجودة لدى الشركة في مواجهة التزاماتها قصيرة الأجل دون الاضطرار إلى تسديد موجوداتها من المخزون السلي، وتعتبر هذه النسبة مقياساً أكثر تحفظاً للسيولة	(الموجودات المتداولة) (المصرفيات) المطلوبات المتداولة
3-نسبة تغطية الدين	تهدف هذه النسبة إلى قياس مدى قدرة الشركة على توليد تدفقات نقدية من الأنشطة التشغيلية للوفاء بالمتطلبات الاستثمارية والتمويلية الضرورية	صافي التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية التدفقات النقدية الخارجة للأنشطة التمويلية والاستثمارية
4- نسبة التغطية النقدية للاحتياجات النقدية اليومية	تهدف إلى قياس الفترة الزمنية التي تستطيع فيها المنشأة الاستمرار بعملياتها اعتماداً على السيولة الموجودة لديها وذلك لاقتصارها على الأصول الأكثر سيولة	الموجودات المتداولة - المخزون السلي المعدل اليومي لتكاليف العمليات
5-نسبة النقد	يكمن الهدف من استخدام هذه النسبة في كون القود تستخدم كوسيلة للوفاء بالتزامات قصيرة الأجل بشكل رئيسي خاصة إذا لم تتمكن المنشأة من تسديد موجوداتها المتداولة الأخرى	النقد+ الأوراق المالية القابلة للتسويق وأوراق القبض القابلة للخصم المطلوبات المتداولة
6- نسبة رأس المال العامل	تهدف هذه النسبة إلى قياس نسبة المبيعات أي كم ساهم الدينار الواحد من صافي المبيعات في توفير سيولة ممثلة بالفرق بين الموجودات	(الموجودات المتداولة-) (المطلوبات المتداولة) صافي المبيعات

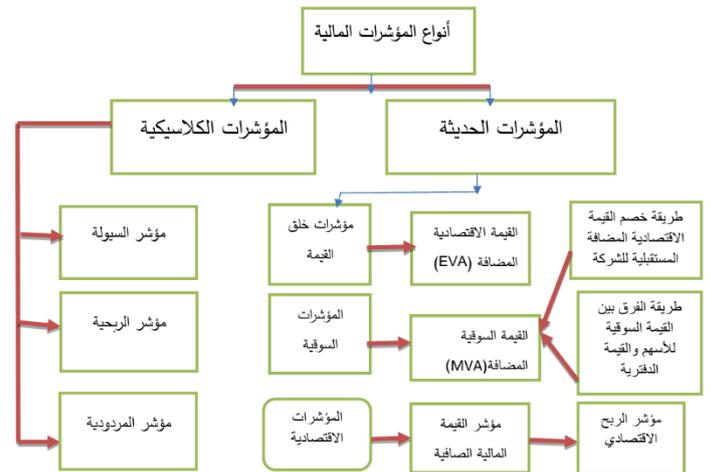
2- أن تكون المؤشرات المالية ذات دلالات واضحة يمكن من خلالها المقارنة بالمؤشرات المالية

السابقة أو بالمتوسط العام للمؤشرات المالية في صناعة ما .

ثانياً: أنواع المؤشرات المالية المستخدمة في تقييم الأداء المالي

تعتبر مؤشرات الأداء المالي من أهم الأدوات التي تعتمد عليها الإدارة في تحليل قوائمها المالية لمعرفة مدى سلامة مركزها المالي وربحية المؤسسة، لذلك سنقوم بتقسيم هذه المؤشرات إلى مؤشرات كلاسيكية وأخرى حديثة، ومن بين هذه المؤشرات نجد:

الشكل رقم 2: يبين مؤشرات الأداء المالي



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على

عدنان تايه أنعمي، ارشد فؤاد التميمي، التحليل والتخطيط المالي اتجاهات معاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 140، بتصرف.

ثالثاً: تقييم الأداء المالي باستخدام مؤشرات الأداء المالي الكلاسيكية:

لتقييم أداء المؤسسات الاقتصادية نحتاج إلى مجموعة من المؤشرات المالية وذلك بهدف تشخيص الوضعية المالية للمؤسسات (أي معرفة نقاط القوة وتعزيزها ومعرفة نقاط الضعف ومعالجتها)، التي يمكن استخدامها للتعرف على طبيعة الأداء المالي للمؤسسات، وهذه المؤشرات الكلاسيكية تضم كلا من نسب السيولة، نسب الربحية ونسب المردودية.

	الإدارة في الإنتاج والبيع والتمويل		المتداولة والمتداولة	7- صافي رأس المال العامل	يهدف إلى قياس صافي رأس المال بالفرق بين الموجودات المتداولة والمطلوبات المتداولة
4-العائد على موجودات الأموال المستمرة	تهدف هذه النسبة إلى معرفة مدى قدرة المؤسسة على استغلال أصولها في توليد الأرباح، حيث كلما كان هذا المعدل مرتفعاً سواء بالنسبة إلى متوسط الصناعة أم إلى سنوات سابقة لنفس المؤسسة، كان أداء المؤسسة أفضل وأنها تحقق أرباحاً جيدة		7- نسبة التدفق النقدي إلى الديون	ثانياً: مؤشرات الربحية	تهدف إلى قياس الفترة الزمنية التي تستطيع فيها المنشأة الاستمرار بعملياتها اعتماداً على السيولة الموجودة لديها
5-العائد على حقوق الملكية	تهدف هذه النسبة إلى قياس معدل العائد المتوقع لحملة الأسهم العادية والممتازة، كلما كانت هذه النسبة مرتفعة مقارنة بالنسبة إلى متوسط الصناعة أو إلى سنوات سابقة لنفس المؤسسة، كان أداء المنشأة أفضل وأنها تحقق أرباحاً جيدة، أما إذا كانت هذه النسبة عكس ذلك، فإن على إدارة المؤسسة مراجعة سياساتها وخططها في هذا الجانب ومن ثم تصحيحها.		نسبة العائد على الأصول (ROA)	تهدف إلى قياس قدرة الإدارة على تحقيق الأرباح من الأموال المتاحة لها والخاضعة لسيطرتها، وهو بذلك يعكس أثر الأنشطة التشغيلية والاستثمارية بالشركة	1-نسبة مجمل ربح التعرف على مدى قدرة المؤسسة على تحقيق أرباح من نشاطها الرئيسي وهو المبيعات.
6-هامش الربح التشغيلي	تهدف هذه النسبة إلى قياس هامش الربح مقارنة بمبيعات المؤسسة		2-نسبة صافي ربح العمليات	تهدف هذه النسبة إلى قياس ربحية المنشأة بعد أخذ مصروفات التشغيل بعين الاعتبار.	تهدف هذه النسبة إلى قياس صافي ربح العمليات (قبل الفائدة والضريبة والإيرادات والمصروفات الأخرى) صافي المبيعات
7-نسبة التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية	توضح هذه النسبة مدى قدرة المؤسسة على تغطية التزاماتها المتداولة من خلال التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية، وكلما كان مرتفعاً يدل على السيولة الجيدة.		3-نسبة صافي الربح/المبيعات	تهدف هذه النسبة إلى قياس ربحية المنشأة بعد الأخذ بعين الاعتبار المصروفات الأخرى والضرائب المدفوعة	صافي الربح بعد الضريبة صافي المبيعات
8-مؤشر النشاط التشغيلي (دليل)	تهدف هذه النسبة إلى مدى قدرة وظيفة الاستغلال من خلال الأنشطة التشغيلية في المؤسسة على خلق وتوليد		نسبة هامش الربح الصافي	تقيس هذه النسبة حجم الأرباح الصافية بعد الفوائد والضرائب الناتجة عن كل دينار من صافي المبيعات، ويعتبر كقياس على كفاءة	صافي التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية صافي الدخل من الأنشطة

- مؤشر القيمة المالية الصافية.
- مؤشر الربح الاقتصادي.

أولاً: مؤشرات خلق القيمة: ومن أبرز هذه المؤشرات نجد:

مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة (EVA): يعتبر مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة من أهم المؤشرات الحديثة للقيام بالأداء، حيث يأخذ (EVA) بعين الاعتبار العائد والمخاطرة وفي الوقت نفسه يظهر حقيقة أن أموال الملكية لها تكلفتها كما هي الحال فيما يتعلق بالديون.

تعريف القيمة الاقتصادية المضافة: تعرف القيمة الاقتصادية المضافة على أنها مقياس للإنجاز المالي وتعتبر أقرب من أي مقياس آخر لتقدير الربح الحقيقي، الذي يعبر عنه رياضياً بأنه صافي الربح التشغيلي بعد الضرائب (NOPAT) بعد استبعاد تكلفة رأس المال المستخدم في إنتاجه. وتحسب القيمة المضافة لفترة زمنية معينة (t) بالطريقة التالية:

$$EVAt = Et - r(TAt - 1)$$

حيث إن:

Et: تمثل الربح المحاسبي قبل الضريبة للفترة t

R: تكلفة رأس المال.

TAt-1: إجمالي الأصول المستخدمة في بداية الفترة.

كما توجد طريقة أخرى لقياس القيمة الاقتصادية المضافة كما يلي:

$$EVAt = NOPAt - Ct \times WACCt$$

حيث إن:

EVAt: القيمة الاقتصادية المضافة

NOPAT: صافي الربح التشغيلي بعد الضرائب

Ct: رأس المال المستثمر

WACCt: التكلفة المرجحة لرأس المال

وبالتالي، يتضح من مفهوم (EVA) ومن كيفية قياسها، أنه توجد ثلاثة عوامل أساسية تدخل في حسابها هي:

- الربح المحاسبي قبل الضرائب.

تدفقات نقدية تشغيلية، وتعكس هذه النسبة نتائج الأنشطة التشغيلية وفقاً لأساس الاستحقاق النقدي.	التشغيلية قبل الفوائد والضريبة	
9-مؤشر النقدية التشغيلية	صافي التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية	تهدف هذه النسبة إلى توضيح مدى قدرة المؤسسة على توليد تدفقات نقدية تشغيلية، وتختلف هذه النسبة عن مؤشر النشاط التشغيلي لكونها تأخذ بعين الاعتبار الربح الصافي بعد الفوائد والضرائب
ثالثاً: مؤشرات المردودية	/	تعتبر هذه المؤشرات عن العلاقة التي تربط بين النتائج المحققة من طرف المؤسسة والوسائل المستخدمة في ذلك
1-نسبة العائد على حقوق الملكية	النتيجة الصافية	تسمح هذه النسبة بمساعدة الملاك على اتخاذ قرارات الاستثمار في النشاط أو تحويل الأموال إلى استثمارات أخرى تحقق عائداً مناسباً
2-نسبة هامش الربح الصافي	النتيجة الصافية	تسمح هذه النسبة بمعرفة ما تحققت مبيعات المؤسسة من أرباح بعد تغطية تكلفة المبيعات وكافة المصاريف الأخرى.
	رقم الأعمال الصافي	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على كل من:

FRANK J. FABOZZI & PAMELA P. PETERSON, Financial management & analysis, John Wiley & Sons, Inc, Second Edition, 2003, P 749

العارضي، جليل كاظم مدلول، الإدارة المالية المتقدمة. الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2013، ص 59.

2- تقييم الأداء المالي باستخدام المؤشرات الحديثة:

من بين المؤشرات الحديثة للأداء المالي نجد كلا من:

- مؤشرات خلق القيمة.

- المؤشرات السوقية.

طرق احتساب القيمة السوقية المضافة: يعتبر معيار القيمة السوقية المضافة من المعايير الحديثة لتقييم أداء الشركات، وبالتالي هناك العديد من الاجتهادات والمحاولات لإيجاد الطريقة الأمثل لحسابها ومن أكثر الطرق شيوعا في حساب القيمة السوقية المضافة هي:

1- طريقة خصم القيمة الاقتصادية المضافة المستقبلية للشركة: وفق هذه الطريقة، فإن القيمة السوقية المضافة ما هي إلا القيمة الحالية للقيمة الاقتصادية المضافة للشركة والمتوقعة خلال عمرها الإنتاجي بمعنى آخر هي خصم للتدفق النقدي الناتج عن القيمة الاقتصادية المضافة للشركة خلال الزمن، ومن عيوب هذه الطريقة أنها تعتمد على التوقعات المستقبلية للقيمة الاقتصادية المضافة كما تعتمد على معدل الخصم لإيجاد القيمة الحالية.

2- طريقة الفرق بين القيمة السوقية للأسهم والقيمة الدفترية: حسب هذه الطريقة القيمة السوقية المضافة تمثل الفرق بين القيمة السوقية للأسهم والقيمة الدفترية مضروبة بعدد الأسهم والبعض الآخر يعرفها على أنها الفرق بين القيمة السوقية للأسهم والقيمة الاسمية للسهم مضروبة بعدد الأسهم.

ويتمثل نموذج احتساب القيمة السوقية المضافة وفقا للمعادلة التالية:

$$MVA = MVE - BVE$$

حيث إن:

MVA: القيمة السوقية المضافة.

MVE: القيمة السوقية لأسهم الشركة (عدد الأسهم × سعر السهم)

BVE: القيمة الدفترية لحقوق المالكين كما تظهر في ميزانية الشركة.

ثالثا: المؤشرات الاقتصادية: ومن بينها:

1. مؤشر القيمة المالية الصافية (VAN): تهدف مالية المؤسسة إلى تحديد القيمة المالية الصافية، للاستثمار، للمؤسسة، أو تكلفة الموارد المالية، وعليه تترجم القيمة الحالية الصافية عملية إنشاء القيمة الناجمة عن تكلفة توظيف الموارد

-مقدار الاستثمار المستخدم، وعادة ما يشار إلى القيمة الدفترية لرأس مال المستخدم.

-التكلفة المرجحة لرأس المال الذي يحسب وفق المعادلة التالية:

$$WACC = (D/D+E)Kd (1-T) + (E/D+E)Ke$$

مع العلم أن:

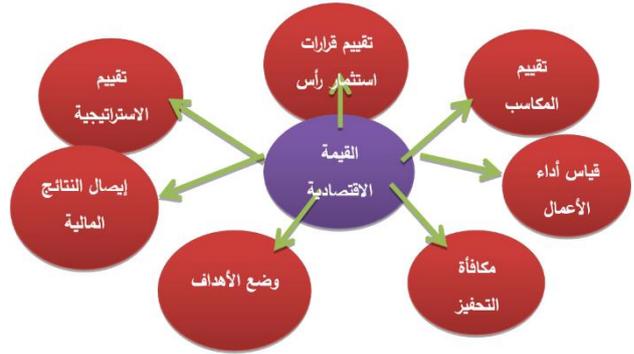
D: القيمة الدفترية للديون طويلة الأجل ذات الفائدة

E: القيمة الدفترية الإجمالية لحق الملكية

T: نسبة الضريبة على الدخل

KD: تكلفة التمويل الممتلك.

الشكل رقم:3 يوضح استخدامات القيمة الاقتصادية المضافة:



Source: Jackson Steve & Sawyers Roby, managerial Accounting A focus on decision making, Harcourt College publishers, 2001, P357.

ثانيا: المؤشرات السوقية: ومن أبرز المؤشرات السوقية نجد:

القيمة السوقية المضافة (MVA): تمثل القيمة السوقية المضافة تقييما شاملا للأداء ابتداء من إنشاء الشركة حتى تاريخ حساب قيمتها السوقية، ونظرا إلى أهمية القيمة السوقية يصل الأمر في بعض الشركات إلى إعادة شراء أسهمها المتداولة في السوق المالي لتحرك قيمتها السوقية أو حتى أنها تدفع توزيعات أرباح للمساهمين القدامى مصدرها رأسمال المساهمين الجدد لنشر الانطباع، بأن الشركة توزع أرباحا لزيادة قيمتها السوقية خاصة في حالات المضاربة.

- قدرة القيمة الاقتصادية المضافة على خلق القيمة للوصول إلى الربط بين الجانب المالي والجانب الاستراتيجي.
- تمكن من التحكم في نتائج الاستثمارات التي لها علاقة في تحديد القيمة السوقية لأسهم الشركات.
- تطابق أهداف الشركة مع أهداف المسيرين وحملة الأسهم.
- قياس العوائد الاقتصادية لإجمالي رأس المال المستثمر.
- تحديد تكلفة رأس المال سواء المملوك أم المقترض.
- تحفيز المسيرين وتشجيعهم على التصرف وكأنهم ملاك الشركة.

خامسا: حدود استخدام المؤشرات الحديثة في تقييم الأداء المالي:

لا تخلو المؤشرات الحديثة لتقييم الأداء من بعض العيوب أهمها:

- تحد القيمة الاقتصادية المضافة من الاستعمال الجيد لمؤشر EVA، لكونها تهمل بعض التغيرات والتعديلات المحاسبية.

- القيمة الاقتصادية المضافة والقيمة السوقية المضافة لا يمثلان سوى طريقة القيمة الحالية الصافية، إذ لم يحل أي إضافة عليها، وكل ما تم التطرق إليه من خلالهما هو عبارة عن إعادة صياغتها بشكل بسيط.

- من عيوب طريقة القيمة السوقية المضافة أنها لا تأخذ بعين الاعتبار كلفة الفرصة البديلة أي العوائد المتوقعة تحقيقها فيها.

مما سبق، نستخلص أن مؤشرات الأداء المالي تعد من أهم محاور تقييم الأداء الاستراتيجي للشركة، حيث تمثل القيمة الاقتصادية المضافة، والقيمة السوقية المضافة توجهًا حديثًا تقييم من خلاله النتائج المالية للشركة، لذا تعتبر كل من المؤشرات الكلاسيكية والحديثة من أبرز أدوات تقييم الأداء المالي، التي تساعد المديرين في إيجاد الطريقة المثلى لخلق القيمة في الوقت الحاضر والمستقبل.

سادسا: تقييم الأداء المالي من خلال أثر الرافعة المالية:

تعتبر الرافعة المالية من الأدوات المالية العامة والضرورية لتحديد أداء المؤسسات الاقتصادية إذ نقصد بأثر الرافعة المالية "Effet de levier financier" أثر الاستدانة على

المالية للمؤسسة، بعبارة أخرى البحث الدائم عن التدفقات المالية المتوقعة من جهة، ومعدل المردودية المطلوب لتغطية تكلفة الأصول بحسب العلاقة التالية:

$$\text{القيمة المتشكلة} = \text{قيمة الأصل الاقتصادي} - \text{القيمة المحاسبية للأصل الاقتصادي}$$

ويفسر هذا الأمر أن المستثمر يتوقع عوائد إيجابية خلال المستقبل بفضل ارتفاع القيمة المستقبلية للأصل الاقتصادي، مقارنة بقيمته المحاسبية، لذا ينبغي وضع استراتيجية لاختيار أسلوب التمويل المناسب، فتكلفة موارد التمويل تقاس بتقسيم قيمة سندات التمويل مطروحًا منها معدل المردودية المطلوب، بدلا من قياسها (تكلفة التمويل) بالمعدل المحاسبي، أي ضرورة تطبيق أسلوب تكلفة التمويل المالية بدلا من التكلفة المحاسبية وهذا التوجه يصب لمصلحة المستثمر، ذلك أن العمل بهذا المبدأ من شأنه تدنية تكاليف التمويل.

2. مؤشر الربح الاقتصادي (EVA): $\text{le profit Economique}$ يساعد هذا المؤشر على قياس قيمة الثروات التي شكلتها المؤسسة خلال فترة زمنية معينة، أخذًا في الحسبان تكلفة الأموال الخاصة، علاوة عن تكلفة المديونية، لكن يستوجب الأمر تحقيق فوائض إيجابية لغرض تشكيل الثروة وإيرادات في المستوى المطلوب تسمح بتغطية فوائض المقترضين وأرباح المساهمين وعليه، فالإيراد الاقتصادي هو ذلك القدر الإضافي لمعدل المردودية الاقتصادية المحقق مقارنة بالتكلفة الوسطية المرجحة لرأس المال، هذا الفائض (الفارق) مضروبًا في قيمة الأصل الاقتصادي للفترة يعطي القيمة المشككة للفترة.

$$\text{الإيراد الاقتصادي} = \text{الأصل الاقتصادي (معدل المردودية الاقتصادية - تكلفة رأس المال)}$$

$$\text{EVA} = \text{AE} \times (\text{K} - \text{RC}) = \text{PE}$$

$$\text{EVA} = \text{AE} \times (\text{WACC} - \text{R0CE})$$

رابعًا: إيجابيات استخدام المؤشرات الحديثة لتقييم الأداء: تكمن أهم هذه الإيجابيات في النقاط التالية:

2- في حالة استخدام الاقتراض على نطاق كبير، فإن الملاك يمكنهم الاحتفاظ بالسيطرة على المؤسسة بأقل قدر ممكن من الاستثمار.

ويلاحظ أن المؤسسات ذات النسب المنخفضة للرافعة المالية تتعرض لدرجة أقل من الخطر في فترات الكساد، ولكنها في نفس الوقت تحقق عوائد منخفضة في حالة انتعاش أو رواج الاقتصاد. وفي المقابل، فإن المؤسسات ذات النسب المرتفعة للرافعة المالية تتعرض لخطر الخسائر الكبيرة ولكنها في نفس الوقت قد تحقق أرباحاً مرتفعة للغاية، ولاشك أن تحقيق عوائد مرتفعة هو أمر مرغوب فيه، ولكن الملاحظ عادة أن المستثمرين يحاولون تجنب الخطر إلى أقصى درجة ممكنة، ولهذا السبب يستوجب تحقيق توازن بين العوائد المرتفعة من D و P ناحية والخطر المرتفع من ناحية أخرى حين اتخاذ القرارات المتعلقة بالرفع المالي.

خاتمة:

في نهاية الدراسة، يمكن الإشارة إلى أهم الاستنتاجات الخاصة بتحليل النسب المالية وقياس الأداء المالي وثم الإشارة إلى أهم التوصيات بهذا الخصوص كما يلي:

(1) تعد القيمة الاقتصادية المضافة مؤشراً لقياس الأداء وفي نفس الوقت طريقة للتسيير، كما أنها طريقة للتحفيز.

(2) تعد مؤشرات المالية الحديثة امتداداً وتطويراً لبعض المقاييس المحاسبية المقدمة في سنوات الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي، التي أبرزها مقياس الربح المتبقي.

(3) تلعب نظم قياس الأداء دوراً رئيسياً في كل من تطوير الخطط الاستراتيجية؛ تقييم مدى تحقيق المؤسسة لأهدافها ومكافأة المسيرين.

(4) يعد مؤشر القيمة السوقية وسيلة اتصال تبين مستوى أداء المؤسسة المسعرة لجمهور المستثمرين في السوق المالي.

(5) تسمح النسب المالية والمؤشرات المالية بإعطاء صورة حقيقية عن الأوضاع المالية السائدة في المؤسسات.

(6) المؤشرات الحديثة لتقييم الأداء مبنية على منظور خلق القيمة، باعتبار أن هذا الأخير يعد الركيزة لتحديد السعر

المردودية المالية ومساهمة الديون في رفع مردودية أموال المساهمين"، ولأثر الرافعة المالية أثران: أثر إيجابي وأثر سلبي، حيث يتجلى الأثر الإيجابي عندما تكون المردودية الاقتصادية أكبر من تكلفة الاستدانة أو سعر الفائدة، في حين إن الأثر السلبي يتجلى عندما تكون المردودية الاقتصادية أقل من تكلفة الاستدانة.

ويحسب أثر الرافعة المالية وفق العلاقة التالية المبينة في الجدول:

$$ELF = (Re - i)D \div FP$$

حيث إن:

Re: مردودية اقتصادية الهيكل المالي =

i: تكلفة الاستدانة

D: المصاريف المالية

FP: الأموال الخاصة

يهدف المحلل المالي عند حسابه لأثر الرافعة المالية إلى دراسة أثر الاستدانة على مردودية الأموال الخاصة أي أثر الاستدانة إيجابي، سلبي أو معدوم.

وهذه النسبة مهمة جداً في تحديد مقدار مساهمة الاقتراض في هيكل رأس المال، كما أنها ذات دلالة على المجال الذي يسمح فيه للمؤسسة بالتوسع في الاقتراض، فأموال الاقتراض تعني تكاليف محددة في مواعيد محددة والتخلف عن تأديتها يعني تكاليف إضافية أو تعرض لمخاطر التصفية والإفلاس. والحدود المرغوبة لهذه النسبة تتوقف على ديناميكية نشاط المؤسسة ومقدار المداخيل التي تحققها.

وعلى العموم، فإن هناك عدة جوانب أساسية لنسبة الرافعة المالية التي تساعد في قياس مدى مساهمة الملاك في الهيكل المالي بالمقارنة بالتمويل الذي مصدره القروض المختلفة ومنها:

1- ينظر المقرضون إلى حقوق الملكية باعتبارها هامش أمان، حيث إنه في حالة انخفاض نسبة حقوق الملكية، فهذا يعني أن الخطر داخل المؤسسة يتحمله المقرضون بصفة أساسية.

7. الخطيب، محمد محمود، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات المساهمة، الطبعة الأولى دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 46 .

8. نوفل موسى عبد الهادي وآخرون، تقييم أداء الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية باستخدام معدل العائد للفترة من (1997-2007)، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 20، العدد الثاني، 2012، ص 20 .

9. السعيد فرحات جمعة، الأداء المالي لمنظمات الأعمال، دار المريخ للنشر، الرياض، 2000، ص 247 .

10. عبد الغفار حنفي ورسمية قرياقص، الأسواق والمؤسسات المالية، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 1999 ص 213 .

11. فؤاد مجيد كرخي، تقويم الأداء في الوحدات الاقتصادية لمستخدم البيانات المالية، دار المنهج للنشر، عمان الأردن، الطبعة الأولى، 2001، ص: 32

12. من إعداد الباحثين

13. الخطيب، محمد محمود، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات المساهمة، مرجع سبق ذكره، ص 54 .

14. ثائر عدنان وآخرون، بحث أيهما أكثر قدرة على التغيير في القيم السوقية للأسهم هي القيمة الاقتصادية المضافة أم معايير الأداء التقليدية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 2011، ص 08

15. Anil K. Sharma, Economic Value Added (EVA) Literature Review and Relevant Issues 2010, P 201. w.ccsenet.org/ijef

16. Palliam, R., "further evidence on the information contents of economic value added", review of accounting and finance, vol.5, no. 3, 2006, pp. 204-215

17. عدنان تايه أنعمي، ارشد فؤاد التميمي، التحليل والتخطيط المالي اتجاهات معاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 140

18. نفس المرجع السابق، ص 145

19. حمزة محمود الزبيدي. الإدارة المالية المتقدمة، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 181 182 .

العادل للأسهم، كما يمكن اعتباره بمثابة الهدف الذي يرضى كافة الأطراف المهتمة بالشركة خاصة المساهمين منهم.

كما أننا نوصي بما يلي:

- التأكيد على ضرورة تفسير نتائج التحليل المالي باستخدام المؤشرات المالية بشكل شمولي وفي ظل فهم عميق لواقع وطبيعة عمل الشركة، لاسيما أن الحقيقة نسبية ولن تتضح صورتها بشكل جلي ومفهوم إلا بعد أن تتم قراءتها في سياق الظروف والمتغيرات الداخلية والخارجية المحيطة بالوحدة الاقتصادية.

- ضرورة اعتماد المسيرين في المؤسسات الاقتصادية على المؤشرات المالية الحديثة في تقييم القرارات المالية المتعلقة بمؤسساتهم.

- توفير معلومات مالية صادقة تمكن المستخدمين في المؤسسات من تشخيص سليم للوضع المالي لمؤسساتهم باستعمال المؤشرات المالية الملائمة.

المراجع:

1. Arnaud THAUVRON ,Evaluation des entreprise, technique de gestion paris economica, 2005,p23

2. عدنان تايه النعمي، ياسين كاسب الخرشة، أساسيات في الإدارة المالية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2007، ص 22 .

3. دادن عبد الغني، قياس وتقويم الأداء المالي في المؤسسات الاقتصادية نحو إرسال نموذج للإنذار المبكر باستعمال المحاكاة المالية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007 ص 36 .

4. فارس رشيد البياتي، محاسبة الأداء في المؤسسات الخدمية، دار آيلة للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان 2008، ص 18

5. جمعة. السعيد فرحات، الأداء المالي لمنظمات الأعمال. الطبعة الأولى، دار المريخ، الرياض، السعودية 2002، ص 37 .

6. الكرخي، مجيد محمود جعفر، تقويم الأداء باستخدام النسب المالية. الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2007 ص 31 .

32. عبد الغفار حنفي، تقييم الأداء المالي ودراسات الجدوى،
الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005 ص 89
- 33 نفس المرجع السابق، ص 30.
20. محمد داود عثمان، اثر مخلفات مخاطر الائتمان على قيمة
البنوك، دراسة تطبيقية على قطاع البنوك التجارية الأردنية،
أطروحة دكتوراه تخصص مصارف، كلية العلوم المالية
والمصرفية، الأردن، 2006، ص 38.
21. كريم عبد الحفيظ محمد، اختبار وتقييم العلاقة بين تكلفة
رأس المال والعوائد السوقية لأسهام دراسة تطبيقية على
الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالي، مجلة العلوم
الإنسانية، الجامعة الأردنية، العدد 29 2004، ص 31.
22. Antoine Veniard ; Création de la valeur en
management, la recherche de la mesure dans une PME, in
Cahiers de recherche Group ESC (Normandie), 2002
23. Pierre Vernimmen FINANCE d'entreprise, 5ème
ed., Dalloz, Paris 2002, p 641
24. Pierre Vernimmen, op-cit, p. 642.
25. Jean-sebastien lantz ; Activisme des investisseurs
institutionnel et richesse de l'actionnaire, l'influence de la
performance antérieure lors des Alertes de l'AFG sur la
gouvernance in la revue financier, N°154, Juin.- Aout,
2005, P4
26. G. Hirigoyen, Stratégie et finance: approche par la
création de valeur, Encyclopédie de gestion, 2 édition,
Economica, Paris, 1997, PP: 3064-3092.
27. L. Batsch , article de Finance et stratégie Economica,
Paris, 1999 p: 6.
28. M. Albouy, Théories, applications et limite de la
mesure de la création de valeur, Revue française de gestion
, Paris, P89
29. حمزة محمود الزبيدي، الإدارة المالية المتقدمة، مرجع سبق
ذكره، ص 181
30. من إعداد الباحثين .
31. محمد صالح الحناوي، الإدارة المالية والتمويل، الدار
الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1998، ص 98 بتصرف .

الخدمات الاستشارية الإدارية وتأثيرها على استقلالية المدقق

ملاح ربيعة

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
جامعة أمحمد بوقرة بومرداس-الجزائر

ملخص الدراسة:

années, en raison de la demande croissante émise par les entreprises dont le but est de mettre en œuvre les exigences économiques actuelles, résultant ainsi que les honoraires reçues en contre partie de ces prestations, représentent une part très importante par rapport aux revenus annuels de ces cabinets.

Le but de cette étude est d'identifier la nature et le rôle des prestations de service de consulting fournies par les cabinets d'audit en faveur des entreprises, ainsi que la contribution de quelques facteurs dans la tendance de ces cabinets pour offrir ces dites prestations, à cela s'ajoute l'importance de l'indépendance des auditeurs quant à la réalisation de ces prestations.

مقدمة

بالرغم من التطور الملحوظ الذي شهدته طبيعة إجراءات التدقيق في دول العالم، إلا أن الوظيفة التقليدية لمدقق الحسابات تتمثل أساسا في إضفاء المزيد من الثقة على المعلومات المالية، ونظرا إلى أهمية رأي المدقق في اتخاذ مختلف القرارات بالنسبة إلى الأطراف المستفيدة من القوائم المالية زاد الطلب على خدماته مما ساهم في انتشار الخدمات الاستشارية الإدارية للإبقاء على العملاء بهدف الاستمرارية، في بيئة تسودها حدة المنافسة بين المكاتب مستفيدين في ذلك من نقص المكاتب المتخصصة في هذا النوع من الخدمات التي تهدف إلى تدارك النقائص من جهة وتحسين كفاءة التسيير من جهة أخرى. ولهذا أصبحت معظم المكاتب الكبرى تتسابق في تسويق خدمات التدقيق ذات العائد الإضافي باستخدام مسميات جديدة مثل "التدقيق المبتكر" و"تدقيق الأعمال" و"عملية قياس النشاط" و"إعادة هندسة الأعمال التجارية" وغيرها من الخدمات الاستشارية التي تتفق في تسويقها في مفهوم محدد يكمن في ضرورة الارتقاء بمستوى الأداء المستقبلي للعميل وبمساعده على تحقيق أهدافه الاستراتيجية.

لقد أصبحت الخدمات الاستشارية من المهام التي فرضت نفسها في الآونة الأخيرة على مكاتب التدقيق على غرار خدمات التأكيد التقليدية. وهذا نظرا إلى الطلب المتزايد عليها من طرف العملاء من أجل تحسين فعالية التسيير واتخاذ القرارات اللازمة من أجل مواكبة التحديات الاقتصادية وذلك لتقتهم بالمدقق الذي يتصف بالدراية الواسعة بمشاكلهم من جهة ولتمتعته بالكفاءة والخبرة العلمية والمهنية مع عدم إغفال عنصر الاستقلالية التي يجب أن يتمتع بها أثناء إنجازه مهامه من جهة أخرى.

ولهذا تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بطبيعة الخدمات الاستشارية التي تقدمها مكاتب التدقيق ودوافع انتشارها بالإضافة إلى توضيح أهمية حياد المدقق الخارجي عند تقديمه لهذا النوع من الخدمات، ولتحقيق ذلك قامت الباحثة بمراجعة الأدبيات السابقة الخاصة بهذا الموضوع حيث توصلت إلى ما يلي:

أولا: إن أهم الأسباب التي تؤثر في توجه مكاتب التدقيق لتقديم الخدمات الاستشارية هو تطور المؤسسات وتوسيع نشاطاتها، وطلب العملاء المتزايد على هذه الخدمات بالإضافة إلى المنافسة بين مكاتب التدقيق بهدف الحصول على العملاء حيث أصبحت الأتعاب المتحصل عليها مقابل تقديم هذا النوع من الخدمات تمثل جزءا مهما من الدخل السنوي لمكاتب التدقيق.

ثانيا: إن تقديم الخدمات الاستشارية إلى جانب التدقيق يؤثر على حياد واستقلالية المدقق.

الكلمات المفتاح: التدقيق، الخدمات الاستشارية الإدارية، استقلالية المدقق، قانون 01/10.

Resumé

Les prestations de services de consulting offertes par les cabinets d'audit sont imposées au cours de ces dernières

أما دراسة Coulier سنة 2006، فقد أكدت أن هناك علاقة عكسية بين مستوى أتعاب التدقيق المالي ومستوى أتعاب تأدية الخدمات الاستشارية، حيث تسعى مكاتب التدقيق إلى رفع أتعاب الخدمات الاستشارية لتعويض الجهد المبذول منها في إنجاز مهام التدقيق المالي. ووفق دراسة للباحث سنة 2012 لبيانات نحو 322 مؤسسة صغيرة ومتوسطة الحجم في السويد، تبين أن طول مدة العمل مع العميل ترتبط بعلاقة Svanstrom ذات دلالة إحصائية بين شراء (الطلب) الخدمات الاستشارية من المدقق الحالي، وأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة خدمات التدقيق واحتمالية شراء الخدمات الاستشارية من المراجع الحالية.

وعلى الصعيد العربي، فلقد أشار شاهين في دراسة له سنة 2003 إلى أن قيام المدقق بالعديد من الخدمات (كالاستشارات المحاسبية والضريبية والإدارية أو الاستشارات الخاصة بنظم المعلومات المرتكزة على الحاسب الإلكتروني أو تصميم النظم المحاسبية) سيؤدي إلى انهيار كل القواعد الأخرى لمظاهر الحياد التي حرصت على تقوية المراجع قبل الإدارة الخاضعة للمراجعة، خاصة فيما يتعلق بالجوانب المالية. وأكدت دراسة العنقري سنة 2004، على أن الخدمات المهنية لمكاتب التدقيق في السعودية تعدت المهام التقليدية، وامتدت لتشمل الخدمات الاستشارية في مجالات مختلفة من مالية وإدارية واقتصادية. وقد جاء هذا التوسع نتيجة لعدة أسباب أهمها: مراعاة متطلبات الظروف الاقتصادية، المنافسة بين المكاتب ومحاولة إثبات الذات، واحتكار المكاتب الكبرى لعقود العمليات الكبيرة، وانخفاض أتعاب المراجعة. وقد أيدت نتائج الدراسة وجهات النظر لغالبية المشاركين ضرورة تقديم الخدمات الاستشارية من طرف مكاتب التدقيق وذلك لما يقدمه العمل في مجال تدقيق الحسابات من خبرة تمكن من تكوين تصور موسع عن طبيعة ومقومات الوضع الاقتصادي المحلي. كما أشارت دراسات السديري والعنقري سنة 2005 و2006 حول موضوع ملامح فجوة التوقعات في محيط مهنة المراجعة في السعودية إلى حصول تغيرات واسعة في مهام ووظائف مكاتب التدقيق الكبرى في المملكة العربية السعودية، حيث بعدما كانت تقدم في الماضي خدمات المحاسبة والتدقيق التقليدية فقط، أصبحت تهتم بتقديم خدمات استشارية بجانب خدماتها الأساسية بهدف المحافظة على عملائها وتحقيق عوائد مناسبة وتلبية متطلبات وظروف بيئة العمل.

إلا أنه يجب أن يتبلور قيام المدقق بالخدمات الاستشارية وتقديمها للعملاء بالتزامن مع عملية التدقيق التقليدية في الحفاظ الصارم على حياده عند إبداء رأيه الفني، لأن الاستقلالية تمثل العمود الفقري لمهنة التدقيق التي شرعت من طرف العديد من المنظمات العالمية وهي من ضمن المعايير المقبولة عموماً. والإخلال بمثل هذه المعايير سيؤثر حتماً على مصداقيته ونزاهته.

مراجعة الأدبيات ذات العلاقة بموضوع الخدمات الاستشارية:

لقد اهتم العديد من المفكرين والخبراء بموضوع الخدمات الاستشارية لمكاتب التدقيق ومدى تأثيرها على استقلالية المدقق، حيث حللوا أسباب وعوامل توجه هذه المكاتب نحو توسيع نطاق ما تقدمه من خدمات مهنية وتوصلوا إلى الكثير من النتائج ويمكن إدراج أهم الدراسات فيما يلي:

وتناولت دراست Jeppesen سنة 1998 تطور الممارسات المهنية بالأخص في مجال التدقيق، التي قسمت إلى أربعة أجيال، في صورة المراجعة الشاملة مع تدقيق كافة العمليات، ثم اقتصر التدقيق في النصف الأول من القرن العشرين على استخدام العينات الإحصائية والمراجعة التحليلية نظراً إلى صعوبة التدقيق الشامل وتكلفته العالية (الجيل الثاني). وخلال النصف الأخير من القرن العشرين ظهر الجيل الثالث من المراجعات الذي رافقه تغيير في أسلوب التدقيق الذي كان يستند على تقدير المخاطر إلى أسلوب جديد هدفه تقييم نظم الرقابة والمحاسبة. ومع نهاية القرن العشرين اتجهت مكاتب التدقيق الكبرى نحو تطوير طبيعة ونوعية خدماتها بحيث أصبح التركيز على الخدمات الاستشارية كقيمة مضافة يمكن للعميل الحصول عليها بما يسمى بالجيل الرابع.

سنة 2001، وجهة نظر مجموعة من الباحثين في Weil and Tannenbaum في حين بينت دراسة قضية تقديم المدقق للخدمات الاستشارية، أن عملية التدقيق التقليدية فقدت مركز القيادة ونتيجة لذلك أصبح المدققون يطالبون الآن بإزالة القيود المفروضة عليهم التي تحد من تقديم الخدمات الأخرى، بالإضافة إلى أن الأتعاب التي يتم الحصول عليها مقابل الخدمات الأخرى غير خدمات التأكيد في نظرهم، لا تهدد أو تؤثر في استقلال المراجع، وبالتالي فلا يوجد سبب يمنعهم من تقديمها.

وعرفت أيضا بأنها «الممارسة المهنية المعنية بتقديم المشورة والمعونة لإدارة المؤسسة بغية تحديد أهدافها وإرشادها إلى الأسلوب المؤدي إلى تحقيقها عن طريق رفع مستوى الأداء في مجالات التخطيط والتنظيم والحوافز والاتصال وقياس مستويات الإنجاز واستخدام الموارد البشرية والمادية والمالية، كما أنها تحتوي على العوامل الفنية التي تتعلق بفاعلية وكفاءة إدارة المؤسسة»⁽³⁾

فمن خلال هذه التعاريف، يمكن تحديد أركان الخدمات الاستشارية بحيث تشمل على:

أ- ممارسة الخدمة.

ب- العمل.

ت- طبيعة الخدمة المرغوب فيها.

2. خصائص الخدمات الاستشارية للإدارة

استادا على التعاريف السابقة، تتضح لنا خصائص وأبعاد الخدمات الاستشارية للإدارة التي يمكن أن نوجزها فيما يلي: (4)

• **الطلب على الخدمة:** تتم ممارسة الخدمة الاستشارية وفقا لحاجة إدارة المؤسسة ورغبة منها في إجراء تغييرات ترى أن من شأنها الارتقاء بمستوى نشاط المؤسسة ويتم ذلك حسب نوع الخدمة.

• **توفير التخصص المهني:** حيث تؤدي الخدمة الاستشارية من طرف أشخاص متخصصين علميا ومهنيا، تتوفر فيهم الكفاءة اللازمة والدراية الواسعة بمجال الخدمة المطلوبة.

• **التمتع بالاستقلالية:** إذ على القائم بمهام الخدمة الاستشارية المطلوبة، أن يبتعد عن كل المؤثرات الداخلية والخارجية كما عليه تقادي العلاقات الشخصية التي من شأنها التأثير على موضوعية واستقلالية رأيه عند إنجاز هذا النوع من المهام.

• **العمل في سرية تامة:** نظرا إلى موقف المؤسسة التنافسي، يجب على مكاتب الخدمات الاستشارية أن ينجزوا أعمالهم في سرية وكرمان ويجنبوا المؤسسة الوقوع في مشاكل تحول دون وصولهم إلى تحقيق أهدافهم.

• **الأخذ بتوصيات القائم بالخدمة على سبيل المشورة والاقتراح فقط:** حيث يمنع تماما على القائم بالخدمة الاستشارية إعطاء الأوامر في مكان إدارة المؤسسة والتدخل في شؤونها، فمن واجب هذه الأخيرة التأكد من نتائج التقرير ثم اتخاذ القرار الذي تجده مناسباً.

كل هذا التغيير جاء نتيجة لعدة أسباب أهمها تفاعلها مع الظروف والمؤثرات المختلفة المحيطة ببيئة المهنة. وهدفت دراسة الجفري سنة 2007 إلى الكشف عن دوافع توجه مكاتب التدقيق في المملكة السعودية نحو توسيع نطاق خدماتها وأن أهم هذه العوامل هو انضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة ومحاولة الوفاء بمتطلبات العولمة وثقة الدولة والأطراف المستفيدة في قدرة مكاتب التدقيق على تقديم الخدمات المهنية بخلاف المحاسبة والتدقيق.

من خلال هذه الدراسات يمكن تقسيم وجهات نظر هؤلاء الباحثين والمفكرين إلى اتجاهين أساسيين: حيث يحث الأول منها على ضرورة تغيير طبيعة ومكونات وأهداف ووظائف الخدمات التي تقدمها مكاتب التدقيق وذلك استجابة للظروف المحيطة بها، ولتدعيم قدرتها على الاستمرار والمنافسة في سوق المهنة. كما يؤكد هذا الاتجاه على عدم اشتراط تأثر استقلالية المراجع أثناء القيام بمهامه، خاصة أن تقديمها لا يقتضي في جميع الأحوال الجمع بين خدمة تدقيق الحسابات والخدمات الاستشارية لنفس العميل. أما الاتجاه الثاني فينادي بحياد واستقلالية المدقق ويحذر المدقق الخارجي من القيام بأي عمل لصالح العميل خلاف المهام المسندة إليه (التدقيق التقليدي)، كما يشير هذا الاتجاه إلى ضرورة عدم الخلط بين خدمة تدقيق الحسابات والخدمات ذات الطبيعة الاستشارية لنفس العميل، لأن ضمان استمرارية ونجاح مكاتب التدقيق يمكن أن يتحقق عند استحداث خدمات التدقيق والتأكيد.

1. مفهوم الخدمات الاستشارية للإدارة:

لقد تعددت مفاهيم الخدمات الاستشارية للإدارة، إلا أن أشهرها ما جاء به مجمع المحاسبين القانونيين الأمريكي بوصفها «بأنها الاستشارات المهنية التي تهدف أساسا إلى تحسين كفاءة وفعالية استخدام العميل للطاقت والموارد المتاحة له، ومما يحقق أهداف التنظيم»⁽¹⁾

أما مجلس معايير التدقيق والتأكيد الدولي فقد عرف الخدمات الاستشارية بأنها «الخدمات المغايرة لخدمات التأكيد التي فرضت نفسها على مدققي الحسابات الخارجيين، باعتبارهم يتعايشون مع المؤسسة ويتعرفون على مشاكلها وأهدافها ومن خلال هذا التعايش يكتسبون خبرة ودراية واسعة حول المؤسسة»⁽²⁾

م	بيان	التدقيق المالي	التدقيق الإداري	الخدمات الاستشارية
1	الشخص القائم به	المدقق الخارجي	قد يكون المدقق الخارجي أو الداخلي	خبراء مكاتب التدقيق الخارجية
2	الهدف منها	إبداء رأي صحة وعدالة البيانات المالية	مساعدة الإدارة في اكتشاف مواطن الضعف وعلاجهما مع إبداء رأي فني انتقادي محايد وموضوعي عن كفاءة وفعالية أداء الإدارة	مساعدة إدارة الوحدة في حل بعض المشاكل في مجالات معينة بقصد استحداث التغيير المنشود في هذه المجالات.
3	النطاق (المجال)	الدفاتر والسجلات المالية والمستندات التي تتعلق بالبيانات المالية	المنشأة كوحدة واحدة أو جزء منها بجميع مكوناتها أو مشتملاتها	المشاكل التي تحدثها إدارة المنشأة
4	توقيت الإنجاز	في نهاية المدة غالبا	بصفة منتظمة ومتكررة	عندما تتطلب الإدارة ذلك
5	أسلوب الإنجاز المتبع	اختباري	الفحص الميداني والمشاركة الفعلية والتحليل المقارن وعقد المقابلات	يختلف طبقا للواجب المحدد وحسب نوع المشكلة المراد حلها

3. نطاق الخدمات الاستشارية للإدارة

طبقا لسياسة المؤسسة والوظائف التي تقوم بإنجازها، يمكن تقسيم الخدمات الاستشارية إلى عدة أقسام أهمها ما يلي: (5)

- خدمات تطوير المؤسسة ووضع السياسات الخاصة بها
- خدمات التسويق والبيع والتوزيع
- خدمات إدارة الإنتاج
- خدمات التمويل والإدارة
- خدمات الموارد البشرية
- خدمات الدراسات الاقتصادية والبيئية
- خدمات نظم المعلومات الإدارية والحاسوبية.

4. الفرق بين الخدمات الاستشارية للإدارة والتدقيق المالي

يعد الهدف الرئيسي من القيام بالتدقيق المالي للمؤسسات بعد المرور بمراحل إنجازه من فحص وتحقق من البيانات المالية هو إبداء الرأي الفني المحايد في مدى مصداقية وعدالة القوائم المالية بما ينسجم بعايير المهنة المقبولة عموما، وموافقة مع القوانين والتشريعات سارية المفعول أثناء القيام بعملية التأكيد التي أجبرت جميع المؤسسات المقيدة في السجل التجاري على ضرورة تعيين وتكليف المدقق الخارجي بتلك الخدمة. أما فيما يخص الخدمات الاستشارية، فنجد أن الهدف أولا وأخيرا يقتصر على إعطاء بعض التوصيات والمقترحات من أجل الحد من المشاكل التي تواجهها المؤسسات أو بشكل آخر المساهمة في دعم إدارة المؤسسة في بعض القرارات الخاصة بالتسيير، فالملاحظ أن هذا النوع من الخدمات ينجز بطلب من المؤسسات حيث لم ينص على إلزامية التكليف بها أي تشريع أو قانون وأن الأمر يتوقف على حاجة إدارة المؤسسة إلى ذلك لقناعتها بأن المدقق الخارجي تتوفر لديه الكفاءة العلمية والخبرة المهنية.

والواقع يقرر أن هناك اختلافات بين التدقيق المالي والتدقيق الإداري، والخدمات الاستشارية للإدارة من حيث الشخص القائم بها ومن حيث الهدف ومن حيث النطاق والمجال ومن حيث توقيت الإنجاز ومن حيث الأسلوب في الإنجاز. (6)

وفي الجدول رقم (01) عرض الاختلافات بين الخدمات الاستشارية للإدارة والتدقيق المالي:

الجدول رقم (01) أوجه الاختلاف بين الخدمات الاستشارية للإدارة والتدقيق المالي

- انخفاض الأتعاب المهنية
- ظاهرة استحواذ مجموعة من المكاتب على النصيب الأكبر من العملاء
- الاندماجات الحاصلة بين مكاتب التدقيق
- السعي نحو رضا العملاء
- القيود النظامية والمهنية التي تتعرض لها مكاتب التدقيق.

6. مبدأ الاستقلالية كمفهوم من المفاهيم العامة لآداب وسلوك المهنة

يمكن للاستقلالية المدقق أن تكون مصدر الثقة في البيانات المالية المستفيدة منها وقد أولت التنظيمات المهنية والرسمية أهمية كبيرة لاستقلالية المدقق وحاولت إزالة كل التصرفات التي يمكن أن تثير الشك حول استقلاليته سواء من حيث تأديته عمله أم من حيث نظرة مستخدمي القوائم المالية. ولقد أشار مجمع المحاسبين القانونيين الأمريكي «AICPA» عند الحديث عن الاستقلالية إلى أنه يجب على مدقق الحسابات أن يكون مستقلاً عند قيامه بأداء واجباته المهنية وذلك تطبيقاً لمعايير التدقيق التي وضعها المجمع فقد أكدت أدلة التدقيق الدولية على أنه يجب على المدقق أن يكون مستقلاً وأميناً ومخلصاً في عمله المهني ويجب أن يتوخى العدالة وألا يسمح لتحيزه أو اطلاعه بأن ينال من تمرده كما عليه أن يحافظ على تجرده (11)

وقد أثار معيار استقلال وحياد المدقق الكثير من الجدل والمناقشات بين المحاسبين والمدققين وغيرهم من المهتمين بالمهنة، وذلك نظراً إلى صعوبة وضع تعريف دقيق ومحدد لمفهوم الاستقلال والحياد نتيجة لارتباط ذلك المفهوم بالحالة الذهنية للمدقق، كما أن العلاقات المالية التي تربط المدقق بالمؤسسة موضوع التدقيق بالإضافة إلى ما يطلع عليه من أمور تتصف بالسرية قد يثير شكوكاً من الغير حول استقلال المدقق وحياده (12)

1.6 مفهوم استقلالية المدقق

لقد جاء في ميثاق السلوك المهني في القاعدة رقم 101 أنه "يجب أن يكون العضو الذي يعمل في مجال الممارسة العامة محايداً أثناء تقديم الخدمات المهنية كما ورد في متطلبات المعايير المنشورة المعدة بواسطة الأجهزة التي يحددها

المصدر: أحمد حلمي جمعة، التدقيق والتأكيد الحديث- المشاكل والمسؤوليات، الأدوات والخدمات، دار صفاء للنشر والتوزيع-طبعة 2009، صفحة 542

5. دوافع توجه مكاتب التدقيق إلى تقديم الخدمات الاستشارية

إن توجه مكاتب التدقيق إلى تقديم أنواع كثيرة من الخدمات الاستشارية يعود إلى العديد من الأسباب متأثرة بمختلف العوامل التي يمكن التعرف عليها كما يلي:

لقد حدث في عصرنا الحالي العديد من التغيرات والتطورات المتسارعة، وظهرت تحديات كبيرة من ثورة في عالم الاتصالات والمعلومات وشدة المنافسة في الأسواق العالمية والدولية وتنامي ظاهرة الفساد المالي على المستوى العالمي، ومشاكل انهيار وتعسر العديد من الشركات وترتب على ذلك أن أصبحت قدرة الشركات على الاستمرار مرهونة بقدرتها على مواجهة هذه التغيرات والتطورات والتحديات. (7)

وحتى تتمكن المؤسسات من مواجهة هذه التغيرات فإنها تحتاج إلى الخدمات والاستشارات التي تساعد على اتخاذ القرارات الصائبة، مثل الخدمات الاستشارية الإدارية، وإعداد دراسات الجدوى بأنواعها لإحداث تطوير مستمر في منتجاتها وطرق الإنتاج والتوزيع وغيرها، خدمات تصميم وتنفيذ نظم المعلومات لتطوير نظم معلومات الشركة لتواكب هذه التغيرات وخدمات الموارد البشرية وغيرها من الخدمات. بنهاية القرن العشرين زاد الطلب على هذه الخدمات من المراجع الخارجية، ودعا ذلك مكاتب المحاسبة والمراجعة إلى التوسع في نطاق الخدمات التي يتم تقديمها (8)

ومن ناحية أخرى، فإن المنافسة الشديدة بين مكاتب المراجعة جعلتها تبذل المزيد من الجهود لمواجهة هذه المنافسة وتحقيق النمو والربحية من خلال البحث عن مصادر متعددة للإيرادات من خلال تقديم العديد من الخدمات المهنية (9)

ولهذا، أثبتت العديد من الدراسات وجود مجموعة من التحديات التي تواجه مكاتب التدقيق في تسويق المهنة التي تعد من أهم العوامل التي جعلتها توسع نطاق خدماتها المهنية نذكر من أهمها: (10)

- تزايد حدة المنافسة في سوق التدقيق
- ظاهرة تغيير المراجعين أو التحول من مكتب إلى آخر

4. مراقبة مدى تطور عمل المدققين والضغط عليهم لتحسين مستوى أداء خدماتهم ومتابعة ذلك بصفة مستمرة
5. إعادة النظر في إجراءات التعيين للمدقق حتى تكون أكثر موضوعية وتأكيد استقلاله عن طريق ربط تعيينه وتحديد أتعابه وإقالته بأعلى سلطة من الوحدة موضوع التدقيق.
- 2.6 رأي المشرع الجزائري في مدى توفر عنصر الاستقلالية عند تقديم الخدمات الاستشارية للإدارة:**

لقد اهتم المشرع الجزائري بشكل كبير بعنصر استقلالية المدقق مقننًا بالتجربة الفرنسية في هذا الجانب، كما أولت الجهات الوصية العناية الفائقة بهدف حماية المدقق من كل ما يؤدي إلى الشك في حياده ونزاهته، حتى ولو تعلق الأمر بتقديم خدمات أخرى لا تتعلق بعملية التدقيق التقليدية. ومن هنا يمكن اعتبار استقلالية المدقق في الجزائر أهم نقاط القوة في التجربة الجزائرية في مهنة التدقيق ويتعزز ذلك من خلال المادة (67) من القانون 01/10 التي تنص على منع المدقق الخارجي من تقديم أي خدمة أخرى لا تندرج ضمن مهمة المصادقة على الحسابات، كما شدد المشرع من خلال هذه المادة على منع مختلف المهنيين من القيام بأي مهمة لمؤسسات تكون لهم فيها مصالح مباشرة أو غير مباشرة، سواء كان تدخلهم بغرض المصادقة على الحسابات، أم لتقديم خدمات أخرى غير تدقيقية مثل مسك المحاسبة، استشارات جبائية وإدارية، مهام تدقيق مالي لحسابات المؤسسة لأغراض الاندماج أو إعادة الهيكلة.

أما بخصوص الخدمات الاستشارية، فنجد أن المشرع الجزائري قد اعترف بأهمية الخبير المحاسب بتقديم الخدمات الاستشارية في المجالات التي يملك فيها المعارف والخبرات اللازمة، إذا كانت لم تكن مهمته الأصلية في المؤسسة هي محافظة الحسابات وذلك في عدة مواضع من القانون 01/10 المتعلقة بمهنة الخبير المحاسب ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد، حيث نصت المادة (19) من القانون المذكور آنفاً على أن الخبير المحاسب مؤهل لتقديم استشارات للشركات والهيئات في الميدان المالي والاجتماعي والاقتصادي. (16)

ولقد تم تحديد حالات المنع من ممارسة الخدمات الاستشارية في سياق التطرق إلى مهام كل من الخبير المحاسب ومحافظ الحسابات، حيث تناولت المادة (65) من القانون 01/10 مجموعة من الممنوعات على محافظ الحسابات، ومنها

المجلس" إذ يعنى الاستقلال في التدقيق وجود وجهة نظر غير متحيزة خلال أداء اختبارات التدقيق، تقييم النتائج، وإصدار تقرير التدقيق. وينظر إلى الحياد "الاستقلالية" على أنه أهم الخصائص التي يجب أن تتوفر في المدقق على الإطلاق، ويرجع السبب في رغبة عملاء متنوعين في الاعتماد على تقارير المدققين الخاصة بعدالة القوائم المالية إلى توقعاتهم بأن هذه التقارير تقدم وجهة نظر غير متحيزة. (13)

ويعني استقلال مدقق الحسابات الخارجي أن يكون مستقلاً عند إبداء رأيه في القوائم المالية للمؤسسة محل الفحص حيث إن الأمور التالية يمكن أن تضعف استقلالية المدقق (14)

- خلال مدة الفحص وعند إبداء الرأي في القوائم المالية أن يكون هناك مصلحة مادية للمدقق في المؤسسة محل الفحص أو أن يكون له استثمارات أو شريك أو حصل على قرض من المنشأة محل التدقيق، فإن ذلك يؤدي إلى إضعاف مبدأ الاستقلال لديه.

- خلال فترة العقد بين المدقق والمؤسسة محل الفحص، أن يكون له علاقة تعاقدية مع المشروع كأحد العاملين أو المديرين أو تربطه بالمؤسسة أي عقود للوكالة. ولغرض توفير البيئة العملية لتحقيق هذين النوعين من الاستقلالية وضحت المعايير المهنية الأمور التي يجب مراعاتها سواء في عملية تعيين المدقق أم عزله أم تحديد أتعابه أم في الأمور الأخرى التي تنظم علاقة المدقق بعمله. وكذلك ضمنت القوانين المنظمة للمهنة في مختلف البلدان نوعاً من هذه الاستقلالية عن طريق تحديد كيفية تعيين المدقق وعزله وتحديد أتعابه (15)

كما يجب أن تتضافر الجهود المختلفة وتتعاون الجهات المعنية بتدقيق حساباتها مع مدقق الحسابات لدعم وتعزيز مبدأ الاستقلال والحياد، ومن هذه الجهات الأجهزة الحكومية أو الوحدات الاقتصادية موضوع التدقيق، ومن العوامل التي تعمل على دعم الاستقلال والحياد ما يلي:

1. رقابة ترخيص مدققي الحسابات وضبط أعمالهم
2. وضع نظام لعقاب المدقق أو مؤسسة تدقيق الحسابات التي لا تراعي أحكام ومتطلبات الاستقلال والحياد.
3. الاستغلال الأمثل للقوى البشرية اللازمة لممارسة عملية تدقيق الحسابات.

نظرا إلى ظهور تكتلات مهنية كثيرة يمكن لها أن تحتكر ممارسة مهنة التدقيق وفي ظل وجود طلبات من طرف العملاء على الخدمات الاستشارية، أصبح توسيع نطاق الخدمات التي يقدمها المدقق أمرا ضروريا، من أجل ضمان استمرارية نشاطه ومواكبة للتحديات الاقتصادية والتكنولوجية الجديدة، إلا أنه يجب على المدقق ألا يهمل عنصر الحياد الفني والاستقلالية في أداء مهامه خاصة أن هذه المهام تزداد تعقيدا من فترة إلى أخرى، لذا، فإن بعض الجهات ترى أن تقديم المدقق للخدمات الإدارية والاستشارية يعتبر تهديداً حقيقياً لاستقلالته بينما ترى لجنة أخلاقيات المهنة التابعة إلى المجمع الأمريكي للمحاسبين القانونيين أنه يفضل أن يقوم المدقق بتقديم خدمات التدقيق بجانب الخدمات الإدارية والاستشارية ولكن بشرط أن يكون القصد من ذلك هو تقديم النصيحة وليس المساهمة في إصدار القرارات. ويجب أن ينظر إلى الحياد على أنه أهم الخصائص التي يجب أن تتوفر في المدقق على الإطلاق، ويرجع السبب في ذلك إلى رغبة المجتمع المالي في الاعتماد على تقاريره.

قائمة المراجع والإحالات:

1. وليام توماس-أمرسون هنكي-تعريب ومراجعة أحمد عجاج وكمال الدين سعيد، المراجعة بين النظرية والتطبيق، دار المريخ، طبعة 1989، صفحة 1041.
2. مجلس الاتحاد الدولي للمحاسبين، إصدارات المعايير لممارسة أعمال التدقيق والتأكد وقواعد أخلاقيات المهنة، ترجمة المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، عمان، الأردن، 2007.
3. أحمد حلمي جمعة، التدقيق والتأكد الحديث- المشاكل والمسؤوليات، الأدوات والخدمات- دار صفاء للنشر والتوزيع- طبعة 2009، صفحة 539.
4. قريط، عصام- الخدمات الاستشارية وأثرها على حياد المدقق في الأردن، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد الأول، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2008.
5. Stettler, H.F " Auditing principles, prentice-hall, Inc Englewood Cliffs, N G P", 1978, page. 554-570

"ممارسة وظيفة مستشار جبائي أو مهمة خبير قضائي لدى شركة أو هيئة يراقب حساباتها". (17)

7. إعداد التقرير عن الخدمات الاستشارية للإدارة

إن التقرير عن الخدمات الاستشارية يعد الخطوة أو المرحلة الأخيرة التي يقوم بها المدقق عند الاستعانة به في تقديم هذه الخدمات الاستشارية ويمكن لنا بلورة مراحل الاستشارات الإدارية في الآتي: (18)

الخطوة الأولى: تحديد المشكلة الحقيقية

حيث يحدد الهدف من تقديم الخدمة والنتائج المتوقعة والعمل الذي ينبغي إنجازه، مع إعطاء تقديراته الخاصة بالتكلفة والوقت إلى العميل.

الخطوة الثانية: إنجاز الخدمة الاستشارية

والواقع يبرهن عن كون هذه الخطوة أو المرحلة تتطلب اتباع المراحل الفرعية التالية:

- أ- تقصي الحقائق: ويحتوي أسلوب المعالجة على تحليل البيانات الماضية، الملاحظة وأساليب إجراء المقابلات.
- ب- تحليل الحقائق (البيانات): وتهدف هذه الخطوة إلى التحقق إن كان التغيير ضرورياً وإيضاح النواحي القابلة للتغيير من أجل اقتراح البدائل.
- ت- الخطوة الثالثة: صياغة الحلول والمقترحات والتوصيات وتتم هذه الخطوة بأسلوب منطقي ومن أجل تحقيق ذلك يجب أن يتوافر لدى المدقق باعتباره مستشاراً إدارياً، عدة مميزات كالخبرة والفكر المستجد والإبداع، كما تحتوي هذه الخطوة على عرض النتائج والتوصيات.

الخطوة الرابعة: مرحلة تنفيذ المقترحات

وهي الخطوة الأخيرة بالنسبة إلى الخدمة الاستشارية وقد تشمل تدريب موظفي العميل كما تتطلب إبداء النصح والتوجيهات وتوفير المساعدات الفنية اللازمة، كما ينبغي أن يكلف المستشار بمراقبة التنفيذ، حتى يضمن حسن تطبيق توصياته والحلول التي اقترحها وهنا يجب التنويه بأن العميل يقوم بإنهاء المهمة عند مرحلة التوصيات ويتولى هو بنفسه عملية التنفيذ.

خاتمة

15. زريقات عمر محمد، محمود أرفت سلامة، كلبونة أحمد يوسف، علم تدقيق الحسابات العملي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2011، صفحة 109
16. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية - القانون رقم 10-10 مؤرخ في 16 رجب عام 1431هـ، الموافق ل 29 يونيو 2010م، يتعلق بمهن الخبير المحاسب ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 42.
17. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية - القانون رقم 10-10 مؤرخ في 16 رجب عام 1431هـ، الموافق ل 29 يونيو 2010م، يتعلق بمهن الخبير المحاسب ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 42.
18. أحمد حلمي جمعة، التدقيق والتأكد الحديث- المشاكل والمسؤوليات، الأدوات والخدمات- دار صفاء للنشر والتوزيع - طبعة 2009، صفحة 556.
6. أحمد حلمي جمعة، التدقيق والتأكد الحديث- المشاكل والمسؤوليات، الأدوات والخدمات- دار صفاء للنشر والتوزيع - طبعة 2009، صفحة 542.
7. عبد الناصر حميدان، "مساهمة تقرير مدقق الحسابات في الانتقال إلى اقتصاد المعرفة"، مجلة الدراسات المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة بني سويف، العدد الثاني والثالث، يوليو - ديسمبر 2005- صفحة 319-320
8. Hollis, A, " Ethical Issues Related to the Provision of Audit and non-audit service: Evidence from Academic Research ", Journal of Business Ethics, vol. 52, No. 2, Jun 2004, p. 145
9. Swonger, S.L and Chewning. E.G., " The effect of internal audit outsourcing on financial analysis perceptions of External Auditor independence", Auditing: A Journal of Practice & Theory, vol. 20, No. 2, September 2001, p. 115
10. الجعفري، فوزية والعنقري، حسام -اتجاه مكاتب المراجعة في المملكة العربية السعودية نحو توسيع نطاق خدماتها المهنية: تحليل ميداني مستند إلى مقتضيات نظرية الوكالة، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة، مجلد 21، العدد 2 جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية، 2007.
11. زريقات عمر محمد، محمود أرفت سلامة، كلبونة أحمد يوسف، علم تدقيق الحسابات العملي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2011، صفحة 108
12. جربوع، يوسف محمود، مراجعة الحسابات المتقدمة وفقا لمعايير المراجعة الدولية، الطبعة الأولى، فبراير، غزة، فلسطين، 2002، صفحة 104.
13. المطارنة، غسان فلاح، تدقيق الحسابات المعاصر- الناحية النظرية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 2009، صفحة 118
14. جمعة، أحمد حلمي، المدخل إلى التدقيق والتأكد الحديث - الإطار الدولي... أدلة ونتائج التدقيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، صفحة 82

المفاضلة بين معدل الربح ومعدل الفائدة في تمويل التنمية الاقتصادية حالة السوق المالي العاليزني 1999-2016

د / تومي عبد الرحمن
استاذ محاضر (I) جامعة بومرداس
أ. ذياح هشام
استاذ مساعد قسم أ. جامعة سطيف 1- الجزائر

ملخص:

البحث عن بدائل تكون ناجعة وملائمة أكثر، ولعل أهم بديل متاح هو معدل الربح (مشاركة، مرابحة... إلخ) الذي نجح في تحقيق معدلات نمو سريعة ودون آثار جانبية على الاقتصاد، ولتوضيح دور كل منهما في الاقتصاد بشكل موسع نطرح الإشكال التالي:

✓ أيهما أفضل: معدل الربح أم الفائدة في تمويل التنمية الاقتصادية؟؟

سنحاول في هذه الورقة البحثية الإجابة عن هذا الإشكال، وسنقسم الدراسة إلى المحاور التالية:

المحور الأول: الربح-مفهومه، نظرياته...

المحور الثاني: مفاهيم حول معدل الفائدة.

المحور الثالث: تمويل التنمية الاقتصادية.

المحور الرابع: نمذجة قياسية لدور الربح والفائدة في تمويل التنمية الاقتصادية.

المحور الأول: الربح-مفهومه، نظرياته...

يشكل الربح عنصرا أساسيا في النشاط الاقتصادي، وبصفة خاصة في الاقتصاد الإسلامي، حيث ينتج من عمليات التمويل التي تقوم بها المصارف الإسلامية، وفيما يلي سنوضح بعض المفاهيم المرتبطة بالربح الاقتصادي، كما يلي:

أولا: تعريف الربح: وضع الاقتصاديون تعاريف للربح من عدة نواح، نوضحها فيما يلي:

1- في الاقتصاد الوضعي:

أ- الربح الاقتصادي: فرق علماء الاقتصاد بين الربح الإجمالي والصافي، فأما الإجمالي فهو نفسه عند المحاسبين، والربح الصافي هو حاصل عملية الطرح حيث:

= الربح الإجمالي - (فائدة رأس المال + إيجار الأرض + أجرة المنظم فيما لو كان في مشروع آخر).

وعلى هذا، فالربح الصافي يقيس مدى كفاءة استغلال المال واستثماره، فلا يهم أن يدر مشروع ما ربحا بقدر ما يهم معرفة كم

للربح أهمية كبيرة في النشاط الاقتصادي. فهو أحد العناصر الأساسية للدخل الفردي والقومي، لذا نجد أن الفرد أو المؤسسة يسعى لتحقيق أكبر قدر منه، إلا أن مفهوم الربح يختلف من نظام اقتصادي إلى آخر، حيث إنه بإدخال عنصر الزمن على مفهوم الربح يصبح لدينا فائدة ربوية، وبما أن الدافع الرئيسي لعجلة التنمية الاقتصادية هو تحقيق وتعظيم الربح، سنسلط الضوء على الدور الذي يلعبه معدل الربح الاقتصادي ومدى أفضليته في تمويل التنمية الاقتصادية. وذلك كبديل لسعر الفائدة الرأسمالية.

الكلمات المفتاحية: الربح الاقتصادي، الفائدة، الربا، تمويل الاقتصاد، التنمية الاقتصادية.

Abstract:

Profit has a big importance in the economic activity given that it's an important part from the personal and the national income, that's why we find that a person or an enterprises seeks to achieve a great profit, but the concept of profit varies from economic system to another, by introducing the factor of time on the concept of profit we will have an Interest rate, and since the main motive is achieving and maximizing profit. In this study, we will talk about the importance of economic profit rate and its advantage in financing economic development as an alternative to the capital interest rate.

تمهيد:

بعد حدوث الأزمات المالية المتلاحقة، انتهى الكثير من الباحثين الاقتصاديين إلى الحكم على سعر الفائدة بأنه المتسبب الرئيس في إحداث الأزمات الاقتصادية التي حلت باقتصادات الدول، وبالتالي أصبح معدل الفائدة يسبب الضرر أكثر من المنفعة، ما جعل الكثير من الاقتصاديين يدعو إلى

الإدارة وتنظيمها، أما الغلة، فهي الأرباح العرضية، التي تنجم عن ارتفاع أسعار الأصول المتداولة.⁵

ثانياً: النظريات المفسرة للربح:

هناك نظريات متعددة حاولت تفسير الربح لكونه الدافع المحرك للنشاط الاقتصادي، وفي أغلبها تهدف إلى توضيح هدفين: الأول سبب نشأة الربح (كيف تسفر العملية الإنتاجية عن الربح)، والثاني لمن يعود الربح. وفيما يلي سنبين أهم مبادئ هذه النظريات التي مازالت مقبولة من طرف الاقتصاديين، حيث إن هناك اتجاهين لتفسيره (الربح)، وذلك كما يلي:

1- الاتجاه الشخصي لتفسير نظريات الربح: هذه النظرية تضم الاعتبارات التالية:

أ- الربح أجر الإدارة: فسر "ساي" "Say" الربح بما يقوم به المنظم من عمل الإدارة ومن تتساقط بين عوامل الإنتاج، حيث خلص إلى أن الربح هو أجر التنظيم، ومنه، فإن سعر الأجر يتحدد وفقاً لهذه النظرية بالعلاقة بين الكمية المعروضة والمطلوبة من هذا النوع من العمل. وهذه الفكرة تبناها مجموعة مفكرين ألمان في القرن التاسع عشر.

ب- نظرية إنتاجية رأس المال (الربح كعائد ضمني لعوائد الإنتاج): يرى العديد من الاقتصاديين أن إنتاج القيم يرجع إلى تفاعل ثلاثة عوامل هي: العمل، ورأس المال، والطبيعة، وكل هذه العوامل الثلاثة هي مصدر لنوع من الدخل، فالعمل مصدر للأجر، ورأس المال مصدر للفائدة، أما الأرض فهي مصدر الربح. فالربح كما يقول "ساملسون" ما هو في الواقع سوى مجموعة من العائدات الضمنية لعوامل الإنتاج. ويتصل هذا التحليل بنظرية "القراس" التقليدية التي تقول: "إن الربح يساوي الصفر في حالة المنافسة التامة". وهي حالة التوازن، حيث في سوق المنافسة التامة يؤدي دخول المتنافسين الأسواق إلى انخفاض الأسعار، وذلك لتساوي مجموع التكاليف (الأجر + الفائدة + الربح)، ويصبح الربح مساوياً للصفر.⁶

⁵ سامر مظهر قنطقجي: أيهما أصح في الاستثمار معيار الربح أم معيار الفائدة؟ مؤسسة الرسالة للنشر، حماة-سوريا، 2003، ص 18.

⁶ عبد الباري بن محمد علي المشعل: معيار الربحية التجارية

للمشروعات الخاصة في الاقتصاد الإسلامي، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد الإسلامي، كلية الشريعة، الرياض-المملكة العربية السعودية، 1991، ص 91-92.

بالإمكان أن يدر من الربح. فبقدر قوة الإدارة والتخطيط يكون حجم الربح، لذا، فإنه يكون تعريفه عبارة عن "تصيب عنصر التنظيم والإدارة في عملية الإنتاج، أي هو مكافأة المنظم".¹

ب- الربح محاسبياً:

هو عبارة عن الفرق بين الإيراد الكلي للمنتج وتكاليفه الكلية، ويقصد بهذه الأخيرة التكاليف الظاهرية فقط، وهي تلك المبالغ المدفوعة من قبل المنتج مقابل الحصول على خدمات عناصر الإنتاج، بحيث إن المنتج لا يمكنه الحصول على هذه الخدمات دون دفع مقابل لها.

وهنا نجد أن الربح الاقتصادي أقل من المحاسبي بسبب وجود التكاليف الضمنية.²

2- مفهوم الربح من الناحية الإسلامية:

الربح في عرف فقهاء الدين هو زائد ثمن مبيع نتج عن ثمنه الأول. حيث يتضح من هذا المفهوم أن الربح هو ما نتج عن عملية تبادل تجاري تتقلب فيه النقود إلى عروض تجارية ثم تباع بأزيد من ثمن شرائها، فهذه الزيادة تسمى في العرف الفقهي ربحاً، ولهذا لا يدخل تحت مفهوم الربح ما يحصل عليه الإنسان من غير عملية تجارية.³

وعرفه ابن خلدون بأنه محاولة الكسب بتتمية المال بشراء السلع بالرخص وبيعها بالغلاء. حيث جعلت الشريعة الإسلامية حفظ المال أحد مقاصدها الخمسة، وحفظ المال يكون باستثماره لإنتاج الربح الذي به يحفظ رأس المال المنتج وينمي.⁴

وهناك فرق بين الربح والغلة، حيث إن الربح هو ما يسمى اليوم بالربح العادي، وهو النماء الناجم عن حسن تصرف

¹ أبو نصر بن محمد شخار: قاعدة الربح بالضمان-دراسة تأصيلية

تطبيقية-، معهد العلوم الشرعية، سلطنة عمان، 2008، ص 29.

² رضا صاحب ابو حمد: الخطوط الكبرى في الاقتصاد الوضعي، دار مجدلاوي للنشر، الأردن، 2006، ص 264.

³ خالد بن عبد الرحمان المشعل: الفائدة والربا-شبهات وتبويضات معاصرة-، مقال منشور على الشبكة العنكبوتية بتاريخ 2012/6/4، <http://fiqh.islammessage.com/NewsDetails.aspx?id=4843>

تاريخ الاطلاع 2016/10/5.

⁴ حازم الوادي: النظام الاقتصادي في الإسلام، دار الكتاب الثقافي، الأردن، 2009، ص 166.

تكاليف إنتاجها، وبالتالي، يكون الربح مساويا للإنتاجية الحدية لرأس المال لأن المنافسة تقود إلى توازن العرض والطلب، فيكون السعر مساويا لتكاليف الإنتاج. أما في حالة الاحتكار سواء كان احتكارا أحاديا (احتكار عدد قليل من المنتجين) أم احتكار قلة (المنتجين يتحكمون في كمية الإنتاج المعروف في السوق بمستوى أقل من الطلب مما يؤدي إلى ارتفاع أسعار البيع إلى أعلى من تكاليف الإنتاج)، وهذا يحقق للمنتجين ربحا إضافيا يسمى بالربح الاحتكاري.

ثالثا: فعالية آلية الربح في النشاط الاقتصادي:

في هذا المطلب سنحاول إبراز فعالية الربح في الدورة الاقتصادية وكيفية توجيهه النشاط الاقتصادي، التي تتجلى من خلال العناصر الآتية:

1- معدل الربح هو معيار لتخصيص الموارد المالية:

يقوم تحليل نظرية رأس المال على فرض التيقن التام **Foresight Certainty Perfect** حيث حسب هذا الفرض نجد أن سعر الفائدة التوازني يتطابق تماما ودائما مع الإنتاجية الحدية لرأس المال، أو بلغة أخرى فإن سعر الفائدة يتساوى مع معدل الربح (المتوقع تحقيقه). وهنا تأتي منطقية نتيجة هذا التحليل، حيث تقول إنه يصعب تصور حالة سعر فائدة صفري عند التوازن في عالم يتسم بالندرة الشديدة لرأس المال (لأن رأس المال متوفر بشكل كاف)، وعليه، فإنه لا بد من وجود حالة التوازن الصفري، التي تحدث في حالة وجود ركود قاسي الشدة أو انتشار حالة الفوضى الاقتصادية في استخدام رأس المال النادر بإلغاء سعر الفائدة. وهذا حسب الاقتصاد الغربي الرأسمالي.

لكن هذا التحليل يخلط بين أمرين متناقضين، إلغاء سعر الفائدة مع توافر بديل عنها وهو الربح، وهنا سعر الفائدة يكون في حالة التوازن، حيث على النقيض من الفكر الاقتصادي الغربي نجد أن الاقتصاد الإسلامي قد قدم معدل الربح كمعيار يحكم استخدام رأس المال وفق أسس أكثر منطقية وأكثر عدالة اجتماعية، وهذا هو الأهم من هذه الناحية، أي يحكم بكفاءة اقتصادية، حيث إن إلغاء سعر الفائدة لا يعني أن رأس المال ليس له عائد ويقدم للمتعاملين بلا تكلفة. لكن سواء في الاقتصاد الرأسمالي أم الإسلامي، فإن رأس المال له عائد نظير اشتراكه الفعلي في النشاط

ت- الربح تعويض عن المخاطرة: بحسب هذه النظرية، يعد الربح تعويضا عن المخاطرة الملازمة لأي إنتاج يجري في السوق، إذ يقرر السوق وحده صحة أو خطأ أي اختيار استثماري، فتكون النتيجة إما النجاح وبالتالي الربح، وإما الخسارة والإفلاس. والرأسماليون لا يمكن أن يقبلوا بتحمل خطر الخسارة دون وجود الربح، ومنه يكون الربح الذي يجنيه أصحاب المشروعات عبارة عن تعويض مقابل إمكانية الخسارة.¹

2- الاتجاه الموضوعي: يفسر هذا الاتجاه الربح حسب

وجهات نظر مختلفة منها:

أ- الربح في النظرية الماركسية: يفسر ماركس الربح وهو ما يعبر عنه أيضا بفائض القيمة، وتستند نظريته هذه إلى نظريته في القيمة والأجر، حيث تعيد نظرية الربح كل عوامل الإنتاج إلى منشأ واحد وهو العمل، حيث رأس المال الممثل في الآلات والأدوات ومواد العمل ليس إنتاجها عملا، والأرض والموارد الطبيعية لا تعطي أي إنتاج إلا باقترانها بعمل الإنتاج، وبالتالي، فإن النظرية الماركسية تتوافق مع الكلاسيكية في القيمة والعمل، بمعنى أن كل القيم المتولدة في النشاط الاقتصادي تنشأ عن العمل، وبالتالي، فكل الدخل هي نتاج العمل، والتحليل الماركسي يعتمد على مبدأ التجريد ما يجعل رأس المال منفصلا عن العمل فيكون الربح عبارة عن اقتطاعات من أجور العمال ويمثل استغلالا للعمال من قبل أرباب العمل (الرأسماليين).²

ب- نظرية الربح كمكافأة للابتكار: مؤسس هذه النظرية الاقتصادي "شوم بيتر" حيث يقول إن "الربح بجوهره ليس إلا نتيجة تنفيذ تنظيم جديد" بمعنى أنه محصور فقط في الاقتصاد المتقدم وهو عبارة عن مكافأة المنظم بوصفه مبتكرا، وهكذا يكون الربح بنظر شوم بيتر ثمنا لاحتكار يسيطر عليه وهو الابتكار الذي يدخله في مجال الإنتاج فتزداد معه إنتاجية العمل ويزداد إنتاج الخبرات المادية.

ت- الربح العادي والربح الاحتكاري: في حال المنافسة التامة تميل أسعار المنتجات إلى التطابق مع

¹ الربح، مقال منشور على الشبكة العنكبوتية،

<http://www.marefa.org/index.php>، تاريخ الاطلاع 2016/10/7.

² لبيب شقير: تاريخ الفكر الاقتصادي، دار نهضة مصر للطباعة

والنشر والتوزيع، مصر، 1988، ص 206.

انكماشية فهذه المحدودية تكون أكثر وضوحاً لعدم توفر حافز الاقتراض وهو إمكانية تحقيق ربح فوق تكلفة الائتمان.²

المحور الثاني: مفاهيم حول معدل الفائدة.

سنحاول إعطاء نظرة تحليلية بسيطة لمفهوم الفائدة وأهميتها، ووظائفها ومن ثم محاولة إبراز ما يترتب على إلغائها في الاقتصاد الإسلامي. وذلك، كما هو موضح في العناصر التالية:

أولاً: مفهوم سعر الفائدة:

في نظر آدم سميث: "الفائدة هي ثمن لاستخدام رأس المال الناتج عن تضحية (ادخارية) حقيقية".³ ولقد ميز بوضوح بين فائدة رأس المال وربح رأس المال، حيث حاول أن يبرر فائدة رأس المال، وأوضح أن الربح يكون أكبر من معدل الفائدة، والفرق بينهما بمثابة علاوة التأمين أو قسط التأمين الذي يدفعه المقرض بقصد الحصول على دخل ثابت ومؤكد، وليس على دخل احتمالي كالذي يتحقق في مجال الأعمال. أي إن المقرض يؤمن المقرض بتعهده بدفع مبلغ ثابت، هو الفائدة، مقابل تنازل المقرض عن جزء من دخل رأس المال، القرض يعادل الفرق بين معدلي الربح والفائدة.⁴

ويعرف فيشر الفائدة الحقيقية بأنها فائدة الإقراض التي تعطي أهمية للتغير في قيمة النقد.⁵ أما كينز فيقول إن سعر الفائدة على النقود ليس بأكثر من النسبة المئوية لزيادة مبلغ من المال منق على تسليمه آجلاً، عما يمكن أن نسبه سعر التسليم الفوري لنفس المبلغ المنق على تسليمه آجلاً. ومن ثم يبدو أن لكل نوع من الأصول الرأسمالية نظيراً لسعر الفائدة على النقود.⁶

الإنتاجي، وتسمى هذه في الاقتصاد الإسلامي بالحصة أو نسبة في الربح وليس بفائدة محددة مسبقاً، حيث إن رأس المال والمنظم يتحملان مخاطر الاستثمار، والربح يكون بينهما بعد سلامة رأس المال، والاستثمار يكون وفق صيغ وأدوات إسلامية. وهذه الحصة هي تكلفة عنصر رأس المال، ومن ثم يصبح الربح هو المعيار الذي يحكم تخصيص الموارد المالية. وبالتالي، فهو الآلية التي تعادل الطلب على هذه الموارد مع العرض منها، فكلما زاد معدل الربح المتوقع من استثمار جديد عن الربح المحقق في النشاط الاقتصادي الذي يزعم الاستثمار فيه، ووفقاً لواقع عدم التيقن وعلى أساس الأولويات الإنمائية للمجتمع وفي ضوء فرض الكفاية، زاد عرض الأموال القابلة للاستثمار أمام المشروع المقترح وتم تنفيذه فعلاً، والعكس صحيح.¹

2- معدل الربح وكفاءته في توزيع الثروة والدخل:

يؤدي اعتماد آلية الربح بدلاً من الفائدة إلى تحقيق العدالة بين المدخر (الممول) والمستثمر، حيث لا يحصل أي منهما على عائد ثابت ومضمون مسبقاً، بل الطرفان يتشاركان في المخاطرة ونتيجة الاستثمار، وهنا العلاقة التمويلية لا تظلم سواء المدخر عند انخفاض الفائدة وارتفاع الربح، أم المستثمر عند ارتفاع الفائدة وانخفاض الربح وتحقيق الخسارة، ما يؤثر إيجابياً على الادخار والاستثمار. ولأن الربح يتولد عن ارتباط المال بالعمل، فإن ذلك يسهم في تنظيم عملية توزيع ثروات ودخول المجتمع بين أفرادهم وحل مشكلة البطالة التي تعاني منها الاقتصادات النامية، ويرجع سببها إلى اختلال التوازن بين حجم قوة العمل ورؤوس الأموال المستثمرة المتوافرة.

3- معدل الربح وتحقيق الاستقرار الاقتصادي:

أكد العديد من الاقتصاديين محدودية فعالية سعر الفائدة كإجراء مصحح للاختلالات الهيكلية، حيث في حالة التضخم يكون العائد من الائتمان في صورة استثمارات مربحة أكبر نسبياً من سعر الفائدة، وبالتالي، فإن هذا الأخير يعد غير كاف كعنصر تكلفة للحد من التوسع في الائتمان، أما في حالة وضعية

¹ عبد الحميد الغزالي: الأرباح والفوائد المصرفية بين التحليل

الاقتصادي والحكم الشرعي-سلسلة ترجمات الاقتصاد الإسلامي رقم 2-

نشر البنك الإسلامي للتنمية والمعهد الإسلامي للبحوث والتدريب،

جدة-المملكة العربية السعودية، 1994، ص ص 22-24.

² عبد الحليم غربي، مرجع سابق، ص ص 61-62.

³ بلعزوز بن علي: أثر تغير أسعار الفائدة على اقتصاديات الدول

النامية حالة الجزائر 2003-2004، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه

دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، ص 27.

⁴ رفيف المصري: محاولة جديدة في الربا والفائدة والبنك، مؤسسة

الرسالة، بيروت-لبنان، ط 3، 1987، ص 294.

⁵ حمدي عبد العظيم: السياسات النقدية والمالية-دراسة مقارنة بين

الفكر الوضعي والإسلامي، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص 24.

⁶ جون مينارد كينز ترجمة إلهام عيادروس: النظرية العامة للتشغيل

والفائدة والنقود، دار كلمة للنشر، أبو ظبي، 2010، ص 265.

1- **الأسعار الرئيسية:** هي معدلات النقد المركزي، التي يقرض بها البنك المركزي بنوكه التجارية، وتحدد على أساسها معدلات الإقراض فيما بين البنوك.

2- **أسعار السوق النقدية:** يتم على أساسها تداول الأوراق المالية قصيرة الأجل القابلة للتداول (سندات خزينة، شهادات إيداع... إلخ).

3- **أسعار السوق المالية أو المعدلات طويلة الأجل:** تصدر على أساسها السندات وتحدد معدلات التمويل في الأجل الطويل.

4- **الأسعار الثابتة:** أي إن معدل الفائدة المعلن عنه يبقى ثابتا دون تغيير على طول فترة التوظيف أو القرض.

5- **الأسعار القابلة لإعادة النظر فيها:** تتغير المعدلات تبعا لمؤشرات مرجعية، يمكن أن تكون المعدلات الرئيسية أو المعدلات على السندات.

6- **الأسعار المتغيرة:** تتغير باستمرار وفق أرقام قياسية مرجعية، أما مبلغ الفائدة المدفوع فلا يمكن معرفته إلا عند استحقاق القرض أو نهاية مدة التوظيف.

خامسا: سعر الفائدة أم الربح في النشاط الاقتصادي:

يمكننا توضيح أيهما أحسن في النشاط الاقتصادي من خلال سرد بعض من أفكار الرواد والمدارس الاقتصادية في هذا الشأن، حيث يقول التحليل الكينزي إن توقعات رجال الأعمال هي التي تؤثر وبقوة على القرارات الاستثمارية وليست أسعار الفائدة، بحيث لا تعرقل أسعار الفائدة المرتفعة رجال الأعمال عن الإقدام على الأنشطة الاستثمارية الجديدة إذا كانوا متفائلين لتحقيق عوائد جيدة، ومن هنا، فإن التكاليف المرتفعة لرأس المال المقترض سوف تتحول إلى المستهلك في شكل زيادة أثمان المنتجات، في حين إن أسعار الفائدة المنخفضة قد لا تحفز الاستثمارات الجديدة إذا كانت نظرة رجال الأعمال متشائمة، لكن رغم محدودية حساسية الاستثمار لسعر الفائدة، إلا أن هذا الأخير يعتبر عائقا في وجه الاستثمار ومنه للنمو. ويؤكد ذلك كينز حيث يقول إن معدل سعر الفائدة يعوق النمو الاقتصادي لأنه يعطل حركة الأموال نحو الاستثمار في حرية وانطلاق، فإن أمكن إزالة هذا العائق فإن رأس المال سيتحرك وينمو بسرعة.

يعرف سعر الفائدة على أنه ثمن الحصول على السلع أو الموارد الآن بدلا من المستقبل، وبمعنى آخر فإنه يقيس ثمن السلع والموارد المستقبلية بمعدلها الحالي، حتى مع عدم وجود التضخم. وبالتالي فهو ثمن مثل أي شيء غيره يتحدد بالعرض والطلب.¹

ثانيا: أهمية سعر الفائدة: تبرز أهمية سعر الفائدة في كونه يؤثر في الاقتصاد ككل، إذ يحقق ما يلي:²

- ضمان جذب الادخار من وحدات الفائض وادخارها في وحدات العجز، ومن ثم تحقيق النمو الاقتصادي.
- توازن الكمية المعروضة من النقود بالكمية المطلوبة منها من قبل الوحدات غير البنكية.
- التأثير في حجم الادخار والاستثمار لكونه أداة مهمة من أدوات السياسة النقدية.
- التأثير في تدفق الأموال على المستوى الدولي (ارتفاعه في دولة معينة يشجع على انتقال الأموال إلى تلك الدولة والعكس صحيح).
- توجيه الاقتصاد الوطني وفق السياسة المرسومة له وحسب الحالة الاقتصادية السائدة.

هذه النقاط تمثل أهمية الفائدة على المستوى العام، أما على المستوى الشخصي، فنجد أن ارتفاع سعر الفائدة يمثل عائقا للبعض الذين هم بصدد القيام بعمليات الشراء (كالعقارات والسيارات أو ما شابه ذلك)، وذلك لارتفاع تكلفة التمويل، ما يشجع على الادخار من ناحية أخرى.

ثالثا: أنواع سعر الفائدة: نذكر أبرز أنواع سعر الفائدة فيما يلي:³

¹ جمال بن دعاس: السياسة النقدية في النظامين الإسلامي والوطني - دراسة مقارنة، دار الخلدونية، الجزائر، 2006، ص 147.

² عبد الهادي الرفاعي وفرح فؤاد عكو: أثر سعر الفائدة في مبيعات شهادات الاستثمار واستردادها في مصرف التسليف الشعبي، مقال منشور بمجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 36، العدد 6، 2014، ص 176.

³ وسام ملاك: النقود والسياسات النقدية الداخلية، دار المنهل اللبناني، لبنان، 2000، ص ص 201-200.

الإنتاج ونوعية السلع والخدمات المنتجة، إضافة إلى إحداث تغيير في هيكل توزيع الدخل لصالح الفقراء.³

2- مفهوم تمويل التنمية:

يعرف التمويل على أنه وسيلة لتعبئة الموارد الحقيقية القائمة، كما يعرف على أنه الإمداد بالأموال اللازمة في أوقات الحاجة إليها.

ويعرف أيضا بأنه الحقل الإداري أو مجموعة الوظائف الإدارية المتعلقة بإدارة مجرى النقد والزاميته لتمكين المؤسسة (الحكومات) من تنفيذ أهدافها ومواجهة ما يستحق عليها من التزامات في الوقت المحدد.⁴

من خلال التعاريف الخاصة بكل من التنمية الاقتصادية والتمويل، يمكن القول إن تمويل التنمية الاقتصادية ما هو إلا توفير حجم كاف من الأموال اللازمة، بغية إنجاز مشاريع اقتصادية وتطويرها في فترة زمنية معينة وذلك قصد النهوض بقطاع معين أو قطاعات عدة.

3- مؤشرات التنمية الاقتصادية:

عرفت مؤشرات قياس التنمية تطورا كبيرا، وذلك تباعا للتطورات الحاصلة على المستوى الاقتصادي، وفيما يلي سنوضح هذه المؤشرات كالاتي:

أ- المعايير الاقتصادية (الدخل):

تصف هذه المؤشرات خصائص الجهاز الاقتصادي الاجتماعي للبلد، ويمكن أن تقدم على شكل معدل متوسط من كتلة إجمالية كالدخل السنوي للفرد، أو على شكل نسب مختلفة من الناتج القومي الإجمالي كمعدل التصدير أو الاستيراد. وأبرز المؤشرات الاقتصادية هو الناتج القومي أو الناتج المحلي الإجمالي PIB الكلي أو للفرد. **المؤشرات الاجتماعية:**

كما أن هناك دلائل واقعية يمكن التعويل عليها تدعم وجهة النظر القائلة بأن الطلب الاستثماري عديم الحساسية للتغيرات في سعر الفائدة، ويخضع لتوقعات الأرباح المستقبلية، ففي الولايات المتحدة يمكن القول إن هناك ترابطا بين مستوى الاستثمار ومستوى الأرباح، ويرجع ذلك إلى الأرباح غير الموزعة التي تتيح للمشروع تدفقا نقديا يساعده على التمويل الذاتي. فمثلا في و.م.أ أنتجت خلال الفترة 1977-1980 الأرباح غير الموزعة بالإضافة إلى مخصصات اهتلاك الأصول في شركات المساهمة موردا نقديا مهما، دخلا صافيا بلغ خمسة أضعاف الأرباح الموزعة، ومن إجمالي الإنفاق الاستثماري في الشركات غير المالية في سنة 1980 كان النصيب النسبي للتمويل الداخلي 87% ونحو 4% زيادة في رأس المال أما القروض فنصيبها كان 9%.

من هنا يمكن القول إن الربح هو القوة الأساسية التي توجه قرارات المستثمرين ليس فقط كمعيار لجذب الاستثمار وإنما أيضا لكونه مصدرا تمويليا مهما.¹

المحور الثالث: تمويل التنمية الاقتصادية:

في هذا المحور، سنلقي الضوء على مفاهيم عامة توضح عملية تمويل التنمية الاقتصادية، ونوجزها كالاتي:

1- مفهوم التنمية الاقتصادية:

هي مجموعة السياسات التي يتخذها مجتمع معين وتؤدي إلى زيادة معدلات النمو الاقتصادي، استنادا إلى قواه الذاتية، مع ضمان تواصل هذا النمو وتوازنه لتلبية حاجات أفراد المجتمع وتحقيق أكبر قدر من العدالة الاجتماعية.²

التنمية الاقتصادية هي العملية التي من خلالها تتحقق زيادة في متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي على مدار الزمن، التي تحدث العديد من التغيرات في كل من هيكل

¹. مخلوفي عبد السلام والعرابي مصطفى: أهم الانتقادات الموجهة إلى سعر الفائدة كسعر استراتيجي في النظام الاقتصادي المعاصر، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر العالمي الثامن للاقتصاد والتمويل الإسلامي، الدوحة قطر، أيام 18-20 ديسمبر 2011، ص 20.

. محمد مدحت مصطفى وسهير عبد الظاهر أحمد: النماذج الرياضية للتخطيط والتنمية الاقتصادية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر،

1999، ص 7.²

³. على الليثي ومحمد عبد العزيز عجمية: التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومشكلاتها، الدار الجامعية للنشر، مصر، 1999، ص 52.

⁴. قورين حاج قويدر: مفهوم وأهمية التمويل وأنواع التمويل، مقال منشور على شبكة الإنترنت على الموقع <http://www.acc4arab.com/acc/showthread.php/1888> تاريخ الاطلاع 12 أبريل 2017.

من التمويل يتخذ صوراً متعددة كما يختلف باختلاف المقترضين (مؤسسات، أفراد، هيئات حكومية)، ونوضح ذلك كالاتي:

• **المؤسسات:** تستطيع أن تحصل على قروض وتسهيلات ائتمانية من مورديها أو من عملائها أو حتى من مؤسسات أخرى، إلا أنها يمكن أن تخاطب القطاع العريض من المدخرين الذين يرغبون في توظيف أموالهم دون أن يرتبط نشاطهم مباشرة بالنشاط الاقتصادي للمؤسسة، وتتمثل في: إصدار أسهم للاكتتاب العام أو الخاص، إصدار سندات، الائتمان التجاري، التمويل الذاتي، تسهيلات الاعتماد... إلخ.

• **الحكومة:** تلجأ الحكومة في بعض الأحيان إلى التمويل المباشر عن طريق الاقتراض من الأفراد والمؤسسات من خلال إصدار سندات متعددة الأشكال ذات مدد زمنية مختلفة وأسعار فائدة متباينة، ومن أهم هذه السندات نجد أدوات الخزينة...

✚ **التمويل غير المباشر:** يعبر هذا النوع عن كل طرق وأساليب التمويل غير المباشرة المتمثلة في الأسواق المالية والبنوك، أي كل المصادر المالية التي فيها وسطاء ماليون، حيث يقوم الوسطاء الماليون المتمثلون في السوق المالية وبعض البنوك، بتجميع المدخرات المالية من الوحدات الاقتصادية ذات الفائض، ثم توزع هذه الادخارات المالية على الوحدات الاقتصادية التي تحتاجها، فالمؤسسات المالية الوسيطة تحاول أن توفق بين متطلبات مصادر الادخار ومتطلبات مصادر التمويل. وهناك بعض أشكال التمويل غير المباشرة الأخرى التي تكون في شكل ضمانات، تستعمل عادة الاستيراد والتصدير مثل الاعتماد المستندي، التحصيل المستندي... إلخ.

ب- **المصدر الثاني: التمويل المحلي والتمويل الدولي:**

ينقسم هذا النوع من التمويل إلى تمويل مصدره السوق والمؤسسات المالية، وتمويل مصدره السوق المالي والهيئات المالية الدولية. وفيما يلي نوضح كل طريقة كالاتي:

✚ **التمويل المحلي:** يعتمد مثل هذا النوع من التمويل على المؤسسات المالية والأسواق المالية المحلية، وهو يضم المصادر المباشرة وغير المباشرة المحلية (قروض بمختلف

ظهرت حركة المؤشرات الاجتماعية أواخر الستينيات لمعالجة نقائص المؤشرات المتعارف عليها للتعبير عن الوقائع والتغيرات الاجتماعية-الاقتصادية من خلال توسيع التحليلات الإحصائية الاقتصادية لتضم مجموعة من القضايا الاجتماعية منها تخطيط التنمية وتقييم التقدم في تحقيق أهدافها ودراسة بدائل للسياسات المتبعة من أجل اختيار أكثرها ملاءمة.¹

يقصد بها تلك المؤشرات التي تخص نوعية الخدمات التي تمس حياة الأفراد كالصحة والتعليم والثقافة... إلخ ليكون اهتمامها آخر المطاف الناحية الاقتصادية للمجتمع.²

ب- المؤشرات الهيكلية:

من بين أهم المؤشرات الناجمة عن التغير في الهيكل والبنيان الاقتصادي التي يمكن استخدامها كمقياس للتقدم والنمو الاقتصادي في الدولة ما يلي:³

✓ الوزن النسبي للنتاج الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي.

✓ الوزن النسبي للصادرات الصناعية إلى إجمالي الصادرات السلعية.

✓ نسبة العمالة في القطاع الصناعي إلى إجمالي العمالة.

4- مصادر التمويل:

يمكن تصنيف مصادر التمويل إلى نوعين، نذكرهما فيما يلي:⁴

أ- المصدر الأول: تمويل مباشر وغير مباشر:

✚ **التمويل المباشر:** هذا النوع من التمويل يعبر عن العلاقة المباشرة بين المقرض والمقترض والمستثمر دون تدخل أي وسيط مالي مصرفي أو غير مصرفي، وهذا النوع

¹ . محمد عدنان وديع: قياس التنمية ومؤشراتها،

مقال منشور على شبكة الإنترنت -http://www.arab-

api.org/images/publication/pdfs/115/115_develop_bridge2.

pdf، تاريخ الاطلاع 13 افريل 2017

² . محمد عبد العزيز عجمية وآخرون: قضايا اقتصادية معاصرة، الدار

الجامعية، مصر، 2009، ص 23.

³ . محمد عبد العزيز عجمية وآخرون، مرجع سابق، ص 41.

⁴ . قورين حاج قويدر: مرجع سابق.

الاقتصادية في بلد ما، وفي هذا النموذج (الدراسة) سنأخذ قيم الناتج الداخلي الخام لماليزيا كممثل عن تطور التنمية الاقتصادية الماليزية خلال فترة الدراسة. وهو المتغير التابع حيث ستم مفاضلة الربح والفائدة في تحديد أيهما أفضل لتمويل التنمية.

2- مؤشر داو جونز الإسلامي الماليزي Djim:

يعد مؤشر داو جونز العالمي للأسواق المالية الإسلامية أول معيار للأداء الاستثماري للأوراق المالية المتوافقة مع أحكام الشريعة، وتم إطلاق هذا المؤشر لأول مرة في المنامة-البحرين سنة 1999، حيث في بداية التسعينيات كان هناك تدفق في الاستثمارات الإسلامية (كان بداية إطلاق الصناديق الاستثمارية الإسلامية وخاصة في دول الخليج) دون أن يكون هناك مؤشر مختص بقطاع التمويل وفقا لأحكام الشريعة. وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على مؤشر داو جونز الإسلامي للسوق الماليزي (Dow Jones Islamic Market Malaysia Titans 25 index) الذي يقيس قيمة أكبر 25 سهما للشركات الماليزية التي تلتزم بتوجيهات الاستثمار وفق الشريعة الإسلامية.

وفي هذه الدراسة اعتمدنا على هذا المؤشر لتمثيل قيمة الربح، وذلك لكون الأسهم والسندات التي يمثلها هذا المؤشر تعتمد على طرق الاستثمار الإسلامي (دون فوائد)، ونفرض أن تكون مساهمة هذا المؤشر إيجابية في تمويل التنمية بمعنى أن العلاقة تكون طردية بين المؤشر ومستوى الناتج الداخلي الخام.

3- مؤشر داو جونز الوضعي الماليزي Djia:

تم إنشاء مؤشر داو جونز بفضل السيد داو تشارلز الذي كان يصدر صحف المال الأمريكية في 16 فبراير 1885، حيث في بادئ الأمر كان يضم 12 سهما لشركات مختلفة منها 10 أسهم لشركات السكك الحديدية وسهمان لشركات صناعية أخرى منها الحديد والصلب والسكر، ثم تم تعديله ليضم 20 سهما، وفي 26 ماي 1896 تم الإعلان رسميا عن إنشاء مؤشر داو جونز الصناعي المتوسط.

وسنعمد على مؤشر داو جونز الإجمالي للسوق الماليزي في نموذج الدراسة، باعتباره يستخدم نسب الفائدة في إصدار الأسهم والسندات، ونفرض أن تكون علاقته طردية في تمويل التنمية الاقتصادية بماليزيا. (حيث معطيات الدراسة ممثلة في الملحق رقم 1).

أنواعها، أوراق مالية وتجارية بمختلف أنواعها... إلخ) وهذا النوع من التمويل يخدم قطاع المؤسسات الاقتصادية أكثر من الهيئات الحكومية.

التمويل الدولي: هذا النوع من التمويل يعتمد بالدرجة الأولى على الأسواق المالية الدولية مثل البورصات، والهيئات المالية الدولية أو الإقليمية مثل صندوق النقد الدولي أو البنك العالمي وبعض المؤسسات الإقليمية، بالإضافة إلى البرامج التمويلية الدولية التي في شكل إعانات أو استثمارات مثل ما هي الحال بالنسبة إلى برنامج ميديا الذي أطلقه الاتحاد الأوروبي في إطار الشراكة الأوروبية المتوسطية.

المحور الرابع: نمذجة قياسية لدور الربح والفائدة في تمويل التنمية الاقتصادية:

في هذا المحور، سنحاول وضع نموذج قياسي يهدف إلى تحليل علاقة التنمية الاقتصادية بكل من الفائدة والربح، وتحديد أيهما أنسب أو أمثل في تمويل التنمية الاقتصادية.

أولا: تحديد المتغيرات المحددة للنموذج:

سنوضح في الآتي مختلف المتغيرات التابعة والمستقلة في النموذج القياسي قيد الدراسة. وعليه تكون مقدره التنمية الاقتصادية هي المتغير التابع، وكل من الفائدة والربح كعوامل مؤثرة فيها وهما متغيران مستقلان، حيث نأخذ دور مؤشرات السوق المالي في تمويل التنمية، ويمثل مؤشر داو جونز للسوق المالي الماليزي كلا من نسبي الفائدة والربح في السوق، بينما الناتج الداخلي الخام لماليزيا يمثل مستوى التنمية الاقتصادية. وهذا خلال الفترة الزمنية 1999-2016.

ووقع الاختيار على الاقتصاد الماليزي عامة والسوق المالي خاصة لما له من مميزات أكسبته مكانة عالمية منها جمعه بين السوقين الماليين الوضعي والإسلامي، وحجم الإصدار (الأوراق المالية) الهائل والتطور التكنولوجي والشفافية... إلخ، خاصة بعد سنة 1999 وهو تاريخ إنشاء مؤشر داو جونز الإسلامي. ونوجز فيما يلي توضيحا لمفاهيم المتغيرات التابعة والمستقلة للنموذج:

1- الناتج الداخلي الخام Pib:

هو مؤشر اقتصادي يقيس الثروة التي يحققها بلد معين خلال فترة سنة، وعادة ما يعبر عن مدى تطور التنمية

Sum squared resid	13037.46	Schwarz criterion	9.904816
Log likelihood	-84.80778	F-statistic	70.80994
Durbin-Watson stat	1.384116	Prob(F-statistic)	0.000000

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج

.Eviews

من خلال الجدول أعلاه، يمكن كتابة الصيغة الرياضية للنموذج القياسي لتمويل التنمية الاقتصادية في ماليزيا كالآتي:

$$PIB = -54,511 + 0,100 djim + 0,081 djia$$

ثانيا: التقييم الاقتصادي لنموذج الدراسة:

من خلال قراءة النتيجة الرياضية للنموذج القياسي، نجد أنها موافقة للفرض الموضوع سابقا بخصوص علاقة الترابط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، فالعلاقة طردية بين كل من داو جونز الإسلامي الماليزي والوضعي مع الناتج الداخلي الخام الماليزي، ويفسر ذلك إشارة معلمتيهما الموجبة غير أن ما يتم ملاحظته أن تأثير مؤشر داو جونز الوضعي أقل من الإسلامي حيث إذا تغيرت نسبة تداول مؤشر *Djia* بوحدة واحدة، فإن مستوى الناتج الداخلي الخام يرتفع بمقدار 0,081 بمعنى أن نسبة الأوراق المالية ذات الفوائد الربوية تساهم بـ 8,1% في تمويل التنمية الاقتصادية بماليزيا، في حين إنه إذا تغيرت نسبة تداول *Djim* بوحدة واحدة فإن قيمة الناتج الداخلي الخام ترتفع بـ 0,10 وحدة، ما يعني أن نسبة الأرباح المحققة من تداول الأوراق المالية الشرعية تساهم في تمويل التنمية الاقتصادية الماليزية بنسبة 10%.

ثالثا: تقييم نموذج الدراسة إحصائيا:

قبل إجراء اختبارات فحص مقدرات النموذج، لابد من إلقاء نظرة على احتمالات المتغيرات المستقلة للنموذج، حيث نجد أن احتمال مؤشر داو جونز الإسلامي الماليزي *Djim* قدرت $prob = 0.0124$ ، في حين إن احتمال داو جونز الوضعي *Djia* يساوي الصفر ($prob = 0$) وكلاهما أقل (أقل أو يساوي الاحتمال المعياري 5% أي 0,05) الذي يثبت صحة تأثير المتغيرات المستقلة في المتغير التابع حيث

تحديد الشكل الرياضي لنموذج الدراسة:

وفقا لمتطلبات دراسة النموذج القياسي، سنقوم بالاعتماد على الانحدار المتعدد لتفسير العلاقة بين المتغير التابع *pib* والمتغيرات المستقلة *djim* و *djia*، ومنه نستخدم طريقة المربعات الصغرى لتحديد قيم معاملات المتغيرات المستقلة، حيث تكون معادلة النموذج المدروس من الشكل:

$$PIB = f(djim, djia).$$

حيث: **Pib**: الناتج الداخلي الخام لماليزيا.

Djim: مؤشر داو جونز الإسلامي الماليزي

(Dow Jones Islamic Market Malaysia Titans 25 index.)

Djia: مؤشر داو جونز الوضعي الماليزي

(Dow Jones total stock Market Malaysia index).

والجدول الموالي بالاعتماد على مخرجات برنامج الافيز، يوضح نموذج الانحدار ذي الصيغة الخطية لنموذج الدراسة:

جدول رقم (1): نتائج النموذج الخطي للنمذجة القياسية لتمويل التنمية الاقتصادية.

Dependent Variable: PIB				
Method: Least Squares				
Date: 06/03/17 Time: 00:14				
Sample: 1999 2016				
Included observations: 18				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-54.51132	47.11119	-1.157078	0.0265
DJIM	0.100561	0.061868	2540861.	0.0124
DJIA	0.081782	0.007985	2417491.	0.0000
R-squared	0.904227	Mean dependent var		198.8356
Adjusted R-squared	0.891457	S.D. dependent var		89.48491
S.E. of regression	29.48159	Akaike info criterion		9.756421

ونلاحظ أيضا أن مجالات الثقة للمعالم ذات معنوية، محصورة بين $-2 < Tc < 2$ ، ما يعني أن المعلمات غير متحيزة، ويمكننا الاعتماد عليها في دراسة النموذج.

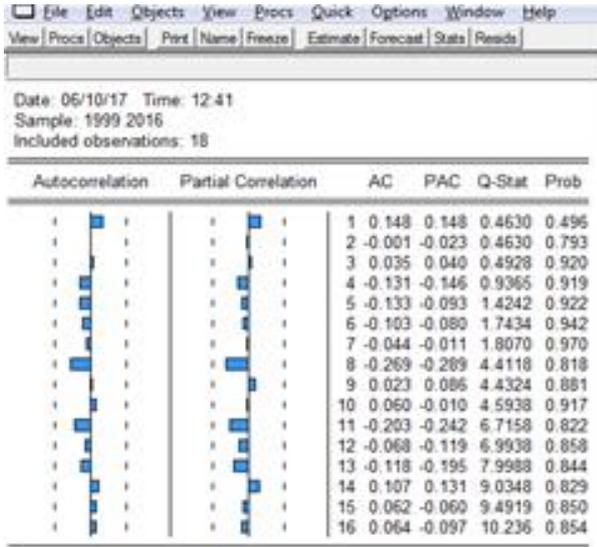
4- اختبار الارتباط الذاتي للأخطاء (ديربن واتسون DW):

من النموذج نجد أن قيمة $DW = 1,384$ ، وفقا لهذا الاختبار، فإن قيمة DW المحسوبة تكون كالاتي (4- $1,384 = 2,616$)، هذه القيمة موجبة وأكبر من الصفر، بإسقاطها على القيم الجدولية لاختبار ديربن واتسون نجد أنها تقع في المجال الموجب تماما، ما يعني أن هناك ارتباطا ذاتيا موجبا تماما بين متغيرات الظاهرة المدروسة (التابعة والمستقلة).

ثالثا: تشخيص النموذج: سنقوم بعدة اختبارات بغية تشخيص وضعية النموذج منها:

1- اختبار دالة الارتباط الذاتي للنموذج:

شكل رقم 1: تطور معاملات الارتباط الذاتي



المصدر: من اعداد الباحث بالاستعانة ببرنامج Eviews

توضح قيمة هذا الاحتمال المعنوية الفردية لكل متغير مستقل على التابع، بمعنى أن المتغيرات المستقلة Djia و Djim هي عناصر أساسية مؤثرة فعلا في المتغير التابع وهو التنمية الاقتصادية، وليست بعناصر زائدة في النموذج.

كما نجد أن الاحتمال الكلي للنموذج ($\text{prob}(F-)$) $\text{statistic}=0$ ما يعني أن احتمالية الخطأ منعدمة تماما، وهذا يعبر عن مدى تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع. وهذا ما يثبتته أيضا قيمة حد الخطأ (الثابت C) التي تقدر بـ (-54,511) حيث تدل على أنه في حالة انعدام (معلمات المتغيرات المستقلة تساوي الصفر) معاملات المقدرات لـ Djia و Djim فإن العوامل الأخرى المهمة التي من شأنها التأثير في التنمية الاقتصادية التي لم يتم مراعاتها في هذا النموذج تعذرا لصعوبة قياسها، فإن تأثيرها طفيف جدا (إشارة سالبة لحد الخطأ).

1- معامل التحديد R^2 : يقدر بـ 0,9042، أي إن نسبة ارتباط المتغيرات الخارجية Djia و Djim والتنمية الاقتصادية تبلغ 90,42% وهي نسبة ارتباط قوية، لكن لكون هذه النسبة ترتفع كلما زاد عدد العناصر الخارجية المؤثرة في المتغير التابع فإننا نتأكد من صحة الارتباط والتأثير من خلال معيار جودة التوفيق، الذي يقدر في نموذج الدراسة بـ 89,14% وهي نسبة كبيرة نفسر الارتباط الفعلي لمؤشري داو جونز بالتنمية الاقتصادية في هذا النموذج.

2- اختبار فيشر F: قيمة اختبار فيشر في نموذج الدراسة هي $F_c = 70,80$ ، وبمقارنتها بالقيمة الجدولية F_α عند $n=18$ عدد المشاهدات و $k=2$ عدد المتغيرات المستقلة عند مستوى معنوية $\alpha=5\%$ ، نجد قيمة فيشر الجدولية $F_\alpha = 3,55$ ، وبالمقارنة نجد أن $F_c > F_\alpha$ بمعنى أن هناك متغيرا مستقلا على الأقل يمارس تأثيره على المتغير التابع Pib.

3- اختبار ستودنت T: القيمة الجدولية عند $n = 18$ و $K = 2$ أي درجة حرية $(16 = n-k)$ و $\alpha = 5\%$ ، قدرت (1,746)، وبمقارنتها بالقيم المحسوبة Tc في النموذج أعلاه على حدة نجد أن $Tc > T_\alpha$ لكل من Djim و Djia، ما يعني أن المتغيرات الخارجية تؤثر فعلا في المتغير التابع.

من خلال ملاحظة نتيجة اختبار التوزيع الطبيعي للبقايا نجد أن قيمة جاك بيررا لنموذج الدراسة $jarque-bera=1.166$ ، وبمقارنتها مع القيمة المجدولة لتوزيع كاي مربع X^2 بدرجة حرية 2 ودرجة ثقة 5%، حيث قيمة $X^2 = 5,99$ وهي أكبر من قيمة اختبار جاك بيررا للنموذج، ما يعني أن فرضية التوزيع الطبيعي للاخطاء لنموذج الدراسة مقبولة.

اختبار تجانس الأخطاء ARCH-LM

من خلال ملاحظة نتيجة اختبار التوزيع الطبيعي للبقايا نجد أن قيمة جاك بيررا لنموذج الدراسة $jarque-bera=1.166$ ، وبمقارنتها مع القيمة المجدولة لتوزيع كاي مربع X^2 بدرجة حرية 2 ودرجة ثقة 5%، حيث قيمة $X^2 = 5,99$ وهي أكبر من قيمة اختبار جاك بيررا للنموذج، ما يعني أن فرضية التوزيع الطبيعي للاخطاء لنموذج الدراسة مقبولة.

2- اختبار تجانس الأخطاء ARCH-LM:

ARCH Test:			
F-statistic	0.256102	Probability	0.620167
Obs*R-squared	0.285377	Probability	0.593198

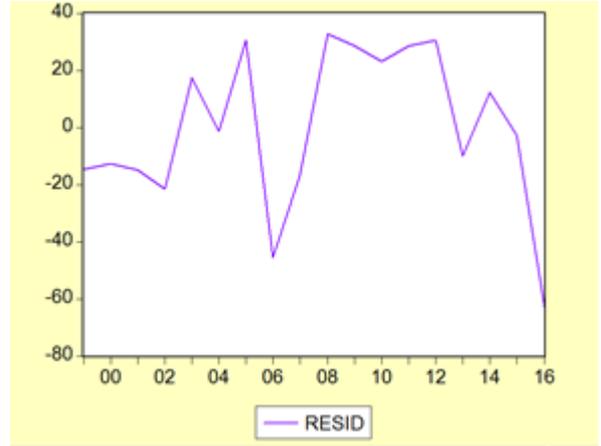
قيمة ARCH-LM المحسوبة $Obs^*R-squared=0,285$ ، وهي أقل من القيمة المجدولة لتوزيع كاي مربع بدرجة حرية 1، ودرجة ثقة $\alpha = 95\%$ التي تقدر بـ $X^2 = 3,84$. وهذا يعني أن تباين الأخطاء متجانس.

3- اختبار تجانس الأخطاء White:

White Heteroskedasticity Test:			
F-statistic	0.873138	Probability	0.506050
Obs*R-squared	3.811779	Probability	0.432078

إحصائية White المحسوبة قدرت بـ $Obs^*R-squared=3,811$ وهي أقل من القيمة المجدولة لكاي مربع بدرجة

شكل رقم 2: دالة الارتباط الذاتي لمربعات البواقي:



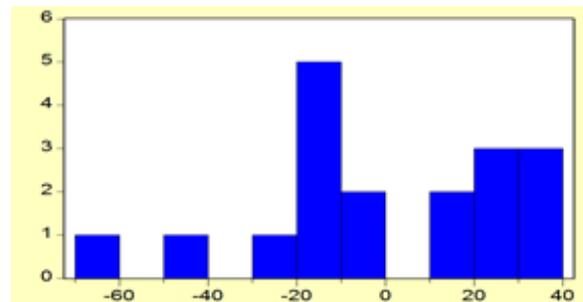
. المصدر: من إعداد الباحث بالاستعانة ببرنامج Eviews.

من خلال الشكل رقم الذي يوضح تطور معاملات الارتباط الذاتي لمربعات البواقي، نجد أنها ذات معنوية إحصائية (تقريباً تساوي الصفر) وتقع داخل مجال الثقة، وهذا ما يعني أن سلسلة البواقي مستقرة، وهذا يتضح أيضاً من خلال الشكل رقم الذي يمثل منحني لدالة الارتباط الذاتي لمربعات البواقي حيث يوضح أنها تتغير ضمن مجال الثقة ما يدل على أنها تشويه في نموذج الدراسة أبيض (ضئيل جداً).

3- اختبار التوزيع الطبيعي للبقايا (اختبار جاك بيررا):

الشكل الموالي يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للبقايا.

شكل رقم 3: اختبار جاك بيررا (التوزيع الطبيعي للبقايا).



Series: Residuals	
Sample	1999 2016
Observations	18
Mean	3.08E-14
Median	-2.125767
Maximum	32.76024
Minimum	-62.89718
Std. Dev.	27.69313
Skewness	-0.597860
Kurtosis	2.645261
Jarque-Bera	1.166691
Probability	0.558028

المراجع:

1. أبو نصر بن محمد شخار: قاعدة الربح بالضمان- دراسة تأصيلية تطبيقية-، معهد العلوم الشرعية، سلطنة عمان، 2008.
2. بلعزوز بن علي: أثر تغير أسعار الفائدة على اقتصاديات الدول النامية حالة الجزائر 2003-2004، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر.
3. جمال بن دعاس: السياسة النقدية في النظامين الإسلامي والوطني-دراسة مقارنة، دار الخلدونية، الجزائر، 2006.
4. جون مينارد كينز ترجمة إلهام عيدروس: النظرية العامة للتشغيل والفائدة والنقود، دار كلمة للنشر، أبوظبي، 2010.
5. حازم الوادي: النظام الاقتصادي في الإسلام، دار الكتاب الثقافي، الأردن، 2009.
6. حمدي عبد العظيم: السياسات النقدية والمالية- دراسة مقارنة بين الفكر الوطني والإسلامي، الدار الجامعية، مصر، 2007.
7. خالد بن عبد الرحمان المشعل: الفائدة والربا-شبهات وتبريرات معاصرة-، مقال منشور على الشبكة العنكبوتية بتاريخ 2012/6/4 <http://fiqh.islammessage.com/NewsDetails.aspx?id=484>
- 3، تاريخ الاطلاع 2016/10/5.
8. الربح، مقال منشور على الشبكة العنكبوتية، <http://www.marefa.org/index.php> تاريخ الاطلاع 2016/10/7.
9. لبيب شقير: تاريخ الفكر الاقتصادي، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1988.
10. رضا صاحب ابو حمد: الخطوط الكبرى في الاقتصاد الوطني، دار مجدلاوي للنشر، الاردن، 2006.
11. رفيق المصري: محاولة جديدة في الربا والفائدة والبنك، مؤسسة الرسالة، بيروت- لبنان، ط 3، 1987.
12. سامر مظهر قنطجني: أيهما أصلح في الاستثمار معيار الربح أم معيار الفائدة؟ مؤسسة الرسالة للنشر، حماة-سوريا، 2003.
13. عبد الباري بن محمد علي المشعل: معيار الربحية التجارية للمشروعات الخاصة في الاقتصاد الإسلامي، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد الإسلامي، كلية الشريعة، الرياض-المملكة العربية السعودية، 1991.
14. عبد الحميد الغزالي: الأرباح والفوائد المصرفية بين التحليل الاقتصادي والحكم الشرعي-سلسلة ترجمات الاقتصاد الإسلامي رقم 2-، نشر البنك الإسلامي للتنمية والمعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، جدة- المملكة العربية السعودية، 1994.

حرية 12، وعند درجة معنوية $\alpha = 95\%$ ، نجد $X^2 = 21,03$ ، وعليه، فإن تباين الأخطاء متجانس.

من خلال إجراء جملة الاختبارات على نموذج الدراسة، وتحليل النتائج التي كانت مقبولة اقتصاديا وإحصائيا، يمكن أن نوجز ما خلصنا إليه فيما يلي:

✓ من خلال نسبة التفسير $R^2 = 90,42\%$ نجد أن كلا من مؤشري داو جونز الإسلامي والوطني لماليزيا يؤثران بشكل كبير في الناتج الداخلي الخام لماليزيا، ما يعني أن نسب الفائدة والربح لها تأثير كبير ومباشر على تمويل التنمية الاقتصادية لماليزيا حيث بلغت قيمة تأثيرهما 18,1% وذلك يعود إلى مكانة السوق المالي الماليزي في الاقتصاد، رغم وجود اختلاف في نسبة مساهمة كل منهما، التي يمكن أن نستشفها من خلال قيمة معاملات النموذج المدروس الممثل لظاهرة الدراسة حيث يساهم مؤشر داو جونز الإسلامي Djim بما قيمته 10% من قيمة الناتج الداخلي الخام في حين إن داو جونز الوطني Djia يساهم بـ 8.1%.

خلاصة:

نستخلص من الدراستين النظرية والقياسية لموضوع أفضلية معدلي الربح والفائدة في تمويل التنمية الاقتصادية ما يلي:

- ✓ الربح هو الزائد على رأس المال بعد تغطية التكاليف، وهو ثمرة الاستثمار (يتحدد وفقا لقانون العرض والطلب وليس له مقدار محدد لا ينبغي أن يتجاوزه)، وهو يختلف عن الفائدة التي مهما اختلف نوعها ما هي إلا ربا، لكونها زيادة حاصله قبل البيع حيث هي زيادة في الأموال غير المعدة للتجارة.
- ✓ آلية معدل الربح ذات فعالية في النشاط الاقتصادي وهو المحرك الأساسي والأفضل للإنتاج والتنمية، والفائدة هي أداة مضللة للاقتصاد من حيث تخصيص الموارد.
- ✓ أثبتت الدراسة القياسية فعالية معدل الربح في تمويل التنمية الاقتصادية، وذلك بدرجات أعلى من معدل الفائدة.

السنة	الناتج الداخلي الخام	Djia دا جونز الوضعي في ماليزيا total 100	Djim دا جونز الإسلامي الماليزي titan 25
1997	100,00	82,612	1449,61
1998	72,17	83,203	658,36
1999	79,15	84,6	787,54
2000	93,79	85,805	902,58
2001	92,78	87,705	641,59
2002	100,84	89,6	708,55
2003	110,20	94,808	693,29
2004	124,75	114,878	861,31
2005	143,53	119,618	882,53
2006	162,69	129,276	950,80
2007	193,55	200,540	669,66
2008	230,81	162,684	718,04
2009	202,26	137,920	655,40
2010	255,02	245,074	721,53
2011	297,95	259,993	890,31
2012	314,44	266,11	931,20
2013	323,28	277,933	1035
2014	338,07	295,097	1014
2015	296,28	228,814	857,09
2016	219,65	206,795	755,08

المصدر: من إعداد الباحث بناء على المصادر التالية:

- 1- <http://quotes.wsj.com/index/MY/DWMY/>
- 2- <https://us.spindices.com/indices/equity/dow-jones-islamic-market-malaysia-titans-25-index-us>

15. عبد الهادي الرفاعي وفرح فؤاد عكو: أثر سعر الفائدة في مبيعات شهادات الاستثمار واستردادها في مصرف التسليف الشعبي، مقال منشور بمجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 36، العدد 6، 2014.

16. علي الليثي ومحمد عبد العزيز عجمية: التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومشكلاتها، الدار الجامعية للنشر، مصر، 1999.

17. قورين حاج قويدر: مفهوم وأهمية التمويل وأنواع التمويل، مقال منشور على شبكة الإنترنت على الموقع <http://www.acc4arab.com/acc/showthread.php/1888> تاريخ الاطلاع 12 افريل 2017.

18. محمد عبد العزيز عجمية وآخرون: قضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية، مصر، 2009.

19. محمد عدنان وديع: قياس التنمية ومؤشراتها، مقال منشور على شبكة الإنترنت

<http://www.arab-api.org/images/publication>

n/pdfs/115/115_develop_bridge2.pdf ،

20. تاريخ الاطلاع 13 افريل 2017

21. محمد مدحت مصطفى وسهير عبد الظاهر أحمد: النماذج الرياضية للتخطيط والتنمية الاقتصادية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 1999.

22. مخلوفي عبد السلام والعرايبي مصطفى: أهم الانتقادات

الموجهة لسعر الفائدة كسعر استراتيجي في النظام الاقتصادي المعاصر، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر العالمي الثامن للاقتصاد والتمويل الإسلامي، الدوحة قطر، أيام 18-20 ديسمبر 2011.

ملحق رقم 1: جدول يمثل بيانات متغيرات الدراسة. PIB. Djim.

.Djia

التوجه المحاسبي الدولي نحو منهج القيمة العادلة

بودور شوريب

أستاذ محاضر منفذ - ب- جامعة أمحمد بوقرة بومرداس

الملخص:

ومجلس معايير المحاسبة المالية الأمريكية "FASB" ذلك وبإصدار العديد من المعايير المحاسبية والتي اعتمدت في مضمونها على القيمة العادلة. تمثل التكلفة التاريخية في الحقيقية الواقع الفعلي للأحداث الاقتصادية وقت وقوعها لحظة التبادل، ولا تعتبر موضع شك في وقتها وصحتها في تاريخ الشراء، وإنما يظهر التشكيك في سلامتها بعد تاريخ التملك، إذ تصبح القيمة التاريخية المسجلة في دفاتر المؤسسة شيئاً من الماضي، ولا تعبر بشكل أو بآخر عن قيمتها الحالية.

ونتيجة لذلك فقد بدأت المنظمات والهيئات المحاسبية الدولية بالبحث والدراسة عن بديل آخر لتغطية الثغرات الناتجة عن تطبيق التكلفة التاريخية، حيث تم التحول إلى مفهوم القيمة العادلة التي أصبحت أساساً ومقياساً هاماً للاعتراف وللقياس وللإفصاح عند التسجيل المحاسبي للعمليات المالية.

انطلاقاً من الحقائق السابقة، تتبع أهمية الاطلاع على المعايير المحاسبية والموجهة نحو القيمة العادلة، للوقوف على الأسباب التي أدت إلى ذلك التوجه واستتباط الآثار التي تنعكس على مستخدمي المعلومات المالية الذين يتوقعون أن تكون المعلومات المصنفة عنها في القوائم المالية متصفة بالصحة والدقة والموثوقية حتى تكون ملائمة لمساعدتهم على اتخاذ قراراتهم الاقتصادية.

المحور الأول: القياس المحاسبي في القوائم المالية:

إن الهدف الأساسي والنهائي للمحاسبة هو التوصيل الناجح الذي يتم من خلال الإفصاح المحاسبي المناسب والهادف إلى تقديم المعلومات المفيدة لمتخذي القرارات وهذه المعلومات من جهة نظر مستخدميها تنتج عن عمليات القياس المحاسبي للعمليات والأحداث الاقتصادية والمالية، والقياس السليم والمنطقي هو الذي يعطي نتائج مفيدة في مجالات اتخاذ القرارات وترشيدها.

يتناول هذا المقال في محوره الأول موضوع القياس المحاسبي للعمليات والأحداث الاقتصادية والمالية أسسه، ومعاييرها، كما يتناول كذلك انعكاسات التضخم على القياس والتقرير والتقييم المحاسبي. أما المحور الثاني من هذا المقال فيتناول مفهوم القيمة العادلة في الفكر المحاسبي والأسس التي يقوم عليها هذا المنهج في القياس المحاسبي ومجالات تطبيقه مركزين على مختلف المعايير المحاسبية الدولية الموجهة نحو القيمة العادلة وأثرها على الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية الواردة في القوائم والتقارير المالية للمؤسسات الاقتصادية.

Résumé:

Cet article aborde dans son premier volet, le thème de l'évaluation comptable des opérations et des faits économiques et financiers, ses fondements et ses instruments de mesures.

Comme il aborde les répercussions de l'inflation sur cette évaluation ainsi que sur le rapport et le bilan comptable.

Quant au second volet, il s'intéressera au concept de la « juste valeur » dans la pensée comptable, les fondements sur les quelle repose, les champs d'application, en prenant en compte les différents instruments de mesures comptables en vigueur dans le monde basés sur ce concept (juste valeur), avec ses effets sur les spécificités qualitatives des données comptables figurant sur les documents financiers des entreprises économiques.

المقدمة:

لقد استخدمت التكلفة التاريخية لعدة سنوات كمبدأ للقياس المحاسبي ثم ظهر من ينادي باستخدام القيمة العادلة من خلال كل من "IASB" مجلس معايير المحاسبة الدولية

الشيء الذي يمكن استنتاجه من هذه التعاريف، أنها مختلفة الصيغة، لكنها تتفق من حيث المضمون بشكل كبير . ولكي تكون مخرجات القياس صحيحة وغير متحيزة ولا تتضمن نسبة خطأ غير مقبولة في قياس القيمة المالية للحدث الاقتصادي لا بد من معرفة أسباب التحيز المتمثلة فيما يلي⁴:

- عدم وجود مفهوم محدد في الخاصية محل القياس، مما يجعلهم مختلفين في قياس القيمة المالية للحدث الاقتصادي.
- أن عملية القياس محكومة بقواعد ومبادئ ينقصها التحديد مما يجعلها عرضة للاجتهااد والتقدير الشخصي للمحاسب.
- عدم ثبات قيمة وحدة القياس المحاسبية.

ويقسم الـ FASB تأثير الأحداث والعمليات والظروف إلى ثلاثة مجموعات⁵:

- أحداث أو عمليات أو ظروف تؤدي إلى تغيرات في قيم الأصول والالتزامات فقط، ولا يصابها تغيرات في حقوق الملكية مثل الأحداث الداخلية الإنتاجية.

- أحداث أو عمليات أو ظروف تؤدي إلى تغيرات في قيم الأصول والالتزامات ويصاحبها أيضا تغيرات في حقوق الملكية (استثمارات المساهمين، توزيعات الأرباح المحققة، عوائد الأسهم).

- أحداث أو عمليات أو ظروف لا تؤثر على الأصول والالتزامات ولا على إجمالي حقوق الملكية وإنما ينحصر تأثيرها على العناصر المكونة لحقوق الملكية

ثانيا- المحاسبة كنظام للقياس: عادة ما توصف المحاسبة بأنها نظام للقياس، حيث أن المحاسب يقوم بقياس العناصر المختلفة المكونة للقوائم المالية كالأصول والالتزامات والإيرادات والمصروفات، ويقوم بالإفصاح عن نتائج عملية القياس في شكل المعلومات الموجهة لقراءة القوائم المالية وتخضع هذه المعلومات الناتجة عن عملية القياس للخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية وهي الملائمة

⁴ الصبان محمد سمير، دراسات في الأصول المالية-أصول القياس وأساليب الاتصال المحاسبي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص 147.

⁵ رضوان حلوة حنان، النموذج المحاسبي المعاصر من المبادئ إلى المعايير، دار وائل للنشر الأردن 2006، ص 404-405.

أولاً- تعريف القياس المحاسبي: إن عملية القياس بشكل عام هي عملية التعبير عن خاصية ما أو مجموعة من الخصائص لموضوع القياس بأساليب القياس، فالقياس يقع على موضوع، وتستخدم فيه أدوات هي المقاييس وتتبع أساليب القياس في استعمال هذه المقاييس وذلك بغية الوصول إلى الهدف المرغوب من عملية القياس¹. كما يعتبر القياس أحد الوظائف الأساسية في شتى العلوم الطبيعية والاجتماعية، ومع ذلك بقي فترة من الزمن مهملا في المحاسبة حتى بدأ المحاسبون المهنيون مؤخرا بالتصدي لمشكلات القياس المحاسبي، حيث أن كثير من الدراسات المحاسبية تعتبر القياس أحد الفروض العلمية الأساسية للمحاسبة. ويمكن التعبير عن تطور مفهوم عملية القياس المحاسبي من الناحية العلمية من خلال استعراض التعريفات الثلاثة التالية²:

التعريف الأول: يتمثل القياس بشكل عام في قرن الأعداد بالأشياء للتعبير عن خواصها، وذلك بناء لقواعد طبيعية يتم اكتشافها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

التعريف الثاني: وله بعدا رياضيا" يتمثل القياس في المطابقة بين الخواص أو العلاقات بموجب نموذج رياضي.

التعريف الثالث: أكثر التعريفات تحديدا لعملية القياس المحاسبي هو التعريف الصادر عن جمعية المحاسبين الأمريكيين (AAA) ونصه " يتمثل القياس المحاسبي في قرن الأعداد بأحداث المنشأة الماضية (السابقة) والجارية والمستقبلية بناء على ملاحظات ماضية أو جارية وبموجب قواعد محددة ". كما عرف مجلس معايير المحاسبة الدولية القياس أنه " عملية تحديد القيم النقدية للعناصر التي سيعترف بها في البيانات المالية التي سيظهرها في الميزانية وبيان الدخل، ويتضمن ذلك اختبار أساس محدد للقياس³. إن

¹ مرعي عبد الحي، الصبان محمد سمير، أصول القياس والاتصال المحاسبي، دار النهضة العربية، بيروت، 1988، ص 72.

² مطر محمد، وليد الداوي حكمت، نظرية المحاسبة واقتصاد المعلومات، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان، 1996، ص 100.

³ المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، ممارسات المحاسبة المالية المتقدمة، بموجب المنهاج الذي اقره مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD، عمان، 2001، ص 80.

غير شخصي. وذلك لإقناع مستخدمي القوائم المالية على أنها خالية من أي تعبير شخصي متحيز¹.

- القياس الموضوعي وهو نتيجة اتفاق وإجماع بين المقاييس وبين المحاسبين على موضوع معين، ووفقاً لهذا التعريف فإن الموضوعية ترتبط بصورة مستقلة بإمكانية التثبيت وعدم الاختلاف بين المحاسبين، فكلما قل التباين بين القياسات كلما كان ذلك دليلاً على إمكانية التثبيت من هذه القياسات².

ب- معيار الملائمة: يقصد بمعيار الملائمة، أن تكون البيانات والمعلومات المحاسبية ملائمة إذا كانت قادرة على أن تعكس صورة واضحة وصحيحة عن الشيء المراد قياسه في لحظة القياس، ولم تطرأ عليه تغيرات على مدار زمني معين.

ج- معيار القابلية للتطبيق العملي: ويعتبر هذا المعيار من أهم معايير القياس، قد تتوفر فيه كل المقاييس والشروط الموضوعية إلا أنه غير قابل للتطبيق العملي، أو أن تطبيقه محاط بصعوبات كثيرة أو تطبيقية يتطلب تكلفة كبيرة تفوق العائد المتوقع منه وفي هذه الحالة لا بد من البحث عن مقاييس أخرى يمكن تطبيقها عملياً بحيث تحقق التوازن بين التكلفة والمنفعة منها.

د- معيار القابلية للقياس الكمي: القياس الكمي هو تعيين أعداد للأشياء المرغوب في قياسها بحيث يمكن معرفة العلاقة بين الأشياء عن طريق المعرفة المسبقة للعلاقة بين الأعداد³. ويمكن أن نستخلص مما سبق وعلى الرغم من أن القياس الكمي يعطي دلالة أكثر وضوحاً ودقة إلا أن الكثير من المعلومات المحاسبية لا يمكن قياسها كمياً، قد تكون ذات فائدة كبيرة، لذلك لا بد من الاعتماد على المقاييس الكمية كما أمكن ذلك والاعتماد على المقاييس غير الكمية إذا كانت ذات فائدة ودلالة.

والقابلية للاعتماد عليها ونظراً لأهمية موضوع القياس المحاسبي، نرى أنه من الأجدر التطرق إلى المحتويات الرئيسية لعملية القياس والتي تتمثل في العناصر التالية:

- تحديد الخصائص المتعلقة بالموضوع الواجب إخضاعها لعملية القياس، فعملية القياس بالنسبة للأصول مثلاً ليست موجهة نحو تحديد وزنها أو طولها أو استخدام مساحتها، وإنما ما تحتويه هذه الأصول من خدمات متوقعة.

- ولتحديد وحدة القياس المستخدمة، يشترط أن تكون وحدة القياس ثابتة ومتجانسة حتى تكون النتائج قابلة للمقارنة والتجميع، ومن المعروف أن وحدة القياس في المحاسبة هي النقد الذي يتم التعامل به .

- تحديد موضوع القياس أي أنه لا بد من تحديد الأحداث التي يتم إخضاعها للقياس أن تكون منسقة مع الأهداف المحاسبية المتمثلة أساساً في تقديم معلومات تعيد متخذي القرارات .

ثالثاً- قياس عناصر الميزانية: لقد أشرنا في موضوع سابق إلى أن القياس هو أحد الوظائف المحاسبية في تبني العلوم الاجتماعية ومنها المحاسبة على وجه الخصوص وتتمثل في قياس العناصر المختلفة المكونة للقوائم المالية بالإضافة إلى الإفصاح عن نتائج عملية القياس في شكل معلومات تعطي لمستخدمي تلك القوائم والتقارير المالية.

1- معايير القياس المحاسبي: تمثل المعايير حلقة وصل ميكانيكية القياس وما يقوم عليه من أسس وما يؤدي إليه من نتائج وأهداف يرغب في تحقيقها من القياس ويمكن تلخيصها فيما يلي:

أ- معيار الموضوعية: لا بد من الإشارة إلى أنه ليس هناك اتفاق بين المحاسبين على تعريف موحد للموضوعية، لذلك سنقوم باستعراض بعض التعاريف التي تناولت معيار الموضوعية:

- الموضوعية في القياس تعني عدم خضوع القياس لتقدير شخصي، أي أن التعبير عن الحقائق بدون تحريف وبعيدا عن التحيز الشخصي. وبالتالي فالقياس الموضوعي قياس

¹ مرعي عبد الحي الصبان محمد سمير، **أصول القياس والاتصال المحاسبي**، مرجع سبق، ص 75.

² محمد غنيم، علي رمضان، **دراسات في مشاكل محاسبية معاصرة**، دار الحامد، الأردن، 1998، ص 86.

³ محمد غنيم، علي رمضان، **دراسات في مشاكل محاسبية معاصرة**، المرجع السابق؛ ص 88.

✓ **التكلفة الجارية:** كما تسمى كذلك بتكلفة الإحلال لأصل معين وهي ما يعادل المقابل النقدي الذي يلزم أن يتم التضحية به في الحاضر في سبيل الحصول على الأصل، وتمثل التكلفة الجارية القيمة الاقتصادية للأصل كما تستمد من المنافع الاقتصادية المنتظر الحصول عليها منه في المستقبل.

✓ **القيمة البيعية في التصفية:** قد تكون التصفية اختيارية أو إجبارية، ولا شك أن الافتراض باستمرارية الوحدة الاقتصادية يتنافى مع القيمة النفعية في التصفية لأصول الوحدة المحاسبية، وهي تمثل القيمة النقدية التي يمكن أن تحصل عليها الوحدة الاقتصادية

✓ في حالة بيع الأصل حالياً، أو التي كانت ستدفعها الوحدة لسداد الخصوم حالياً³.

✓ **القيمة الحالية:** يستمد الأصل قيمته من الخدمات الكامنة منه والتي يتوقع الحصول عليها في المستقبل في ظل استمرارية الوحدة المحاسبية ممارسة نشاطها العادي. وعلى ضوء ذلك يمكن القول إن القيمة الحالية للأصل هي عبارة عن تدفقات مستقبلية تعود على الوحدة المحاسبية مستقبلاً من استخدام الأصل أو هي القيمة الحالية للتضحيات المستقبلية التي يتوقع أن تتحملها الوحدة المحاسبية مقابل سداد التزاماتها.

ب- **قياس الالتزامات:** طبقاً للمبادئ المحاسبية المتعارف عليها، فإن التطبيقات المحاسبية لقياس قيمة الخصوم تعكس استخدام خصائص مختلفة تطبق على البنود المختلفة لتلك الخصوم، كما تطبق على الأصول إلا أنه نظراً لأن الخصوم يمكن الوحدة الاقتصادية من تأجيل السداد لفترات لاحقة، يثار موضوع الفائدة على الأصول المقترضة عند قياس قيمة بنود الخصوم.

ج- **قياس حقوق الملكية:** حقوق الملكية في ظل ما سبق، هي فائض قياس الأصول عن قياس الالتزامات وبالتالي فهي تتضمن الآثار السلبية والإيجابية لقياس كلا المجموعتين، ويترتب على ذلك أن حقوق الملكية في ظل الافتراضات

2- **قياس عناصر القوائم المالية:** تظهر القوائم المالية الآثار المالية للعمليات والأحداث الأخرى تعمل على تجميعها وتوزيعها على تصنيفات واسعة تبعاً لخصائصها الاقتصادية وتعرف هذه التصنيفات بعناصر القوائم المالية، فالعناصر المتعلقة مباشرة بقياس المركز المالي هي الأصول والالتزامات وحقوق الملكية، أما العناصر المتعلقة مباشرة بقياس الأداء في قائمة الدخل فهي الإيرادات والمصروفات. وتعني عملية قياس عناصر القوائم المالية تحديد القيم النقدية للعناصر التي سيُعترف بها في القوائم المالية وتظهر بها في الميزانية وقائمة الدخل ويتضمن اختباراً محدداً للقياس.

1- **قياس عناصر قائمة المركز المالي:** قبل الخوض في عملية قياس المركز المالي للمنشأة نرى أنه لا بد من التعرف في البداية على المبادئ المحاسبية التي تحكم الميزانية وهو أن¹:

- يتم تقييم الأصول الثابتة التي يتم الحصول عليها بقصد الاحتفاظ بها واستخدامها في عملية الإنتاج وليس بقصد بيعها على أساس التكلفة التاريخية.

- يتم تقييم الأصول المتداولة على أساس القيمة التي ينتظر تحققها من عملية البيع، ومن أجل ذلك يتم تقييم السلع أو البضائع على أساس سعر التكلفة وسعر السوق أيهما أقل.

- يتم تقييم الذمم وفق مبدأ الحيطة والحذر الذي يقتضي بأخذ الأرباح المحققة والخسائر المحتملة في الاعتبار دون الأرباح الغير محققة. وتوجد هناك عدد من الأسس لقياس الأصول².

التكلفة التاريخية: يقوم القياس المحاسبي في المحاسبة المالية عموماً على أساس التكلفة التاريخية في إطار مجموعة من المبادئ والافتراضات المحاسبية، وتمثل التكلفة التاريخية من وجهة المحاسبة ما

يعادل المقابل النقدي الذي يتم التضحية به للحصول على الأصل في تلك الفترة.

¹ ضيف خيرات وآخرون، **المحاسبة المالية**، دار النهضة العربية، بيروت، 1981، ص 433.

² الصبان محمد سمير، **دراسات في الأصول المالية-أصول القياس وأساليب الاتصال المحاسبي**؛ مرجع سابق، ص 150-152.

³ أمين السيد احمد لطفي، **المحاسبة الدولية والشركات المتعددة الجنسيات**، مرجع سابق. ص 480.

وعدم تغير وحدات النقد، ولا شك أن نقطة الضعف لهذا النموذج كما تم التطرق له في موضوع سابق تكمن في أنه يدمج الوحدات النقدية لقوة شرائية مختلفة معا في النموذج، وبالتالي فإن نتائج هذه العمليات - تشويهها وتحريفها من خلال هذا النموذج- سوف ينعكس سلبا على نوعية القرارات التي سيتخذها مستخدمو القوائم والتقارير المالية. ولا شك أيضا أن درجة القصور في القياس المحاسبي تزداد بشكل جوهري في ظل ارتفاع معدل التضخم ويمكن إظهار ذلك على النحو التالي:²

- إن الأرباح التي تقوم الشركات بالإفصاح عنها في فترات التضخم تعتبر أرباحا صورية ووهمية نتيجة التمسك بمبدأ ثبات وحدة النقد رغم تقلبها نتيجة التغيرات في المستوى العام للأسعار.

- عدم دقة المؤشرات المستخدمة في تقييم الأداء نتيجة لعدم دقة القوائم المالية المعدة على أساس مبدأ التكلفة التاريخية وفرض ثبات القوة الشرائية لوحدة النقد، فإن معدل العائد على الاستثمار سوف يعطي قيمة أو نتيجة مبالغ فيها وبالتالي يفقد الدقة والموضوعية اللازمة لتقييم الأداء العام للشركة.³

- عدم دقة وحقيقة المركز المالي التي تظهره قائمة المركز المالي في ظل التقييم وارتفاع المستوى العام للأسعار وذلك كنتيجة حتمية للتمسك بالقياس التاريخي للأحداث الاقتصادية، ولا شك أن درجة القصور في القياس المحاسبي تزداد بشكل جوهري في ظل الارتفاع المستمر في مستوى الأسعار نتيجة لارتفاع معدلات التضخم.⁴

المحور الثاني: التوجه المحاسبي الدولي نحو محاسبة القيمة العادلة.

والمبادئ المحاسبية المقبولة عموما تمثل مزيجا غير متجانس لا يمكن الاعتماد عليه لاتخاذ القرارات الاقتصادية.¹

3- قياس الإيرادات والمصروفات: بداية لابد من التنكير أن هناك مبدأ محاسبي تطرق إلى موضوع الإيرادات والمصروفات (مقابلة الإيرادات بالمصروفات)، يتم بموجبه تحديد إيرادات كل فترة محاسبية لتحمل بالنفقات التي تحملها لتحقيق تلك الإيرادات، على أن يجري الفصل بين إيرادات ومصروفات الدورات المحاسبية المختلفة دون النظر لتاريخ دفع النفقة أو استلام الإيراد، وذلك تطبيقا لأساس الاستحقاق.

1- قياس الإيرادات: وفي غالب الأحيان يتم قياس الإيراد محاسبيا بالقيمة المتوقع الحصول عليها من بيع السلع أو تقديم الخدمات. ويرى الاقتصاديون أن الإيراد يقاس بالقيمة السوقية للسلع والخدمات أي القيمة الحالية للقيم النقدية المنتظر الحصول عليها من الإيرادات الناتجة عن تبادل المنتجات في الأسواق.

ب- قياس المصروفات: وتُقاس المصروفات على أساس مقدار النقص أو الزيادة في الخصوم التي تتجم عن بعض السلع أو تقديم الخدمات، وهناك عدة طرق يتم فيها قياس هذه المصروفات وتشمل:

- الأساس الذي يجب أن يتبع لقياس المصروفات المحققة محاسبيا نتيجة لارتباطها المباشر بالإيرادات المحققة خلال فترة زمنية معينة وهي تكلفة شراء الأصول التي استنفذت أو مقدار الالتزام الذي نشأ خلال الفترة نفسها.

- بينما الأساس الذي يجب أن يتبع لقياس المصروفات المحققة محاسبيا وفقا لتوزيعها على الفترات التي استنفذت من الأصل هو تكلفة الاقتناء، والأساس الذي يجب أن يتبع في قياس المصروفات المحققة محاسبيا فور حدوثها هو سعر أو أسعار المنافع الاقتصادية التي يتم الحصول عليها.

رابعا تأثير التضخم على القياس والتقرير والتقييم المحاسبي: مازال نموذج التكلفة التاريخية الذي يعتمد عليه القياس المحاسبي للمعاملات الدولية بفرض ثبات الأسعار

¹ وليد ناجي الحياي، المحاسبة المتوسطة، مشاكل القياس والإفصاح المحاسبي، دار حنين للنشر والتوزيع، الأردن، 1996، ص 43.

² امين السيد احمد لطفي، المحاسبة الدولية والشركات المتعددة الجنسيات، مرجع سابق، ص 191.

³ Keso Donald and Jerry J, Weygandt, and Terry, Accounting, 10th ED, John _Warfield, Intermediate Wiley's &sons, New York 2001, P69.

⁴Lefebvre Francis, Banque, Normes et réglementations MEMENTO Paris, 1993, P385. comptables, Edition

تتمحور حول ماهية القيمة العادلة؟ وما هو الأساس الذي يقوم عليه منهج محاسبة القيمة العادلة؟

تعريف القيمة العادلة: ظهر استخدام مصطلح القيمة العادلة من قبل مجلس معايير المحاسبة المالية FASB لأنه ليس لكل الأصول والالتزامات قيمة يمكن الحصول عليها من السوق، وقد عرفت القيمة العادلة في معيار المحاسبة الأمريكي رقم 107 بأنها "قيمة تتنازل الأصل في عملية تبادل حالية بين أطراف راغبة، دون أن تكون هذه العملية في حالات التصفية أو البيع الجبري". وقد تم تعريف القيمة العادلة من قبل لجنة معايير المحاسبة الدولية في عدة معايير منها المعيار المحاسبي الدولي رقم 21 الفقرة 8 والتي بينت أن القيمة العادلة هي "المبلغ الذي يمكن أن تتم به مبادلة الأصل أو سداد الالتزام بين أطراف مطلعة وراغبة في التعامل على أساس تبادل تجاري بحتي". وعرفت كذلك على أنها المبلغ الذي يمكن أن يشتري به أصل أو يباع أو الخصم في عملية تجارية بين أطراف ترغب بالبيع والشراء² ويرى البعض الآخر أن مفهوم القيمة العادلة يقوم على محورين أساسيين³:

1- المحور الأول: الأطراف الداخلة في الصفقة، ويجب توافر شرطين هما:

- أن تتم الصفقة بين طرفين مستقلين يسعى كل واحد منهما للتفاوض على أحسن الشروط التي يمكن الحصول عليها.

- أن تتم الصفقة بين أطراف راغبة في عقد الصفقة ومطلعة على الحقائق الأساسية ذات الصلة، ولا توجد معلومات ذات أهمية متوفرة لدى طرف دون توافرها لدى الطرف الآخر.

2- المحور الثاني: الظروف التي تتم فيها الصفقة بحيث يشترط أن تتم في ظروف طبيعية فلا تعتبر ظروف التصفية معبرة عن القيمة العادلة لأن البائع مجبر على البيع. كما يرى البعض الآخر أن القيمة العادلة تهدف إلى إظهار الحسابات في تاريخ إعداد الميزانية العمومية إلى القيم الأقرب إلى الواقع

² نعيم دهمش، المعالجة المحاسبية لانخفاض قيمة الأصول المعيرة، مجلة المدقق، العدد 55، الأردن، 2003، ص 3.

³ طارق عبد العال حماد، المدخل الحديث في المحاسبة، (محاسبة القيمة العادلة)، مرجع سابق؛ ص 12-13.

سنحاول من خلال هذه الفقرة التطرق إلى مفهوم القيمة العادلة في الفكر المحاسبي والأسس التي يقوم عليها منهج القيمة العادلة في القياس والإفصاح المحاسبي ومجالات تطبيق منهج القيمة العادلة في معايير الإبلاغ المالي الدولي.

أولاً- مفهوم القيمة العادلة في الفكر المحاسبي: منذ فترة طويلة والفكر المحاسبي يتأرجح بين نموذجين للتكلفة التاريخية والقيمة العادلة كأساس للقياس المحاسبي والتقييم، ويرجع ذلك في الأساس إلى الخصائص الواجب توافرها في المعلومات المحاسبية، وخاصة الملائمة و الموثوقية، حيث ينظر إلى التكلفة التاريخية على أنها أكثر موثوقية وموضوعية، بالمقارنة بالقيمة العادلة وخاصة في الحالات التي لا توجد فيها سوق نشطة للأصول أو الخصوم التي يراد قياس قيمتها العادلة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى ينظر إلى معلومات القيمة العادلة على أنها أكثر ملائمة في ضوء الظروف الاقتصادية السائدة، ولأنه لا يمكن الاستغناء عن أي من الخاصيتين الملائمة والموثوقية، لذلك فإنه في بعض الحالات والظروف يتم تفضيل نموذج التكلفة التاريخية، وفي ظروف أخرى يتم تفضيل نموذج القيمة العادلة، لذلك ظهرت بعض الآراء التي اقترحت بتقديم نموذج مختلط يجمع بين التكلفة التاريخية والقيمة العادلة. ورغم التمسك بالتكلفة التاريخية، إلا أنه مع بداية التسعينات بدأت الجهات التي تضع المعايير في الولايات المتحدة الأمريكية وعلى المستوى الدولي الاهتمام بنموذج القيمة العادلة واستخدامها كوسيلة للإثبات والقياس في الدفاتر، وهو ما توج بالمعيار الأمريكي رقم 133 ولم يقتصر الأمر على ذلك بل إن نموذج القيمة العادلة بدأ يعمل به بشكل كبير وكبديل للتكلفة التاريخية، ويتصدر واجهة مضمون المعايير المحاسبية الدولية الصادرة حديثاً¹. استناداً إلى كل ما سبق يمكن لنا طرح بعض التساؤلات التي نراها جد هامة من خلال هذا الموضوع والتي

¹ مطر محمد، موسى السويطي، أثر استخدام منهج القياس بالقيمة العادلة على إدارة الإنتاج وعدالة البيانات المالية، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العالمي المهني الدولي السابع لجمعية المحاسبين القانونيين الأردنيين بالتعاون مع الاتحاد العام للمحاسبين والمراجعين العرب المنعقد في 13-14 أيلول، الأردن، 2006، ص 2.

كما تهدف عمليات القياس والإفصاح ليس فقط إلى حماية المستثمرين في سوق الأوراق المالية وإلى عدالة السوق، وإنما تمتد أيضا إلى السوق الأولية عند تأسيس الشركات المساهمة أو زيادة رأسمالها.

وقد يتطلب تطبيق القيمة العادلة في القياس والاعتراف والإفصاح الالتزام بالأسس التالية:

- أن يتم القياس والاعتراف والإفصاح الكامل والدقيق، وفي التوقيتات المناسبة عن المعلومات المالية ونتائج الأعمال والمعلومات الأخرى اللازمة للمستثمر لاتخاذ قراره الاستشاري.

- يجب أن تعد المعلومات المالية طبقا لمعايير المحاسبة الدولية الصادرة عن الاتحاد الدولي للمحاسبين IASC .

- يجب أن تدقق المعلومات المالية طبقا لمعايير التدقيق الدولي الصادر عن الاتحاد الدولي للمحاسبين IFAC .

- أن تكون المعلومات قابلة للإثبات وبالإمكان التحقق من سلامتها.

1-أسس قياس القيمة العادلة وفق معيار المحاسبة الدولي رقم 22: يبين هذا المعيار من خلال الفقرة رقم 39 مجموعة من الأسس والمقاييس الممكن استخدامها للتعبير عن القيمة العادلة للأصول والالتزامات القابلة للتحديد عند التملك أو دمج الأعمال على النحو التالي³:

أ- بالنسبة للأوراق المالية:

- تقييم الأوراق المالية المتداولة بالقيم السوقية الجارية.

- تقييم الأوراق المالية غير المتداولة بالقيم المقدرة التي تأخذ بالاعتبار خصائصها، يمكن أن نذكر على سبيل المثال معدلات النمو المتوقعة للأوراق المالية المماثلة لمنشآت ذات خصائص متشابهة.

ب- بالنسبة للمخزونات:

وأن أسلوب مفهوم القيمة العادلة يتمثل في عدة طرق يتم تحت مفاهيم من أهمها¹ .

- **تكلفة الاستبدال:** وهي تلك القدر من النقد الذي يمكن أن تتحمله المنشأة فيما لو قامت بإعادة شراء ما تمتلكه من أصول في الوقت الحالي، أو فيما يمكن أن تتوفر للمنشأة من نقدية عندما تتحمل التزاما من الالتزامات الحالية.

- **القيمة السوقية الجارية:** وهي ما يمكن أن تحصل عليه المنشأة من النقدية لو أنها قامت ببيع ما هو متوفر لديها من موجودات في الوقت الحالي.

- **صافي القيمة القابلة للتحقيق:** وهي النقدية التي ينتظر الحصول عليها أو سدادها بعد خصم التكاليف اللازمة لتحويل أحد الموجودات أو أحد المطلوبات إلى نقدية.

- **القيمة الحالية للتدفقات النقدية المتوقعة أو القيمة النفعية:** تقوم على تقدير التدفقات النقدية المستقبلية حسب الفترات الزمنية باستخدام معدل الخصم المناسب.

ثانيا-الأسس التي يقوم عليها منهج القيمة العادلة في القياس والإفصاح: تطرق مجلس معايير المحاسبة الدولية إلى العديد من الأسس والإرشادات للوصول إلى القيمة العادلة بالتفصيل في العديد من المعايير المحاسبية، فقد بين معيار المحاسبة الدولية رقم " 16 الممتلكات والمصانع والمعدات " عند استخدام أسلوب المعالجة البديلة المسموح للمحاسبة عن الممتلكات والمصانع والمعدات وهي إعادة التقييم ويمكن تحديد القيمة العادلة لهذه الأصول من خلال ما يلي²:

- القيمة السوقية للأراضي والمباني التي عادة ما يتم تحديدها من قبل مقيمين مؤهلين مهنيا للقيام بهذه المهمة والمعروفين في الجزائر Commissaire Aux apports .

- القيمة الاستبدالية بعد الاهلاك عندما لا تكون هناك دليل على القيمة السوقية بسبب الطبيعة لهذه الأصول لأنها نادرة ما تباع.

¹ نعيم دهمش، ابو زرعاف، اتجاه معايير المحاسبة الدولية نحو لقيمة العادلة، دار وائل للنشر، الأردن، 2006، ص 10-11.

² جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين الأردنيين، النص الكامل لكافة المعايير الدولية لأعداد التقارير المالية، الأردن، 2005، ص 361.

³ جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين الأردنيين، النص الكامل لكافة المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، المرجع السابق، ص 781.

الملموسة "تحديد أسس الوصول إلى القيمة العادلة في إظهار هذه الأصول عند الاعتراف المبدئي على النحو التالي².

أ- الأسعار المدرجة في سوق نشط هو أفضل مقياس للقيمة العادلة، وفي غالب الأحيان ما يكون هذا السعر هو سعر العرض الحالي.

ب- قد يوفر سعر أحدث عملية مشابهة أساساً يمكن الاعتماد عليه في تقدير القيمة العادلة، بشرط عدم حدوث تغيرات جذرية في الظروف الاقتصادية بين تاريخ العملية وتاريخ تقييم الأصل.

ج - القيم الممكن احتسابها من خلال استخدام أساليب القياس التي طورتها مشاريع معينة تشارك بانتظام في شراء الموجودات غير الملموسة وبيعها، تشمل هذه الأساليب تطبيق معايير متعددة تعكس تأثيرات مؤشرات معينة على عمليات السوق الحالية، مثل ربحية الأصل، أو خصم التدفقات النقدية المستقبلية المقدر من الأصل.

4-أسس قياس القيمة العادلة وفق المعيار المحاسبي رقم: 39 يبين المعيار المحاسبي رقم 39 الأدوات المالية "الاعتراف والقياس" عدة مقاييس للقيمة العادلة على النحو التالي³:

أ - الأسعار المدرجة في سوق نشط للأداة المالية، وهي أفضل مقياس للقيمة العادلة.

ب - أداة الدين التي تصنف من قبل وكالة تصنيف مستقلة، ولهذه الأداة تدفقات نقدية يمكن تقديرها بشكل معقول.

ج - الأداة المالية التي لها نموذج تقييم مناسب ويعتمد مدخلات هذا النموذج على بيانات من الأسواق المالية النشطة.

- تقييم البضاعة تامة الصنع والسلع التجارية بسعر البيع ناقصاً مجموع تكاليف البيع.

- تقييم المواد الخام بتكاليف الاستبدال الجارية.

2-أسس قياس القيمة العادلة وفق المعيار المحاسبي الدولي رقم 32: يتناول المعيار المحاسبي الدولي رقم 32 الأدوات المالية "الإفصاح والعرض" بعض الأسس التي تتناول قياس القيمة العادلة على النحو التالي¹:

أ- إذا كانت الأدوات المالية المتداولة في سوق نشط وذات سيولة، فإن سعر السوق المعروض لهذه الأدوات هو أفضل دليل على القيمة العادلة.

ب - إذا كانت الأدوات المالية المتداولة في سوق غير نشط أو غير منظم بشكل جدي (الأسواق الموازية)، أو كان حجم التداول قليل نسبة إلى عدد الوحدات من الأدوات المالية المراد تقييمها أو في حالة عدم وجود سعر سوق معروض فيمكن اللجوء إلى وسائل تقدير لتحديد القيمة العادلة بموثوقية كافية.

ج - إذا كانت الأدوات المالية غير متداولة في سوق مالي منظم، فإنه يفضل عدم تحديد مبلغ معين لقياس القيمة العادلة، وإنما تحديد مدى معين يعتقد وبشكل معقول أن تقع القيمة العادلة ضمنه.

د - عند عدم القدرة على تحديد القيمة العادلة بموثوقية كافية لأي سبب، فإنه يتم تزويد مستخدمي البيانات المالية بمعلومات حول الخصائص الأساسية للأداة المالية المراد تقييمها من خلال الشروط والأحكام التي قد تتوفر على مبلغ التدفقات النقدية المستقبلية ودرجة اليقين منها، وذلك لمساعدتهم على تقدير وتحديد القيمة العادلة .

3-أسس قياس القيمة العادلة وفق المعيار المحاسبي رقم 38: لقد تطرق المعيار المحاسبي 38 إلى "الوحدات غير

² جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين الأردنيين، النص الكامل لكافة المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، المرجع السابق، ص 1088.

³ جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين الأردنيين، النص الكامل لكافة المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، المرجع السابق، ص 1089.

¹ جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين الأردنيين، النص الكامل لكافة المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، المرجع السابق، ص 782-783.

ب- إذا لم يوجد سوق نشط، يستخدم واحداً أو أكثر من الأساليب التالية:

- سعر آخر معاملة في السوق شرط عدم وجود تغيير كبير في الظروف الاقتصادية منذ تاريخ ذلك إلى وقت التقييم الحالي.

- أسعار السوق للموجودات المماثلة مع تعديل هذه الأسعار وفقاً للاختلافات بين الموجودات المراد تقييمها وتلك الموجودات المماثلة.

ج- في حالة ارتباط الموجودات البيولوجية بالأرض وعدم وجود قيمة محددة لهذه الموجودات البيولوجية بالفرق بين القيمة العادلة للأرض وهذه الموجودات مجتمعة والقيمة العادلة للأرض البكر وحدها.

خلاصة واستنتاجات

اتضح لنا من خلال ما تم عرضه في هذا المقال أن سلبيات استخدام أساس التكلفة التاريخية كانت على الدوام محور التفكير والجدل وكانت دافعا باستمرار إلى ظهور محاولات الخروج عن هذا الأساس من قبل الهيئات المحاسبية في العديد من الدول ويمكن القول بأن عيوب أساس التكلفة التاريخية كانت تتفاقم وتزداد أهميتها واهتمام المفكرين والمحاسبين بها مع تطور المحاسبة وأهدافها، وتوسع الفئات المستخدمة لمخرجات النظام المحاسبي وتطور حاجات هذه الفئات في ظل التغيرات الاقتصادية والتطور التكنولوجي المتسارع خلال السنوات الأخيرة من القرن الماضي. وكذلك يبرر معارضو أساس التكلفة التاريخية والداعون إلى التحول نحو أساس القيمة العادلة دعوتهم إلى ذلك للأسباب التالية:

- أن قاعدة التكلفة التاريخية تفشل في قياس الحقائق الاقتصادية السائدة في البيئة المالية التي تعمل فيها الوحدة.

- تفشل قاعدة التكلفة التاريخية في توفير المعلومات الكافية عن المخاطرة والعائد الناتج عن عملية الاستثمار الاقتصادية

- يصعب الاعتماد على قاعدة التكلفة التاريخية كأساس للمحاسبة عن الأدوات المالية المستخدمة في تغطية المخاطر نظراً لعدم اعترافها بالأرباح الناتجة عن تقلبات الأسعار سواء كانت أسعار الفائدة أو أسعار الصرف وتأجيلها إلى الفترة

5-أسس قياس القيمة العادلة وفق المعيار المحاسبي رقم 40 : يتضمن هذا المعيار "الممتلكات الاستثمارية" تتحدد القيمة العادلة لهذه الممتلكات وفقاً للأسس التالية¹:

أ- يعتبر السعر السوقي أفضل محدد للقيمة العادلة، ويعبر السعر السوقي هنا عن السعر الأكثر احتمالاً والممكن الحصول عليه على نحو معقول من السوق ويمثل أفضل سعر يحصل عليه البائع في ظل ظروف السوق العادية دون أي تضخم أو تخفيض في ظل ظروف خاصة.

ب- كما تعتبر الأسعار الجارية في سوق نشط لممتلكات متشابهة في الموقع والحالة والشروط التعاقدية أفضل دليل للقيمة العادلة.

ج- في حالة عدم توفر أسعار جارية سوقية، فيمكن تقدير القيمة العادلة من خلال الحصول على معلومات مختلفة تتضمن:

- الأسعار الجارية في سوق نشط لممتلكات مختلفة من حيث الطبيعة والموقع بحيث تعدل هذه الأسعار لتعكس الفروقات الناتجة عن الاختلافات بين الأصل المراد تقديره وهذه الممتلكات.

- خصم التدفقات المستقبلية المنتظرة بموجب عقود إيجار قائمة حالياً أو بالرجوع لبيانات خارجية كإيجار الممتلكات في نفس المنطقة.

6-أسس قياس القيمة العادلة وفق المعيار المحاسبي رقم 41: بين معيار المحاسبة الدولي رقم "41 الزراعة" أسس تحديد القيمة العادلة للأصل البيولوجي والمحاصيل الزراعية على النحو التالي²:

أ- يعتبر السعر المعروض في السوق النشط أفضل محدد للقيمة العادلة، ويراعى هنا في حالة وجود أكثر من سوق نشط، يؤخذ السعر المعروض في السوق المتوقع استخدامه.

¹ جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين الأردنيين، النص الكامل لكافة المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، المرجع السابق، ص 1089.

² جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين الأردنيين، النص الكامل لكافة المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، المرجع السابق، ص 1089.

مقدمة إلى المؤتمر العالمي المهني الدولي السابع لجمعية المحاسبين القانونيين الأردنيين بالتعاون مع الاتحاد العام للمحاسبين و المراجعين العرب المنعقد في 13-14 أيلول، الأردن، 2006،

10- نعيم دهمش؛ المعالجة المحاسبية لانخفاض قيمة الأصول المعمرة، مجلة المدقق العدد 55، الأردن 2003

11- طارق عبد العال حماد، المدخل الحديث في المحاسبة، (محاسبة القيمة العادلة)، الدار الجامعية، الإسكندرية مصر، 2000.

12- نعيم دهمش، وأبو زر عفاف، اتجاه معايير المحاسبة الدولية نحو القيمة العادلة، دار وائل للنشر، الأردن، 2006.

- المراجع باللغة الأجنبية

13- Kiso Donald and Jerry J, Weygandt, and Terry, Warfield, Intermediate

Accounting, 10th ED, John Wiley's & sons, New York 2001.

14- Lefebvre Francis, Banque, Normes et réglementations comptables, Edition MEMENTO Paris, 1993.

التي تتحقق فيها هذه الأرباح فعلا بالتصرف في الأداة المالية.

- عدم ملائمة ومصداقية المعلومات المحاسبية المحسوبة على أساس التكلفة التاريخية لمتخذي القرارات، نتيجة لعدم واقعيتها وعدم بيانها الموقف المالي الحقيقي والقياس غير السليم للأرباح.

ونرى في الأخير أن منهاج القيمة العادلة La juste valeur يعتبر قياسا يتماشى مع حقيقة التطور الاقتصادي للقيمة مما يمكن خاصية قابلية البيانات المالية للمقارنة ويزود المستثمرين بالوعي الاستباقي الناتج عن نظرة تنبؤية مستقبلية بقيمة الوحدات الاقتصادية عن طريق الأسعار الجارية شرط توفر السوق النشطة المنظمة.

قائمة المراجع:

- المراجع باللغة العربية

1- مرعي عبد الحي، الصبان محمد سمير، أصول القياس والاتصال المحاسبي دار النهضة العربية، بيروت 1988.

2- محمد مطر، وليد الداوي حكمت، نظرية المحاسبة واقتصاد المعلومات الإطار الفكري وتطبيقاته العلمية؛ دار حنين للنشر والتوزيع الأردن، 1996.

3- المجمع العربي للمحاسبين القانونيين ممارسات المحاسبة المالية المتقدمة، بموجب المنهاج الذي اقره مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD، عمان، 2001.

4- المجمع العربي للمحاسبين القانونيين المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، النص الكامل للكافة المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، عمان، 2005.

5- محمد غنيم، علي رمضان، دراسات في مشاكل محاسبة معاصرة، دار الحامد، الأردن، 1998.

6- ضيف خيرات وآخرون، المحاسبة المالية، دار النهضة العربية، بيروت، 1981.

7- الصبان محمد سمير، دراسات في الأصول المالية-أصول القياس وأساليب الاتصال المحاسبي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999.

8- أمين السيد احمد لطفي، المحاسبة الدولية والشركات المتعددة الجنسية، الدار الجامعية، الإسكندرية؛ مصر، 2004.

9- مطر محمد، موسى السويطي، اثر استخدام منهج القياس بالقيمة العادلة على إدارة الإنتاج و عدالة البيانات المالية، دراسة

واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر وإمكانية دمجها في البرامج التعليمية

د/ زرار العياشي

استاذ محاضر قسم "أ"

أ/ محاضر محرم

استاذ مساعد قسم "أ"

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

جامعة 20 اوت 1955 - سكيكدة-الجزائر

مقدمة:

يعتبر تسارع التغيرات الاقتصادية واختلال موازين القوى من بين العوامل التي أدت إلى ازدياد الطلب على المعلومات، حيث إن مدة حياة المنتجات تتقلص والتقنيات الحديثة تتطور بسرعة أكبر والمنافسة تزداد حدة في إطار سوق عالمية، كما أصبحت المعلومة تدخل في صميم الحياة اليومية والشخصية والمهنية. فبالنسبة إلى الشركات، فإن الشيء الذي يحدث الفرق بينها وبين غيرها هو قدرتها على إدماج الأحداث الخارجية والتصدي لها وقدرتها على تلقي إشارات وتحليلها قبل غيرها. وهذه المهارات هي القيمة التنافسية لها. ولهذا، تضطر المؤسسات إلى إدماج ما يسمى بالذكاء الاقتصادي (Intelligence Economique) في استراتيجياتها، كما يعرف أيضا بالفرنسية Intelligence compétitive (الذكاء التنافسي)، أما في اللغة الإنجليزية، فيستعمل مصطلح «Business Intelligence».

ولدراسة هذا الموضوع، يمكن طرح الإشكالية التالية: ما واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر؟ وكيف يمكن أن ندمجها في البرامج التعليمية والتكوينية؟

وسنعالج هذه المداخلة وفق ثلاثة محاور أساسية هي:

❖ المحور الأول: التأصيل النظري للذكاء الاقتصادي.

❖ المحور الثاني: واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر.

❖ المحور الثالث: التكوين في الذكاء الاقتصادي.

المحور الأول: التأصيل النظري للذكاء الاقتصادي.

أولاً: ماهية الذكاء الاقتصادي: يعتبر مصطلح الذكاء الاقتصادي من المصطلحات التي ظهرت كنتيجة لظهور اقتصاد المعرفة، وسوف نتعرض ببعض من التفصيل إلى بعض تعاريفه، نشأته، خصائصه ومراحله.

المستخلص:

تسعى المنظمة الحديثة بصورة مستمرة إلى بلوغ الكفاءة والفعالية وتحقيق الإبداع والميزة التنافسية والمحافظة عليهما، وهذا يدفعها إلى العمل باستمرار على تطوير وتحديث أهدافها واستراتيجيتها وتطوير منتجاتها واستخدام الأدوات والأساليب والطرائق الفعالة. وتحققا لذلك، فإنها تسعى إلى كسب المعرفة المتجددة التي تعد الركيزة الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية، وأساسا فاعلا لعمليات الإبداع والابتكار في المنظمات الحديثة.

ويعد تطبيق أسلوب الذكاء الاقتصادي في المنظمة الحديثة من أهم وأنجع الأساليب الإدارية الحديثة، الذي يعنى بالاستغلال الأمثل للمعرفة في المنظمة بهدف تحقيق وتعزيز الإبداع كميزة تنافسية تمكنها من الاستمرار والبقاء في عالم الأعمال.

Abstract:

The new organization aims at achieving the efficiency, effectiveness, innovation and advantage competitive, by maintaining the advantage competitive. That obliges the organization to work harder and harder to develop and renew its goals and strategies and promote its products and using the new tools and styles. Thus it aims at acquiring the new knowledge that is considered as a fundamental step for advantage competitive, and basic of innovation and creativity.

The application of Economic Intelligence in modern organization of the most important and effective modern methods of management, which means optimize tacit knowledge and explicit knowledge in organization for promoting innovation as advantage competitive to keeping going in the business world.

tissu industriel, la sécurité de l'économie et des entreprises et le renforcement de l'influence de notre pays»³

أي إنه: "يشتمل على السيطرة وحماية المعلومة الاستراتيجية لجميع الأعوان الاقتصاديين من أجل الوصول إلى المنافسة في المجال الاقتصادي، الأمن الاقتصادي، أمن المؤسسات، تعزيز سياسة التأثير".

إن المعلومة الاستراتيجية هي: "كل المعلومات التي يمكن أن تكون ذات فائدة لمشاريع المنظمة، وتتميز هذه المعلومات بأنها تخص مجالات متعددة ولا يمكن تجزئتها- وبالاعتماد عليها بشكل متكامل- تحدد المنظمة نشاطها ومحاور تطورها"⁴.

وهناك خلط كبير بينه وبين اليقظة الاقتصادية، حيث إن الخط الفاصل بين المفهومين لا يزال غير محدد بشكل واضح المعالم، وهذا بلا شك يعود إلى أن ترجمة مصطلح الذكاء من اللغة الإنجليزية حيث معناه يختلف عن معنى نفس المصطلح في اللغة الفرنسية، ففي المعاجم الإنجليزية يقصد بالذكاء (التخابر والاستخبار) وهو مختلف عن معناه في اللغة الفرنسية الذي لا يختلف معناه عنه في اللغة العربية. فعندما نقول: (Economic Intelligency) فالمقصود الاستخبار الاقتصادي.

حاليا يوجد مدخلان يتنازعان في تحديد طبيعة العلاقة بين الذكاء الاقتصادي واليقظة.

الاتجاه أو المدخل الأول: وهو يعتبر اليقظة كمرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي. وهي تهتم في مضمونها برصد محيط المؤسسة) المحيط التنافسي، التكنولوجي، التجاري، القانوني... إلخ) وهي عملية منظمة ومستمرة (متكررة) بغرض البقاء على علم بكل المستجدات في القطاع الذي تشغله المؤسسة، وتنتهي هذه العملية بتحصيل وتحليل ونشر المعلومات، أما الذكاء الاقتصادي فهو أشمل إذ يتضمن إضافة إلى نتائج العملية السابقة (اليقظة) القيام بترجمة هذه المعلومات كمؤشرات لاتخاذ القرارات الاستراتيجية والمناورات التكتيكية بما يخدم أهداف المؤسسة.

³ - http://www.medefparis.fr/Livre_Blanc.pdf

⁴ - عبد الرزاق خليل، أحلام بوعبدلي: "مرجع سابق"، ص 8

1-تعريف الذكاء الاقتصادي: أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي كان سنة 1994 من طرف Martre مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا، حيث تم تعريفه على أنه "مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة و بث المعلومة المفيدة للأعوان والمتدخلين الاقتصاديين لصياغة استراتيجياتهم".

ونظرا إلى ضرورة اعتماد مدير المنظمة لاستراتيجية تطوير منتج جديد، الاستثمار في سوق جديد، تحسين المردودية، معرفة منافسيه، أخذ القرار الصائب في الوقت المناسب... إلخ، فإن الأمر يتطلب فهم المحيط الذي يتسع ويتعد باستمرار، ففي هذا الإطار تعتبر المعلومة مادة أولية أساسية للإدارة الجيدة للمنظمة.¹

كما يعرف الذكاء الاقتصادي على أنه "مجموعة من الوسائل البشرية والتقنية التي يتم وضعها للوصول إلى تطور مؤسسة اقتصادية ما، ويتعداه حتى يشمل اقتصاد بلد ما.

إنّ الذكاء الاقتصادي بعبارة أخرى، يهتم بكل ما يُجرى ويفعل في الأسواق، إنه نظام كامل تتوحد فيه التقنيات والكفاءات البشرية، إن التحدي المفروض اليوم هو الوصول إلى المعلومة الصحيحة وليس التقريبية قبل الآخرين، لأنها تساعد على حل المشاكل والوقاية، بأخذ القرارات المناسبة وسبق المنافس وتطوير أساليب العمل والمنتج في وقت وجيز²، وبالتالي فهو عامل أساسي للمنافسة.

وقد عرفه Alain Juillet المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا سنة 2005 على أنه:

« L'intelligence économique consiste en la maîtrise et la protection de l'information stratégique pour tout acteur économique. Elle a pour triple finalité la compétitivité du

¹ - عبد الرزاق خليل، أحلام بوعبدلي: "الذكاء الاقتصادي في خدمة منظمة الأعمال"، ص:1.

² - مسعود ديلملي: "الذكاء الاقتصادي والعمل الضغطى: الحروب الخفية"، مدارات، جريدة القدس، السنة العشرون-العدد 6061 الخميس 27 تشرين الثاني (نوفمبر) 2008.

☒ في 1992 أنشأت فرنسا وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (ADIT) التي تهدف إلى تقديم مساعدة تشغيلية وحماية النمو الدولي للمؤسسات الفرنسية.

☒ في 1994 نشر Martre تقرير بعنوان: " *l'intelligence économique et stratégie des entreprises* ".

☒ في 2002 أدمج Minefi مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي.

3- عناصر الذكاء الاقتصادي: إن مفهوم الذكاء الاقتصادي يمكن أن نحصره في كونه سياسة عامة تحدها الدولة بمشاركة باقي المتدخلين والمتعاملين، لها محتواها ومجال تطبيقها، تتبني عملية الذكاء الاقتصادي على العناصر التالية:

3-1- سياسة التنافسية: وتعتمد على عمليات البحث والتطوير وتسمح بمسايرة المؤسسات في تعقب الفرص والحصول على الأسواق في العالم. وتتم هذه المسايرة عن طريق التعرف المشترك على الرهانات الاستراتيجية وتجميع الخبرات والمعلومات العامة والخاصة.³

3-2- سياسة الأمن الاقتصادي: إن العلاقة بين ميدان الاستخبارات وميدان المنافسة الاقتصادية والصناعية، يعد موضوعا مشابها لفترة ما بعد الحرب الباردة، الذي نعرفه اليوم، حيث إن الخطر العسكري المباشر أصبح يتراجع ليترك المجال واسعا لمخاطر جديدة تعد غير مباشرة من بينها الخطر ضد المصالح الاقتصادية الذي أصبح يبرز بصفة خاصة، بما أن تحرير نشاطات العديد من القطاعات وتطوير التبادل الحر جعل معظم الدول معرضة للتحركات الاقتصادية العالمية، بحيث أصبح أهم الشركاء والمنافسين يأخذون منعرجا يسميه "إدوارد لوتفاك" الجيواقتصاد، أي بعبارة أخرى تواصل الاستراتيجيات العسكرية الدبلوماسية متمثلة في وسائل اقتصادية وتجارية، عن ترجمة هذه الحساسية الجماعية لرهانات الأمن الاقتصادي أصبحت تتحدد في مفهوم "المصالح الأساسية للأمة" أي ترتيب العناصر الأساسية للطاقات الاقتصادية والعلمية للوطن.

³ تير رضا، دور الذكاء الاقتصادي في إرساء آليات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير: واقعهم وآفاقهم في الجزائر، جامعة الجزائر.

الاتجاه أو المدخل الثاني: وهو عكس الاتجاه الأول، حيث يتبنى التعارض بين المفهومين، حيث يعتبر أن اليقظة الاقتصادية هي رد الفعل، أما الذكاء الاقتصادي فهو الفعل.¹

2- التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي:² إن فكرة الذكاء الاقتصادي ظهرت مع ظهور التجارة، لاسيما ظهور اقتصاد السوق. وقد أوضح Fernand Braudel في العديد من الدراسات التي قام بها حول القوة المتزايدة للمدن التجارية الكبيرة من القرن 15 إلى 18، وأن المنافسة بين المدن في شمال إيطاليا والمدن في فنلندا كانت بداية الهجومات التجارية والتجسس الاقتصادي وحتى التروير.

كما ظهر مصطلح الذكاء الاقتصادي في الفكر العسكري الذي يعتمد على تحصيل المعلومة ثم تحليلها، فبريطانيا في الفترة الاستعمارية لها كانت تحصل على المعلومات عن منطقة البحر المتوسط وغير ذلك من أسراها من البندقية.

☒ أول تعريف للذكاء الاقتصادي كان في عام 1967 من طرف Harold Wilensky، من خلال كتاب بعنوان " *l'intelligence organisationnelle* "، فهو يعرف: "الذكاء الاقتصادي كمنشآت إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية والاستراتيجية للمنطقة، التي خزنت وأنتجت في إطار قانوني من مصادر مفتوحة".

في عام 1950 طورت اليابان نظام الذكاء الاقتصادي المرتكز على وزارة التجارة الدولية والصناعة (MITI) ومنظمة التجارة الخارجية اليابانية (JITRO) لإنعاش اقتصادها.

☒ في 1980 ومع عولمة الأسواق والتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية، اتخذت خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للمؤسسات وكان لميشال بورتر، أستاذ في جامعة هارفارد، دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي.

☒ في 1990 كانت بداية ظهوره في فرنسا.

¹ جمال الدين سحنون، بلهادية عبد الله: "الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهماتها في تكوين الميزة التنافسية في الدول العربية، يومي 27_28 نوفمبر 2007، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف.

² - www.ces.fr/rapport/rapsec/R5052710.pdf

(الجنسيات) أو الدولية (استراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة). ومن بين الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي نذكر ما يلي:

- ☒ الاستخدام الاستراتيجي والتكتيكي للمعلومة ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات.
- ☒ وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعداء الاقتصاديين.
- ☒ وجود علاقات قوية بين المؤسسات والجامعات والإدارات المركزية والمحلية.
- ☒ تشكيل جماعات الضغط والتأثير.
- ☒ إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية، الجيوسياسية.
- ☒ السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية.

5- مراحل الذكاء الاقتصادي: إن أول مرحلة لنشاط الذكاء الاقتصادي هي تحديد الحاجة إلى المعلومة، حياة المعلومة، معالجتها، بثها واستعمالها، ويمكننا عرض أهم مراحل الذكاء الاقتصادي في ما يلي:⁵

5-1- تحديد الحاجة إلى المعلومة: وهو أمر ليس صعبا في أغلب الحالات، فليس من الضروري توفير الوسائل الحديثة، وإنما يكفي في أغلب الحالات أن نطلب بمهارة: ما هي المعلومات التي نرغب في الحصول عليها؟ وهو ما يتطلب من المتخصصين في الذكاء الاقتصادي معرفة جيدة بتنظيم المنظمة.

5-2- جمع المعلومة: بمجرد تحديد الحاجة إلى المعلومة، يتم اختيار أشكال للبحث عن هذه المعلومة، وفيما يلي نذكر أهم مصادر المعلومة:

مصادر رسمية: وتحتوي أساسا على:

☒ الصحافة؛

☒ الكتب؛

☒ وسائل الإعلام؛

☒ بنوك المعطيات والأقراص المضغوطة (CD ROM)؛

☒ مصادر معلومات الرسمية.

وبالتالي، أصبحت الدولة تعترف وتقر بأنها ليست الوحيدة المسؤولة عن الأمن الجماعي، فالمؤسسات هي أيضا يجب أن تشارك بصفقتها عنصرا أساسيا في الأمن الاقتصادي الوطني في حماية ومتابعة مصالحها الخاصة المشروعة¹.

3-3- سياسة التأثير: وخاصة على مستوى الهيئات المعروفة بإعدادها للنظم والمعايير التي تدير الحياة الاقتصادية² من خلال العمل الضغطي "Lobbying" الذي هو التأثير على القرار السياسي والاقتصادي بشرح ضرورة وإيجابية قانون ما أو خطوته وسلبيته، ولقد أصبح العمل الضغطي يدرس في المدارس الكبرى والجامعات، حيث قامت اللجنة الأوروبية بجعله ضروريا في العملية الديمقراطية. فأسهم في فعالية القوانين المصادق عليها بعد أن تأخذ في الحسبان رأي المهنيين دون الضرر برأي الآخرين وتحديد الحكم السياسي³.

وينحصر مجال الذكاء الاقتصادي خصوصا في الأسواق التي تعتبر مصدرا للقيمة المضافة، بل ويتعدى الأمر ذلك لأن تكون مصدرا للتأثير والقوة. ومن أمثلة ذلك: مشاريع الطيران والفضاء، التسليح، الطاقة، صناعة الأدوية، الجينات، الشبكات الاتصالية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال والأمن، ذلك أن هذه المشاريع لا تحكمها قاعدة السعر ونوعية المنتج والخدمات التابعة، لكن يتجاوز الأمر ذلك لأن تكون الموافقة والمساندة السياسية للدولة العامل الحاسم في الحصول عليها.

4- خصائص الذكاء الاقتصادي⁴: يهتم الذكاء الاقتصادي بدراسة التفاعل التكتيكي والاستراتيجي بين كافة مستويات النشاط المعنية به انطلاقا بداية من القاعدة (المستوى الداخلي للمؤسسة) مرورا بالمستويات الوسيطة (الجماعات المحلية) وصولا إلى المستويات الوطنية (الاستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز اتخاذ القرار في الدولة) ثم المستويات متعددة الجنسيات (المجمعات متعددة

¹ - جمال الدين سحنون، فاضل عبد القادر: "الذكاء الاقتصادي وأمن الدولة، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية"، يومي 17 و18 أفريل 2006، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، ص ص: 12-16.

² - تيررضا: "مرجع سابق".

³ - جريدة القدس: "مرجع سابق".

⁴ - تيررضا: "مرجع سابق".

⁵ - عبد الرزاق خليل، أحلام بوعبدلي: "مرجع سابق"، ص ص: 8-10.

مفتوحة، إلا أن هذه النظرة إلى الموضوع تعد ناقصة لأنه يجب الأخذ بعين الاعتبار حرية استعمال المعلومة (تعارض المعلومة المفتوحة مع المعلومة المغلقة أي السرية). لكن يجب الأخذ بعين الاعتبار حرية استعمال المعلومة، فمن وجهة النظر هذه توجد معلومات مفتوحة (بمعنى الدخول إليها غير محدود) من خلالها يمتلك منتجها وأصحابها حقوقا خاصة (الحماية عن طريق حقوق التأليف، الملكية الصناعية، الحماية التعاقدية بنود سرية) أو التي بعض استعمالاتها يمكن أن تكون محل عقوبات عن طريق تدابير قضائية خاصة، ومن ثم، فإن المعالجة غير المسموحة لأي معلومة مفتوحة يمكن عدّها مساسا بإرث المؤسسة.

إن تطوير ممارسة الذكاء الاقتصادي يفرض على كل المؤسسات مضاعفة تدابير الحذر فيما يخص حماية إرثها المعلوماتي عن طريق معرفة واستعمال كل المصادر القانونية المتاحة لهذا الغرض وتسخير كل الوسائل البشرية، المعلوماتية والتنظيمية.

5-3- معالجة المعلومة: إن معالجة المعلومة هي أساس الذكاء الاقتصادي، فهذا الإجراء يعتمد أساسا على قيمة المعلومة بالنسبة إلى المستعمل، وتعني المعالجة تجميع كل المعطيات المحصل عليها من أجل تحليلها بشكل متجانس. وتعتبر ترجمة المعلومة خطوة أساسية لإجراء المعالجة. فهي تعطي صورة تحليلية، غنية لكل المعلومات التي تكون مختفية دائما في سطور الوثائق.

ونعلم أن ما يواجه أفراد المنظمة اليوم ليس نقص المعلومة وإنما كثرتها. لذلك يجب معالجة المعلومة، وهو ما يتطلب العمليات التالية:

☒ التقييم؛

☒ فرز المفيد منها من غير المفيد؛

☒ التحليل؛

☒ تحويلها إلى شكل مناسب.

5-4- بث المعلومة من أجل اتخاذ القرار: إن الخطوة الموالية للخطوات الثلاث السابقة هي إعطاء قيمة لهذه المعلومة ببثها داخل المنظمة حتى تسهم في خلق قيمة مضافة.

مصادر غير رسمية: إن أهم ما يميز هذه المصادر أن المعلومات التي تقدمها تتطلب مجهودا شخصيا من الفرد الذي يريد جمع المعلومة، يجب أن يبقى على اتصال، أن ينتقل، يضيع الوقت... إلخ حتى يحصل على ذلك، وتتنوع هذه المصادر، من بينها ما يلي:

☒ المنافسون في حد ذاتهم؛

☒ الموردون؛

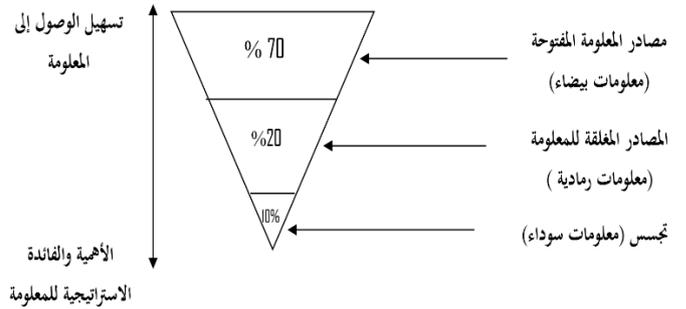
☒ مهمات وأسفار الدراسة؛

☒ المعارض؛

☒ الطلبة المتمرنون؛

☒ المصادر الداخلية للمنظمة.

والشكل الموالي يبين لنا مختلف مصادر المعلومات التي تحصل عليها المنظمة:



ويقصد بمصادر المعلومات المفتوحة مجموعة المنشورات الإحصائية الرسمية والصحف والبرامج الإذاعية والمنشورات التجارية، أما المصادر المغلقة للمعلومات فتمثل التقارير والبرقيات من السفارات والقنصليات... والمعلومات السوداء (السرية) التي يتم الحصول عليها من دون موافقة من حكومات أجنبية تأتي من الأقمار الصناعية، من أسرار سرقت من قبل أحد الرعايا الأجانب.¹

يقال إنه عادة ما تكون المعلومات المتحصل عليها التي تتم معالجتها في إطار نشاطات الذكاء الاقتصادي لا تطرح أي إشكال قانوني خاص، لأن الأمر يتعلق بمعلومات

¹ <http://www.espionageinfo.com/Ec-Ep/Economic-Intelligence.html>

فلحفاظ على الميزة التنافسية بين منافسيها، ينبغي على المنظمة أن تكون سباقة في الحصول على المعلومات والإشارات التي تسمح لها بالتنبؤ بالاحتياجات، ورد فعل السوق، مثلا: إطلاق منتج جديد، التغيير في التشريعات، اكتشاف بعض التطورات والتكنولوجيات الجديدة... إلخ.

فتطور الذكاء الاقتصادي يعتبر أقوى وسيلة معرفة تحت تصرف المنظمة، كما أن تطبيقه بطريقة غير مباشرة بواسطة خلية متكاملة أو بواسطة متخصصين، يعتبر عاملا لتطوير إدارة المعلومة، وتدققها داخل المنظمة.

2- المعلومة والإبداع: لقد اهتمت النظرية الاقتصادية بالتطور التكنولوجي والإبداع كأهم العوامل اللازمة للتنافسية منظمات الأعمال، وأثار موضوع الإبداع العديد من النقاشات منذ أكثر من ثلاثين سنة، حيث ظهر بصورة جديدة وكان محل اهتمام نظريات الإدارة وحتى علم اجتماع المنظمات، وكذا التحليل الاقتصادي والاستراتيجي.

بصفة عامة، يمكن تحديد عنصرين أساسيين للإبداع هما: محتواه التكنولوجي من جهة، وخصائصه الإبداعية من جهة أخرى، ويمكن تصنيف الإبداع كما يلي:

الشكل رقم 02: التصنيف التقليدي للإبداع. إدراك المنتج (التطور التكنولوجي)

إدراك المستهلك (التطور الإداري)	ضعيف	ضعيف	قوي
	إبداع إضافي	إبداع تقني (تعديل في الهيكل الداخلي)	
	إبداع اجتماعي تعديل في التطبيقات	إبداع جذري تغيير كامل	

المصدر: A. Bloch , L'intelligence économique , Economica , Paris , 1996 ,P. 27

منه يمكن القول إن أهم أنواع الإبداع:

الإبداع الإضافي: ولقد وجد هذا النوع ليضع خطوة إضافية في تطور المنتج، حيث يحدث تطور لدى المستعملين.

إن كل العمليات السابقة، تحديد، جمع، ومعالجة المعلومة، يكون دون فائدة إذا لم يتم بث هذه المعلومة وإيصالها إلى متخذي القرار بالمنظمة، فالمعلومة لا تكون ذات قيمة إلا إذا جاءت في الوقت المناسب وبالشكل المراد، للشخص الذي يستخدمها. تكلف المعلومة كثيرا، لذلك يجب توفيرها للذين يحتاجون إليها من أجل استخدامها.

إن بث المعلومة إذن يشكل خطوة أساسية لإجراء الذكاء الاقتصادي، بشرط أن تستخدم بذكاء وحذر. ويعتبر بث المعلومة غير كاف، بل يجب أيضا تحويل هذه المعلومات إلى فعل حتى تحقق قيمة مضافة. فالمختصون في الذكاء الاقتصادي يجب أن يكونوا قادرين على إقناع الآخرين بالعملية، وعلى تركيب التقنيات التي تسمح بتطبيقها في المنظمة.

فإذا لم نفهم ما هي احتياجات طالب المعلومة، فإننا نكون قد أضعنا أهم عنصر في الذكاء الاقتصادي.

إن لم يكن لدينا مصدر موثوق، فلا داعي للمواصلة، فالمصادر رديئة النوعية تؤدي إلى تشوش في المعلومات، وهو ما يعقد عمل التحليل، أما إذا كانت المصادر موثوقة فهي تسهل أكثر عمل التحليل.

☒ التحليل يجعل المعلومة التي نحتاجها قابلة للاستعمال.

☒ المعلومة التي لا يتم بثها وإعلانها لا تفيد في شيء، والتغذية الراجعة تبين لنا ما إذا كانت المعلومة قد أدت إلى تلبية رغبة المستعمل أم لا.

☒ يجب الاحتفاظ ببعض المعلومات السرية والاستراتيجية وحمايتها.

ثانيا: الذكاء الاقتصادي أداة للتطوير والإبداع:

1- الذكاء الاقتصادي كوسيلة حوار بين المنظمة

ومحيطها: تقود استراتيجيات التمييز في المنظمة إلى طرح منتجات ذات تنافسية عالية في الأسواق، معتمدة في ذلك على المعلومة، التي تعد سلعة غير مادية تستخدم عند الحاجة، وبذلك تعد المعلومة مصدرا للأرباح، وضمانا لاستمرار وبقاء المنظمة.

كما يعتبر ضعف التكامل بين قطاعي الصناعة والبحث العلمي الذي يشهده العالم العربي بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة من أهم معوقات التنمية التي يجب التصدي لها وإيجاد الإجراءات العلمية لتداركها.

وقد أسهمت عوامل أخرى في مدى التأخر التكنولوجي، كتقلص منح الطلبة للدراسة في الخارج وبخاصة في دول أوروبا من سنة إلى سنة، وكذلك تناقص المنح الأوربية الموجهة إلى الطلبة الأجانب. وبروز أزمة في أنظمة التعليم والتكوين وعدم قدرتها على إعادة إنتاج الكفاءات في الميادين العلمية والتقنية. أما مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال فلم يعرف تطورا ملحوظا رغم اعتباره كمييار لتحديد القدرة التنافسية على المستوى الدولي.

وبهدف تدارك الدفع، تم إعداد برنامج متكامل يسمى بالمخطط الخماسي (1999-2000) الذي حدد الإطار التنظيمي والمؤسسي للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي. ومن أجل متابعة أحسن لتطبيق هذا المخطط، تم تعيين الوزير المنتدب للبحث العلمي لدى وزارة التعليم العالي في أوت 2000. ويهدف هذا المخطط إلى ما يلي:

☒ ضمان ترقية البحث والتطوير.

☒ دعم القواعد التكنولوجية للبحث والتطوير.

☒ اإعتبار لوظيفة البحث.

☒ دعم تحويل البحث لكل الأنشطة المتعلقة

بالبحث والتطوير.

وقد واصلت الحكومة عملها بإصدار عدد من المراسيم التنفيذية بغرض تحديد المهام والأهداف ومنها:³

☒ المرسوم التنفيذي 99-243 المؤرخ في 11

أكتوبر 1999 الذي يحدد تنظيم وإدارة المكاتب الفرعية للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي.

☒ المرسوم التنفيذي 99-256 المؤرخ في 31

أكتوبر 1999 الذي يحدد قواعد إنشاء وتنظيم إدارة المخابر البحثية.

الإبداع التقني: لا يظهر مباشرة على المنتج بحد ذاته (إدراك المستهلك ضعيف)، وإنما يمثل تقدما للمنتج (ربح الوقت، الاقتصاد... إلخ).

الإبداع الاجتماعي: ويتميز بمحتواه التكنولوجي الضعيف، والتغير في سلوك الاستهلاك و/أو الاستعمال في نفس الوقت.

الإبداع الجذري: وهو إبداع ذو محتوى تكنولوجي قوي، كما يتميز بتغير جذري في سلوك الاستهلاك والاستخدام.¹

3- الإدارة الاستراتيجية للمعلومة أداة مميزة للإبداع:

لقد أظهرت التطورات الحديثة للأعمال المرتبطة بالإبداع، الدور المهم للمعلومة، واستغلالها الفعال في تطوير الإبداع، لذلك، فإن ضرورة أخذ واستغلال إشارات وحركات المحيط بطريقة مستمرة تبدو من الأعمال المميزة للنكاه الاقتصادي.

وغني عن البيان أن المشاريع الإبداعية تتميز بدرجة عالية من عدم التأكد (عدم التأكد من سلوك المستهلك، عدم التأكد من التطور التكنولوجي... إلخ)، من هنا يمكن القول إن الإشكالية الأساسية للنمو أو التطور الإبداعي في المنظمة تتمثل في البحث عن الطرق الكفيلة بإدارة فعالة لعدم التأكد، وذلك عن طريق إدارة المعلومات التي تعتبر من عوامل الإبداع.

وتعتبر مختلف أنواع اليقظة والنكاه الاقتصادي بمثابة وسائل مميزة لإدارة عدم التأكد والمعلومة، كما أنها تسمح بطريقة حديثة وديناميكية بتحديد مختلف القوى المحركة لمحيط المنظمة كشرط أساسي لتفاعلها مع هذا المحيط.

من هنا يبدو الدور المركزي للمعلومة في حركة الإبداع، وذلك من خلال مساهمتها في تكوين النكاه الاقتصادي في المنظمة واستخدامها لأغراض التخطيط الاستراتيجي.²

المحور الثاني: واقع النكاه الاقتصادي في الجزائر.

أولا: نظرة تشخيصية على أنظمة البحث والتطوير:

تهتم كافة البلدان بنشاط البحث والتطوير وتخصص من أجل ذلك ميزانيات معتبرة من خلال وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ومراكز البحث المختلفة المعنية بالتطوير التكنولوجي.

¹ - A. Bloch, op. cit, PP.27-28.

² - Ibid, P.30.

³ - عبد الرزاق خليل، أحلام بوعبدلي: "مرجع سابق"، ص: 8-10.

أنه يتكون من مجموعة من المراكز والهيئات، التي يمكن تقسيمها وتبويبها على النحو التالي:

أ- **نظام المعلومات الإحصائية:** حيث يعتبر النواة الأساسية التي يمكن من خلالها تجسيد النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية، وهذا النظام هو عبارة عن "مجموعة من عمليات جمع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات المرتبطة بمجال معين، يعتبر كأداة لاتخاذ القرار"، وهذه العمليات تأخذ الشكل الرقمي للمعلومات المجمع أو المنشورة، وأبرز الهيئات الممثلة لهذا النظام:

☒ المراكز الوطنية للإحصاء؛

☒ المراكز الفرعية التابعة إلى المركز الوطني للإحصاء أو التابعة إلى الوزارات؛

☒ البنوك المركزية؛

☒ المراكز المتخصصة الأهلية (الخاصة)؛

ب- **نظام المعلومات المحاسبية:** ويعنى هذا النظام أساسا بالمعلومات المتعلقة بنشاط الأعوان الاقتصاديين خلال الدورة المالية، التي يصدر عنها كم من المعلومات يمكن تجميعها وتحليلها وتخزينها، ومن ثم نشرها، ليتسنى للمهتمين بها الاستفادة منها، ويعتبر نظام المحاسبة الوطنية جوهر هذا النظام، الذي هو عبارة عن "أداة للملاحظة وتحليل للحياة الاقتصادية في آن واحد، ويرمي إلى معرفة مجموع القنوات الاقتصادية وارتباطاتها، ويسمح بتكثيف وتسجيل كل العمليات ذات الطابع الاقتصادي التي تمت خلال فترة زمنية معينة في بلد معين، كل ذلك في إطار محاسبي مشترك ودقيق.

ويمكن أن يمثل هذا النظام كل من:

☒ الجهات الجبائية التي تحصل على المعلومات من خلال ما يخوله لها القانون من إلزامية التصريح المحاسبي بالنسبة إلى المؤسسات؛

☒ المؤسسات المالية (البنوك، مراكز التأمين، صناديق الضمان الاجتماعي، إلخ)، وما تشترطه من معلومات للتعامل مع أي مؤسسة؛

☒ المؤسسات الاقتصادية (الخاصة والعمومية)، التي تملك نشرات خاصة بها يمكن أن تصدرها دوريا

☒ المرسوم التنفيذي 99-257 المؤرخ في 16 نوفمبر 1999 الذي يحدد قواعد إنشاء وتنظيم وإدارة المؤسسة العمومية ذات الطابع العلمي التكنولوجي.

☒ المرسوم التنفيذي 99-258 المؤرخ في 16 نوفمبر 1999 الذي يحدد كفاءات ممارسة المراقبة المالية على المؤسسات ذات الطابع العالي، والمهني، والمؤسسة العمومية ذات الطابع العلمي والتكنولوجي ومختلف وحدات البحث.

بالإضافة إلى ذلك، تم إنشاء صندوق للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي خصص له سنويا مبلغ 5 مليارات دينار جزائري (نحو 71 مليون دولار)، خاص بإدارة مخابر ومراكز ووحدات البحث المختلفة¹.

ثانيا: الجهود المبذولة في مجال الذكاء الاقتصادي:

عملت الجزائر منذ الاستقلال على البناء التدريجي لما يسمى بالنظام الوطني للمعلومات الاقتصادية وذلك لتلبية متطلبات كافة الأعوان الاقتصاديين من المعلومات ذات النوعية المطلوبة وفي الأجل المحددة.

1- تعريف النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية: هو

عبارة عن مجموعة مركبة من أنظمة معلومات فرعية، مستقلة ومنظمة، الهدف منها تزويد المستخدمين بالمعلومات المطلوبة في الوقت المناسب، وكذا دعم اتخاذ القرار على مختلف المستويات (كلي وجزئي)، وبالتالي، فإن كل نظام فرعي من هذه الأنظمة مصمم بحيث يلبي احتياجات مجموعة من المستخدمين، فضلا عن تزويد الأنظمة الفرعية الأخرى، حيث إن كل نظام فرعي يستفيد من مخرجات الأنظمة الأخرى.²

2- مكونات النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية:

بالنظر إلى تعريف النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية نجد

¹ - تيررضا: "مرجع سابق"، صص: 10-11.

² - رحيم حسين، دريس يحي: "أهمية إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية في دعم وتأمين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (حالة الجزائر)"، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف- الجزائر، 17-18 أبريل 2006.

الاستراتيجي واتخاذ القرارات. وقد تجسد ذلك في صدور تقرير حول النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية والاجتماعية وتحولاته شهر جوان 2004 الذي تمت مناقشته في الجلسة العلنية رقم 24 للمجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي. يعتبر هذا المجلس هيئة استشارية مستقلة تحت وصاية رئاسة الجمهورية تختص بدراسة كافة القضايا الاقتصادية والاجتماعية واقتراح الحلول اللازمة والممكنة لها.¹

من بين العوامل المعيقة لإقامة نظام للذكاء الاقتصادي والاستراتيجي حسب هذا التقرير يمكن ذكر خمسة عوامل أساسية هي: العوامل الوسائلية والفنية، العوامل المتعلقة بالسياسات العامة، العوامل المرتبطة بنظام الحاكمية في أجهزة الدولة والمؤسسات، العوامل الثقافية وأخيرا العوامل المرتبطة بالموارد البشرية في البلاد. فعلى المستوى الثقافي، إن ما يلفت الانتباه هو إشارة التقرير إلى وجود بعض المقومات التي تميز الفرد الجزائري أثناء أدائه مهامه كالاتصال الشفوي الذي أثبت نجاعته مقابل الاتصال الكتابي، وكذا ميل هذا الفرد نحو تشكيل الفرق الصغيرة الأمر الذي يسهم في تقادي النزاعات التنظيمية ومقاومة التغيير.

وعلى مستوى الموارد البشرية، فهناك قناعة تامة بضرورة التكوين والتأهيل والمحافظة على الموارد البشرية المتاحة في مجال الذكاء الاقتصادي. كما أشار التقرير إلى ضرورة تفعيل دور نشاط البحث والتطوير في المؤسسات الاقتصادية والإدارية بما يتماشى وتحسين تنافسيتها داخليا وخارجيا.

وقد أوصى المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي في التقرير السابق بجملة من الاقتراحات تضمنت تمشين مقومات الذكاء الاقتصادي في الجزائر وإتاحة الفرصة لباقي الأعوان الاقتصاديين والاجتماعيين للمشاركة في صياغة استراتيجية وطنية لإرساء عمليات الذكاء الاقتصادي والدراسات الاستراتيجية على المدى القصير. ومن بين هذه التوصيات يمكن أن نذكر ما يلي:

☒ **دعم الشفافية والنشر:** على الإدارات العامة والمؤسسات الاقتصادية معالجة كميات البيانات الهائلة المتوفرة لديها، معالجة ذكية، واستخراج مختلف المعارف

لتمكن المهتمين (مساهمين، دارسين... إلخ) من معرفة وضعياتها المالية.

ج- نظام المعلومات التسييرية: ويتضمن كل المعلومات الصادرة عن الهيئات الإدارية والمتعلقة أساسا بالقوانين واللوائح والتنظيمات الجديدة أو الامتيازات المقدمة أو الاستثناءات المعلنة، ويمكن أن يعبر عن هذا النظام كل من: ☒ الوزارات المعنية (المالية، السياحة، الزراعة، الصناعة... إلخ)؛

☒ المديرية التابعة إلى الوزارة (جهوية أو محلية)؛
☒ المراكز المختصة والجمعيات المهنية.

د- مراكز البحث والتوثيق: وتتمثل في مجموع المخابر المكلفة بالبحث، سواء كانت هذه المخابر مستقلة أم تابعة إلى الجامعات أو إلى المدارس العليا أو إلى المعاهد المتخصصة، كما ينطوي تحت هذا العنصر كل من المكتبات الوطنية أو المكتبات التابعة إلى الجامعات أو إلى غيرها، بالإضافة إلى كل مراكز التوثيق.

هـ- أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال: يشير مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال إلى ثلاثة مجالات فنية: ☒ الاتصال عن بعد؛
☒ الإعلام الآلي (المعلوماتية)؛
☒ الإلكترونيك وتقاطعاتها.

وتفاعل هذه العناصر يستوجب دعم وتطوير مجموعة من الوسائل من خطوط الهاتف، أجهزة الكمبيوتر، البرامج المعلوماتية، شبكات الإنترنت... إلخ.

وعليه، يعتبر هذا النظام المحرك الرئيس للنظام الوطني للمعلومات الاقتصادية، وذلك لما يوفره من مزايا شتى، لعل أهمها سرعة الاتصال والتوصيل (الإعلام).

وقد أدى انتقال الجزائر من نظام الاقتصاد الممركز نحو اقتصاد السوق إلى بروز عدة ضغوط على مستوى الهيئات المؤلفة لنظام المعلومات الاقتصادية. أضف إلى ذلك ظهور تكنولوجيا الإعلام والاتصال عمل على إظهار عيوب النظام السابق ونقائصه والحاجة الملحة إلى نظام ذي كفاءة عالية يأخذ بعين الاعتبار تزايد المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية وتداخلها وتفاعلها في ما بينها. الأمر الذي أدى بالسلطات العمومية إلى التفكير في إقامة نظام موجه نحو التخطيط

¹- عبد الرزاق خليل، أحلام بوعبدلي: "مرجع سابق"، ص 8: 10.

دخول أسواق جديدة وكسب زبائن أقل ما يقال عنهم إنهم مربحون للمؤسسة.

☒ **هيئات دعم وتنمية الاستثمار:** عمدت الدولة إلى إنشاء وكالة لترقية دعم ومتابعة الاستثمارات بهدف تفعيل سياسة الدولة في ميدان الاستثمار سميت سابقا بوكالة دعم ومتابعة الاستثمار وانطلاقا من 2001 بالوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار وهي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية وبالاستقلالية المالية، وهي موضوعة تحت وصاية رئاسة الحكومة، وتتخصص مهمة هذه الوكالة في تقييم المشاريع واتخاذ قرار منح المنافع المنصوص عليها في قانون ترقية الاستثمارات، كما هدف المشرع من خلال إنشائها إلى تقديم المساعدة الفعلية للمستثمرين في مختلف مراحل إنجاز مشاريعهم الاستثمارية.

وتعتبر هذه الوكالة دليلا للمستثمرين من حيث توفير المعلومات الحاسمة حول فرص الاستثمار والمزايا التنافسية، وتقع على عاتقها مهمة تقديم وإرشاد المستثمرين باستخدام كافة المعلومات ذات الطابع المحلي والدولي.

☒ **المصالح الاقتصادية للدولة:** تتمثل المهمة الأساسية للمصالح الإحصائية، الجبائية والمالية والتجارية للدولة في القيام بحملات إعلامية تتميز بالجدية والاستمرارية تجاه مستخدمي المعلومات الاقتصادية والاجتماعية. كما أن كلا من الأساتذة والباحثين والصحفيين مطالبون بالمساهمة في إعداد مثل هذه النشاطات وإيصالها إلى جمهور الطلبة المتدرسين والممارسين، إلا أن الأمر المهم هو تكوين أفراد هذه المصالح في مجال الذكاء الاقتصادي وإدارة المعرفة وأنظمة المعلومات، واستخدام الكفاءات في كافة مراحل إدارة الشؤون العامة.¹

في سنة 2008 تم عقد ملتقى دولي حول "الحوكمة في المؤسسات والذكاء الاقتصادي"، أشار فيه وزير الصناعة وترقية الاستثمار عبد الحميد تمار إلى أن: الذكاء الاقتصادي إطار استراتيجي لتكييف السلوكيات بحيث سيتم توجيه الفاعلين الاقتصاديين والإشراف عليهم وهم يتابعون مصالحهم وهكذا سيصبحون فاعلي تحويل وضعهم وكذا محيطهم الاقتصادي والاجتماعي.

الخفية التي تميز الظواهر والسلوكيات. ومن واجب هذه الهيئات العمل على نشر المعلومات التي تخص الجمهور بمختلف شرائحه بصفة هادفة واقتصادية، وتشجع التعاون بين المؤسسات وذلك للقضاء على ظواهر حجب المعلومات، واستغلالها كمصدر للسلطة. وتقع هذه المسؤولية أساسا على مشرفي المؤسسات الكبرى والمستثمرين والمساهمين والقادة الإداريين.

☒ **تطوير البرامج البيداغوجية:** من واجب الجامعات ومؤسسات التعليم العالي والتكوين المهني تطوير البرامج البيداغوجية وتحسينها وفقا لما يتطلبه محيط المؤسسات، ويراعى في ذلك انفتاح هذه البرامج للمعرفة والتعليم النوعي وفقا لما هو جار به العمل في البلدان المتقدمة من حيث الكفاءة، والغرض من ذلك هو تكريس سلوك البحث عن المعلومات وتقييمها واستخدامها أحسن استخدام. ولن يتأتى ذلك إلا باستغلال كافة فرص التعاون المتاحة بين الجامعات ومراكز التكوين المحلية والأجنبية في إطار الشراكة الأوروبية المتوسطية (اتفاقية برشلونة 1995)، واتفاقيات الشراكة مع الاتحاد الأوروبي (2001) وباقي اتفاقيات التعاون الدولية في مجال التكوين والتدريب.

☒ **تفعيل دور الغرف التجارية والمصالح الاقتصادية للدولة والجمعيات المهنية والنقابية:** تحوز هذه الهيئات كميات مهمة من المعلومات ووسائل التكوين تمكنها من لعب دور فعال في تحسين المردودية والنوعية وإعادة تأهيل أفرادها، ويضعها دورها كحلقة أساسية في سلسلة الاستثمار والمقاولة في مصب اهتمام طالبي المعلومات الاقتصادية والاجتماعية والجغرافية. إلا أنه من الأساسي تحديد استراتيجية لتنسيق نشاط هذه الهيئات ودعم تدخلاتها على المستوى القومي، الإقليمي والعالمي.

☒ **شبكات البنوك والمؤسسات المالية الدولية:** تعتبر هذه المؤسسات سلاحا ذا حدين، يتمثل الحد الأول في كونها مؤسسات مهيكلية للإقليم عن طريق شبكة الوكالات التي تحوزها، ما يساعد في التكفل باحتياجات الجمهور المتعددة وتقييم الخدمات المختلفة وبناء قواعد وبنوك بيانات هائلة يمكن استخدامها في تحديد الاستراتيجيات التسويقية. أما الحد الثاني فيتمثل في قدرتها على تمويل مشاريع الذكاء الاقتصادي والشراكة فيها ودعمها ماديا، الأمر الذي يسهل

¹ - تير رضا: "مرجع سابق"، ص ص: 12-15.

☒ المراقبة والتحكم في المحيط الاستراتيجي.
كما توصل هؤلاء المختصون والخبراء إلى أن التكوين ليس قضية شخص واحد بل مجموعة من الأفراد متعددي الاهتمامات مما ينشأ نوع من التلاحم والتفاعل بينهم.
ويتطلب أن يتوفر لدى المتكون في الذكاء الاقتصادي ثلاثة أنواع من الكفاءات، وهي:

☒ **الذكاء المعلوماتي:** ويعكس القدرة على إدارة المعلومات بصفة فردية وشخصية، وتعتبر المهارات المكتسبة على مستوى المؤسسة ممهدا لبناء ثقافة معلوماتية جيدة.
☒ **الذكاء العملي:** ويقصد به القدرة على إدارة المعلومات العملية في إطار محيط تنافسي وتخص هذه المعلومات كافة حلقات سلسلة الإنتاج انطلاقا من تصميم المنتج أو الخدمة مرورا بالإنتاج المادي إلى بلوغ مرحلة النوعية والتسويق، ويعتبر هذا النوع الأكثر تكيفا ومتطلبات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستويين المحلي والإقليمي.

☒ **الذكاء الاستراتيجي:** ويتعلق بإدارة المعلومة الاستراتيجية للتأثير في المحيط، ويعد هذا النوع من الذكاء مجالا لتطبيقه في إطار المؤسسات الكبرى والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات التوجه الدولي.

2- محاور برنامج التكوين: يضم برنامج التكوين أربعة محاور أساسية هي على التوالي:

2-1- التنافسية والمحيط الدولي: يتوجب على الطالب (المتكون) معرفة عدة مفاهيم هي عولمة الاقتصاد وتنافسية الدول، اقتصاد المعلومات والمعارف، تحديد الفرص التي يتيحها الذكاء الاقتصادي للمؤسسة أو الدولة وكذا التهديدات التي يمكن أن يفرزها لهذه المجموعات (مفهوم الأمن الاقتصادي).

2-2- إدارة المعلومات والمعارف: يجب على المتكون التعرف والتعبير على احتياجات المؤسسة في مجال المعلومات، التحكم في حلقات الاستعلام، كما يجب أن يحتوي برنامج التكوين على إدارة جمع المعلومات، استغلال واستخدام المعلومات وإدارة المعارف.

2-3- الحماية والدفاع عن التراث الصناعي والتكنولوجي: الهدف من هذا المحور هو تعرف المتكون على العناصر الواجب حمايتها داخل وخارج المؤسسة (التراث

كما اعتبره كآلية فعالة لتسيير المعارف ومسعى لضمان الدفاع عن طاقات المؤسسة والحفاظ عليها ورفع القدرات وحصص السوق من جهة ورفع طاقات التراث الوطني من جهة أخرى.

وطرحت في إطار هذا الملتقى فكرة إنشاء مجلس أعلى للذكاء الاقتصادي بغرض فتح سبل تجريبية جديدة لفائدة صناع القرار الحكوميين والخواص، كما ذكر الوزير أن الحكومة استحدثت مديرية عامة للذكاء الاقتصادي وللدراسات الاقتصادية ستتولى إنضاج مجموعة أفكار بشأن هيكله ومؤدى المجلس المذكور الذي سيوضع تحت الإشراف المباشر لرئيس الجمهورية أو رئيس الحكومة، على أن يتولى مهمة تنسيق النشاطات وبين الهيئات والوسائل العمومية التي توكل إليها مهام الاستعلام الاقتصادي قصد ترويض اقتصاد البلاد بوسائل الدفاع والاستباق في سياق المنافسة الاقتصادية الدولية.

المحور الثالث: التكوين في الذكاء الاقتصادي.

لزيادة الحاجة إلى نظام الذكاء الاقتصادي سواء بالنسبة إلى المؤسسة أم الدولة فقد أصبح من الضروري تكوين متخصصين في هذا المجال، وذلك من خلال إدراج هذا الموضوع في البرامج الجامعية والقيام بدورات تكوينية، وتتباين برامج التكوين في الذكاء الاقتصادي وفقا لاستراتيجيات الدول وتبعا إلى درجة تحرير السوق، ودرجة الحرية الاقتصادية، وتوافر تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وجود البنية التحتية الخاصة بالتكوين والتعليم وتوافر الكفاءات اللازمة لذلك. إلا أنه من المتعارف عليه، أن التكوين في الذكاء الاقتصادي ليس قائما على استراتيجيات النفرقة بل يخضع لاستراتيجية جماعية ومتجانسة تستجيب للحاجات الحقيقية ولأعوان الاقتصاديين والاجتماعيين.

1- أهداف برنامج التكوين: يتميز الذكاء الاقتصادي بالتعدد، الأمر الذي أدى إلى عدم وجود برامج تكوين واضحة، إلا أنه من المتفق عليه من المختصين هو اعتبار عملية الذكاء الاقتصادي كمجموعة وظائف منسقة يمكن ترجمتها مباشرة إلى أهداف تكوينية هي:

☒ البحث ومعالجة المعلومات.
☒ الحماية والدفاع عن التراث الصناعي والتكنولوجي للبلاد والمؤسسات.

المشاريع والمهارات وكذا المعرفة الجيدة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

إذ كانت مبادئ الذكاء الاقتصادي بسيطة نسبياً، فإن تصميم ووضع نظام ما له بالمنظمة يعد أمراً أقل سهولة بل خطيراً فكل ما يتعلق بالمعلومات هو مرادف لرهانات سلطة داخل المنظمة فالذي تعرف يحكم، ولا شك في أن وضع هذا النظام لإعادة النظر في ثقافة المنظمة وتقرير قوتها على التطور نحو "ثقافة المعلومات" حقيقية وهو ما يتطلب من الإدارة اعتماد سياسة مرافقة واتصال داخلية خاصة.

المعلوماتي) وذلك للحفاظ على ممتلكات المؤسسة أو الدولة التي أصبحت تتجه نحو اللامادية (الملكية الفكرية والصناعية)، وبالتالي يجب تكوين الطالب أيضاً في كيفية تقييم وإدارة أي نوع من الأزمات الناجمة عن التهديدات العديدة التي قد يتعرض لها تراث المؤسسة أو الدولة.

3-4- التأثير والتأثير المضاد: يحتوي هذا المحور على استراتيجية التأثير والتأثير المضاد، الاستخدام الهجومي والدفاعي للمعلومات والمعارف من أجل أن يكون المتكون قادراً على التصدي للهجمات المعلوماتية وتجنب الوقوع في حالات عدم الاستقرار بسبب المنافسين، باقي الدول أو منظمات المجتمع المدني.

3-مراقبة المعارف والتوجيه المهني: في نهاية مرحلة التكوين يتم تقييم كفاءة الطالب بناء على نتائجهم في الامتحانات ومراقبة المعارف الكلاسيكية بالإضافة إلى العمل قدر المستطاع على تقييم الأعمال الفردية والجماعية للطلاب والمنجزة خلال فترة الدراسة والتحصيل.

في مجال الذكاء الاقتصادي، تعتبر المعرفة الجيدة للأعوان الاقتصاديين أثراً حاسماً في التعلم وعليه يتوجب على الطلاب إنجاز أعمال خلال تربيص أو تدريب على الأقل في مؤسسة أو إدارة معينة، وذلك في إطار مساره الدراسي.

وتعطي دول مثل بلجيكا وهولندا وأستراليا ونيوزيلندا قيمة كبيرة لرحلات تكوين الشباب، إذ يلحون على الطالب الذي أنهى دراسته أن يعيش سنة في الخارج قصد اكتساب تجارب في معرفة طرق التسيير والمناخ الاجتماعي، أما فرنسا فتسهل على الشاب الذي درس في الخارج خاصة بريطانيا والولايات المتحدة وكندا الحصول على وظيفة بامتيازات كبيرة أكثر من الذي يزاول دراسته ببلده.

خاتمة:

مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة الإنترنت لم يعد التحدي يتمثل في توفير المعلومة وإنما في سرعة الوصول إليها وكيفية هيكلة هذه المعلومات وتحليلها وإثرائها بحيث تساعد في معرفة الفرص والتهديدات وكيفية حل المشاكل والوقاية منها وتطوير أساليب العمل في وقت وجيز أي إنها تساعد على اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب والشكل المناسب، وبالتالي، تحقيق ميزة تنافسية، ويفترض نظام الذكاء الاقتصادي معرفة جيدة بأساليب إدارة

الإداء الريادي للمنظمة وفق إستراتيجية إدارة الموهبة

د. فؤاد سلمان داود

الباحثة / أسرار عبدالزهرة علي

the importance of the subject and expected results of the company surveyed, was an analysis of data obtained through field visits in addition to the questionnaire and interviews, highlights were the results that have been reached to take the sample into account all the management requirements knack of attracting talent and developing talent and directing talent and performance management talent and retain Keep talent oriented strategic her towards outstanding performance in their work in accordance with the environmental requirements, and that the surveyed banks assess their employees contributions According to achieve in performance leading banks The most important recommendations increase senior management attention attracting talent management performing talent and develop talent and to prepare human cadres imaginatively, through better attract talent and then increase training programs and courses outside the organization to clarify the concept of talent management and its importance in the relationship to the goals of the organization, and access to global developments in this area.

Keyword Search: - talent management, attracting talent, entrepreneurial performance, entrepreneurship, advance planning

المقدمة

تعيش المنظمات المعاصرة عصر الاهتمام بإدارة الموهبة والتوجه نحو المزيد من الدراسات والبحوث حول أهمية المواهب البشرية للمنظمات، فالأشواط الطويلة التي قطعتها المنظمات العالمية نحو تحقيق الإداء الريادي " جاء عبر مركز قوتها وانطلاقها هو المورد البشري، وتأتي أهمية هذا البحث إلى أن أي نجاح للمنظمة لا يمكن تحقيقه من دون الاهتمام بالمواهب البشرية ومن هنا تبرز المعضلة الفكرية لهذا البحث التي تناولت (الإداء الريادي للمنظمة وفق إستراتيجية إدارة المواهب).

الملخص

يهدف البحث إلى تحديد دور استراتيجية إدارة الموهبة بأبعادها المتمثلة في (استقطاب المواهب، تطوير المواهب، توجيه الموهبة، إدارة إداء الموهبة، الاحتفاظ بالموهبة) في الإداء الريادي للمنظمة بأبعاده المتمثلة في (التخطيط المسبق، الكفاءة، الفاعلية)، لذا يحتل البحث أهمية بالغة لكونه يعالج مسألة مهمة وحديثة في الإداء الريادي، وإدارة الموهبة، وإدراكاً منا لأهمية الموضوع والنتائج المتوقعة للمصارف المبحوثة، تم إجراء تحليل للبيانات التي تم الحصول عليها من خلال الزيارات الميداني بالإضافة إلى الاستبانة والمقابلات، وكانت أبرز النتائج التي تم التوصل إليها تأخذ عينة البحث بالاعتبار جميع متطلبات إدارة الموهبة من استقطاب الموهبة وتطوير الموهبة وتوجيه الموهبة وإدارة إداء الموهبة والاحتفاظ بالموهبة ما يعزز التوجه الاستراتيجي لها نحو إداء متميز في عملها وفق المتطلبات البيئية، كما أن المصارف المبحوثة تقيم مساهمات عاملها وفق ما تحققه في الإداء الريادي للمصارف المبحوثة. وأهم التوصيات زيادة اهتمام الإدارة العليا استقطاب الموهبة وإدارة إداء الموهبة وتطوير الموهبة وذلك لإعداد ملكات بشرية مبدعة، من خلال تحسين استقطاب الموهبة ومن ثم زيادة البرامج التدريبية والدورات خارج المنظمة لتوضيح مفهوم إدارة الموهبة وأهميته في وعلاقته بأهداف المنظمة، والاطلاع على التطورات العالمية في هذا المجال.

الكلمات الدالة للبحث: -إدارة الموهبة، استقطاب الموهبة، الإداء الريادي، الريادة، التخطيط المسبق

Abstract

The research aims to identify Determination talent management dimensions of (attracting talent, developing talent, directing talent, performance management talent, retain talent) in the entrepreneurial performance of the organization dimensions of (advance planning, efficiency, effectiveness), so search occupies the extreme importance of being treated important and recent issue of the performance leadership, and management talent, aware of

ومنافسة المنظمات العالمية الا انها لم تعطي الاهمية الكافية لإيجاد واستثمار إدارة المواهب والاستفادة منها في عمل المنظمة , مما حدى بالباحثان أن تعدا ذلك مشكلة تستوجب البحث والتقصي , ولغرض تأطير المشكلة المذكورة لايد من أثارت التساؤلات الآتية :-

01 . هل ان المصارف عينة البحث تهتم باستراتيجية إدارة المواهب؟

02 . هل يوجد دور الاستراتيجية إدارة المواهب في العينة المبحوثة؟

03 . ما مستوى اهتمام العينة المبحوثة بتبني الاداء الريادي؟ وما هو مستوى ممارسة الأداء الريادي في العينة المبحوثة؟

04 . ما مستوى العلاقة بين الاداء الريادي واستراتيجية إدارة المواهب للعينة المبحوثة؟

أهمية البحث

يكتسب البحث أهميته في توافر متغيرين مهمين الأول يتمثل بأهمية الاداء الريادي والثاني يتمثل بأهمية إدارة المواهب ويمكن تحديد أهمية البحث بما يأتي:

01 . تتبثق أهمية البحث ابتداءً من أهمية المتغيرات المبحوثة، الأداء الريادي للمنظمة، إدارة المواهب، وهذه المتغيرات بأمرّ الحاجة للبحث والدراسة والتحليل لنلتَمَس معطياتها في المنظمات العراقية.

02 - أن تكون بداية الطريق للدراسات الأخرى للبحث نظراً لحدائثة هذا الموضوع على المستوى النظري والتطبيقي وافتقار المنظمات العراقية لمثل هذه الدراسات.

03 - تشخيص مدى الاهتمام بتطوير وتنمية الموارد البشرية في المنظمات. ومن ثم تحقيق الأهداف التي تسعى لتحقيقها بالتركيز على (المصارف العراقية) عينة البحث.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى مجموعة من الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، فالهدف الرئيس يتمثل في بيان استراتيجية إدارة المواهب في (المصارف العراقية) وتأثيره في تعزيز متطلبات الأداء الريادي للمنظمة، ويمكن تصنيف الأهداف بما يتلاءم مع الاطراف ذات الصلة بأغراض البحث، وكما مبين:

01 . تقديم فهم اساسي عن استراتيجية إدارة المواهب.

ومن هذا المنطلق تكونت فكرة البحث الحالية، لتأخذ على عاتقها طرح موضوعات حديثة لها دور مؤثر ومباشر في التقدم بأداء المنظمات على الرغم من التحديات التي تواجهها. ولحاجة البيئة العراقية ومنظماتها لمثل هذه البحوث، جاء هذا البحث ليتبنى اختبار هذه المفاهيم في (المصارف العراقية)، لغرض توحيد الجهود وتوجيهها على الجوانب الأكثر أهمية والتي تخدم الأداء الريادي بشكل أكثر وتديم المنافسة ومن ثم تحقق لها التميز. ومن هنا انطلقت مشكلة البحث التي تسعى الى الاجابة على تساؤل اساسي وهو (هل هناك دور لإدارة المواهب في الإداء الريادي للمنظمة؟).

وقد اختيرت (أربعة مصارف) ميدانا للجانب العملي، اذ ان هذه المصارف تتعامل مع تقييمات أثن الموارد البشرية وهم " مدراء الأقسام والوحدات والشعب " في المنظمة المبحوثة الذين يشكلون المحرك الاساس وجوهر الابداع في تفعيل اعمال المنظمة.

مشكلة الدراسة

تتميز البيئة التي تعمل فيها المنظمات حول العالم بزيادة الاضطراب والغموض والتعقيد نتيجة مجموعة متداخلة من العوامل الاقتصادية والثقافية والتكنولوجية، وما ينجم عنها تعدد الفرص والتحديات البيئية، ولكي تواجه المنظمات المطالب المتزايدة للبيئة فأنها بحاجة الى تحليل ودراسة مواردها ومن بين هذه الموارد هي المواهب البشرية الذي تزايد أهميته لاسيما في عملية اختيار واستقطاب الأفراد من قبل المنظمات إذ أصبح التوجه نحو استقطاب وتعيين الأفراد الموهوبين والأكفاء ذوي المقدرات الجوهرية والموهبة إلخ.

ان المنظمات العامة العراقية بحاجة كبيرة للاستفادة بشكل اكبر من ممارسات الاداء الريادي واستغلاله في تبني مفهوم الريادة لمواكبة التطورات البيئية وتقليص الفجوة الكبيرة بينها وبين المنظمات العالمية التي اصبحت على مستوى عال من الريادية في مجال عملها، وهذا ما يحاول البحث استكشافه في (الشرق الأوسط للاستثمار، مصرف المتحد للاستثمار، مصرف الشمال، مصرف الهدى للاستثمار والتمويل)، وسيقوم الباحثان في تسليط الضوء على مدى تطبيق استراتيجيات إدارة المواهب من خلال الاستعانة بالاستبانة والمقابلات التي ستجريها مع عدد من المدراء اللذين يملكون طاقات بشرية على مستوى عالي من المهنية مما يجعلها مؤهلة وقادرة على مواكبة

المهارات المطلوبة والمحافظة عليهم وتطويرهم بما ينسجم لتحقيق التوجه الاستراتيجي

02 - الاداء الريادي: - هو النتيجة النهائية لتوظيف المنظمة لكافة مواردها سواء كانت مادية (الأصول الثابتة والمتداولة وأدوات ومعدات وسندات وغيرها)، أم بشرية والمتمثلة بالعنصر البشري الموجود في المنظمة أو خارجه والذي تستفاد منه ومن خبراته عن طريق العاقد معه لما يمتلكه العنصر البشري من القدرة على الابداع.

أداة الدراسة

قام الباحثان بإجراء عدد من المقابلات مع المدراء الذين يعملون في (المصارف العراقية) من أجل الاستماع إلى آرائهم واقتراحاتهم وخبراتهم حول موضوع البحث

صمم الباحثان استبانة احتوت على جزئين , الجزء الأول تم تخصيصه للبيانات التعريفية عن الشخص الذي يتم بمليء الاستبانة , والجزء الثاني يتضمن العديد من الأسئلة والبالغ عددها (35) عن موضوع البحث وهو بدوره مقسم إلى جزئين ليشمل المتغيرين المتغير المستقل والمتغير التابع , فالجزء الأول كان للمتغير المستقل (إدارة الموهبة) ويحتوي على (24) فقرة ليغطي كافة أبعاده (استقطاب المواهب, تطوير المواهب بتوجيه الموهبة , إدارة إداء الموهبة, الاحتفاظ بالموهبة) ويبدأ تسلسل الفقرات فيها من (1 -24) , أما الجزء الثاني فمخصص للمتغير التابع (الأداء الريادي للمنظمة) وهو بدوره يتكون من (11) فقرة ليغطي كافة أبعاده (التخطيط المسبق , الكفاءة , الفاعلية) ويبدأ تسلسل الفقرات فيها من (25-35).

لأجل تحليل المعلومات الخاصة بمتغيرات البحث واختبار فرضياتها, استخدم الباحثان عدة أساليب إحصائية منها: -

التوزيع التكراري والنسبة المئوية، الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الثبات بطريقة (ألفا-كرونباخ)، اختبار (t)، اختبار (f).

تركيبة الاستبانة

يمكن توضيح تركيبة الاستبانة وفق الجدول أدناه

جدول رقم (1) تركيبة الاستبانة

02 - التعرف على مستوى ممارسة الإدارة العليا عينة البحث لسلوك الريادي. وتحديد مدى التباين في تبني الإدارات للدر الريادي على مستوى (المصارف العراقية).

03 - التعرف على تأثير استراتيجية إدارة المواهب في الأداء الريادي.

04 - التعرف على الاداء الريادي لـ (المصارف العراقية) وهل يمكن أن يتقاطع أو يتكامل مع الممارسات المتحققة لاستراتيجية إدارة المواهب الشركة ذاتها.

فرضيات الدراسة

وتبنى هذه الدراسة على فرضيتين رئيسيتين وهما: -

- الفرضية الرئيسة الاولى:

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين استراتيجية إدارة المواهب وبين الأداء الريادي للمنظمة وأبعاده على المستوى الإجمالي.

- الفرضية الرئيسة الثانية:

(هناك تأثير لاستراتيجية إدارة المواهب وابعادها في الاداء الريادي على المستوى الاجمالي وعلى مستوى كل متغير فرعي)

حدود الدراسة

يمكن تحديد حدود البحث من خلال المجالات الاتية:

الحدود البشرية: تشمل عينة البحث مجموعة من مدراء الأقسام والشعب والوحدات في المصارف عينة البحث، وقد بلغ حجم العينة (38) شخص استرجع الاستبانة الموزعة عليه من قبل الباحثة. و(7) مدير تم مقابلتهم من قبل الباحثة موزعين حسب الهيئات والأقسام والشعب والوحدات الإدارية في المصارف.

الحدود المكانية: اقتصر البحث على (الشرق الأوسط للاستثمار، مصرف المتحد للاستثمار، مصرف الشمال، مصرف الهدى للاستثمار والتمويل)

التعريف بالمصطلحات

01 - استراتيجية إدارة المواهب: -تفاعل مجموعة من الممارسات والنظم المتكاملة المتعلقة باستقطاب العاملين ذوي

العامه. وتم الاخذ بملاحظات وراء السادة المحكمين، وبذلك استقرت الاستبانة على (35) فقرة، فيما اعيدت صياغة بعض الفقرات بناء على طلبهم

– **صدق المحتوى:** يستخدم صدق المحتوى للتأكد من مدى وضوح كل فقرة من فقرات المقياس من ناحية المعنى والصياغة والتصميم المنطقي لها إذ تغطي الاهداف المحددة لها، وبناء على ذلك قامت الباحثة باختبار صدق المحتوى للمقياس للتحقق من قدرة فقرات الاستبانة على التعبير عن الهدف الذي وضعت من اجله، اذ ان الصدق والثبات متلازمان وان المقياس الثابت صادق فيمكن اذن استخراج صدق المحتوى من معامل الثبات، اذ ان قيمة صدق المحتوى قد بلغت (0.97) وهي قيمة تؤكد صدق المقياس.

الصدق = الجذر التربيعي للثبات

02 – **ثبات الاستبانة:** بلغت قيمة معامل الثبات للاستبانة ككل على وفق معامل "كرونباخ الفا" Cronbach–Alpha (0.98) وهي نسبة جيدة مقبولة ودالة احصائيا في الوقت نفسه، وهذا يعني انها بمقاييسها المختلفة ذات ثبات عال يمكن اعتمادها في اوقات مختلفة للأفراد أنفسهم وتعطي النتائج نفسها. هذا ويمكن توضيح صدق المحتوى وثبات الاستبانة وفق الجدول التالي

جدول (2) صدق المحتوى وثبات الاستبانة

الصدق	الثبات	عدد الفقرات	المتغير
.699	0.84	24	استراتيجيات إدارة المواهب
.196	0.44	11	الاداء الريادي للمنظمة
		35	اجمالي

المنهج المتبع في البحث

اعتمد الباحثان (المنهج الوصفي التحليلي) الذي يركز إلى الوصف الدقيق والتفصيلي للظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، ولا يقف عند جمع المعلومات لوصف الظاهرة، إنما يعتمد إلى التحليل وكشف العلاقات بين أبعادها وبالتالي استخلاص النتائج والوقوف على أبرز المؤشرات وبما يتيح الوصف والتحليل الميداني. (البياتي والقاضي , 2010: 60)

المتغيرات الرئيسية	المتغيرات الفرعية	الفقرات	مصدر المقياس
معلومات عامة	الجنس، العمر، التحصيل الدراسي، عدد سنوات الخدمة، المركز الوظيفي، إجمالي مدة الخدمة في المنظمة، المؤهل العلمي	5-1	من قبل الباحث
	إستقطاب المواهب تطوير المواهب	8-1	كاطع, 2015
	توجيه الموهبة	15-9	محمود , 2015
إدارة المواهب	إدارة إداء الموهبة الإحتفاظ بالمواهب	24-16	كاطع , 2015
	التخطيط المسبق		داود, 2015: 22
أداء الريادي للمنظمة	الكفاءة		حميد, 2015
	الفاعلية	37,36	حميد, 2015: مستنداً في ذلك على Kehinde, 20 (39,38) (12)

الصدق والثبات

01 – صدق الاستبانة

يعد الصدق من الخصائص الاساسية للاختبارات والمقاييس لأنه يشير الى قدرة المقياس على قياس السمة أو الظاهرة التي وضع من اجلها، ويعد هذا من أهم الشروط الواجب توافرها في بناء المقياس وفقدان هذا الشرط يعني عدم صلاحية المقياس وعدم اعتماد نتائجه، وقد قامت الباحثة بالتأكد من صدق الاستبانة باستخدام الاتي: -

– **الصدق الظاهري:** ويسمى في اغلب الاحيان بصدق المحكمين، اذ تم عرض استمارة الاستبانة على عدد من المحكمين المختصين في مجال إدارة الموارد البشرية، والإدارة الاستراتيجية، ونظرية المنظمة والسلوك التنظيمي، والإدارة

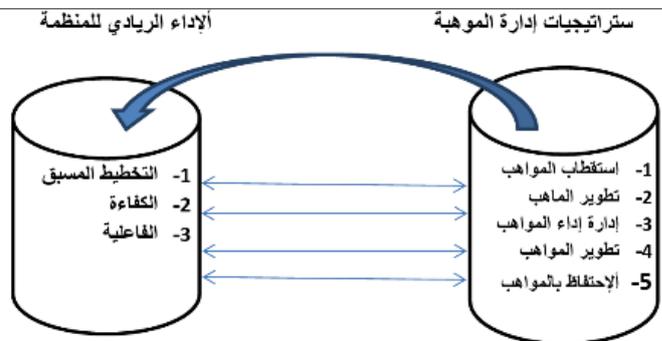
طبيعة الدراسة	مقالة منشورة
اهم الاستنتاجات	واحدة من المزايا الرئيسية المتوقعة من قبل الموظفين في السياحة هو إمكانية العثور بسهولة على وظيفة في الوجهات السياحية في جميع أنحاء العالم. والدافع القوي للمتدربين الشباب في السياحة هو إمكانية للتعلم في البلدان والثقافات الأخرى
أداة القياس	الاستبانة
مدى الاستفادة	سيتم الاستفادة منها في الجانب النظري

2- دراسة "Sema sakarya:2001", tapan ventures and small business, an assessment of the entrepreneurial roles of the franchisor and the franchisee from an entrepreneurial school of strategy formation perspective" (المغامرات الريادية وشركات الأعمال الصغيرة، تقييم للدور الريادي)

المشكلة	التمييز بين المشاريع التجارية والفردية وزيادة الأعمال للشركات لأنها تخدم وظائف اقتصادية مختلفة وطاقاتهم للابتكار والنمو المختلفة
الهدف	تقديم نموذجاً لوضع المبادرة الانتقالي للسلوك والنهج الاستراتيجي للمشاريع المغامرة
منهج الدراسة	اولاً: مراجعة الادبيات ثانياً: دراسة حالة
عينة الدراسة	-----
نوع الدراسة	نظري
طبيعة الدراسة	بحث منشور
اهم الاستنتاجات	النموذج المقترح يقدم منظورا جديدا يسعى إلى دمج النهج الاقتصادية والاستراتيجية لزيادة الأعمال وأن تكون بمثابة إطار مرجعي لتطوير فهم مشترك لزيادة الأعمال الفردية والشركات والجماعي
أداة القياس	-----

المخطط الفرضي للبحث

يوضح مخطط البحث مجموعة العلاقات والتأثيرات المنطقية التي قد تكون في صورة كمية او وصفية وتجمع معاً الملامح الرئيسية للواقع الذي تهتم به. وعلى هذا الأساس تقصد الباحثة من خلال تقديم هذا المخطط أن يكون شاملاً لجميع متغيرات البحث الرئيسية والفرعية في صورته الإجمالية، ومن ثم إمكانية قياسه لعلاقات الارتباط والتأثير فيما بينها بشكل منفرد أو بصورة إجمالية، لكي يكون مجسداً لمشكلة البحث والأهداف المتوقع تحقيقها، ويتكون مخطط البحث من نوعين من المتغيرات وكالاتي:



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

الدراسات السابقة

1. دراسة "Fu:2012 " A Model of Network Marketing business entrepreneurial performance" (نموذج شبكة التسويقية للإداء الريادي)

المشكلة	القادة في كثير من الأحيان تواجه مشاكل عدم التماثل المحسوبة والمعلومات / الاتصالات
الهدف	البحوث التي أجريت مؤخراً أن تؤكد وجود علاقة إيجابية بين نوعية مهارات إدارة الموارد البشرية القادة من وجهة نظر الموظف وتقييم الموظفين الشامل للجاذبية ووظيفة
منهج الدراسة	اولاً: مراجعة الادبيات ثانياً: المنهج التجريبي ثالثاً: المنهج المسحي
عينة الدراسة	عدد من الاداريين في قطاع السياحة (الفنادق)
نوع الدراسة	نظري وتطبيقي

2- دراسة العبيدي , سهيلة محمد فاضل (2015), " دور بعض العوامل التنظيمية في تحديد استراتيجيات إدارة الموهبة , بحث ميداني في عدد من مدارس الموهوبين في العراق .

المشكلة	تتجسد مشكلة البحث الفكرية في قلة الدراسات العربية والعراقية التي تناولت العلاقة بين متغيرات (العوامل التنظيمية واستراتيجيات ادارة الموهبة)
الهدف	تسليط الضوء على مدخل أكاديمي حديث في مجال ادارة الموارد البشرية وهو (استراتيجية ادارة الموهبة) والتعرف على مدى تطبيقها في مدارس الموهوبين في العراق.
منهج الدراسة	البحث الميداني
عينة الدراسة	(المديرين، المعاوين العلمي والاداري، التدريسيين) في مدارس الموهوبين
نوع الدراسة	نظري وتطبيقي
طبيعة الدراسة	رسالة ماجستير
اهم الاستنتاجات	على الرغم من اختلاف الباحثين في الاتفاق بخصوص وضع مفهوم موحد للموهبة، الا ان الادياب المتخصصة افرزت اتجاهاً في تعريفه بعضها تقليدي يعتمد في تحديدها على اساس نسبة الذكاء المرتفع، بينما استند الاتجاه الحديث على اساس الاداء المتميز والقدرة العقلية، والتفكير الابتكاري، والقدرات القيادية، والمهارات الفنية والحركية.
أداة القياس	الاستبانة
مدى الاستفادة	سيتم الاستفادة منها في الجانبين النظري والتطبيقي

الجانب النظري

تمهيد

تعد ادارة الموهبة واحدة من المفاهيم الحديثة الحائزة على اهتمام عدد كبير من الباحثين والكتاب سواء في المجال النظري أم

مدى الاستفادة	سيتم الاستفادة منها في الجانب النظري
----------------------	--------------------------------------

1- دراسة كاطع، افتخار عبد الحسين (2014)، " دور القيادة الاستراتيجية في تبني ممارسات ادارة الموهبة، بحث ميداني في وزارة العلوم والتكنولوجيا .

المشكلة	ما تعيشه المنظمات العامة من منافسة شديدة تركت اثراً على قياداتها العليا ورأسمالها البشري مما ولد ضغطاً نحو أهمية وجود قيادات استراتيجية ذات رؤية مستقبلية تسهم في استثمار رأسمالها الفكري على المدى البعيد
الهدف	تقديم عرض نظري توضيحي للمفاهيم المتعلقة بمتغيرات البحث (القيادة الاستراتيجية وادارة الموهبة) بغية زيادة معرفة القارئ بهذه المواضيع الحديثة مجتمعة واطلاعه عليها من خلال استعراض بعض ما اورده الادياب التي تيسرت للباحثة ذات العلاقة بموضوع البحث
منهج الدراسة	المنهج الوصفي
عينة الدراسة	مدراء في وزارة العلوم والتكنولوجيا
نوع الدراسة	نظري وتطبيقي
طبيعة الدراسة	رسالة ماجستير
اهم الاستنتاجات	وجود علاقة ارتباط معنوية احصائياً بين القيادة الاستراتيجية وادارة الموهبة كما ظهر ان هناك تأثير معنوي احصائياً للقيادة الاستراتيجية في تبني ممارسات ادارة الموهبة مما يدل على الدور المميز الذي تمارسه ابعاد القيادة الاستراتيجية ودورها في وزارة العلوم والتكنولوجيا نحو تبني ممارسات ادارة الموهبة
أداة القياس	الاستبانة
مدى الاستفادة	سيتم الاستفادة منها في الجانبين النظري والتطبيقي

ويعرف محمود الموهبة هي عبارة عن ناتج للمعادلة المكونة من تفاعل ثلاثة عناصر أساسية هي: المقدره الجوهرية، والالتزام، والمساهمة. (محمود , 2015: 41).

أما العبادي فيعرف الموهبة بأنها عنصر حيوي يساهم في تحقيق رأس المال البشري والذي بدوره يؤدي إلى تحقيق الأداء العالي داخل منظمات الأعمال. (العبادي , 2011: 79)

02- مفهوم إدارة الموهبة وتطورها

1- التطور التاريخي لإدارة الموهبة

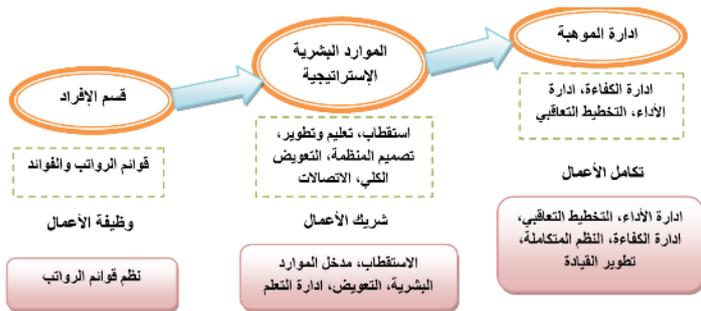
لقد مرت ادارة الموهبة بعدد من المراحل قبل وصولها الى المرحلة التي هي عليها الان اذ حدث هذا التطور كنتيجة طبيعية لزيادة إدراك المنظمات لأهمية العنصر البشري ومساهمته في تحقيق التفوق والاداء العالي وبرزت اهميتها كإحدى مراحل تطور ادارة الموارد البشرية (صالح والسوداني, 2010: 20)، اذ ان وظيفة الموارد البشرية تطورت بثلاث مراحل فكانت وظيفة اعمال ثم اصبحت شريك اعمال واخيراً تكامل الاعمال وهذه المراحل هي (كاطع , 2014: 76)

قسم الافراد: للفترة من 1960 ولغاية 1980.

ادارة الموارد البشرية: للفترة من 1980 ولغاية 1990.

ادارة الموهبة: بدأت هذه المرحلة منذ مطلع القرن الحادي والعشرين ولحد الان. ويمكن توضيح التطور التاريخي لإدارة الموهبة بالشكل أدناه

شكل (2) التطور التاريخي لإدارة الموهبة



المصدر: -عباس، حسين وليد حسين (2013)، "ادارة الموهبة والمقدرة الجوهرية للموارد البشرية كخيار لتعزيز الميزة التنافسية للمنظمات"، بحث ميداني في وحدات الأداء الجامعي، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.

التطبيقي، لتأثيرها الكبير على قدرة المنظمة في جذب الموارد البشرية النادرة وادارة ادائها وتطويرها والاحتفاظ بها والتي تعد عاملاً مهماً من عوامل نجاحها، كما أن إن المنظمات الفاعلة والكفؤة في بيئة اليوم تتميز دائماً بميزة اساسية تتفرد عن غيرها من المنظمات وهي وجود الاداء الريادي الفاعل والذي اصبح المورد النادر بل المورد الاكثر ندرة في العصر الحديث ولا سيما اذا علمنا ان اعداد الأفراد الرياديين لا يتوفر بسهولة ويتطلب المزيد من الاستثمار في المورد والجهد والوقت كي تصل إلى مرحلة الريادة

ولغرض التعرف على مضمون ادارة الموهبة سيتم في هذا المبحث (مفهوم الموهبة، مفهوم ادارة الموهبة وتطورها، اهمية ادارة الموهبة، التحديات التي تواجه ادارة الموهبة، ابعاد ادارة الموهبة).

وللتعرف على مضمون الاداء الريادي سيتم تناول (مفهوم الريادة، المنظمة الريادية وسماتها، الاداء الريادي للمنظمة، أبعاد الاداء الريادي للمنظمة)

إدارة الموهبة

01- مفهوم الموهبة

الموهبة مصطلح يعود الى تاريخ العصور القديمة في حضارة البابليين والرومان والحضارة اليونانية، تطور هذا المفهوم عبر الزمن ففي الوقت الذي كانت تشير فيه الى وحدة قياس وزن ما، ويشير مفهوماً في العصور الوسطى للدلالة عن وحدة نقدية، لتصل الى ما آلت اليه الان لتعبر عن قدرات طبيعية وفطرية (كاطع، 2014: 73).

ومن الناحية اللغوية فإن الموهبة كمصطلح أخذت من الفعل (وهب) كما وردت في معاجم اللغة العربية أي أعطى شيئاً مجاناً، أما في لسان العرب فتشير إلى "وهب، يهب، وهوب"، وفي "القاموس المحيط" الموهبة تعني العطية والسحابة، أما الموهوب، فهو: اسم مفعول من وهب ويدل على من وقع عليه فعل الوهب، ويعرف مجمع اللغة العربية بالقاهرة الموهوب بأنه من لديه قدرة عالية سواء أكانت هذه القدرة عامة ام متخصصة. (عباس، 2013: 36) (الشيخلي والعبيدي، 2016: 11).

يشمل مفهوم الموهبة اولئك الافراد الذين يستطيعون احداث تمايز في الاداء التنظيمي، اما من خلال اسهامهم الأني او على الامد البعيد بتقديم الحد الاعلى من الامكانيات. (العبيدي , 2015: 71)

الخطوات الأساسية التي تمارسها المنظمة من اجل استقطاب وتطوير الافراد الموهوبين والمحافظة عليهم من اجل تكوين رأس مال بشري موهوب تركز عليه في تدعيم قوتها التنافسية وتفوقها على مثيلاتها من خلال استخدام الموهبة والابتكار في مختلف اعمالها وخدماتها المقدمة للزبائن.	الشمري وآخرون 2016, 238
--	-------------------------------

المصدر: الباحث بالاعتماد على المصادر العلمية

ويرى البحث أنه يمكن تعريف إدارة الموهبة بأنها كافة الممارسات المتعلقة بالحصول على الأفراد الموهوبين للعمل في المنظمة ومن ثم تطويرهم وتوجيههم وإدارة إدايتهم وبالتالي المحافظة عليهم لأجل تطوير المنظمة.

03- أهمية إدارة الموهبة

تظهر أهميتها من خلال قدرة المنظمة على الاحتفاظ على موظفيها ذوي الإمكانيات العالية، وبناء بيئة للمنظمة تتسم بالأداء العالي والتعلم ويمتلكون المعرفة باستمرار طالما هم أنفسهم يخلقون الإبداع، وإضافة قيمة لسمعة المنظمة، ومساهمتها في إدارة التنوع (سعيد وكاطح، 2016: 182)

تلعب دورا كبيرا في اختيار القادة والمديرين والموظفين الموهوبين في كافة المستويات التنظيمية، بالإضافة إلى تطوير جودة الموارد البشرية اللازمة لتحقيق الإنجازات العالية (الزبيدي وحسين، 2013: 92).

تعد إدارة الموهبة أحد عوامل النجاح الحرجة للمنظمات (أبراهيم وسعد، 2015: 154).

تعتبر إدارة الموهبة مكمل ضروري لجذب العاملين الماهرين للعمل في المنظمة، فضلاً عن إنها أصبحت محدد أساسي للنجاح التنظيمي للعديد من المنظمات، وفي بعض الحالات حتى لبقائها (متعب وحاجم، 2013: 259).

04- التحديات التي تواجه إدارة الموهبة

اتفق الكثير من الباحثين بان هناك مجموعة من التحديات التي تواجه ادارة الموهبة وتعيق تطبيقاتها في المنظمات وتتمثل بالآتي (العبيدي، 2015: 78)

2-2- مفهوم إدارة الموهبة

إن وضع تعريف واضح ومحدد لإدارة الموهبة في غاية الصعوبة، وذلك لامتلاكها العديد من التفسيرات، ولحداتها وأهمية الموضوع، فإن العامل الرئيس في فهمه هو السياق أو البيئة الفنية التي تعمل فيها المنظمة (Maxwell & MacLean، 2008: 820).

ولقد أشارت دراسة أجريت في الفترة الأخيرة في المملكة المتحدة إلى وجود تحير وإرباك لدى الباحثين حول تعريفات وتركيز إدارة الموهبة، فعندما يتحدث المدراء حول الموهبة فإن هناك فقدان للوضوح، فيما يخص بالضبط من هم الموهوبين (Bader & Lasprilla، 2009: 4). لا تواجه هذه الصعوبة في تحديد تعريف إدارة الموهبة الباحثون فقط، وإنما حتى المنظمات تواجه صعوبات عديدة في هذا المجال، وتشير أكثر المنظمات ضمناً إلى أن إدارة الموهبة تتعلق باستخدام نخبة خاصة من الأفراد وتطويرهم والمحافظة عليهم. يمكن توضيح مفهوم إدارة الموهبة وفق الجدول المدرج أدناه

جدول (3) مفهوم إدارة الموهبة وفقاً لآراء الباحثين

(الباحث، السنة، الصفحة)	تعريف الادارة الخضراء للموارد البشرية
الحميدي والطيب، د.ت: 5	عملية تطوير وتوحيد وتكامل بين التركيز على قدرات ومواهب الموظفين لتحقيق المنافسة، وتطوير العاملين الجدد، والمحافظة على العاملين الحاليين، وجذب العاملين الموهوبين من ذوي الخبرات العالية للعمل المنظمات
العنزي وآخرون، 2011: 99	تفاعل مجموعة من الممارسات والنظم المتكاملة المتعلقة باستقطاب العاملين ذوي المهارات المطلوبة والمحافظة عليهم وتطويرهم بما ينسجم لتحقيق التوجه الاستراتيجي
صيام، 2013: 30	عملية متكاملة تشمل استقطاب الأفراد ذوي الأداء المتميز ومن ثم دعمهم وتطويرهم من أجل استبقائهم والاستفادة من موهبتهم ضمن خطط واضحة تسعى لتحقيق أهداف المنظمة
الكساسبة، 2016: 96	إدارة عرض المواهب، والطلب عليها، وتدفعها من خلال محرك رأس المال البشري

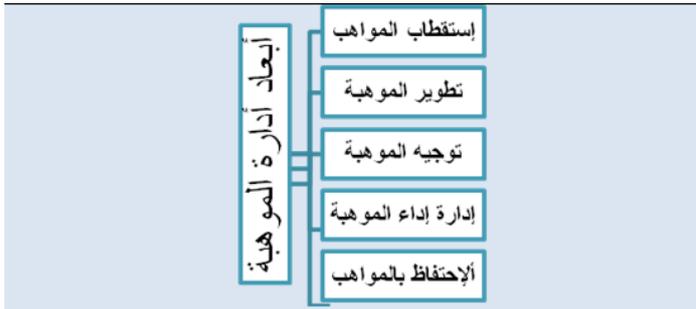
مساكن لهم، واحة الفرص أمام الموظفين نحو الإبداع والتكامل في المنظمة بشكل أسرع (صيام، 2013: 46)

5-4- إدارة إداء المواهب: وهي تعمل على تقييم نتائج اداء الافراد مع المخرجات التنظيمية فإدارة الاداء يجب ان تكون ملازمة لممارسات ادارة الموهبة لضمان ان الاشخاص يطورون مهاراتهم ويواجهون التحديات لتطوير أنفسهم (كاطع , 2014: 98).

5-5 - الاحتفاظ بالموهبة: يمثل بالعملية التي تركز بشكل استراتيجي على إبقاء الموهبة داخل المنظمة، من خلال تشجيع الاستثمار في الأفراد العاملين وبشكل مستمر (عباس، 2013: 57). حيث ينبغي التمسك بهؤلاء الأفراد الموهوبين والأساسيين، فهم الذين يقودون المنظمة في المستقبل والذين لا تقدر على تضييعهم فتكلفة استبدال الموظف المريح للمنظمة والذي يضيف قيمة لها مكلف جداً (مقري وحيوي , 2014: 180)

هذا ويمكن توضيح أبعاد إدارة الموهبة وفق الشكل أدناه

شكل (3) أبعاد إدارة الموهبة



المصدر: إعداد الباحث

الاداء الريادي للمنظمة

01 - المنظمة الريادية وسماتها

تتميز المنظمة الريادية من خلال التأكيد على وظيفة التنظيم للمنظمة مما يسمح لها القدرة العالية على الابتكار والنمو (Tapan, 2001: 128), فالمنظمة الريادية هي كيانات مساهمة بقوة في التنمية الاقتصادية وزيادة الدخل القومي , عن طريق توليد الابتكارات وتنمية الأسواق وإيجاد فرص العمل وإدخال التكنولوجيا المتطورة لتحسين السلع والخدمات , سواء أكان ذلك ضمن نطاق محلي أم دولي . (داود , 2011: 159) والمنظمة الريادية هي التي تعمل إدارتها على إيجاد فرصة جديدة واستعمال تقنيات جديدة (المشهداني , 2015: 189) والمنظمة الريادية هي التي تسهم

- الاحتفاظ بالموهبة الرئيسية لاسيما في المناطق الوظيفية التي تشكل ندرة المهارات نقطة حرجة

- المشاكل التي ممكن ان تواجه الدول في مجال التعليم، اذ تؤدي الى هبوط الموهبة في ذلك البلد.

- هناك مشاكل تتعلق بالبيئة العامة، والتي تعيق عملية تطبيق ادارة الموهبة داخل المنظمة.

- القوى العاملة المعمرة، اذ تمارس تأثير على فاعلية ادارة التخطيط التعاقبي للمنظمة.

05 - أبعاد إدارة الموهبة

5-1 - استقطاب المواهب: نتيجة التحديات التي تواجه المنظمة في تعبئة الوظائف المهمة والتي تتطلب قدر كبير من المقدرات والمهارات هذا من جانب، وقلة الأيدي العاملة الماهرة المتاحة من جانب آخر، ظهر ما يعرف "بحرب المواهب" (حمد , 2015: 15)

واستقطاب المواهب يعني استقطاب أو جذب الأفراد الأكثر موهبة (اولئك الذين يستطيعون تحقيق استراتيجية المنظمة، ويمتلكون الكفاءات والقدرات المناسبة، وملائمين لطبيعة وثقافة المنظمة) بحيث يكونوا الأكثر ملائمة لاحتياجات التوظيف الحالية والمستقبلية والقادرون على التكيف والتأقلم والإنتاجية العالية داخل المنظمة. (العزام، د. ت: 13).

5-2 - تطوير المواهب: وهنا تقوم المنظمة باستخدام التدريب المباشر وغير المباشر وتدعيم قنوات الاتصال، وذلك لتطوير الأفراد الموهوبين على كافة المستويات الإدارية (العنقري , 2012: 1032) حيث ليس كافياً أن نستقطب موظفين ذوو مواهب عالية جداً ونتوقع بأن هذه المهارات والقابليات للموظفين سوف تبقى طوال مدة توظيفهم حيث يجب أن نعتد على عمليتي التطوير والتدريب والذي ينبغي أن يحدث في كل مستويات المنظمة (العبادي 2011: 29-30)

5-3 - توجيه الموهبة: التوجيه عبارة عن مبادرة تستهدف الموظفين الجدد لمساعدتهم في تقديم أفضل أداء لديهم بشكل عاجل، مع الاتصال الوثيق بمنظمتهم ومعرفة ثقافتها وفلسفتها .تمتد هذه العملية في نظام إدارة المواهب لأكثر من عملية توجيه للموظفين الجدد، بل تمتد إلى توفير

الاهداف لا يعني فقط الوقوف هنا بل يتعدى ذلك للوصول الى الابداع في مجال انجاز الاهداف نحو يقود الى الريادة في السوق ومحط انظار المنظمات الاخرى، لذا فالأداء الريادي يتطلب صياغة استراتيجيات مساعدة وابداع في مجال تنفيذها، كذلك استخدام التكنولوجيا الحديثة ، وبناء ديناميكية الميزة التنافسية، وامتلاك قدرات بشرية عالية المهارة. (داود ، 2015: 16-17).

ويعرف (العدواني ومحمد، 2012 : 85) الأداء الريادي بأنه نتائج توظيف المنظمة المبدعة لمواردها المختلفة في مجمل أنشطتها بما يضمن لها أفضل نواحي التحقق لأهدافها، والتي غالباً ما تتسم بالتجديد والابتكار على نحو له أثره في الاستحواذ على المزايا التنافسية ذات الأهمية في مجال قيادة المنظمة للأسواق، بعبارة أخرى، أنه الأداء الذي لا يتقن منافع التفوق في إنجازه عند مجرد تحقيق المنظمة لأهدافها المخططة، بل يتعدى ذلك وصولاً إلى الإبداع في إنجاز هذه الأهداف على نحو يقود إلى جعل المنظمة رائدة في الأسواق ومحط أعين المنظمات الأخرى للاقتداء بها.

03 - أبعاد الأداء الريادي للمنظمة

- التخطيط المسبق: Proactive planning

ينبغي لكل منظمة قبل البدا بأي مشروع أن تقوم بعملية التخطيط له، وهذه العملية تشمل إجراء البحوث وتحليل إمكانية المنتج / أو الخدمة في الأسواق المستهدفة، (Mcmullan & Kenworthy, 2015: 31)، فالتخطيط عمل فكري إذ يعتمد المخطط على خبراته ومهارته في دراسة الوضع الراهن للمنظمة ومحاولة معرفة الظروف المحيطة بها. سواء كانت هذه الظروف داخلية أم خارجية لبلورة الحقائق والمعلومات المتاحة ليتمكن من وضع الخطة التي تتناسب مع الأنشطة المراد تحقيقها. (الهواسي والبرزنجي ، 2014: 55).

ولكي يكون التخطيط مثمر للمنظمة ويحقق الأهداف المرجوة ينبغي أن يكون إستباقياً، فعنصر الوقت هو الذي يحدد ما إذا كانت المنظمة ستحظى بالسيطرة والريادة على المنظمات الأخرى الموجودة في السوق أم إنها ستكون مجرد تابع لها، (الطويل وآخرون، 2012: 8)، وذلك كون الاستباقية هي السلوك الفعال للمنظمة وهي المكون الرئيسي للابتكار والتجديد، وهو أحد المبادرات المتبناة من قبل المنظمة (جندب، 2013: 13)

بمشاريع ريادية تنتج أفكار خلاقة ذات قيم مستقلة وإبداعية ، يتصف أفرادها بالمبادرة العالية ، والنظرة الثاقبة التي تمكنهم من انتقاء الفرص المتاحة في السوق لتفعيل أفكارهم وإقامة مشاريعهم (العزام وموسى ، 2010: 151)

أن المنظمات الريادية لها سمات وخصائص ضرورية يتمثل أهمها بالآتي: - (صالح ، 2011: 15)

- عدم الاقتناع بالوضع الحالي وأساليب العمل والتأكيد المستمر على التحسين دون توقف.
- تبني هياكل تنظيمية مرنة وإجراءات تشغيلية مناسبة.
- كأداة خيالية والانفتاح على الأفكار الغربية.
- اختبار تكامل وقبول أفكار وطرائق العمل.
- تطوير المهارات الفردية ومهارات الفريق بالنسبة لحل المشاكل.
- التأكيد على التجريب والاستكشاف والتعليم المستمر والتدريب والتطوير التنفيذي.
- التأكيد على المنهجيات البديلة لحل المشكلات والنماذج البديلة لاتخاذ القرارات.

02 - الأداء الريادي للمنظمة

يشير المعنى اللغوي للفعل "أدى " إلى معنى مشى مشياً ليس بالسرعة ولا بالبطيء، وأدى الشيء قام به، وأدى الشهادة أدلى بها، وأدى إليه الشيء أوصله إليه (الفروخ ، 2010: 42)، والأداء يقابل اللفظة اللاتينية performare التي تعني إعطاء كلية الشكل لشيء ما، والتي اشتقت منها اللفظة الإنجليزية performance والتي تعني إنجاز العمل أو " الكيفية التي يبلغ بها التنظيم أهدافه (مزهوده ، 2001: 86).

على الرغم من التراكم المعرفي في مجال الأداء والريادة إلا أنه من الصعب تأطير مفهوم للإداء الريادي ضمن مفهوم محدد وذلك لتباين الفلسفات والمداخل والاهتمامات ومع ذلك فإن هناك اتفاق ضمنى للتعبير عن ريادية الأداء بقدرة المنظمة في تحقيق الأهداف والغايات بقدر من الميزة التنافسية (المشهداني ، 2015 : 204) انه نتائج توظيف المنظمة المبدعة والريادية لمواردها المختلفة بما يحقق لها تحقيق الاهداف، والتي غالباً تتسم بالتجديد والابتكار وله الاثر في الاستحواذ على الميزة التنافسية ذات الأهمية في قيادة الاسواق ، وان التفوق وتحقيق

الفاعلية: Effectiveness-

تعد الفاعلية من المؤشرات المهمة في قياس مدى تحقيق المنظمة لأهدافها انسجاماً مع البيئة التي تعمل فيها من حيث استغلال الموارد المتاحة (حميد، 2015: 78)

حيث عرفها khemakhem (الوافي، 2012: 142) بأنها القدرة على تحقيق الأهداف مهما كانت الإمكانيات المستخدمة في ذلك. وهي درجة قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها (عبودي، 2006: 28)

وعرفها (باتول، 2013: 122) هي مدى مساهمة الوسيلة الموضوعية من أجل إنجاز العمل في تحقيق النتيجة المراد تحقيقها. ومن هنا فإن الفاعلية تعني تحقيق الأهداف المنشودة (نودين، 2012: 34)

أن تحقيق الفاعلية في المنظمات غير الربحية وخاصة أن هذه المنظمات يعتبر ضروري وذلك كونها تتعامل مع بيئة متغيرة، وتسعى الى معالجة المشاكل والظواهر البيئية التي تواجهها محاولة التكيف مع المتغيرات البيئية المختلفة (الشيخلي، 2013: 45-46).

الجانب العملي

01- وصف استجابات العينة لمتغيرات البحث

يوضح هذا المبحث واقع واهمية متغيرات البحث الرئيسية وابعادها الفرعية من خلال اجابات افراد العينة المبحوثة عن فقرات الاستبانة في مجتمع البحث، وذلك باستخدام الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف الذي يتم الحصول عليه من خلال قسمة الانحراف المعياري على الوسط الحسابي مضروب في (100) وذلك وفق الجدول (4) وذلك على النحو الاتي:

جدول رقم (4) تشخيص أسمية إدارة المومبة والاداء الريادي في المنظمة المبحوثة

البيانات	الوسط الحسابي mean	الانحراف المعياري std.Deviation	معامل الاختلاف C.V = sd/m*100	مستوى الأسمية بالاعتماد على الوسط الحسابي
إستقطاب المومبة	4.27	0.66	5.46	123
تطوير المومبة	4.27	0.25	5.86	
توجيه المومبة	4.34	0.24	5.53	1
إدارة إداء المومبة	4.27	0.24	5.62	3
الإحتفاظ بالمومبة	4.31	0.21	4.89	2
إدارة المومبة	4.30	0.21	7.60	

وعليه فالخطيطة لاستباقي هو الاستعداد للتعامل مع المستجدات البيئية والسيطرة عليها والاستجابة لها بهدف إمكانية التنبؤ في المستقبل والعمل على التغيير والتجديد للمستقبل، وتعد عملية مستمرة لتطوير خدمات جديدة وتقديم أفضل الحلول لحاجات المستفيدين وتحقيق رضاهم، بحيث تصبح المنظمة الأولى في مقدمة المتنافسين (الناصر، 2015: 68) وهي الاستعداد مقدماً للتعامل مع صعوبة محتملة، وهي فاعلية المشاركين في حل المشاكل المستقبلية (داود، 2011: 174) وللخطيطة الإستباقي مبررات وكمايلي: - (Silvester 29: 2008)،

- يجب القيام به من أجل تنمية ناجحة

- الخطيطة الاستباقي ضروري في كل الظروف فهو أمر ضروري في كل عمل من أجل البقاء والحفاظ على التنافس.

- الخطيطة الاستباقي مطلوب حتى وإن كان العمل صغيراً حيث أن افتقار أي عمل إلى الخطيطة سوف يؤدي إلى تجاوز التنافسية في السوق وبالتالي سوف يكون هناك فرص ضائعة، أخطاء في الأحكام، عدم وجود اتجاه عام للمنظمة، ويترتب عليه ارتباك تنظيمي وانحرافات.

الكفاءة: Efficiency

تشير الكفاءة الى مدى تحقيق الأهداف (مزهودة ، 2001: 87) وإلى عمل الأشياء بشكل صحيح وإنها المدى الذي تكون فيه كلفة المنتج أقل ما يمكن والمنظمة تصبح ذات كفاءة عالية حينما تقوم باستثمار مواردها المتاحة في المجالات التي تعطي أكبر المردودات (الشيخلي ، 2013: 43) ويمثل مفهوم الكفاءة معيار الرشد في استخدام موارد المنظمة بشقيها الملموسة وغير الملموسة، حيث أن المنظمة الهادفة للنمو والتطور لا بد وان تؤمن إمكانية استمرار تدفق مواردها لكي تعمل بشكل فاعل ومستمر، (حميد، 2015 : 76)، والكفاءة وهي الترجمة للمصطلح الإنجليزي Efficiency ، فتتعلق بإنجاز المهام بطريقة سليمة، وتقاس بالنظر لعلاقة المدخلات بالمخرجات، فتخفيض تكلفة الوحدة المنتجة مع المحافظة على النوعية يعتبر مؤشراً لزيادة الكفاءة (الوافي ، 2012: 142).

وتعرف الكفاءة على إنها استعمال الموارد بطريقة أكثر فعالية لإنتاج شيء ما، وتتأثر الكفاءة بالمدخلات، المحيط ومستوى التسيير والتنظيم. (أقطي، 2009: 13).

المبحوثة من تأمين فرص إبداعية للتطوير والترقية المهنية والوظيفية للجميع بصورة عادلة ومتكافئة. في حين جاءت ممارسة " الاحتفاظ بالموهبة" بالمرتبة الثانية بقيمة وسط حسابي بلغت قيمته (4.31) ومعامل إختلاف (0.21) والذي يدل على الانسجام بين إجابات أفراد العينة وإنحراف معياري (4.89).

والذي لمسها الباحث من خلال المقابلات بأن المصارف المبحوثة تمتلك معلومات متكاملة عن المسار الوظيفي للعاملين الموهوبين لديها ويوفر نظام معلومات الموارد البشرية معلومات عن التغييرات الحاصلة في معارف الموهوبين تشجع المصارف المبحوثة روح الإبداع لدى العاملين الموهوبين لديها وهي تشجع على إقامة الحلقات النقاشية بين أفرادها لاستثمار طاقاتهم الفكرية.

اما ممارسة المرتبة الثالثة جاءت مناصفة بين " إستقطاب الموهبة بوسط حسابي (4.27) وإنحراف معياري (0.66) والذي يدل على الانسجام بين إجابات أفراد العينة ومعامل إختلاف (15.46)، تطوير الموهبة بوسط حسابي (4.27) وإنحراف معياري (0.25) والذي يدل على الانسجام بين إجابات أفراد العينة ومعامل إختلاف (5.86)، إدارة إداء الموهبة بوسط حسابي (4.27) وإنحراف معياري (0.24) والذي يدل على الانسجام بين إجابات أفراد العينة ومعامل إختلاف (5.62) " وتوصل الباحث من خلال المقابلات إلى أن المصارف المبحوثة تعطي نفس الأهمية للإستقطاب الموهبة وتطوير الموهبة وإدارة إداء الموهبة فالمصارف المبحوثة تعتمد على طبيعة الوظائف عند استقطاب المواهب وهي تخصص المنظمة نسبة اعلى للاستقطاب الخارجي للمواهب مقارنة بالاستقطاب الداخلي وفي نفس الوقت فالمصارف المبحوثة تعتمد خطط تطوير العاملين على المعلومات الشخصية وبيانات ادارة الاداء بالإضافة إلى أن خطط تطوير العاملين تمتاز بديمومة التجديد اعتماداً على التغييرات في المعلومات الخاصة بالعمل والعاملين الموهوبين والمصارف المبحوثة تمتلك القدرة على توفير الاستقرار للعاملين الموهوبين و القدرة على وضع اولوية لأهداف العاملين الموهوبين.

1-2 - وصف استجابات العينة للمتغير التابع الإداء الريادي للمنظمة في المصارف المبحوثة:

تم قياس متغير الإداء الريادي من خلال ثلاث ممارسات هي: " التخطيط المسبق، الكفاءة، الفاعلية"، ويوضح الجدول

مستوى الأهمية بالإعتماد على الوسط الحسابي	معامل الاختلاف $C.V = sd/m * 100$	الانحراف المعياري $std.Deviation$	الوسط الحسابي $mean$	
3	7.60	0.32	4.21	التخطيط المسبق
1	7.91	0.34	4.30	الكفاءة
2	9.72	0.41	4.22	الفاعلية
	4.73	0.20	4.23	الإداء الريادي للمنظمة

1-1 - وصف استجابات العينة للمتغير المستقل إدارة الموهبة وممارساتها في المصارف المبحوثة:

تم قياس متغير إدارة الموهبة من خلال خمس ممارسات هي: " استقطاب المواهب، تطوير المواهب، توجيه الموهبة، إدارة إداء الموهبة، الاحتفاظ بالمواهب"، ويوضح الجدول (4) تشخيص واقع هذه الممارسات في المنظمة عينة البحث. ويعكس الجدول وسطا حسابيا عاما بلغ (4.30) وهو ميل عال أعلى من الوسط الفرضي البالغ (3)، بإنسجام في الاجابات حدة الانحراف المعياري العام (0.21) ومعامل الاختلاف (7.60).

كما يمكن من خلال الجدول (4) توضيح ترتيب الأهمية النسبية للممارسات الفرعية الإدارة الموهبة، جاءت ممارسة "توجيه الموهبة" بالمرتبة الاولى اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي له (4.34) وإنحراف معياري (0.24) والذي يدل على الانسجام بين إجابات أفراد العينة ومعامل إختلاف (5.53).

وهذا ما تم ملاحظته من قبل الباحث بواسطة المقابلات التي أجراها مع بعض المدراء في المصارف المبحوثة حيث وجد أن المصارف المبحوثة تؤمن إيماناً عميقاً بأن الموهبة تُعد مفتاح النجاح العلمي في المجتمع كما أن المصارف المبحوثة تركز على ثوابت التقويم المُنصف والتحسين المستمر لأداء الموهبة من قبل المدراء بالإضافة إلى أن المصارف المبحوثة داعمة ومحفزة للإداء الموهوب والإبداعي الذي يصب في خدمة المجتمع وتتميز المصارف المبحوثة بالمشاركة وذات تنوع وهي تستوعب تعارض الأفكار والثقافات المتعددة وتمكن المصارف

يهدف هذا المبحث الى اختبار الفرضيات الرئيسية والفرعية التي انطلق منها البحث الحالي، من خلال ايجاد العلاقات بين متغيرات البحث التفسيرية وبين المتغير الاستجابي وتحليلها، وذلك باستخدام معامل ارتباط الرتب Spearman، فضلا عن تحليل إثر المتغيرات المستقلة في المتغير التابع باستخدام اسلوب الانحدار البسيط، وذلك بالاعتماد على البرنامج الاحصائي الجاهز (SPSS v.19)، وكما موضح في الفقرات الآتية:

01- اختبار وتحليل علاقات الارتباط بين متغيرات البحث

بهدف الوصول الى رفض او قبول الفرضيات الخاصة بعلاقات الارتباط بين متغيرات البحث جرى تقسيمها الى فرضية رئيسية اولى وفرضيات فرعية ثانوية وكالاتي:

الفرضية الرئيسية الأولى

(توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين إدارة الموهبة وبين أبعاد الاداء الريادي للمنظمة)
وسيتم دراستها على النحو التالي: -

1- إدارة الموهبة والتخطيط المسبق

جدول (5) الارتباط بين إدارة الموهبة والتخطيط المسبق

التخطيط المسبق	المتغير التابع	
	المتغير المستقل	المتغير التابع
.64 (**)	درجة الارتباط	إدارة الموهبة
.000	مستوى المعنوية	
38	N	
** المعنوية عند مستوى (0.000).		

نلاحظ من الجدول (5) ان معامل الارتباط للعلاقة بين إدارة الموهبة وبين التخطيط المسبق (**0.64) بمستوى معنويه (0.000)، وهذا ارتباط قوي ودال معنوي وايجابي بمعنى أن التغير في إدارة الموهبة بمقدار (**0.64) يؤدي إلى تغير بالاتجاه نفسه في التخطيط المسبق كونها علاقة طردية، فكل زيادة في إدارة الموهبة يؤدي إلى زيادة بنفس المستوى في التخطيط المسبق وكل نقصان في إدارة الموهبة يؤدي إلى نقصان بنفس المستوى في التخطيط المسبق والعكس صحيح.

(4) تشخيص واقع هذه الممارسات في المنظمة عينة البحث. ويعكس الجدول وسطا حسابيا عاما بلغ (4.23) وهو ميل عال أعلى من الوسط الفرضي البالغ (3)، بإنسجام في الاجابات حدة الانحراف المعياري العام (0.20) ومعامل الاختلاف (4.73).

كما يمكن من خلال الجدول (4) توضيح ترتيب الاهمية النسبية لأبعاد الإداء الريادي للمنظمة " جاءت "الكفاءة" بالمرتبة الأولى اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي له (4.30) وانحراف معياري بلغ (0.34) والذي يدل على الانسجام بين إجابات أفراد العينة ومعامل اختلاف (7.91)، والذي لاحظته الباحث من خلال المقابلات حيث وجد أن الإدارة الفنية في المصارف المبحوثة تحلل باستمرار تقارير ساعات العمل اليومية، وكمية العمل المنجز مقارنة بجودة المنتج المقدم كما إدارة المصارف المبحوثة تراعي استخدام التطبيقات والتقنيات الحديثة من اجل انجاز العمل على أكمل وجه ويركز العاملون في المصارف المبحوثة على تقليل الضياعات في وقت دورة الانتاج، في حين جاءت " الفاعلية" بالمرتبة الثانية بوسط حسابي بلغت قيمته (4.22) وانحراف معياري بلغ (0.41).

والذي يدل على الانسجام بين إجابات أفراد العينة ومعامل اختلاف (9.72)، والذي لاحظته الباحث من خلال المقابلات التي أجراها في المصارف المبحوثة اسلوب اداء العمل يتوافق مع ما تصبوا اليه من اهداف محددة في الخطط والاستراتيجيات وتضع ادارة المصارف المبحوثة في الاعتبار استيعاب جميع العوامل (الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، الثقافية، العالمية) التي ستؤثر في امكانية تنفيذ الاهداف والمصارف المبحوثة تتكيف مع الظروف المحيطة بها، وبضمنها التغييرات البيئية وطلبات المجتمع، لضمان ديمومة عملها واستمرارية بقائها في تقديم أفضل منتجات للمجتمع اما ممارسة المرتبة الثالثة فكانت " التخطيط المسبق " بوسط حسابي (4.21) وانحراف معياري (0.32).

والذي يدل على الانسجام بين إجابات أفراد العينة ومعامل إختلاف (7.60). والذي تأكد منه الباحث من خلال المقابلات حيث أن المصارف المبحوثة تعتبر إداؤها رياديا اذ ساعدها او مكنتها من اعداد الخطط وتنفيذها بما يحقق اهداف ورسالة المنظمة وغاياتها.

اختبار فرضيات البحث وتفسير النتائج وتحليلها

2- إدارة الموهبة والكفاءة

جدول (5) الارتباط بين إدارة الموهبة والكفاءة

الكفاءة	المتغير التابع	
	درجة الارتباط	المتغير المستقل
.69 (**)	درجة الارتباط	إدارة الموهبة
.000	مستوى المعنوية	
38	N	
**المعنوية عند مستوى (0.000).		

اذ نلاحظ من الجدول (5) ان معامل الارتباط للعلاقة بين إدارة الموهبة وبين الكفاءة (0.69**) بمستوى معنويه (0.000)، وهذا ارتباط قوي ودال معنوي وايجابي بمعنى أن التغير في إدارة الموهبة بمقدار (0.69**) يؤدي إلى تغير بالاتجاه نفسه في الكفاءة كونها علاقة طردية، فكل زيادة في إدارة الموهبة يؤدي إلى زيادة بنفس المستوى في الكفاءة وكل نقصان في إدارة الموهبة يؤدي إلى نقصان بنفس المستوى في الكفاءة والعكس صحيح.

3- إدارة الموهبة والفاعلية

جدول (5) الارتباط بين إدارة الموهبة والفاعلية

الفاعلية	المتغير التابع	
	درجة الارتباط	المتغير المستقل
.08	درجة الارتباط	إدارة الموهبة
.625	مستوى المعنوية	
38	N	
**المعنوية عند مستوى (0.000).		

اذ نلاحظ من الجدول (5) ان معامل الارتباط للعلاقة بين إدارة الموهبة وبين الفاعلية (0.08) بمستوى معنويه (0.625)، وهذا يعني أنه ليس هناك ارتباط بين إدارة الموهبة والفاعلية بمعنى أن التغير في إدارة الموهبة بمقدار (0.08) ليس بالضرورة أن يؤدي إلى تغير بالاتجاه نفسه في الفاعلية كونه ليس هناك علاقة بينهما، فكل زيادة في إدارة الموهبة لا يؤدي إلى زيادة بنفس المستوى في الفاعلية وكل نقصان في إدارة الموهبة لا يؤدي إلى نقصان بنفس المستوى في الفاعلية والعكس صحيح.

4- استراتيجية إدارة الموهبة والاداء الريادي

جدول (5) الارتباط بين إدارة الموهبة والفاعلية

الاداء الريادي	المتغير التابع	
	درجة الارتباط	المتغير المستقل
.821 (**)	درجة الارتباط	استراتيجية إدارة الموهبة
.000	مستوى المعنوية	
38	N	
**المعنوية عند مستوى (0.000).		

اذ نلاحظ من الجدول (5) ان معامل الارتباط للعلاقة بين استراتيجية إدارة الموهبة وبين الاداء الريادي (0.821) بمستوى معنويه (0.000)، وهذا يعني أنه هناك ارتباط قوي بين استراتيجية إدارة الموهبة والاداء الريادي بمعنى أن التغير في استراتيجية إدارة الموهبة بمقدار (0.821) سوف يؤدي بالضرورة إلى تغير بالاتجاه نفسه في الاداء الريادي كونه هناك علاقة بينهما، فكل زيادة في استراتيجية إدارة الموهبة يؤدي إلى زيادة بنفس المستوى في الاداء الريادي وكل نقصان في استراتيجية إدارة الموهبة يؤدي إلى نقصان بنفس المستوى في الاداء الريادي والعكس صحيح.

02 - اختبار فرضيات التأثير لمتغيرات للبحث

الفرضية الرئيسة الثانية:

(هناك تأثير لإدارة الموهبة في الاداء الريادي للمنظمة وأبعاده على المستوى الاجمالي وعلى مستوى كل متغير فرعي).

لقد جرى اختبار هذه الفرضية عن طريق تحليل الانحدار البسيط ((Simple Regression Analysis، وفي ضوء هذه الفرضية جرت صياغة علاقة دالية بين القيمة الحقيقية للمتغير المستقل (إدارة الموهبة) والمتغير التابع (الاداء الريادي)، وكانت معادلة الانحدار الخطي كالاتي:

$$Y = \alpha + \beta X$$

وفيما يأتي القيم لمعادلة الانحدار:

$$\text{الاداء الريادي} = 0.75 + 0.81(\text{إدارة الموهبة})$$

الثانية، والتي مفادها (هناك تأثير لإدارة الموهبة في الاداء الريادي للمنظمة).

وبهذه النتيجة تتحقق الفرضية الرئيسة الثانية من البحث الحالي والتي مفادها (هناك تأثير لإدارة الموهبة في الاداء الريادي للمنظمة)

ولغرض تأكيد النتيجة السابقة، سيجري اختبار الفرضيات الفرعية لدعم تحقيق الفرضية الرئيسة الثانية وهي كالآتي:

هناك تأثير ذو دلالة معنوية لإدارة الموهبة في ابعاد الاداء الريادي للمنظمة

والتي سيتم بحثها على النحو التالي

. هناك تأثير ذو دلالة الادارة الموهبة الأخضر في التخطيط المسبق

. هناك تأثير ذو دلالة معنوية لإدارة الموهبة في الكفاءة

. هناك تأثير ذو دلالة معنوية لإدارة الموهبة في الفاعلية

هناك تأثير ذو دلالة معنوية لإدارة الموهبة في التخطيط المسبق

في ضوء هذه الفرضية جرت صياغة علاقة دالية بين القيمة الحقيقية للمتغير المستقل (إدارة الموهبة) والمتغير الاستجابي الفرعي (التخطيط المسبق)، وكانت معادلة الانحدار الخطي كالآتي:

$$Y = \alpha + \beta X$$

وفيما يأتي القيم لمعادلة الانحدار:

$$\text{التخطيط المسبق} = 1.000 + -.082 \text{ (إدارة الموهبة)}.$$

جدول رقم (6) تحليل تأثير إدارة الموهبة في التخطيط المسبق

المتغير المستقل	B	T	Sig	R	R ²	F	Sig	المتغير المعتمد
استراتيجية إدارة الموهبة	a	-.082	.93	0.64	0.40	24.321	.000(a).	التخطيط المسبق
	b	1.000	4.93					

جدول (6) تحليل تأثير الإدارة الخضراء للموارد البشرية في الأداء الريادي

المتغير المستقل	معامل الانحدار	T	Sig	R	R ²	F	Sig	المتغير التابع
استراتيجية إدارة الموهبة	a	0.75	1.895	.83	.68	77.98	.000	الأداء الريادي للمنظمة
	b	0.81	8.831					

يتضح من الجدول (6)، أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (77.98)، وهذا يعني وجود تأثير لـ (إدارة الموهبة) في متغير الاداء الريادي في المصارف المبحوثة، وذلك لكون أي تغيير في إدارة الموهبة سيؤدي إلى تغيير بنفس المستوى في الاداء الريادي وذلك بسبب تأثير كل منهما في الآخر، وهذا يدل على أن منحنى الانحدار جيد لوصف العلاقة بين المتغيرين. وعن طريق الجدول (6) يمكن ملاحظة القيمة الثابتة ($\alpha = 0.75$) الذي يعني أن هناك وجوداً (الأداء الريادي) ما مقداره (0.75) حتى وان كانت إدارة الموهبة تساوي صفرًا. أما قيمة (0.81) ($\beta =$) فهي تدل على أن زيادة وحدة واحدة في إدارة الموهبة، سيؤدي إلى زيادة بالمقدار نفسه في الاداء الريادي.

وأشارت قيمة معامل التحديد (R2) الذي يُعد مقياساً وصفيًا يستخدم في تفسير مدى فائدة معادلة الانحدار في تقدير القيم، ويمثل نسبة الانخفاض في الأخطاء عند استعمال معادلة الانحدار، الذي كان مقداره (0.68) والذي يعني أن ما مقداره (0.68) من التباين الحاصل في إدارة الموهبة هو تباين مُفسّر بفعل إدارة الموهبة الذي دخل الأنموذج، وأن (0.42).

هو تباين مُفسّر من عوامل لم تدخل أنموذج البحث، كما أشار الجدول (6) إلى المعنوية التي ظهر مقدارها (0.000) في مخرجات النظام الإحصائي، وهو تأكيد وجود تأثير لـ (إدارة الموهبة) في الاداء الريادي للمنظمة. وكانت قيمة (t) المحسوبة (8.831) والذي يشير إلى الفروق المعنوية لمتغيرات الدراسة وأهمية هذه المتغيرات في إنموذج البحث، وكما هي موضحة بالجدول (6)، وفي ضوء هذه النتيجة تُقبل الفرضية الرئيسة

وفيما يأتي القيم لمعادلة الانحدار:

$$\text{الكفاءة} = 1.17 + 1.77 \text{ (إدارة الموهبة)}.$$

جدول رقم (6) تحليل تأثير إدارة الموهبة في الكفاءة

من الجدول (6)، أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (34.115)، وهذا يعني وجود تأثير لـ (إدارة الموهبة) في متغير الكفاءة في المصارف المبحوثة. وبالتالي فإن أي تغيير في متغير إدارة الموهبة يؤثر في متغير الكفاءة سلباً أو إيجابياً، وهذا يدل على أن منحني الانحدار جيد لوصف العلاقة بين المتغيرين.

ومن خلال الجدول (6) يمكن ملاحظة القيمة الثابتة (-) $\alpha = 1.17$ الذي يعني أن هناك وجوداً لـ (الكفاءة) ما مقداره (0.82) حتى وإن كان إدارة الموهبة يساوي صفراً. أما قيمة $\beta = 1.77$ فهي تدل على أن تغييراً مقداره وحدة واحدة في إدارة الموهبة، سيؤدي إلى تغيير بالمقدار نفسه في الكفاءة وبصورة عكسية (تأثير عكسي).

وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) الذي يُعد مقياساً وصفيًا يستعمل في تفسير مدى فائدة معادلة الانحدار في تقدير القيم، ويمثل نسبة الانخفاض في الأخطاء عند استعمال معادلة الانحدار، الذي كان مقداره (0.49) والذي يعني أن ما مقداره (0.49) من التباين الحاصل في إدارة الموهبة هو تباين مُفسر بفعل إدارة الموهبة الذي دخل النموذج، وأن (0.61) هو تباين مُفسر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج البحث. كما أشار الجدول (6) إلى المعنوية التي ظهر مقدارها (0.00) في مخرجات النظام الإحصائي، وهو تأكيد وجود تأثير لـ (إدارة الموهبة) في الكفاءة. وكانت قيمة (t) المحسوبة (5.84)، وكما هي موضحة بالجدول (6).

هناك تأثير ذو دلالة معنوية لإدارة الموهبة في الفاعلية

يتضح من الجدول (6)، أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (24.321)، وهذا يعني وجود تأثير لـ (إدارة الموهبة) في متغير التخطيط المسبق في المصارف المبحوثة. وبالتالي أن أي تغيير في إدارة الموهبة سوف يؤثر سلباً أو إيجابياً في متغير التخطيط المسبق، وهذا يدل على أن منحني الانحدار جيد لوصف العلاقة بين المتغيرين. ومن خلال الجدول (6) يمكن ملاحظة القيمة الثابتة ($\alpha = -0.082$) الذي يعني أن هناك وجوداً لـ (التخطيط المسبق) ما مقداره (-0.082) حتى وإن كان إدارة الموهبة يساوي صفراً. أما قيمة ($\beta = 1.000$) فهي تدل على أن تغييراً مقداره وحدة واحدة في إدارة الموهبة، سيؤدي إلى تغيير بالمقدار نفسه في التخطيط المسبق وبصورة طردية.

وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) الذي يُعد مقياساً وصفيًا يستعمل في تفسير مدى فائدة معادلة الانحدار في تقدير القيم، ويمثل نسبة الانخفاض في الأخطاء عند استعمال معادلة الانحدار، الذي كان مقداره (0.64) والذي يعني أن ما مقداره (0.64) من التباين الحاصل في إدارة الموهبة هو تباين مُفسر بفعل إدارة الموهبة الذي دخل الأنموذج، وأن (0.46) هو تباين مُفسر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج البحث. كما أشار الجدول (6) إلى المعنوية التي ظهر مقدارها (0.00) في مخرجات النظام الإحصائي، وهو تأكيد وجود تأثير لـ (إدارة الموهبة) في التخطيط المسبق. وكانت قيمة (t) المحسوبة (4.93)، وكما هي موضحة بالجدول (6).

أ. هناك تأثير ذو دلالة معنوية لإدارة الموهبة في الكفاءة

في ضوء هذه الفرضية جرت صياغة علاقة دالية بين القيمة الحقيقية للمتغير الفرعي المستقل (إدارة الموهبة) والمتغير الاستجابي الفرعي (الكفاءة)، وكانت معادلة الانحدار الخطي كالاتي:

$$Y = \alpha + \beta X$$

المتغير المعتمد	Sig	F	R ²	R	Sig	T	B	المتغير المستقل
الكفاءة	0.00(a)	34.115	0.49	0.70	0.38	-0.89	-0.77	استراتيجية إدارة الموهبة
					0.00	5.84	1.17	

مفسر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج البحث. كما أشار الجدول (6) إلى المعنوية التي ظهر مقدارها (.433) في مخرجات النظام الإحصائي، وهو تأكيد وجود تأثير لـ (التوظيف الأخضر) في الفاعلية. وكانت قيمة (t) المحسوبة (.793)، وكما هي موضحة بالجدول (6).

الاستنتاجات والتوصيات

المحور الأول: الاستنتاجات

يتمحور هذا البحث على تقديم مجموعة من الاستنتاجات التي تمثل تفسيراً لبعض النتائج التي ظهرت عبر الدراسة، وتوجهات أساسية توضح طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة الحالية، وتفسيرا للمتغيرات التي حققت تأثيراً مميزاً، والتي تسهم في إرشاد الباحثين والمتخصصين الى مجالات جديدة تستحق البحث والدراسة. فبعد تفريغ استمارة الاستبانة وتحليل البيانات، وتفسير نتائج التحليل الإحصائي، توصلت الباحثة الى مجموعة من الاستنتاجات المتعلقة بالجانب العملي لهذه الدراسة ومن أهم هذه الاستنتاجات:

1- تظهر لنا النتائج اهتمام المصارف المبحوثة بتوجيه الموهبة لزيادة وعي العاملين بأهمية ودور الموهبة، الأمر الذي يسهم في توفير مناخ ملائم يحفز العاملين نحو إداء ريادي للمنظمة، بالإضافة إلى أن برامج التدريب والتطوير في المنظمة تطور المهارات التي يعتمد بعضها على البعض الآخر وبشكل يحقق الانسجام بين العاملين والبيئة.

2- تأخذ (المصارف المبحوثة) بالاعتبار جميع متطلبات إدارة الموهبة من استقطاب الموهبة وتطوير الموهبة وتوجيه الموهبة وإدارة إداء الموهبة والاحتفاظ بالموهبة ما يعزز التوجه الاستراتيجي لها نحو إداء متميز في عملها وفق المتطلبات البيئية، كما أن المصارف المبحوثة تقيم مساهمات عاملها في الإداء الريادي.

3- تشير النتائج الإحصائية وكذلك المقابلات الشخصية للعاملين والمستويات الإدارية أن هناك علاقة ارتباط قوية بين إدارة الموهبة وبين الكفاءة في المصارف المبحوثة.

4- يظهر لنا أن المنظمة المبحوثة سباقة بالأفكار الجديدة ومبادرة في طرح أفكار وخدمات جديدة مع تقليل الوقت اللازم للإنتاج، واستقطاب الموهبة وتوجيه الموهبة.

في ضوء هذه الفرضية جرت صياغة علاقة دالية بين القيمة الحقيقية للمتغير الفرعي المستقل (إدارة الموهبة) والمتغير الاستجابي الفرعي (الفاعلية)، وكانت معادلة الانحدار الخطي كالآتي:

$$Y = \alpha + \beta X$$

وفيما يأتي القيم لمعادلة الانحدار:

$$\text{الفاعلية} = 0.262 + 3.100 \text{ (إدارة الموهبة)}$$

جدول رقم (6) تحليل تأثير إدارة الموهبة في الفاعلية

المتغير المستقل	B	T	Sig	R	R2	F	Sig	المتغير المعتمد
إستراتيجية إدارة الموهبه	a	3.100	2.186	.131	.017	.629	.035	الفاعلية
	b	.262	.793					

يتضح من الجدول (6)، أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (.629)، وهذا يعني وجود تأثير لـ (إدارة الموهبة) في متغير الفاعلية في المصارف المبحوثة. وبالتالي فإن أي تغيير في متغير إدارة الموهبة يؤثر في متغير الفاعلية ففي الشركة المبحوثة، وهذا يدل على أن منحنى الانحدار جيد لوصف العلاقة بين المتغيرين. ومن خلال الجدول (6) يمكن ملاحظة القيم الثابتة ($\alpha = 3.100$) الذي يعني أن هناك وجوداً للفاعلية) ما مقداره (3.100) حتى وإن كان إدارة الموهبة يساوي صفرًا. أما قيمة ($\beta = 262$) فهي تدل على أن تغييراً مقداره وحدة واحدة في إدارة الموهبة، سيؤدي إلى تغيير بالمقدار نفسه في الفاعلية وبصورة طردية.

وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) الذي يُعد مقياساً وصفيًا يستعمل في تفسير مدى فائدة معادلة الانحدار في تقدير القيم، ويمثل نسبة الانخفاض في الأخطاء عند استعمال معادلة الانحدار، الذي كان مقداره (0.02) والذي يعني أن ما مقداره (0.02) من التباين الحاصل في إدارة الموهبة هو تباين مفسر بفعل إدارة الموهبة الذي دخل الأنموذج، وأن (0.98) هو تباين

3- تطوير برنامج تدريبي متخصص بتطوير العاملين من خلال تخصيص ميزانية كافية وواضحة لبرامج التدريب، والتنسيق مع الجهات المحلية والعربية والدولية لعقد برامج تدريبية هادفة لتطوير مهارات العاملين بشكل عام.

4- زيادة استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة بالحوسبة الإلكترونية بكافة فروع وأقسام المصارف المبحوثة وبجميع مكوناتها، وتخصيص مبالغ لتطوير وتحديث الأنظمة والبرمجيات القادرة على تحليل البيانات ومعالجتها لإنتاج المعلومات التي تطلبها الإدارة للاستفادة من تبادل ونقل ووصول المعلومات والبيانات بالسرعة القصوى، وجعلها متاحة لكافة العاملين في المنظمة المبحوثة، وليس حصراً بالمدراء ورؤساء الأقسام والفروع فقط.

5- توعية الموظفين بأهمية الدور الذي تلعبه إدارة الموهبة على كافة المستويات في الاداء الريادي لمنظمتهم.

6- إعطاء أهمية أكبر للتخطيط المسبق في (المصارف المبحوثة) لما يلعبه من دور مهم في زيادة المنظمة.

المراجع:

أولاً:- المصادر العربية

1- أقطي، رباب (2009)، التكوين الجامعي وعلاقته بكفاءة الإطار في المؤسسة الاقتصادية، دراسة ميدانية بمكتب الدراسات التقنية والاقتصادية - باتنه (B.E.E.T.B)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر - باتنه، الجزائر.

2- البحيري، سامي محمود أحمد (2011)، مداخل الإصلاح الإداري (التطوير التنظيمي والتدريب وتقييم الاداء)، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، لندن - المملكة المتحدة

3- الرويشدي، حسام علي محييس (2015)، ريادة المنظمات العامة على ضوء التوافق بين الذكاء التنافسي والتجديد الاستراتيجي، بحث تحليلي في جامعة بغداد، أطروحة دكتوراه، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد.

4- الشريف، حاب الله (2009)، دور التكاليف المعيارية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة المؤسسة الوطنية للدمن سوق امراس-، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة

5- يتضح لنا أن الاسلوب المتبع في العمل في (المصارف المبحوثة) يتوافق مع رسالة وأهداف المنظمة، والخطط الاستراتيجية التي تضعها الإدارة العليا وهذا ما أشارت إليه النتائج بأن هناك تطبيق لمتطلبات إدارة الموهبة مما يساهم في تعزيز إداؤها.

6- تبين برامج التدريب والتطوير في المنظمة تساهم في تطوير المهارات للموهبة التي يعتمد بعضها على البعض الآخر وبشكل يحقق الانسجام بين الموظف والبيئة، كما أن هناك دورات خارجية تتضمن معلومات جيدة من شأنها تحسين العمليات والأنشطة داخل المنظمة المبحوثة.

7- نلاحظ من خلال النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الجانب العملي للبحث للمتغير المستقل وفقاً للوسط الحسابي إن هناك اهتمام من قبل (المصارف المبحوثة) بتوجيه الموهبة بالدرجة الأولى، يليها اهتمام المنظمة الاحتفاظ بالموهبة بالدرجة الثانية، تلاها اهتمام المنظمة استقطاب الموهبة وإدارة إداء الموهبة وتطوير الموهبة بالدرجة الثالثة.

8- نلاحظ من خلال النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الجانب العملي للبحث للمتغير التابع وفقاً للوسط الحسابي إن هناك اهتمام من قبل (المصارف المبحوثة) بالكفاءة بالدرجة الأولى، يليها اهتمام المنظمة الفاعلية بالدرجة الثانية، تلاها اهتمام المنظمة التخطيط المسبق بالدرجة الثالثة.

المحور الثاني... التوصيات

1- ضرورة استثمار العلاقة والتأثير الإيجابيين لإدارة الموهبة في الأداء الريادي للمنظمة ووضع الخطط المستقبلية للمنظمة المبحوثة للإفادة من معطياتها في تحسين الأداء المنظمي.

2- زيادة اهتمام الإدارة العليا استقطاب الموهبة وإدارة إداء الموهبة وتطوير الموهبة وذلك لإعداد ملكات بشرية مبدعة، من خلال تحسين استقطاب الموهبة ومن ثم زيادة البرامج التدريبية والدورات خارج المنظمة لتوضيح مفهوم إدارة الموهبة وأهميته في وعلاقته بأهداف المنظمة، والاطلاع على التطورات العالمية في هذا المجال.

- 13- الناصري، طارق كاظم شلاكه، ممارسات القيادة الاستراتيجية في إطار التوجه الريادي 2015، رسالة ماجستير في علوم الإدارة العامة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- 14- الهواسي، محمود حسن، والبرزنجي، حيدر شاكر (2014)، مبادئ علم الإدارة الحديثة، وظائف الادارة، العملية الإدارية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- 15- الوافي، الطيب (2012)، الريادة في الاداء البيئي: شركة نوكتيا أنموذج، مجلة الباحث، العدد (11).
- 16- البهادلي، سلمان صدام جاسم ، 2014، دور القيادة الريادية في عملية استثمار الموارد البشرية، دراسة تحليلية في تشكيلات وزارة النقل العراقية، رسالة ماجستير، كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.
- 17- العبيدي، سهيلة محمد فاضل (2015)، دور بعض العوامل التنظيمية في تحديد استراتيجيات إدارة الموهبة، بحث ميداني في عدد من مدارس الموهوبين في العراق، رسالة ماجستير، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- 18- العبادي، هاشم فوزي دباس (2011)، تشخيص مؤشرات القصور الذاتي لصياغة استراتيجية إدارة الموهبة في ظل المجال الحيوي للإدارة، دراسة اختبارية متعددة المستويات لعينة من الشركات في وزارة الصناعة والمعادن، أطروحة دكتوراه، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- 19- العبادي، هاشم فوزي (2011)، إدارة الموهبة في منظمات الاعمال- رؤى وبرامج مقترحة، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد (7)، العدد (20)، 1-53.
- 20- الكساسبة، محمد مفضي (2016)، تأثير إدارة المواهب والتعلم التنظيمي في استدامة شركة زين، المجلة الأردنية في إدارة الاعمال، المجلد 12. العدد 1. 93-110.
- 21- العزام، زياد فيصل هلال (د.ت)، إدارة المواهب في القرن الحادي والعشرين: النظرية والتطبيق، طالب دكتوراه، قسم الإدارة، كلية المال والأعمال، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، مجلة جامعة العلوم الإسلامية العالمية (المتقال)، 1-33.
- 22- العنقري، عبد العزيز بن سلطان (2012)، إدارة المواهب كمدخل لتنمية سلوكيات الاستغراق الوظيفي لدي العاملين بالمنظمات الحكومية السعودية، المؤتمر الثاني لمعايير الإدارة العامة والتنمية الإدارية في دول مجلس التعاون لدول الخليج
- الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، دائرة علوم التسيير، الجزائر.
- 5- الكبيسي، سندس محسن (2014)، قدرات التجديد المنظمي في إطار القيادة الاستراتيجية، بحث تحليلي مقارنة لآراء المدراء العاملين في عدد من مستشفيات جامعة بغداد، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- 6- القرنة، لميس يوسف أحمد (2014)، أثر أبعاد المنظمة الريادية في تحقيق التنافسية المستدامة، دراسة ميدانية في المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم في مدينة عمان، رسالة ماجستير، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط.
- 7- الشيخلي، أسيل أمين إبراهيم (2013)، أثر التخطيط الاستراتيجي على كفاءة أداء المؤسسات غير الربحية العاملة في الاردن ودور التوجه الريادي، رسالة ماجستير، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط.
- 8- الطويل، أكرم أحمد، وأغا، أحمد عوني أحمد عمر، وكشمولة، ندى عبد الباسط (2012)، دور أبعاد رأس المال الزبائني في تعزيز استراتيجيات الريادة لمنظمات الاعمال: دراسة تحليلية في الشركة الوطنية لصناعة الاثاث المنزلي في محافظة نينوى، مجلة الادارة والاقتصاد، السنة الخامسة، العدد (2012).
- 9- العدواني، عبد الستار محمد علي، ومحمد، أثمار عبد الرزاق (2012)، حاضرات الاعمال: مدخل المنظمات للتحويل نحو الاداء الريادي، دراسة لآراء عدد من العاملين في منظمات هيئة التعليم التقني بالموصل، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد (18)، العدد (69).
- 10- العنزي، سعد علي محمود، والساعدي، مؤيد (2007)، فلسفة استراتيجية الموارد البشرية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (13)، العدد (45).
- 11- الفروخ، فايز عبد الرحمن، ط 1 (2010)، التعلم التنظيمي وأثره في تحسين الاداء الوظيفي، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان.
- 12- المشهداني، أحمد عبد القادر (2015)، أخلاقيات الإدارة وأثرها في ريادية الاداء الاستراتيجي بتوسيط بعض متغيرات الإدارة الاستراتيجية بحث ميداني في هيئة السياحة، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

- العربية، المحور الرابع: رأس المال البشري وتطوير القطاع الحكومي، من 10-12 ديسمبر 2012، 1087-1025.
- 23- إبراهيم، نور خليل وسعد، خالد سلمان (2015)، متطلبات إدارة الموهبة في منظمات الاحتواء العالي، دراسة ميدانية في وزارة العلوم والتكنولوجيا، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (21)، العدد (86)، 576-442.
- 24- الحميدي، محمد سعيد والطيب، الهادي خوجلي (د.ت)، الاستثمار في التدريب وإدارة المواهب، تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة، كلية الشرطة، معهد تدريب الضباط.
- 25- الشيخلي، عبدالرزاق إبراهيم والبيدي، سهيلة محمد فاضل (2016)، دور بعض العوامل التنظيمية في تحديد استراتيجيات إدارة الموهبة، بحث ميداني في عدد من مدارس المهويين في العراق، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (22)، العدد (90)، 33-1.
- 26- الزبيدي، غني دحام تناي وحسين، حسين وليد (2013)، استخدام إدارة الموهبة كخيار لتعزيز الميزة التنافسية للمنظمات، بحث ميداني في وحدات الأداء الجامعي، مجلة كلية التراث الجامعة، العدد (13)، 131-78.
- 27- باتول، بشيري فائزة بوترة (2013)، دور الخدمات الاستشارية في تحسين كفاءة رأس المال البشري، دراسة ميدانية بمجمع صيدال، فرع فرمال - قسنطينة - رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة.
- 28- جندب، عبدالوهاب أحمد (2013)، أثر التوجهات الاستراتيجية الإبداعية والاستباقية في تطوير المنتجات الجديدة والأداء التسويقي، دراسة تطبيقية على شركات صناعة الأغذية في اليمن، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.
- 29- حميد، شهباء حازم (2015)، إمكانية تطبيق بعض أبعاد الهندسة المتزامنة وأثرها في الأداء الاستراتيجي، بحث في شركة الزوراء العامة، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- 30- حمد، علاء دمام (2015)، أثر اثر القيادة التحولية في إدارة المواهب دراسة تطبيقية في وزارة العلوم والتكنولوجيا، مجلة دنابر، العدد (5)، 16-11.
- 31- داود، فضيلة سلمان (2015)، الاداء الريادي على وفق الذكاء التنافسي والاستراتيجي، بحث تطبيقي في عينة من المصارف الأملية، مؤتمر الجامعة المستنصرية، بحث غير منشور.
- 32- داود، فضيلة سلمان (2011)، تنافسية المنظمات بين الحاكمة وريادية الأعمال، دراسة تحليلية مقارنة في قطاعي الاتصالات والمصارف العراقية، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- 33- دودين، أحمد يوسف (2012)، إدارة الجودة الشاملة، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 34- صالح، ماجد محمد (2011)، المتطلبات الريادية وتطبيقاتها الميدانية في المنظمات الإنتاجية دراسة ميدانية في معمل سمنت بادوش، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (7)، العدد (21).
- 35- سلمان، مهدي كاظم (2014)، توظيف عوامل النجاح الحاسمة في تعزيز الريادة الاستراتيجية، بحث ميداني في شركتي توزيع المنتجات النفطية ومصافي الوسط، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- 36- سعيد، هديل كاظم، كاطع، افتخار عبد الحسين (2016)، دور القيادة الاستراتيجية في تبني ممارسات ادارة الموهبة، بحث ميداني في وزارة العلوم والتكنولوجيا، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (22)، العدد (87)، 190-174.
- 37- عيسى، محمود حسين، استراتيجية إدارة الموارد البشرية، ودورها في إنجاز استراتيجية المنظمة، شبكة الألوكة، <http://www.alukah.net/culture/0/913>
- 38- عبودي، زيد منير (2006)، الاتجاهات الحديثة في المنظمات الإدارية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 39- عباس، حسين وليد حسين (2013)، "ادارة الموهبة والمقدرة الجهرية للموارد البشرية كخيار لتعزيز الميزة التنافسية للمنظمات"، بحث ميداني في وحدات الأداء الجامعي، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- 40- كاطع، افتخار عبد الحسين (2014)، دور القيادة الاستراتيجية في تبني ممارسات ادارة الموهبة، بحث ميداني في وزارة العلوم والتكنولوجيا، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- 41- مزودة، عبدالمليك (2001)، الأداء بين الكفاءة والفعالية، مفهوم وتقييم، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد (1).
- 42- محمود، عماد علي (2015)، انعكاس العلاقة بين إدارة الموهبة والتفكير الإبداعي على التغيير التنظيمي، بحث ميداني

General Scientific Theory, Springer International Publishing, Switzerland.

51- Silvester, James L (2008), 401 Questions Every Entrepreneur Should Ask, career press franklin lakes, NJ,

52- tapan ,Sema sakarya(2001)" entrepreneurial ventures and small business, an assessment of the entrepreneurial roles of the franchisor and the franchisee from an entrepreneurial school of strategy formation perspective"Journal of Research in Marketing&Entrepreneurship,Vol.3,Issue3. P.p.123-138.

لعينة من كليات الجامعات العراقية (الحكومية والأهلية)، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.

43- مقري، زكية وحجاوي، نعيمة (2014)، أثر إدارة المواهب على إداء المؤسسة من خلال الالتزام التنظيمي، دراسة ميدانية في المؤسسة الوطنية للعصير والمبصرات الغذائية -وحدة منعة (باتنه)، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد جامعة البصرة، المجلد (7)، العدد (13)، 195-171.

44- متعب، حامد كاظم وحاجم، ستار كاظم (2013)، دور أبعاد إدارة الموهبة في دعم الإبداع في المنظمات التعليمية، دراسة تحليلية لآراء عينة من أعضاء الهيئات التدريسية في جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (15)، العدد (2)، 278-250.

ثانياً:-المصادر الأجنبية

45- Acs, Zoltan J,& Szerb ,Laszlo &Autio ,Erkko (2016),Global Entrepreneurship ,Index ,powered by Gedi ,Global Entrepreneurship Network.

46- Acs, Zoltan J,&Szerb,Laszlo (2014),Global Entrepreneurship & Development Index, SpringerBriefs in Economics , Springer Cham Heidelberg New York Dordrecht, London.

47- Acs,Zoltan J,&Szerb ,Laszlo&Autio ,Erkko (2013),The Regional Entrepreneurship and Development Index-Measuring regional entrepreneurship ,final report, Directorate-General for Regional and Urban Policy, european commission, Belgium.

48- Dai, Fu(2012)" A Model of Network Marketing business entrepreneurial performance ,Doctor Thesis, School of Management ,The University of Technology, Sydney.

49- Felix, Orishede& , Ezenwakwelu, Charity .A.(2014), Empirical Analysis of Entrepreneurial Development and Implication for Nigerian Economic Growth ,European Journal of Business and Management,Vol.6,No.30.p.p.108-118.

50- Memullan, W. Edward, &Kenworthy, Thomas P. (2015), Creativity and Entrepreneurial Performance, A

Is the upgrade enough to reinforce the Performance of SME ?

Nassima Bouri

Teaching chercheure- Université of Oran 2, Algeria.

Abstract

The article constitutes the empirical instrument making it possible to bring operational slopes on the upgrade of SME to Algeria. It attempts to know the impact of the process of upgrade about the reinforcement of the economic situation of the companies having undergone this treatment. In order to tackle this question, and on the basis of sample of 20 SME of the wilaya of Oran pertaining to the sector of profit Manufacturing industries of program (EDPME), we carried out a comparative analysis of which the data of these last were collected for the year 2005 and 2009 thus presenting their situations before and after the installation of the program of setting level.

Keywords : SME, upgrade, Algerian SME, SME of the wilaya of Oran, program ED SME, Manufacturing industries, indicators of competitiveness.

Introduction

Introduction the space field of this empirical study covers a group made up of 20 Oranian SME profit of the program of upgrade Euro Development SME (ED SME), and shared depending on two different states, of which the data of these last are thus collected for the year 2005 and 2009 thus presenting their situations before and after the finalization of installation of the program.

Thus, before carrying out the economic analysis, and to better be able to interpret the results found later on, we will present a description of the sample of surveyed companies. Accordingly, the present section is built in three stages : - Base of the program Euro Development SME (ED-PME) - data and definition Sources of the variables - Presentation and data analysis

1. Base of the program Euro Development SME

(ED-PME) the opening of the market leads the State to improve the macroeconomic environment and to give to the companies means of fighting against foreign competition in, incentive to be levelled, to develop and diversify their activities. For that the program Euro Development SME (ED-PME) was implemented. Indeed, which is the base of this program ?

1.1. Definition of the program the program Euro Development SME (ED-PME)

lies within the scope of the program of support to the development of the Algerian PME/PMI private (MEDAI) which was the object of a convention of financing between the Algerian Government and the signed European Commission on September 14th, 1999. The purpose of this program is to pre-empt the coming into effect of the association agreement, and to make so that the program of support to the development of the Algerian private PME/PMI aims primarily the reinforcement of the competitiveness of the industrial companies while being aligned on the international standards of organization and management, and evolution of the managerial behavior of the entrepreneur, with respect to the market, and in particular of the emergence of a euro-Mediterranean market, thus of the good practices of management. Indeed, this program was spread out over one five years duration, (started in July 2002 and on December 31st, 2007 was completed), with “a budget of 63 million euros which understands 57 million¹ euros coming from the European Commission, 3.4 million euros coming from the Algerian State (Ministry for SME and the Crafts) and the rest constitutes the participation of the companies in their own actions”.

¹ 1 MIPI, [2008].

1.2. The shutters of interventions of the program the program Euro Development SME intervenes in the 3 following fields:

1.2.1. The direct support with the companies (Shutter I) the direct support with the companies (average) by the means of diagnoses and actions of upgrade, constitutes the most important shutter of this program. It concentrates as regards reinforcement of the immaterial activities. It results in supports going up to 80% of the actions related on the development of the diagnoses and the formulation of the plans of upgrade, the realization of the actions of upgrade and the accompanying measures with an aim of reinforcing their level of competitiveness and performance.

1.2.2. The support with the new instruments of financing of SME (Shutter II) Indeed, the program ED SME puts in full light the problems of financing of SME, in this respect, it envisages to contribute to the facilitation of the access to the banking financing, through the installation and the support of Guarantee funds (FGAR) allow to reinforce the solvency of SME, and while bringing its support thus, with the creation and the formation of the Specialized Finance companies, able to widen the range of financial instruments at the disposal of promoters and of the heads of undertakings.

1.2.3. The support with the institutional environment of the PME/PMI (Shutter III) the program intervenes thus in the third shutter which relates to the actions of support likely to improve the environment of the companies. These actions, indeed, are designed to support the public and deprived organizations of support, the intermediate structures, the institutions of formations, and the employers' and professional associative movement, thus the central administrations for the best taken in charge of the needs and concerns for SME.

1.3. The objectives of the program

According to its originators, and in accordance with the Association agreement, program ED-PME aims at helping the Algerian PME/PMI with: - To re-examine their methods of management; - To develop their knowledge of the market; - To reinforce their competitiveness to cope with the opening of the Algerian market with competition and the emergence of a vast market Mediterranean euro; - To increase the effectiveness and the profitability of more a large number of PME/PMI and to support the emergence of favorable conditions to the development of the company.

1.4. The recipients of the program the principle which guides this Program rests on the concentration of the efforts on the companies and the other final recipients of the program who are likely to constitute, by their success, of the examples for the companies of which the methods of managerial organization and production do not enable them yet to face international competition. So the eligible recipients with the present program are divided into three categories, as follows:

1.4.1. On the level as of institutions

- institutions and organizations of support to the companies: All entities public or private having authority to promote, frame and support SME, such as the Ministry for SME and the Crafts, the Chambers of commerce and industry, the employers' organisation and professional associations of branch, thus Bources de Sous-Traitance and of Partnership. , etc - financial institutions and financial promoters private: Banks, and the private promoters having the aim of in general creating and to promote new finance companies specialized in the financing of SME, through the placement of various means and instruments, like the capital risks, the leasing, factoring, thus of other alternate instruments to the bank credit allowing to cover the economic activities of SME.

1.4.2. On the level of the companies

- Any private company of the industrial sector or related services with industry, in particular that which belongs to the following sectors: Chemistry, Mechanics and Metallurgy, Electricity and electronic Building materials, Agri-foodstuffs, Textile and clothing, Leathers and shoes, Wood and furnishing, and of the goods manufactured in general. - Very undertaken justifying:

- Of Algerian right, legally made up in Algeria;
- Of at least three fiscal years;
- Of a manpower between 20 and 250 employees;
- Of the certificates of tax identification and registration with the CNAS.
- To present a good motivation for an upgrade;
- To commit itself paying a
- contribution of an amount of 20% of the overall costs of the
- interventions envisaged by the competitive upgrade.²

2. Data sources

2.1. Presentation of profit Oranian SME of the program of upgrade (EDPME)

Thus, the space field of this empirical study covers a group made up of 20 Oranian³ SME of the sector of profit manufacturing industries of the program of setting level "EDPME"⁴. Indeed, they are shared depending on two different states, of which the data of these last are collected for the year 2005 and 2009 thus presenting their situations before and after the installation of the program. The

² The 80% are financed by the program.

³ It is to be announced in this respect, the total of profit SME Oranian of this program of all confused sectors arrives at 25 companies, and thus presenting the population of our sample, it is what is presented in bottom.

⁴ 3As we already mentioned, Program ED-PME is presented as having had more success because of the number of companies which were adhered. It is what justifies the choice of our field of study.

following table presents the number of profit Oranian SME of this program by branch of industry.

Table (1.): The distribution of profit Oranian SME of program EDPME by branch of industry

Sector	number of SME	%
Services	0	0%
BTP	1	4%
Manufacturing industries	24	96%
Agriculture and fishing season	0	0%
Related services with industries	0	0%
total	25	100%

Source: Document interns Management of SME and Promotion of the Investment of Oran, [2011].

Concerning the distribution of profit Oranian SME of the programme of upgrade (program EDPME) per branch of industry, and which is thus reported

by tables (1.), it is to be announced that the sector of Manufacturing industries presenting our context of analysis includes almost the totality of profit SME of the program, (either 24 companies of 25 SME accounting for 96% of the totality of the surveyed population) and whose sector of the Construction industries (BTP) remains with the second rank with only one company, or 4% of listed totality. Accordingly, it is to be specified that, the agroalimentary sector records the most important volume compared to the other sectors, either 8 profit companies of this program, thus the sector Chemistry, Plastic and Pharmacy remains with the second rank with 5 companies, or 2 activator in industry Chemistry-Pharmacy, thus irons and steel industries, Metal, Mechanical and Electronic (ISMME), or 4 SME, including 3 activator in "the branch Metallurgy", then the industry of building materials is present with 2 surveyed profit companies of totality, and or 2 with the sector of the textile. However, the other sectors record a timid presence of SME (that is to say one

1 only company) such as, wood Industries & paper, and Leathers, Skins & Shoes and medical equipment.

2.2.Characteristicsofthesample

We chose a sample of companies which answers the following criteria: Companies belonging to manufacturing industries. This choice is explained by a greater exposure of these industries to foreign competition following the installation of a free exchange zone by 2017 with the EU;

- Companies having an employee <250;
- Indeed, the choice of the sample covers the various types of sectors of manufact

uring industries to knowing the agri-foodstuffs, textile clothing and leathers and Shoes, chemistry, mechanics and electric, the building materials, as well as wood industries and Papers.

2.3.Description ofthe sample

Considering the difficulty in laying out the data concerning 24 SME activating in the industrial sector and presenting thus almost totality of the surveyed population, our sample is composed of 20 SME shared out of seven (7) industrial sectors; the Agroalimentary sector, Chemistry & plastic and Pharmacy, Textiles, Industries of wood and paper, Leathers, skins & shoes, the sector of the ISMMEE, and building materials. Indeed, they are presented and distributed as follows:

Table (2.): The distribution of 20 SME surveyed by branch of industry Sector of Manufacturing number of

Sector of Manufacturing industries	number of SME
AGRO Food	8
Chemistry & Plastic and Pharmacy	4
Textiles	2
Industry of wood & paper	1
Leathers, Skins & Shoes	1
ISMMEE	3

Building materials	1
Total	20

Source: Personal clothes industry.

3. Definition of the variables

We have an observation of these 20 SME for the variables available before the implementation of the actions of upgrade, that is to say the year 2005, as well as an observation after the finalization of the process of upgrade, namely the year 2009. Indeed, the exploited indicators also relate to the level of the sales, of the investment, the turnover, and the added-value. One also finds the number of employees, as well as the structure of the debts. In this meaning, it is to be specified that, we could collect the data necessary⁵ making it possible to calculate the list of the variables (indicators)⁶ of Performance relating to each company of our sample, and on which the statistical test, of checking of the positive effect of the upgrade on the competitiveness of the companies will be highlighted. These indicators are calculated as follows:

1. Indicators of structure

- Evolution of equities ü total Emploï (EMPL) = Full number of employees
- Investment (INVES) = investissement = /CA
- **Indicators of operation**
- Tauxofdebt (ENDET) = $\frac{\text{Debts}}{\text{Active}}$

⁵ These data are exploited starting from the assessments, and of the Tables of the Accounts of the Results of these companies, and that concerning the two periods (12/31/2005) and (12/31/2009). They concerning thus, following variables: Equities (FP), the Added-value (GOES), Investments, Bottom line (RN), the Turnover (CA), Credits, long-term Debts (DLT), Current liabilities (DCT), and Manpower.

⁶ We could not have the data concerning surveyed Exportationsdes SME. For that, the indicator relating to the export (EXPORT), and which presents the second variable thus defining the third assumption (P 3 Output) is not included in our analysis.

- Structure of the debt = DLT/DCT
- Ventees= turnover (CA)

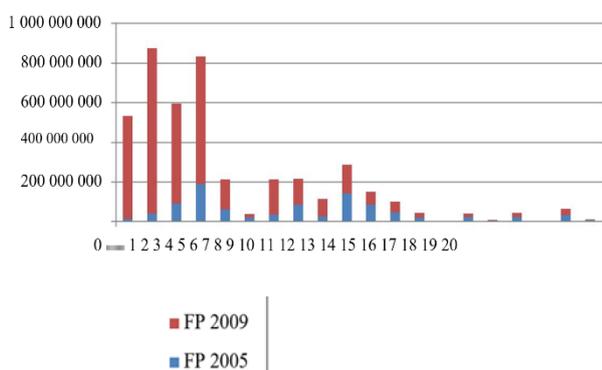
2. Indicators of performance

- Evolution of the bottom line
- Taux of added-value = Added-value/Turnover
- the profitability of Equities (RFP) = Equities/Bottom line
- productivity (PROD) = Added-value/ employees
- the productivity of value (PRN) = Bottom line/ employees
- the Productivity of sales (PVENTES) = Sales/ employees

4. Presentation and data analysis

The following figures inform us about the financial situation of each firm of the sample which fell under this process of upgrade, in terms of 9 variables (Equities (FP), Investments (INV), Bottom line (RN), Credits long-term Debts (DLT), Current liabilities (DCT), Manpower(EFFE), Added-value(GOES), and Turnover (CA)). They relate to a presentation detailed concerning 20 SME surveyed in 2005, like their situations after the finalization of the process of upgrade implemented(in 2009):

Figure (1.): The situation of Equities of 20 SME surveyed before and after the upgrade

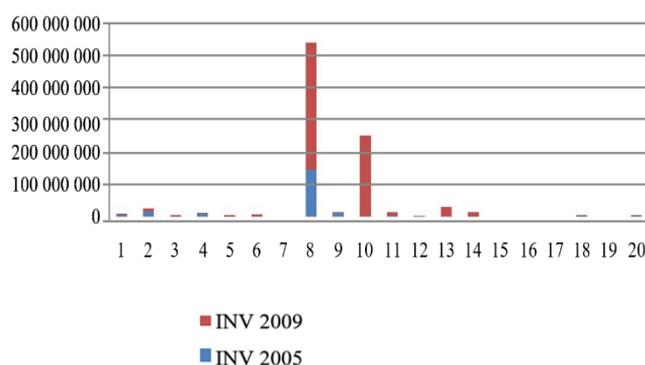


Source: Figure drawn up starting from the book of the companies.

The figure releases a marked progression of Equities in 2009, by recording a total growth of 2 497 600 604 DA,

that is to say almost four (4) times the amount generated in 2005. The majority of SME (15) followed same logic, and that is explained by a reinforcement of the structure of the class “1: Equities” of the assessment after the implementation of the upgrade, in which the increase arrives at 76.44%. It is to be announced in addition that a weak evolution of this variable was noticed for 5 companies out of 20, thus accounting for 25% of the totality of surveyed SME, and in which the reduction arrives at 28.30% after their upgrade. The stockholders' equity corresponds to the long-term resources available to the company without calling on the long-term loan near third (banks, debts suppliers etc). In this respect, any fluctuation of Equities can be explained by a change on the level of its components presented as follows: the authorized capital, the reserves, known as statutory reserves, which are essential as books security equivalent to 5% of the bottom line, the carryforward again, indicating the cumulated results not distributed to the shareholders, the bottom line of the exercise corresponding to the losses or the benefits of the exercise, as well as the provisions⁷ in purely tax matter that the companies have the possibility of constituting in certain cases.

Figure (2.): The situation of the Investment of 20 SME surveyed before and after the upgrade



Source: Figure drawn up starting from the book of the companies.

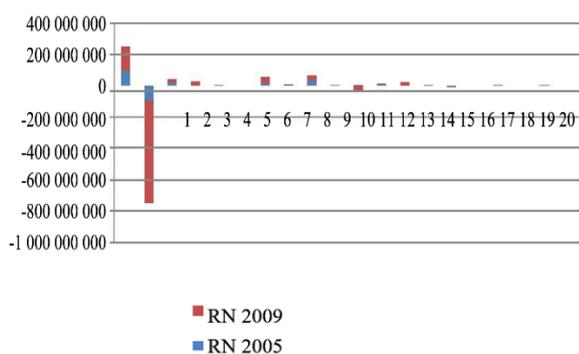
⁷ If one finds them in stockholders' equity, it is by what they represent a form of reserve of frankness total or partial of taxes.

The investments of a company represent the value desbiens durable assets by the production units to be used during at least a year in their production process. They are goods or values intended to remain durably in the same form in the company. They are likely to be accompanied with damping for depreciation of asset. Indeed, damping represents the countable observation of a diminution of the value of an asset. This variabelerecovers thus:

- Intangible fixed assets correspond to the goodwills, the right to the lease, with thepatents,licencesand brands, etc
- The tangible fixed assets correspond to the grounds, construction, techniques installation, equipment and tools etc

The figure clearly indicates a progression of clear accounting values of the investments acquired to the level of our sample, and in which the total increase, is de 748 479,572 DAin2009, after 231 364,456DA in 2005. The majority of the companies followed the same logic, in which the increase in this variable east can probably be explained by the acquisition of new investments during the period of upgrade. On the other hand, the companies (2, 4,9,15, and 16) did not react in a strong way to increase their level of investment. Indeed, they recorded falls on the level of the Clear Accounting value their investments. In addition, this regression can be probably explained by transfers of credits, et/oupar the irreversible diminution of the values of their investments.

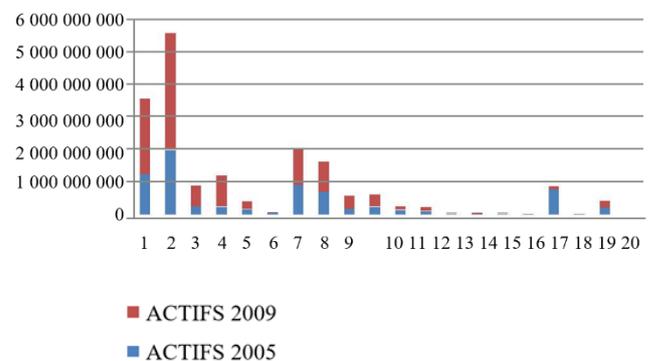
Figure (3.): The situation of the Bottom line of 20 SME surveyed before and after the upgrade



Source: Figure drawn up starting from the book of the companies.

Information on the bottom line is to be taken with much precaution, because the data presented clearly reflect a strong reduction in the bottom line, by thus releasing a negative amount, that is to say (- 366 391 089 DA) like a deficit released in 2009, after 75 074 251 DA, like a benefit created by the totality of our sample before the implementation of the program of upgrade. According to these results, it is probable that the majority of firms (13 SME, thus presenting 65% of listed totality) committed in this process, were able to appreciably improve their results of exercise. The companies (2, 6, and 11), with is respectively(-656762 647 DA, - 1,709 505DA,and-32,609 524 DA) however carried out results obtained thus contrary what is expected with a rather negative and significant sign. This observation requires to be consolidated by other studies in order to better understand the degree of resistance of the firms to the future shocks.

Figure (4): The situation of the Credits of 20 SME surveyed before and after the upgrade

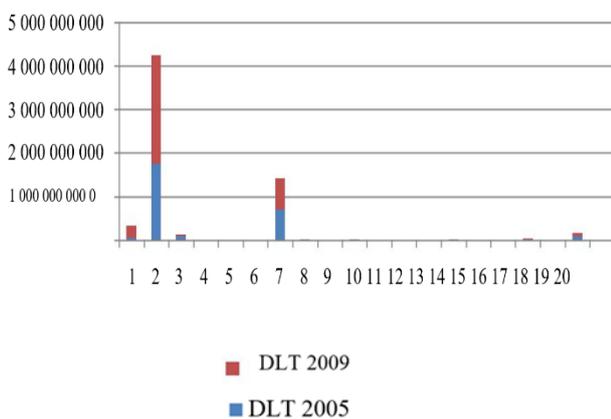


Source: Figure drawn up starting from the book of the companies.

The assessment is a summary in which are gathered. At a given date, the whole of the resources available to the company and the whole of employment that it made some. In other words, it is about a “photography” of the heritage of the company at one exact moment. The latter corresponds to the “date of inventory” or that of “end of

the financial year”. Indeed, the total of credits represents the total of the assessment at the end of the exercise. This variable recorded a progression arriving à11 251 265 684 DA in 2009, after 7 317 568 509 DA in 2005, thus including the whole of the surveyed companies, and whose 15 SME followed this logic. However, the companies (6, 11,16,17 and 20) knew falls of the total assets, and that can be explained by the fall of the one and/or the majority of the components of the assessment appearing in the level of the credit (investments, stocks, claims), and logically in the level of the liability. The company (16) recorded falls on the level of its total of credit and its investments (13 275 000 DA in 2005 and 5,643 532 DA in 2009).

Figure (5.): The situation of the long-term Debt of 20 SME surveyed before and after the upgrade

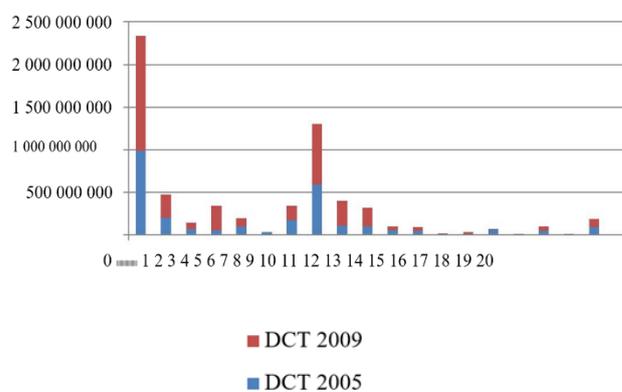


Source: Figure drawn up starting from the book of the companies.

The long-term debts understand all the loans near the thirds, whose expiry is higher than one year. These debts are made up of the loans (including the bank overdrafts or banking competitions). The figure informs us about the total evolution of this variable, thus including the totality of the companies listed after the implementation of the process of upgrade, that is to say a progression of 35% in 2009 compared to the basic year. The companies (4, 6,9,11,13, and 18) display worthless amounts, thus expressing the inexistence of the long-term debts, thus a stagnation is marked concerning the company (20). In this

meaning, it is possible to probably affirm the existence of the debts family thus financing the financial transactions of the companies, and more particularly those relating to the acquisition of the investments. In addition, the companies (8 and 10) presented a disappearance of the debts after two years of finalization of the process of upgrade. Amongst other things, the companies (1, 2,5,7,12,19) did not follow the same logic of the precedents, they however knew an important progression of this variable, that is to say an increase of 60% in 2009 compared to 2005.

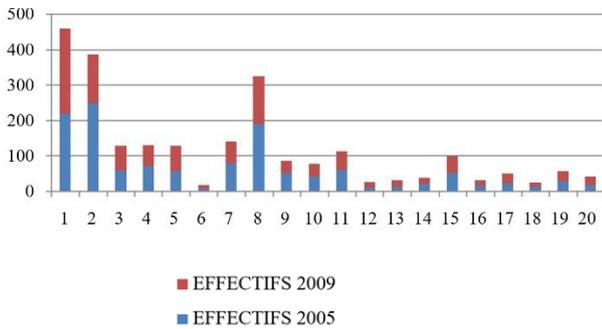
Figure (6.): The situation of the Current liability of 20 SME surveyed before and after the upgrade



Source: Figure drawn up starting from the book of the companies.

The current liabilities form the resources in the short run intended to finance short-term employment (assets at less than one year). The figure releases a marked progression of the Current liabilities in 2009, by recording a total growth of 3 726 050 533 DA, that is to say almost 35.63% compared to 2005. Half of SME (10) followed same logic, and that is explained by a reinforcement of the structure of the debts of exploitation of the assessment after two (2) years of implementation of an upgrade. It is to be in addition announced a regression of this variable was marked on the 10 remaining companies.

Figure (7.): The situation of Manpower of 20 SME surveyed before and after the upgrade

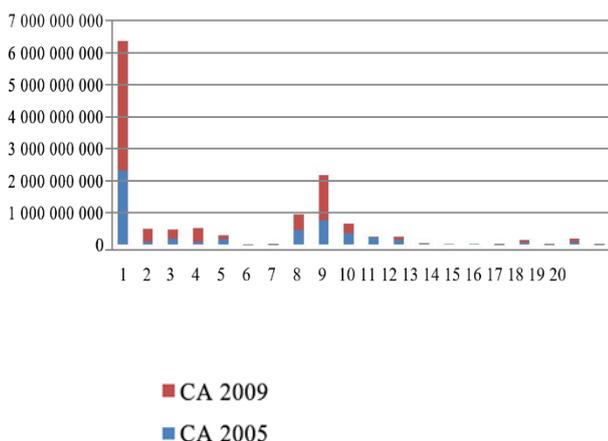


Source: Figure drawn up starting from the book of the companies.

The figure displays a timid regression amongst employees after two years of finalization of the process of upgrade of 155 paid, presenting is a fall from almost 5% of the totality of the companies listed compared to the basic year (2005).

Accordingly, it is imperative to announce that, this regression is indeed explained by the strong fall of employment, released thus by the companies (2 and 8), that is to say respectively of 109 and 53 like job losses displayed in 2009.

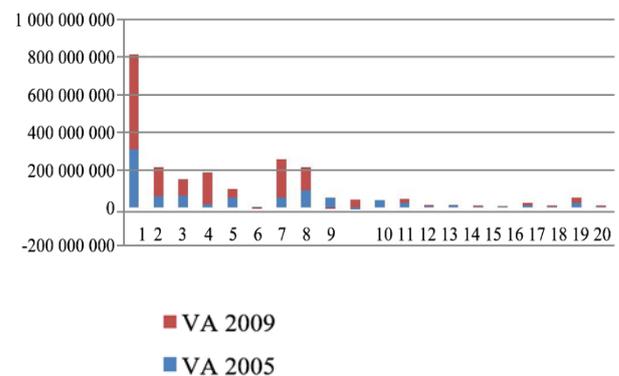
Figure (8.): The situation of the Sales turnover of 20 SME surveyed before and after the upgrade



Source: Figure drawn up starting from the book of the companies.

The turnover (CA) is the sum of the sales of goods and performances of service concerned with the usual exploitation of the company. This amount understands neither the VAT nor the other taxes directly related to the Turnover. The commercial reductions (given, rebates, discount) are to be deducted from the Turnover to obtain the Turnover⁸. Indeed, the figure above indicates a total increase in the sales in 2009 recorded presenting ainsi7 844 508 734 DA, after 5 044 192 300 DA like a Turnover generated before the implementation of the process of upgrade. The majority of the surveyed companies (13 SME) followed the same logic, explained thus by the increase in the sold quantities or the selling prices, and/or the unit costs of the sold productions. Moreover, the companies (5, 6,10,12,14,19, and 20) knew falls of the sales after their upgrade.

Figure (10.): The situation of the Added-value of 20 SME surveyed before and after the upgrade



Source: Figure drawn up starting from the book of the companies.

Table (3.): Annual index of the producer prices of Manufacturing industries (Price incl. VAT)« Private sector »

year	2005	2006	2007	2008	2009
index	414,8	422,5	430,7	436,6	443,0

⁸ It is to be announced accordingly that, the turnover is exploited starting from the Tables of the accounts of results (TCR) of the surveyed companies.

Source : ONS, [2010].

Table (4.): Price effect on the evolution of the Turnover and the Added-value - In Dinars Algerian (DA) –

year	2005	2009		
AV (VA)	811 120634	Price effect « AV » = AV 2009 / (IPP ⁹ 2009 / IPP2005)	1 321 644706	Real increase in added-value
Turnover (CA)	5044192 300	Price effect « CA » = CA 2009 / (IPP 2009 / IPP2005)	7 345 151 745	Real increase in turnover

Source: Our calculations.

The analysis of the added-value is used in a multiplicity of fields at various ends. In the field of management and consultation, the concept of the added-value is especially used in order to identify solutions with the problems of inefficiency of the companies. The basic idea is that the companies may find it beneficial to concentrate their efforts and resources on the activities which raise the value of the company, and to minimize, to even eliminate the others. The vision of the company, its objectives and the needs for its customers will be used as benchmarks to evaluate the contribution of the activities to the creation of value (Willis. J.F, and Avoided.G, [2002]). The figure releases a total progression of the remarkable added-value after the finalization of the process of upgrade [2009], that is to say a total difference of 600 375 520 DA, with an evolution of 75% compared to the basic year [2005], whose rate of added-value accounts for 16.08% and almost 18% respectively before and after the upgrade compared to listed totality. Table (3.) presents the annual Index of the producer prices of Manufacturièresqui Industries arrives at 443.0 in 2009 after 414.8 in 2005. And by presenting the price effect on the evolution of the Turnover and the Added-value, table (4.) shows the real increase in the sales as well as added-value justified by the superiority of these indicators in 2009 at the prices of

2005, compared to those of 2005. Later on, the majority of SME (14 companies) followed same logic, and presenting ainsuine increase to the level of their added-values. In addition to, the number remaining of SME (6 companies) knewheavyfallsandeven negative (companies6.9,and11).

Concerning the companies; 6,11,14, and 20 the regression marked on the level of their added-values, after the upgrade is thus explained by significant drops on the level of their turnover by recording falls on the level of the rate of added-value arriving at 855.96%, and 37.46% respectively at the companies (6 and 11).

Conclusion

The tables and figures above presented the financial situations and economic of 20 SME of the wilaya of Oran surveyed before and after the installation of the program of upgrade ED-PME. They clearly released a total strong growth of equities arriving at 267.51% after the installation of the process of upgrade, by recording a total growth of 2 497 600 604 DA, that is to say almost four (4) times the amount generated in 2005. Indeed, the majority of SME (15) followed same logic, with an increase of 76.44% after the installation of the upgrade. The investments in their turn, clearly recorded a progression of their clear accounting values, newcomer with 748 479 572 DA in 2009, with a growth rate of 223.50%. Also, the indicators of operation as well as the credits, followed same logic, that is to say a progression which varies between 35% and 55%. Then a real progression of the rate of added-value of 1.91% justified by the superiority of these two indicators in 2009 at the prices of 2005, compared to those of 2005. Moreover, the rate of the bottom line is to be taken with precaution, because the data presented reflect a strong reduction clearly, by thus releasing a negative rate, that is to say (- 388.04%), thus, the majority of the firms engaged in this process (13 SME) was able to appreciably improve their results of exercise. Although the Program of Upgrade refers to the improvement of the macro-economic environment and

⁹ (IPP) : Price index to the Production.

the meso-economic environment of the company, and in spite of the insufficiencies of our investigation, the studied sample enabled us to note that the upgrade of Algerian SME was not committed with much conviction, as well as the actions conducted on the macro-economic environment (institutional environment, banks, infrastructures, services,...) are far from achieving their goals. Indeed, administration as a whole, as well as the banking environment remain dependent on the influence of the culture inherited the years the economic centralism. Consequently, these entities are always battling against a nonfavorable culture on the initiative and with the development of the business (Joyal. With, [2010]).

Lastly, the conclusions of our study enabled us to note that, the upgrade of Algerian SME by no means fulfills the checked requirements. This is why Madoui. M and Boukrif. M, [2009] recommend the real upgrade of the whole of the structures and institutions which compose the environment of SME, which can involve to eradicate the culture inherited the years of state intervention.

Bibliography

Abdlehadi. Z, (2009), "Algerian SME vis-a-vis globalization: to adapt or disappear? ", The platform of Algeria, Algeria, March 2nd.

Abedou Abderrahmane & Bouyacoub Ahmed & Kherbachi Hamid, (2013), "the entrepreneurial in Algeria 2011", Total Entrepreneurship Monitor (GEM), GIZ (Germany)CREAD (Algiers), January, 125pages.

Aissani. , (2005), "the support policy of SME and their role in economic development in Algeria" University, Nadjat Memory of Magister in Economic scenes of Oran.

Bouri. NR,(2012), "Competitiveness and upgrade ofSME:Logicand results? ", Memory of Magister in Economy and Management.

Bouyacoub. With, (2004), "small and medium-size companies in Algeria: Which realities? ", In "Entrepreneurs and SME; French approaches algéro-", editions: The harmattan,P 75- 94.

Dhaoui. Mr. L (1996), "Upgrade and competitiveness", Edition : Arabesques, Tunis.

Dhaoui. Mr. L, (2003), "Reorganization, upgrade and industrial competitiveness", In acts of the International Seminar: "Strategic diagnosis for the Upgrade", May.

Joyal A, Mr. Sabeg and O Torres (direction), (2010), "Algerian SME and the challenge with internationalization": Foreign experiments, the Harmattan, Paris. Lamiri Abdelhak, (2003), "the upgrade: Challenges and practices of the Algerian companies", Re-examined Commercial Sciences and of management, N°02, ESC Algiers.

Lamiri. Abdelhak, (2003), "Management of information, rectification and upgrade of the companies", university Publications Office Editions, Algiers. Department of Industry and of the Promotionof the Investment, (2008),

"Project of strategy and policies of upgrade", internal document, November. Department of Industry, of the Small and medium-size company and the Promotion of the Investment -ANDPME,(2011), "nomenclature of the expenditure: Financial aids relating to the national

plan of upgrade", internal Document, P 1-3.

Ministry for SME and Crafts (MPMEA), (2007), "European Commission, Euro-Development SME", Final report, December.

Ministry for the Participations and Investment promotion, (2007), "Strategy and policies of revival and development industrialists", Official Printing works, Algiers

مؤشرات اقتصادية

مؤشرات اقتصادية واجتماعية جزائرية

جدول: يبين أثر صدمة انخفاض أسعار الطاقة على بعض المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية

السنة	2015	14	2013
- البطالة %	11.40	10.60	09.80
- النمو الديمغرافي %	02.06	02.07	02.16
- الديون الخارجية (مليار \$ أمريكي)	06.0	03.735	3.369
- احتياطي العملة الصعبة (مليار \$ أمريكي)	144.1	178.938	194.012
- سعر الصرف (دينار جزائري / واحد \$)	100.5	80.70	79.02

ضبط الإيرادات، إذ لا يمكن الحديث عن دوره بعد 2016 في ظل هذه المعطيات.

3 - الارتفاع غير المبرر لواردات السلع والخدمات التي باتت تهدد ميزان المدفوعات بالعجز، مع ما يعترى هيكل الواردات من نقاط ضعف، سواء من حيث الحجم الذي لا يتناسب مع طاقة السوق الجزائري، أم من حيث النوع الموجه إلى خدمة النسيج الصناعي والفلاحي من أجل خلق الثروة.

رئيس التحرير

المصدر: البنك المركزي الجزائري، صندوق النقد الدولي، مارس 2015، مشروع قانون المالية 2017

وهي كما ترى مؤشرات لا تحتاج إلى تعليق بقدر ما تؤكد صدقية مؤشرات أخرى، وبالتالي زيادة تنامي بذور الأزمة، إذ لا مجال للحديث عن احتياطي الصرف مع نهاية 2019 نظرا إلى ثلاثة أسباب رئيسة تعتبر كواقع ليس من السهل التحكم فيه.

1 - تراجع أسعار الطاقة، خاصة مع ظهور أزمة السندات الصينية التي كبدت الحكومة خسائر تفوق اثنين (02) تريليون \$ أمريكي مع نهاية شهر جوان 2015. وإذا أضفنا إليها أزمة أوروبا الجنوبية وما خلفته من انكماش اقتصادي، مثل اليونان وإسبانيا بالإضافة إلى إيطاليا والبرتغال، وهي عوامل مساعدة على تقليص الطلب العالمي بالنسبة إلى المحروقات. هذا مع الإشارة إلى ارتفاع إنتاج العراق، يرافقه دخول إيران على الخط مباشرة، بعد ما تم تسوية الملف النووي، إضافة إلى الفائض في المعروض على مستوى منظمة الأوبك.

2 - تزايد النفقات العمومية لتغطية مختلف المشاريع المبرمجة للفترة 2015 - 2019 مع ارتفاع التحويلات الاجتماعية بشكل غير مسبوق، مما يشكل عبءا على كاهل الميزانية، تظهر آثاره مباشرة على رصيد الخزينة، وبالتالي تآكل موارد صندوق

مركز البصيرة للبحوث والدراسات والدراسات العلمية

حي ماكودي 02 رقم 13 واد السمار - الجزائر
ها: 023.75.75.81 النقال: 05.60.18.59.00

البريد الإلكتروني: bacera.studies@gmail.com / الموقع الإلكتروني: www.albasseera.net

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 استراتيجية، دراسات إسلامية ودراسات أدبية، ودراسات قانونية ودراسات اجتماعية ودراسات نفسية أو من خلال التواصل العلمي مع المركز.

■ تصدر الدوريات سداسياً، أي عددان في السنة لكل دورية.

■ الاشتراك السنوي في الدوريات الواحدة للأفراد: 1200 دج لكل دورية، وخارج الوطن: 15 دولار. للمؤسسات في الجزائر: 1500 دج وخارج الوطن: 20 دولار.

قسمة الاشتراك السنوي

دورية دراسات إسلامية ودراسات استراتيجية ودراسات اقتصادية ودراسات قانونية ودراسات أدبية ودراسات اجتماعية ونفسية، تاريخية، الطفولة والأرطفونية.
تصدر مرتين في السنة

الاسم واللقب أو المؤسسة.....الهاتف.....
العنوان.....

- | | | | |
|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1- دراسات أدبية من العدد | <input type="checkbox"/> | 2- دراسات إستراتيجية من العدد |
| <input type="checkbox"/> | 3- دراسات إسلامية من العدد | <input type="checkbox"/> | 4- دراسات قانونية من العدد |
| <input type="checkbox"/> | 5- دراسات اقتصادية من العدد | <input type="checkbox"/> | 6- دراسات اجتماعية من العدد |
| <input type="checkbox"/> | 7- دراسات نفسية من العدد | <input type="checkbox"/> | 8- دراسات تاريخية من العدد |
| <input type="checkbox"/> | 9- دراسات الطفولة من العدد | <input type="checkbox"/> | 10- دراسات أرطفونية من العدد |

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

