



جامعة قاصدي مرباح ورقلة



Kasdi Merbah University Of Ouargla

المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية

دورية أكاديمية نصف سنوية محكمة
تصدر عن جامعة قاصدي مرباح ورقلة



تهتم بنشر الأبحاث و الدراسات المتعلقة بالعلوم
الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

العدد 02 / جوان 2015 - ايداع القانوني رقم : 2014/5483 - دمج : 2392/5302

مطبعة قاصدي مرباح ورقلة



Algerian Review Of Economic Development
ARED

Number 02/ June 2015

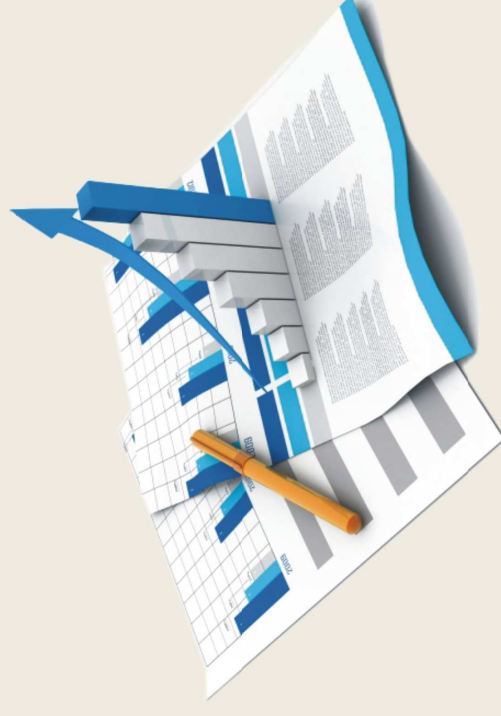
2

2

Algerian Review Of Economic Development ARED

Semi-annual peer - reviewed academic review

Issued by kasdi merbah university of ouargla



Concerned with publishing the researches and studies
in the fields of economic and commercial sciences
and management

Number 02 / June 2015 - legal deposit N ° 5483-2014 - ISSN : 2392/5302

Printed In Kasdi Merbah University Of Ouargla



جامعة قاصدي مرباح ورقلة

المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية

**Algerian Review of economic development
ARED**

دورية أكاديمية نصف سنوية محكمة

تصدر عن جامعة قاصدي مرباح ورقلة

Semi-annual peer-reviewed academic review
Issued by Kasdi Merbah University of ouargla

تتم بنشر الأبحاث و الدراسات المتعلقة بالعلوم الاقتصادية
والتجارية وعلوم التسيير

العدد 02 جوان 2015

المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية

مدير المجلة : أ. د/ أحمد بوطرفاية (مدير الجامعة)

مدير النشر: د/ عبد القادر خليفة

رئيس التحرير: د/ نوال بن عمارة

نائب رئيس التحرير: د/ عبد الحق بن تقات

أعضاء هيئة التحرير :

د. محمد زرقون	د. شريفة رفاع	د. أحمد رمزي صياغ	د. بولرباح غريب
د. أمينة مخلفي	د. الحاج عراية	د. محمد لحسن علاوي	د. العربي عطية
د. رشيد مناصرية	د. بوعلام بوعمار	د. عبد الرزاق مولاي لخضر	د. سمير بلال

الهيئة العلمية :

- أ.د/ صالح صالح، جامعة سطيف 1
أ.د/ ابراهيم بختي، جامعة ورقلة
أ.د / محمد عبد الحليم عمر، جامعة طيبة (السعودية)
أ.د/عبد المجيد قدي ، جامعة الجزائر 3
أ.د / عمر الكتاني ، جامعة محمد الخامس اكدال (المغرب)
أ.د/مداني بن بلغيث ، جامعة ورقلة
أ.د/عمار عماري ، جامعة سطيف 1
أ.د / ظاهر شاهر القشي ، جامعة جدارا (الأردن)
أ.د / مرجان محمد، الأكاديمية العالمية للبحوث الشرعية (ماليزيا)
أ.د / محمد سعد ، جامعة بريستول (المملكة المتحدة)
أ.د / عيسى بهدي ، جامعة ورقلة
أ.د /عبد الغني دادان، جامعة ورقلة
أ.د/ علي كساب ، جامعة الجزائر 3
أ.د/ محمد شيخي ، جامعة ورقلة
أ.د/ محمد جموعي قريشي ، جامعة ورقلة
أ.د/ التيجاني بالرقي ، جامعة سطيف 1

- أ.د / محمد أوضبجي، جامعة القاضي عياض (المغرب)
- أ.د/ ناصر سليمان، جامعة ورقلة
- أ.د/ حمدي عبد العظيم ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية (مصر)
- أ.د/ محمد حمزة بن قرينة ، جامعة ورقلة
- أ.د/ ناصر يوسف، الجامعة الإسلامية العالمية (ماليزيا)
- أ.د/ امر عزاوي، جامعة ورقلة
- أ.د/ هشام حوري ، جامعة نيس (فرنسا)
- أ.د. هواري سويسي ، جامعة ورقلة
- أ.د/ أحمد لعمى، جامعة ورقلة
- أ.د / مسعود بوضياف ، جامعة المنار (تونس)
- أ.د/ عبد الوهاب دادان ، جامعة ورقلة
- أ.د / أحمد بن عيشاوي ، جامعة ورقلة
- أ.د/ سعيد بوهاوة ، الأكاديمية العالمية للبحوث الشرعية (ماليزيا)
- أ.د / طارق حماد عبد العال ، جامعة عين شمس (مصر)
- أ.د/ الطيب داودي ، جامعة بسكرة
- أ.د/ محمد قويدري، جامعة الأغواط
- أ.د / خليل محمود الرفاعي ، جامعة البلقاء التطبيقية (الأردن)
- أ.د/ مسعود صديقي ، جامعة ورقلة
- أ.د/ الياس بن ساسي جامعة ورقلة
- أ.د/ ألهم يحياوي ، جامعة باتنة
- أ.د / مليكة زغيب ، جامعة قسنطينة
- أ.د/ عبد المنعم محمد الطيب، أكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية (السودان)
- أ.د / بشير مازوز (كندا)
- أ.د محمد التهامي طواهر جامعة الجزائر 3

معلومات الاتصال بالمجلة

جامعة قاصدي مرباح ورقلة - الجزائر -

مخبر متطلبات تأهيل وتنمية الاقتصاديات النامية في ظل الانفتاح الاقتصادي العالمي

موقع الانترنت : <http://revues.univ-ouargla.dz/index.php/acceill/algerian-review-of-economic-development>

البريد الإلكتروني : revue.lepem@gmail.com

التعريف بالمجلة

المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية مجلة أكاديمية نصف سنوية محكمة أسست عام 2014، تصدرها كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالتنسيق مع مخبر متطلبات تأهيل وتنمية الاقتصاديات النامية في ظل الانفتاح الاقتصادي العالمي بجامعة قاصدي مرباح، ورقلة- الجزائر. تُرسم سياسة النشر في المجلة بالتنسيق بين الهيئة العلمية للمجلة و المجلس العلمي للكلية و مجلس مخبر متطلبات تأهيل وتنمية الاقتصاديات النامية في ظل الانفتاح الاقتصادي العالمي وهيئة تحرير المجلة ، ويرتكز الخط التحريري للمجلة على دراسة أهمية الإصلاح المؤسسي واقتراح سياسات لتعزيز المؤسسات و مبادئ الحوكمة وآلياتها وتطوير أطر تنظيمية تدعم فرص الاستثمار، وتأهيل الاقتصاديات النامية لمواجهة تحديات وانعكاسات العولمة الاقتصادية. تُعنى المجلة بنشر الدراسات والأبحاث النظرية والتطبيقية المتمسمة بالأمانة العلمية والإضافة النقدية في حقول الاقتصاد والتجارة والتسيير، كما تهتم بنشر المراجعات والآراء للإصدارات العربية والأجنبية الحديثة والتعريف بها وتقارير المؤتمرات والنشاطات العلمية في مجالات التخصص. وهي منبر مفتوح لكل الباحثين الجادين في تخصصات الاقتصاد والتسيير والتجارة باللغة العربية والإنجليزية والفرنسية.

Indexing & Archiving

Algerian Review of economic development is indexed in following international databases:



<http://pakacademicsearch.com/publishers>



<http://generalimpactfactor.com/searchresults.php>



http://indianscience.in/pubs/journalDetails.php?journal_id=709



<http://theopendirectory.org/index.php/246-algerian-review-of-economic-development-ared>



<http://www.daij.org/journal-detail.php?jid=133>



<http://www.researchbib.com/?action=editLogin&url=%2F%3Faction%3DviewJournalDetails%26issn%3D21701121%26uid%3Dr4eca5>



<https://pbn.nauka.gov.pl/journals/49607>



<http://www.publishersglobal.com/directory/publisher-profile/21987/>



<http://www.uifactor.org/JournalDetails.aspx?jid=3649>



<http://www.journalqr.com/index.php?numBegin=11&num=11&begin=90&af=naj>



<http://www.drji.org/Search.aspx?q=REVUE%20DES%20SCIENCE%20SOCIALES%20ET%20HUMAINE&id=0>



<http://www.journalindex.net/?qi=Revue+des+Sciences+ Sociales+et+Humaines>



<http://eiop.or.at/cgi-bin/eurolink.pl?keywords=Algerian+Review+of+Economic+Development+%28ARED%29&cmd=Quick+Search>



<http://miar.ub.edu/ISSN/5302-2392>



<http://www.iseek.com/iseek/search.html?l=en&query=Algerian+Review+of+Economic+Development+%28ARED%29&sbl=2&bk=&spc=&as=UR0vWpEqOuOAJqjhb82xBfdO7UBFyO1Q>



<http://www.bing.com/search?q=Revue+des+Sciences+ Sociales+et+Humaines&qs=n&form=QBLH&filt=all&pq=revue+des+ sciences+sociales+et+humaines&sc=0-0&sp=-1&sk=>



<http://www.jourinfo.com/Journals/ARED.html>



<http://oaji.net/journal-detail.html?number=1606>



[http://www.entireweb.com/#q=Algerian+Review+of+Economic+Development+\(ARED\)&of=0&md=web&ts=1421824241256](http://www.entireweb.com/#q=Algerian+Review+of+Economic+Development+(ARED)&of=0&md=web&ts=1421824241256)



http://gaudeamusacademia.com/groups/6554195:Group:62932?xg_source=msg_appr_group



<http://www.israjif.org/single.php?did=2392-5302>



<http://www.efita.org/Agriculture/Agribusiness/Algerian-Review-of-Economic-Development-ARED-details-31050.html>



[http://www.entireweb.com/#q=Algerian+Review+of+Economic+Development+\(ARED\)&of=0&md=web&ts=1421824241256](http://www.entireweb.com/#q=Algerian+Review+of+Economic+Development+(ARED)&of=0&md=web&ts=1421824241256)



<http://www.scipio.ro/home>



<http://www.citefactor.org/journal/index/12096/algerian-review-of-economic-development-ared#.VYp4xILtO1t>



<http://impactfactor.pl/czasopisma/28914>



COSMOS IMPACT FACTOR

http://www.cosmosimpactfactor.com/page/journals_details/51.html



http://www.researchimpactfactor.com/applied_journal_list.php



http://www.cosmosimpactfactor.com/page/journals_details/51.html

قواعد النشر في المجلة

- 1 - ترسل الأبحاث والمقالات في شكل ملف مرفق عبر البريد الإلكتروني للمجلة المدون أدناه، ويشترط أن يكون البحث مكتوبًا ببرنامج Microsoft Word بنسق RTF (نوع الخط بالعربية : Simplified Arabic حجم ، مقاسه : 12، أما اللغة الأجنبية فنوع الخط : Times New Roman، مقاسه : 12)؛ وإذ يُفترض أن يكون حجم البحث المقدم للمجلة في حدود 20 صفحة بما فيها المصادر والهوامش و الجداول والرسوم التوضيحية، و ترقيم صفحاته وعناوينه الفرعية ينبغي أن تكون متسلسلة وواضحة أيضًا.
- 2 - بالنسبة إلى هوامش الصفحة من الأعلى والأسفل 2.54 سم، ومن اليمين 2.6 سم، ومن اليسار 1.5 سم؛ بينما المسافة بين الأسطر 0.88 سم. ضرورة التقيد بالنموذج المتبع في الأبحاث المنشورة في المجلة: .
- 3 - توضع قائمة الهوامش والإحالات والمراجع والمصادر في آخر البحث، وتُرقم بالتسلسل كما جاءت في متن البحث.
- 4 - مادة النشر تكون موثقة على النحو الآتي:
 - بالنسبة إلى الكتب: اسم المؤلف، عنوان الكتاب، دار النشر (الناشر)، مكان النشر، الطبعة، سنة النشر، رقم الصفحة.
 - بالنسبة إلى المجلة : اسم المؤلف، "عنوان المقال"، اسم المجلة (مكان النشر)، العدد، المجلد، سنة النشر، رقم الصفحة.
 - بالنسبة للمواقع الإلكترونية : اسم المؤلف، عنوان المقال، تاريخ التصفح، عنوان الموقع الإلكتروني كامل.
- 5 - يرفق مع كل مقال ملخصين أحدهما بلغة المقال و الآخر باللغة الإنجليزية بحيث لا يزيد عن 10 أسطر ، و كلمات دالة لا تقل عن خمس ترتب حسب ورودها في المقال .
- 6 - تخضع جميع البحوث للتحكيم ويتم إعلام الباحث بقرار الهيئة العلمية.
- 7 - يحق لهيئة تحرير المجلة إجراء بعض التعديلات الشكلية التي تراها ضرورية على المادة المقدمة للنشر دون المساس بمضمونها.
- 8 - المجلة غير ملزمة بإعلام صاحب البحث عن أية مخالفة لقواعد النشر، ولا ترد الأبحاث لأصحابها سواء نشرت أم لم تنشر .
- 9 - تُعبر مضامين المقالات في المجلة عن آراء أصحابها، ولا تمثل بالضرورة رأي المجلة.
- 10 - ترسل المقالات وتوجه المراسلات إلى البريد الإلكتروني: revue.lepem@gmail.com

الفهرس

- تكنولوجيا المعلومات وانعكاساتها على تنمية الموارد البشرية - دراسة ميدانية لمؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتنة .
- 1 نعيمة يحيوي & فتيحة بن أم السعد
- تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة ، أي دور لبنك الجزائر ؟
- 13 سليمان ناصر & آدم حديدي
- تعبئة الموارد الجبائية خيار إستراتيجي لتغطية العجز المالي للبلديات الجزائرية .
- 29 شوقي جباري & عولمي بسمة
- مدخرات القطاع العائلي في الجزائر بين الواقع والطموح - دراسة تحليلية للفترة (1970-2013) .
- 43 أحمد سلامي
- البنوك الإسلامية: الحل الأمثل لمشاكل الأزمات المالية - الأزمة المالية العالمية 2008 كمثال .
- 69 زكرياء شعباني
- دور قطاع صناعة الحديد و الصلب في تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية في الجزائر - دراسة اقتصادية تحليلية .
- 77 سمير بوختالة & محمد زرقون
- إمكانية تطبيق أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أداء المؤسسة التنافسي .
- 91 حكيم بن جروة & خليدة دلهوم
- حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية - تجربة البنك المركزي الماليزي .
- 105 سعيد بوهرارة & حليلة بوكروشة
- قياس علاقة التكامل المتزامن بين الاستثمار الأجنبي المباشر و معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر .
- 121 محمد مراس
- تأثير التحليل البيئي كآلية من آليات اليقظة الإستراتيجية في بناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية - دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الوطنية بولاية برج بوعرييج وسطيف الشريف بقة & فائزة محلب
- 131

L'innovation et l'imitation dans les télécommunications mobiles en Algérie	
Ghalia BENYAHIA-TAIBI & Imân BENZIANE	1
La problématique de la création des petites et moyennes entreprises en Algérie	
Kafia BERRAH & Moussa BOURIF.....	19
Climat des IDE et le marché du travail au niveau du monde réalité et perspective	
Abdelkader GUENDOZ & Zahira BEDJAOUI & Leila KHAOUANI	29
The financial market environment: the new role of the central bank	
Mohammed BOUTOUBA & Najib BENSLIMANE.....	39

تكنولوجيا المعلومات وانعكاساتها على تنمية الموارد البشرية
- دراسة ميدانية لمؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتنة -

**Information technology and its impact on human resource
development**

- An Empirical Study of the Foundation Sonelgaz Regional Directorate for
distribution of Batna -

فتيحة بن أم السعد

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة باتنة، الجزائر

fatandoc@gmail.com

نعيمة يحيوي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة باتنة، الجزائر

yahiaoui966@gmail.com

ملخص :

إن الثورة التكنولوجية ونسق التغيير المتسارع الذي يطرأ على العالم جعل المؤسسات تعيد صياغة إستراتيجياتها في تنمية مواردها البشرية، حيث تأخذ في الاعتبار مختلف الميزات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات، وتمثل تنمية الموارد البشرية أحد المقومات الضرورية في تحريك القدرات والكفاءات في ظل تكنولوجيا المعلومات، بحيث لا تعتبر هدفا في حد ذاتها ولكنها وسيلة لتحقيق هدف أكبر هو الاستخدام الأمثل لهذه الموارد للوصول إلى المستوى المرغوب، وبالموازاة مع ذلك تولي مؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتنة اهتماما كبيرا بتنمية مواردها البشرية، بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات التي تؤثر بشكل كبير على هذه الموارد.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، تنمية الموارد البشرية، استراتيجيات تنمية الموارد البشرية، التنمية الإدارية، الكفاءات البشرية.

Abstract:

The technological revolution and the rapid pace of change require institutions to review their human resource development strategies. This implies taking into account the various aspects and characteristics of information technology. The development of human resources is one of the essential factors for better development and better use of skills in using new technologies in order to achieve the desired objectives. Sonelgaz and regional distribution Directorate Batna is invited more than ever to give paramount importance to these new technologies to develop human resources.

Key words: information technology, human resource development, human resource development strategies, management development, human efficiencies.

تمهيد:

تشهد اقتصاديات العالم منذ عقدين من الزمن تغييرات هائلة وتحولات سريعة تنتقل فيها من الثورة الصناعية إلى الثورة التكنولوجية التي شاركت في تطوير أداء المؤسسات تلبية لرغبات الزبائن ليس فقط على المستوى الوطني بل على المستوى العالمي أيضا، فالمؤسسات حاليا تصبوا لتحقيق الريادة العالمية، لدعم مفهوم العولمة الاقتصادية، والتي أسفرت عن ظهور العديد من المفاهيم الحديثة كالاقتصاد الموحد، الاقتصاد الخدمي ثم الاقتصاد الحديث الذي نتج عنه الاقتصاد الرقمي، ولعل هذا الأخير أكثر دعما لمفهوم العولمة.

واتسمت السنوات الماضية بتطورات وتحديات هائلة كان لها انعكاساتها الإيجابية على إدارة الموارد البشرية، ويعتبر المورد البشري من أهم مقومات الإنتاج نسبة لحيويته ومقدرته على خلق توازن بين عناصر الإنتاج، وأيضا تعقيده وصعوبة قياس سلوكه جديرة بالوقوف عند هذا المورد الهام، ونجد سر نجاح كبرى المؤسسات العالمية يرجع في الغالب إلى استخدام الموارد المتاحة بكفاءة عالية عن طريق المورد البشري، وبالتالي كان لابد من تنميته من خلال تلبية احتياجاته ودعمه لمواكبة التغييرات المتسارعة في عالم تكنولوجيا المعلومات.

مشكلة الدراسة: على ضوء ما سبق يمكن صياغة الإشكالية التالية:

ما مدى انعكاس تكنولوجيا المعلومات على تنمية الموارد البشرية في مؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتنة ؟

ولإحاطة بجميع جوانب هذا الإشكال تمت الاستعانة بالأسئلة الفرعية التالية:

1- ما هي مختلف الإستراتيجيات التي يتم الاعتماد عليها في تنمية الموارد البشرية؟

2- ما هي أهم مميزات تكنولوجيا المعلومات؟

3- ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات على تنمية الموارد البشرية في مؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع

باتنة ؟

فرضيات الدراسة: تم القيام بصياغة عدة فرضيات سيتم الإجابة عنها خلال هذه الدراسة، وتتمثل في:

1- تستند عملية تنمية الموارد البشرية على العديد من الإستراتيجيات.

2- تساهم تكنولوجيا المعلومات في تنمية الموارد البشرية بشكل كبير.

3- تهتم مؤسسة سونلغاز اهتمام كبير بتنمية مواردها البشرية بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات.

أهمية الدراسة:

يكتسي موضوع تنمية الموارد البشرية في ضل تكنولوجيا المعلومات أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسات التي تصبو إلى البقاء والاستمرارية، لا سيما في محيط تسوده التنافسية وتحكمه آليات السوق وتحتل فيه المعلومة مركز القيادة أين لا مكان للمؤسسات التقليدية وسط المؤسسات العالمية التي جعلت من تكنولوجيا المعلومات ورقة رابحة من خلال تنميتها لمواردها البشرية، والمؤسسة الناجحة هي التي لا تمنح للغموض مجالا يعيق حركيتها وتطورها.

أهداف الدراسة: يمكن تحديد أهداف الدراسة في النقاط التالية:

1- بيان انعكاس تكنولوجيا المعلومات على تنمية الموارد البشرية بالمؤسسة.

2- الوقوف على وضعية الموارد البشرية بالمؤسسة الجزائري سونلغاز - المديرية الجهوية للتوزيع باتنة - والتعرف

على الجهود المبذولة في سبيل تنميته وتطويره.

منهجية الدراسة:

على الباحث إتباع أسس موضوعية لتحديد المنهج الملائم الذي تقتضيه أهداف الدراسة في وصف الظاهرة والكشف عن حيويتها وتحليلها، ونظرا إلى أنها ستم عن طريق استمارة الأسئلة الهدف منها هو الوقوف عند حد الوصف والربط، ونتيجة لهذه الأسباب فإن المنهج المناسب لهذا البحث هو المنهج العلمي، بالاعتماد على الأسلوب الوصفي الذي يمكن من استجواب جميع أفراد العينة بغية وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها، والأسلوب التحليلي الذي يسمح بتحليل البيانات بغية الوصول إلى نتائج الدراسة.

محتوى الدراسة: في سبيل تحقيق أهداف الدراسة قمنا بتقسيم الورقة البحثية الى محورين رئيسيين:

- المحور الأول: التأسيس النظري للدراسة،
- المحور الثاني: دراسة ميدانية لمؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتنة .

المحور الأول: التأسيس النظري للدراسة

أولاً: مفاهيم أساسية حول تنمية الموارد البشرية

I. مفهوم تنمية الموارد البشرية: يمكن تعريفها من خلال عدة جهات نظر، من بينها:

1. مفهوم تنمية الموارد البشرية باعتباره نظاماً فرعياً: هي "نظام فرعي ضمن مجموعة الأنظمة الفرعية لنظام تسيير الموارد البشرية، والذي يركز على الارتقاء بمستوى الأداء البشري، وبما يتكامل مع الأنظمة الفرعية الأخرى داخل المؤسسة".¹
2. مفهوم تنمية الموارد البشرية باعتبارها نشاطاً مستمراً: إن تنمية الموارد البشرية هي "نشاط مستمر باستمرار المؤسسات ككائنات ديناميكية متفاعلة تهدف إلى تقليل الفجوة بين واقع المؤسسة بإمكانياتها الحالية والبيئة المحيطة بها بمتغيراتها وتطوراتها وما تفرزه من فرص وتهديدات، وبما يضمن استغلال كل ما يتاح لها من فرص، وتقليل الآثار التي تترتب على ما يواجهها من تهديدات".²
3. مفهوم تنمية الموارد البشرية باعتبارها نشاطاً شاملاً: هي "نشاط شامل يمتد ليشمل جميع العاملين بالمؤسسة بداية من التحاقهم بها، وبما يضمن زيادة مقدرتهم على الأداء المتميز، وكذلك مساعدة العاملين على التخطيط السليم لمستقبلهم الوظيفي، وذلك في الأجلين القصير والطويل".³

II - إستراتيجيات تنمية الموارد البشرية:

1. II. إستراتيجية التدريب: يقصد بالتدريب " مجموعة من الطرق المستخدمة في تزويد الموظفين الجدد أو الحاليين بالمهارات اللازمة لأداء وظائفهم بنجاح ".⁴ ويعرف Philipp التدريب بأنه: " العملية التي من خلالها يتم تزويد العاملين بالمعرفة أو المهارة لأداء و تنفيذ عمل معين".⁵

1. تصميم البرنامج التدريبي: يتطلب القيام بعملية التدريب مايلي:⁶

- **تحديد الاحتياجات التدريبية:** من الضروري أن تتركز برامج التكوين على احتياجات المنظمة في التدريب ويتم ذلك عبر الدراسة المعمقة والمسبقة لاحتياجات مختلف المصالح، الوحدات، والمستويات، وتحديد الأهداف التي تريد عملية التكوين الوصول إليها.
- **طرق تحديد الاحتياجات التدريبية:** تظهر الحاجة للتدريب من خلال ثلاث مستويات هامة هي:
 - تحليل تنظيمي: يتضمن تحليل المنظمة النقاط الآتية: دراسة الأهداف الحالية للمنظمة، دراسة تطور المنظمة، تحليل الهيكل التنظيمي.

- تحليل المهام: تتم عن طريق دراسة مناصب العمل بالاعتماد على تحديد المهارات المطلوبة مما يمكن من اكتشاف المشاكل وأسبابها والعملية التي أدت إلى وقوعها.
- تحليل فردي: ويتم عن طريق تحليل المعلومات الخاصة بالفرد ومقارنتها بالمواصفات المطلوبة لأداء العمل بفعالية ثم تحديد الأفراد الذين هم بحاجة إلى التدريب.

2. اختيار أساليب التدريب: من أهم هذه الأساليب:⁷

- المحاضرات: هو أسلوب شائع يصلح لإكساب معلومات ومعارف نظرية عامة كقواعد العمل والإجراءات وغيرها لعدد كبير من المتدربين.
- دراسة الحالات: تستخدم هذه الطريقة لإكساب مهارات تحليلية حيث يواجه المشاركون مواقف عملية يطلب منه تحليلها، اتخاذ القرار المناسب واختيار أسلوب العلاج، ولهذه الطريقة قواعد كثيرة لما لها من تأثير على السلوك المستقبلي للمتدرب.
- تقمص الأدوار: أسلوب ضروري لإكساب الفرد مهارات في التصرف في مواقف مختلفة.

2.II إستراتيجية التنمية الإدارية: تتضمن إستراتيجية التنمية الإدارية الخطوات التالية:⁸

1. تحليل الاحتياجات الإدارية: يساعد تحليل الاحتياجات الإدارية الموجودة داخل المنظمة في التعرف على المراكز الإدارية فيها وأي منها يحتاج للتنمية، وهذا يساعد أيضا في معرفة القدرات والمهارات والمؤهلات الواجب توافرها فيهم وبذلك يمكن الوقوف على جوانب القوة والضعف في قدرات ومهارات المديرين، ووضع الطرق المناسبة لتنميتهم.

2. وضع برنامج التنمية: تمر هذه العملية بالمرحل التالية:

- تحديد أهداف البرنامج،
- تحديد نوع المهارات التي سيتم التدريب عليها،
- وضع المنهاج التجريبي،
- اختيار طريقة التدريب،
- اختيار المدربين،
- تحديد مكان إقامة برنامج التنمية،
- تحديد فترة برنامج التنمية،
- توفير مستلزمات البرنامج،

3. تقييم برنامج التنمية: من أهم طرق تقييم برنامج التنمية مايلي:

- الطرق الكمية: تقوم بقياس بعض المعايير المتعلقة بالإنتاجية، دوران العمل والشكاوي قبل وبعد تنفيذ برنامج التنمية.
- الطرق النوعية: تتخذ من قبل اختصاصيين فهؤلاء المختصين بإمكانهم تحديد فعالية عدد من العوامل المؤثرة في برنامج التنمية الإدارية مثل نوعية وكفاءة المدير، أو نوعية محتويات البرنامج وهي تعد سمات وخصائص نوعية يجب أخذها بعين الاعتبار عند تقييم البرنامج.
- قوائم الاستبيان: توزع هذه القوائم على المديرين المتدربين وتتضمن معايير على شكل أسئلة وأجوبة، وعلى أساس هذه الإجابات يمكن التعرف على نواحي الضعف والقصور.
- الملاحظة المباشرة: عن طريق مراقبة وملاحظة رد فعل المتدربين اتجاه البرنامج، ويتم التعرف على ذلك من خلال الأحاديث التي يتبادلونها، أو الشكاوي الموجهة من قبلهم للإدارة المسؤولة عن تنفيذ البرنامج.
- الاجتماعات: عن طريق عقد اجتماع أو حفل ختامي يحضره المتدربون ويتم من خلاله سؤال المتدربين عن رأيهم في البرنامج.

II.3. إستراتيجية تنمية الكفاءات البشرية: يمكن تعريفها على أنها "مجموعة النشاطات التعليمية التي تؤدي إلى زيادة المردودية الحالية والمستقبلية للأفراد ورفع قدراتهم الخاصة بانجاز المهام الموكلة إليهم وذلك عن طريق تحسين معارفهم، استعداداتهم واتجاهاتهم".⁹

1. عملية تنمية الكفاءات البشرية: تمر عملية تنمية الكفاءات البشرية بالعديد من المراحل:

- **تحديد الأفراد المستهدفين:** وتتم هذه العملية عن طريق تحديد العينة المستهدفة ثم تصنيفهم على أساس فئات متجانسة حسب نوعية المنصب والنشاط ليسهل فيما بعد توجيه عمليات التنمية نحو هؤلاء وضمان سير البرنامج في مسار تحقيق أهدافه.¹⁰
- **اختيار المدربين:** يتم اختيار المدربين حسب طبيعة الاحتياج، فإذا كان الاحتياج من المهارات المهنية المبدئية فإن المدربين عادة يكونون من داخل المؤسسة، أما إذا كان الاحتياج ينصب حول العلاقات ما بين الأفراد والتحكم في المصطلحات والنظريات فيكون المدربين مجموعة من الأساتذة الباحثين الجامعيين أو مستشاريين خارجيين.¹¹
- **مستوى التعلم:** بعد إنشاء البرنامج يقوم المشرفون بتكييف مكوناته المختلفة مع أنماط الكفاءات التي سوف يتم تتميتها، وعملية التعليم في سبيل تكييفها مع الكفاءات المطلوبة تصنف إلى ثلاثة مستويات حسب درجة التعقيد وتتمثل هذه المستويات في: اكتساب المعارف الأساسية، اكتساب المهارات وتحسين القدرة الإنتاجية.

ثانيا: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات

I. مفهوم تكنولوجيا المعلومات: يعتبر لفظ التكنولوجيا من أكثر الألفاظ تداولاً ورغم ذلك تعددت الرؤى في تحديد مفهوم دقيق لها، فهناك من عرفها على أنها "عملية أو مجموعة من العمليات التي تسمح بتطبيق المعارف العلمية من أجل تطوير الإنتاج الصناعي"¹²

وهناك من عرفها بأنها "تطبيق تقنية معينة في تصميم وإنتاج منتج معين"¹³

ويمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات هي تقنية تستعمل في جمع المعلومات ومعالجتها، وتتضمن هذه التكنولوجيا الاستعمالات من الحواسيب، شبكات الاتصال وأجهزة تداول المعلومة السلوكية واللاسلكية.

II.2. مميزات تكنولوجيا المعلومات: تتمثل في:¹⁴

- 1- السرعة: من خلال معالجة المعلومة بسرعة وهذا ما سمح بتخفيض مدة المعالجة بشكل كبير.
- 2- تقريب المسافة: أصبح بالإمكان النقل الفوري للمعلومات بين أي نقطتين من العالم.
- 3- القدرة: بفضل التطور الحاصل في الوسائط الالكترونية المستعملة في تخزين المعلومات يمكن الوصول وبسرعة فائقة إلى كتلة كبيرة من المعلومات مهما كان مكان تخزينها.
- 4- مرونة الاستعمال: بمعنى إمكانية استعمالها في مجالات جد واسعة.

III- أثر تكنولوجيا المعلومات على تنمية الموارد البشرية: ومن هذه التأثيرات ما يلي:¹⁵

تخطيط الاحتياجات التدريبية: يبرز دور الانترنت في تعريف مديري التدريب ببرامج وخط العمل والإنتاج لكافة الإدارات الأخرى، وبالتالي فإنه يمكن أن يضع خططا واقعية لتنفيذ هذه البرامج، كما تتيح برامج الحسابات الخاصة بالتخطيط إمكانيات لوضع خطط للتدريب.

تحديد أسلوب ومتطلبات التنفيذ: من خلال شبكة المعلومات الخارجية الانترنت يمكن التعرف على البرامج التدريبية المتاحة عالميا.

تنفيذ العملية التدريبية: وذلك من خلال: **التدريب المستمر:** حيث يكون التدريب متاحا لكافة الراغبين في جميع الأوقات، فالتدريب من خلال شبكة الانترنت والانترانيت مفتوح أربع وعشرون ساعة في اليوم، وفي جميع الأيام، **التدريب أثناء العمل:** من خلال تنفيذ برامج التدريب بالتوازي مع العمل ودون شعور المتدرب بالفارق.

III-2- أثر تكنولوجيا المعلومات على التنمية الإدارية: من خلال: (3)

الجانب التعليمي: إن استخدام تقنيات التعلم عن بعد يؤدي إلى إكساب الطلبة المعارف الأساسية بصورة أسرع، وفي هذا يقول **Andrew Poole** "إن التعلم بواسطة الإنترنت يعزز مهارات العاملين، ويوفر لهم المرونة التي تمكنهم من اكتساب مهارات جديدة تمكنهم من تغيير وظائفهم إذا لزم الأمر"

الجانب الصحي: تساهم الانترنت في تحقيق التنمية في المجال الصحي، الأمر الذي يعود على التنظيمات الإدارية، بتوافر قوة عمل فعلية، تتمتع بوضع صحي ممتاز، وأيضا يعود على المجتمع بفوائد كثيرة حيث يمكن ملاحظة مساهمات الانترنت في تنمية الجانب الصحي.

الجانب الإعلامي والسياسي: تعمل الانترنت على تعميق الوعي السياسي من خلال ترك الناس يمارسون حرية التعبير عن طريق الصحافة الحرة، ويمكن ملاحظة هذه الظاهرة من خلال الزيادة في أعداد الصحف والمجلات، إضافة إلى إمكانية الاطلاع على كل التحليلات في مختلف مناطق العالم.

الجانب الاقتصادي: تساهم ثورة المعلومات في نجاح التنمية الاقتصادية بشكل كبير، وتتضمن مساهمات الانترنت في هذا المجال في خلق قطاعات اقتصادية جديدة معتمدة على التدفق المستمر للمعلومات، العمل على خلق قطاعات مالية جديدة يترتب عليها إدخال تحسينات إضافية إلى العمليات المتعلقة بالائتمان، وعمليات وضع أموال المدخرين وتشغيلها في عمليات استثمارية جديدة.

III-3- تأثير تكنولوجيا المعلومات على تنمية الكفاءات البشرية: تكمن العلاقة بين الكفاءات البشرية وتكنولوجيا المعلومات في أن تنمية الكفاءات البشرية زادت في قوة ودرجة الابتكار والإبداع، وبالتالي ظهور وانتشار تكنولوجيا المعلومات، ومن بين تأثيرات تكنولوجيا المعلومات ما يلي:

- استخدام مناصب خاصة وتأهيل وتدريب الأفراد القائمين على فرز وتحليل المعلومات الهائلة المتواجدة في شبكة الانترنت والبريد الالكتروني.

- استخدام طرق جديدة في التدريب لتنمية الكفاءات عن طريق الإنترنت (**Formation En Ligne**) وظهور ما يسمى بالجامعات والمراكز التدريبية الافتراضية.

- ظهور طرق جديدة منفتحة على العملاء خاصة مع امتلاكهم لأجهزة الكمبيوتر الشخصية وارتباطهم بشبكة الانترنت (التجارة الإلكترونية)، مما أجبر المؤسسة على تدريب الأفراد وتعليمهم وإكسابهم كفاءات جديدة لكي تتمكن من تصريف منتجاتها وخدماتها بصورة فعالة وسريعة.

المحور الثاني: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية

1- **مجتمع وعينة الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من عمال وإطارات شركة التوزيع الكهرباء والغاز للشرق-المديرية الجهوية للتوزيع باتنة التابعة لمجمع سونلغاز الجزائري، ومجتمع الدراسة الذين تتوفر فيهم شروط البحث تتمثل في 30 عاملا، وقد تم اختيار العينة بصفة عشوائية منتظمة حيث شملت 30 فردا والذين تم استجابة 25 فرد منهم.

2- **أداة الدراسة:** لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد وبشكل أساسي على الاستبيان كأداة من أدوات القياس لمتغيرات الدراسة، وقد تم توزيع استمارات الأسئلة على عمال مديرية التوزيع الجهوية لوحدة باتنة وقد دامت عملية التوزيع

والجمع لهذه الاستثمارة حوالي 15 يوم، حيث تم الحصول على 25 استثمارة من مجموع 30 موزعة، أي بنسبة استرجاع قدرها 83.33%، وبعد فحص الاستثمارات لم يتم استبعاد أي استثمارة.

3- أدوات التحليل الإحصائية:

- التكرارات: لمعرفة تكرار اختيار كل بديل من بدائل أسئلة الاستبيان.
- النسب المئوية: لمعرفة نسبة اختيار كل بديل من بدائل أسئلة الاستبيان.
- اختبار K^2 : تم استخدام هذا الإختبار قصد معرفة الدلالة الإحصائية للفروق بين التكرارات والتأكد من تحقق فرضية البحث أو عدم تحققها، ويتم حساب K^2 وفقا للعلاقة التالية:

$$K^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

F_o : تمثل التكرار المشاهد (المتحصل عليه).

F_e : تمثل التكرار المتوقع (النظري).

ويتم بعد ذلك الكشف عن دلالة K^2 المحسوبة من خلال تفحص الجدول الإحصائي المتعلق بقيم اختبار K^2 عند درجات الحرية N-1 ولمستوى الدلالة 0.05 المبين لنسب الثقة في النتائج المتحصل عليها ونرمز بالرمز K^2t .

4- البيانات المتعلقة بالدراسة: من خلال الإجابة على تساؤلات صحيفة الاستبيان، يمكن تحديد إلى أي مدى تساهم العبارات المذكورة في عكس مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات على تنمية الموارد البشرية، والتي نبينها من خلال الجداول التالية:

1- هل تهتم المديرية بتنمية مواردها البشرية ؟

جدول رقم (1) اهتمام المديرية بتنمية مواردها البشرية

K^2t	K^2	النسب المئوية	التكرار	الإجابة
3.84	6.76	76%	19	نعم
		24%	06	لا
		100%	25	المجموع

من إعداد الباحثين

يتضح من خلال الجدول أن K^2 دالة عند مستوى معنوية 0.05، لأن $(K^2t < K^2)$ ، وقد جاءت هذه الدلالة لصالح الاختيار "نعم"، حيث أكد 76% من المبحوثين أن المديرية تهتم بتنمية مواردها البشرية، في حين الذين صرحوا بعدم اهتمام المديرية بتنمية مواردها البشرية بلغت نسبتهم 24%.

2-ما نوع الإستراتيجيات التي تستخدمها المديرية في تنمية مواردها البشرية ؟

جدول رقم (2) الإستراتيجيات التي تستخدمها المديرية في تنمية مواردها البشرية

النسب المئوية	التكرار	الإجابة
42%	14	التدريب
24%	08	التنمية الإدارية
34%	11	تنمية الكفاءات
100%	33	المجموع

من إعداد الباحثين

مع العلم أن الإجابات تضمنت أكثر من اختيار وذلك لأن المديرية تستخدم عدة إستراتيجيات في آن واحد، لذا فإن أكبر نسبة صرح بها المبحوثين هي إستراتيجية التدريب وذلك بنسبة 42%، تليها إستراتيجية تنمية الكفاءات وذلك بنسبة 34%، وأخيرا إستراتيجية التنمية الإدارية بنسبة 24%.

3- هل تهدف المديرية من خلال تنمية مواردها البشرية إلى:

جدول رقم (3) الهدف المديرية من خلال تنمية مواردها البشرية

النسب المئوية	التكرار	الإجابة
45%	15	إكسابهم معارف ومهارات جديدة
38%	13	الارتقاء بمستوى أداءهم البشري
17%	06	تهيئتهم لمواجهة التحديات الجديدة
100%	34	المجموع

من إعداد الباحثين

مع العلم أنه تضمنت الإجابات أكثر من اختيار لأن المديرية تهدف في آن واحد إلى تحقيق العديد من الأهداف، وبالتالي فإن المديرية حسب تصريحات المبحوثين تسعى إلى إكساب مواردها البشرية معارف ومهارات جديدة وذلك بنسبة 45%، ثم الارتقاء بمستوى أدائهم البشري بنسبة 38%، وأخيرا تهيئتهم لمواجهة التحديات الجديدة بنسبة 17%.

4- أين تتم عملية تنمية الموارد البشرية ؟

جدول رقم (4) المقر الذي تتم فيه عملية تنمية الموارد البشرية

النسب المئوية	التكرار	الإجابة
43%	15	المديرية
49%	17	مراكز ومعاهد خاصة
08%	03	خارج الجزائر
100%	35	المجموع

من إعداد الباحثين

مع العلم أن الإجابات تضمنت أكثر من اختيار لأن المديرية تقوم بعملية تنمية مواردها البشرية في عدة أماكن في آن واحد كالمديرية نفسها ومعاهد خاصة بمؤسسة سونلغاز وكذا بالخارج، إلا أن تصريحات المبحوثين أعطت النسبة الأكبر للاقتراح الثاني المتمثل في: مراكز ومعاهد خاصة بنسبة 49%، ثم المديرية بنسبة 43%، وأخيرا بالخارج وذلك بنسبة 08%.

5- ما مدى اعتماد المديرية على تكنولوجيا المعلومات ؟

جدول رقم (5) اعتماد المديرية على تكنولوجيا المعلومات

K ^{2t}	K ²	النسب المئوية	التكرار	الإجابة
5.99	10.64	%16	04	اعتماد كبير
		%20	05	اعتماد متوسط
		%64	16	اعتماد ضعيف
		%100	25	المجموع

من إعداد الباحثين

من خلال نتائج الجدول أعلاه، نلاحظ أن K^2 دالة عند مستوى معنوية 0.05، لأن $(K^{2t} < K^2)$ ، وقد جاءت هذه الدلالة لصالح الاختيار "اعتماد ضعيف"، ونشير إلى وجود ثلاث اتجاهات، حيث صرح أغلب المبحوثين على أن اعتماد المديرية على تكنولوجيا المعلومات اعتماد ضعيف وذلك بنسبة %64، في حين نجد أن نسبة %20 منهم يرون أن اعتماد المديرية على تكنولوجيا المعلومات اعتماد متوسط، أما الذين يرون أنها حاجة ضعيفة فتبلغ نسبتهم %16.

6- هل تملك المديرية ؟

جدول رقم (6) الشبكات التي تملكها المديرية

النسب المئوية	التكرار	الإجابة
%25	10	شبكة عالمية Internet
%33	13	شبكة محلية Lotus notes
%42	16	شبكة داخلية Adresse IP
%100	39	المجموع

من إعداد الباحثين

مع العلم أن الإجابات تضمنت أكثر من اختيار لأن المديرية تملك في الوقت نفسه شبكة عالمية وشبكة محلية وشبكة داخلية، إلا أن العمال لا يملكونها كلها في آن واحد، وبالتالي حسب تصريحات المبحوثين فإن الشبكة التي تملكها المديرية بنسبة أكبر هي الشبكة الداخلية بنسبة %42، تليها الشبكة المحلية بنسبة %33، وأخيرا الشبكة العالمية بنسبة %25.

7- هل تملك جهاز كمبيوتر في مكتبك ؟

جدول رقم (7) إمتلاك جهاز كمبيوتر

K ^{2t}	K ²	النسب المئوية	التكرار	الإجابة
3.84	2	%60	15	نعم
		%40	10	لا
		%100	25	المجموع

من إعداد الباحثين

يتضح من خلال الجدول أن K^2 دالة عند مستوى معنوية 0.05، لأن $(K^{2t} < K^2)$ ، وقد جاءت هذه الدلالة لصالح الاختيار "نعم" وتشير الإجابات إلى وجود اتجاهين متباعين، حيث أن نسبة %60 من المبحوثين يملكون أجهزة كمبيوتر في مكاتبهم، في حين أن نسبة %24 لا يملكون.

8- هل تملك بريد إلكتروني ؟

جدول رقم (8) امتلاك بريد إلكتروني

K ^{2t}	K ²	النسب المئوية	التكرار	الإجابة
3.84	3.96	%32	8	نعم
		%68	17	لا
		%100	25	المجموع

من إعداد الباحثين

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن K^2 دالة عند مستوى معنوية 0.05، لأن $(K^{2t} < K^2)$ ، وقد جاءت هذه الدلالة لصالح الاختيار "لا"، وتشير الإجابات إلى وجود اتجاهين متباعين، حيث أن نسبة 68% من المبحوثين لا يملكون بريد إلكتروني، في حين أن نسبة 32% يملكون بريد إلكتروني.

9- ما نوع البرامج التي تستخدمها المديرية ؟

جدول رقم (9) البرامج التي تستخدمها المديرية

K ^{2t}	K ²	النسب المئوية	التكرار	الإجابة
3.84	4.96	%64	16	بسيطة
		%36	09	مركبة
		%100	25	المجموع

من إعداد الباحثين

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن K^2 دالة عند مستوى معنوية 0.05، لأن $(K^{2t} < K^2)$ ، وقد جاءت هذه الدلالة لصالح الاختيار "بسيطة"، حيث أن نسبة 64% من المبحوثين أجمعوا أن البرامج التي تستخدمها المديرية هي برامج بسيطة، في حين أن نسبة 36% من المبحوثين أجمعوا أن البرامج التي تستخدمها المديرية هي برامج مركبة.

10- هل يستخدم قسم الموارد البشرية تكنولوجيا المعلومات في:

جدول رقم (10) فيما يستخدم قسم الموارد البشرية تكنولوجيا المعلومات

النسب المئوية	التكرار	الإجابة
%44	11	تخطيط الاحتياجات التدريبية
%20	05	إعداد المحتوى التدريبي
%52	13	توفير الوسائل التدريبية
%100	25	المجموع

من إعداد الباحثين

مع العلم أن الإجابات تضمنت أكثر من اختيار لأن قسم الموارد البشرية يستخدم تكنولوجيا المعلومات في تخطيط الاحتياجات التدريبية، إعداد المحتوى التدريبي وتوفير الوسائل التدريبية. إلا أنه حسب تصريحات المبحوثين فإن تكنولوجيا المعلومات تستخدم بنسبة أكبر في توفير الوسائل التدريبية وذلك بنسبة 52%، تليها نسبة تخطيط الاحتياجات التدريبية بنسبة 44%، وأخيرا نسبة إعداد المحتوى التدريبي بنسبة 20%.

خلاصة :

تم من خلال هذا البحث إعطاء نظرة على تكنولوجيا المعلومات وانعكاساتها على تنمية الموارد البشرية حيث تؤثر تطبيقات تكنولوجيا المعلومات تأثيرا جوهريا على تنمية الموارد البشرية لذا يجب التعامل مع هذه التطبيقات بما يعزز الإيجابيات ويتلافى السلبيات ومن هذه التأثيرات: تغيير ثقافة المؤسسة من الثقافة الورقية إلى الثقافة الإلكترونية وعليه لا بد من تنمية الموارد البشرية على هذه التقنيات ورفع الوعي اتجاهها، أيضا التحول إلى الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية وما يلزم ذلك من تطوير الهياكل التنظيمية لتصبح أكثر مرونة وتطوير أساليب العمل بما يتناسب مع ذلك وتنويع أساليب التنمية المقدمة والتحول التدريجي والمبرمج لأساليب التنمية والتعلم الإلكترونية.

ومن خلال الدراسة النظرية لتنمية الموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات ومقارنتها بالدراسة التطبيقية في مؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتتة، نستطيع أن نستنتج أنه ما درس نظريا يجد مكانا للتطبيق، إلا أنه لم يلقى الاهتمام الكافي بعد من أغلب المؤسسات الجزائرية، وقد تبين من خلال هذه الدراسة وبعد التحليل مجموعة من النتائج التي تم التوصل إليها نوردتها كما يلي: تستند عملية تنمية الموارد البشرية على العديد من الإستراتيجيات منها التدريب، تنمية الموارد البشرية وتنمية الكفاءات، وقد لوحظ أن مؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتتة تعمل على تنمية مواردها البشرية باستخدام هذه الاستراتيجيات، تساهم تكنولوجيا المعلومات في تنمية الموارد البشرية بشكل كبير، تهتم مؤسسة سونلغاز اهتمام كبير بتنمية مواردها البشرية بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات.

الملحق:

- 1- هل تهتم المديرية بتنمية مواردها البشرية ؟ نعم لا
- 2- ما نوع الإستراتيجيات التي تستخدمها المديرية في تنمية مواردها البشرية ؟
التدريب التنمية الإدارية تنمية الكفاءات
- 3- هل تهدف المديرية من خلال تنمية مواردها البشرية إلى:
 إكسابهم معارف ومهارات جديدة
 الارتقاء بمستوى أدائهم البشري
 تهيئتهم لمواجهة التحديات الخارجية
- 4- هل تقوم المديرية بتنمية مواردها البشرية في:
المديرية مراكز ومعاهد خاصة بالخارج (خارج الجزائر)
- 5- ما مدى اعتماد المديرية على تكنولوجيا المعلومات؟
اعتماد جيد اعتماد متوسط اعتماد ضعيف
- 6- هل تملك المديرية؟
 شبكة عالمية (انترنت Internet)
 شبكة محلية (انترانات Lotus Notes)
 شبكة داخلية (اكسترنات Adresse IP)
- 7- هل تملك جهاز كمبيوتر في مكتبك: نعم لا
- 8- هل تملك بريد إلكتروني: نعم لا
- 9- ما نوع البرامج التي تستخدمها المديرية: برامج بسيطة برامج مركبة
- 10- هل يستخدم قسم الموارد البشرية تكنولوجيا المعلومات في:

تخطيط الاحتياجات التدريبية إعداد المحتوى التدريبي توفير الوسائل التدريبية
الهوامش والمراجع:

¹ Gorouitz Elizabeth, Employee Training current Trends, Future Challenges, Training and Development Journal, 1993, P 25-29.

² علي السلمي، إدارة الموارد البشرية، مكتبة غريب، القاهرة، 1995، ص 193.

³ J. Dilauro, Training needs assessment: current practice and new directions, public personnel management, 1994, P 354.

⁴ جاري ديسلر، إدارة الموارد البشرية، ترجمة: محمد سيد أحمد عبد المتعال، المملكة العربية السعودية، دار المريخ للنشر والتوزيع، 2003، ص 264.

⁵ محمد فالح صالح، إدارة الموارد البشرية، الأردن، دار الحامد للنشر و التوزيع، 2004، ص 101.

⁶ حمداوي وسيلة ، مرجع سابق ، ص 103-104.

⁷ حمداوي وسيلة ، مرجع سابق، ص 106.

⁸ نفس المرجع السابق، ص 225-236.

⁹ Simon, delan, La Gestion des Ressources humaines, canada, village mondiale, 3eme édition, 2002, p 307.

¹⁰ Alain meignat, op, cit, p 198.

¹¹ simon I dolan, op, cit, p 318.

¹² قرين علي، هبال عبد المالك، "تسيير الموارد التكنولوجية وتطور الإبداع التكنولوجي في المؤسسة"، الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات والاقتصاديات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2005، ص 76.

¹³ Robert Riex, op.cit, p.66.

¹⁴ Robert Reix, op, cit, p72-73.

¹⁵ علي السلمي، إدارة الموارد البشرية، مرجع سابق، ص 441.

¹⁶ موسى اللوزي، مرجع سابق، ص 205-209.

تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة ، أي دور لبنك الجزائر؟

Reform of Algerian System Banking within Current World Developments; which role of Bank of Algeria?

آدم حديدي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة الجلفة، الجزائر

hadidi_adem@yahoo.fr

سليمان ناصر

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر

dr.nacer25@yahoo.com

ملخص:

يعاني النظام المصرفي الجزائري من عديد النقائص التي أثرت سلباً على مستوى أدائه، ونظراً لدور البنوك الهام في تحريك عجلة الاقتصاد خاصة في الدول النامية، والتي تعاني من غياب أسواق مالية متطورة مثل الجزائر، تبرز الحاجة ملحة إلى إصلاح النظام المصرفي الجزائري خاصة في الجوانب التي تحتاج إلى تأهيل، مثل: التأخر في استعمال وسائل الدفع الحديثة أي الصيرفة الإلكترونية، التأخر في مواكبة المعايير الاحترازية العالمية خاصة منها معايير بازل، التركيز على تمويل التجارة الخارجية وعمليات الاستيراد على حساب تمويل المشاريع الاستثمارية المنتجة ... إلخ. وقد خلص البحث إلى أن هذه الإصلاحات هي من صميم مهام البنك المركزي الجزائري (بنك الجزائر)، بصفته المسؤول الأول عن الرقابة على البنوك، إضافة إلى كونه المسؤول عن وضع وتنفيذ السياسة النقدية بما يخدم الاقتصاد الوطني.

الكلمات المفتاحية: النظام المصرفي الجزائري، بنك الجزائر، تأهيل، الصيرفة الإلكترونية، معايير بازل.

Abstract :

The Algerian banking system suffers from many defaults that have negative effects on its performance. Because of the important role in the dynamism of the economy especially in the developing countries like Algeria where there is a lack of financial markets, it becomes an urgently need for a reform of the Algerian banking system particularly in the fields of electronic banking, the use of Basel norms, and the concentration of financing foreign trade at the expense of financing productive investment programs ... etc.

This research paper has concluded that these reforms are the duties of the Central Bank of Algeria (Bank of Algeria) because of its responsibility on the control of banks as well as its task of putting and implementing the monetary policy that suit the national economy.

Keywords: Algerian Banking system, Bank of Algeria, Reform, Electronic Banking, Basel norms.

تمهيد:

لم يعد خافياً أهمية الدور الذي يلعبه النظام المصرفي في كل دولة بصفته المحرك الأساسي لعجلة الاقتصاد، والممول الرئيسي له في غياب أسواق مالية متطورة في أغلب البلدان النامية، وفي الجزائر لا يختلف هذا الوضع، إلا أن المشكل الأهم الذي يعانيه النظام المصرفي الجزائري حالياً هو التأخر الملحوظ في مواكبة التطورات العالمية في العمل المصرفي، مما أثر سلباً في فعالية أدائه، وبالنتيجة التأثير سلباً على فعالية تأثيره في الاقتصاد الوطني، فالبنوك الجزائرية تعاني حالياً من عديد النقائص والسلبيات التي تتطلب المعالجة والتأهيل، مثل التأخر في استعمال وسائل الدفع الحديثة أي الصيرفة الإلكترونية وبالتالي تضخم الكتلة النقدية الحقيقية على حساب النقود الخطية أو الكتابية، التأخر في مواكبة المعايير الاحترازية العالمية أو ما يُعرف بقواعد الحيطة والحذر Les règles prudentielles خاصة منها معايير بازل، التركيز على تمويل التجارة الخارجية وعمليات الاستيراد على حساب تمويل المشاريع الاستثمارية المنتجة ... إلخ.

في ظل هذا الوضع، يبدو جلياً الدور الكبير والهام الذي يجب أن يلعبه البنك المركزي الجزائري (بنك الجزائر) في تطوير وتأهيل النظام المصرفي، فهو المسؤول عن إصدار تعليمات فيما يتعلق بتنظيم نسب الاحتياطي الإلزامي، نسب السيولة، التنظيمات الخاصة بتحديث المعايير الاحترازية، إضافة إلى كونه المسؤول عن وضع وتنفيذ السياسة النقدية بما يخدم الاقتصاد الوطني، وهو مستشار الحكومة فيما يتعلق بالنظام المالي والاقتصادي، وهو ما سنحاول إبرازه من خلال هذا البحث.

يهدف هذا البحث إذن، إلى معالجة الإشكالية الآتية:

ماهي الجوانب الأساسية التي تبرز تخلف النظام المصرفي الجزائري؟ وما هو الدور الذي يجب أن يلعبه بنك الجزائر في إصلاح تلك الجوانب وتطوير وتأهيل هذا النظام بما يتماشى والتطورات العالمية الراهنة؟، وسنتناول هذا الموضوع من خلال المحاور الرئيسية التالية:

- لمحة عامة عن النظام المصرفي الجزائري وأهم الإصلاحات التي شهدتها.

- الجوانب الأساسية التي تتطلب التأهيل والإصلاح في النظام المصرفي الجزائري.

- دور بنك الجزائر في تأهيل النظام المصرفي الجزائري.

1- لمحة عامة عن النظام المصرفي الجزائري وأهم الإصلاحات التي شهدتها مواكبة لإصلاحات اقتصادية:

منذ نشأة النظام المصرفي على أنقاض بنوك فرنسية تم تأميمها سنة 1966 مرّ بعدة إصلاحات، أهمها إصلاح سنة 1971 الذي جاء مواكباً لسياسة المخططات الاقتصادية، ثم إصلاح سنة 1986 عقب الأزمة المالية العالمية التي أفرزها انهيار أسعار النفط، ثم إصلاحات 1988 التي طبقت ما يسمى باستقلالية المؤسسات العمومية الاقتصادية، إلا أن أهم هذه الإصلاحات جاءت بعد صدور قانون النقد والائتمان لسنة 1990.

1-1- قانون النقد والائتمان رقم 90-10:

تعتبر سنة 1990 منعرجاً هاماً وحاسماً في مسار الإصلاحات المالية والنقدية في الجزائر، والتي صادفت صدور قانون النقد والائتمان (القانون رقم 90-10) الصادر في 14 أبريل 1990، والذي حاولت من خلاله السلطات الجزائرية تفادي القصور الذي وقع في الإصلاحات السابقة، وتماشياً مع سياسة التحول إلى اقتصاد السوق الحر، وأهم ما تضمنه هذا القانون تعزيز أكبر لاستقلالية البنك المركزي والذي أصبح يسمى "بنك الجزائر"، وتعديل مهام البنوك لزيادة فعاليتها في النشاط الاقتصادي بعد منحها الشمولية في العمل المصرفي، وكذا فتح الاستثمار في السوق المصرفية الجزائرية أمام القطاع الخاص والأجنبي.

عرف النظام المصرفي الجزائري بعد عدة سنوات من صدور قانون النقد والائتمان 90-10 والعمل به، تعديلات نتيجة التغييرات التي مست المحيط الاقتصادي الجزائري أهمها:

1-2- الأمر رقم 01-01:

أول تعديل لقانون النقد والائتمان 90-10 كان الأمر رقم 01-01 الصادر في 27 فيفري 2001، حيث تضمن هذا الأمر تعديل الجوانب الإدارية في تسيير بنك الجزائر دون المساس بمضمون القانون، إضافة إلى الفصل بين مجلس إدارة بنك الجزائر ومجلس النقد والقرض.

1-3- الأمر رقم 03-11:

لقد تسببت الفضائح المتعلقة ببنك الخليفة والبنك الصناعي والتجاري في ضعف الجهاز المصرفي الجزائري وضرب مصداقيته، مما دفع بالسلطات النقدية والمالية إلى إصدار الأمر 03-11 في 26 أوت 2003، حيث جاء هذا الأمر مدعماً لأهم أفكار ومبادئ قانون 90-10 ولكنه يلغيه ويحل محله، ومنتشداً أكثر مع المسؤولين عن تسيير البنوك بتوضيح المخالفات في إدارتها والنص على العقوبات المقابلة لها.

1-4- الأمر رقم 10-04:

جاء الأمر 10-04 المؤرخ في 26 أوت 2010 بهدف تعديل وتتميم الأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والائتمان، وتتمثل أهم النقاط التي تطرق إليها فيما يلي⁽¹⁾:

- اشتراط نسبة المساهمة الوطنية في إطار الشراكة بما لا يقل عن 51 % من رأس المال بالنسبة للترخيص بالمساهمات الخارجية في البنوك والمؤسسات المالية التي يحكمها القانون الجزائري.
- تعزيز الرقابة الداخلية من خلال وضع جهاز رقابة داخلي فعال.

يتكون النظام المصرفي الجزائري حالياً من⁽²⁾:

20 بنكاً تجارياً منها 06 بنوك عمومية، وبنك مختلط و 13 بنك خاص أجنبي.

09 مؤسسات مالية.

07 مكاتب تمثيل.

2- الجوانب الأساسية التي تتطلب التأهيل أو الإصلاح في النظام المصرفي الجزائري.

هناك عدة جوانب تعيق تطور النظام المصرفي الجزائري وتعد من مظاهر تخلفه، وهي الجوانب التي يجب أن تركز عليها عملية الإصلاح والتأهيل، وأهم هذه الجوانب مايلي:

2-1- سيطرة القطاع العمومي على السوق المصرفية الجزائرية:

تعتبر سيطرة البنوك العمومية على النظام المصرفي الجزائري إحدى المظاهر التي ورثها عن النظام الاشتراكي أو الاقتصاد المخطط، أين كانت الدولة تحتكر هذا القطاع، ومع فتحه بداية التسعينيات من القرن الماضي بصدور قانون النقد والائتمان (القانون رقم 10 لسنة 1990) الصادر في: 14/04/1990 والذي فسح المجال أمام القطاع الخاص والأجنبي للاستثمار في هذا القطاع، تزايد عدد البنوك الخاصة مع بقاء عدد البنوك العمومية ثابتاً.

فبعد أن كان عدد البنوك العمومية 6 والخاصة 12 سنة 2001، لم تتغير هذه التركيبة كثيراً بعد عشر سنوات أي نهاية سنة 2011، حيث أصبحت 6 بنوك عمومية و14 بنك خاص⁽³⁾، وبقي الوضع على ما هو عليه إلى الزمن الحالي أي نهاية الثلاثي الأول من سنة 2015.

وبالرغم من قلة عدد البنوك العمومية مقارنة بالخاصة، فقد كانت السيطرة ولا تزال للأولى، ويتضح ذلك من خلال كل من حجم الودائع وحجم القروض.

الجدول رقم 01: تركيبة الودائع بين البنوك العمومية والخاصة خلال الفترة (2006-2013)

الوحدة: مليار دج

البيان/السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
حجم الودائع	3516.5	4517.3	5161.8	5146.4	5819.1	6733.0	7238.0	7787.4
حصة البنوك العمومية %	92.9	92.7	92.2	90.0	89.9	89.1	87.1	86.6
حصة البنوك الخاصة %	7.1	7.3	7.8	10.0	10.2	10.9	12.9	13.4

المصدر: تقارير بنك الجزائر لسنوات الدراسة.

يلاحظ من خلال هذا الجدول السيطرة المرتفعة للبنوك العمومية من حيث حجم الودائع، وذلك بنسبة 92.9 % سنة 2006، وإن كانت النسبة قد تناقصت بشكل تدريجي لتصل إلى 86.6 % سنة 2013 إلا أنها بقيت مرتفعة، مقابل ارتفاع طفيف وتدرجي لحصة البنوك الخاصة.

ولا يختلف الأمر بالنسبة لحجم القروض، فهو بالنسب الآتية:

الجدول رقم 02: تركيبة القروض بين البنوك العمومية والخاصة خلال الفترة (2006-2013)

الوحدة: مليار دج

البيان/السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
إجمالي القروض	1904.1	2203.7	2614.1	3085.1	3266.7	3724.7	4285.6	5154.5
حصة البنوك العمومية %	90.67	88.52	87.49	87.9	86.81	85.75	86.74	86.5
حصة البنوك الخاصة %	9.33	11.48	12.51	12.09	13.19	14.25	13.26	13.5

المصدر: تقارير بنك الجزائر لسنوات الدراسة.

ويلاحظ نفس الأمر من خلال هذا الجدول بالنسبة لحجم القروض، وذلك بنسبة 90.67 % سنة 2006، وإن كانت النسبة قد تناقصت بشكل تدريجي تقريباً لتصل إلى 86.5 % سنة 2013 إلا أنها بقيت مرتفعة، مقابل ارتفاع طفيف وتدرجي لحصة البنوك الخاصة.

إن سيطرة البنوك العمومية على السوق المصرفية الجزائرية بكل ما تحمله تلك البنوك من سلبيات ورواسب النظام الاشتراكي أو المخطط، كتخلف أنظمة الدفع، بطء معالجة ملفات القروض خاصة تلك المطلوبة من القطاع الخاص، منح القروض لأهداف سياسية أكثر منها اقتصادية تنموية... إلخ، جعلت من هذه الملامح الطابع العام للنظام المصرفي الجزائري أمام ضعف المنافسة من البنوك الخاصة والأجنبية.

2-2- تركيز البنوك على تمويل التجارة الخارجية على حساب تمويل الاستثمارات المنتجة:

يلاحظ على البنوك الجزائرية تركيزها على القروض الموجهة لتمويل التجارة الخارجية، على حساب الموجهة للاستثمار، وهذا بالرغم من أن القانون المصرفي الجزائري فتح مجال الشمولية للبنوك منذ صدور قانون النقد والائتمان رقم 90-10 سنة 1990، ولم يخالف ذلك الأمر رقم 03-11 الصادر في 2011/08/26.

ونتيجة لذلك، فإن البنوك الجزائرية لم تضطلع بدورها الكامل في تمويل الاقتصاد، ولم تلعب الدور الحيوي الذي كان يستوجب عليها القيام به من خلال تنويع منح القروض لمختلف القطاعات الاستثمارية ولمختلف الأجل، بل كان التركيز على تمويل التجارة الخارجية نظراً لربحيته وقلّة المخاطرة وتجميد الأموال فيها (خاصة في القروض قصيرة الأجل)، وكذا القروض الاستهلاكية (قبل أن يتم توقيفها سنة 2009).

فمنذ بداية هذه الألفية فإن نسبة 60 إلى 70 % من القروض الموجهة للاقتصاد كانت لتمويل عمليات التجارة الخارجية⁽⁴⁾، وهو ما تسبب في الارتفاع المضطرد لفاتورة الواردات والتي تموّل في جزء كبير منها بقروض بنكية، وبالمقابل الانخفاض التدريجي لفائض الميزان التجاري الجزائري بسبب عدم استقرار الصادرات وخضوعها لتقلبات أسعار النفط في العالم، مما يندّر بعودته إلى العجز قريباً (أي كما كان من قبل خاصة في مرحلة التسعينيات وبداية هذه الألفية) إذا لم يتم التحكم في حجم الواردات أو التقليل منها، والجدول التالي يبين تلك الوضعية:

الجدول رقم 03: تطور حجم الواردات والصادرات الجزائرية خلال الفترة: 2008 - 2014

الوحدة: مليون دولار أمريكي

البيان/السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الواردات	39479	39294	40473	47247	50376	55030	58330
الصادرات	79298	45194	57053	73489	71866	64970	62950
الميزان التجاري	39819	5900	16580	26242	21490	9940	4620

المصدر: المديرية العامة للجمارك: إحصائيات التجارة الخارجية للجزائر، المركز الوطني للإعلام الآلي والإحصائيات CNIS، الجزائر، تقارير السنوات من 2008 إلى 2014.

2-3- تخلف أنظمة الدفع وشبكات الاتصال في البنوك الجزائرية وعدم مسايرتها للتطورات العالمية:

يبرز تخلف النظام المصرفي الجزائري بالنسبة لأنظمة الدفع والاتصال في العديد من المظاهر أهمها:

2-3-1- ضعف شبكة الاتصالات الإلكترونية في البنوك: بادرت بعض المؤسسات المصرفية والمالية إلى تطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني، لكن عدم القدرة في التحكم فيها وتسييرها جعل بعضها يتوقف عن أداء خدماته وذلك بسبب اعتماد المؤسسات على حلول أو أنظمة مستوردة وغير متوافقة وخصائص السوق الجزائرية، وكذلك عدم تزايد الطلب على هذه الخدمات، وهذا العامل كان من الممكن أن يشجع هذه المؤسسات على مواصلة العمل بهذه الوسائل. ويعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR من رواد المؤسسات المصرفية في الجزائر في تطوير هذه الشبكة، فقد قطع شوطاً كبيراً على مستوى نظام الاتصالات، فهو يمتلك شبكة منها تم جل مناطق الوطن، وهي مخصصة للتحويل المالي المباشر من وإلى وكالاته⁽⁵⁾.

2-3-2- غياب استخدام الهاتف في الخدمات المصرفية: لا تستعمل البنوك الجزائرية الهاتف في تقديم خدماتها سواء الثابت أو المحمول، وهذا رغم ما شهدته هذا الأخير من تطور كبير بعد فتح السوق الجزائرية في السنوات الأخيرة، ورغم العدد الكبير من مشترك خدمة الهاتف في الجزائر، وهي الشبكة التي يمكن أن تساهم في تقديم الخدمات المصرفية لأكبر عدد ممكن من الزبائن.

2-3-3- ضعف استخدام البطاقات البنكية والتأخر في أنظمة الدفع: رغم التطورات التي عرفتها وسائل الدفع الإلكتروني في العالم وتوسع نطاق استخدامها ليشمل مختلف المجالات حيث أصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن، إلا أن البنوك الجزائرية بقيت في منأى عن هذه المستجدات رغم أن العديد من الدول العربية وخاصة المجاورة قد قطعت أشوطاً كبيرة في هذا المجال.

ومن أهم البطاقات المستعملة في الجزائر حالياً وعلى نطاق محلي أي داخل الوطن، بطاقة الدفع مابين البنوك carte inter bancaire/CIB والتي صدرت عقب إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك Société d'Automatisation des Transactions Interbancaire et de Monétique/SATIM في أفريل 1995، وتهدف الشركة إلى إنشاء نظام وطني للدفع الإلكتروني من خلال إنشاء بطاقة مابين البنوك، والتي بدأ العمل بها سنة 1997.

أنشأت هذا النظام البنوك العمومية الستة بالإضافة إلى الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي وبنك البركة الجزائري، أما الآن فإن هذا النظام يضم 17 عضواً، البنوك العمومية الستة بالإضافة إلى الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي، و 9 بنوك خاصة إضافة إلى مؤسسة بريد الجزائر⁽⁶⁾.

تعمل شركة SATIM على ضمان السير الحسن لعمليات السحب من أجهزة الصراف الآلي لكل البنوك المشاركة، بالإضافة إلى تأمين قبول البطاقات من جميع هذه البنوك، وإجراء عمليات المقاصة بصفقات السحب فيما بينها، هذا بالإضافة إلى تأمين تبادل التدفقات المالية.

وبالرغم من تأسيس شركة SATIM للإسراع في وتيرة تألية نظم المعلومات والدفع وتعميم الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، إلا أن ذلك لم يتحقق بالقدر الذي كان منتظراً نظراً لتأخر إنجاز عدة مشاريع شراكة مع شركات أجنبية في هذا المجال⁽⁷⁾، هذا بالإضافة إلى أن بطاقة الدفع مابين البنوك بقيت للسحب فقط ولمدة طويلة رغم أن إنشاءها في الأساس كان من أجل تطوير آليات الدفع الإلكتروني في الجزائر، وهذا رغم تجارب محدودة لاستعمالها لدفع بعض الفواتير وبشكل محدود جداً. هذا الأمر جعل معظم المعاملات المالية في الجزائر تتم نقداً وليس بوسائل أخرى كالشيكات والبطاقات البنكية، وبالتالي تضخم الكتلة من النقود الائتمانية على حساب الخطية أو الكتابية.

وعلى سبيل المثال، فإن عدد الحسابات البريدية بلغ 14.5 مليون حساب سنة 2012، لكن عدد البطاقات الإلكترونية التي أصدرها بريد الجزائر تصل إلى حوالي 6 ملايين بطاقة⁽⁸⁾ (وهي تشكل العدد الأكبر من بطاقات الدفع ما بين البنوك CIB)، وبالتالي فإن عدد البطاقات يشكل أقل من نصف عدد مالكي الحسابات البريدية، وبالنسبة لسنة 2013 وبداية سنة 2014 فقد وصل عدد البطاقات التي أصدرها بريد الجزائر حوالي 7 مليون بطاقة⁽⁹⁾، لكن العدد لا يزال بعيداً عن عدد مالكي الحسابات البريدية والذين يتجاوزون 24 مليون حساب حالياً⁽¹⁰⁾.

أما بالنسبة للبطاقات البنكية الدولية فلا يزال عدد ها قليل جداً مقارنة بعدد الحسابات البنكية في الجزائر، وتتمثل خاصة في بطاقة VISA الدولية التي أصدرتها بعض البنوك العمومية والخاصة، إضافة إلى بطاقة Master Card التي أصدرها بنك الخليج الجزائر AGB مؤخراً، ويعود السبب الرئيس في قلة إصدار البطاقات البنكية الدولية إلى قلة أماكن استخدامها في السوق الجزائرية، إذ يقتصر الأمر على بعض الفنادق الفخمة أو بعض شركات الخدمات الخاصة بكبار رجال الأعمال، ومعظم الذين يطلبونها إنما للتعامل بها في الأسفار الخارجية.

يُذكر في آخر الحديث عن هذا الموضوع، أن أهم برامج التحديث والتطوير للنظام المصرفي الجزائري كانت ضمن برنامج "أمسفا AMSFA - دعم عصرنه القطاع المالي الجزائري Appui à la Modernisation du Secteur Financier Algérien / الذي طبقتة الجزائر في إطار برنامج "ميدا MEDA" والشراكة مع الاتحاد الأوروبي⁽¹¹⁾.

ويمكننا أن نلاحظ خط اهتمام البنوك الجزائرية بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في خدماتها عبر السنوات كما يلي⁽¹²⁾:

- 1991: تطبيق نظام SWIFT لعمليات التجارة الخارجية.
- 1992: وضع برمجيات Logiciel SYBV لتسيير القروض، عمليات الصندوق، الفحص عن بعد لحسابات الزبائن، إدخال الإعلام الآلي على جميع عمليات التجارة الخارجية حيث أصبحت عمليات فتح الاعتماد المستندي لا تستغرق وقتاً كبيراً مقارنة بالسابق، وإدخال مخطط الحسابات الجديد على مستوى الوكالات.
- 1993: إنهاء عمليات إدخال الإعلام الآلي في جميع العمليات البنكية.
- 1995: إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك Société d'Automatisation des Transactions Interbancaire et de Monétique/SATIM.
- 1996: إدخال عمليات الفحص السلكي Télétraitement (فحص وإنجاز العمليات البنكية عن بعد وفي الوقت الحقيقي Télétransmissions)، ولكن واقع استخدام النقد الآلي المتمثل في وسائل الدفع الإلكترونية وعلى رأسها البطاقات البنكية لا يزال استخدمها جد محدود في المجتمع الجزائري.
- 1998: بداية نظام السحب مابين البنوك.
- 2002: إطلاق مشروع نظام الدفع مابين البنوك، وتسيير المشروع يكون من طرف شركة SATIM.
- 2004: اختبار لنظام الدفع بأربع عوامل ملائمة بمعايير CMV.

2005: إنشاء المنظمة النقدية ما بين البنوك COMI.

2006: بداية تسيير نظام الدفع مابين البنوك.

2007: بداية العمل ببطاقة CIB في التراب الوطني، وتعميم نظام الدفع مابين البنوك.

وبالرغم من كل هذه الإجراءات، بقي النظام المصرفي الجزائري متأخراً في استعمال التكنولوجيا وأنظمة الدفع الحديثة، فليس هناك مثلاً ما يسمى بالعمل المصرفي عبر الإنترنت، وذلك لأن معظم البنوك الجزائرية تمتلك مواقع تعريفية أو إخبارية فقط وليس لتقديم الخدمات، ولم يعد في الجزائر من يتحدث عن التجارة الالكترونية رغم انتشارها في العالم، وذلك لغياب القاعدة الهيكلية التي تستند إليها وهي العمل المصرفي عبر الإنترنت.

2-4- ثقل الإجراءات البيروقراطية في البنوك الجزائرية خاصة طول معالجة ملفات القروض:

تعاني البنوك الجزائرية من ثقل إجراءات التعامل مع العملاء خاصة فيما يتعلق بدراسة ملفات طلب القروض، وبالأخص في البنوك العمومية، ففي الوقت الذي تستغرق فيه مدة دراسة ملف طلب قرض والإجابة عليه سلباً أو إيجاباً، أسبوعاً واحداً في بنك أجنبي عامل بالجزائر مثل سوسبيني جنرال Société Générale، نجد هذه المدة قد تصل إلى فترة تتراوح بين 5 و 6 أشهر في بنك عمومي، وهذا بالرغم من أن الشروط التحسينية المقررة للبنوك الجزائرية تقرر بتخفيض هذه المدة إلى 20 يوماً، هذا بالإضافة إلى وضع شروط تعجيزية أمام المستثمرين حين طلبهم للقروض الاستثمارية، وذلك بمطالبتهم بمساهمة شخصية في المشروع تتجاوز أحياناً 30 إلى 40 % من قيمة المشروع، فضلاً عن المبالغة في طلب الضمانات التي قد تفوق مرتين أو 3 مرات المبلغ المقترض⁽¹³⁾، في حين لا توجد هذه الشروط في القروض الموجهة إلى الاستيراد لضعف مخاطرها، أو في القروض الموجهة لمشاريع تشغيل الشباب والتي تحكمها الظروف السياسية وضغوطات الحكومة لكونها أداة لشراء السلم الاجتماعي، فضلاً عن كونها مضمونة من طرف الصناديق المختصة بذلك خاصة في البنوك العمومية.

2-5- إشكالية فائض السيولة غير الموظفة لدى البنوك الجزائرية:

تعاني البنوك الجزائرية عموماً من إشكالية فائض السيولة غير الموظفة لديها، والتي برزت تحديداً مع سنة 2001، وهذا بعد أن ظلت تعاني طيلة السنوات السابقة من احتياج دائم للسيولة دفعها للجوء المستمر لبنك الجزائر لأجل إعادة التمويل والحصول على السيولة التي تلتزمها.

لقد نما حجم تلك السيولة بوتيرة متصاعدة من سنة لأخرى بسبب طبع كميات كبيرة من النقود في إطار سياسة الحكومة الرامية إلى رفع الأجور وتحسين القدرة الشرائية للمواطن، لتبلغ مستويات مرتفعة تقدر بمئات الملايير من الدينارات، وأصبحت سوق ما بين البنوك تعاني من فائض المعروض من الأموال ما أدى إلى انخفاض معدلات الفائدة عليها، وبذلك تحول هذا الفائض إلى ظاهرة هيكلية تستدعي المعالجة.

ويبين الجدول الآتي تطور حجم فائض السيولة لدى البنوك الجزائرية خلال السنوات الأخيرة:

الجدول رقم 04: حجم فائض السيولة لدى البنوك الجزائرية خلال الفترة: 2006 - 2013

الوحدة: مليار دج

البيان/ السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
حجم الودائع	3516.5	4517.3	5161.8	5146.4	5819.1	6733.0	7238.0	7787.4
حجم القروض	1904.1	2203.7	2614.1	3085.1	3266.7	3724.7	4285.6	5154.5
فائض السيولة = الودائع-القروض	1612.4	2313.6	2547.7	2061.3	2552.4	3008.3	2952.4	2632.9

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الجدولين رقم 01 و 02.

حتى وإن كانت الأرقام تشير إلى توجه حجم فائض السيولة نحو الانخفاض التدريجي في السنوات الأخيرة، فإن الأمر يتطلب دوراً كبيراً لبنك الجزائر من أجل ضبط هذه السيولة وتفادي انعكاساتها التضخمية والخطيرة على الاقتصاد الوطني، وتوجيهها نحو الاستخدام العقلاني عوض الإفراط في منح قروض غير مجدية للاقتصاد.

2-6- ضعف نسبة التغطية المصرفية:

تُحسب نسبة التغطية المصرفية بقسمة عدد السكان في البلد على عدد الوكالات أو الشبائيك المصرفية المتوفرة، وتعتبر هذه النسبة في الجزائر الأضعف تقريباً بين بلدان حوض المتوسط والبلدان العربية، ففي الوقت الذي يتوفر فيه شباك لكل 25000 نسمة في الجزائر، نجد هذه النسبة أفضل بكثير في البلدان المجاورة، إذ تبلغ شباك لكل 9000 نسمة في تونس، وشباك لكل 9500 نسمة في المغرب، مع الإشارة إلى أن المعدل العالمي هو شباك لكل حوالي 3000 مواطن.

وحتى بالنسبة للشبائيك الآلية تسجل الجزائر نسباً ضعيفة جداً، إذ تبلغ هذه النسبة 6.5 شباك لكل 100 ألف نسمة، بينما تبلغ في تونس 23.59، وفي المغرب 25.11، وفي المملكة العربية السعودية 69.80، وفي البرازيل (كمثال عن الاقتصاديات الناشئة) 130.74⁽¹⁴⁾. مما يعني أن الجزائر تسجل تأخراً كبيراً في هذا المجال.

2-7- عدم مواكبة النظام المصرفي الجزائري للمعايير الاحترازية العالمية في العمل المصرفي (معايير بازل):

بعد أن تأسست لجنة بازل للرقابة المصرفية نهاية سنة 1974، أصدرت اتفاقيتها الأولى سنة 1988، وتمحورت أساساً في معادلة لحساب كفاية رأس المال تعالج مخاطر الائتمان فقط، و تم تعديل هذه الاتفاقية بين سنتي 1996 و 1998 بإضافة مخاطر السوق إلى تلك المعادلة، ثم صدرت اتفاقية بازل 2 في صيغتها النهائية سنة 2004 وأضافت نوعاً جديداً من المخاطر هي مخاطر التشغيل، فأصبحت معادلة كفاية رأس المال حسب هذه الاتفاقية كما يلي:

$$\leq 8\% \frac{\text{إجمالي رأس المال}}{\text{مخاطر الائتمان} + \text{مخاطر السوق} + \text{مخاطر التشغيل}}$$

وأخيراً أصدرت اللجنة اتفاقية بازل 3 نهاية سنة 2010، وركزت أساساً على تحسين تركيبة رأس المال في المعادلة السابقة، إضافة إلى وضع نسبتين لقياس السيولة إحداهما في الأجل القصير والثانية في الأجل الطويل.

بالنسبة للنظام المصرفي الجزائري، فقد سعى قانون النقد والائتمان لسنة 1990 إلى تعزيز استقلالية البنك المركزي (بنك الجزائر)، إضافة إلى تعزيز رقابته على البنوك، وقد تعززت هذه الصلاحيات أكثر بموجب التعديلات التي أدخلت على هذا القانون، والتي تمثلت في الأمر رقم 01-01 لسنة 2001 ثم الأمر رقم 03-11 لسنة 2003 الذي حل محل القانون رقم 90-10.

وكنتيجة لهذا الانفتاح كان لزاماً على النظام المصرفي الجزائري أن يساير التنظيمات الحديثة والمعايير العالمية للعمل المصرفي، خاصة فيما يتعلق بالتنظيم الاحترازي La réglementation prudentielle، وسوف نتناول مدى هذه المواكبة من خلال التنظيم الاحترازي في الجزائر، ويمكن أن نستعرض مدى مساهمته لاتفاقيات بازل حسب تطوراتها كما يلي:

2-7-1- اتفاقية بازل 1:

أول مساهمة لاتفاقية بازل 1 في المنظومة المصرفية الجزائرية، كانت بصدور التنظيم رقم 90-01 بتاريخ 1990/07/04 والمتعلق بنسبة الحد الأدنى لرأسمال البنوك والمؤسسات المالية العاملة في الجزائر، حيث جاء في مادته الرابعة ماييلي: "ينبغي أن تمثل الأموال الخاصة المحددة على هذا النحو (أي بعد تحديدها في المواد السابقة)، نسبة تغطية الأخطار لا تقل عن 8%⁽¹⁵⁾.

ثم صدر بعد ذلك التنظيم رقم 91-09 بتاريخ 1991/08/14 المحدد لقواعد الحيطة والحذر في تسيير البنوك والمؤسسات المالية، حيث نص في مادته الثانية على وجوب وضع حد أدنى للنسبة بين مبلغ الأموال الخاصة للبنك، والمبلغ الذي يمثل مجموع الأخطار التي يواجهها من خلال عملياته، ولكن لم يحدد هذه النسبة كما في التنظيم السابق، بل أشار إلى أنها ستحدد لاحقاً بتعليمات من طرف بنك الجزائر⁽¹⁶⁾. كما أشار بنوع من التفصيل إلى مكونات رأس المال الأساسي والتكميلي، وكذا العناصر التي تشكل مخاطرة ويجب احتسابها في مقام النسبة، قبل أن يتم تعديل بعض هذه

المكونات بموجب التنظيم رقم 95-04 الصادر بتاريخ 1995/04/20 المعدل والمتمم للتنظيم رقم 91-09 الصادر في 1991/08/14 المحدد لقواعد الحيطه والحذر في تسيير البنوك والمؤسسات المالية⁽¹⁷⁾.

جاءت بعد التنظيم رقم 91-09 التعليمية رقم 34-91 بتاريخ 1991/11/14 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطه والحذر لتسيير البنوك والمؤسسات المالية، لتحديد الحد الأدنى لنسبة الأموال الخاصة للبنك إلى مجموع أخطاره في مادتها الثالثة بـ 8 %، وذلك توضيحاً لما ورد في التنظيم رقم 91-09، وتأكيداً لما ورد في التنظيم رقم 90-01، وذلك بوضع رزمة للوصول بنسبة كفاية رأس المال بالتدرج إلى 8 % كما حددتها النسبة العالمية أي نسبة بازل، وذلك وفق الجدول الآتي⁽¹⁸⁾:

الجدول رقم 05 : رزمة التحديد التدريجي للحد الأدنى لكفاية رأس مال البنوك في الجزائر سنة 1991

النسبة بـ (%)	التاريخ أو الأجل
4	نهاية شهر ديسمبر 1992
5	نهاية شهر ديسمبر 1993
8	بداية شهر جويلية 1995

المصدر: التعليمية رقم 34-91 الصادرة في: 1991/11/14.

ويبدو أن البنوك العاملة في الجزائر لم تتمكن من مواكبة هذه الرزمة، مما اضطر بنك الجزائر بعدها إلى إلغاء هذه التعليمات، وتعويضها بإصدار تعليمات أخرى تبدأ بنفس الحد الأدنى للتعليمات السابقة، ولكن تبدأ (أي الثانية) من حيث تنتهي الأولى، من حيث الأجل أو التاريخ، وبأريحية أكبر في تمديد أجل الانتهاء وسنوات المرحلة الانتقالية.

نعني هنا التعليمية رقم 74-94 الصادرة في 1994/11/29 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطه والحذر لتسيير البنوك والمؤسسات المالية، والتي جاءت لتفصيل وتوضيح كيفية تطبيق التنظيم السابق.

لقد حددت التعليمية رقم 74-94 الصادرة في 29 نوفمبر 1994 معظم المعدلات المتعلقة بقواعد الحيطه والحذر Les règles prudentielles المعروفة عالمياً، وأهمها تلك المتعلقة بكفاية رأس المال. فقد فرضت هذه التعليمات على البنوك الالتزام بنسبة ملاءة لرأس المال أكبر أو تساوي 8 % تطبق بشكل تدريجي، وحدثت آخر أجل لذلك نهاية ديسمبر 1999، وذلك وفق المراحل الآتية⁽¹⁹⁾:

الجدول رقم 06 : رزمة التحديد التدريجي للحد الأدنى لكفاية رأس مال البنوك في الجزائر سنة 1994

النسبة بـ (%)	التاريخ أو الأجل
4	نهاية شهر جوان 1995
5	نهاية شهر ديسمبر 1996
6	نهاية شهر ديسمبر 1997
7	نهاية شهر ديسمبر 1998
8	نهاية شهر ديسمبر 1999

المصدر: التعليمية رقم 74-94 الصادرة في: 1994/11/29.

وقد حددت المادة 5 من التعليمات السابقة كيفية حساب رأس المال الخاص للبنك في جزئه الأساسي، بينما حددت المواد 6 و7 العناصر التي تحتسب ضمن رأس المال التكميلي للبنك، ومجموع هذين الجزئين يشكل رأس المال الخاص للبنك مع توضيحات أكبر في ملحق التعليمات، بينما بيّنت المادة 9 منها مجموع العناصر التي يتوفر فيها عنصر المخاطرة، ثم صنفتها المادة 11 وفق أوزان المخاطرة الخاصة بها وهذا بالنسبة لعناصر الميزانية، أما بالنسبة لعناصر خارج الميزانية فقد قسمتها نفس المادة إلى أربع فئات حسب درجة مخاطرتها، مع تبيان مكونات كل فئة في ملحق التعليمات، وكل ذلك بطريقة مشابهة لما ورد في مقررات بازل⁽²⁰⁾.

من خلال التعليمات السابقة، يلاحظ بالنسبة لاتفاقية بازل تأخر تطبيقها من طرف البنوك الجزائرية إلى نهاية سنة 1999، بينما حددت لجنة بازل آخر أجل لتطبيقها بنهاية سنة 1992. كما أن هذه اللجنة منححت للبنوك فترة انتقالية

مدتها ثلاث سنوات للالتزام بمعياريها، بينما منحت التعليمات السابقة للبنوك الجزائرية فترة تصل إلى خمس سنوات لتطبيق هذا المعيار، بعد أن منحتها التعليمات السابقة والملغاة فترة ثلاث سنوات ونصف وفشلت في ذلك. ويبدو أن هذا التأخر في التطبيق كان بسبب الفترة الانتقالية التي يمر بها الاقتصاد الجزائري نحو اقتصاد السوق الحر في تلك الفترة، والتطبيق المتدرج للإصلاحات الاقتصادية منذ بداية التسعينيات من القرن الماضي.

وبالنسبة لتعديلات بازل I، فلم يسايرها التنظيم الاحترازي في الجزائر في الموعد المحدد وهو سنة 1998 أو بعدها بقليل، لا من حيث إضافة شريحة ثالثة لرأس المال في بسط النسبة الخاصة بحساب كفاية رأس المال، ولا من حيث إدراج مخاطر السوق في مقام تلك النسبة مع مخاطر الائتمان.

لكن تجدر الإشارة هنا، إلى أن بنك الجزائر أصدر التنظيم رقم 02-03 بتاريخ: 2002/11/14 والمتضمن المراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، والذي يجبر البنوك والمؤسسات المالية على تأسيس أنظمة للمراقبة الداخلية، تساعدها على مواجهة مختلف المخاطر، الائتمانية، السوقية والتشغيلية، هذه الأخيرة يسميها بالعملياتية. وبالنسبة لمخاطر السوق فهو يعرفها في مادته الثانية بـ "خطر معدل (دون توضيح لطبيعة هذا المعدل)، خطر قلب أسعار سندات الملكية، خطر تسوية- بمقابل وخطر الصرف"، ولا يشير بوضوح إلى خطر تقلبات أسعار السلع، بينما يشير إلى خطر معدل الفائدة كنوع مستقل من المخاطر ويصفه بالإجمالي⁽²¹⁾. وبالتالي فإن التنظيم الاحترازي في الجزائر ومن خلال هذا التنظيم يعترف بما يسمى بمخاطر السوق، ولكن دون أن يدرجها في حساب كفاية رأس المال من خلال تعليمة تفصيلية.

2-7-2- اتفاقية بازل II:

كما ورد سابقاً، فإن التنظيم رقم 02-03 الصادر بتاريخ 2002/11/14 والمتضمن المراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، يشير إلى مخاطر التشغيل (الخطر العملياتي كما يسميه في النسخة العربية) ويعرفه في مادته الثانية بـ "خطر ناجم عن نقائص تصميم وتنظيم وتنفيذ إجراءات القيد في النظام المحاسبي وبشكل عام في أنظمة الإعلام الخاصة بمجموعة الأحداث المتعلقة بعمليات البنك أو المؤسسة المالية المعنية"⁽²²⁾، ويلاحظ على هذا التعريف أنه لا يشير بوضوح إلى الأحداث الخارجية للبنك.

كما يُلاحظ على التنظيم، أنه يعترف بمخاطر التشغيل منذ أن كانت اتفاقية بازل II قيد الإثراء والمناقشة، وقبل أن تصدر في صيغتها النهائية في يونيو/جوان 2004، ولكن لا يدرجها في مقام النسبة الخاصة بحساب كفاية رأس المال من خلال تعليمة تفصيلية، تلك النسبة التي بقيت تُحسب حسب طريقة بازل I.

وتنفيذاً لما ورد في التنظيم السابق، فقد طبقت السلطة النقدية والمالية في الجزائر برنامج "أمسفا AMSFA - دعم عصرنه القطاع المالي الجزائري" الذي تنفذه بالشراكة مع الإتحاد الأوروبي كما أشرنا سابقاً، وقد تمكنت في إطار هذا البرنامج من تأسيس نظم للمراقبة الداخلية لعدد من البنوك خاصة العمومية منها⁽²³⁾، ومن المعلوم أن تطوير أنظمة الرقابة الداخلية للبنوك يُعد إحدى مكونات ركن من الأركان الثلاثة الأساسية لاتفاقية بازل II.

كما أصدر بنك الجزائر بعد ذلك، التنظيم رقم 11-03 بتاريخ 2011/05/24 والمتعلق بمراقبة مخاطر ما بين البنوك، والذي يحث البنوك على إنشاء نظام مراقبة داخلية لمنح القروض والاقتراض من البنوك خاصة تلك التي تمت في السوق النقدية، بحيث يتم تحديد حد أقصى للقروض المقدمة والقروض المتحصل عليها، وشروط كل عملية، بالشكل الذي يمكن من توظيف التمويلات المتحصل عليها مع مراعاة إجراءات إدارة المخاطر وتسيير السيولة⁽²⁴⁾. ويمكن اعتبار هذا التنظيم تكملة لما ورد في التنظيم رقم 02-03 المشار إليه سابقاً، والذي يجبر البنوك على إنشاء أنظمة للمراقبة الداخلية، في محاولة لمسايرة اتفاقية بازل II.

وبتاريخ 2011/11/28 أصدر بنك الجزائر التنظيم رقم 11-08 والمتعلق بالمراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، وهو لا يختلف كثيراً عن التنظيم رقم 02-03 لسنة 2002، إلا أنه يشير هذه المرة بوضوح إلى أن مخاطر سعر الفائدة جزء من مخاطر السوق، وأن الأحداث الخارجية جزء من مخاطر التشغيل⁽²⁵⁾، ويوضح بشكل أكبر طرق قياس كلا النوعين من المخاطر، ولكن دون صدور تعليمة تفصيلية تدرجها ضمن حساب نسبة كفاية رأس المال. كما

يشير هذا التنظيم في الأخير إلى أنه يلغي أحكام التنظيم رقم 02-03 الصادر بتاريخ: 2002/11/14 والمتضمن المراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، إلى أن صدر التنظيم رقم 14-01 والذي أدرج في حساب مقام النسبة كلاً من مخاطر السوق ومخاطر التشغيل كما سنرى لاحقاً، والذي يعتبر مسaire لاتفاقية بازل II في هذا الجانب، ولبازل III في جوانب أخرى.

2-7-3- اتفاقية بازل III:

لم يرد لحد الآن أي تنظيم أو تعليمة تبين حساب معدل كفاية رأس المال بطريقة مشابهة لما ورد في اتفاقية بازل III، لكن مع ذلك تجب الإشارة إلى أن التنظيم رقم 14-01 المؤرخ في 2014/02/16 والمتضمن نسب الملاءة المطبقة في البنوك والمؤسسات المالية، نص على رفع نسبة الملاءة من 8 إلى 9.5% ابتداءً من أول أكتوبر 2014، على أن يغطي رأس المال الأساسي (أو القاعدي كما يسميه) كلاً من مخاطر الائتمان والسوق والتشغيل بنسبة 7% على الأقل، إضافة إلى فرض تكوين هامش بنسبة 2.5% من الأموال الخاصة القاعدية للبنك سمّاه "وسادة أمان"، وخول التنظيم للجنة المصرفية منح مهلة للبنوك للتطبيق التدريجي لهذه الإجراءات، كما خولها أيضاً فرض نسبة ملاءة أكبر إذا اقتضى الأمر ذلك⁽²⁶⁾. ويلاحظ هنا أن هذا التنظيم يأخذ من بازل II إدراج كل من مخاطر السوق والتشغيل في نسبة كفاية رأس المال إضافة إلى حساب ترجيحات مخاطر الائتمان حسب تنقيط وكالة ستاندرد أند بورز، ويأخذ من بازل III رفع النسبة الإجمالية ولكن ليس إلى 10.5% كما تنص عليه الاتفاقية بل أقل، إضافة إلى فرض الهامش الذي تسميه الاتفاقية باحتياطي الحفاظ على رأس المال. ويبدو أن الأمر يحتاج كالعادة إلى تعليمة تفصيلية لكيفية تطبيق هذا التنظيم، والذي أشار إلى أنه يلغي التنظيم رقم 91-09 المؤرخ في 1991/08/14.

أيضاً وقبل ذلك، كان بنك الجزائر قد أصدر التنظيم رقم 11-04 بتاريخ 2011/05/24 والمتضمن تعريف وقياس وتسيير ورقابة خطر السيولة، وأوجب فيه على البنوك وضع نسبة سيولة مساوية لـ 100% على الأقل في الأجل القصير (على أن توضّح تعليمة لاحقة مكونات النسبة)، كما أوجب عليها وضع مؤشرات تسمح بقياس وتسيير ومراقبة السيولة، واعتبرها ضمن مؤشرات الحيطة والحذر⁽²⁷⁾، وقد ورد نفس التأكيد في التنظيم رقم 11-08 بتاريخ 2011/11/28 والمتعلق بالمراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية في مادته رقم 50 السالف ذكره⁽²⁸⁾، ومن المعلوم أن اتفاقية بازل III تدعو البنوك إلى وضع نسبتين لقياس السيولة ومراقبتها، الأولى على المدى القصير، والثانية على المدى الطويل كما أسلفنا. ولم يرد في هذين التنظيمين ما يشير إلى أن تكوين المؤشرات المذكورة يكون طبقاً لما ورد في اتفاقية بازل III، رغم كون التنظيمين صدرا بعد أن تم نشر الصيغة النهائية لتلك الاتفاقية.

3- دور بنك الجزائر في تأهيل النظام المصرفي الجزائري:

على ضوء ما سبق، وفي ظل الإشكالات والنقائص التي يعرفها النظام المصرفي الجزائري والمشار إليها بالتفصيل سابقاً، فإن لبنك الجزائر دوراً كبيراً في تأهيل هذا النظام، بصفته بنك البنوك والمشرف الأول على الجهاز المصرفي من جهة، وبصفته المستشار الاقتصادي والمالي للحكومة من جهة أخرى، ونرى أن دوره في التأهيل والتطوير يتمثل خاصة فيما يلي:

3-1- الحد من سيطرة القطاع العمومي على السوق المصرفية الجزائرية:

من أجل وضع حد لسيطرة البنوك العمومية على السوق المصرفية الجزائرية لأبد من خصوصية ولو جزئية للقطاع المصرفي العمومي في الجزائر، وذلك من أجل بعث توازن بين تركيبة القطاعين العام والخاص، وبالتالي بعث المنافسة بينهما بما يفيد تطوير الجهاز المصرفي ككل. وإذا كانت عملية الخصخصة تتعلق بالبرامج الاقتصادية للحكومة، فإن لبنك الجزائر دوراً في دفع هذه العملية بالاقتراح أو بالتشاور مع الحكومة.

نشير إلى أن فكرة خصوصية بعض البنوك العمومية طُرحت منذ عدة سنوات، حيث كانت هناك ضغوط خارجية مورست على الجزائر منذ بداية هذه الألفية لفتح رأس مال البنوك العمومية وخصوصتها كوسيلة لإعادة التوازن إلى السوق المصرفية الجزائرية التي تسيطر عليها تلك البنوك. فمن بين المقترحات التي تقدّم بها صندوق النقد الدولي للإصلاح المالي بالجزائر الإسراع في خصوصية بنكين عموميين يتمتعان بصحة مالية جيدة، وإعطاء مهلة خمس سنوات لخصوصية البنوك العمومية المتبقية، ثم التخلي عن العملية إذ لم تكن مجدية⁽²⁹⁾.

كما أن اللجنة الأوروبية بالجزائر (في إطار برنامج "ميديا MEDA" الذي انبثق عن لقاء برشلونة سنة 1995 و انطلق في أكتوبر 1998) ترى أن النظام المصرفي الجزائري الذي يسيطر عليه القطاع العمومي لا يزال يعاني من إرث الاقتصاد الموجه بسبب تدخل الدولة من خلال ذلك القطاع، حيث أن البنوك العمومية معتادة على العمل دون مخاطر مع مؤسسات عمومية وتمنحها تحت الضغط قروضاً يتم تسديدها من السلطة العمومية، وهذا لا يخدم الاقتصاد الجزائري، ولا يمكن تغيير هذه الوضعية إلا بتدخل السلطات العمومية لفتح السوق وإدخال المنافسة بين البنوك⁽³⁰⁾.

وكانت العديد من البنوك الدولية تشتترط إعادة رسملة البنوك العمومية وتطهير محافظها من الديون غير مضمونة الدفع، فضلاً عن الحصول على نسبة الأغلبية أي 51% من رأسمال البنك للدخول في أي عملية خصوصية لبنك عمومي جزائري، وقد قبلت السلطات العمومية بهذين الشرطين فتمّ إعادة بعث مشروع فتح رأسمال ثلاثة بنوك عمومية هي: القرض الشعبي الجزائري CPA، والبنك الوطني الجزائري BNA، وبنك التنمية المحلية BDL، وذلك بعد أن فشل هذا المشروع مع البنك الأول سنة 2001 لأن النسبة المقترحة للملكية الأجنبية كانت 49%.

وكان من المقرر أن تبدأ العملية من هذا البنك أي CPA حيث تمّ اختيار بنك الأعمال الفرنسي (روتشيلد فرانس) للقيام بها في ظرف سنة من ذلك التاريخ، إلا أن عملية خصوصية أي بنك عمومي لم تتم لحد الآن، خاصة بعد صدور الأمر رقم: 10-04 لسنة 2010 والذي يشترط نسبة المساهمة الجزائرية في البنوك بما لا يقل عن 51%، وهو ما يرفضه معظم الشركاء الأجانب كما أسلفنا، مما يتطلب إعادة النظر في هذه النسبة.

كما يمكن لبنك الجزائر أيضاً فتح مجال المنافسة بين البنوك العمومية والخاصة أو الأجنبية بمنح المزيد من رخص الاعتماد لهذه الأخيرة، حيث تشير الإحصاءات إلى وقف تلك الرخص منذ عدة سنوات برغبة من البنك المركزي (بنك الجزائر) رغم استيفاء الكثير من طلبات الاعتماد للشروط المطلوبة.

3-2- الحد من تركيز البنوك على تمويل التجارة الخارجية:

يتمثل دور بنك الجزائر في معالجة هذه المشكلة باستعمال سياسة تأطير الائتمان L'encadrement du crédit بنوعها الكمي والكيفي، بحيث يضع نسبة مئوية كحد أقصى لحجم التمويل الموجه للتجارة الخارجية من إجمالي تمويلات البنك في السنة على شكل تعليمية، وبالتالي يمكن تعديلها حسب الظروف الاقتصادية العامة للبلد.

وبالموازاة مع ذلك، يستعمل سياسة تأطير الائتمان النوعي أو الكيفي بتوقيف التمويل الموجه للعديد من السلع الكمالية والاكتفاء بالسلع الأساسية، وتوجيه ما يتوفر من أموال من وراء ذلك إلى تمويل الاستثمارات المنتجة والمنشئة لمناصب العمل والتي تساهم في زيادة الإنتاج والدخل، وهو السبيل الوحيد للحد من فاتورة الاستيراد المتزايدة من سنة لأخرى.

3-3- تطوير أنظمة الدفع:

لا سبيل لتقليص حجم المبادلات النقدية في الاقتصاد الجزائري والتقليل من حجم الكتلة النقدية المتداولة على شكل نقود قانونية إلا بتطوير أنظمة الدفع، خاصة بالشيكات والبطاقات الالكترونية.

فبالرغم من أن الحكومة أصدرت مرسوماً تنفيذياً يقضي بالزامية استعمال الشيك في المعاملات المالية التي يفوق مبلغها 50 ألف دينار جزائري سنة 2005 والذي دخل حيز التنفيذ في: 2006/09/01⁽³¹⁾، إلا أنه تم إلغاؤه بمرسوم تنفيذي آخر في نفس السنة، ثم إصدار مرسوم تنفيذي آخر سنة 2010 يقضي بالزامية استخدام الشيك، التحويل البنكي، بطاقة الدفع، الاقتطاع من الرصيد، السفتجة، السند لأمر، وكل وسيلة دفع كتابية أخرى، وذلك في كل المعاملات التجارية والمالية التي تفوق قيمتها 500 ألف دينار جزائري⁽³²⁾ والذي دخل حيز التنفيذ ابتداءً من: 2011/03/31، إلا أن ذلك لم يقض على مشكلة استعمال السيولة بشكل كبير، ويعود ذلك في نظرنا إلى سببين:

- انتشار ظاهرة استعمال الشيكات بدون رصيد، رغم أن القوانين الجزائرية تجرم ذلك وتتص على العقوبات بكل وضوح، إلا أن المتضرر من هذه الجريمة يعاني الكثير من أجل الحصول على حقه القانوني بسبب إجراءات التقاضي التي تأخذ وقتاً طويلاً.

- عدم توفير أماكن استعمال بطاقات الدفع بشكل كبير وواسع، إذا من المعلوم أن القبول العام هو أهم الشروط لتداول النقود أو ما ينوب عنها.

لذلك يتوجب معالجة هذه الأسباب وتوفير الحلول اللازمة لها، وذلك بالتعاون بين بنك الجزائر والحكومة، سواء عند وضع البرامج الاقتصادية، أو بتفعيل النظم القانونية القائمة.

وبعد فشل تطبيق الإجراءات السابقة، اضطرت السلطات إلى اتخاذ إجراء آخر، وهو إلزامية التعامل بالشيك في كل المعاملات التجارية التي تتجاوز قيمتها مليون دينار جزائري ابتداءً من فاتح يوليو 2015، وقد يلقي هذا الإجراء مصير سابقه إذا لم تُعالج أسباب الفشل في التطبيق.

3-4- الحد من ثقل الإجراءات البيروقراطية في معالجة ملفات القروض:

ينبغي على بنك الجزائر السهر على تطبيق الإجراء المتخذ بتقليص مدة دراسة ملف طلب قرض إلى 20 يوماً، والحرص على تقليص هذه المدة أكثر مستقبلاً، وذلك بإجراء تفتيش ميداني فجائي لكل البنوك العاملة في الدولة، إذ أن تحسين هذا الإجراء ليس بمثابة مؤشرات أو نسب يتم التصريح بها في وثائق البنك لدى البنك المركزي، لذلك يجب استعمال وسائل أخرى للرقابة من طرف بنك الجزائر من أجل التزام البنوك بتطبيقها.

أما المبالغة في طلب المساهمة الشخصية خاصة في القروض الاستثمارية فيمكن لبنك الجزائر وضع سقف لهذه النسبة لكل البنوك من خلال تعليمة، ومراقبة تطبيقها بصرامة من أجل تشجيع هذا النوع من القروض الهامة والضرورية لإنعاش الاقتصاد الوطني، وبالنسبة للمبالغة في طلب الضمانات فيمكن تركه للمنافسة بين البنوك، إذ مع معالجة الاختلالات الأخرى يمكن أن تتنافس البنوك تلقائياً في التخفيف من هذه الضمانات، بشرط أن لا يعرض ذلك وضعية البنك للخطر.

3-5- معالجة مشكلة فائض السيولة لدى البنوك الجزائرية:

لقد سعى بنك الجزائر إلى حل إشكالية فائض السيولة لدى البنوك الجزائرية من خلال الرفع التدريجي لنسبة الاحتياطي القانوني أو الإلزامي، وهي تبلغ حالياً 12 % وذلك بموجب التعليمة رقم 02-2013 الصادرة بتاريخ 23/04/2013 المعدلة والمتممة للتعليمة رقم 02-2004 المؤرخة في 13/05/2004 المتعلقة بنظام الاحتياطيات الإلزامية⁽³³⁾، ويمكن رفع هذه النسبة لامتناس جزء من حجم تلك السيولة غير الموظفة في البنوك تفاقداً لما قد ينجر عنها من آثار تضخمية في حال توجيهها إلى قروض غير مجدية للاقتصاد.

وهذا الحل يملك اللجوء إليه بشكل أولي، لكن بالموازاة مع حلول أخرى أشرنا إلى بعضها سابقاً، كالححد من القروض الموجهة للتجارة الخارجية، ووضع سقف لنسبة المساهمة الشخصية في القروض الاستثمارية، إضافة إلى سياسة الإقناع الأدبي، كل هذا كفيلاً بأن يوجه هذه السيولة الفائضة نحو الاستخدام الأمثل لها، دون أن يكون لذلك آثار سلبية كبرى على الاقتصاد الوطني.

3-6- رفع نسبة التغطية المصرفية:

يتمثل دور البنك المركزي الجزائري (بنك الجزائر) بالنسبة للرفع والتحسين من نسبة التغطية المصرفية، في رفع القيود الإدارية وتخفيفها عن التوسع في إنشاء الوكالات، إذ من المعلوم إن إنشاء وكالة مصرفية جديدة من أي بنك عامل بالجزائر يتطلب موافقة مسبقة من بنك الجزائر بعد تقديم طلب بذلك، وقد تطول الموافقة على الطلب.

كما أن التسهيل في منح الاعتماد للبنوك سواء من رأس مال وطني أو أجنبي (إذا كان الطلب مستوفياً للشروط)، بالإضافة إلى المساهمة في إيجاد منافسة حقيقة بين البنوك العمومية والخاصة كما أسلفنا، من شأنه أن يسمح أيضاً بفتح المزيد من الوكالات والفروع والشبائيك، العادية منها والآلية، وإن كانت هذه الأخيرة تتعلق أيضاً بمدى تشجيع السلطات للمعاملات النقدية الإلكترونية على حساب التعاملات بالنقود القانونية.

3-7- مواكبة المعايير الاحترازية العالمية في العمل المصرفي (معايير بازل):

لمواكبة النظام المصرفي الجزائري للمعايير الاحترازية العالمية خاصة منها معايير بازل، يتعين على بنك الجزائر إلغاء التعليمة رقم 74-94 الصادرة في 29/11/1994 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطه والحد في تسيير

البنوك والمؤسسات المالية، لأن هذه التعليمات جاءت موافقة لما ورد في اتفاقية بازل 1، إذ من غير المعقول أن يبقى الوضع على هذا الحال فيما يتعلق بالتنظيم الاحترازي في الجزائر بينما العالم قد شرع ومنذ مطلع سنة 2013 في تطبيق بازل 3.

وبما أن بنك الجزائر قد أصدر التنظيم رقم 14-01 المؤرخ في 16/02/2014 والمتضمن نسب الملاءة المطبقة في البنوك والمؤسسات المالية والذي يواكب اتفاقية بازل 2 في إدراج كل من مخاطر السوق والتشغيل في حساب نسبة كفاية رأس المال، ويواكب اتفاقية بازل 3 في رفع الحد الأدنى لتلك النسبة وإن لم يكن إلى الحد المقرر عالمياً، فإن الأمر يتطلب من بنك الجزائر (كما أسلفنا) إصدار تعليمات تفصيلية توضح كيفية تطبيق التنظيم السابق، لأن التدرج مطلوب في استدراك أي تأخر على أن يكون ذلك خلال فترة زمنية قصيرة ومحددة، بالإضافة إلى وضع نسبتيين للسهولة إحداهما في الأجل القصير والأخرى في الأجل الطويل كما جاء في الاتفاقية الأخيرة، مع الإشارة إلى أن النسبة الأولى قد فرض تطبيقها على البنوك كما أشرنا سابقاً.

الخاتمة ونتائج البحث:

لقد تبين لنا من خلال هذا البحث، أن النظام المصرفي الجزائري يعاني من تخلف كبير وفي عدة جوانب، وذلك نتيجة لتأثره بمخلفات التسيير المركزي للاقتصاد سابقاً خاصة بالنسبة للبنوك العمومية، موازاة مع فشل العديد من سياسات الإصلاح التي سعت إلى تطويره وتأهيله، الأمر الذي يتطلب إعادة النظر في تلك السياسات ومدى فاعليتها، خاصة وأن الجهاز المصرفي يعتبر قاطرة الإصلاح في أي نظام اقتصادي. ويمكن أن نجمل أهم النتائج التي توصل إليها البحث فيما يلي:

- لا تزال البنوك العمومية رغم قلة عددها مقارنة بإجمالي عدد البنوك في الجزائر، تسيطر على السوق المصرفية الجزائرية بأكثر من 86% سواء من حجم الودائع الكلي أو من إجمالي حجم القروض، وهذا إلى غاية نهاية سنة 2013، رغم تناقص هذه النسب بشكل تدريجي وضئيل.

- رغم أن قانون النقد والائتمان لسنة 1990 قد فتح مجال الشمولية في العمل المصرفي أمام البنوك الجزائرية، فقد بقيت هذه البنوك تركز في تمويلها على التجارة الخارجية نظراً لربحيتها وقلة المخاطرة فيها، على حساب تمويل الاستثمارات المنتجة.

- لا تزال أنظمة الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية متخلفة، ولا يزال الاعتماد كبيراً على استعمال النقود القانونية في المعاملات عوض الشيكات والبطاقات البنكية، وهذا رغم محاولات تطبيق العديد من برامج العصرية لأنظمة الدفع في الجزائر بالشراكة مع مؤسسات أجنبية، إلا أن ذلك لم يؤت بثماره بسبب أن العديد من تلك البرامج لم تصمّم وفق متطلبات المجتمع الجزائري، هذا بالإضافة إلى ضعف نسبة التغطية المصرفية في الجزائر والتي تبقى الأضعف تقريباً في بلدان حوض المتوسط والبلدان العربية.

- لقد أصبح ثقل الإجراءات الإدارية في معالجة ملفات القروض صفة تميز البنوك الجزائرية خاصة العمومية منها لتأثرها بممارسات العهود الماضية، رغم محاولات تقليص الفترة الزمنية لتلك المعالجة، إضافة إلى ارتفاع نسبة المساهمة الشخصية خاصة في قروض الاستثمار، وكذا المبالغة في طلب الضمانات.

- تعاني البنوك الجزائرية من مشكلة فائض السيولة لديها، جراء السياسات الحكومية المتمثلة في طبع كميات كبيرة من النقود للرفع المستمر للأجور وتحسين القدرة الشرائية للمواطن، وهو ما أدى إلى تزايد المدخرات، وتحولها إلى ظاهرة هيكلية لدى البنوك.

- رغم أن البنوك في العالم بما فيها البلدان العربية قد بدأت تطبيق معايير بازل 3 منذ بداية سنة 2013، إلا أن البنوك الجزائرية بقيت وإلى وقت قريب تطبق معايير بازل 1، وقد حاول التنظيم الاحترازي في الجزائر مؤخراً مواكبة اتفاقيات بازل 2 (ولو بشكل متأخر) وبازل 3 من خلال إصدار تنظيم خاص بذلك، إلا الأمر يتطلب تعليمات تفصيلية تبين كيفية تطبيق التنظيم السابق بشكل أكثر وضوحاً.

لذا يتطلب الأمر دوراً كبيراً لبنك الجزائر في إصلاح وتأهيل النظام المصرفي الجزائري بصفته بنك البنوك والمستشار الاقتصادي والمالي للحكومة، وقد بينا بالتفصيل هذا الدور في معالجة مظاهر تخلف هذا النظام، وهي بمثابة توصيات هذا البحث.

الهوامش والمراجع:

- (¹)- راجع المواد 6 و 7 من الأمر رقم 10-04 ، المؤرخ في: 26/08/2010، والمتعلق بالنقد والقرض.
- (²)- www.bank-of-algeria.dz - consulté le : 23/04/2015.
- (³)- أنظر: الطاهر لطرش: الاقتصاد النقدي والبنكي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص 358. وأيضاً:
Guide des banques et des établissements financiers en Algérie: kpmg, édition 2012, p: 13.
- (⁴)- سليمان ناصر: تأهيل المؤسسة المصرفية العمومية بالجزائر؛ الأسلوب والمبررات، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي حول "متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلدان العربية"، تنظيم: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف، أيام 17 ، 18 أبريل 2006.
- (⁵)- معطي سيد احمد: واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، تخصص حوكمة الشركات، جامعة تلمسان، الجزائر، 2012/2011، ص 49، بتصرف.
- (⁶)- www.satim-dz.com - consulté le : 24/04/2015.
- (⁷)- المرجع السابق، ص 52، بتصرف.
- (⁸)- www.djazair50.dz - consulté le : 02/03/2014.
- (⁹)- تصريح السيد المدير لمؤسسة بريد الجزائر لجريدة "الخبر" بتاريخ: 2014/03/05.
- (¹⁰)- محمد الشايب: البطاقة البيبنكية في القطاع المصرفي الجزائري بين الواقع والمتطلعات؛ دراسة تقييمية لشبكة النقد الآلي ما بين البنوك، مجلة: الدراسات المالية والمصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، السنة الثانية والعشرون، المجلد الثاني والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2014، ص 47.
- (¹¹)- سليمان ناصر: تأهيل المؤسسة المصرفية العمومية بالجزائر؛ الأسلوب والمبررات، مرجع سابق.
- (¹²)- معطي سيد أحمد: واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، مرجع سابق، ص 52-54، بتصرف.
- (¹³)- سميرة عوام: "البنوك لا تحترم شروط منح القروض وأجال دراسة الملفات"، الموقع الإلكتروني: <http://www.djazair50.com/alfadjr/121621>، تاريخ الاطلاع : 27/01/2014.
- (¹⁴)- حفيظ صوالي: "تعلق اعتماد بنوك أجنبية جديدة يكرس التخلف المصرفي الجزائري"، جريدة الخبر، صفحة الاقتصاد، العدد 7768، بتاريخ: 20/04/2015.
- (¹⁵)- المادة: 4 من التنظيم رقم: 90-01 الصادر بتاريخ: 04/07/1990 والمتعلق بالحد الأدنى لرأس مال البنوك والمؤسسات المالية العاملة في الجزائر، والصادر عن بنك الجزائر.
- (¹⁶)- المادة: 2 من التنظيم رقم: 91-09 الصادر بتاريخ: 14/08/1991 والمحدد لقواعد الحيطة والحذر في تسيير البنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.
- (¹⁷)- راجع مواد التنظيم رقم: 95-04 الصادر بتاريخ: 20/04/1995 المعدل والمتمم للتنظيم رقم: 91-09 الصادر في: 14/08/1991 المحدد لقواعد الحيطة والحذر في تسيير البنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.
- (¹⁸)- المادة: 3 من التعليم رقم: 34-91 الصادرة بتاريخ: 14/11/1991 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطة والحذر لتسيير البنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.

(19) - المادة: 3 من التعليمية رقم: 74-94 الصادرة بتاريخ: 1994/11/29 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطة والحذر لتسيير البنوك والمؤسسات المالية، والصادرة عن بنك الجزائر.

(20) - راجع مواد التعليمية رقم: 74-94 الصادرة بتاريخ: 1994/11/29 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطة والحذر لتسيير البنوك والمؤسسات المالية، والصادرة عن بنك الجزائر، وكذلك الملحق الخاص بها.

(21) - المادة: 2 من التنظيم رقم: 02-03 الصادر بتاريخ: 2002/11/14 والمتضمن المراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.

(22) - التنظيم السابق، نفس المادة.

(23) - مجلة بعثة اللجنة الأوروبية بالجزائر، العدد الرابع، أكتوبر- نوفمبر 2004، ص: 8.

(24) - راجع مواد التنظيم رقم: 11-03 الصادر بتاريخ: 2011/05/24 والمتعلق بمراقبة مخاطر ما بين البنوك، والصادر عن بنك الجزائر.

(25) - المادة: 2 من التنظيم رقم: 11-08 الصادر بتاريخ: 2011/11/28 والمتعلق بالمراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.

(26) - راجع المواد: 2، 3، 4، 6 و 7 من التنظيم رقم: 14-01 الصادر بتاريخ: 2014/02/16 والمتضمن نسب الملاءة المطبقة على البنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.

(27) - راجع المواد: 3 و 15 و 17 من التنظيم رقم: 11-04 الصادر بتاريخ: 2011/05/24 والمتضمن تعريف وقياس وتسيير ورقابة خطر السيولة، والصادر عن بنك الجزائر.

(28) - راجع المادة: 50 من التنظيم رقم: 11-08 الصادر بتاريخ: 2011/11/28 والمتعلق بالمراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.

(29) - International Monetary Fund / Algeria : Financial Stability Assessment, IMF Country Report N° 04/138, Washington D C, 2004.

(30) - مجلة بعثة اللجنة الأوروبية بالجزائر، العدد الرابع، أكتوبر- نوفمبر 2004، ص : 4 وما بعدها.

(31) - المرسوم التنفيذي رقم: 05-442 المؤرخ في: 2005/11/14، الجريدة الرسمية، العدد رقم: 75، الصادر في: 2005/11/20، ص: 11.

(32) - المادة: 2 من المرسوم التنفيذي رقم: 10-181، المؤرخ في: 2010/07/13، الجريدة الرسمية، العدد رقم: 43، الصادر في: 2010/07/14، ص: 12.

(33) - المادة: 2 من التعليمية رقم: 02-13 الصادرة بتاريخ: 2013/04/23 والمتعلقة بنظام الاحتياطات الإجبارية، والصادرة عن بنك الجزائر.

تعبئة الموارد الجبائية كخيار إستراتيجي لتغطية العجز المالي للبلديات الجزائرية

Fiscal resource mobilization as a strategic option to cover the budget deficit of Algerian APC

عولمي بسمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة تبسة، الجزائر

aoulmib@yahoo.fr

شوقي جباري

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة أم البواقي، الجزائر

Chaouki_dj@yahoo.com

ملخص:

تعتمد الدولة الجزائرية في تسيير المرافق العمومية على الجماعات المحلية والمتمثلة أساسا في البلدية والولاية؛ إذ تعمل السلطة الحكومية على تعبئة الموارد المالية المتاحة من أجل تمويل المشاريع التنموية على المستوى المحلي، إلا أن تخصيصات الموارد المالية ولاسيما الموارد الجبائية لا تكفي لتغطية المصاريف المحلية للبلديات على مستوى جل ولايات الوطن؛ حيث أصبحت تعاني من عجز مالي مزمن ومتراكم، تعزى أسبابه إلى تزايد وتيرة الديون المفرطة، و إلى سوء التسيير وعدم كفاءة السلطات المحلية، فضلا على عدم عدالة توزيع الموارد الجبائية نتيجة لاحتكار السلطة المركزية لعملية التوزيع.

الكلمات المفتاح: العجز المالي للبلديات، الجباية المحلية، السلطة المركزية، مشاكل التمويل، الإحصاء الضريبي.

Abstract:

Algerian state adopt in the conduct of public facilities on local communities (the municipality and the state); acting governmental authority to mobilize the financial resources available for the financing of development projects at the local level, but the allocations of financial resources, particularly resources tax is not enough to cover the expenses of local municipalities on the level the bulk of the states of the country; where are suffering from a chronic fiscal deficit and Accumulated, dating causes of the increasing pace of excessive debt, mismanagement and inefficiency of local authorities, as well as the inequitable distribution of fiscal resources as a result of the monopoly of power centralized distribution process.

Key words: fiscal deficit for municipalities, Local taxes, central authority, funding problems, tax Statistics.

تمهيد:

رغم التدابير المتخذة في مجال إصلاح المالية العامة وتعبئة الموارد من خلال إصدار التشريعات في مجال المالية والجبائية بشكل خاص، إلا أن ولايات الوطن لا تزال تعاني من تأخر برامج التنمية المحلية وعدم فعاليتها في كثير من الأحيان، ويرجع ذلك إلى جملة من الأسباب لعل أبرزها العجز المالي المسجل والمتراكم على مستوى الميزانيات المحلية، إذ يشكل هذا العبء عائقا حقيقيا أمام تحقيق التنمية المحلية المنشودة.

و تحاول الدولة الجزائرية جاهدت معالجة مشكلة العجز المالي المزمع للبلديات، من خلال تحقيق التوزيع العادل والمتوازن للموارد، وكذا إصلاح نظام الجبائية المحلية بهدف تعظيم إمكانات وفرص اعتماد البلديات على ذاتها لسد فجوة العجز المالي. وقد بينت العديد من الدراسات الأكاديمية المنجزة في هذا المضمار إلى افتقار البلديات الجزائرية للموارد الجبائية المتأتية من الإدارة الجبائية، إذ يشكل التهرب والغش الضريبيين دورا فعالا في نقص هذا المورد المالي. فضلا عن إهمال البلديات الاعتماد على موارد أخرى كان بالإمكان الاعتماد عليها إلى جانب الجبائية المحلية والتي تتمثل في الإيرادات الفلاحية، حيث تبين قوانين المالية أن الدولة تهتم بالدرجة الأولى بالجبائية البترولية على حساب الجبائية الزراعية أين تتمتع هذه الدولة بثروات غابية معتبرة.

وتأسيسا عما سبق، فإن السؤال الجوهرى لهذه الدراسة يتمثل في:

ما هي أسباب تزايد العجز في ميزانيات البلديات ؟ وما هو السبيل إلى تعبئة الموارد الجبائية لتغطية ذلك العجز ؟

و للإجابة على هذه الإشكالية تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة أجزاء؛ حيث خصص الجزء الأول إلى تشخيص واقع وأسباب تنامي ظاهرة العجز المالي للبلديات على المستوى الوطني، في حين يعرض الجزء الثاني إلى آثار احتكار السلطة المركزية لتوزيع الموارد الجبائية على العجز المالي، أما الجزء الثالث فخصص لعرض السبل الكفيلة بتعبئة الموارد الجبائية بهدف تغطية العجز المالي للبلديات.

أولا: أسباب تنامي العجز المالي للبلديات على المستوى الوطني:

تعددت أسباب عجز البلديات على المستوى الوطني ولاسيما على مستوى بلديات التي تفنقر بعضها إلى أدنى نشاط اقتصادي يدر موارد جبائية لتدعيم ميزانية البلدية. ومنها أسباب متعلقة بالمكلف أو العون الاقتصادي أو الخاضع للضريبة، وأخرى متعلقة بالنظام ولا مركزية اتخاذ القرار التمويلي مما جعل السلطات المحلية لا تملك سلطة اتخاذ القرارات التمويلية. من الناحية القانونية يساهم الصندوق المشترك للجماعات المحلية بنسبة 5% من موارده لتغطية عجز البلديات، إلا أن ضخامة العجز المالي للبلديات يجعل من النسبة الممنوحة من قبل الصندوق المشترك للجماعات المحلية لا تكاد تغطي سوى نسبة 6% من هذا العجز.

ناهيك عن الوضعية التي عرفتتها الدولة خلال العشرية السوداء والتي دفعت بالصندوق المشترك للجماعات المحلية إلى توجيه تدخلاته نحو التكفل المالي بأجور الحرس البلدي. كما ساهمت الدولة من جهتها في ظاهرة عجز البلديات من خلال توزيع الاستثمارات على المستوى الوطني، حيث تتمركز جلها في المناطق الشمالية والساحلية بشكل خاص مما جعل اليد العاملة تهاجر إليها.

والجدول رقم(01) يبين تطور عدد البلديات العاجزة على مستوى الوطن، بالإضافة إلى مبالغ العجز على المستوى الوطني للفترة الممتدة ما بين 1997 و 2012. هذا العجز الذي يظهر في التقارير التي يصدرها الصندوق المشترك للجماعات المحلية.

الجدول رقم (01): تطور عدد البلديات العاجزة للفترة 1997-2012

الوحدة: مليون دج

السنة	عدد البلديات العاجزة	مبلغ العجز	مبلغ إعانة التوازن ^(*)	نسبة التغطية
1997	52	31	31	100
1999	63	76	76	100
2000	96	108	108	100
2001	164	250	250	100
2002	620	1.963	1.000	51
2003	660	1.904	998	52.4
2005	792	3.804	2.968	78
2006	779	3.500	2.520	72
2008	929	6.500	5.471	84
2010	1159	8.730	7.728	88.5
2012	1090	11.600	8.824	76

المصدر: Centre nationale d'études et analyse pour la planification.

Réfonte du système fiscal, Document interne, Alger, 2013, p : 102.

(*) يتم منح إعانة التوازن من قبل الصندوق المشترك للجماعات المحلية تبعا لطلب من والي الولاية وفق جدول إرسال معنون باسم النفقة المخصصة ومقدار العجز.

يتبين من الجدول أن عدد البلديات العاجزة تضاعف عشر مرات سنة 2012 مقارنة بسنة 1997، بالمقابل ارتفع مبلغ العجز المالي المسجل على مستوى تلك البلديات.

في الملتقى الجهوي التكويني الذي جرت أشغاله بولاية سطيف في أفريل 2001 والذي نظم لفائدة الإطارات المحلية المسيرة، تم ذكر أنه من أصل 1541 بلدية توجد 1280 بلدية عاجزة ماليا¹. ويعود هذا العجز المالي إلى عدة أسباب، منها عجز المنظومة الجبائية عن مسايرة وتيرة النمو الاقتصادي، التقسيم الإداري، ضعف أداء المنتخبين المحليين وضعف التأطير المحلي الذي أدى إلى سوء التسيير.

كما يلاحظ أيضا من الجدول رقم (01) أن تدخلات الصندوق المشترك للجماعات المحلية في تغطية عجز البلديات قد تراجعت منذ 1992 وأصبح يغطي نسبة قليلة من العجز ويعود السبب في ذلك تغير مهام الصندوق وتوجهت إيراداته إلى أوجه إنفاق أخرى حسب ما كان يقرره مجلس التوجيه.

فقد كان مجلس التوجيه يخصص سنويا مبلغ 9 ملايين دج بعنوان الإعانة الاستثنائية للتوازن والتي تغطي إلا نسبة 58% من النفقات المحلية. فتوزيع الإعانات يكون وفق مقاييس محددة وهي:²

- نسبة ثراء البلدية.
- المنطقة الجغرافية.
- عدد السكان.
- طول الطرق.
- قنوات التطهير.
- شبكات الكهرباء.

إلى جانب وظيفته التضامنية مع الجماعات المحلية يقوم الصندوق المشترك بتتبع مسار الإعانات بشتى أنواعها والتحقق من توجيهها نحو الإنفاق المخصصة له أصلا. فعجز البلديات في الجزائر عامة يكون سببه الديون المتركمة لسنوات متتالية مما يترتب عنه عدم القدرة على سدادها، وتظهر أسباب وقوع البلديات في غمرة الديون فيمايلي :

- سوء تقدير المشاريع أو الظروف الطارئة.

- ضعف الموارد، والذي يجعل السلطات المحلية تصنف الديون تحت بند نفقات التسيير خارج الميزانية نظرا لنقص موارد الميزانية.

- إنعكاسات الإصلاحات الاقتصادية (غلق المؤسسات مما يعني نقص الإيرادات الجبائية وتسريح العمال).

- عدم وجود إطارات مؤهلة في المالية والجبائية.

- تدخل البلديات في جميع الميادين تقريبا مما زاد من العبء الإنفقاى دون مقابل مالي كاف.

- الظروف الأمنية القاسية والتي تطرأ فجأة دون التسطير لها.

- مبدأ التوازن الوهمي والذي يجبر البلديات على وضع الميزانية للمصادقة عليها متوازنة، ولكنها في الواقع العملي تعتبر غير متوازنة.

لكن يبقى قطاع المحروقات والصناعة المصنعة يملكان حصة الأسد في المخططات التنموية في الجزائر مما جعل حظوظ القطاعات الأخرى قليلة وهذا يفوت الملايير من الموارد المالية على خزينة الدولة. فالمشكل الرئيسي يكمن في عدم التوازن الجهوي وكيفية إنجاز المشاريع وليس هيمنة قطاع على آخر.

ويمكن حصر النقائص التي حالت دون تحقيق التوازن الجهوي في النقاط الموالية:³

- كان الهدف من تجربة الصناعات الصغيرة في الجزائر هو تحقيق التوازن الجهوي وتفعيل التنمية المحلية، لكن تمركزها في مناطق بشدة أكثر من مناطق أخرى أدى إلى اختلال التوازن وبالتالي عجز في البلديات التي تفتقر إلى هذه الصناعات.

- الوسط الجغرافي لعب دورا هاما في عدم التوازن الجهوي، فالبيئة الريفية تفتقر إلى هياكل صناعية والتي تمد الصناعات الصغيرة المحلية بمواد أولية أو نصف مصنعة، كما يفتقر هذا الوسط إلى هياكل الخدمات الاجتماعية والثقافية اللازمة، ذلك ما أدى بالإطارات الكفأة واليد العاملة الماهرة إلى الهروب إلى المدن التي تتوفر عليها.

في خضم تلك المشاكل والنقائص، فكرت الدولة بالنزول باللامركزية إلى البلديات بإشراك رئيس المجلس الشعبي البلدي في التسيير المالي لبعض البرامج الاستثمارية، إلا أن البلديات عانت من مشكل ضعف وسائل الإنجاز وسوء استعمال الوسائل المتوفرة. ومن أجل تحقيق هدف التنمية المحلية عملت الدولة الجزائرية على تعبئة الموارد المالية الكفيلة بتغطية الحاجيات الاقتصادية والمالية للجماعات المحلية. كما يبدو أن عوامل عجز البلديات في جلها ترتبط بالقاعدة العامة لنظام التمويل والتشريعات السنوية المتمثلة في القوانين المالية القاضية بتعديل النظام المالي عامة والضريبي بشكل خاص.

كما أن احتكار السلطة لتوزيع الموارد الجبائية قلل من فرص التمويل لدى البلديات نظرا للعراقيل والإجراءات المطولة والتي تؤخر تمويل برامج التنمية في الولاية.

ثانيا : آثار احتكار السلطة المركزية لتوزيع الموارد الجبائية على عجز البلديات :

عمدت الدولة الجزائرية إلى إسناد مهمة توزيع الموارد الجبائية على الجماعات المحلية إلى السلطة المركزية باعتبارها الهيئة المسؤولة على المالية العامة للدولة، نظرا إلى أن مقاييس كفاءة الهيئات المحلية المنتخبة لجبائية هذا النوع من الموارد ضعيفة وترجح الكفة إلى السلطة المركزية. وهناك مبررات جعلت من الدولة تتخذ مثل هذا الإجراء، كما يتم تسليط الضوء على أهم نتائج هذا الإجراء وأثره على الجبائية المحلية.

1- مبررات توزيع الموارد الجبائية :

رغم منح السلطة المركزية للجماعات المحلية الاستقلال الإداري والمالي إلا أن هذا الأخير يعد نسبيا لان استقلالها المالي في فرض الضرائب أو تقديرها أو إلغائها تبقى جد محدودة كونها مسألة وطنية تخص الهيئة التشريعية. ولكن، استحوذت السلطة المركزية على سلطة تقرير الضرائب وتوزيعها انطلاق من اعتبارات معينة ولكن هذا الإجراء لا يخلو من العيوب.

ومن جملة الأسباب المؤدية إلى تحكم السلطة المركزية في الجباية ما يلي:

1-1 الكفاية الإدارية في تحديد إيرادات الممولين: تتوقف الكفاية الإدارية على قدرات السلطة المركزية في الحصول على كافة المعلومات المتعلقة بالمولين الخاضعين للضريبة. هذه المعلومات تتوفر على مستوى الإدارة الجبائية المكلفة بالمتابعة والتي تملك نظاما معلوماتيا جبائيا يساعدها على جمع كافة المعلومات الضرورية⁴.

مبرر عدم الكفاءة في تحديد إيرادات الممولين أساسه أن النشاط الممارس من قبل الممولين قد يمتد لأكثر من بلدية أو ولاية، فكلما كان حجم الجماعة المحلية كبيرا كلما كبر حجم النشاط للممول، لهذا فإن ترك الجباية في يد السلطة المركزية يحقق كفاية إدارية أكبر.

1-2 الآثار الاقتصادية : تنجم الآثار الاقتصادية من تحديد نوع الضريبة ومدلولها وكيفية توزيعها، إذ يبقى هذا من اختصاص السلطة المركزية والاختلاف في التوزيع بين مختلف الولايات قد يؤدي إلى هجرة العمل ورأس المال بين مختلف المناطق وبالتالي ينجم عنها تمركز بعض الأنشطة الاقتصادية في الولايات التي تقل فيها أنواع الضرائب عن الولايات التي يكون فيها النقل الضريبي وهذا من شأنه أن يؤثر على المردود الاقتصادي. لذلك، فإن أمر ترك فرض الضريبة في يد السلطة المركزية يقلل من الآثار الاقتصادية.

1-3- التخصيص الإقليمي للضريبة: يعتبر مبدأ عدم التخصيص من أهم المبادئ في المالية العامة، والمقصود منه هو عدم تخصيص إيرادات معينة لنفقات معينة أو عدم تخصيص إيرادات منطقة معينة لنفقات تلك المنطقة. ولو كان هناك تخصيص إقليمي لازدادت المناطق الغنية غنا والفقيرة فقرا، فمن أجل خدمة هذا المبدأ تركت مهمة توزيع الجباية المحلية في يد الحكومة المركزية.

تلك المبررات تبين أسباب تمسك السلطة المركزية بتوزيع الحصيلة الضريبية حصريا والدولة في هذا الإطار لا تعمل على أساس معايير محددة، إذ لوحظ أن حصة الدولة من الموارد الجبائية أكبر بكثير من حصة الجماعات المحلية. وحسب إحصائيات 2003 المقدمة من قبل وزارة المالية أين قدرت حصة الجماعات المحلية من الموارد الجبائية بنسبة 20% في حين عادت 80% منها إلى ميزانية الدولة.

يمكن إرجاع الفارق في النسب إلى المهام التي تقوم بها الدولة، فهي مكلفة بعبء تمويل تسيير شؤون الإدارات العامة والتجهيز. لكن في المقابل، لا يمكن إغفال ذلك الدور الهام للسلطات المحلية في تمويل المشاريع ضمن مخططات التنمية وفي إطار الاختصاصات المخولة لها.

2- آثار توزيع الموارد الجبائية على الجماعات المحلية :

تعتبر الموارد الجبائية سلاحا ذو حدين في يد السلطة المركزية، حيث أن توزيع الموارد الجبائية يمكنه أن يؤثر إيجابيا على مهام الجماعات المحلية بما يعزز مفهوم اللامركزية الإدارية الذي يجبر السلطة المركزية على تسخير كل الوسائل للجماعات المحلية من أجل تحقيق مبدأ اللامركزية الإدارية، كما يؤثر سلبا في الإنفاص من المهام اللامركزية والتي لا تتماشى مع النفقات المحلية. وعليه، تتمثل الآثار السلبية لتبعية الجباية المحلية للسلطة المركزية فيما يلي⁵ :

1-2- عدم فعالية نظام توزيع الموارد الجبائية: رغم كثرة النصوص التشريعية التي تخص نظام اللامركزية وتأهيل الجماعات المحلية للقيام بالمهام اللامركزية ومنحها كافة الصلاحيات التي تمس النطاق المحلي وترت على ذلك منحها

الاستقلالية المالية للتصرف بحرية في تسيير الشؤون المحلية وتغطية النفقات، إلا أنه في الحقيقة يصب التشريع الجبائي في اتجاهين متناقضين⁶:

- **الأول:** مبدأ الاستقلال للجماعات المحلية والذي يجعلها بالضرورة طرفا في تحديد الأوعية الضريبية الخاصة بالضرائب العائدة للجماعات المحلية.

- **الثاني:** مبدأ التبعية للدولة باعتبارها المسؤولة عن المالية وتحديد الضرائب بمختلف أنواعها.

فالاتجاه الثاني يقوم على عدم استقلالية الضريبة وحجة المشرع في ذلك هو فرضها بتعلق بالسيادة الوطنية ولا تخص المجالس المحلية المنتخبة، ولهذا تقتصر سلطة البلدية على تقدير المبالغ الإجمالية المتوقعة للأسس الضريبية المحلية والتي تخول لها من قبل خزينة الولاية. وقد نتج عن هذا التضييق للاستقلال المالي في المجال الجبائي للجماعات المحلية نتائج سلبية أثرت على سير المهام وخلق مشاكل تمثلت أساسا في عدم التوازن بين النفقات المحلية والموارد الجبائية.

2-2- عدم كفاية الموارد الجبائية المحلية مقارنة بالنفقات: تعتبر الجباية المحلية أو الإيرادات الجبائية العائدة للجماعات المحلية كما اصطلح عليها في قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة في الفصل الخاص بالضرائب العائدة للجماعات المحلية غير كافية ولا تحقق الهدف المنشود طالما لا تواكب تطورات النفقات المحلية للبلديات، ولهذا لوحظ ارتفاع مستمر للنفقات المحلية يقابله زيادة بطيئة في الموارد الجبائية المحلية.

ومن خلال إحصائيات سنة 2005 لوحظ أن نفقات التجهيز والخاصة بالبلديات بما فيها قطاعات التعليم والرياضة والثقافة قد تعدت 21.721 مليار دج وفي سنة 2003 كانت تقدر بمبلغ 13.132 مليار دج وهذا يدل على الارتفاع المتسارع للنفقات المحلية وبنفس وتيرة التزايد كانت نفقات الولايات لسنة 2001 تقدر بمبلغ 4.826 مليار دج وارتفعت إلى 8.593 مليار دج لسنة 2005 ليصبح إجمالي الإنفاق في البلديات والولايات معا لسنة 2001 مقدرا بمبلغ 17.958 مليار دج ومبلغ 30.314 مليار دج لسنة 2005.⁷ ومنه، يمكن إرجاع سبب التزايد المتسارع للنفقات المحلية إلى ارتفاع نفقات التجهيز في البلديات نظرا لتوسع مهامها اللامركزية وزيادة حجم البلديات، إضافة إلى تضخيم مصاريف المستخدمين في البلديات مقارنة بباقي مجالات الإنفاق والجدول رقم(02) يبين توزيع نسب الإنفاق حسب الأولويات في ميزانية البلدية.

الجدول رقم (02): توزيع نسب الإنفاق في البلديات حسب الأولوية

النسبة المئوية	أهم مجالات الإنفاق في البلديات
65%	أعباء المستخدمين والأجور
10%	التمويل الذاتي (اقتطاعات لغرض التجهيز)
7%	مساهمة في صندوق الولاية لدور الشباب والتظاهرات الرياضية
2%	مساهمة في صندوق الضمان للموارد الجبائية
84%	المجموع

المصدر: Note établie par La Direction Générale Des Impôts, Juillet 2007

يلاحظ من الجدول رقم(02) أن أعلى نسبة في الإنفاق على مستوى البلديات في الجزائر من نصيب مصاريف المستخدمين بنسبة 65% ومصاريف التجهيز الخاصة بالبلدية بنسبة 10%. وبالمقابل يلاحظ أن وتيرة تزايد الموارد الجبائية المحلية بطيئة وهذا ما تثبته الإحصائيات السنوية التي تقرها وزارة المالية من خلال المديرية العامة للضرائب. ويمكن ملاحظة الفرق بين الزيادة في الإنفاق والزيادة في الموارد الجبائية من خلال الجدول رقم(03) والذي يبين مقارنة الموارد الجبائية ونفقات التجهيز والاستثمار للجماعات المحلية للفترة 2001-2007.

الجدول رقم (03) : مقارنة الموارد الجبائية المحلية بنفقات التجهيز للفترة 2001-2007

الوحدة: مليون دج

السنة	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الموارد الجبائية المحلية	91.590	101.624	114.102	121.352	144.023	154.304	184.133
نفقات التجهيز	269.486	282.189	299.387	342.386	375.282	390.075	401.241

المصدر: تقرير اللجنة التنسيقية لوزارة المالية المتعلق بالجبائية المحلية، سبتمبر 2008.

انطلاقاً من الجدول رقم (03) يبدو أن زيادة الموارد الجبائية من سنة لأخرى متفاوتة، فبمقارنة نسبة زيادة النفقات من سنة 2001 إلى 2004 مع نسبة الزيادة في الموارد الجبائية بين سنتي 2001 و 2003 يلاحظ أن الزيادة المتسارعة في النفقات غطت الزيادة البطيئة للموارد الجبائية في البلديات وهذا ما يخلق مشكل في التمويل المحلي.

2-3- عدم التوازن الجهوي في توزيع الثروة : يلعب الموقع الجغرافي للجماعات المحلية دوراً هاماً في التأثير على تدهور المالية المحلية نظراً لتواجدها في مناطق يعدم أو يقل فيها النشاط الاقتصادي، فضعف النشاط الاقتصادي في بعض البلديات يعتبر معرقلاً للموارد المالية وخاصة الجبائية منه. وقد زاد مشكل عدم العدالة في توزيع الموارد الجبائية بين الجماعات المحلية والدولة وبين الجماعات المحلية ذاتها في تدهور الحصيلة الجبائية المحلية.

فتزايد مهام البلديات خاصة بعد التقسيم الإداري لسنة 1984 تطلب تغيير أسلوب التسيير وعناصر بشرية مؤهلة إضافة إلى الموارد الجبائية والتي تعتبر المورد الأساسي للبلديات في الجزائر. ويظهر التفاوت وعدم التوازن في توزيع الموارد الجبائية بين الدولة والبلديات بشكل خاص في الجدول رقم (04) والذي يبين توزيع الحصيلة الجبائية بين الدولة والبلديات للفترة 2004-2008.

الجدول رقم (04): توزيع الحصيلة الجبائية بين الدولة والبلديات للفترة 2004-2008

الوحدة: مليون دج

الحصيلة الجبائية	2004	2005	2006	2007	2008
الدولة	366.739	444.491	493.061	569.000	498.714
البلديات	89.050	81.115	93.135	59.983	56.474
الفرق	277.689	363.376	399.926	509.017	422.240

المصدر: تم إعداد الجدول بناء على معطيات وزارة المالية 2009.

حيث لوحظ تذبذب في توزيع الحصيلة الجبائية من سنة لأخرى للبلديات وانخفاض في الحصيلة خاصة بين سنتي 2007 و 2008 والسبب في ذلك يعود للإصلاحات الجبائية المعتمدة من قبل السلطة الحكومية والمتمثلة في إصلاحات ذات بعد تشريعي والمتعلقة بالإعفاءات والتخفيضات إضافة إلى استفحال ظاهرتي الغش والتهرب الضريبي مما فوت الملايير على الخزينة العمومية.

ثالثاً : سبل تعبئة الموارد الجبائية لتغطية العجز المالي للبلديات:

من الملاحظ من خلال الأسباب السالفة الذكر أن لامركزية اتخاذ القرار التمويلي لعب دوراً كبيراً في استفحال العجز في ميزانيات جل البلديات، أما فيما يخص الإجراءات أو الأساليب المتخذة من قبل السلطات لتغطية العجز فيمكن سرد جملة من الإصلاحات المعتمدة من قبل الدولة الجزائرية فيما يلي :

1- الإصلاحات ذات البعد التنظيمي :

من أجل تحسين المستوى العام، عملت الدولة على تحسين الوضع المالي للبلديات من خلال إجراءات الإصلاح المالي بصفة عامة وإصلاح النظام الضريبي بصفة خاصة. فقد فكرت الدولة في الإصلاح المالي للبلديات من خلال جملة من الإجراءات التي كان لها الأثر ولو جزئيا على تعبئة الموارد المالية كالتالي:

1-1- إجراءات ذات طابع سياسي: تتمثل تلك الإجراءات في توسيع صلاحيات البلدية إلى المجال الاقتصادي من خلال إسهامها في التخطيط الاقتصادي، بترسيخ فكرة المخطط المحلي للتنمية وهو شكل من أشكال الديمقراطية. كما أن سياسة اللامركزية التي انتهجتها الدولة، كان لها الفضل في إصلاح التسيير الإداري والمالي للبلديات، فاللامركزية أوكلت للجماعات المحلية تسيير الشؤون الإدارية والمالية على المستوى المحلي نظرا لضخامة المسؤولية على عاتق السلطة المركزية.

1-2- إجراءات ذات طابع إداري: تجسيدا لمبدأ اللامركزية الإدارية واتساع نطاق اختصاص البلدية، عمدت الدولة إلى إنشاء أجهزة مختصة على المستوى المحلي لدعم الصلاحيات المنوطة بالبلدية تمثلت في المجالس المحلية المنتخبة البلدية والولائية.

فالمجلس الشعبي البلدي له صلاحيات واسعة النطاق في مجال تسيير المؤسسات في البلدية، وصلاحياته تشكل مصدر الإنفاق ومكلفة للبلدية. لهذا الغرض، وضعت وثيقة الميزانية لتجسيد العمليات المالية وترتيبها وتبويبها وفق قواعد المحاسبة العمومية.

1-3- إجراءات ذات طابع فني: وتتمثل هذه الإجراءات في تبسيط وثائق الميزانية والمحاسبة، في البداية كانت الميزانية تتميز بالتعقيد لتعدد الأبواب والصفحات والمواد حيث كانت صفحات الميزانية 40 وأصبح لا يتعدى 09 صفحات، الأبواب كانت 40 و 184 مادة ثم أصبحت 20 بابا و 77 مادة. وأمام هذا الوضع، فكرت السلطات المركزية في إحداث نظام جديد في وثائق الميزانية، وذلك بإنشاء مخطط محاسبي بلدي ينظم مالية البلديات ويجعلها على النحو الموالي⁸:

- إبراز عمليات الاستثمار والتجهيز الاقتصادي كنفقات.
 - الميزانية الإضافية كوثيقة نهائية لتعديل الميزانية الأولية.
 - تصنيف النفقات والإيرادات حسب طبيعتها وحسب المصالح وفي هذا الصدد، أنشأت محاسبة حسب الطبيعة للبلديات الصغيرة ومحاسبة حسب المصالح والطبيعة للمحافظات الكبرى⁹.
 - جعل الحساب الإداري ذا أهمية في الرقابة على تأدية الوظائف المالية على أكمل وجه، فهو يترجم الحياة الاقتصادية والمالية للبلدية.
- إضافة إلى هذه الإجراءات، عملت الدولة الجزائرية على دعم سبل جبائية الضريبة التي تعد موردا أساسيا في ميزانية البلدية بالأساليب أدناه.

2- تدعيم جبائية الضريبة :

نظرا للمشاكل التي تواجهها عملية التحصيل الجبائي وعدم كفاية الموارد الضريبية، عملت السلطة المركزية عن طريق هياكلها الوزارية المتمثلة في العمل المشترك لوزارة الداخلية ووزارة المالية بإجراء دوريات وملتقيات من أجل توعية الجهاز الإداري القائم على الجبائية ومحاولة حل المشاكل والوصول إلى الحلول الممكنة. ويمكن تلخيص جملة الإجراءات المتخذة في مجال تحصيل الضريبة في ثلاث نقاط رئيسية والتي سيتم إثارؤها:

1-2- الإحصاء الضريبي: يتجلى دور السلطات المحلية في هذا الصدد، بإعطاء صلاحية الإحصاء الجبائي لأعوان من الإدارة الجبائية، وهذا الإحصاء يمس الملكيات المبنية وغير المبنية، الأراضي الزراعية ومصادر أخرى للإيرادات.

ومنذ 1994، تم إخضاع الأراضي الزراعية للرسم العقاري على الملكيات غير المبنية. تحرص الإدارة الجبائية على إحصاء كافة المكلفين المقيمين في إقليم البلدية والتأكد من إيداع الملفات الجبائية.¹⁰ فعلى سبيل المثال، كشفت فرقة الإحصاء لسنتي 1999-2000 عن 670.000 بناية و 97.000 نشاط غير معن عنه أي خارج حيز الضريبة، كما كشفت ذات الفرقة في السداسي الأول من سنة 1996 عن الأراضي الزراعية المنتجة للإيراد¹¹. ومنه، فاستكمال الإحصاء الضريبي لا يكون إلا بالتعاون بين السلطات المحلية والمصالح الجبائية. وعليه، لابد من تنشيط عملية الإحصاء إلى جانب المتابعة التي تتم على مستوى القباضات.

2-2- جباية المعلومة الضريبية : تحتفظ الجماعات المحلية بمجموعة من المعلومات التي تهم الوعاء الضريبي، تلك المعلومات تدعم بها مصالح إدارة الضرائب من خلال تبليغ دوري يحتوي على:¹²

- رخص البناء (متعلقة بالرسم العقاري والضريبة على الممتلكات)، تحمل هذه الرخص كل المعلومات التي تعرف بالمكلف والوعاء الضريبي الخاضع له: الاسم واللقب، العنوان، تاريخ إصدار الرخصة، تاريخ البناء، المساحة المبنية والمساحة غير المبنية.

- كشوفات الوفيات المرتفعة بمتابعة حقوق الميراث.

- قوائم مربى المواشي مع تحديد عدد المواشي ووعاء الضريبة على الدخل الإجمالي.

- قائمة الفلاحين مع تحديد المساحات المزروعة والريوع.

- قائمة الملتزمين (الراسي عليهم المناقصة) في السوق مع تحديد مبلغ المناقصة.

على أساس تلك المعلومات يكتمل عمل الأجهزة المحلية من سلطات البلدية إلى أعوان الإدارة الجبائية في مجال جلب المعلومة الجبائية.

2-3- تحصيل الضريبة بالإكراه: يتطلب هذا الإجراء تدخل السلطات المحلية من خلال توفير الأمن لأعوان المتابعة الجبائية، فالسلطة المحلية مجبرة على توفير الأمن والحماية لأعوان الإدارة الجبائية عند تدخلهم لجباية الضريبة بالإكراه في حالة تعسف المكلف بالضريبة ورفضه تسديد ما عليه من ضرائب وغرامات التأخير، ولتجنيب أعوان الإدارة الجبائية تعرضهم للاعتداء الجسدي والكلامي من قبل المكلفين. كما يساهم أعوان الأمن في الكشف عن المكلفين المتهربين عن طريق متابعتهم الميدانية واحتكاكهم المباشر بالمواطنين المحليين، فهم يفيدون أعوان المتابعة الجبائية بكافة المعلومات المتعلقة بثروة المكلفين وتغيير مقراتهم.

على أساس تلك الإجراءات الوقائية والتي من شأنها أن تخفف من حدة المشاكل اليومية التي يواجهها أعوان الضرائب، فإن ميزانية البلدية تجد توازنها وكافة المسؤولين على مستوى البلديات والولايات بإمكانهم في المستقبل تحقيق موارد مالية إضافية ومتزايدة مقارنة بحاجياتها المحلية المقررة. والإجراءات المتخذة من طرف السلطات بهدف الحد من جمود الإيرادات تبقى ضعيفة أمام النمو السريع والمتزايد للنفقات مما يؤدي إلى عدم التوازن بين كمية الإيرادات وكمية النفقات المتزايدة، وهو الأمر الذي يدفع بالبلدية إلى طلب المساعدة من الدولة حتى تحقق توازن الميزانية.¹³

3- ضرورة تدعيم الرقابة الجبائية :

نص القرار المؤرخ في 12 جويلية 1998 والمتعلق بالتنظيم الهيكلي للمديريات الولائية والجهوية، على الاختصاصات الإقليمية لكل منها وتنظيم صلاحياتها. فالمديرية الولائية للضرائب على مستوى الولاية تضم خمس مديريات من ضمنها المديرية الفرعية للرقابة الجبائية التي قسمتها المادة 52 إلى ثلاث (03) مكاتب، أين تلعب فيها المديرية الفرعية للرقابة الجبائية دورا هاما في الرقابة من خلال مايلي :

3-1- الرقابة المحاسبية: تعتبر الرقابة المحاسبية رقابة معمقة تجرى خارج مصالح الإدارة الجبائية وهي تحديدا تتم مباشرة في عين المكان، وتمثل جملة من العمليات الهادفة إلى فحص محاسبة المؤسسة المعنية ومقارنتها بعناصر الاستغلال للتأكد من صحة التصريحات المقدمة بهدف التحديد الأمثل لأوعية مختلف الضرائب المستحقة، وتمر الرقابة المحاسبية بمرحلتين هما:

أ- **عملية المراقبة :** تعمل الإدارة الجبائية على تنظيم عملية الرقابة وتحضيرها من خلال إعداد برامج التدخل والاطلاع على كافة الملفات والوثائق المتعلقة بنشاط المكلفين. كما تدخل الرقابة المحاسبية ضمن الإجراءات الرديعية الخاصة بالتحقيق الجبائي. تتم الرقابة المحاسبية في عين المكان إلا في حالة استثنائية عند قيام المكلف بتسليم وثائقه المحاسبية إلى المراقبين مقابل طلب منهم يؤكد بموجبه الترخيص لهم بالتحقيق في مكاتب الإدارة الجبائية. تتمثل خطوات العمل في عملية المراقبة فيما يلي:

- إرسال نسخة بالتحقيق مع جدول إرسال إلى المدير الجهوي للضرائب.
- القيام بفرز الفواتير الخاصة بالبيع والشراء وكافة المصاريف من خلال وثيقة الكشف المحاسبي.
- طلب كشف العملاء بالإضافة إلى معلومات تتعلق بكافة المتعاملين مع المكلف (بنوك، موردين)
- مراجعة دقة المحاسبة مع تصحيح الأخطاء واستكمال النقص في الوثيقة المسماة محضر التحقيق.
- وبعد إتمام الإجراءات السابقة وإثبات الأخطاء أو النقص من قبل المكلف، تتخذ الإدارة الجبائية إجراءات التصحيح الحضوري أو التلقائي.

ب- **التصحيح الحضوري:** يقوم المراقب بإشعار المكلف بنتائج الرقابة مفصلا في الإشعار كافة الملاحظات وطرق التقويم التي أدت إلى التعديلات التي تم القيام بها، حيث نتاح للمكلف فرصة أربعين يوما من تاريخ الإشعار لفحص نتائج التقويم وتقديم الاستفسارات اللازمة خلال الأربعين يوما ويجب بالقبول أو الرفض الجزئي لتلك التعديلات، وفي حالة انقضاء المدة ولم يحصل رد على الإشعار فإنه يؤخذ بعين الاعتبار قبول المكلف للتعديلات.

ج- **التصحيح التلقائي:** هناك حالات استثنائية يلجأ فيها المراقب إلى اتخاذ إجراءات تلقائيا في تحديد قواعد فرض الضريبة وهي:

- عند رفض المكلف لعمليات الرقابة الجبائية.
 - ظروف خارجة عن نطاق أعوان الرقابة سواء اعتراض بعض الأشخاص لعملمهم أو ظروف أخرى.
 - عدم تقديم المكلف المحاسبة كاملة أو رفض الإدارة الجبائية للمحاسبة أو عند نقص المحاسبة.
 - بعد إتمام إجراءات التحقيق المحاسبي، يتم إنجاز وثيقة الورد الفردي الخاصة بالغرامات والضرائب المتعلقة بالمكلف المعني بالرقابة وذلك على مستوى مفتشية الضرائب، ثم ترسل إلى قبضة الضرائب والتي تقوم بدورها بإشعار المكلف لدفع ما عليه خلال ثلاثين يوما. ترسل المفتشية نسخة من الورد الفردي إلى مكتب التحقيقات بالمديرية الولائية أين يربط بين المديرية الولائية والجهوية، والتي ترسل بدورها تقرير التحقيق المحاسبي إلى المديرية العامة للضرائب.
- 3-2- التحقيق المعمق في مجمل الوضعية الجبائية:** يهدف هذا التحقيق إلى التنسيق بين المداخل المصرح بها من جهة والذمة المالية ومختلف ممتلكات المكلف من جهة أخرى وهو امتداد للتحقيق المحاسبي. وقد تم إدخال هذا النوع من الرقابة وفقا للمادة 132 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة 1992، أين تقوم المديرية الفرعية للرقابة الجبائية بطلب كافة التوضيحات التي تراها ضرورية لعملية الرقابة وذلك بإرسال إشعار بالتحقيق المعمق في مجمل الوضعية الجبائية مرفقة بوثيقة "وضعية الأملاك" إلى المكلف لتقديم المعلومات اللازمة. والمعزى من عملية التحقيق المعمق في مجمل الوضعية الجبائية هو حوصلة ما هو في ذمة المكلف من خلال تحليل الحسابات البنكية وغيرها من المؤسسات المالية التي تتعامل مع المكلف.

3-3- تكوين لجان التنسيق للرقابة الجبائية: بموجب القرار الوزاري رقم 23 الصادر في 23 جانفي 1994 والمعدل بالقرار الصادر في 22 فيفري 1995 والمتعلق بتشكيل لجان التنسيق وتحديد مجال اختصاصها، تم إنشاء لجان التنسيق على ثلاثة (03) مستويات وهي:

أ- لجان التنسيق على المستوى المركزي: تم تأسيس لجان التنسيق بين الإدارات-ضرائب، جمارك، تجارة- حيث تقوم كل إدارة باختيار ممثلين عنها على المستوى المركزي، الجهوي وكذا الولائي، وينبغي أن تتوفر فيهم شروط النزاهة والخبرة المهنية التي لا تقل عن ثلاث (03) سنوات على أن تكون لكل ممثل رتبة مراقب على الأقل. ويمثل أعضاء اللجنة على المستوى المركزي كل من:

- مديرية العمليات الجبائية التي تمثل المديرية العامة للضرائب.

- المفتش المركزي للتحقيقات الاقتصادية الذي يمثل وزارة التجارة.

- المدير المختص في محاربة الغش الذي يمثل المديرية العامة للجمارك.

تجتمع اللجنة على المستوى المركزي مرة كل شهر برئاسة متناوبة بين (الضرائب، الجمارك، التجارة) حسب ما نصت عليه المادة الأولى من القرار السابق.

ب- لجان التنسيق على المستوى الجهوي: بموجب المادة 07 من القرار الصادر في 22 فيفري 1995، تم تأسيس اللجنة الجهوية التي تتكون من أعوان الإدارات الثلاث والممثلين في:

- المدير الجهوي للضرائب ممثلا عن المديرية العامة للضرائب.

- المفتش المركزي للتحقيقات وقمع الغش ممثلا عن وزارة التجارة.

- مسؤول قطاع مكافحة الغش ممثلا عن المديرية العامة للجمارك.

ج- لجان التنسيق على المستوى لولائي: في إطار المادة 07 من القرار سالف الذكر، تم إنشاء لجنة ولائية تمثل الإدارات السابقة وتتكون من:

- المدير الولائي للضرائب ممثلا عن المديرية الولائية للضرائب.

- المدير الولائي للمنافسة والأسعار ممثلا عن وزارة التجارة.

- مسؤول قطاع مكافحة الغش بالنسبة لمدير الجمارك.

بالإضافة إلى تحديد الأعوان قد أقر القانون آلية عمل اللجان الثلاث، حيث تعمل على:

- تحقيق رقابة مشتركة-ضرائب، جمارك، تجارة- من خلال قمع الغش وتنظيم سير العمليات.

- العمل على تنفيذ القوانين من خلال التنسيق القطاعي المشترك بينها.

- تدعيم الاتصال بين الضرائب والتجارة مع الجمارك، خاصة وأن الانفتاح على العالم الخارجي وتطور عمليات الاستيراد والتصدير أدى كل ذلك بالمتعاملين الاقتصاديين إلى استغلال الثغرات لحسابهم، مما انعكس سلبا على الإيرادات الجبائية.

هنا يكمن دور إدارة الجمارك في قمع الغش وإعطاء كافة المعلومات المتعلقة بعمليات التصدير والاستيراد إلى الإدارات الأخرى المكمل لها. وعليه، يمكن التتويه بأهمية الدور الذي تلعبه مصالح الرقابة الجبائية في تحقيق إيرادات جبائية إيجابية وبالتالي تحقيق التوازن بين الإيرادات والنفقات للوصول إلى تنمية محلية حقيقية.

مما سبق، يتضح جليا تسلسل الإصلاحات والتي مست الجانب التنظيمي والتشريعي للمالية المحلية والإدارة المحلية في الجزائر، وبعد إصلاح 1992 نقطة التحول للمالية المحلية في الجزائر وتبعه الإصلاح الذي تم في 1995 وأخيرا إصلاحات 2007 والتي بدأ العمل في تطبيقها انطلاقا من الفاتح جانفي 2008. ومنه، فإن ضعف الجباية المحلية

يعد سببا في استمرارية تبعية الجماعات المحلية للسلطة المركزية في مجال الجبائية المحلية وعدم إعطائها الصلاحيات الكافية في إنشاء ضرائب نوعية وتحديد وعائها.

وعليه، فالجبائية المحلية تعاني من مشاكل ومعوقات تحول دون تمويلها لبرامج التنمية المحلية على مستوى بلديات الوطن، وتتمثل تلك المعوقات في سوء التسيير وتعدد التشريعات إضافة إلى الغموض الذي ينتاب بعض النصوص التشريعية مما أدى إلى استفحال ظاهرتي الغش والتهرب في أوساط المكلفين بالضريبة.

الخلاصة:

من خلال ما سبق تم التوصل إلى أن الجماعات المحلية تعتمد في تمويلها على مصادر داخلية وخارجية، لكن في الأصل يتم تمويل ميزانيتها بالموارد الجبائية التي تمثل نسبة 90% من الموارد الإجمالية (الذاتية والخارجية). وقد شهدت ميزانيات البلديات عبر الوطن عجزا سنويا خلال سنوات متتالية في الموارد الجبائية؛ حيث تسببت ظاهرتي الغش والتهرب الضريبيين في انخفاض الحصيلة الجبائية وتقويت الملايين من الدينارات على خزينة الدولة والجماعات المحلية.

وعلى العموم تعد أسباب عجز الجبائية المحلية الجزائرية في تغطية العجز المالي للبلديات متعددة ولا يمكن حصرها في سبب واحد، فعدم استقرار النظام الضريبي يمثل أحد أبرز الأسباب من خلال التقلبات في معدلات الضرائب و وعائها، كما تعد القوانين الصادرة كل سنة سبباً في تضرر المكلفين من جهة والإدارة الجبائية من جهة أخرى، ناهيك على سوء التسيير الذي تعاني منه الإدارة المحلية، مما أدى إلى تعطيل عجلة التنمية المحلية نظراً لنقص التأطير في مجال الجبائية، فضلاً على نقص الوعي الجبائي لدى المكلفين لاعتقادهم الخاطئ أن الضريبة إعتداء على شخص المكلف بالضريبة وأمواله.

ومن أجل تطوير الجبائية وتمكنها من تغطية العجز المالي للبلديات فإن الدراسة توصي بما يلي :

- تعميق إصلاح النظم الضريبية المركزية والمحلية وتحسين فعالية الإيرادات، بما يضمن تشكيل محاور فعالة لتوجيه السياسة الاقتصادية العامة؛
- إعداد برامج توعية للمواطنين والأحزاب السياسية، بغية تنمية الوعي بأهمية الضريبة والرفع من درجات تحمل المسؤولية خاصة على المستوى المحلي؛
- تكوين الموارد البشرية للجماعات المحلية وللمصالح الضريبية، بالشكل الذي يؤدي إلى معالجة مشكلة سوء التسيير وعدم كفاءة السلطات المحلية من جهة، وإلى المساهمة في تقليص ظاهرتي الغش والتهرب في أوساط المكلفين بالضريبة من جهة أخرى؛
- التنسيق بين الجماعات المحلية وبقية القطاعات ذات العلاقة بالملف الضريبي، سيفعل الرقابة الجبائية والمجتمعية ويضمن تطور الجبائية المحلية ويحد من آثار التهرب الضريبي؛
- تحديد واضح للمسؤوليات وتعريف دقيق للموارد الجبائية الخاصة بالجماعات المحلية، وذلك بهدف ترميمها وإزالة الغموض والتعقيدات الذي ينتاب بعض النصوص التشريعية، مما يؤدي إلى تحقيق إلتزام أكبر في جمع الضريبة وإعادة توزيعها.

الهوامش والمراجع:

- ¹ لخضر مرغاد، "واقع المالية المحلية في الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم المالية، كلية الاقتصاد وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001، ص: 165.
- ² عبد القادر بن منصور وآخرون، "آليات وأدوات تدخل البلدية الجزائرية في مجالات التنمية في ظل تراجع دور الدولة المركزية"، ملتقى دولي حول الحكم المحلي والتنمية المحلية: حالة دول البحر الأبيض المتوسط، جامعة منتوري، قسنطينة، 27-26 أبريل 2003، ص: 348.
- ³ A. Souna, "système de financement des collectivités locales en Algérie : réalité et perspectives", mémoire de fin d'études de troisième cycle en finances publiques, institut d'économie douanière et fiscalité, 2006, P P: 125-140.
- ⁴ لتوضيح أكثر حول نظام المعلومات الجبائي يمكن الرجوع إلى: عيسى براق، "دور الرقابة الجبائية في محاربة الغش الضريبي: دراسة النظام الرقابي الجبائي الجزائري"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، فرع مالية، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2001-2000، ص ص: 138-122.
- ⁵ S.Benaissa, L'aide De L'état aux Collectivités Locales, Office Des Publications Universitaire, 1990, p 168.
- ⁶ بورقعة الهاشمي، توزيع الجباية المحلية ولا مركزية المهام، مذكرة نهاية الدراسة، المعهد التونسي المغاربي للجباية والجمارك، 2000، ص ص: 90-85.
- ⁷ المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، "التطور الذي يجب إضفاؤه على تسيير المالية المحلية في منظور اقتصاد السوق"، جويلية 2006، ص ص: 63-60.
- ⁸ L'ordonnance n°75-35 du: 29/ 04/ 1975, à propos Du plan comptable communal.
- ⁹ Décret n°67-144 du 21 Juillet 1967, Pour les petites communes, décret n°84-71 du 17 Mars 1984, Pour les communes chefs-lieux de wilayas et de daïras.
- ¹⁰ Circulaire interministérielle, Vu le 09Aout2003, Concerne la collecte de l'impôt.
- ¹¹ Journée national pour L'amélioration du recouvrement de l'impôt, rapport du 4^{ème} commission, p: 10.
- ¹² Circulaire interministérielle, Op-cit, Vu le 09Aout2003, Concerne la collecte de l'impôt.
- ¹³ Circulaire interministérielle, Amélioration des ressources des collectivités locales, n°26, le 11 Mai 1994.

مدخرات القطاع العائلي في الجزائر بين الواقع والطموح

دراسة تحليلية للفترة (1970-2013)

The Savings Of The Household Sector In Algeria Between Reality And Ambition :

An analytical Study for the period (1970-2013)

أحمد سلامي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير جامعة ورقلة ، الجزائر

sellami.ahmed.78@gmail.com

ملخص :

يهدف هذا البحث إلى بيان أهمية مدخرات القطاع العائلي، بالإضافة إلى التعرف على حجمها ضمن مكونات المدخرات المحلية، والوقوف على أهم نقاط الضعف التي تعاني منها عملية تعبئتها في الجزائر خلال الفترة الممتدة من سنة 1970 إلى غاية 2013، وهذا بغية معالجة مواطن الضعف والتقدم بمجموعة من الحلول للرفع من مستواها والوصول إلى الطموح المرتقب. النتائج أظهرت بأن للمدخرات العائلية أهمية بالغة كمصدر لتوفير الموارد المالية الحقيقية لتمويل البرامج الاستثمارية. كما بينت النتائج الإمكانيات الادخارية المعتبرة المتاحة لدى العائلات الجزائرية خاصة منذ بداية سنة 1996. ورغم ذلك فلا تزال هناك عقبات تحول دون تعبئتها بالشكل السليم، وهو ما يؤدي إلى قصور الادخار الفعلي عن الادخار الممكن في كثير من الأحيان، ونخص بالذكر انخفاض متوسط الدخل الحقيقي للفرد الجزائري الذي مرده إلى الفقر وانتشار البطالة، وكذا نمط توزيع الدخل وارتفاع معدل الإعالة، والوازع الديني للأفراد بسبب معدلات الفائدة، وتنامي أسلوب البيع بالتقسيط مع انتشار الاستهلاك الترفي وضعف الوعي المصرفي والتأميني بشكل عام، إلا أن ذلك لا يشكل عقبة غير قابلة للتخطي خاصة إذا توفرت سياسة ادخارية فعالة.

الكلمات المفتاحية : مدخرات، قطاع عائلي، اقتصاد جزائري، بطالة، معدل إعالة.

Abstract :

This research aims to show the importance of the savings of the household sector, as well as to identify its size in the components of domestic savings, and stand on the most important weaknesses afflicting the process packaged in Algeria during the period from 1970 until 2013, and that in order to address the weaknesses and give solutions to raise the level of savings and to reach the prospective ambition. The results showed that the savings families have a great importance as a source for the provision of financial resources to finance investment programs. The results also showed the potential savings considered available to the Algerian families, especially since the beginning of the year 1996. Nevertheless, there are still obstacles to packaged properly, which leads to the lack of actual savings from the savings possible in many cases, most notably the decline in average real per capita income Algerian, which is due to poverty and wide spread unemployment, as well as the pattern of income distribution and a high rate of dependency, and the religious faith of the members because of interest rates, and the growing method of selling in installments with the spread of consumption recreation and lack of awareness of banking and insurance in general, but that is not an obstacle insurmountable, especially if there is an effective policy savings.

Keywords : Savings, Sector family, Algerian economy, Unemployment , Dependency ratio.

تمهيد :

يُعتبر الادخار ظاهرة اقتصادية أساسية في حياة الأفراد والمجتمعات، وقد أصبحت المدخرات إحدى المصادر الأساسية لتمويل التنمية والتقدم الاقتصادي والاجتماعي للمجتمعات. وعند النظر إلى مدخرات القطاع العائلي في الجزائر، نجد أنها لاتزال تعاني من عقبات عديدة تؤدي إلى قصور المدخرات الفعلية عن المدخرات الممكنة في كثير من الأحيان، ولازالت الحلول المطروحة لمعالجة هذا القصور غير فعالة، فهي تعالج الظواهر دون الوصول إلى أسبابها. ويعتقد الباحث أن هناك حاجة ملحة للقيام ببحث يهدف لتسليط الضوء على واقع المدخرات العائلية في الجزائر والخروج بنتائج عملية تفيد في إبراز العوائق التي تعاني منها، ومن ثم اقتراح الحلول التي من شأنها النهوض بحجم الادخار وتفعيل دوره في تمويل الاستثمارات التنموية، وعليه تتلخص إشكالية هذا البحث في السؤال الرئيسي التالي :

ما هي أهم العوائق التي تعانيتها المدخرات العائلية في الجزائر، وما هي الحلول الممكنة للنهوض بها ؟

من أجل تسليط الضوء على أهم جوانب الموضوع، سنسعى للإجابة على الأسئلة التالية :

- فيما تتمثل مدخرات القطاع العائلي وما أهميتها الاقتصادية ؟

- ما هو واقع الادخار العائلي في الجزائر ؟

- ما هي أهم عقبات تعبئة الادخار العائلي في الجزائر ؟

- ما هي سبل معالجة عقبات الادخار العائلي في الجزائر ؟

تأسيسا على ما تقدم، قمنا بتحديد الفرضية التالية كأساس ومنطلق لمناقشة موضوع البحث، وهي :

توجد مدخرات عائلية هامة في الجزائر ولكنها كامنة نتيجة لمشكلات عديدة.

لغرض الإجابة على الأسئلة الأساسية لهذا البحث، سنعتمد على طرق التحليل الاقتصادي الكلي، المستند على مبادئ التحليل العلمي، والتي تعتبر وسيلة يمكن بواسطتها فهم واقع الادخار العائلي في الجزائر، بطريقة تؤدي إلى إظهار الأهمية الاقتصادية له على المستوى الفردي وعلى مستوى الدولة، كما تكشف عن أهم العوائق التي تحول دون تعبئته بالشكل السليم، وتحاول في نفس الوقت أعمال المعرفة لاكتشاف الحلول الممكنة لتجاوز الآثار الاقتصادية المترتبة عن تلك العوائق. لتحقيق أهداف الدراسة سنقوم باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وسنعتمد على أدوات الإحصاء الوصفي عند تحليل البيانات. وقد اعتمدت الدراسة على عدة مصادر للبيانات، وذلك للوصول إلى بيانات أكثر دقة، من هذه المصادر : الديوان الوطني للإحصائيات من خلال موقعه على الإنترنت، ومن خلال الدوريات التي يصدرها. بالإضافة إلى تقارير بنك الجزائر، وتقارير صندوق النقد الدولي، وعلى قاعدة بيانات البنك الدولي حول مؤشرات التنمية في العالم (WDI).

1- مدخرات القطاع العائلي وأهميتها الاقتصادية :

1.1 - مفهوم مدخرات القطاع العائلي :

تمثل مدخرات القطاع العائلي الفرق بين الدخل الكلي المتاح للإنفاق العائلي وبين حجم الاستهلاك العائلي، وبالطبع فإن الدخل الكلي المتاح هو عبارة عن الفرق بين حجم الدخل الكلي والضرائب المباشرة¹. ويعتبر الادخار الذي يقوم به الأفراد في القطاع العائلي ادخارا اختياريا، ذلك أنه يتم بمحض رغبتهم واختيارهم ومن تلقاء أنفسهم، ويتم ذلك بالامتناع عن إنفاق جزء من دخولهم على أغراض الاستهلاك دون ضغط أو إلزام في تكوين هذه المدخرات². وإن السبب الرئيسي خلف دوافع الادخار لدى الفرد، تكمن في معرفته بأنه يُؤدّ مستهلكا ويموت مستهلكا، بينما سنوات الإنتاج والحصول على مقابل تكون دائما أقل من سنوات الاستهلاك والإنفاق³. وتقوم عملية الادخار على دعمتين أساسيتين هما : القدرة الادخارية والرغبة الادخارية ؛ فالقدرة الادخارية هي قدرة الفرد على تخصيص جزء من دخله من أجل المستقبل، وهي تُحدّد بالفرق بين حجم الدخل وحجم الإنفاق، ويتوقف هذا الأخير على نظام معيشة الفرد

وسلوكه وتصرفاته، ومن ثم، فإن القدرة الادخارية ليست متوقفة على حجم الدخل المطلق، بل هي مسألة نسبية تختلف من فرد إلى آخر، وتتغير بتغير الظروف. أما الرغبة الادخارية فهي مسألة نفسية تربوية، تقوى وتضعف تبعا للدوافع التي تدعو للادخار، ومقدار تأثير الفرد والطبقات الاجتماعية بهذه الدوافع⁴.

2.1 - الأهمية الاقتصادية لمدخرات القطاع العائلي :

تعد قضية الادخار من أهم القضايا التي ركز عليها الفكر الاقتصادي كركيزة من ركائز التنمية الاقتصادية، فقد ارجع الاقتصادي نيركسه الفقر الذي تعاني منه البلدان النامية إلى عدم قدرة الأفراد على الادخار، مما يعني انخفاض عرض رأس المال وانخفاض معدل النمو الاقتصادي⁵. وتكتسي المدخرات الفردية أهمية بالغة من حيث مساهمتها في تحقيق إضافات لرأس المال، الذي يستثمر في خطة التنمية ورفع المستوى المعيشي العام⁶. وتعتبر هذه المدخرات أهم مصادر الادخار في الدول النامية، وذلك بالمقارنة مع الدول المتقدمة⁷. لذا لمست معظم هذه الدول أهمية المدخرات في دفع عجلة التنمية الاقتصادية واستمرارها، ومن ثم استمرار التقدم والنشاط الاقتصادي وضمان الاستقرار، إذ تعد المدخرات الدعامة الأساسية للاستثمار. لذا عملت هذه الدول بمختلف مذهبها السياسية على تنمية الوعي الادخاري بين أفرادها بشتى الطرق، وجذب هذه المدخرات وتجميعها، لاستخدامها في تمويل التنمية الاقتصادية، بما يتفق وأهداف الدولة، وبما يعود على المجتمع بالنفع العام. وإذا كانت أهمية الادخار سواء للفرد أو للدولة أوضح ما تكون في الأحوال العادية، فإنها أشد وضوحا وأكثر إلحاحا في مراحل التنمية والتطور، إذ تؤدي المدخرات خدمات جلية للفرد وللدولة.

1. 2.1 - أهمية المدخرات بالنسبة للفرد :

مع تعدد العوامل التي تدفع الفرد إلى الادخار، تأتي أهمية الادخار لتزيد من الاتجاه إليه والترغيب فيه، وهناك العديد من المؤشرات التي تؤكد على أهمية المدخرات كمصدر تمويل هام، وخاصة الادخار العائلي بالنسبة للأفراد، والذي تتراوح نسبته في الدول المتقدمة بين 10% و 15% من دخولهم، علما أن المتوسط العالمي هو 13%⁸. فهذا الشكل من المدخرات يعتبر الأكثر استقرارا، لأن التقلبات التي يشهدها هذا الأخير تعتبر أقل بكثير من تلك التي يعرفها ادخار قطاع الأعمال والادخار الحكومي. وذلك يعود إلى أن فقرة الرواتب والأجور داخل الاقتصاد هي أصعب في التخفيض من فقرات الدخل الأخرى، خاصة بالنسبة للعاملين في القطاع الحكومي⁹. وإن الضرورة الحيوية للادخار إنما تتبع من كون الادخار ذا فائدة مزدوجة لكل من الفرد والدولة في آن واحد¹⁰. ويمكن تحديد أهمية الادخار على نحو واقعي وعملي ملموس، إذ أنه يُمكن للفرد الذي يمارس الادخار على نحو متواصل ومنتظم استخدام مدخراته فيما يلي :

(1) لتأمين المستقبل ؛ فالادخار له تأثيرا كبيرا في حياة الفرد، وهو يشكل صمام الأمان بالنسبة للمستقبل الغامض المبهم الذي يتسم بعدم اليقين. فالفرد المتيقظ للمستقبل، يدفعه تفكيره في السنين القادمة والاحتياط لها إلى تخصيص جزء من دخله بعيدا عن حاجة الاستهلاك، ليُخصص لتكوين رصيد نقدي مُدخر يستطيع أن يجابه به أحداث المستقبل. فيستطيع عن طريق ما يدخره أن يواجه الظروف السيئة التي قد تأتي بها السنين المقبلة، كالمرض أو العجز أو الشيخوخة - إذ قد يعجز الفرد لأي سبب من الأسباب عن مواصلة العمل بوظيفته أو مهنته المعتادة - أو حدوث أي ظروف طارئة أو غير متوقعة تستدعي نقودا حاضرة. وهو الأمر الذي يحتاج بطبيعة الحال إلى نفقات استثنائية يعجز الدخل المنتظم عن تدبيرها أو تحملها، مما يستدعي بالفرد إلى الإنفاق من هذه المدخرات. فمن الضروري إذن الاحتياط للمستقبل الغامض والاهتمام به، فلا يجب أن ينصب اهتمامنا على الحاضر فحسب، بل يجب التفكير في الأيام والسنين المقبلة، والاستعداد لها أحسن استعداد عن طريق الادخار ؛

(2) لتحسين مستوى معيشة الفرد في المستقبل ؛ حيث يستطيع الفرد عن طريق استثمار المدخرات في مشروع معين يُدر دخلا، إضافة إلى الدخل الذي يحصل عليه الفرد من وظيفته أو مهنته الاعتيادية، أن يرفع من مستوى معيشته ومعيشة أسرته، وأن يقابل زيادة مطالب الحياة في المستقبل. فمن المعروف أن مطالب الحياة تزداد على مر السنين، وتقتضي بالتالي وجود أرصدة نقدية كافية لمواجهةها. إذ يتمخض عن تقدم الحياة الاجتماعية تزايدا في الحاجات الإنسانية التي يرغب الفرد دائما في إشباعها. وهذا أمر بديهي، فلو أننا ألقينا نظرة سريعة على تطور الحياة الاجتماعية، لوجدنا أن الحاجات التي كان الفرد يرغب في إشباعها في الماضي تعتبر ضئيلة بالنسبة للحاجات المتعددة الكثيرة التي يزخر بها عصرنا الراهن، ويأمل الفرد إشباعها. غير أنه لما كان دخل الفرد محدودا، ولا يستطيع أن يشبع به كل حاجاته المتعددة، فإن تحقيق ما يصبو إليه يقتضي منه أن يقطع جزءا من دخله المحدود – طالما أن هذا الدخل يزيد عن حد الكفاف – ليُكوّن به رصيда يُمكنه في المستقبل القريب من تحقيق رغباته. فيستطيع بذلك أن يتمتع في المستقبل باستهلاك حقيقي أكبر من الاستهلاك القليل في الحاضر ؛

(3) لتحقيق السعادة للفرد ولعائلته ؛ فيستطيع الفرد عن طريق الادخار أن يحقق السعادة، فالفرد المتيقظ لمطالب الحياة المستمرة، والذي يمكنه أن ينظر إلى الأمور نظرة بعيدة المدى، غالبا ما يدفعه تفكيره في أولاده وعائلته إلى الادخار، ليتمكن عن طريقه من مواجهة ما تتطلبه تربية وتعليم أبنائه، وضمان حياة مستقرة لائقة لهم. كما أن الفرد قد يقوم بالادخار من أجل توريث قدر من الثروة لأبنائه بعد مماته. فقد يدفعه تفكيره في مستقبل أبنائه وعائلته أن يقوم بتكوين رصيدين من الادخار يعينهم في الحياة بعد مماته. ولعل هذا هو السبب الذي يدفع الكثير من الأفراد إلى عمل بوالص للتأمين لمواجهة مثل هذه الظروف. وهذه البوالص في الحقيقة تؤدي وظيفة اجتماعية هامة، بإجادةها ضمانات للأسر التي تفقد عائلها في بعض الظروف السيئة، ومن هنا قيل بحق أن الادخار فضيلة اجتماعية ؛

(4) لتنفيذ مشروع استثماري ؛ فيستطيع الفرد عن طريق الادخار أن يقوم بتنفيذ مشروع ما يُرآود خاطره، ويتوقف ادخار الفرد هنا على معدل الكفاية الحدية لرأس المال. بمعنى أن الفرد إذا وجد أمامه فرصة سانحة ليصبح مالكا لمشروع تجاري أو لمصنع يدر عليه ربحا مجزيا، أو أن يصبح مالكا لمنزل أو عقار يدر عليه دخلا لا بأس به، أو لقطعة أرض تأتي له بدخل معقول، فإن ذلك يشجعه على الادخار ويدفعه إلى العمل بكل وسيلة لأجل تحقيق أمنيته. فالادخار في الحقيقة يعتبر قوة اقتصادية يستعين بها الفرد على قضاء بعض حاجاته المستقبلية عند اللزوم، وينمي بها ثروته وثروة مجتمعه، فمن خلال توفر رؤوس الأموال ونماؤها تشكل القوة التي تقوم عليها الصناعات والمشاريع التي تعود بريعتها على الأفراد والدولة، فلولا توفر الأموال وادخارها واستثمارها لما تشكلت رؤوس الأموال، ولما قامت التجارات، ولا الزراعات ولا الصناعات وغيرها بالمستوى الذي يحقق ازدهار الدولة وتقدمها الاقتصادي. فالادخار أمر تفرضه الضرورة وتحتمه المصلحة، وهو وسيلة للنماء والتمكين من الإنفاق وخير معين عند النوائب¹¹

(5) لتنمية قدرة الفرد على تحمل المسؤولية وتدريبه على عمليات التخطيط الجيد، والإنفاق وفق احتياجاته الحقيقية. فالادخار بذاته يُعد سببا للحيلولة دون الإسراف والتبذير، وكلما زادت قدرة الناس على الادخار فسوف يبتعدون عن طبيعة الاستهلاك المفرط إلى حد كبير. أضف إلى ذلك، لاطمئنان الفرد على أمواله تجاه أية خطورة قد تطولها مثل السرقة أو غيرها، باعتبار أن هذه المدخرات هي في حالة أمن أكيد عادة وهي مودعة لدى البنك.

2.1.2 – أهمية المدخرات بالنسبة للاقتصاد الوطني :

يكتسب الادخار أهمية كبيرة لأي دولة، باعتباره أحد أهم العوامل اللازمة لإحداث التنمية الاقتصادية، وهذه الأخيرة تنطوي في حقيقة الأمر على معدل مرتفع للنمو الاقتصادي. ويرى الكثير من الاقتصاديين أن التنمية الاقتصادية

بالدول النامية يجب أن تتسم بالطفرة والضخامة حتى تكون فعالة¹². وللتدليل على ضرورة استثمار حد أدنى من الموارد الاقتصادية لإنجاح أي برنامج أو خطة تنمية، يشبه الاقتصاديون الاقتصاد القومي بالطائرة التي تحتاج إلى دفعة قوية كي تبدأ سيرها، وتتخلص من الجاذبية الأرضية، وبالقياس لابد من حد أدنى من الجهد الإنمائي الذي يجب بذله، قبل أن يتسنى التغلب على المقاومة الذاتية لعوامل التخلف¹³. وحتى تتمكن الدولة من ذلك، يتطلب الأمر ضرورة تعبئة قدر كاف من الادخار، تستطيع بموجبه أن ترفع من مستويات المعيشة المنخفضة إلى مستويات عالية من الرفاهية الاقتصادية في فترة وجيزة من الزمن. فالادخار يتيح للبنوك التجارية توفير المزيد من القروض لأصحاب المشاريع الإنتاجية والتجارية والخدمية داخل الدولة، وهذا له فوائد كبيرة على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والسياسي في آن واحد، وهي بصورة رئيسية تتمثل فيما يلي :

(1) حفز النمو الاقتصادي وتمويل برامج التنمية :

بالرغم مما لقي موضوع الادخار من اهتمام في الفكر الاقتصادي، وفي كافة مراحل التطور الاقتصادي، إلا أنه لا يزال من أهم المواضيع التي تلقى العناية والاهتمام في مجال البحث العلمي، باعتباره يمثل أحد أهم مصادر تمويل عمليات التنمية الاقتصادية، إن لم يكن أهمها على الإطلاق، كما يمثل أحد وسائلها لتحقيق النمو الاقتصادي في معظم الدول بمختلف مستوياتها، لاسيما النامية منها، والتي هي في أمس الحاجة لهذا الادخار من أجل تمويلها للاستثمار. فمن المعلوم أن تسريع معدلات النمو الاقتصادي ضرورة حياتية للدول النامية مهما كان مستوى تطورها. إذ أن الزيادة الكبيرة في معدلات النمو هي وحدها التي تمكن هذه الدول من تحقيق تنميتها، وإلغاء الفجوة الضخمة التي تفصل اقتصادياتها عن اقتصاديات البلدان المتقدمة. لذلك، فإن قضية تنمية الادخار تعد من أهم قضايا النمو والتنمية. وإن الحديث في إمكانية تحقيق التنمية من دون وجود الأموال اللازمة لها، يُعد كلاما بعيدا عن المنطق والواقع، ذلك أن الانطلاق في عملية التنمية الاقتصادية يتطلب رصد الأموال الضرورية والكافية لمتطلبات النشاط الاقتصادي، ومن هنا تبرز أهمية الادخار في إمداد الاقتصاد بالتمويل اللازم لتنفيذ برامج التنمية. كما أن إحداث دفعة قوية في النمو الاقتصادي هو ليس بالأمر السهل أو اليسير، إذ أن ذلك يقتضي القيام بإنشاء وتنفيذ كثير من المشاريع الإنتاجية الجديدة، وتوسيع الطاقة الإنتاجية للمشاريع القديمة. وكل هذا يحتاج إلى قدر كبير من رؤوس الأموال لتمويل هذه المشاريع، أي يحتاج إلى معدل كاف للادخار ؛ فهذا الأخير يعتبر مصدرا هاما للتمويل الذاتي في عمليات التوسع الاستثماري. وهذه الاستثمارات التي تكون في صورة كيانات أو مشاريع اقتصادية فعالة، ستزيد من نطاق القاعدة الإنتاجية المحلية، وتحد من أثر التراجع في العائدات النفطية على بنية الاقتصاد الوطني، فالادخار له أهمية كبيرة في الإسراع بعملية التنمية وحفز الاستثمار ؛ إنه السبيل الوحيد لرفع معدلات النمو الاقتصادي، وخير وسيلة لتمويل برامج الاستثمار.

(2) التقليل من معدلات البطالة :

إن الادخار يعمل على التقليل من معدلات البطالة، وهذا من خلال إيجاد وظائف جديدة، نتيجة لشرع مشاريع استثمارية جديدة بفضل هذه المدخرات، وأرباح هذه المشاريع الجديدة نفسها إنما تساعد على توسيعها، باتجاه استيعاب المزيد من قوى العمل في أكثر من مجال. كذلك خلق موارد نقدية جديدة للدولة، وذلك بواسطة الضرائب المفروضة على هذه المشاريع، بالإضافة إلى تحضير الاستهلاك، وهو الأمر الذي يفضي بدوره إلى توسيع نشاطات الإنتاج والخدمات، وذلك من خلال حصول العاملين الذين كانوا عاطلين سابقا على دخول ينفقونها على ما يحتاجونه من سلع وخدمات، وهو ما يؤدي إلى زيادة أصحاب المشاريع لنشاطاتهم في مجالي الإنتاج والخدمات، بحكم زيادة معدل الطلب الكلي على السلع والخدمات.

(3) التخفيف من حجم المديونية الخارجية :

إن الخلل بين الناتج الإجمالي المحلي والاستهلاك النهائي يؤدي إلى تزايد الاعتماد على العالم الخارجي في تمويل الاستثمارات، مما يترتب عليه تزايد حجم المديونية الخارجية إلى درجة قد تتعدى حدود الأمان. وهذه الأخيرة ليست حلا ؛ حيث تعتبر مسكنا يتيح نقودا، ويكبل الدولة لسنوات كثيرة قادمة ويعوق النمو الاقتصادي. وعليه، فالعلاج لا يكمن في مجرد مزيد من تدفق الموارد الأجنبية، وإنما في زيادة إنتاجية عوامل الإنتاج من جهة، وتعبئة المدخرات من جهة أخرى والتركيز عليها كشرط ضروري لنجاح التنمية والتحرر من المديونية¹⁴. كما يجب أن يُوجه الادخار نحو الاستثمارات التي تساعد البنية الاقتصادية على التوسع أفقيا أو عموديا. ومن هنا سيعمل الادخار على التقليل من اعتماد الدولة على القروض الخارجية، وما يترتب عليها من آثار ضارة، وبالتالي تخفيف العبء الواقع على كاهل الدولة جراء تسديد الديون الخارجية وفوائدها.

(4) التخفيف من حدة التضخم :

تبرز أهمية الادخار في التخفيف من حدة مصادر الضغط التضخمي الذي غالبا ما يصاحب عملية التنمية. فالبلاد المتخلفة تنتم اقتصادياتها بضالة مرونة دوال العرض في الأجل القصير. ولما كانت التنمية يصاحبها زيادة ملموسة في حجم الطلب الفعال، فإن هذا الوضع الذي ينطوي على اختلاف التناسب بين التغير في تيار الإنفاق النقدي والتغير في الحجم الحقيقي للسلع والخدمات، يؤدي إلى إحداث نزعات تضخمية تصيب النشاط الاقتصادي في مرحلة التنمية، ويصعب التحكم فيها. ويبدو هذا الاختلاف بشكل واضح في اختلاف التناسب بين الزيادة في الطلب على السلع الاستهلاكية الغذائية وبين عرض هذه السلع. فمن المعلوم أن زيادة الإنفاق على التنمية يأتي مصحوبا بزيادة واضحة في الإنفاق على السلع الاستهلاكية وتفشي ظاهرة تضخم الأسعار، وخاصة من جانب الطبقات الفقيرة التي يرتفع ميلها الحدي للاستهلاك بدرجات عالية. غير أنه من العسير إحداث زيادة كبيرة في إنتاج السلع الغذائية والاستهلاكية، نظرا لجمود دوال العرض في الأجل القصير، نتيجة لتأخر الجهاز الإنتاجي في الدولة، مما يجعل الضغط على هذه السلع ضغطا كبيرا. ولا يمكن مواجهة هذا الضغط في الأجل القصير، إلا بالاتجاه نحو الاستيراد بمعدلات كبيرة لهذه المواد، مما يولد ضغطا على أرصدة الدولة من العملات الأجنبية. ومن ثم يجب على الدولة عند تخطيط اقتصادياتها أن تقوم بوضع موازين سلعية دقيقة للمواد الغذائية، تكفل تحقيق التوازن بين الموارد والاستخدامات من هذا النوع من السلع. إضافة إلى إعطاء الأولوية في الواردات المستقبلية للتجهيزات اللازمة لمشاريع التنمية بالدرجة الأولى، ولتأمين مستلزمات الإنتاج بالدرجة الثانية، ثم لتأمين حاجات الاستهلاك النهائي بالدرجة الثالثة. وإن أثر الادخار في التخفيف من هذه الضغوط التضخمية، أمر يجب أن نلفت النظر إليه، ذلك أنه طالما أن الحد من زيادة الاستهلاك زيادة كبيرة شرط ضروري لتحقيق الاستقرار النقدي، والتخفيف من حدة التضخم الناشئ عن زيادة الطلب الفعال، فإن سياسة رفع الادخار الذي يمثل خيارا مناسباً لتمويل التنمية، بحيث لا يحمل معه أي أثاراً تضخمية تهدد الاقتصاد، سيؤدي إلى التخفيف من حدة التضخم الموجود مسبقاً. وهذه الوظيفة التي يلعبها الادخار في هذا المجال، وظيفة هامة إذا ما علمنا أن ترك مكافحة التضخم، بحيث أن الأسعار تواصل الإمعان في الارتفاع إلى آفاق بعيدة بصفة مستمرة، أمر قد يؤدي إلى فشل وانهيار سياسة التنمية نفسها، وذلك نظرا للأضرار العديدة التي تتولد عن التضخم. لذلك أصبح وجود المدخرات والمقدرة على تعبئتها، الأمر الحاسم الذي تعتمد عليه الاقتصاديات في نموها، بحيث تتجاوز دورها كمورد أساسي لتمويل التنمية، بل وتعد وسيلة اقتصادية مهمة كفيلا بتقييد الاستهلاك بقصد الحد من الضغوط التضخمية، وضمانا لاستقرار الاقتصادي¹⁵. لذلك أصبحت غالبية الاقتصاديات مهتمة بالبحث في طرق زيادتها، وتأمين توجيهها نحو الاستثمارات المطلوبة.

5) معالجة عجز ميزان المدفوعات :

تقوم المدخرات بوظيفة هامة أيضا، وهي معالجة ميزان المدفوعات من الثغرات التي يواجهها. فالدولة في العادة، تقوم بتكوين قدر معين من المدخرات المكونة من الذهب والعملات الأجنبية، لتواجه بها التقلبات الدورية أو العارضة في ميزان المدفوعات. فمن المعروف أن ميزان المدفوعات وخاصة في الجزائر التي تعتمد على تصدير المحروقات، والتي تكون عرضة للتقلب الشديد في أسعارها يتعرض لوجود عجز، وتقتضي من الدولة أن تكون على استعداد تام لسده. وتلجأ الدولة في هذه الحالة إلى رصيدها المدخر، المكون من الذهب والعملات الأجنبية، لتسحب منه لمواجهة هذه التقلبات على النحو الذي يمكنها من تلافي المشاكل الخطيرة التي تترتب على وجود العجز في ميزان المدفوعات، وهي وظيفة هامة تتكامل مع وظائف الادخار التي سبق الإشارة إليها. وطالما أن الادخار الداخلي السالب يمثل خطورة على متطلبات النمو المتزايد، ويعقد من المسألة الاستهلاكية ذاتها في المستقبل، نظرا لما يترتب عليه من ضعف أو تلاشي للادخار، بل إلى التآكل التدريجي لرأس المال الوطني، وهو ما يؤدي إلى عجز في العمليات الجارية، وهذا العجز يضع أعباء جديدة وضخمة على ميزان المدفوعات، الأمر الذي يهدد الاقتصاد الوطني، ويلتهم احتياطاته ويعطل عملية التنمية الاقتصادية. فإنه في المقابل، سيجنبنا الادخار الداخلي الموجب كل هذه التبعات غير المرغوبة، وسيعمل على حل مشكلة العجز في الحساب الجاري، ونخص بالذكر هنا الادخار الخاص والذي يعتبر ادخار القطاع العائلي أهم مكوناته. لإبراز دور الادخار الخاص في حل مشكلة عجز الحساب الجاري، سنبدأ أولا بمعادلة الدخل والإنفاق في اقتصاد مفتوح¹⁶ :

$$Y = C + I + G + (X - M) + NT$$

حيث Y : الدخل القومي الإجمالي ؛ C : الاستهلاك ؛ I : الاستثمار ؛ G : الإنفاق الحكومي ؛ $(X - M)$: صافي الصادرات ؛ NT : صافي التحويلات الخارجية. وبإعادة ترتيب الحدود أعلاه نحصل على الصيغة التالية :

$$Y - C - G = NS = I + (X - M) + NT$$

حيث NS : الادخار القومي الذي يمكن أن يتحقق بتمويل الاستثمار المحلي أو فائض الحساب الجاري أو بزيادة صافي الاستثمارات الخارجية، ولكن الادخار الوطني يتكون من الادخار الحكومي S^G وهو فائض الميزانية العامة للدولة $(T - G)$ ، والادخار الوطني الخاص S^P الذي يشمل كل من ادخار القطاع العائلي وادخار قطاع الأعمال، أي أن :

$$NS = S^P + S^G$$

$$S^P = NS - S^G$$

من المعادلات أعلاه، وباعتبار أن الحساب الجاري (CA . Current Account) (وهو يضم صافي الصادرات وصافي التحويلات الخارجية) $[CA = (X - M) + NT]$ ، يمكن صياغة الادخار الوطني الخاص على النحو التالي :

$$S^P = I + CA - S^G$$

$$S^P = I + CA - (T - G)$$

$$S^P = I + CA + (G - T)$$

ولإلقاء الضوء على أهمية الادخار الخاص بالنسبة لعجز الحساب الجاري، يمكن إعادة صياغة المعادلة أعلاه على النحو التالي : $CA = S^P - I - (G - T)$. من المعادلة الأخيرة، نجد أن زيادة عجز الميزانية العامة $(G - T)$ يؤدي إلى تقليص فائض الحساب الجاري إن كان هناك فائضا، أو يؤدي إلى تفاقم عجز الحساب الجاري في حالة وجود عجز. كذلك نجد أن لزيادة الاستثمار المحلي أثرا سلبيا مباشرا على الحساب الجاري، أي تؤدي إلى زيادة العجز في الحساب الجاري، وهذا هو الأثر في المدى القصير أو الأثر من جانب الطلب. وبالرغم من ذلك، فليس من المعقول أن يُخفض الاستثمار لمعالجة عجز الميزانية، نظرا للأثار الإيجابية الهامة للاستثمار في المدى الطويل ومن جانب العرض

على زيادة الناتج القومي والفائض التصديري والادخار الخاص، ومن ثم على خفض عجز الحساب الجاري. ومن المعادلة أعلاه، يتضح كذلك أن الادخار الخاص هو صمام الأمان الذي يمكن أن يحد من عجز الحساب الجاري، حيث أن العلاقة موجبة بين الادخار الخاص S^P وفائض الحساب الجاري CA، وهذا بالطبع له بالغ الأثر الإيجابي على ميزان المدفوعات.

2- واقع ادخار القطاع العائلي في الجزائر :

قبل الوقوف على التطورات الحاصلة في ادخار الأسر، تجدر الإشارة إلى أن دراسة سلوك ادخار القطاع العائلي يقتضي الحصول على بيانات فردية. والواقع يشير إلى أنه لا يوجد مسح خاص بادخار الأسر، ولكن مسح لميزانية الأسر، والذي يجمع بيانات الإنفاق والدخل المتاح للأسر، وهذا كما توضحها بيانات الجدول رقم (1) التالي :

الجدول رقم (1) : تطور ادخار القطاع العائلي في الجزائر للفترة (1970-2011)

الوحدة : مليون دج

السنوات	الاستهلاك	الادخار	الدخل المتاح	الميل الحدي للادخار(*)	الميل المتوسط للادخار(*)
1970	13 388,5	3 394,1	16 782,6	/	0,20
1971	14 026,5	2 887,6	16 914,1	-3,85	0,17
1972	16 721,8	2 309,5	19 031,3	-0,27	0,12
1973	17 741,1	3 120,3	20 861,4	0,44	0,15
1974	23 924,5	3 806,3	27 730,8	0,10	0,14
1975	29 522,4	4 081,2	33 603,6	0,05	0,12
1976	34 010,5	4 613,6	38 624,1	0,11	0,12
1977	42 646,0	1 923,8	44 569,8	-0,45	0,04
1978	48 793,2	4 197,7	52 990,9	0,27	0,08
1979	56 216,6	9 926,5	66 143,1	0,44	0,15
1980	67 816,5	14 197,1	82 013,6	0,27	0,17
1981	84 570,3	10 691,4	95 261,7	-0,26	0,11
1982	92 648,5	16 503,2	109 151,7	0,42	0,15
1983	103 048,0	21 086,9	124 134,9	0,31	0,17
1984	122 372,5	11 840,4	134 212,9	-0,92	0,09
1985	136 423,1	16 218,9	152 642,0	0,24	0,11
1986	152 195,1	22 662,1	174 857,2	0,29	0,13
1987	149 865,7	28 873,0	178 738,7	1,60	0,16
1988	208 875,7	29 926,7	238 802,4	0,02	0,13
1989	257 269,8	32 197,1	289 466,9	0,04	0,11
1990	305 042,3	57 329,9	362 372,2	0,34	0,16
1991	410 049,9	112 404,3	522 454,2	0,34	0,22
1992	538 844,5	153 111,1	691 955,6	0,24	0,22
1993	639 067,6	184 377,9	823 445,5	0,24	0,22
1994	826 754,5	145 573,1	972 327,6	-0,26	0,15
1995	1 103 081,9	141 454,8	1 244 536,7	-0,02	0,11
1996	1 319 393,2	171 838,1	1 491 231,3	0,12	0,12
1997	1 411 669,5	199 571,3	1 611 240,8	0,23	0,12
1998	1 531 502,9	275 286,2	1 806 789,1	0,39	0,15
1999	1 642 338,5	360 671,7	2 003 010,2	0,44	0,18
2000	1 684 862,8	420 104,5	2 104 967,3	0,58	0,20
2001	1 817 277,4	548 437,5	2 365 714,9	0,49	0,23
2002	1 955 242,0	576 639,8	2 531 881,8	0,17	0,23
2003	2 090 638,0	660 575,9	2 751 213,9	0,38	0,24
2004	2 333 218,5	702 458,3	3 035 676,8	0,15	0,23
2005	2 510 479,4	894 448,4	3 404 927,8	0,52	0,26
2006	2 647 004,7	1 091 159,4	3 738 164,1	0,59	0,29
2007	2 893 221,4	1 414 376,8	4 307 598,2	0,57	0,33
2008	3 274 309,9	1 610 855,0	4 885 164,9	0,34	0,33
2009	3 677 560,6	1 853 679,2	5 531 239,8	0,38	0,34
2010	4 043 142,1	2 084 959,4	6 128 101,5	0,39	0,34
2011	4 475 513,7	2 786 738,6	7 262 252,3	0,62	0,38

Source : Collections Statistiques N 166/2011, ONS, Alger, pp70-105 & www.ons.dz

(*) : قيم محسوبة من طرف الباحث.

إذا تتبعنا تطور الادخار العائلي في الاقتصاد الجزائري، نلاحظ أنه شهد عدة فترات متباينة :

• **الفترة (1970 – 1989) :** تميز الادخار العائلي بالضعف الشديد في هذه الفترة، وهي التي تُعرف بفترة الاقتصاد الموجه، الذي يعكس مدى تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية، حيث سجل متوسط 1222,87 مليون دج للفترة (1970-1989)، وهو ما أدى إلى انكماش في معدل الادخار العائلي الذي بلغ نحو 13% كمتوسط لنفس الفترة. وقد تزامن ذلك مع فترات انكماش في مستوى الدخل المتاح للأسر، الذي شهد تطورا ولكنه بطيء، ويرجع ذلك إلى صعوبة الظروف التي مر بها الاقتصاد، إذ كان في مرحلة البناء والتطبيق للاقتصاد المخطط، الذي ركز على الجوانب الاقتصادية، وبالتالي أهمل الجوانب الاجتماعية. هذا الوضع ترك آثاره بارزة على ادخار الأسر، حيث كان هذا الأخير يتطور ولكن بطريقة بطيئة جدا. والأمر الآخر الذي ساهم في تدني حجم الادخار الأسري هو ارتفاع معدلات الاستهلاك التي سجلت 87% كمتوسط لنفس الفترة. ويرجع ذلك لعدة أسباب، منها ارتفاع معدلات التضخم؛ انعدام فرص العمل وزيادة فقر السكان، خاصة مع نهاية الثمانينات، أين تقامت الأزمة الاقتصادية للجزائر، وهو ما شكل عبئا ثقيلا للفرد الجزائري، بحيث أصبح من الصعب عليه أن يحافظ على مستواه المعيشي، ناهيك عن أن يرفعه. وإذا أضفنا إلى ذلك، الإهمال في تعبئة الادخار العائلي بغرض تمويل الاستثمار كنتيجة لتزايد الموارد البترولية منذ بداية 1970، يتبين لنا سر تدهور حجم الادخار.

• **الفترة (1990 – 1993) :** شهد الادخار العائلي نموا جد مرتفع في هذه الفترة، حيث سجلت السنوات : 1990 ؛ 1991 ؛ 1992 و 1993 معدلات النمو التالية : 78,06% ؛ 96,07% ؛ 36,21% و 20,42% على التوالي، وهكذا انتقل الادخار الأسري من 57,33 مليار دج سنة 1990 إلى 184,38 مليار دج سنة 1993. وهو ما انعكس في تحسن معدل الادخار العائلي الذي عرف متوسط 20,5% للفترة (1990-1993). والفضل في ذلك يرجع إلى النمو المحسوس في الدخل المتاح للأسر الذي عرف معدلات النمو التالية : 25,19% ؛ 44,18% ؛ 32,44% و 19% خلال السنوات الواردة على الترتيب، حيث انتقل الدخل من 362,37 مليار دج في 1990 إلى 823,44 مليار دج في 1993. وقد تزامن هذا مع نمو الاستهلاك، ولكن بمعدلات أقل بالمقارنة مع نظيره الادخار، حيث سجل معدل نموه القيم التالية : 18,57% ؛ 34,42% ؛ 31,41% و 18,60% خلال نفس السنوات المذكورة، وبهذا انتقل من 305,04 مليار دج في 1990 إلى 639,06 مليار دج سنة 1993. ويمكن تفسير هذه التطورات الإيجابية في حجم المدخرات العائلية بعدة أسباب، قد يكون منها عدم عدالة توزيع الدخل، والذي أفرز فوارق اجتماعية، تمثلت في بروز طبقات غنية وأخرى فقيرة، وتقليص في نسبة الطبقة المتوسطة، وهو ما أدى إلى تمركز المداخيل لدى الطبقة الغنية وبرزت طبقات ثرية تتمتع بنفوذ كبير، وهي الطبقة التي يُعتمد بها في زيادة الادخار العائلي. ذلك أن الطبقة الفقيرة تتميز بارتفاع الميل إلى الاستهلاك وانخفاض الميل إلى الادخار، خاصة إذا أضفنا إلى ذلك اتساع نطاق الفقر، وارتفاع معدلات التضخم في هذه المرحلة، الذي أدى إلى انخفاض القدرة الشرائية، بالإضافة إلى ضعف مداخيل هذه الفئة أصلا.

• **الفترة (1994 – 1995) :** على عكس الفترة السابقة، عرف الادخار العائلي معدلات نمو سالبة سنتي 1994 و 1995 بلغت : (-21,04%) و (-2,83%) على التوالي، وهكذا تدهور الادخار العائلي إلى مستوى 145,57 مليار دج و 141,45 مليار دج على التوالي، بعدما وصل إلى 184,37 مليار دج في 1993، وهو ما أدى إلى تدهور ميله المتوسط، حيث سجل 15% و 11% على التوالي، بعدما وصل إلى 22% سنة 1993. ويمكن إرجاع ذلك إلى النمو الكبير في الاستهلاك الأسري الذي سجل معدل نمو يقدر بـ 29,37% و 33,42% خلال سنتي 1994 و 1995 بعدما وصل إلى 18,60% في 1993، حيث انتقل إلى 826,75 مليار دج و 1103,08 مليار دج خلال سنتي 1994 و 1995 على الترتيب، بعدما سجل 639,06 مليار دج في 1993، وهو ما ساهم في ارتفاع معدل الاستهلاك الأسري

إلى 85% و 89% على التوالي بعدما وصل إلى 78% في سنة 1993. السبب في ذلك يرجع إلى تحرير الاقتصاد، وما انجر عنه من تحرير لأسعار المواد الغذائية ورفع الدعم عنها، بالإضافة إلى موجات التضخم التي أثرت على القدرة الشرائية والحافز على الادخار، ووصول مؤشر البطالة لمستويات خطيرة، مع تباطؤ في معدلات نمو الدخل المتاح نسبة إلى الفترة السابقة، حيث سجل معدل نموه متوسط 23% للفترة (1994-1995) مقارنة بـ 30,20% للفترة (1990-1993)، أضف إلى ذلك زيادة حدة الفقر، بسبب تطبيق برنامج التعديل الهيكلي، وهو ما زاد من معاناة الفرد الجزائري، الأمر الذي ساهم في توجيه جزء كبير من الدخل المتاح نحو استهلاك المواد الأساسية، مما أدى إلى انخفاض المدخرات العائلية. هذا بالإضافة إلى بروز مجموعة من الاضطرابات السياسية والأمنية التي عرفتها الجزائر، والتي أفضت إلى الدخول في دوامة من عدم الاستقرار. الأمر الذي يؤثر سلباً على ادخار الأفراد، ويعمل على زيادة استهلاكهم من سنة إلى أخرى. ففي مثل هذه الأوضاع، عادة ما يلجأ الأفراد إلى تهريب أموالهم إلى أماكن أكثر أمناً، أو العمل على اكتنازها، لعدم تقنتهم في الأجهزة التي تضعها الحكومات في متناولهم، وهذا على الأرجح ما حصل في الجزائر، وهو ما كان له الأثر السلبي على عجلة التنمية الاقتصادية من خلال نقص الاستثمارات وضعف المدخرات المحلية بشكل عام.

- **الفترة (1996 – 2011) :** صار الفرد الجزائري يعطي للادخار أهمية يمكن تلمسها من خلال بيانات الجدول رقم (1)، حيث تزايد معدل الادخار العائلي من سنة لأخرى، فقد انتقل من 12% من الدخل المتاح لسنة 1996 وظل ينمو إلى نهاية فترة المشاهدة أين سجل متوسط 38% سنة 2011، فالادخار أخذ يتحسن تدريجياً مع استقرار الاقتصاد الوطني خاصة منذ بداية سنة 1996، كنتيجة لتحسن الدخل المتاح الذي عرف نوعاً من النمو والزيادة بشكل كبير خلال هذه الفترة، على عكس الفترة السابقة، أين كان ادخار العائلات ضعيفاً نتيجة ارتفاع معدل الاستهلاك الأسري تزامناً مع ضعف الدخل المتاح، وكذا الارتفاع الكبير الذي عرفه معدل التضخم. هذا التحسن أخذ ينمو بشكل سريع خاصة مع تراجع مؤشر التضخم إلى مستويات مريحة بالنسبة للاقتصاد الوطني. فقد شهدت الفترة (1996-2011) معدلات نمو موجبة لقيم الادخار العائلي، بلغت في المتوسط نحو 20,85%، وقد تزامن ذلك مع تباطؤ ملحوظ في نمو الاستهلاك الأسري منذ سنة 1996، حيث بلغ متوسط نموه خلال نفس الفترة نحو 9,20%. وإن الانخفاض في معدلات الاستهلاك خلال هذه الفترة قد انعكس مباشرة في ارتفاع معدلات الادخار، ومن الواضح أن تحركات معدل الاستهلاك هي متناظرة مع معدل الادخار. وقد بلغ الادخار العائلي سنة 2011 ما قيمته 2786,74 مليار دج حسب بيانات ONS، في حين كشف وزير المالية أن حجم ادخار العائلات الجزائرية قد بلغ 2000 مليار دج أو ما يعادل 27 مليار دولار في سنة 2011، مشيراً إلى أن 40 بالمائة من هذه القيمة (800) مليار دج تم إيداعها على مستوى بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP. وحصّة هذا البنك من سوق الادخار الوطني تؤكد بأن المواطن الجزائري أصبح يفضل الاستثمار على المديين المتوسط والطويل، ولاسيما من خلال اقتناء السكن¹⁷. وتعكس هذه الأرقام الواردة مدى الأهمية التي تحتلها المدخرات العائلية كمصدر لتوفير الموارد المالية الحقيقية لتمويل البرامج الاستثمارية، والتي يتوقف عليها مدى التقدم في تنفيذ خطط التنمية. ويمكن متابعة تطور مبالغ الادخار العائلي من خلال ما يحصيه بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، باعتباره أول بنك في مجال جمع الادخار في الجزائر، بتعداد 7,5 مليون مدخر على مستوى 220 وكالة على المستوى الوطني، وهذا حسب إحصائيات 2008، هذه المبالغ موضحة في الجدول (2) التالي :

الجدول رقم (2) : تطور الادخار على مستوى بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط للفترة (2004-2010)

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	السنوات
818,78	737,12	667,91	629,88	571,21	544,91	521,75	إجمالي ودائع الادخار عند 12/31 (مجموع) مليار دج

Source : Annuaire Statistique de l'Algérie, Résultats; 2007-2009, N 27, Edition 2011, ONS, p 435.

Annuaire Statistique de l'Algérie, Résultats; 2008-2010, N 28, Edition 2012, ONS, p 470.

تُظهر معطيات هذا الأخير تطورا بارزا في نمو مدخرات الجزائريين على مستوى *CNEP* والتي بلغت سنة 2010 ما قيمته 818,78 مليار دج منذ تأسيسه سنة 1964. كما يتبين من هذا الجدول أن حجم الادخار الذي تم جمعه سنة 2010 من طرف هذا البنك على مستوى الشبكتين البنكية والبريدية بلغ 81,66 مليار دج مقابل 69,21 مليار دج سنة 2009 و 38,03 مليار دج سنة 2008. وهذه الأرقام تعكس الإمكانيات الادخارية المعتبرة المتاحة لدى العائلات الجزائرية. وبالرغم من ذلك فلا تزال هناك موارد مالية أخرى تحتفظ بها هذه العائلات في شكل عملات ورقية وودائع على مستوى مراكز الصكوك البريدية، أو في شكل سيولة نقدية مكنترة وغير مستغلة. وتجدر الإشارة إلى أن "بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط قام بضخ 400 مليار دج في الاقتصاد الوطني منذ تأسيسه، وساهم أيضا في توفير سكنات أو قروض للحصول على مساكن لـ 365 ألف مواطن منذ إنشائه، من بينها 49 ألف مسكن قام ببنائها الصندوق بشكل مباشر"¹⁸.

3- عقبات الادخار لدى القطاع العائلي وسبل المعالجة :

1.3- عقبات الادخار لدى القطاع العائلي :

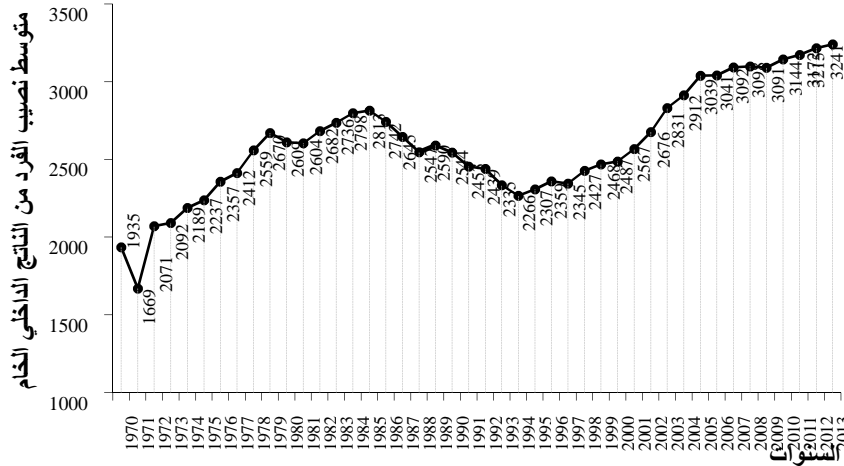
عند النظر إلى ادخار القطاع العائلي في الجزائر، نجد أنه يعاني من عدة مشاكل وعلى أصعدة عديدة، وهو ما يؤدي إلى قصور الادخار الفعلي عن الادخار الممكن. وفي هذا الاطار، فقد أشارت بيانات 2010 إلى أن الادخار الحكومي قد مثل نسبة 38% من الادخار المحلي، أما ادخار المؤسسات وادخار الأسر فمثل على التوالي 33% و 29%¹⁹، وبهذا يحتل ادخار القطاع العائلي ذيل الترتيب ضمن هيكل الادخار المحلي. ولا زالت الحلول المطروحة لمعالجة هذا القصور غير فعالة، فهي تعالج الظواهر دون الوصول إلى أسبابها. وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن الأوعية المصرفية في الجزائر على ضخامة هيكلها، لم تتمكن خلال عقد من الزمن (1999-2009) من تجميع سوى 14% في المتوسط من إجمالي مدخرات القطاع العائلي²⁰، وقد ترجع عوامل التدهور في حجم هذه المدخرات إلى عدة أسباب نذكر منها :

(1) انخفاض متوسط الدخل الحقيقي للفرد : إن انخفاض مقدار الادخار العائلي وقلة أهميته النسبية من الادخار المحلي

المتحقق في الجزائر، ربما يرجع إلى انخفاض متوسط الدخل الحقيقي للفرد، حيث يذهب الجزء الأكبر من هذا الدخل إلى الاستهلاك. فاستيفاء الحاجات الأساسية للأفراد تستحوذ على النسبة الكبرى من الدخل الفردي، بحيث يسد الحاجات الضرورية فقط، إذ لا يتبقى فائض يمكن ادخاره. فعدم وجود إيداعات ادخارية يُعزى مرده إلى عدم وجود فوائض مالية في دخول المواطنين، ومن ثم فإن الادخار الفردي أو العائلي يبقى ضعيفا. ويمكن القول أن مستوى الدخل الفردي يعتبر منخفضا في معظم الدول النامية - بما فيها الجزائر - إذا ما قورنت بتمثيلاتها من الدول المتقدمة، فقد بلغ مستوى الدخل الفردي السنوي في السودان : 2500 \$ ؛ أوغندا : 1100 \$ ؛ الهند : 2700 \$ ؛ باكستان : 2600 \$، وذلك في عام 2007. بينما بلغ مستوى الدخل الفردي السنوي في بعض البلدان المتقدمة مثل بريطانيا : 38500 \$ ؛ إيطاليا : 31000 \$ ؛ فرنسا : 33800 \$ ؛ الدنمارك : 37400 \$ في نفس العام، وذلك وفقا لبيانات البنك الدولي²¹. وفي الجزائر بلغ نصيب الفرد من الناتج الداخلي الخام لعام 2013 بالقيم الثابتة - حيث

سنة الأساس 2005 – ما قيمته \$ 3241، وهي أعظم قيمة خلال الفترة (1970-2013) كما يوضحها الشكل التالي :

الشكل رقم (1) : تطور متوسط نصيب الفرد من الناتج الداخلي الخام بالأسعار الثابتة خلال الفترة (1970-2013)



المصدر : إعداد الباحث، اعتمادا على بيانات المصدر :

world development indicators, (14/06/2014), (en ligne),
<http://data.albankaldawli.org/country/algeria>

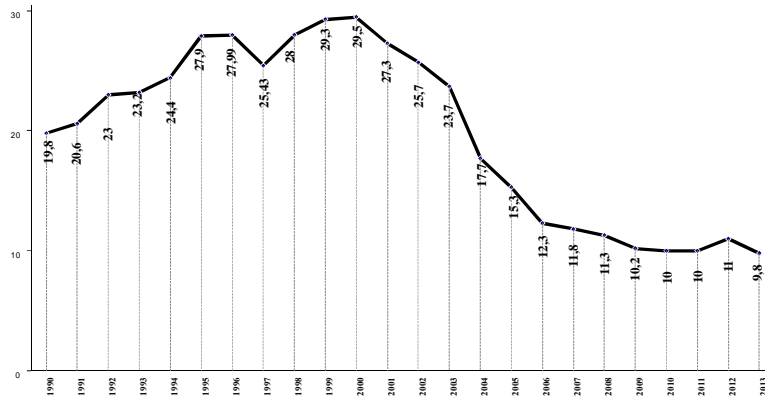
ومع ذلك تبقى ضعيفة مقارنة بالدول المتقدمة. وبشكل عام، فإن قدرة الجزائر على تكوين الادخار العائلي تبقى قدرة ضئيلة ومحدودة. وفي الحقيقة فإن انخفاض متوسط الدخل الحقيقي للفرد الجزائري مرده إلى الفقر وانتشار البطالة، بسبب الضعف الهيكلي للاقتصاد. الأمر الذي لا يسمح بخلق مناصب عمل كافية، فتزداد بذلك قيمة الاستهلاك التلقائي الذي يؤدي إلى تأخير عتبة الادخار، بسبب ارتفاع الميل الحدي للاستهلاك لدى الطبقات الفقيرة. ويمكننا التطرق بإيجاز إلى كل من ظاهرتي الفقر والبطالة في الجزائر كما يلي :

(أ) – **ظاهرة الفقر في الجزائر** : إن ظاهرة الفقر في الجزائر قد عاودت اتساعها بشكل ملحوظ مع انطلاق مرحلة تنفيذ برنامج الإصلاح الاقتصادي، حيث تزايد عدد السكان الفقراء من 4,74 مليون شخص عام 1966 إلى 5,23 مليون عام 1980 ثم تراجع عام 1988 ووصل إلى 4,49 مليون شخص. ومع تنفيذ برنامج الإصلاح الاقتصادي تزايد عدد الفقراء إلى 5,89 مليون شخص عام 1995، وهو ما يمثل نحو 21% من مجموع السكان. وقد بلغت نسبة الفقر 14% خلال الفترة (1988 – 1998)، حيث أن هذه النسبة، 70% منها تعيش في الأرياف²². ويؤكد تقرير التنمية البشرية لسنة 2003 على أن 13 مليون جزائري، أي 22,6% من السكان يعيشون في مستوى الفقر، منهم 6 ملايين يعيشون دون هذا المستوى. وبلغ حجم السكان الذين يعيشون تحت خط الفقر في الجزائر للفترة (2000-2007) نسبة 23,6% من مجمل السكان²³. وهذه تمثل نسبة كبيرة من الفقراء، وللأسف في واحدة من أكبر الدول المصدرة للنفط والغاز في العالم.

(ب) – **ظاهرة البطالة في الجزائر** : نلاحظ من الشكل رقم (2) أن معدلات البطالة شهدت معدلات كبيرة خلال الفترة (1990-2000)، وهي الفترة التي تميزت بإتباع الجزائر برامج الإصلاح الاقتصادي، وغياب الاستثمارات الجديدة التي تخلق مناصب العمل، إلى جانب التسريح للأجراء على إثر عمليات إعادة الهيكلة وحل المؤسسات، وهذه عوامل ساعدت على تفاقم البطالة، وبذلك وصلت معدلاتها إلى مستويات مرتفعة، حيث بلغت نسبة 29,77% سنة 2000، وهو ما ساهم في انتشار الفقر في أوساط العائلات الجزائرية. وإن كان معدل البطالة الذي كان بالغ الارتفاع، والذي بلغ في بعض الأعوام أكثر من ثلث قوة العمل الجزائرية، قد شهد منحنى تنازليا خلال السنوات العشر الأخيرة، حيث تدرج

من 27,30% سنة 2001 إلى 9,8% في 2013²⁴، وهذا مؤشر إيجابي بالتأكيد. إن هذا في الواقع، كان نتيجة اعتماد الحكومة على آليات تشغيل مختلفة، وضخ السيولة في الاقتصاد الوطني، من خلال تطبيق عدة برامج تنموية، تمثلت في برنامج توطيد النمو الاقتصادي (2010-2014) الذي يعتبر أكبر برنامج تنموي تعرفه البلاد منذ الاستقلال إلى اليوم، وذلك لضخامة ميزانيته التي بلغت 286 مليار دولار. وتأتي هذه الميزانية تدعima لميزانية البرنامج التكميلي لدعم النمو (2005-2009) الذي رُصد له أزيد من 200 مليار دولار، وبرنامج دعم الإنعاش الاقتصادي (2001-2004) الذي استفاد بأكثر من 7 مليار دولار²⁵. للإشارة فإن الفترة الممتدة من 2005 إلى 2009 سمحت باستحداث حوالي 1,3 مليون منصب شغل²⁶، رغم أن بعضها كان مؤقتا، والفضل دائما يعود لارتفاع أسعار النفط.

الشكل رقم (2) : تطور معدلات البطالة في الجزائر خلال الفترة (1990-2013)



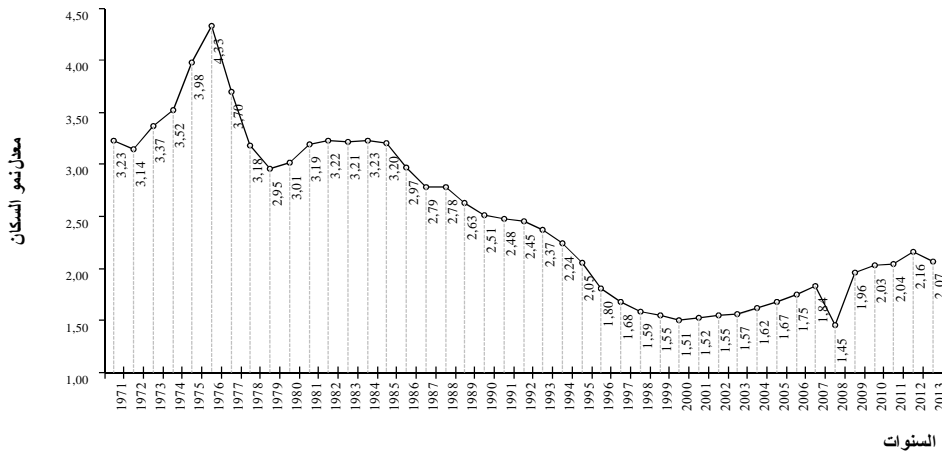
المصدر : إعداد الباحث، اعتمادا على بيانات المراجع : www.ons.dz & www.albankaldawli.org

(2) نمط توزيع الدخل : إن نمط توزيع الدخل يؤثر بطريقة مباشرة في انخفاض معدل الادخار، حيث نجد في الجزائر أن الجزء الأكبر من الدخل يذهب لطبقة خاصة، وهي ذات الدخل المرتفع، التي تتميز بارتفاع الميل الحدي للاستهلاك وخاصة الاستهلاك التفاخري، وبالتالي لا تقوم بالادخار. بينما النسبة القليلة من الدخل لبقية المجتمع، وهذا يختلف عما هو واقع في الدول المتقدمة، أين نجد أصحاب المداخل المرتفعة تميل إلى الادخار. "فحسب تقرير الأمم المتحدة لسنة 1999، نجد أن 20% من أغنى فئات المجتمع تحصل على 50% من المداخل، فيما لم يتحصل 20% من الفئات الفقيرة الأعلى على أقل من 7% من المداخل، والباقي يوزع على باقي الفئات. وهذا ما يقضي على المدخرات الفردية، لكون الطبقة المتوسطة في الجزائر هي التي تتصف بميولها للادخار، بينما الطبقة الغنية تتميز بالاستثمار في العقارات، وأحيانا تهريب الأموال إلى الخارج"²⁷.

(3) الارتفاع المستمر في معدل زيادة السكان : يسهم النمو السكاني المرتفع في زيادة الضغوط الاقتصادية الداخلية، مما يشكل عبئا متزايدا على التنمية، كما أنه يضغط باستمرار على متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي، ويؤدي إلى انخفاضه، فكلما زاد معدل نمو السكان كلما انخفضت المدخرات وبالتالي الاستثمارات، وذلك في الوقت الذي تزداد فيه الاحتياجات الاستثمارية للعدد الأكبر من السكان، مما يؤدي إلى معدل أقل لنمو الإنتاج ولمتوسط الدخل الفردي. وهكذا فإن النمو السكاني يتعارض مع التنمية من زاويتين؛ الأولى تخفيض معدل الادخار والاستثمار وتفاقم مشكلة تكوين رأس المال، والثانية زيادة الاحتياجات الاستثمارية. إن معدل نمو الناتج الكلي ومتوسط دخل الفرد أقل في حالة النمو السكاني السريع المرتفع عن حالة النمو السكاني الأقل ارتفاعا، نتيجة لانخفاض معامل رأس المال الناتج أو معامل رأس المال العامل من جهة، وتحويل نمط الاستثمار إلى ما يسمى بالاستثمار الديمغرافي، وهو يعتبر إما أنه غير منتج، وإما أنه أقل إنتاجية من الاستثمار في القطاعات الإنتاجية كالزراعة والصناعة من جهة أخرى. بل إنه يترتب على ذلك

أن معدل النمو الأعلى يصطحب بهيكل اقتصادي أقل تقدماً من حيث أنه يتميز بقطاع زراعي أكبر وقطاعات صناعية وخدمات أصغر. وكذلك كبر حجم الأسرة يقلل بدوره من حجم الادخار ؛ فتوسع حجم الأسرة²⁸ في الجزائر يجعل من المنطقي أن يتوسع الاستهلاك الأسري، الأمر الذي يقلل من حجم الادخار. وقد تعدى عدد سكان الجزائر عتبة 38,7 مليون نسمة في أول جانفي 2014. كما بلغت معدلات نمو السكان خلال السنوات : 2010 ؛ 2011 ؛ 2012 ؛ 2013 ؛ النسب التالية : 2,03% ؛ 2,04% ؛ 2,16% و 2,07%²⁹ على الترتيب، كما يبينها الشكل رقم (3) التالي، وهذه النسب تعتبر مرتفعة مقارنة بالمستوى المسجل في سنوات 2000، وبمقارنة هذه المعدلات خاصة للفترة (1970-1995) مع تلك الموجودة في مختلف الدول، سنجد أنها معدلات مرتفعة، وتشكل عبئاً كبيراً على التنمية البشرية، ومن ثم التنمية الشاملة بشكل عام.

الشكل رقم (3) : تطور معدل نمو السكان في الجزائر خلال الفترة (1971-2013)

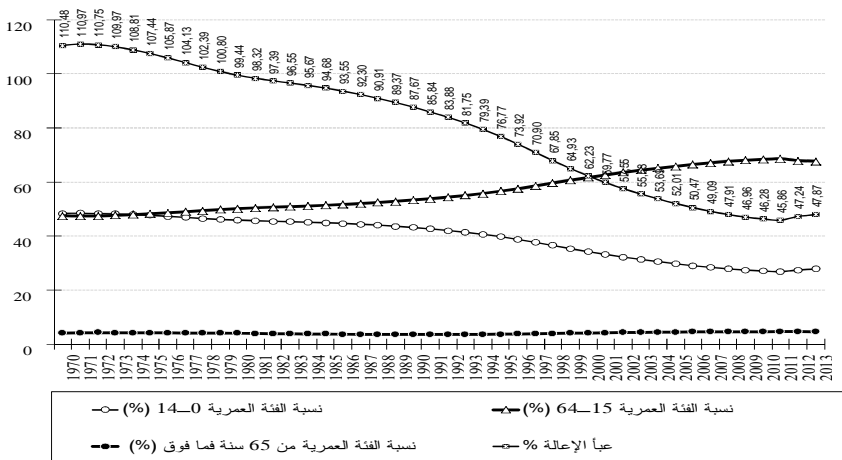


المصدر : إعداد الباحث، اعتماداً على بيانات المراجع :

Collections statistiques n°166/ 2011, Ons, Alger, p16
 Démographie algérienne, Ons, n°600, 2011, p3.
 Démographie algérienne, Ons, n°658, 2013, p1.

ويقودنا الحديث عن ارتفاع معدل النمو السكاني، إلى التطرق لارتفاع معدل الإعالة³⁰ في الجزائر، وتأثيراته السلبية على الادخار العائلي، ولهذا الغرض سنستعين بالشكل رقم (4) التالي :

الشكل رقم (4) : التركيب العمري للسكان واتجاهاته في الجزائر خلال الفترة (1970-2013)



المصدر : إعداد الباحث، اعتماداً على بيانات البنك الدولي : <http://data.albankaldawli.org/country/algeria>

يتبين من الشكل السابق الانخفاض المتواصل في نسبة السكان الذين ينتمون إلى فئة صغار السن (0-14)، وهذا على طول الفترة الممتدة من 1970 ولغاية 2013، حيث انتقلت من 48,36% من مجموع السكان عام 1970 إلى 27,78% عام 2013. أما الفئة العمرية (65+) فهي تبدو مستقرة خلال فترة الدراسة، وبلغت متوسط 4,07% من مجموع السكان. إن الزيادة السكانية الأهم تشمل السكان في أعمار النشاط الاقتصادي (15-64)، فقد تزايدت هذه الفئة بشكل تصاعدي من حوالي 6,5 مليون عام 1970 إلى 26,51 مليون عام 2013، أي من نسبة 47,51% إلى نسبة 67,62%. وهذا ما أدى إلى انخفاض معدل الإعالة نتيجة التزايد التدريجي النسبي للسكان في سن العمل بالتزامن مع الانخفاض التدريجي في نسبة السكان المعالين. وحقيقة، فإنه بالرغم من هذا الانخفاض التدريجي في معدل الإعالة خلال فترة الدراسة، إلا أن الأرقام المسجلة خلال الفترة (1970-1997) تقيّد بارتفاع معدلاتها في الجزائر، فقد سجل هذا الأخير 110,48% في عام 1970 لينخفض تدريجياً إلى 70,90% في عام 1997. وهذا المعدل يعتبر مرتفعاً قياساً إلى دول العالم، حيث بلغ حوالي 62,6% لمتوسط العالم و66,6% لمتوسط الدول النامية³¹، ويعكس هذا المعدل تأخراً في عملية التحول الديمغرافي. إن معدل الإعالة المرتفع على الفئات المنتجة في البلاد، سيعمل على استنزاف مدخراتها، وبالتالي انخفاض الادخار العائلي. وارتفاع معدل الإعالة مرده إلى الزيادة في معدلات الخصوبة، وبالتالي ارتفاع نسبة صغار السن من المعولين، ومنه اتساع قاعدة الهرم السكاني. يقدر عباً الإعالة في البلدان المرتفعة الخصوبة بـ 95 شخص في عمر الإعالة مقابل 100 شخص في سن العمل، وتتعاكس هذه المعادلة في حالة البلدان التي تتجه معدلات الخصوبة فيها إلى الانخفاض، إذ يبلغ معدل الإعالة 65%³². كذلك من أسباب ارتفاع معدل الإعالة، انخفاض نسبة السكان في سن العمل وكبير متوسط حجم الأسر، بالإضافة إلى معدل البطالة المرتفع، وهو الأمر الذي يخفض مستويات المعيشة كنتيجة لارتفاع أعداد المعالين، وما ينطوي عليه ذلك من كلفة، تتمثل بزيادة حجم الاستهلاك على حساب الادخار الخاص، وانخفاض نمو متوسط دخل الفرد. ويؤدي ذلك إلى انخفاض الادخار الكلي والقدرة على الاستثمار، وبالتالي انخفاض القدرة الإنتاجية، ومن ثم انخفاض الإنتاج والدخل الوطني.

وعلى خلاف ذلك، فقد شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة، تزايداً كبيراً في أعداد سكانها. وإن هذه الأعداد قد شقت طريقها نحو الفئات العمرية المختلفة، مؤدية إلى انحسار نسبة الفئة العمرية الأولى (0-14)، بالتزامن مع تضخم نسبة السكان في الفئة العمرية الثانية (15-64)، وهم الذين ينتمون إلى فئة الناشطين اقتصادياً، وإلى ارتفاع طفيف جداً في نسبة فئة السكان المسنين، وبالتالي انخفاض معدل الإعالة بشكل محسوس بداية من عام 1998، ليصل عام 2013 إلى 47,87%؛ فمقابل كل 100 شخص من الفئة العمرية في سن العمل لسنة 2013، هناك حالياً 47,87 من الذين ليسوا في سن العمل. وهو مؤشر جيد، حتى أن الجزائر تفوقت على عدة دول متقدمة مثل فرنسا؛ بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية، اللواتي سجلن معدل إعالة على الترتيب: 54,88%؛ 51,87% و50,07%³³. وإن هذا التغير في التركيبة العمرية للسكان في الجزائر، يتيح الفرصة لظهور الهبة الديمغرافية، التي يمكن من خلالها تحقيق زيادة في الادخار الفردي والاستثمار. إضافة إلى التأثير الإيجابي على معدل الادخار الحكومي، نتيجة ارتفاع إيرادات الضرائب مع تزايد عدد السكان في سن العمل، وبالتالي ارتفاع معدل الادخار المحلي الذي سيتحرر نتيجة لانخفاض معدلات الإعالة، ومن تحسن الكفاءة الإنتاجية للقوى العاملة، مما يخلق فرصة سانحة لمزيد من النمو الاقتصادي في المستقبل.

إلا أن آلية تحقيق الهبة الديمغرافية تفترض ضمان مستوى عال من الموارد البشرية، والذي سيحسن من إنتاجيتها، وسيؤثر إيجاباً على الأداء الاقتصادي إن استطاعت إيجاد فرص العمل. كذلك تفترض توفر أسواق عمل تتمتع بمرونة عالية، أي تستطيع أن تستوعب نمو السكان في سن العمل. والمرونة تعني قدرة أصحاب الأعمال على التوسع والتعاقد بسرعة، وانتقال العمالة بين الوظائف المختلفة. أما على صعيد نمو قوة العمل، فإن استيعابها في أعمال منتجة، يتعدى مرونة سوق العمل ليشمل الحاجة إلى زيادة رأس المال أو الاستثمار، الذي بدوره يأتي من الادخار المحلي أو من الاستثمار الخارجي المباشر. بالإضافة إلى تطوير القطاعات الاقتصادية لتصبح قادرة على استيعاب الطاقات البشرية

خاصة قطاع السكن، والذي يتميز بكثافة العمل، إذ يعتمد في خلق القيمة المضافة على إحلال الأيدي العاملة بدلا من التكنولوجيا. أما في حال غياب ذلك، فإن الهبة الديمغرافية تفقد خواصها لتصبح عبئا اقتصاديا، يتمثل بارتفاع نسب العاطلين عن العمل خاصة بين القادمين الجدد إلى سوق العمل. وإن الشواهد التي عرفها الاقتصاد الجزائري خلال فترة الدراسة، تشير إلى عدم تمكنه من استيعاب تدفقات عرض العمل، خاصة طالبي العمل الجدد، وإلى ارتفاع معدلات البطالة، حيث فاقت هذه المعدلات 10% في معظم السنوات رغم تراجعها مؤخرا.

(4) الوازع الديني : إن الوازع الديني من شأنه التأثير على سلوكيات الأفراد بعزوفهم عن التعامل مع البنوك، بسبب نظرة المجتمع لها على أنها بنوك ذات إرث ربوي، فالزيادة الربوية تعتبر كسبا غير مشروع، وبالتالي فهي محرمة بحكم الشريعة الإسلامية، وهذا ما يؤدي إلى هروب مدخرات الأشخاص، مما يربك عمل البنوك، من خلال انخفاض فرص جمع الموارد المالية التي هي بمثابة الشرط الأساسي والضروري لتمويل القطاعات الاقتصادية.

(5) أثر التقليد والمحاكاة لأنماط المعيشة في البلدان الغنية : إن أثر التقليد والمحاكاة الذي ينتشر بين الطبقات ذات الدخل المرتفع، يؤدي إلى حفز أفراد تلك الطبقة على زيادة الاستهلاك الترفي، والذي يُعد استنزافا للموارد والدخول، إذ هو إنفاق بدون عائد، كما أنه استهلاك غير ضروري، ويدخل في إطار إهدار الثروة. مثل هذا الإنفاق لا يخدم أو يحقق أية فائدة للاقتصاد الوطني، بل يؤثر على الادخار الوطني سلبا. أما عن تغير العادات الاستهلاكية للطبقة الفقيرة، فقد تجلت في البحث عن ما يسد رمقها من الغذاء والشراب، وأصبحت عاجزة عن تأمين حاجياتها الاستهلاكية المتوسطة أو ما دونها، حتى انحدر مستوى الاستهلاك لذوي الدخل المحدود، بحيث تخصص القسم الأكبر من دخلها للغذاء الرئيسي فقط³⁴. ونحن اليوم من أكثر دول العالم في الإسراف والاستهلاك، فالكثير منا يشتري كل شيء تقريبا، ويشتري ما يحتاج له فعلا وما لا يحتاج له أصلا، والإسراف دليل على ضعف الوعي الاقتصادي³⁵. هذا الأخير المقترن بالفوارق الدخلية الكبيرة، والأخذة في مزيد من الاتساع، أصبح له تأثيرا واضحا على النمط الاستهلاكي، ومن ثم إعاقة القدرة الادخارية للاقتصاد. فكثير من الناس إما لا يدخرون رغم أنهم يدركون أن عليهم أن يفعلوا ذلك، أو يقللون من مقدار الادخار للحفاظ على مستوى معين من المعيشة، وبذلك انتشر الاستهلاك غير الاقتصادي.

(6) تنامي أسلوب البيع بالتقسيط : لقد تحول البيع بالتقسيط إلى عنصر أساسي في حياة الكثير من المواطنين، خاصة في ظل الفجوة الكبيرة بين متطلبات الأسرة ودخلها، أضف إلى ذلك تآزم ظروف المعيشة وخاصة لذوي الدخل المحدود، بسبب موجات الارتفاع المستمرة للأسعار. والبيع بالتقسيط في حد ذاته أمر مفيد، إذا ما تم التعامل معه بعقلانية واعتدال، لسد الثغرات الاستهلاكية والمعيشية الضرورية. وعكس ذلك، يصبح عدوا رابضا إذا ما أقدم عليه الشخص بشكل مستمر، وجعله الطريق الوحيد لتوفير احتياجاته دون ترتيب للأولويات، ذلك أنه سيجد نفسه غارقا في الديون، مرهونا لأصحاب الأقساط، ولن يتعلم الادخار. وقد تنامت ثقافة البيع بالتقسيط في المجتمع الجزائري في الآونة الأخيرة بدرجة كبيرة، وأصبحت ظاهرة اقتصادية منتشرة ورائجة، كما لم يعد التقسيط سلوكا مقصورا على شراء السلع الضرورية، بل خرج عن إطاره في كثير من الحالات، وأصبح يشمل سلعا غير ضرورية ترهق الأسرة ولا تفيدها؛ الأمر الذي ساهم وبشكل مباشر في تعميق النزعة الاستهلاكية، والدخول في دوامة الشراء بما يفوق قدرات الدفع، ومحاكاة الآخرين بشراء السلع الكمالية والترفيهية دون وجود حاجة ماسة لهذه السلع. وهذا في الغالب سيلتهم الدخل، وهو ما يؤدي إلى اعتماد البعض على الاستدانة بشكل دائم، وبالتالي ستكون النتيجة مطالبات قضائية

وإفلاسا وديونا متراكمة على المواطنين³⁶ وزيادة تكلفتها لصالح البنوك وشركات التقسيط، وهذا الأمر سيكون له تأثير سلبي على رصيد الادخار العائلي.

(7) ضعف الوعي الادخاري المصرفي واتساع ظاهرة الاكتناز : ترتبط المدخرات العائلية بصورة إيجابية مع انتشار الوعي الادخاري المصرفي، ولكن حدوث العكس سيعني زيادة نسبة غير المتعاملين مع البنوك إلى حد كبير، وذلك سيؤدي إلى التحول إلى الاكتناز. هذا الأخير الذي يعبر عن ظاهرة عقيمة اقتصاديا وسلبية اجتماعيا، ويؤدي توسعها إلى تقليص في حجم الادخار، أي إلى تقليص في مجمل الاستثمار، وبالتالي لجم حركة نمو الدخل الوطني والحد من حركة التنمية الاقتصادية والاجتماعية اللازمة لتطوير الاقتصاد الوطني. وإذا بحثنا ظاهرة التسرب النقدي وظاهرة الاكتناز نجدتها متجذرة في الاقتصاد الجزائري، حيث قد سجل تسرب النقود القانونية خارج الجهاز المصرفي مبلغ 77 مليار دج بين ديسمبر 1990 وديسمبر 1993، مما أدى إلى تآكل السيولة المصرفية، وانخفاض حجم الأموال المعروضة للإقراض على مستوى السوق النقدي. وسجل تسرب النقود القانونية خارج الجهاز المصرفي سنة 1994 مبلغ 222,98 مليار دج بنسبة 30,8% من الكتلة النقدية (M2) و241,75 مليار دج سنة 1995 بنسبة 31,23%³⁷. بالإضافة إلى أن حوالي نصف الودائع المتواجدة في البنوك تعود ملكيتها للخزينة العمومية، مما يؤكد محدودية تطور درجة الوعي المصرفي³⁸. وهذا حقيقة مرده إلى نقص الحس الاقتصادي، وغياب الثقافة البنكية في المجتمع، وهو من عواقبه استحالة استجابة المواطنين لنداء البنوك عن طريق إيداع أموالهم فيها، فافتقاد سياسات إعلامية وتعليمية تعنى بهذا الميدان، ساهمت بقسط كبير في الجهل، ونقص الوعي بآليات عمل النظام المصرفي، وفلسفة سيره وبعده الاقتصادي، حتى إن ثقافة الادخار لدى المواطن الجزائري، وكيفية سحب أمواله من المراكز البريدية ومن البنوك، باتت تغذي أزمة في السيولة النقدية وتشكل أحد أسبابها.

(8) ضعف الوعي والثقافة التأمينية: إن قطاع التأمين لا يزال يعاني من بعض المشاكل منها ضعف الوعي والثقافة التأمينية، وتجاهل دوره الاقتصادي والاجتماعي المهم. وهذا يشكل خسارة للاقتصاد الجزائري يجب التخلص منها. إن ضعف الثقافة التأمينية لدى نسبة كبيرة من المواطنين حقيقة لا مجال لنكرانها، ومع ذلك فالحقيقة التي هي أكثر أهمية وأكبر أثرا، ألا وهي ضعف الدخل الفردي، وبالتالي عدم القدرة الشرائية للغطاء التأميني لدى معظم المواطنين، حتى لو كان الوعي التأميني والإجازة الشرعية بذلك. كما أن ضعف الإنفاق على التأمين يأتي منسجما مع ضعف الإنفاق بصورة عامة.

(9) عدم الاستقرار السياسي والأمني : إن المناخ السياسي والأمني في أي بلد يؤثر على قرار الادخار، فإذا كانت البيئة السياسية والأمنية ملائمة ومستقرة، فستكون هناك فرصة لاستقطاب المدخرات. أما إذا كانت الأوضاع السياسية والأمنية في البلاد سيئة، فحتى وإن كانت فرص الربح كبيرة، إلا أن عامل المخاطرة هنا سيكون كبيرا، ولذلك سيحجم المدخر عن استثمار أمواله، لأن المدخر لا يخاطر، كما سيشجع ذلك على تهريب رؤوس الأموال نحو الخارج أو اكتنازها بدل توظيفها. ولا شك أن عدم الاستقرار السياسي والاضطرابات الأمنية التي شهدتها الجزائر في العشرية السوداء قد أثرت سلبا على الادخار العائلي.

4 - سبل معالجة عقبات الادخار لدى القطاع العائلي :

على الرغم من الانخفاض النسبي للمدخرات العائلية في الجزائر نتيجة للعقبات التي تم تشخيصها سابقا، إلا أن ذلك لا يشكل عقبة غير قابلة للتخطي أمام عملية التنمية الاقتصادية، وذلك إذا توفرت سياسة ادخارية فعالة. ومن المعروف أن قدرة أي مجتمع على الادخار، ترتبط بشكل قوي بالسلوك الادخاري القائم في هذا المجتمع ومدى تحققه، ثم بالدخل وحجمه، ولن يتحقق ادخار ما لم يكن

هناك سلوك ادخاري. وإن تنمية الادخار العائلي الممكن أمر في غاية الأهمية، لذلك لابد من تعزيز الجهود للرفع من مستواه، والعمل على وضع سياسات اقتصادية فعالة للتأثير على سلوك الأفراد، ومن أهم الوسائل في هذا المجال نذكر ما يلي :

(1) ضرورة زيادة نصيب الفرد من الدخل القومي : نظرا لأن المحدد الأساسي للطاقة الادخارية هو الدخل، فإنه من الضروري العمل على زيادة نصيب الفرد من الدخل القومي، وهذا لن يتأتى إلا من خلال الحد من ظاهرتي الفقر والبطالة.

(2) مراعاة الدافع الديني للأفراد : قد يكون من محفزات الادخار العائلي لدى الاقتصاد الوضعي، هو تحسين أو رفع معدلات العائد على الادخار، ولكن نجد في مقدمة الدوافع الادخارية لدى المسلمين هو دافع حث العقيدة الإسلامية على الادخار، لذا يصبح سعر الفائدة في مؤخرة هذه الدوافع. لا ؛ بل تحول بالنسبة لغالبية المدخرين إلى دافع سلبي لتعارضه مع العقيدة الإسلامية. وعلى الرغم من تعدد الاقتراحات الرامية إلى رفع مستوى الادخار العائلي في الدول النامية، فهي أقرب إلى العلاج الموضوعي محدود الأثر، لأن جزءا غير قليل من معوقات الادخار يرجع إلى طبيعة النظم الاقتصادية القائمة، وعدم ملاءمتها لتلك المجتمعات. فعلى سبيل المثال، سعر الفائدة (ربا) هو أهم إغراء للتشجيع على الادخار في أكثر أوعية الادخار انتشارا، فكيف يُتوقع النجاح لهذه الوسيلة في الجزائر، التي للدين فيها أثرا على سلوك الأفراد ؟ لذا وجب على البنوك أن تعي بأنه يوجد الكثير ممن يفضلون عدم الاستجابة في قراراتهم الادخارية لأسعار الفائدة، ويفضلون بالمقابل الربط بين توظيف أموالهم، وبين مؤشرات الربحية في الأنشطة الاقتصادية. ويبدو أن معالجة ضعف الميل للادخار يقتضي التخلي عن معدل الفائدة، أو على الأقل عدم إجبار الأفراد على التعامل به أخذا أو عطاءا. والفرد الجزائري يعيش بالطبع ضمن مجتمع مسلم، والذي يحث أصلا على الادخار والاعتدال في الإنفاق الاستهلاكي والتحسب للمستقبل. وهذه الخاصية التي تجمع ما بين العامل الديني والعامل الاقتصادي، بمثابة إطار لتحرك الجهات المسؤولة عند وضع السياسات الاقتصادية، وكذلك المهتمين بمسألة تطوير المصادر التمويلية، في اتجاه تطوير السلوك الادخاري للمواطن الجزائري، وصولا إلى جعله أكثر استجابة لمتطلبات التوسع الادخاري والاستثماري التي تقتضيها مرحلة النمو الاقتصادي.

(3) ترشيد الاستهلاك : إن ترشيد الاستهلاك يعمل على تأمين احتياطي كبير من الموارد المالية، مما يساعد في بقاء الدولة في وضع الاستقلالية. وهذا الترشيح لا يعني الرضا بالحدود الدنيا للاستهلاك، وإذا كان الأمر كذلك، فليكن على الأقل توفر المستوى اللائق للمعيشة. والفرد مطالب بأن يسعى لتحسين وضعه الاستهلاكي، ولا يمنع هذا أن يصل إلى درجة الرغد، شريطة أن لا يتجاوز هذا إلى حد التبذير والسرف. ولترشيد الاستهلاك لابد من وضع حدود وضوابط له بحيث لا يجوز تخطيها أو عدم الالتزام بها، ومنها الابتعاد عن كافة مظاهر التقليد الأعمى التي لا تتفق مع السلوك الرشيد، والالتزام بالتوسط والاعتدال واعتماد مبدأ القوام في الإنفاق والتخلي بالانضباط الذاتي، وهي تمثل السبيل إلى تغيير اتجاهات الطلب الاستهلاكي لدى المجتمع، حيث سيؤدي إلى زيادة ميله الادخاري³⁹، وبالتالي التمكن من تكوين المدخرات. ويُفوت الاعتدال في الاستهلاك الفرصة على مروجي ثقافة الاستهلاك، ومشوهي الطلب الاستهلاكي، الذين يسلطون أدواتهم الإعلامية بشتى الطرق والوسائل للترويج لسلعهم، وخدماتهم الترفيهية، وتسويقها إلى عقول وقلوب الناس، لتوجه قراراتهم الاقتصادية نحوها، حتى وإن فاقت قدراتهم الشرائية. ونستطيع أن نعالج مشكلة التبذير والإسراف والترف — :

• التربية السليمة والاهتمام بالإعلام وتوجيهه الوجهة الصحيحة، لتخريج جيل لا يمت بصلة إلى التبذير والإسراف والترف، وعقد الندوات التثقيفية لبيان الأضرار الناجمة عن هذه الظواهر السيئة ؛

- تدخل الدولة عن طريق الصلاحيات المعطاة لها لمنع أية بادرة من بوادر التبذير والإسراف والتراف ؛
- توجيه محدودي الدخل إلى استهلاك السلع الضرورية، وبالتالي توجيه الإنتاج إلى مثل هذه السلع، وعدم الإغراق في السلع الكمالية التي لا يكون المستهلك بحاجة ماسة إليها، وفي هذا محافظة على رأس المال وضمان عملية الادخار
- ضرورة الالتزام بثقافة الاستهلاك الاقتصادي، الذي يُعد نمطا معتدلا، ويحسب عواقب الأمور، وينطلق إلى الأفضل، ويسعى بكل وعي ومثابرة إلى الصواب الاقتصادي في المكان والزمان ؛
- وضع برامج لتوعية الأسر بأهمية ترشيد الاستهلاك، إضافة إلى إنشاء الجمعيات الاستهلاكية لمحاربة العادات والأنماط الاستهلاكية الخاطئة في المجتمع، ولتكثيف الاهتمام بمسألة تطوير السلوكيات الادخارية لدى الأفراد، بالشكل الذي يساعد على ترشيد السلوكيات الاستهلاكية وزيادة ميولهم الادخارية.

4) العمل على تقوية الوعي الادخاري المصرفي للأفراد :

إن تعبئة الادخار العائلي ستظل هدفا يستحق تضافر الجهود الوطنية، ومن أجل ذلك، تعتبر قضية زيادة الوعي الادخاري وتنميته قضية وطنية في المقام الأول، ويتعين على الجزائر الشروع بحزم في طريق سياسة نشطة لتقوية الوعي الادخاري للأفراد. إن نشر هذا الوعي ليس بالضرورة قضية اقتصادية وحسب، بل هو ضرورة اجتماعية أيضا، تتطلب خطة وطنية تقوم على أسس تربوية وإعلامية، تغرس مفاهيم الادخار وأهميته في التنمية لدى الأجيال الناشئة في المدارس والجامعات. ويكون نشر الوعي الادخاري بالتربية الادخارية، عن طريق المساهمة في صقل سلوك الإنفاق، والحث على تكريس فضيلة الادخار في المجتمع، وإبراز مزاياها على الفرد والمجتمع، وبتخاذ تدابير ترمي إلى تحسين محو الأمية المالية، ومنها تصحيح مفهوم الادخار الشائع الذي يراه الناس مجرد عملية الامتناع عن الإنفاق فقط، من خلال توضيح أن ذلك قد يدخل في نطاق الاكتناز، وأن المفهوم الأصيل للادخار هو ضرورة توجيه المدخرات نحو الاستثمار. إضافة إلى ضرورة التوعية بأهم المشاريع الاستثمارية المتاحة للادخار، والعائد المتوقع منها الذي يمكن أن تحققه في المستقبل. كما يتعين غرس عادة التعامل مع البنوك لدى مختلف فئات المجتمع، ويتحقق ذلك بإحساس الأفراد بأهمية الادخار كأحد مستلزمات الحياة، أي وجود دوافع ادخارية قوية، ووجود مزايا بالجهاز المصرفي تدعم تحقيق الدوافع الادخارية والتي تنحصر في ثلاثة أمور ؛ دافع الطمأنينة والأمن ؛ دافع الربحية ودافع رفع مستوى المعيشة، ويتطلب ذلك إثارة مستمرة لهذه الدوافع. كذلك إحساس الأفراد بوجود أجهزة التمويل ونشاطها واقتناعهم بالتعامل معها، مما يتطلب استخدام وسائل لكسب ثقة الأفراد وتدريب العاملين في البنوك على معاملة الجماهير وكسب صداقتهم، وإتقان وسائل الجذب، عن طريق أداء خدمات لازمة لهم في سهولة ويسر.

ولتعميق الوعي الادخاري وتنميته لدى الأفراد، يتطلب الأمر دعوة الأجهزة المركزية للدولة، وفي مقدمتها وزارة التعليم العالي ؛ وزارة المالية ووزارة الإعلام والاتصال، إلى تبني برامج متكاملة للتوعية بأهمية تنمية قيم الادخار كضرورة تنموية للاقتصاد الوطني، وتشجيعهم على الادخار والترويج لذلك بمختلف الوسائل الممكنة من قنوات التوعية المتعددة، كالصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون وغيرها، وأن يقوم على هذه البرامج أفراد ذوو قدرة علمية، وقدرة فذة على إقناع مختلف فئات المجتمع. ويُحبد أن يتم التنسيق في هذا المجال مع البنوك نظرا لقدرتها المتميزة على الاحتكاك بالجمهور، فضلا عما تملكه من مقومات على الانتشار الجغرافي، وبالتالي إتاحة العديد من البرامج والفرص الاستثمارية، التي من شأنها المساعدة على تعميق مستوى الوعي الادخاري لدى أكبر عدد ممكن من المواطنين، وبالتالي جعلهم أكثر انجذابا نحو استثمار مدخراتهم في مجالات استثمارية مجزية، مما يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية. ومن الأمثلة الناصعة في هذا المجال، تابونق حجي في ماليزيا، أحد المؤسسات المصرفية. فبرنامج تابونق حجي في تنمية الوعي الادخاري بين المجتمع الماليزي، بجميع فئاته، بدءا من تلاميذ المدارس، يدعو بحق إلى

الإعجاب ؛ فالتلميذ بالمدرسة يستطيع أن يفتح حسابا ادخاريا في هذا البنك، بمبلغ زهيد لا يتجاوز حوالي 5 ريالات سعودية، وقد استطاع البنك بذلك أن يجمع مئات الملايين من الدولارات⁴⁰.

5) العمل على محاربة الاكتناز وتشجيع الادخار عن طريق الزكاة :

لتشجيع الادخار لا بد من محاربة الاكتناز، ويكون ذلك عن طريق الزكاة. هذه الأخيرة تعتبر أمضى سلاح في محاربة الكنز⁴¹، وهي أمثل خطة للقضاء على حبس النقود واكتنازها ؛ ذلك الداء الوبيل الذي حار علماء الاقتصاد في علاجه، حتى اقترح بعضهم أن تكون النقود غير قابلة للاكتناز، بأن يحدد لها تاريخ إصدار، ومن ثم تفقد قيمتها بعد مضي مدة معينة من الزمن، فتبطل صلاحيتها للادخار والكنز، وتسمى هذه العملية المقترحة النقود الدائبة⁴². والزكاة هي إخراج جزء مخصوص من مال مخصوص بلغ نصابا إن تم الملك وحال الحال⁴³، وبالتالي فهي تمثل إنقاصا تدريجيا للأموال المكتنزة حتى تبلغ مقدار النصاب، ؛ حيث إن استقطاع 2,5% من الأموال البالغة للنصاب يؤدي إلى استقطاع 10% منها في أقل من خمس سنوات، وثلاثها في أقل من سبعة عشر عاما. وبالتالي فإن الزكاة تعتبر أداة فعالة لحفز الأموال، وأداة ترهيب للأموال المعطلة والصالحة للنماء للمشاركة في الإنتاج، حيث تدفعها بقوة إلى النشاط الاقتصادي حتى لا تأتي عليها الزكاة بعد حين، لنقل منها في حالة عدم توظيفها واستثمارها. بذلك تعمل الزكاة على توسيع القاعدة الإنتاجية للاقتصاد، بتحويلها للموارد المكتنزة إلى مجالات الادخار وقنواته الرسمية، وبالتالي زيادة القدرات الاستثمارية وتنمية التراكم الرأسمالي في المجتمع. وتعد الزكاة العامل المحرك والمحفز لزيادة الادخار، ذلك أن تخصيص جزء من أموال الزكاة مثلا لأصحاب المهن، والذين ليس لديهم دخلا، أو لا يكفيهم دخلهم لتمويل استثماراتهم، سينقل هذه الفئة من عملية استنزاف المدخرات إلى تكوين الادخار المناسب لتمويل الاستثمارات⁴⁴، وبالتالي سيزداد الادخار الاجتماعي التضامني، ويرتفع الاستثمار الكفائي، ويحدثان تأثيرات إيجابية في ارتباطهما بتطور النشاط الاقتصادي، وفي تقليصهما للنفقات الحكومية الموجهة إلى الأغراض الاجتماعية ومساعدة الفقراء⁴⁵. ذلك لأن الزكاة إنما شرعت لتغطية حاجة الفقراء والمساكين، وهذا مما يساعد في زيادة حجم الادخار الحكومي الذي يمكن توجيهه إلى المشاريع التنموية الأخرى، وهكذا تحدث حركية نوعية تتعلق بالادخار والاستثمار الكليين على المستوى الوطني. والحقيقة أن الزكاة هي تيار خير يزيد من القوة الشرائية في يد الفقراء والمساكين والمحتاجين، ويؤدي إلى زيادة الاستهلاك، فالإنتاج، فالدخل، فالادخار، وهكذا تزيد الزكاة من الاستثمار. وتقدر الكتلة المالية الحقيقية لزكاة الجزائريين بـ 5 ملايين دولار، وهذا الرقم يبين أن مورد الزكاة هو مورد دائم وافر الحصيصة إذا توفر التطبيق الإلزامي لها من طرف الدولة. لكن لا تزال حصيصة صندوق الزكاة بعيدة جدا عن النسبة الحقيقية لأموال الزكاة التي يخرجها الجزائريون المعنيون بهذا الركن، حيث تمكن الصندوق في غضون سنة 2011 من تحصيل 1,14 مليار دج، ثم ليبلغ 1,50 مليار دج سنة 2012⁴⁶، بعد أن كان في حدود 0,90 مليار دج سنة 2010 وصلها بشكل تدريجي بطيء، باعتبار أن قيمة الأموال المحصل عليها بدأت بحوالي 0,12 مليار دج سنة 2003⁴⁷. رغم ذلك، تُعد هذه النتائج ضعيفة، وتوضح محدودية ثقة المزمكين في الصندوق، وفشل مسؤوليه في إقناعهم بضح أموال زكاتهم في حساباته. ولما كانت الزكاة تعد عملا من أعمال السيادة، فإن الدولة بعمالها وأجهزتها هي المنوط بها مهمة جباية الزكاة وتوزيعها⁴⁸، لكن الواقع يثبت عكس ذلك. ويبقى من الضروري على الدولة أن تعمل على كسب ثقة المزمكين، ونشر ما يسمى بالوعي الإيماني والعقائدي، والشعور بالأخوة الإسلامية والتكامل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، والرفع من المستوى الأخلاقي للفرد والمجتمع على حد سواء، من أجل تطبيق فريضة الزكاة، ووضع أموالها في الصندوق المخصص لها. بالإضافة إلى ضرورة إشراك نسيج القطاع الاقتصادي، وإقناع كافة المؤسسات والوحدات الإنتاجية والصناعية العمومية منها والخاصة، بضرورة تخصيص جزء من أرباحها لفائدة صندوق الزكاة، للتقليل من الفقراء. ذلك أن الزكاة مقتصرة على تبرعات المحسنين، وهذا غير كاف إذا ما أريد الارتقاء بهذا الصندوق، وجعله شريكا فعالا في التنمية.

6) العمل على نشر الوعي الادخاري التأميني للأفراد وبناء الحوافز :

يعتبر قطاع التأمين من أهم آليات تعبئة المدخرات الاجتماعية، ويمثل أحد مصادر الادخار الرئيسية اللازمة لتمويل النشاط الاقتصادي. وجوهره يتضمن تشجيع الجميع على توفير، فأقساط التأمين تعمل على تجميع مبالغ نقدية كبيرة تحتفظ بها شركات التأمين، توفر رأس مال عملاق يجب أن يستغل في خدمة برامج التنمية الاقتصادية، مما يعكس أثره الإيجابي على زيادة الإنتاج ومكافحة التضخم وزيادة الرفاهية والازدهار. ونظرا للأهمية الكبيرة التي يتمتع بها قطاع التأمين، فإنه لا بد من الاهتمام به وتطويره ليوكب التطور الاقتصادي، والعمل على زيادة إنتاجيته وتفعيل دوره في تجميع المدخرات، مع مراعاة وفرة الإمكانات الاقتصادية والاجتماعية المتاحة والتي لم تستثمر تأمينيا. وبالتالي يجب استغلال كامل طاقته ليقوم بدوره المهم كمصدر ادخاري واستثماري يساهم في زيادة الناتج المحلي، ويدفع بالتنمية الاقتصادية إلى الأمام. ولا يتأتى ذلك إلا بنشر الوعي والثقافة التأمينية، لإثارة دافع التأمين لدى المجتمع من خلال وسائل الإعلام كافة المقروءة والمسموعة والمرئية، مع التوسع في صور الادخار التعاقدية، بتشجيع التأمين على الحياة، وتطبيق نظم المعاشات والتأمينات الاجتماعية، وتوسيع نطاقها لتشمل جميع المواطنين. لكن رغم ارتفاع مستوى وعي الأفراد في بعض الأحيان بموضوع الادخار، إلا أنه غير كاف، وأن الدولة لا بد أن تضع حوافز مضافة للادخار. ويكون بناء حوافز الادخار من خلال المنح التشجيعية التي تقدمها الدولة، ويشترط في استمرار التمتع بمزايا هذه المنح أن يتم استخدامها فيما منحت من أجله، ويكون ذلك بالاعتماد على عمليتين أساسيتين، الأولى : رصد المحطات⁴⁹ التي يمر بها الفرد في حياته العملية، والثانية : ترتيب وبناء الحوافز المالية على الادخار التي تتناسب الاستعداد للوفاء بما هو مطلوب ومتوقع في هذه المحطات. وفي المقابل يتعين على شركات التأمين أن تؤدي دورها كاملا في التنمية الاقتصادية، ذلك أن طريقة عملها الحالية تقتصر على تجميع أقساط التأمين، ولا تستخدم المبالغ المحصلة إلا لتعويض الخسائر التي يتعرض لها المؤمن. وبهذه الطريقة تتجمع لدى مؤسسات التأمين مدخرات هائلة، لكنها سلبية من حيث مساهمتها في التنمية الاقتصادية. فعلى سبيل المثال، بلغ رقم أعمال مؤسسات التأمين الجزائرية سنة 2010 ما قيمته 80,71 مليار دج بعدما كان قد بلغ 22,1 مليار دج سنة 2001، وهذا كما يوضحه الجدول رقم (3) التالي. ويمكن تفعيل هذه المدخرات عن طريق توظيفها في مؤسسات يتخذ فيها المؤمنون صفة الشريك.

الجدول (3) : رقم أعمال مؤسسات التأمين الجزائرية للفترة (2001-2010)

الوحدة : مليار دج

السنوات	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
مجموع الإنتاج(رقم الأعمال)	22,10	29,42	31,27	36,12	41,64	46,50	53,86	68	77,67	80,71

المصدر : الفترة [2002-2001] : [2002-2001] : p53, Ons, Alger, 2005, n34, Algérie en quelques chiffres

الفترة [2004-2003] : [2004-2003] : P55, Ons, Alger, 2006, Algérie en quelques chiffres n36

الفترة [2006-2005] : [2006-2005] : p58, Ons, Alger, 2009, Algérie en quelques chiffres n39

الفترة [2010-2007] : الجزائر بالأرقام رقم 41، الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر، 2011، ص63.

7) تشجيع زيادة تحويل مدخرات المواطنين العاملين في الخارج⁵⁰ :

هناك مصدرا للادخار لم يتم الاستفادة منه بشكل فعال، وهو مدخرات الجزائريين في المهجر، والواقع أن هذه المدخرات تمثل موردا هاما للعملة الأجنبية، وبالتالي فإن انتهاج سياسة فعالة لاستقطابها وعودتها إلى الوطن للاستفادة منها في التنمية تُعد من الأولويات التي يجب أن تُحصى بالاهتمام. ولاجتذاب هذه المدخرات من الضروري العمل على :

1. التخفيف من دور السوق الموازية : فطالما أن هناك اختلافا واضحا بين السعر الرسمي للعملة الصعبة وبين سعرها في السوق الموازية، فسوف تظل هذه السوق مجالا خصبا لتحويلات المغتربين.
2. علاج ما يصيب المدخرات من امتصاص بالخارج، وبسبب المضاربة النقدية في الداخل، مما ينشأ عنه تباين واضح بين سعر الصرف رسميا وتشجيعيا وبين سعره في السوق غير الرسمية.
3. تشجيعا لتحويل مدخرات الجزائريين بالعملة الأجنبية قد يكون مقبولا أن يتم طرح سندات بالعملة الأجنبية من فئات مختلفة، تعطي فائدة ثابتة وتقبل الاسترداد بكامل قيمتها بعد مدة معينة (خمس سنوات مثلا).
4. إعفاء الأموال المودعة من الجزائريين في الخارج وفوائد استثماراتهم من بعض الضرائب.
5. تشجيع الاستثمار داخل الوطن، ومن ذلك السماح للجزائريين المغتربين بتأسيس شركات برأس مال مدفوع كله بالعملة الصعبة على أن يكون من حق الشركات تحويل عائد المال المستثمر فقط دون رأس المال.
6. دراسة إمكانية الأخذ بنظام تعدد أسعار الصرف، بمنح علاوة خاصة على الأسعار الرسمية لما يتم تحويله من عملة أجنبية إلى الجزائر بواسطة الجزائريين العاملين في الخارج.
7. دراسة إمكانية إنشاء بنك وطني، يتخصص في قبول ودائع وتحويلات المغتربين، بسعر فائدة متميز على سعر الفائدة الذي يمكن الحصول عليه في البنوك الأجنبية الموجودة في الخارج، على أن توظف هذه الودائع في مشاريع استثمارية تخصص لهذا البنك، ويكون للمودعين حق المشاركة فيها إذا رغبوا في ذلك.
8. تخصيص عددا من المشاريع الاستثمارية تعدها الوزارات المختصة وتطرحها على المغتربين. وتقتصر المشاركة فيها عليهم، بشرط أن يتم إسهامهم فيها بالعملة الأجنبية التي يتم تحويلها إلى البنوك المعتمدة.
9. الحد من الطلب على العملة الأجنبية، وذلك بترشيد الاستيراد عن طريق ترشيد استيراد السلع الكمالية بوضع رسوم جمركية عالية على المستورد منها، مما يحد من استيرادها.

(8) العمل على ضمان الاستقرار السياسي :

ذلك أن وجود استقرار سياسي في البلاد يعتبر بمثابة حجر الزاوية لكل سياسة تهدف إلى تجديد الادخار العائلي وتنميته، بالإضافة إلى توطينه ومنعه من الهروب نحو الخارج.

الخلاصة :

تكتسي المدخرات الفردية أهمية بالغة من حيث مساهمتها في تحقيق إضافات لرأس المال، الذي يستثمر في خطة التنمية ورفع المستوى المعيشي العام. لذا عملت الدول بمختلف مذاهبها السياسية على تنمية الوعي الادخاري بين أفرادها بشتى الطرق، وجذب هذه المدخرات وتجميعها، لاستخدامها في تمويل التنمية الاقتصادية. وقد تباينت قدرة الاقتصاد الوطني في توليد المدخرات العائلية خلال فترة الدراسة، حيث تميزت بالضعف خلال الفترة (1970-1995)، إلا أنها أخذت تتحسن تدريجيا مع استقرار الاقتصاد الوطني بداية من سنة 1996 كنتيجة لتحسن الدخل المتاح الذي عرف نوعا من النمو والزيادة بشكل كبير على عكس الفترة السابقة. وبالرغم من ذلك فلا تزال هناك بعض العقبات التي تحول دون تعبئة هذه المدخرات بالشكل السليم، خاصة ما تعلق منها بانخفاض متوسط الدخل الحقيقي للفرد الذي مرده إلى الفقر وانتشار البطالة، ونمط توزيع الدخل الذي يؤثر بطريقة مباشرة في انخفاض معدل الادخار، حيث نجد في الجزائر أن الجزء الأكبر من الدخل يذهب لطبقة خاصة، وهي ذات الدخل المرتفع، التي تتميز بارتفاع الميل الحدي للاستهلاك وخاصة الاستهلاك التفاخري والترفي الذي يُعد استنزافا للموارد والدخول، وبالتالي لا تقوم بالادخار. كذلك النمو السكاني المرتفع، ونظرة المجتمع للبنوك على أنها ذات إرث ربوي، وهو ما يؤدي إلى هروب المدخرات. أضف إلى ذلك تنامي أسلوب البيع بالتقسيط مع ضعف الوعي الادخاري المصرفي والتأميني لدى

الأفراد، وعدم استقرار البيئة السياسية والأمنية في بعض الأحيان، وهذا ما يثبت صحة الفرضية المتبناة، إلا أن هذه المشاكل لا تشكل عقبة غير قابلة للتخطي أمام عملية التنمية، وذلك إذا توفرت سياسة ادخارية فعالة وتضافرت الجهود باتجاه قضية تنمية الادخار، التي ستظل محور السياسة الاقتصادية وإحدى البدائل لبحث المشكلات الاقتصادية على مستوى الفرد والدولة على حد سواء، فتنمية الادخار تُعد أمراً حيوياً وملحاً للغاية. ذلك أن الادخار هو المحرك لأي عملية تنمية في الدولة، وفي كافة مراحل التطور الاقتصادي؛ إنه الشرط الضروري للاستثمار، وبزيادة حجمه سنزيد في تحسين ظروف التنمية الاقتصادية للبلاد. وهذا لن يتأتى في الحقيقة إلا من خلال الحد من ظاهرتي الفقر والبطالة ومراعاة الدافع الديني للأفراد عند وضع السياسات الاقتصادية في اتجاه تطوير السلوك الادخاري للمواطن الجزائري، والعمل على ترشيد الاستهلاك وذلك بمعالجة مشكلة التبذير والإسراف والترف، والعمل على تعميق الوعي الادخاري والتأميني وتنميته لدى الأفراد، إلى جانب محاربة الاكتناز عن طريق الزكاة، وتشجيع زيادة تحويل مدخرات المواطنين العاملين في الخارج مع توفير الاستقرار السياسي في البلاد بهدف تجنيد الادخار العائلي وتنميته، إضافة إلى توطينه ومنعه من الهروب نحو الخارج.

الهوامش والمراجع :

- ¹ محمد فوزي أبو السعود، مقدمة في الاقتصاد الكلي مع التطبيقات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص343.
- ² يسري دعبس، الادخار والعوامل المؤثرة فيه، المكتبات الكبرى، مصر، 1997، ص6.
- ³ سيد فتحي الخولي، المدخر الصغير بين إغراء السيولة النقدية و بريق العائد الاستثماري، مجلة الاقتصاد، السعودية، عدد223، 1991، ص44.
- ⁴ مفيد حلمي (الموسوعة العربية)، الادخار، (2008/11/28)، [على الخط]، www.arab-ency.com/index.php?module=pnEncyclopedia&func=display_term&id=290&m=1
- ⁵ رمزي زكي، مشكلة الادخار مع دراسة خاصة عن البلاد النامية، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1966، ص24.
- ⁶ راشد البراوي، الادخار والتنمية، مجلة الهلال، الإسكندرية، العدد4، 2000، ص21.
- ⁷ محمد عبد العزيز عجمية، محمد علي الليثي، التنمية الاقتصادية: مفهومها - نظرياتها - سياساتها، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص228.
- ⁸ محمد آدم، أسواق الأوراق المالية واقتصاديات الدول النامية، مجلة النبأ، لبنان - بيروت، عدد 59، تموز 2001، [على الخط]، <http://annabaa.org/nba59/asoq.htm>
- ⁹ الخشرمي عبد الله علي محرر، وسائل استثمار المدخرات الصغيرة والمتوسطة، مجلة التجارة، الغرفة التجارية الصناعية، السعودية، العدد 350، دون سنة نشر، ص35.
- ¹⁰ قحطان الطويل، (2009/07/06)، الإدخار والتنمية، صحيفة 26 سبتمبر، اليمن، عدد 1025، ص21، [على الخط]، www.26sep.net/newsweekarticle.php?sid=673
- ¹¹ الهادي أحمد محمد حسن، الادخار في النظام الإسلامي، مجلة العلوم والبحوث الإسلامية، معهد العلوم والبحوث الإسلامية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2011، ص ص 6-7، [على الخط]، http://www.sustech.edu/staff_publications/20120226103804244.pdf
- ¹² علي مهرة، الادخار ودوره في التنمية، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، سوريا، 1996، ص17.
- ¹³ صبحي تاندرس قريصة، مذكرات في التنمية الاقتصادية، الدار الجامعية، دون بلد نشر، دون سنة، ص80.
- ¹⁴ عبد الرحمن زكي إبراهيم، المدخرات المحلية وسياسة التنمية في الجمهورية اليمنية، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، اليمن، عدد37، ص97.
- ¹⁵ الزبيدي حمزة محمد، إدارة المصارف، مؤسسة الوراق، عمان - الأردن، 2000، ص96.

- ¹⁶ فريد بشير طاهر، محددات الادخار الخاص في المملكة العربية السعودية، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل، م2، عدد 1، 2001، ص ص174-176.
- ¹⁷ م/ بوسلان، 2012/03/30، ادخار العائلات الجزائرية بلغ ألفي مليار دينار في 2011، جريدة المساء، الجزائر، [على الخط]،
- <http://www.el-massa.com/ar/content/view/58601/41/>
- ¹⁸ عبد الوهاب بوكرواح وآخرون، 2009/02/01، المدير العام للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط في منتدى الشروق، الشروق أون لاين، الجزائر، [على الخط]، <http://www.echoroukonline.com/ara/?news=32353?print>
- ¹⁹ Direction générale de la prévision et des politiques (DGPP), ministère des finances.
- ²⁰ عبد القادر زيتوني، سهام دربالي، تقييم كفاءة الأوعية المصرفية في تعبئة مدخرات القطاع العائلي في الجزائر للفترة 1999-2009، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح ورقلة - الجزائر، عدد 11، 2012، ص59.
- ²¹ محمود حسين الوادي، أحمد عارف العساف، الاقتصاد الكلي، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2009، ص297.
- ²² المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، تقرير حول الظرف الاقتصادي والاجتماعي للسداسي الأول، الدورة العامة 12، نوفمبر 1998، ص86.
- ²³ برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية البشرية 2009، مركز معلومات قراء الشرق الأوسط (ميريك)، مصر، 2009، ص178.
- ²⁴ Activité, emploi & chômage au 4^{eme} trimestre 2013, N653, Ons, Algérie, p2.
- ²⁵ مجلس الأمة، المخطط الخماسي 2010-2014، مجلة مجلس الأمة، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، عدد 43، جويلية 2010، ص4.
- ²⁶ صوت الأحرار، الجزائر حققت أغلب أهداف الألفية من أجل التنمية قبل 2015، جريدة صوت الأحرار، الجزائر، (2010/09/24)، [على الخط]
- <http://sawt-alahrar.net/oldsite/modules.php?name=News&file=article&sid=18458> ،
- ²⁷ عمار زيتوني، المصادر الداخلية لتمويل التنمية، دراسة حالة الجزائر 1970-2004، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية- غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2007/2006، ص215، بتصرف.
- ²⁸ حيث بلغ متوسط عدد أفراد الأسرة 5,9 في 2008، بعد أن كان يقدر بـ 6,6 سنة 1998. بينما يقدر بـ 7,7 أفراد بالأسر الراحلة. وفيما يخص تطور متوسط عدد أفراد الأسرة فقد انتقل من 6,4 سنة 1998 إلى 5,8 سنة 2008 بالنسبة للتجمعات الحضرية الرئيسية، ومن 6,7 إلى 6,1 بالنسبة للتجمعات الحضرية الثانوية، ومن 7,2 إلى 6,4 بالنسبة للمناطق المبعثرة ؛ [حسب نتائج الإحصاء العام الخامس للسكن والسكان في الجزائر (2008) لـ ONS].
- ²⁹ Démographie Algérienne, ONS, N°658, 2013, P1.
- ³⁰ معدل الإعالة = [الفئة العمرية (0-14) سنة + الفئة العمرية (65+)] / [الفئة العمرية (15-64) سنة].
- ³¹ علي جدوع الشرفات، التنمية الاقتصادية في العالم العربي، ط1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص195.
- ³² بتول شكوري، الترابط بين السكان والتنمية والفقر على صعيد الاقتصاد الكلي، المنتدى العربي للسكان، بيروت، 2004/11/19، ص12.
- ³³ بيانات البنك الدولي، [على الخط]،
- <http://search.worldbank.org/data?qterm=Age%20dependency%20ratio&language=EN>
- ³⁴ وضاح نجيب رجب، التضخم والكساد الأسباب والحلول وفق مبادئ الاقتصاد الإسلامي، ط1، دار النفائس للنشر، عمان، 2011، ص105، بتصرف.
- ³⁵ أحمد إبراهيم، إدارة الحياة في ترشيد الاستهلاك، ط1، الدار الأكاديمية للعلوم، مصر، 2010، ص74.

- ³⁶ للإشارة فإن 45 بالمائة من الجزائريين لم يتمكنوا من تسديد القروض في عام 2009، بالإضافة إلى وجود 400 قضية في المحاكم.
- ³⁷ عبد اللطيف مصيطفي، دور البنوك وفعاليتها في تمويل النشاط الاقتصادي - حالة الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، عدد 04، 2006، ص: 79-80.
- ³⁸ بطاهر علي، إصلاحات النظام المصرفي الجزائري وأثارها على تعبئة المدخرات وتمويل التنمية، (رسالة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية - غير منشورة، جامعة الجزائر)، الجزائر، 2006/2005، ص: 211.
- ³⁹ عمر بن الفيحان المرزوقي، ضوابط تنظيم الاستهلاك في الإسلام، مجلة الشريعة والقانون بجامعة الملك سعود، عدد 34، أبريل 2008، ص ص 39-40.
- ⁴⁰ علي أحمد محمد، دور البنوك الإسلامية في مجال التنمية، سلسلة محاضرات البنك الإسلامي للتنمية، ط3، السعودية، 2001، ص13، بتصرف.
- ⁴¹ يوسف القرضاوي، أهداف الزكاة الروحية والاجتماعية، (2009/07/29)، [على الخط]، www.qaradawi.net/fatawaahkam/30/1680.html
- ⁴² يوسف القرضاوي، دور الزكاة في علاج المشكلات الاقتصادية، ط1، دار الشروق، القاهرة، 2001، ص55.
- ⁴³ محمد عثمان شبير، استثمار أموال الزكاة رؤية فقهية معاصرة، مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 21، عدد 5، 1994، ص285.
- ⁴⁴ أحمد عمر علاش، محفزات النشاط الاقتصادي في الإسلام، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2011، ص207.
- ⁴⁵ صالح صالح، المنهج التنموي البديل في الاقتصاد الإسلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص627، بتصرف.
- ⁴⁶ صبرينة، تحصيل 1.5 مليار دج حملة صندوق الزكاة للموسم الحالي، جريدة الأحداث، الجزائر، (2013/01/07)، [على الخط]، <http://www.elahdath.net/index.php/general/16505.html>
- ⁴⁷ محمد درقي، صندوق الزكاة يتخطى مليار دينار بعد تسع سنوات من تأسيسه، جريدة الخبر، الجزائر، عدد 6554، 3 ديسمبر 2011، ص5.
- ⁴⁸ خالد عبد العظيم أبو غابة، حسنى جاد الرب، الإنفاق العام ومدى دور الدولة في الرقابة عليه، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011، ص137.
- ⁴⁹ من المحطات : محطة الزواج ؛ محطة شراء سكن ؛ محطة اقتراب الأولاد من التفكير في الزواج ومحطة التقاعد من العمل.
- ⁵⁰ منصورى الزين، آليات تشجيع وترقية الاستثمار كأداة لتمويل التنمية الاقتصادية، (أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية - غير منشورة، جامعة الجزائر)، الجزائر، 2006/2005، ص ص 201-204، بتصرف.

البنوك الإسلامية: الحل الأمثل لمشاكل الأزمات المالية (الأزمة المالية العالمية 2008 كمثال)

Islamic banks: the perfect solution to financial crises problems (2008 Global financial crisis as an example)

زكرياء شعباتي
جامعة إسطنبول ، تركيا

Zak.tbd@gmail.com

ملخص :

لقد عرف القطاع المالي العالمي في السنوات الاخيرة تطورا ملحوظا للبنوك الإسلامية، خاصة بعد الأزمة المالية العالمية والتي شهدت فشل العديد من البنوك التقليدية، هذا ما أدى إلى إعادة النظر في مدى نجاعة البنوك الإسلامية ومدى إمكانية الاعتماد عليها في التصدي لأي أزمات مالية قد تحدث في المستقبل.

الهدف من هذا البحث هو دراسة لتوضيح مدى أهمية البنوك الإسلامية في الاقتصاد العالمي، أهمية اعتمادها بشكل أكبر مستقبلا وذلك من خلال تقديم دراسة توضيح لعمل البنوك الإسلامية بشكل عام والأسباب التي مكنتها من الصمود خلال الأزمة المالية العالمية بيد أن البنوك الأخرى فشلت فشلا ذريعا.

ومن أجل هذا الهدف سنتطرق أولا إلى الأزمة المالية العالمية، تعريفها، نشأتها، والآثار المترتبة عنها. ثم إلى النظام المالي الإسلامي بشكل عام، مروراً بالخصائص التي يتمتع بها، وصولاً إلى البنوك الإسلامية والقاء نظرة عليها بشكل خاص. وفي الأخير سنرى كيفية تطبيق نظريات الاقتصاد الإسلامي من خلال البنوك الإسلامية التي سنقدمها كنموذج، وذلك من أجل توضيح مدى نجاعة البنوك الإسلامية والنظام المالي الإسلامي في مواجهة الأزمات المالية، وبالتالي المساهمة في استقرار وتنمية الاقتصاد العالمي.

الكلمات المفتاحية : البنوك الإسلامية ، النظام المالي الإسلامي ، الأزمة المالية العالمية ، التنمية الاقتصادية ، الاقتصاد العالمي.

Abstract:

Financial industry has known in the past few years a remarkable development of Islamic banks, especially after the failure of many conventional banks during the last financial crisis. This led many researchers to reexamine the efficiency of Islamic banks compared to conventional ones and to study their capacity to resist to the financial crisis.

The objective of this paper is to clarify the importance of Islamic banks within international economy system. Moreover, to study the reasons, which made the resistance ability of Islamic banks to financial crisis.

For doing that, we will discuss first the international financial crisis of 2008, its reasons and implications. Then we will see discuss the Islamic financial system and Islamic banks in theory and analyze the practice of IB in the international economy, how they succeed resisting financial crisis, and how they can be the solution to avoid future crisis.

Keywords: Islamic banks, Islamic financial system, International financial crisis, Economic development, Global economy.

تمهيد :

لقد شهد العالم أزمات اقتصادية عديدة خصوصاً في القرن العشرين، منها أزمة 1930 - 1931 ، وكذا أزمة انخفاض أسعار البترول في السبعينات. ولكن تبقى الأزمة المالية الأخيرة في 2008 من بين الأهم، والتي ظهرت أولاً ما ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية ثم تبعها أوروبا، وبعد ذلك انتشرت في بقية العالم، وقد كانت لها آثار عديدة وجمة سواء الاقتصادية أو الاجتماعية، والتي سنتطرق إليها في فصول هذا البحث. لكن بعض الدول الإسلامية أظهرت نوع من المقاومة بسبب اعتمادها على النظام المالي الإسلامي. أهم هذه الدول (البحرين، ماليزيا، باكستان، الإمارات العربية المتحدة) وبدرجة أقل (إيران والسودان). وحسب إحصائيات صندوق النقد الدولي فإن البنوك الإسلامية عبر العالم أجمع كانت أكثر فعالية في التصدي للأزمة المالية من غيرها من البنوك¹. وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على نجاعة البنوك الإسلامية والنظام الاقتصادي الإسلامي بشكل عام.

من خلال هذا البحث سنحاول إيجاد الحلول المناسبة في النظام الاقتصادي الإسلامي، والبنوك الإسلامية من أجل معالجة الأزمة المالية العالمية والمشاكل المالية في النظام الرأسمالي بشكل عام. لذلك سنقسم البحث إلى ثلاثة أجزاء: الجزء الأول: سنتطرق فيه إلى الأزمة المالية العالمية، تعريفها، نشأتها، والآثار المترتبة عنها. الجزء الثاني: سنتطرق من خلاله إلى النظام المالي الإسلامي بشكل عام، مروراً بالخصائص التي يتمتع بها، وصولاً إلى البنوك الإسلامية وإلقاء نظرة عليها بشكل خاص.

الجزء الثالث: هو الجزء الأخير في البحث، وفيه سنرى كيفية تطبيق نظريات الاقتصاد الإسلامي من خلال البنوك الإسلامية التي سنعمدها كنموذج ، وذلك من أجل توضيح مدى نجاعة البنوك الإسلامية والنظام المالي الإسلامي في مواجهة الأزمات المالية، وبالتالي المساهمة في استقرار وتنمية الاقتصاد العالمي.

1 - الأزمة المالية العالمية المعاصرة :**1.1 - تعريف الأزمة المالية:**

تعرف الأزمة المالية بشكل عام على أنها انخفاض حاد ومفاجئ في أسعار نوع أو أكثر من الأصول سواء كانت مادية (آلات)، أو مالية (الأسهم)، أو حقوق ملكية للأصول المالية (المشتقات المالية). كما أن الأزمة المالية بشكل عام تنقسم إلى قسمين أساسيين، القسم الأول يعتمد على العملة والانخفاض المالي المفاجئ، والقسم الثاني يحتوي على الديون والصناعة المصرفية.

بالنسبة للقسم الأول الذي ينطوي على أزمة العملات، هو الانخفاض الحاد في قيمة العملات، مما قد يضطر السلطات لحماية العملة من خلال إنفاق جزء كبير من الاحتياطيات المالية الدولية، أو إلى رفع أسعار الفائدة بشكل حاد، أو فرض رقابة على رأس المال. يعتمد هذا الجزء كذلك على الانخفاض المالي المفاجئ (كما يمكن تسميته أزمة ميزان المدفوعات) والذي يمكن تعريفه بأنه انخفاض حاد وغير متوقع في تدفقات رؤوس الأموال الدولية، أو لبلد ما. وهذا الانخفاض يكون عادة متزامناً مع الارتفاع الحاد للديون.

أما بالنسبة للقسم الثاني المتعلق بالديون والصناعة المصرفية، يمكن تعريف أزمة الديون الخارجية على أنها الأزمة التي تحل بالبلد الذي لا يستطيع دفع ديونه الخارجية، سواء العامة منها أو الخاصة. أما فيما يخص الديون العامة الداخلية فالأزمة تنشأ إذا لم يحترم البلد الالتزامات المالية المحلية ولم يؤديها في زمنها المحدد لها، سواء بسبب التضخم أو استعمال أي نوع من أنواع القمع المالي. للصناعة المصرفية أو النظام المصرفي أزماته أيضاً، وتعرف على أنها فشل أو إمكانية فشل بعض البنوك بسبب عدم قابليتها على تحويل التزاماتها المالية، مما يجعل الحكومة تتدخل من أجل المساعدة عن طريق ضخ سيولة مالية على نطاق واسع².

هذان القسمان يعتبران أساسيين، لكن يمكن تقسيم الأزمات المالية إلى عدة أنواع وأقسام مختلفة ومتنوعة على حسب العوامل المأخوذة بعين الاعتبار.

2.1 - نشأة و أسباب الأزمة المالية العالمية المعاصرة (2008):

بعد زيادة الطلب على العقارات والمساكن في الولايات المتحدة الأمريكية ارتفعت أسعارها بشكل كبير وسريع، وهذا ما حفز البنوك على زيادة حجم الاستثمارات في هذا القطاع. هذه الزيادة جاءت على نوعين، الزيادة في منح القروض بأدنى الضمانات الممكنة، وكذا التوسع في التداول بالأوراق المالية الخاصة بقطاع العقارات. بعد هذا التوسع الرهيب في حجم الاستثمارات الخاصة بقطاع العقارات أصبحت المساكن المعروضة أكبر بكثير من الطلب الموجود في السوق فانخفضت الأسعار بشكل كبير ومفاجئ. هذا ما أدى إلى إفلاس عدد كبير من البنوك والمؤسسات المالية، أهمها مؤسسة الاخوة ليمان الأمريكية في سبتمبر 2008، كما وصل عدد البنوك الأمريكية التي أعلنت إفلاسها سنة 2008 إلى 19 بنكا، وبعد ذلك امتدت الأزمة إلى أوروبا وآسيا والدول الخليجية وباقي دول العالم³.

1.2.1 - أسباب الأزمة المالية المعاصرة :

أسباب الأزمة المالية العالمية عديدة ومختلفة لكن من الواضح أن السبب الرئيسي هو طبيعة النظام المالي العالمي نفسه (النظام الرأسمالي)، حيث أنه يعطي الحرية المطلقة في التعاملات الاقتصادية والمالية دون السماح للدولة بالتدخل، وهذا ما جعل مضاربات الأسهم غير منضبطة، فارتفعت أسعارها الس وقيّة بشكل غير منطقي. من بين الأسباب الأخرى التي يمكننا ذكرها هو عدم وضع قواعد محددة ومعينة للبنوك بخصوص عمليات الائتمان والإقراض⁴.

كما يمكننا ذكر تسرع المستثمرين العالميين في توسيع حجم استثمارات قطاع العقار بدون دراسة جدية مسبقة.

3.1 - آثار الأزمة المالية العالمية على الإقتصاد الدولي :

انعكاسات وآثار الأزمة المالية العالمية تختلف درجتها من بلد لآخر، ومن اقتصاد لآخر، ولكنها بصفة عامة أثرت بطريقة سلبية على اقتصاديات العالم أجمع. لكن دول أمريكا وأوروبا كانت الأكثر تضررا، ففي أمريكا شهد الإقتصاد الأمريكي خلال سنة 2008 مشاكل عديدة، وانكماش واضح، حيث وصلت معدلات البطالة إلى 6.1% وهو المعدل الأعلى ما بين سنوات 2003 و 2008، أي خلال خمس سنوات.

لقد قام أصحاب العمل بالاستغناء عما يقرب 605000 عامل، وهذا ما أدى إلى تدهور سوق الأوراق المالية فقد انخفضت أسعار الأسهم والسندات بشكل حاد.

أما في أوروبا فقد انخفض الإنتاج الصناعي للاتحاد الأوروبي ب 1.9%. كما ارتفعت معدلات البطالة، ففي بريطانيا ارتفع معدل البطالة ليصل إلى 904.900 حالة بزيادة ما يقرب 32.500 في سنة 2008 وحدها. بينما كان الإقتصاد الإيرلندي أول الاقتصاديات الأوروبية التي تدخل في حالة كساد حيث انخفض إجمالي الناتج المحلي بمقدار 1.5% وهو المعدل الأكثر انخفاضا منذ سنة 1983. أما في اسبانيا فقد ازد معدل البطالة بقرابة 425000 حالة بالمقارنة مع 2007 أي ما يعادل 9.9%.

يمكن تلخيص الآثار المترتبة على الأزمة المالية العالمية في النقاط التالية:⁵

-إفلاس العديد من البنوك، والمؤسسات العقارية، وشركات التأمين. وقد بلغ عدد البنوك المفلسة 11 بنكا في 2008، وفي منتصف 2009 بلغ عدد البنوك المفلسة تقريبا 110 بنكا تقدر قيمة أصولها حوالي 850 مليار دولار. -تدهور حاد في نشاط الأسواق المالية لتأثره بالقطاع المصرفي والمالي، وهو ما يفسر تراجع القيمة السوقية لثمان مؤسسات مالية عالمية بحوالي 574 مليار دولار خلال عام 2008.

- ارتفاع نسبة الديون العقارية بما يقارب 6.6 تريليون دولار .
- ضعف الناتج المحلي، كما بلغت نسبة البطالة 5% ، ومعدل التضخم 4%.
- ترجع كبير في نسب نمو الدول الصناعية حيث وفي سنة 2009 أصبحت 0.3% .
- ترجع أسعار النفط مما أثر على دول منظمة "الأوبك".
- إعلان دخول العديد من الدول في مرحلة الركود الاقتصادي، مثل اليونان، إسبانيا، إيطاليا.
- انخفاض حاد في مبيعات السيارات، أهمها 'جنرال موتورز' والتي كانت على وشك الإفلاس.

2 - النظام المالي الإسلامي :

1.2 - تعريف النظام المالي الإسلامي:

النظام المالي الإسلامي هو مجموعة من الأحكام الشرعية التي تختص بالأموال وكيفية الحصول وطرق ذلك، وكذا كيفية التصرف فيها. بمعنى الأحكام التي تهتم بالمالية العامة، كيفية جباية الإيرادات من مصادرها المختلفة، وكيف يتم إنفاقها وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية⁶.

1.1.2 - خصائص النظام المالي الإسلامي :

- للنظام المالي الإسلامي خصائص تميزه عن الأنظمة المالية الوضعية، وهي:
- الشرعية: هو شرعي رباني، فهو يحتكم إلى الدين الإسلامي الحنيف، ويعتمد على النصوص الشرعية من القرآن الكريم والسنة النبوية، وإجماع العلماء في أصوله وأحكامه.
- الشمولية: بمعنى أن أحكام النظام المالي المستمدة من الدين تعالج وتلبي كل جوانب الحياة الإنسانية، الدينية والمادية والاجتماعية والاقتصادية، بشكل لا يطغى فيه جانب على الآخر.
- الاستقرار والانضباطية: لأن أصول هذا العلم ثابتة لا تتغير فإن المالية العامة الإسلامية تتميز بطابع الاستقرار.
- الاستقلالية: الاستقلالية هنا تعني الاختلاف، فما يجعله مستقلا ومختلفا عن الأنظمة المالية الوضعية هو استقلالية النظام المالي الإسلامي في هياكل موارده وانفاقه وميزانيته، لكل منها قواعدها وأوجهها ونظمها. كما يختلف أيضا في قواعده تعدد الموارد، وتنظيم الضرائب على أساس مفاهيم القدرة⁷.

2.2 - البنوك الإسلامية :

1.2.2 - تعريف البنوك الإسلامية :

- هي عبارة عن منشآت مالية تقدم الخدمات المصرفية في إطار الشريعة الإسلامية كما تعتمد في الحصول على الأموال على الطرق المشروعة كالمضاربة والمرابحة وبيع السلع والاجارة⁸.
- رغم أن المصارف أو البنوك الإسلامية تشبه إلى حد ما البنوك التقليدية إلا أن هناك اختلافات أساسية أهمها:
- التزام البنوك الإسلامية بأحكام الشريعة⁹.
- اختلاف وظائف المصارف الإسلامية من حيث تحريم الربا واعتبار النقود وسيلة للتبادل وللقيمة وللوفاء بالالتزامات، وأنها ليست سلعة.
- على عكس البنوك التقليدية التي تعتمد في وساطتها المالية على الدين وتسمح بالمخاطر المالية فإن الوساطة المالية في البنوك الإسلامية تعتمد على الأصول وترتكز على تقاسم المخاطر وتحملها.
- العلاقة بين البنوك الإسلامية وأصحاب الودائع ليست علاقة دائن ومدين، بل هي علاقة مشاركة ومتاجرة ضمن عمليات البيع والشراء¹⁰.

2.2.2 - وظائف البنوك الإسلامية :

وظائف البنوك الإسلامية عديدة ومتنوعة، من أهمها: ¹¹

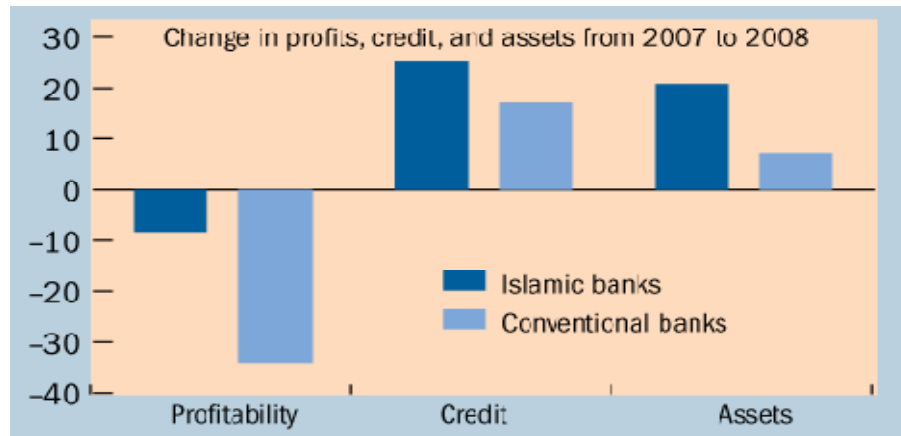
- جذب الادخار من أجل الاستثمار في القطاعات المختلفة.
- إدارة استثمارات الغير، حيث يكون البنك مضاربا لقاء نسبة من ناتج الاستثمار في حالة الربح، وفي حالة الخسارة يتحمل البنك الخسارة مع صاحب المال.
- تقديم الخدمات المصرفية مقابل سعر معين مثل الحوالات والشيكات وفتح الاعتمادات... الخ من الخدمات المصرفية العديدة والمتنوعة.
- تقديم الخدمات الاجتماعية كالإقراض سواء من صندوق القرض، أو من صندوق الزكاة.
- الاتجار المباشر، وذلك من خلال بيع ما تم شراؤه من السلع مع هامش ربح.
- الاستثمار المباشر من خلال المشاركة في مشروعات قائمة أو إنشاء مشروعات جديدة.
- من أجل القيام بهذه الوظائف تعتمد البنوك الإسلامية على عدة وسائل، أهمها: المضاربة - المشاركة - المرابحة - الاستصناع - الاجارة - السلم - قرض حسن - الرهن ¹².

3 - كيف استطاعت البنوك الإسلامية تجنب الأزمة المالية العالمية المعاصرة:

لقد أكدت العديد من الدراسات والتقارير بأن تأثير البنوك الإسلامية لم يكن بنفس قدر تأثير البنوك التقليدية حيال الأزمة المالية العالمية، ويرجع ذلك إلى أن البنوك الإسلامية لا تتعامل بالفائدة ولا بالدين على خلاف البنوك الأخرى، فهي تتاجر بما تملك فعلا من الأصول المادية وهذا جنبها التأثير السلبي المباشر بالأزمة المالية. إلا أن التأثير السلبي للأزمة المالية على النشاط الاقتصادي العالمي وعلى مؤسسات السلع والخدمات المختلفة أثر بطريقة غير مباشرة على البنوك الإسلامية حيث أنها لا تستطيع أن تكون معزولة عن العالم ¹³.

الشكل رقم 1: أثر الأزمة المالية العالمية على البنوك الإسلامية بالمقارنة مع البنوك التقليدية لعام

2008



المصدر : صندوق النقد الدولي .

<http://www.imf.org/external/pubs/ft/survey/so/2010/RES100410A.htm>

الشكل الأول، وهو عبارة عن دراسة قام بها صندوق النقد الدولي يبين أن البنوك الإسلامية أظهرت قدرة كبيرة على تجاوز آثار الأزمة المالية العالمية. خلال هذه الدراسة تم مقارنة تأثيرات الأزمة على الربحية

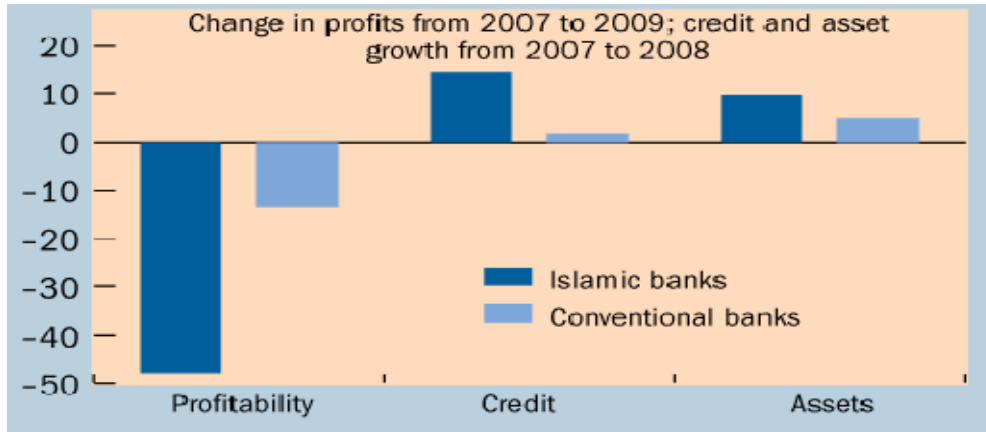
(profitability) والاقراض (Credit) ونمو الأصول المالية (Assets) في كل من البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية. ومن خلال الشكل يتبين لنا أن البنوك الإسلامية كانت أفضل من غيرها في تحمل آثار الأزمة.

ان نمو الائتمان وحجم الأصول لدى البنوك الإسلامية كانت كبير جدا بالمقارنة مع البنوك التقليدية وهذا يرجع إلى أن البنوك الإسلامية أقرضوا الجزء الأكبر من محفظتهم إلى قطاع الاستهلاك والذي لم يتأثر كثيرا بالأزمة المالية. إن محدودية تعرض البنوك الإسلامية إلى الأصول المعقدة وغير الشفافة وغياب الرافعة المالية المفرطة يحميها من الوقوع في الأزمات. واعتمادها على الودائع أكثر من اعتمادها على التمويل يضيف لها قدرا إضافيا من الاستقرار¹⁴.

وإضافة إلى ما سبق فإن مسح مشترك أجراه المصرف البريطاني HSBC ومجلة The Banker Magazine في عام 2008 أظهر بأن الأصول العائدة للمصارف الإسلامية وكذلك المصارف التقليدية التي لديها منافذ إسلامية قد ارتفعت بنسبة 29% لتصل قيمتها إلى 288 مليار دولار في عام 2009 ، بعد أن كانت 934 مليار دولار في عام 2008 ، وهذا مختلف كثيرا عن حال المصارف التقليدية التي لم تتجاوز نسبة الزيادة في أصولها 6.8% وتؤكد الدراسة المذكورة بأن المقاربة المحافظة للمخاطر والصلة الوثيقة بين قطاع التمويل والأصول الحقيقية ساعدت على حماية القطاع المالي الإسلامي من الآثار السلبية للأزمة المالية العالمية¹⁵.

الشكل رقم 2: أثر الأزمة المالية العالمية على البنوك الإسلامية بالمقارنة مع البنوك التقليدية لعام

2009



المصدر: صندوق النقد الدولي. Idem.

لكن دراسة صندوق النقد الدولي وكما هو مبين في الشكل الثاني وجدت أن البنوك الإسلامية خسائر أكبر من خسائر البنوك التقليدية عندما بدأ تأثير الأزمة ينتقل إلى الاقتصاد الحقيقي أي بعد مرور سنة من الأزمة. هذا بسبب انخفاض وتيرة النشاط الاقتصادي والإنتاجي،¹⁶ كما أن إدارة المخاطر في البنوك الإسلامية كانت ضعيفة وهذا ما أدى إلى انخفاض كبير في الربحية (Profitability).

وعن تصدي البنوك الإسلامية للأزمة المالية العالمية قالت Linda Eagle مؤسسة "أكاديمية إيدكوم للبنوك" أن السبب الرئيسي لنجاح البنوك الإسلامية هو طبيعة نشاطاتها واعتمادها على الشريعة الإسلامية. لأن الشريعة الإسلامية تمنع إقراض أموال وهمية، بمعنى أن البنوك الإسلامية لا تعطي إلا ما تملكه فعلا من الأموال المادية¹⁷.

كما أن " McNamara " مؤسس " Yasaar Media " يشارك نفس وجهة النظر، حيث يرى هو الآخر أن الشريعة الإسلامية هي من تمنع البنوك الإسلامية من المجازفة والإفراط في أنشطة المضاربة المالية، ولأن كل معاملتها يجب أن تكون مدعومة بالأصول المادية، هذا ما يعطي البنوك الإسلامية درعا واقيا يحميها من المخاطر المباشرة

للأزمات المالية. ولكنه يرى أن البنوك الإسلامية ليست بمنأى عن الآثار التي تخلفها الأزمات المالية بشكل عام والأزمة المالية المعاصرة بشكل خاص، حيث أنها تمثل جزء من الاقتصاد العالمي ولها علاقات بالمؤسسات الإنتاجية، وتؤثر هذه المؤسسات يؤدي حتما إلى تأثر البنوك الإسلامية نفسها¹⁸.

من جهتهم أكد خبراء اقتصاديون من الشرق الأوسط أن أحكام الشريعة الإسلامية تساعد البنوك الإسلامية على تخفيف آثار الأزمات المالية، غير أن الجزء الأكبر من البنوك في العالم تعتبر بنوك تقليدية، وهذا ما سيؤثر على الاقتصاد العالمي سواء سلبا أو إيجابا، وبالتالي التأثير على البنوك الإسلامية باعتبارها مرتبطة بالاقتصاد العالمي.

الخلاصة :

بعد الأزمات الاقتصادية العديدة التي شهدتها العالم وبعد الأزمة المالية الأخيرة في 2008 والتي تعد من بين الأهم، والتي ظهرت أول ما ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية ثم تبعتها أوروبا، وبعد ذلك انتشرت في بقية العالم، وقد كانت لها آثار عديدة وجمة أهمها إفلاس العديد من البنوك، ارتفاع معدلات البطالة، وكذا إفلاس المؤسسات الإنتاجية مما جعل كثيرا من الدول تدخل في مرحلة الركود الاقتصادي.

بعد كل هذه الأزمات، تبين أخيرا للعالم نجاعة البنوك الإسلامية وإمكانية اعتمادها كبنوك ناجحة في العالم بأسره، وذلك بعد النجاح الكبير الذي حققته هذه البنوك في التصدي للأزمة المالية العالمية. السبب الرئيسي لنجاح هذه البنوك هو أحكام الشريعة الإسلامية التي منعتها من إقراض الأموال الوهمية حيث أنها لا تعطي إلا ما تملكه فعلا من الأصول المادية.

مع أن البنوك الإسلامية حققت هذا النجاح الباهر واستحقت الاهتمام الكبير والمتزايد من قبل الباحثين الاقتصاديين حول العالم سواء المسلمين وغير المسلمين منهم. إلا أنها تبقى عرضة لبعض الآثار الغير المباشرة والتي قد تشكل عقبات وعراقيل في وجه تقدم وتطور البنوك الإسلامية، لأنها ولحد الآن تمثل جزءا بسيطا من الاقتصاد العالمي وأي تأثير على الاقتصاد يؤدي حتما إلى التأثير على هذه البنوك. لذلك وجب توعية وتطوير هذه البنوك بشتى الطرق من أجل اعتمادها من طرف الدول الإسلامية والغربية. وقد أرينا اهتمام بعض الدول الأجنبية بالبنوك الإسلامية ومدى إمكانية اعتمادها في نظامهم الاقتصادي رغم أن هذه الدول ليس ذات أغلبية مسلمة.

ومن بين وسائل تنمية وتطوير هذه البنوك الإسلامية البحث عن حلول للمشاكل التي تواجهها مثل مشكل إدارة المخاطر والذي اثر عليها بشكل كبير في المرحلة الثانية من الأزمة المالية العالمية كما أرينا من خلال الدراسة التي قام بها صندوق النقد الدولي.

الهوامش والمراجع :

¹ IMF: Islamic Banks: More Resilient to Crisis? 04/10/2010

² Stijn Claessens and M. Ayhan Kose: Financial Crises: Explanations, Types, and Implications. IMF, 2013.

³ ساعد مرابط: الأزمة المالية العالمية 2008 الجذور والتداعيات، الملتقى العلمي الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، جامعة فرحات عباس-سطيف، 2009.

⁴ عبد الله البدوي: الأزمة المالية العالمية أسبابها ونتائجها، المدونة الالكترونية لعبد الله البدوي، 2009.

⁵ خبايا عبد الله : اقتصاد المشاركة آلية لحماية الاقتصاد الوطني من الأزمة المالية ، الملتقى العلمي الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، جامعة فرحات عباس-سطيف، 2009.

⁶ الكفراوي عوف محمد، النظام المالي الإسلامي (دراسة مقارنة)، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، الطبعة 02 ، 2003 .

- ⁷ غازي عناية، المالية والتشريع الضريبي، دار البارقي، الأردن، 1998 .
- ⁸ صادق راشد الشمري، أساسيات الصناعة المصرفية الإسلامية، أنشطتها والتطلعات المستقبلية، مطبعة العزة، بغداد، 2006.
- ⁹ عبد الستار ابو غدة، بحوث المعاملات والأساليب المصرفية الإسلامية الجزء الثاني، شركة التوفيق مجموعة دله البركة، 2002.
- ¹⁰ محمود حسن صوان، أساسيات العمل المصرفي الإسلامي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2001.
- ¹¹ محمد شيخون، المصارف الإسلامية، دراسة في تقويم المشروعية الدينية والدور الاقتصادي والسياسي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2002.

¹² محمود حسين الوادي وحسين محمد سمحان، المصارف الإسلامية : الأسس النظرية والتطبيقات العملية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة الطبعة الثالثة، 2009

¹³ Faiza Saleh Ambah, Washington Post Foreign Service, Friday Oct.31,2008

¹⁴ MerschYves, Islamic banks can help financial stability, ECB ,Frankfurt. 2010.

¹⁵ Rocel Felix, Islamic banks enjoy double-digit growth in spite of global crisis, 2009.
<http://www.khaleejtimes.com/kt-article-display>

¹⁶ Mushtak Parker, Islamic Banks fared better during financial crisis, Arab News, 2010

¹⁷ Linda Eagle, Banking On Sharia principles:Islamik Banking and the financial Industry,2010.
http://www.anythingislamicbanking.com/articles/article_2010_002.html

¹⁸ Paul McNamara, Islamic Investment Banking, Yasaar Media, 2009.

دور قطاع صناعة الحديد و الصلب في تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية في الجزائر (دراسة اقتصادية تحليلية)

The role of the iron and steel industry in achieving the requirements of economic development in Algeria

محمد زرقون

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،
جامعة ورقلة، الجزائر
Zergounemed@gmail.com

سمير بوختالة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،
جامعة ورقلة، الجزائر
smrboukhetala@gmail.com

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مدى تحقيق أبعاد التنمية الصناعية والنهوض بالقطاع الصناعي، من خلال السياسات الاقتصادية المتبعة في الجزائر في مجال قطاع صناعة الحديد والصلب و أثارها التنموية على الاقتصاد الوطني، وقد توصلت الدراسة من خلال قرأتنا لمؤشرات الاقتصاد الكلي إلى ضرورة إدراك أهمية قطاع صناعة الحديد والصلب في الاقتصاد الوطني وذلك لقدرته على التأثير على مختلف القطاعات و على تركيبة القيمة المضافة كما ان له تأثير على الناتج الوطني ويحقق أثار أمامية وخلفية على القطاعات التي هي على ارتباط به، كما خلصت الدراسة لضرورة ان تنوع الجزائر من اقتصادها لتخفف اعتمادها على النفط وتحقيق تنمية صناعية مستدامة.

الكلمات المفتاحية : سياسة اقتصادية، تنمية اقتصادية، تنمية صناعية، قطاع صناعة الحديد والصلب.

Abstract:

The purpose of this study is to bring out the progress of the development plan of the industrial sector in Algeria, and that by the influence of multiple industrial policies pursued in the domain of steel industry sector on the national economy.

The representation of the different strategies of development and macroeconomic indexes helped us to clarify the importance of the steel sector in Algeria and the direct and indirect influences on other sectors, as well as the value added and GDP.

The study also concluded that the Algerian economy must be not depend only on hydrocarbons to achieve sustainable industrial development.

Keywords: economic policy, economic development, industrial development, The steel industry sector.

تمهيد :

تعد عملية التصنيع شرطا معترفا به في مجال التنمية حيث تسمح بالتحويلات الأساسية للبنية الاجتماعية والاقتصادية، وذلك عن طريق انتشار وسائل التقدم التقني، كما تساهم في تكامل الاقتصاد بواسطة إنشاء ترابط وتبادل بين مختلف القطاعات، لذلك تسعى الدول النامية لتبني سياسات وبرامج صناعية تنبثق من استراتيجيات شاملة تحقق التنمية الاقتصادية من خلال وجود قطاع صناعي قادر على الخروج بمنتجاته إلى الأسواق العالمية منافسا لمنتجات الدول المتقدمة.

وتعتبر صناعة الحديد والصلب بمثابة حجر الزاوية للمجتمع المتكامل، حيث ترجع أهمية صناعة الحديد والصلب كقطاع له دور مؤثر في التنمية الاقتصادية لارتباطه الوثيق بالعديد من الصناعات الأخرى، حيث و منذ الثورة الصناعية ودرجة تقدم أي بلد تقاس باستهلاك الحديد والصلب نظرا لأن قطاع الحديد والصلب له آثار بالغة على الارتباط القائم بين الصناعة الأمامية والصناعة الخلفية أكثر من أي صناعة أخرى، وبالتالي يساهم في التكامل الاقتصادي، كما يمكن القول أن صناعة الحديد والصلب تعتبر من الصناعات التي تنتج فرص عمالة جديدة، حيث لا يقتصر دورها في هذا الشأن على تلبية احتياجاتها الخاصة فقط، بل يمتد إلى إيجاد فرص عمالة في الصناعات المغذية لها والمستهلكة لمنتجاتها.

والجزائر بحكم انتمائها لمجموعة البلدان النامية تتميز بالخصائص العامة لهذه البلدان، ومحاولة منها للقضاء على عوامل التخلف الاقتصادي والاجتماعي انتهجت بعد حصولها على استقلالها السياسي خططا تنموية أعطت من خلالها الأولوية لقاعدة صناعية عمومية متنوعة بأن تأخذ مكانها والمتمثلة في إنشاء الصناعات القاعدية، لهذا فان التنمية الحقيقية للبلاد على المدى الطويل مرتبطة بإقامة الصناعات القاعدية الضرورية لتلبية الاحتياجات الوطنية، والمتمثلة في إقامة صناعة الحديد والصلب نظرا لوجود الموارد الطبيعية المناسبة لتطويرها وكذلك نظرا للدور الأساسي الذي تلعبه صناعة الحديد والصلب في الاقتصاد الوطني لدخول منتجاتها في مختلف الفروع الصناعية الأخرى وفي ميدان البناء والتعمير ونقل البترول والغاز، وعلى ضوء ما سبق طرحه وفي ظل الجدل القائم في الجزائر حول دور الصناعة ومكانتها في التطور الاقتصادي للجزائر وعلاقتها بتحقيق التنمية الاقتصادية تبرز لنا الإشكالية الرئيسية لهذا الموضوع على النحو التالي:

هل استطاع قطاع الحديد والصلب في الجزائر أن يلعب الدور المنوط به في التنمية الاقتصادية وهذا باعتباره قطاعاً استراتيجياً في الاقتصاد الوطني ؟

ولمعالجة مشكلة الدراسة سوف نقوم بتقسيم هذه الورقة البحثية وفق المنهجية التالية:

- المحور الأول: لمحة عن قطاع صناعة الحديد والصلب.
- المحور الثاني: قطاع صناعة الحديد والصلب الجزائري ودوره في الاقتصاد الوطني.
- المحور الثالث: آفاق تطوير قطاع صناعة الحديد والصلب في الجزائر.

1- لمحة عن قطاع صناعة الحديد والصلب.

1.1 - صناعة الحديد والصلب وأهميتها.

تعتبر صناعة الحديد والصلب من أهم الصناعات الاستراتيجية حيث تقوم بدور رئيسي في التنمية الصناعية والاقتصادية حيث توضح البيانات الإحصائية على مدار فترات زمنية في العديد من الدول ذات المستوى الاقتصادي المتباين وجود علاقة طردية بين كمية الاستهلاك من منتجات الصلب و النمو الاقتصادي للدولة . وترجع أهمية صناعة الحديد والصلب كقطاع له دور مؤثر في التنمية لارتباطها الوثيق بالعديد من الصناعات الأخرى والتي تتمثل في:¹

✓ صناعات مغذية لصناعة الصلب مثل صناعة التعدين والحراريات والسبائك الحديدية؛
✓ صناعات مستهلكة لمنتجاتها من أهمها صناعة السيارات والسفن والأجهزة المنزلية والمعلبات وصناعة المعدات والعديد من الصناعات الهندسية الأخرى كما يوجد ارتباط وثيق بين صناعة الصلب ومشروعات المرافق والخدمات مثل مشروع المياه والصرف الصحي والتي تستخدم مواسير الصلب بالإضافة إلى قطاع البترول والغاز الطبيعي الذي يستهلك عادة كميات كبيرة من مواسير الصلب في عمليات الحفر والاستكشاف وخطوط النقل ويتركز استهلاك الصناعات الهندسية وقطاع البترول ومرافق المياه والصرف عادة في منتجات الصلب المسطحة مثلا الألواح والشرائط كم أن قطاع التشييد والإسكان يعتبر من أهم القطاعات المستهلكة لمنتجات الصلب في صورة منتجات طويلة مثل حديدي التسليح والقطاعات الإنشائية.

ما سبق يتضح لنا أهمية هذه الصناعة، ودورها في نمو القطاعات والصناعات الأخرى. كما أن صناعة الحديد والصلب تعتبر من الصناعات التي تتيح فرص عمالة جديدة، حيث لا يقتصر دورها في هذا الشأن على تلبية احتياجاتها الخاصة فقط، بل يمتد إلى إيجاد فرص عمالة في الصناعات المغذية لها والمستهلكة لمنتجاتها، ومن المعروف إحصائياً أن كل فرصة عمل في صناعة الحديد والصلب توفر حوالي تسع فرص للعمل في الصناعات الأخرى كما أن كل وحدة استثمار في صناعة الصلب تفتح فرص استثمار مضاعفة قد تصل إلى عشر أمثالها في القطاعات المغذية والمستهلكة لهذه الصناعة.

والعالم ينتج اليوم أكثر من مليار ونصف المليار طن من الحديد سنوياً، يتم استهلاكها على شكل منتجات حديدية متنوعة، كما أن نحو خمسين مليوناً من البشر يعملون بوظائف مرتبطة بصناعة الحديد، إما بشكل مباشر أو غير مباشر أو في صناعات مساندة أو في صناعات يخدمها الحديد بشكل أو بآخر، مثل صناعة السيارات والإنشاءات والبنية التحتية وصناعة الآلات والمعدات. وحتى المتوسط العالمي لنصيب استهلاك الفرد من الحديد سنوياً قد قفز من 150 كجم عام 2001 إلى 217 كجم عام 2012 مما يشير إلى تنامي الطلب والاستهلاك.

2.1- أهم المؤثرات على صناعة الحديد.

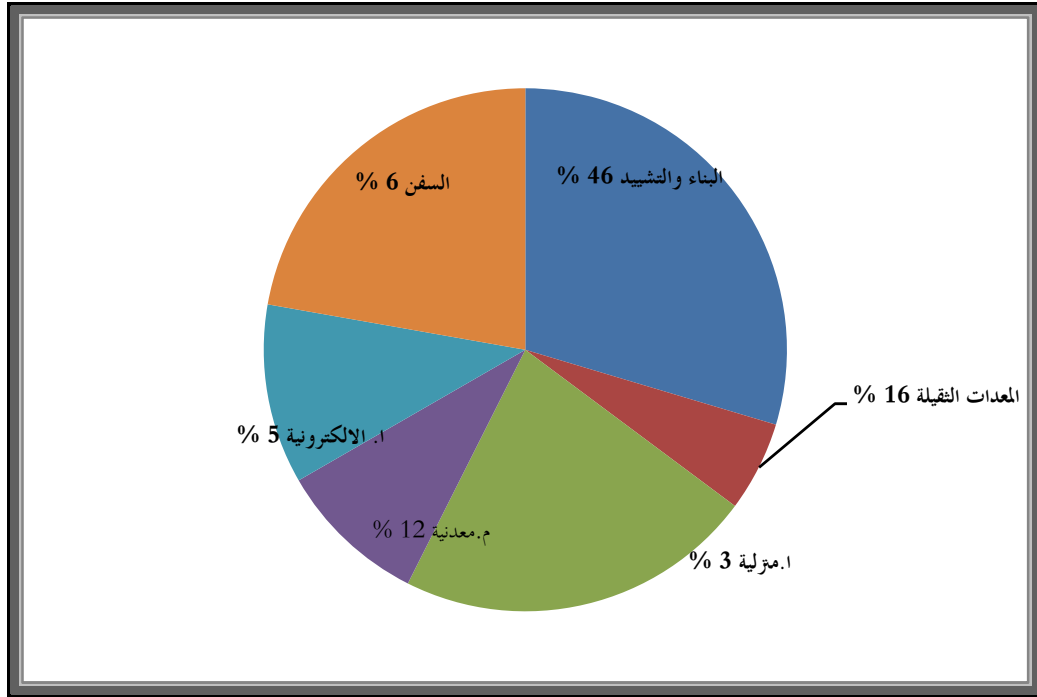
يمكن لنا أن نحصر أهم المؤثرات في النقاط التالية:

- ✓ صناعة الحديد هي صناعة كثيفة الاستهلاك للطاقة، وكثيفة الاستخدام لرأس المال؛
- ✓ القطاع العقاري هو المحرك الرئيسي لصناعة الحديد في الدول النامية بينما القطاع الصناعي هو المحرك الرئيسي في الدول الصناعية والمتقدمة؛
- ✓ تتأثر بشدة تلك الصناعة بالاضطرابات السياسية والدورات الاقتصادية.

1. 3- نسبة استخدام الصناعات المختلفة لمنتجات الحديد.

حسب تقرير للمنظمة العالمية للحديد فإن استهلاك الصلب على حسب نوع القطاع فتشير الإحصائيات إلى أن قطاع العقارات والتشييد يستحوذ منفرداً على 46% من إنتاج الصلب على مستوى العالم ويليه في ذلك الآلات والمعدات الثقيلة والتي تستحوذ على 16% من إنتاج الصلب على مستوى العالم وصولاً لصناعة الأدوات المنزلية والتي تستحوذ على أقل نسبة 3% من إنتاج الصلب على مستوى العالم والشكل التالي يوضح:

الشكل رقم 1: نسبة استخدام الصناعات المختلفة لمنتجات الحديد.



المصدر : World Steel Association

4.1- الإنتاج والاستهلاك العالمي ومعدل استخدام الطاقة الإنتاجية.

في الفترة ما قبل الأزمة المالية العالمية كان هيكل الإنتاج والاستهلاك من الحديد الخام متقاربا إلى حد بعيد، فلم يكن السوق العالمي يواجه فائضا في المعروض فعلى سبيل المثال خلال الفترة من 2002 إلى 2006 كان يشهد السوق العالمي فائضا طفيفا في الطلب ولكن بعد 2007 وخلال فترة الأزمة المالية العالمية من 2008 حتى 2010 وحتى الآن يعاني السوق العالمي من فائض في المعروض وتراجع في الطلب نتيجة تراجع معدلات النمو الاقتصادية للدول الصناعية الكبرى وتراجع ثقة المستهلكين على مستوى العالم وتبقى الصين هي أكبر دول مستهلكة للحديد منذ عام 1994، وفي نفس الوقت هي أكبر دول منتجة للحديد منذ 1996، إذ تنتج اليوم أكثر من 800 مليون طن سنوياً، أي نصف ما ينتجه العالم، كما أن نحو 63% من تجارة الحديد الخام التي تجوب البحار تذهب للصين؛ مما يجعلها محركاً لهذه الصناعة. وهذا يؤكد أن نمو الاقتصاد الصيني أو تباطؤه يجر العالم خلفه نحو النمو أو الكساد، وبغض النظر عن أسباب التنافسية الصينية وطبيعة الأنظمة والتشريعات التي تدعم بها الحكومة الصينية صناعة الحديد والصلب لجعله أكثر تنافسية، إلا أن الشاهد هنا أن الصين تبقى المحرك الأهم في ديناميكية أسواق وصناعة الحديد والصلب وهي محرك رئيسي يترك أثره بوضوح على هذه الصناعة.²

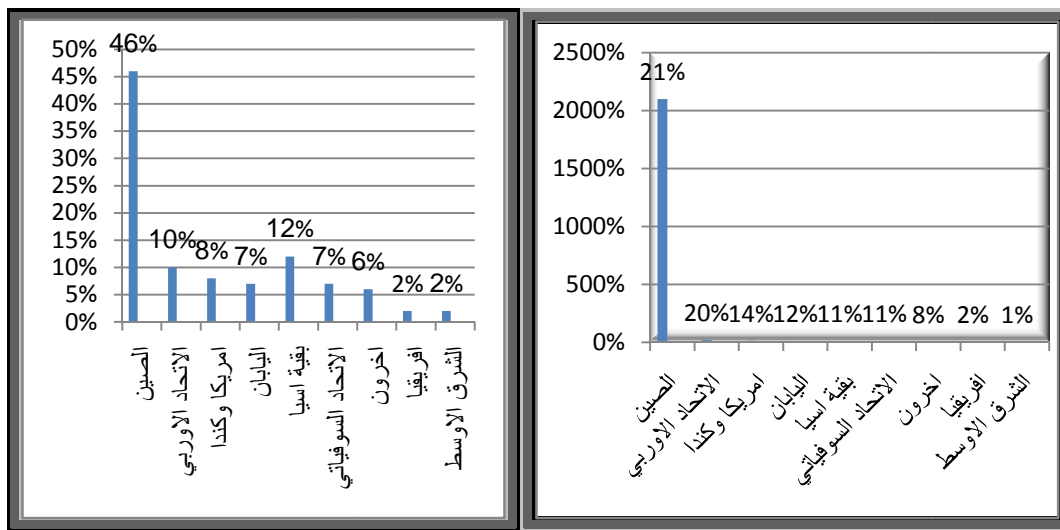
ويعتبر الحديد الخام أبرز مدخلات صناعة الحديد وله ديناميكية عالمية في إنتاجه وأسعاره وكميات العرض والجودة وقضايا الشحن والتكاليف. وقد فقدت أسعار الحديد الخام عام 2014 نحو 40% من قيمتها، فإن هذا الخام يعد الأهم في صناعة الحديد وتسيطر على إنتاجه شركات عالمية تعد على أصابع اليد الواحدة، تهيمن على نحو 80% من الإنتاج العالمي، وتتركز المناجم وعمليات الإنتاج لهذه الشركات في البرازيل وأستراليا بالإضافة لدول أخرى، ويعد توفر هذا الخام بأسعار مناسبة صمام أمان لمنتجي الحديد الباحثين عن مزيد من الموثوقية والاستدامة في إنتاج الحديد، وبما أن صناعة التعدين (التي تنتج الحديد الخام) هي صناعة قائمة بذاتها وكذلك صناعة الصلب والحديد منفصلة وقائمة

بذاتها، فإن هاتين الصناعتين -برغم التكامل البدهي بينهما- إلا أن هناك تغيرات هيكلية طرأت على العلاقة بينهما، حيث يبحث كل طرف عن تعظيم هوامشه الربحية على حساب الآخر، مما جعل هذه المادة الخام محركاً رئيسياً في ازدهار صناعة الحديد أو تباطؤها.

5.1- التوزيع الجغرافي للإنتاج والاستهلاك العالمي.

تسارع نمو الإنتاج والاستهلاك العالمي خلال العشر السنوات الماضية واستحوذت الصين أكبر دولة من حيث عدد السكان في العالم وثاني أكبر اقتصاد دولة على مستوى العالم على نصف حجم الإنتاج والاستهلاك عالمياً تقريباً في 2012، مقارنة بـ 20% تقريباً منذ 10 سنوات وذلك بسبب الطفرة الصناعية والإنشائية الكبيرة التي حققتها الصين خلال تلك الفترة وفيما يلي استعراض لتوزيع إنتاج واستهلاك الحديد بحسب المناطق الجغرافية:

الشكل رقم 2: نسبة التوزيع الجغرافي للإنتاج العالمي في 2002 و 2012 على التوالي



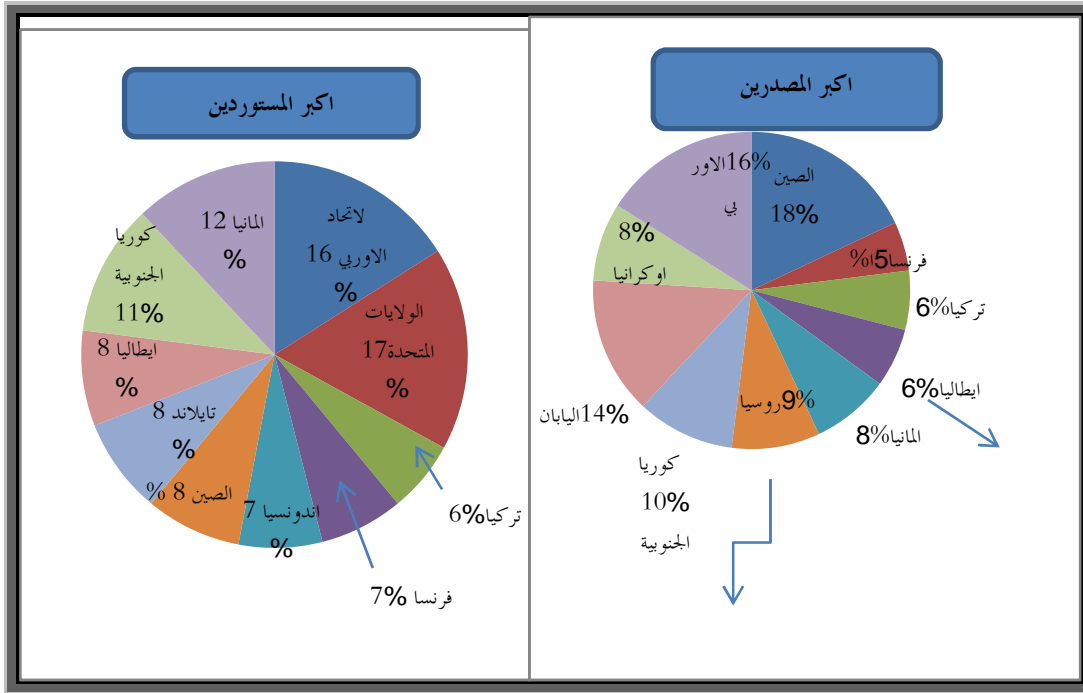
المصدر : World Steel Association

وتتوقع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCED بأن تستمر الصين في قيادة الاستهلاك العالمي للحديد حتى عام 2020 مدعومة باستمرار نمو القطاع الصناعي وقطاع الأشغال العمومي طبقاً للمشروعات المعلنة في الصين حتى 2020 بالإضافة إلى اكتساب صناعة السيارات الصينية قوة كبيرة نتيجة الإستحواذات التي أجرتها الشركات الصينية على ماركات عالمية مثل كرايسلر وفولفو وجيب وغيرها مما أكسبها الخبرة وتحقيق مبيعات جيدة من المتوقع أن تبقى عالية حتى 2020.³

6.1- سوق الحديد العالمي وحركة الصادرات والواردات.

إن سوق الحديد المحلية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالسوق العالمية بسبب أسعار الخامات من الخردة وخام الحديد وتتحكم الدول الصناعية الكبرى بشكل أساسي في السوق العالمية بكونها الأكثر استهلاكاً والأكثر إنتاجاً للحديد بالإضافة إلى رواد حركة تجارة الصادرات والواردات من منتجات الحديد عالمياً كما ترتبط السوق العالمية أيضاً بحالة ثقة المستهلكين في اقتصاديات الدول الصناعية بالإضافة إلى القرارات المالية والسياسات الاقتصادية التي تتبناها حكومات الدول الصناعية الكبرى لذلك من المهم إلقاء نظرة على السوق العالمية والتعرف على أهم أركانها من أجل تحليل أداء القطاع المستقبلي والشكل التالي يبين لنا حالة الصادرات والواردات العالمية لقطاع صناعة الحديد والصلب:

الشكل رقم 3: نسبة توزيع واردات وصادرات الحديد والصلب على دول العالم



المصدر : World Steel Association

2- قطاع صناعة الحديد والصلب الجزائري ودوره في الاقتصاد الوطني.

1-2- لمحة تاريخية عن قطاع صناعة الحديد والصلب الجزائري.

لم تكن الجزائر تملك غداة الاستقلال أي مؤسسة مختصة في صناعة الحديد والصلب بإستثناء بعض المؤسسات الصغيرة التابعة للمعمرين الصناعيين الفرنسيين، وقد بدأت صناعة الحديد والصلب في الجزائر سنة 1965 وفق تصورات حددتها السلطات الحكومية آنذاك، وقد كانت أهم أهداف صناعة الحديد والصلب تتمثل أساسا في استخدام الخامات المحلية وتوفير المنتجات للسوق المحلية والتخلص على المدى البعيد من التبعية للخارج في هذا المجال.

1.1.2- مشروع قسنطينة وقطاع الحديد والصلب في الجزائر.

يعتبر هذا المخطط نواة إنشاء صناعة الحديد والصلب في الجزائر، حيث أعلن عن بداية هذا المخطط في الثالث من أكتوبر سنة 1958 وكان يهدف إلى تحسين ورفع مستوى المعيشي للجزائريين بنسبة 20%، وكان يهدف بصورة غير مباشرة إلى تعزيز الرأسمالية الفرنسية في الجزائر وإنشاء طبقة برجوازية متعاطفة مع الجانب الفرنسي والقضاء على الوطنية الجزائرية، أي كان له أهداف سياسية أكثر منها اقتصادية، ورغم هذا يضم المشروع مجموعة من البرامج التنموية، ويعتبر سبب نشوء صناعة الحديد والصلب في الجزائر حيث تضمن إقامة مصنع للحديد والصلب في منطقة الحجار بمدينة عنابة بطاقة سنوية قدرها 200 ألف طن وفي ظرف 4 سنوات بالإضافة إلى إقامة منجم للاستخراج مادة الحديد بالوزنة بالموازاة مع مصنع الحديد والصلب بالحجار.

وقد تأخر إنجاز هذا المشروع الذي يمثل صناعة الحديد والصلب في الجزائر إلى غاية عام 1960 من طرف شركة الحديد والصلب لعنابة في إطار مشروع مشترك ساهمت فيه الصناعات الفرنسية للحديد والصلب والحكومة الفرنسية.⁴ ولقد خطط لكي يصبح هذا المركب مخصص للتصدير نحو فرنسا ودعم صناعات الحديد والصلب في فرنسا وبالتالي تصبح الصناعة بمثابة فرع من فروع الصناعة الفرنسية ومكملة للاقتصاد الفرنسي.

ويمكن القول أن مخطط قسنطينة يعتبر المشروع الذي أسس لقاعدة صناعية للحديد والصلب في الجزائر، وبعد الاستقلال مباشرة تمت المواصلة على المقترحات والانجازات التي جاء بها المشروع.

2.1.2- مؤسسة صناعة الحديد والصلب الجزائرية.

أنشئت هذه الشركة سنة 1964 وكانت تحت وصاية وزارة الصناعات الثقيلة، وكان دور هذه المؤسسة العمومية هو القيام بالدراسات وإقامة وحدات للحديد والصلب ووحدات لتحويل المعادن الحديدية وغير الحديدية، بالإضافة إلى الإشراف على تسيير مركب الحجار للحديد والصلب، وقد كان لهذه الشركة احتكار منتجات الحديد والصلب المستوردة من الخارج⁵.

تتدرج نشاطات هذه الشركة في الصناعات الأمامية التي توفرها للأبحاث والاستغلالات المنجمية وكذلك الصناعات الخلفية التي تستعمل الصلب والمعادن غير الحديدية كالقطاع الفلاحي وقطاع السكن والبناء، وتكمن الأنشطة الرئيسية لهذه الشركة الوطنية للحديد والصلب في إنتاج الصلب كالمنتجات المسطحة وغير المسطحة وتحويل الصلب والغاز الصناعي والتسويق المحلي والدراسات الهندسية ووحدات البناء وتدريب اليد العاملة والتصدير والاستيراد. وقد ارتبط تطور وتنمية هذه الشركة بالتخطيط الاقتصادي الوطني عبر مختلف السياسات الاقتصادية التي مرت بها الجزائر.

2.2- أثار صناعة الحديد والصلب على الاقتصاد الوطني.

1.2.2- القيمة المضافة.

لقد بلغت نسبة نمو القطاع الصناعي العمومي عام 2013 حوالي 0.8% وهي أقل من التي سجلت في 2012 التي بلغت 1.6%، لكن أحسن بكثير من التي سجلت في 2011 والتي بلغت 0.4%. وارتفع الإنتاج الصناعي في القطاع العام الجزائري في الربع الأول من 2014 بنسبة 3.9% مقابل 2.5% خلال الفترة نفسها من سنة 2013. ويهدف المخطط الخماسي (2011 - 2014) للحكومة الجزائرية إلى رفع نسبة الصناعة في القيمة المضافة الوطنية من 5% حاليا إلى 10%⁶.

وتبقى تستمر المنتجات النفطية في الهيمنة على النشاط الاقتصادي الجزائري، بقيمة مضافة تصل إلى 46% من الناتج المحلي الإجمالي سنة 2011 مقابل 33,96% سنة 2001⁷، وخلافا لذلك فإن وزن قطاع الصناعات التحويلية في إجمالي الناتج المحلي يتناقص أكثر فأكثر بسبب الهيمنة المتزايدة للقطاع الإستخراجي و أيضا لأن الصناعات التحويلية الجزائرية تمر بمرحلة صعبة تجلت في الانخفاض المنتظم لحصة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي، الذي انتقل من 4.2% سنة 2001 إلى 3% سنة 2004 ليهوي بشدة إلى 1.8% من الناتج المحلي الإجمالي سنة 2011، غير أنه بالنسبة لقطاع الحديد والصلب فقد استطاع أن يحقق الاستثناء من خلال تحقيق نتائج لا بأس بها في هذا المجال حيث عرفت القيمة المضافة للقطاع ارتفاع نسبي من 2000 إلى غاية 2011 كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (01): القيمة المضافة للقطاع الحديد والصلب

الوحدة: مليون دج

السنوات القطاع	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000
الحديد والصلب	54045,3	42819,9	37577,7	35628,6	28241,0	24539,0	23603,0	22107,0	20041,3	18293,5	20320,6	25197,6

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، الحسابات الاقتصادية، حوصلة إحصائية، المحاسبة الوطنية، الفصل 14، ص

نلاحظ من الجدول تطور القيمة المضافة لمنتجات الحديد والصلب رغم بعض التذبذبات حيث يبين الجدول أن هناك تراجع طفيف خاصة في سنوات 2001 و 2002 و 2003 ولكنها عادت النتائج لتحسن مع سنة 2003 إلى غاية 2011، لكن عموما حقق قطاع الصلب نتائج إيجابية على مستوى النمو، وعلى مستوى 38 وحدة التي يضمها والتي يهيمن عليها مركب الحجار يعتبر أكبر مؤسسة صناعية في الجزائر، وبلغت القيمة المضافة لقطاع الصلب 500 مليون دولار سنة 2011 كما هو موضح في الجدول، وهو ما يعكس تأثير صناعة الحديد والصلب على الاقتصاد الوطني حيث بلغت القيمة المضافة للقطاع التحويلي الصناعي في الجزائر حوالي 8% لكن تبقى هذا المساهمة غير كافية حيث مازالت الصناعة الإستخراجية تسيطر على القطاع الصناعي بشكل كبير ولهذا فعلى الدولة الدفع بهذا القطاع لكي يلعب الدور المنوط به في عملية تحقيق التنمية الاقتصادية، حيث تزايدت مساهمته في القيمة المضافة للصناعات التحويلية بشكل ملحوظ، منتقلة من 6.15% سنة 2000 إلى حوالي 15% سنة 2011⁸.

2.2.2- الناتج المحلي الإجمالي.

على الرغم من الأزمة المالية الدولية، شهد اقتصاد الجزائر أداء جيد، حيث بلغ معدل النمو الحقيقي سنة 2012 حوالي 3,8% مقابل 3,5% عام 2009⁹ ويرجع هذا الأداء الجيد كنتيجة مباشرة لارتفاع أسعار النفط وتزايد الإنفاق الحكومي وتنوع الاقتصاد وارتفاع وتيرة استثمارات القطاع الخاص و التوسع في بعض القطاعات مثل قطاع البناء، قطاع الحديد والصلب و قطاع الخدمات، إضافة إلى برامج الاستثمارات الكبيرة التي تقوم بها الحكومة خلال فترة مخطط الخماسي 2010-2014.

وقد صنف مسح دولي أجرته وكالة الأنباء التركية "الأناضول" الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر في المركز الخامس في قائمة تضم 16 دولة عربية، وقد بلغ خلال سنة 2013 ما قيمته 215.4 مليار دولار¹⁰، حيث سجل الناتج المحلي الإجمالي للجزائر ارتفاعا خلال عشرة أعوام الماضية وهذا بفضل الاستفادة من عائدات النفط كما أشرنا إليه سابقا .

أما فيما يخص قطاع الصناعات التحويلية، فقد تم اعتماد تدابير إجرائية لتشجيع الاستثمارات حيث تستهدف الحكومة القطاعات ذات إمكانات نمو عالية مثل : قطاع الحديد والصلب، صناعات تجهيز الموارد الأولية والبتروكيماويات والأسمدة ومواد البناء وأيضا الصناعات الواعدة في الجزائر كصناعة المستحضرات الصيدلانية والسيارات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

فمنذ عام 2008 نشهد تحسنا في أداء القطاع الصناعي حيث بلغ الناتج المحلي الإجمالي الصناعي 85.4 مليار دولار في عام 2008 مقابل 65 مليار دولار في عام 2007¹¹، ويعتبر هذا أعلى نمو صناعي تسجله الجزائر منذ عام 2001 ويعزى هذا التحسن إلى ارتفاع أسعار النفط العالمية عام 2008 والذي كان قوة دافعة لارتفاع القيمة المضافة لقطاع الصناعة الإستخراجية.

أما عن قطاع الصناعات خارج المحروقات فقد سجلت أداء جيد خلال العشر السنوات الماضية، ففي عام 2011 بلغ الناتج المحلي الإجمالي 650 ألف مليون دينار مقابل 200 ألف مليون دينار، ولكن يعود هذا الارتفاع إلى الأداء الجيد الذي حققه قطاع الصناعات الغذائية الذي يعتبر من القطاعات الهامة في الاقتصاد الجزائري حيث يمثل 47% من الناتج المحلي الإجمالي التحويلي.

على الرغم من الأداء الجيد الذي عرفه قطاع الصناعة التحويلية في مجمله عام 2012 لا يزال يعتبر أدنى مساهم في الناتج المحلي الإجمالي للاقتصاد الجزائري بـ 3.8% بالمقارنة مع قطاع الصناعة الإستخراجية الذي يساهم بـ 34.7%، وعلاوة على ذلك، لا يزال القطاع الصناعي يعاني من فقدان شركاتته حيث تم إنشاء فقط 273 شركة

تصنيع في القطاع العام والخاص عام 2008 (5.4% من إجمالي الشركات) وفي المقابل 629 مؤسسة صناعية أغلقت أبوابها منذ عام 2000¹² ، وفي ما يلي تطور الإنتاج الداخلي الخام لقطاع الحديد والصلب:

جدول رقم (02): تطور الإنتاج الداخلي الخام للقطاع الحديد والصلب

الوحدة: مليون دج

السنوات القطاع	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الحديد ولصلب	230,1	947,6	306,3	974,8	326,1	567,7	364,9	504,4	431,2	130,9	624,7	948,1

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، الحسابات الاقتصادية، حوصلة إحصائية، المحاسبة الوطنية، الفصل 14، ص 235.

وتشير معطيات الجدول إلى ارتفاع متواصل في الناتج الإجمالي لقطاع صناعة الحديد والصلب خلال العشر سنوات الماضية وبنسبة تغيير فاقت 100%، و يمكن لنا من خلال هذا العرض أن نستنتج الآثار التنموية لهذا القطاع على الاقتصاد الوطني فمن خلال تطور الإنتاج فهو يساهم في تنمية الاقتصاد الوطني و تزويد السوق الوطنية بمادة الحديد للتنفيذ المشاريع الكبرى في الاقتصاد الوطني وبالتالي قدرة هذا القطاع على النهوض بالاقتصاد الوطني وتحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية، حيث كل تطور في هذا القطاع يجر معه تطور في القطاعات الأخرى التي هي على ارتباط أمامي أو خلفي مع قطاع الحديد والصلب.

3.2.2- الصادرات والواردات.

حققت الجزائر خلال سنة 2014 ، فائضا تجاريا قدره 4,63 مليار دولار. وقد بلغت قيمة الصادرات 62.95 مليار دولار، مما يدل على انخفاض طفيف بنسبة 4,47%، أما الواردات فقد بلغت قيمتها 58.33 دولار، أي بزيادة قدرها 6% مقارنة بعام 2013¹³، ويوضح هذا المؤشر أن هناك زيادة متزامنة في الواردات وانخفاض في الصادرات المسجلة خلال الفترة المذكورة أعلاه.

وعلاوة على ذلك من حيث تغطية الواردات بالصادرات، فإن النتائج تدل على أنها تحررت إلى 108% سنة 2014 مقابل 118 سجلت سنة 2013 والجدول التالي يوضح لنا حالة الصادرات الجزائرية:

جدول رقم (03): تطور الصادرات من خلال مجموعة المستخدمين

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	* 2014	Part (%)
المواد الغذائية	67	73	88	119	113	315	355	315	402	323	0,51
الطاقة و زيوت التشحيم	45094	53429	58831	77361	44128	55527	71427	69804	62 960	60 146	95,54
المواد الخام	134	195	169	334	170	94	161	168	109	110	0,18
نصف المنتجات	656	828	993	1384	692	1056	1496	1527	1458	2 350	3,73
معدات التجهيز الفلاحية	-	1	1	1	-	1	-	1		2	0
معدات التجهيز الصناعية	36	44	46	67	42	30	35	32	28	15	0,02
السلع الاستهلاكية	14	43	35	32	49	30	15	19	17	10	0,02
المجموع	46001	54613	60163	79298	45194	57053	73489	71866	64 974	956 62	100

المصدر: المركز الوطني للإعلام الآلي و الإحصاء التابع للجمارك CNIS.

وتبقى صادرات خارج المحروقات هامشية بـ 4.46% فقط من حجم الصادرات الكلية اي ما يعادل 2.81 مليار دولار، مسجلة زيادة قدرها 39.52% مقارنة بسنة 2013.

وتتمثل السلع المصدرة خارج المحروقات أساسا من المنتجات شبه المصنعة التي تمثل حصة 3.73% من إجمالي حجم الصادرات أي ما يعادل 2.35 دولار أمريكي، تليها المواد الغذائية حيث شكلت حصة بلغت 0.51%، أي 323 مليون دولار، ثم المواد الخام بحصة بلغت 0.18%، أي بحجم 110 مليون دولار أمريكي، وأخيرا المعدات الصناعية و السلع الاستهلاكية غير الغذائية بنسبة 0.02%.

أما بالنسبة للواردات، بلغت 58.330 مليون دولار، مقابل 55.028 مليار دولار في عام 2013، مما يدل على زيادة بنسبة 6%، وفقا لإحصاءات المجلس الوطني للمعلومات الإحصائية.¹⁴

واحتل البترول الحصة الأكبر من صادراتنا للخارج خلال 2014 بحصة تصل إلى 95.54% من إجمالي حجم الصادرات وذلك بانخفاض قدره 4.47% مقارنة مع سنة 2013.

والجدول التالي يوضح لنا حصيلة التجارة الخارجية في الجزائر:

جدول رقم (04): حصيلة التجارة الخارجية

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	*2014
الصادرات خارج مجال المحروقات	1099	1158	1332	1937	1066	1526	2062	2062	2165	810 2
صادرات المحروقات	43937	53456	58831	77361	44128	55527	71427	69804	63752	146 60
إجمالي الصادرات	45036	54613	60163	79298	45194	57053	73489	71866	65917	956 62
الواردات	20048	21456	27631	39479	39294	40473	47247	47490	54852	330 58
الميزان التجاري	24989	33157	32532	39819	5900	16580	26242	24376	11065	626 4

المصدر: المركز الوطني للإعلام الآلي والإحصاء التابع للجمارك CNIS.

أما عن قطاع الحديد والصلب فإن واردات الجزائر من المواد الأولية الخاصة بقطاع الحديد والصلب تقدر ما بين 2.5 و 3 ملايين طن سنويا؛ حيث نجد 60% منها مستوردة من إسبانيا وإيطاليا وبلغت واردات الحديد والصلب حوالي 10 مليارات دولار سنويا، وهو ما يمثل 20 بالمائة من إجمالي الواردات الجزائرية. وتبقى السوق الجزائرية بحاجة إلى 5 ملايين طن لتغطية حاجياتها.

و يتبين لنا من خلال عرض مؤشرات الاقتصاد الكلي قدرة قطاع الحديد والصلب على إحداث التنمية الاقتصادية وقدرته على دفع عجلة الاقتصاد الوطني نحو التقدم من خلال النتائج التي حققها هذا القطاع وهذا حسب مؤشرات الاقتصاد الوطني التي تبين مساهمة القطاع في مختلف مؤشرات الاقتصاد الوطني ومختلف المتغيرات الاقتصادية.

3- آفاق تطوير قطاع صناعة الحديد والصلب في الجزائر.

رغم أهمية قطاع صناعة الحديد والصلب في تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية ودوره الأساسي في أي اقتصاد إلى أنه في الجزائر مازال هذا القطاع لم يلعب بعد الدور كقطاع قائد للتنمية الاقتصادية إلى أن هناك إرادة وإستراتيجية لإعادة الاعتبار لهذا القطاع ويمكن لنا أن نذكر أهم المشاريع المستقبلية الخاصة من أجل تنمية قطاع الحديد والصلب:

1.3- مشروع إنجاز مركب الحديد و الصلب ببلارة ولاية جيجل.

انطلاق مشروع إنجاز مركب الحديد و الصلب ببلارة ولاية جيجل ويعتبر حدث على مستوى الاقتصاد الجزائري ويأتي كمحور أساسي في الصناعة الجزائرية حيث تملك فيه خبرة و مخزون من العمالة، ويأتي في إطار شراكة جزائرية- قطرية، حيث من المنتظر أن يوفر المركب مناصب شغل ومواد موجهة للسوق المحلية بمعيار و جودة وبتنافسية لحماية السوق الجزائرية مع فتح المجال التكنولوجي، ويعتبر ثروة و قطب صناعي كبير في المنطقة الخاص بالحديد وكل ما يدور به من سوق للمناولة أي ان تنشئ عن المصنع مئات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي لها علاقة بصناعة الحديد و الصلب و هي محاور مهمة لكل منطقة أفريقيا و للسوق الأوروبية. كما سيقصص من فاتورة استيراد الحديد ومشتقاته ويزيد في فاتورة التصدير كما سيعطي صورة أساسية للجزائر أنها بلد مفتوح للاستثمارات على المستوى الدولي في مجال الحديد و الصلب، و سينتج المركب 2.5 مليون طن من الفولاذ الطويل في مرحلة أولى وهو إنتاج مرشح للارتفاع إلى 5 ملايين طن في مرحلة ثانية بإنتاج الفولاذ المصفح وأنواع الفولاذ الخاصة و سيساهم هذا الإنتاج أساسا في تطوير صناعة السكك الحديدية و 3000 منصب شغل مباشر و مستقبلا 15 ألف منصب شغل موازي آفاق 2020.¹⁵

2.3- استثمار 15 بليون دولار لاستغلال أحد أكبر مناجم الحديد في العالم.

وهذا من خلال استغلال منجم (غار جبيلات) أحد أكبر مناجم الحديد في العالم، و استغلال هذا المنجم سيؤدي إلى تطوير المنطقة وخلق فرص عمل جديدة وخفض واردات الحديد. وتبلغ احتياجات الجزائر الإجمالية من الحديد و الصلب 10 ملايين طن سنويا وهي تنتج 5 ملايين طن سنويا فقط وتستورد الباقي بواقع 10 بليون دولار سنويا، فيما تسعى لإنتاج 10 ملايين طن سنويا. ويقع غار جبيلات على بعد 130 كيلومتر جنوب شرق مدينة تندوف وكان اكتشف عام 1952.¹ وتقدر احتياطات المنجم بـ 3.5 بليون طن منها 1.7 بليون طن يمكن استغلالها، و سيسمح المشروع بإنشاء 15 ألف فرصة عمل جديدة.

3.3- إعادة الاعتبار للمركب الحجارة.

حيث تسعى الحكومة لإعادة مجمع الحجاز إلى طاقته الإجمالية السابقة عند 2 مليون طن سنويا في السنوات المقبلة بعد تنفيذ برنامج الاستثمار والصيانة. وهذا بتحويل أغلبية رأس المال الاجتماعي لأرسيلور ميتال أي 51 بالمائة منه للطرف الجزائري، وستعود هذه النسبة إلى كل من المؤسسة الوطنية للحديد والفوسفات بنسبة 30 بالمائة و المجمع العمومي الجزائري (سيدار) بنسبة 21 بالمائة، وسيؤدي التوقيع على عقد المساهمين الجديد لأرسيلور ميتال إلى ارتفاع حجم رأس المال الاجتماعي مرفوقا بمخطط استثماري طموح يوجه لإعادة تأهيل وعصرنة وتطوير المناجم الواقعة بولاية تبسة. وكان مجمع أرسيلور ميتال، قد توصل في شهر سبتمبر 2013، إلى اتفاق استراتيجي مع مجمع سيدار، يتضمن مخططا استثماريا بقيمة 763 مليون دولار موجه لتطوير مركب الحديد و الصلب بالحجارة ومنجمي الوزنة وبوخضرة، ويهدف إلى مضاعفة طاقة إنتاج المصنع لتنتقل من مليون طن إلى 2.2 مليون طن سنويا في آفاق 2017.

وتم التوقيع أيضا على اتفاقيتي قرض، الأولى حول الاستثمار بقيمة 600 مليون دولار والثانية تخص الاستغلال بقيمة 355 مليون دولار، بين بنك الجزائر الخارجي وأرسيلور ميتال، مما سيسمح بتعجيل تنفيذ مخطط عصرنة وتطوير مركب الحجارة، حيث ستضعان تحت تصرف أرسيلور ميتال كل الوسائل التي ستسمح له بالنهوض

¹ - وكالة الأنباء الجزائرية. 2013.

من جديد بقطاع الحديد والصلب الجزائري، والمساهمة في مواجهة الطلب المتنامي على منتجات الحديد والصلب بالسوق الوطني¹⁶.

الخلاصة:

من خلال استعراض مختلف ما جاء في هذه الورقة البحثية يتبين لنا قدرة قطاع الحديد والصلب على إحداث التنمية الاقتصادية وقدرته على دفع عجلة الاقتصاد الوطني نحو التقدم من خلال النتائج التي حققها هذا القطاع وهذا حسب مؤشرات الاقتصاد الوطني التي تبين مساهمة القطاع في مختلف مؤشرات الاقتصاد الوطني ومختلف المتغيرات الاقتصادية.

غير ان هذا القطاع لم يحظى بنصيب كبير من الاستثمارات عبر مختلف البرامج التنموية للاقتصاد الوطني رغم أهمية هذا القطاع الذي يلعب دورا أساسيا في الاقتصاد لدخول منتجاته في مختلف الفروع الصناعية الأخرى وفي ميدان البناء والتعمير ونقل البترول والغاز ، حيث كانت صناعة الحديد والصلب تحقق نتائج لا بأس بها وتحقق نمو في القطاع رغم ضعف نصيب القطاع من الاستثمارات الإجمالية، وهو الأمر الذي أدى إلى أن لا يلعب هذا القطاع الدور المنوط به في عملية التنمية بالنهوض بالاقتصاد الوطني وتحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية حيث انه يساهم بنسبة قليلة في القيمة المضافة الوطني بحوالي 1% فقط بالإضافة إلى ضعف مساهمته في الناتج المحلي الخام، كما انه يغطي حوالي 30% فقط من الطلب المحلي حيث بلغ الاستهلاك الوطني للحديد والصلب حوالي 5 مليون طن، غير أن الإنتاج لم يتجاوز 1 مليون طن، مما أدى إلى استيراد ما قيمته 875 مليون دولار لتلبية حاجيات السوق الوطنية.

وتعد الطاقات الإنتاجية للقطاع الحديد والصلب غير كافية بالمقارنة مع احتياجات السوق المحلية، وحتى لو استخدمت الطاقة الإنتاجية 100% لن تبلغ تغطية الطلب الصناعي أكثر من 50% وعلية من الضروري إقامة مصانع متكاملة للحديد والصلب من اجل النهوض بالاقتصاد الوطني .

حيث تقدر إنتاجية العامل الواحد بـ 147 طن سنويا مقابل 500 الى 1000 طن في باقي دول العالم وهو ما بين أن قطاع الحديد والصلب في الجزائر يحتاج إلى إعادة هيكلة وإستراتيجية خاصة به ليلعب الدور المنوط به في الاقتصاد الوطني.

التوصيات:

من خلال ما جاء في هذه الورقة البحثية وبناء على النتائج المتوصل إليها يمكننا تقديم بعض التوصيات التي نراها تتماشى مع ما تم التوصل إليه وهي على النحو التالي:

1- يستوجب على الحكومة الجزائرية أن تعكف على دراسة مختلف الآثار الإيجابية بالتعاون مع الخبراء والمختصين في شؤون قطاع الحديد والصلب من اجل وضع إستراتيجية خاصة بهذا القطاع لتعظيم الاستفادة من هذا القطاع للاقتصاد الوطني؛

2- وبالنظر إلى تحديات الاقتصاد الجزائري، هناك ضرورة لأن تتوع الجزائر من اقتصادها لتخفيض من اعتمادها على النفط وتحقيق تنمية مستدامة، ولبلوغ هذا الهدف، لابد من تطوير صناعة مرتبطة بقطاع المحروقات وصناعة الحديد والصلب التي هي ذات قيمة مضافة عالية وتساهم في تكامل الأنشطة ذات الصلة بالقطاع الصناعي التحويلي.

لتعزيز تحسن القطاع الصناعي وفي مقدمته قطاع الحديد والصلب يجب سواء على المدى القريب أو المدى البعيد القيام بعمليات مهمة سواء في المؤسسات أو على مستوى محيطها، هذه العمليات يجب أن تستهدف: ناجعة وتحسين طرق التسيير، تحسين نوعية المنتج، ترقية الشراكة الصناعية بجميع أشكالها وخاصة في التكنولوجيات المولدة للثروة، القيام بدعم المؤسسات فيما يخص المواصفات وخدمات الدعم.

4- ضرورة فتح المجال أمام الاستثمارات الأجنبية للتطوير قطاع الحديد والصلب وهذا من خلال الدخول في شراكة مع المجمعات العالمية التي تحظى بالاحترام من أجل استغلال الأمثل للقدرات الدولية في هذا المجال من مناجم التي تزخر بثروات كبيرة غير مستغلة؛

5- ضرورة أن تتخذ الحكومة الجزائرية وبسرعة إجراءات لإطلاق يد الشركات الجزائرية لإقامة مشاريع مشتركة مع الشركات العربية للحديد والصلب كما حدث مؤخرا مع الشراكة القطرية للحديد والصلب.

الهوامش والمراجع :

- ¹ - محمد سالم، الدراسة المالية لاكتتاب شركة مصر الوطنية للصلب، شركة مصر للاستثمارات المالية، إدارة البحوث، ص 2.
- ² - م. محمد زعل الحربي: محركات صناعة الحديد والصلب، مقال على الموقع الإلكتروني: <http://www.steel-network.com/index.php?go=report&more=149>، زيارة بتاريخ 2015/04/01، 19:55.
- ³ - محمد سالم، مرجع سبق ذكره، ص 5.
- ⁴ - جمال الدين عويسات، ترجمة الصديق سعدي، التنمية الصناعية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982، ص 50.
- ⁵ - عيود، أساليب التنمية الشاملة ومشكلة اختيار السياسات البديلة: بين الحاضر والمستقبل، مجلة علوم إنسانية، عدد 36، 2008، ص 97.
- ⁶ - شينخوا، إنعاش الصناعة أكبر تحديات الجزائر، جريدة البيان، الامارات، 2014/07/19.
- ⁷ - المنظمة العربية للصناعة والتعدين، التقرير الصناعي العربي 2011، ص 71.
- ⁸ - المنظمة العربية للصناعة والتعدين، التقرير الصناعي العربي 2011، ص 76.
- ⁹ - الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، مؤشرات عن البلدان الأعضاء، الجزائر، مؤشرات اقتصادية.
- ¹⁰ - سارة نوي، الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر يفوق 215 مليار دولار، جريدة الفجر، الجزائر، 2015.
- ¹¹ - التقرير الصناعي العربي 2011، مرجع سبق ذكره، ص 84.
- ¹² - التقرير الصناعي العربي 2011، مرجع سبق ذكره، ص 85.
- ¹³ - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، إحصائيات، حصيلة التجارة الخارجية 2005-2013.
- ¹⁴ - الديوان الوطني للإحصائيات، تقرير عن التجارة الخارجية، 2014.
- ¹⁵ - الخبير صالح بلوصيف للإذاعة: مركب بلارة للحديد والصلب سينشئ مئات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المرافقة.
- ¹⁶ - حنان/ح، إعادة تأميم المناجم وغلق ملف مركب الحجار نهائيا، جريدة المساء، الجزائر، يوم 30 نوفمبر 2014.

إمكانية تطبيق أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أداء المؤسسة التنافسي

The possibility of applying marketing relationships with the customer in the dimensions of lifting of the competitive enterprise performance

خليدة دلهوم

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة ورقلة

delhoum_2007@yahoo.fr

حكيم بن جروة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة ورقلة

Pdr.hakim@yahoo.fr

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى مدى إمكانية تطبيق واستخدام المؤسسة لأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أدائها، وذلك من خلال محاولة التعرف على مفهوم تسويق العلاقات مع الزبون وتحديد لأبعاده، ليتم تحديد ومعرفة العلاقة بين أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون وتحقيق واكتساب المؤسسة للمنافسة، حيث أن الفكرة الأساسية لهاته الدراسة تشير إلى أن اهتمام المؤسسة بزبائنها والحرص على تلبية رغباتهم بغرض المحافظة عليهم ووصولاً إلى تحقيق الرضا والولاء لمنتجاتها وخدماتها سوف يساهم في اكتساب المؤسسة للريادة عن طريق تميزها تنافسياً عن نظيراتها من خلال زبائنها، والذي لن تتمكن المؤسسة من بلوغه إلا بالاعتماد على تطبيقها لمفهوم وأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون.

الكلمات المفتاحية : تسويق العلاقات، أبعاد تسويق العلاقات، زبون، منافسة .

Abstract :

The aim of this study to the possibility of the application and use of the enterprise of the dimensions of marketing relationships with the customer at the lifting of the performance, and that by trying to identify the concept of marketing relationships with the customer and to determine the dimensions, to be determined and know the relationship between marketing relationships with the customer and to achieve and acquire the enterprise to compete dimensions, since the basic idea of this study indicate that the enterprise attention their customers and to ensure that meet their desires in order to maintain them through to achieve satisfaction and loyalty for their products and services will contribute to the acquisition of the enterprise for Entrepreneurship through excellence competitive from their counterparts by their customers, and that the enterprise will not be able to achieve only by relying the application of the concept and dimensions of marketing relationships with the customer.

Keywords : marketing relations, marketing relations dimensions, the customer, the competition ...

تمهيد:

يعبر مفهوم تسويق العلاقات عن الكيفية والطريقة التي تهدف وبصورة أساسية للتركيز على الزبون والحفاظ عليه، فهو علم وفن إيجاد الزبائن والمحافظة عليهم وتمييزهم، حيث يشير كوتلر إلى أنه إذا كان رجال التسويق في الماضي يعتقدون بأن أهم مهارة يجب توافرها لديهم هي القدرة على إيجاد زبائن جدد، إلا أن اليوم أصبح هناك يقين بأن جذب الزبون إذا كان أمراً بسيطاً للغاية فإن الأصعب منه هو الحفاظ عليه، وأن تكلفة الحفاظ على الزبائن أقل بكثير من تكلفة جذب زبائن جدد، فالمنافسون دائماً يسعون إلى جذب زبائن الغير نحوهم، وعندها تفقد المؤسسة الأخرى زبوناً، وتفقد معه مبيعات وأرباح وجزءاً من شهرتها وسمعتها في السوق، وعليه فلكي تتصدى المؤسسة لمختلف تهديدات المنافسين لها تستخدم تسويق العلاقات الذي يعتبر من الأوراق الربحية لأي مؤسسة تريد الحفاظ على زبائنها وحصتها السوقية.

تستخدم المنافسة من طرف المؤسسة استناداً للمؤثرات الداخلية والخارجية التي تؤدي بها للبحث عن كل الفرص التي تمكنها من المحافظة على زبائنها وكذا المكانة والحصة السوقية لها بين منافسيها من جهة والتهديدات التي قد تؤثر عليها من جهة أخرى، من أجل استغلال المؤسسة لمواردها أحسن استغلال من جهة وحصولها على الريادة والتميز عن منافسيها من جهة أخرى، حيث أن كل هذه التدايعات الغرض الأساسي منها هو الوصول إلى الزبون وتحقيق الرضا له والذي سيؤدي بها إلى تحقيق درجة عالية من الولاء والذي لن يتم إلا إذا تمكنت المؤسسة من تحقيق ذلك بتميزها في خدمتها لزبائنها الذين يعتبرون الصورة والمرآة الحقيقية التي توضح مدى تحقيقها لأهدافها وهذا عن طريق استخدامها وتوظيفها لأبعاد تسويق العلاقات.

ومن أجل ما تقدم جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلى دراسة دور وأهمية تطبيق أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون على أداء المؤسسات، ومن ثم تحديد ومعرفة أهم أبعاد تسويق العلاقات المساعدة والمؤثرة على أدائها، ولأجل كل هذا سيتم معالجة الدراسة ضمن ثلاثة محاور يتناول الأول منها الإطار العام للدراسة فيما تضمن المحور الثاني الإطار النظري للدراسة وخصص المحور الثالث إلى تقديم خلاصة الدراسة.

1. الإطار العام للدراسة:

يعد فن التسويق في الوقت الحالي أحد المجالات المعرفية التي تستحق الدراسة، حيث أن اقتصاد أي مجتمع من المجتمعات ونمط حياة الأفراد فيها أصبح يتأثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة بالأنشطة التسويقية، وبالرغم من الأهمية الكبيرة التي يحظى بها التسويق في التطبيق العملي كمحدد رئيسي لنجاح العديد من المؤسسات العالمية¹ فقد أصبح العديد من المدراء والخبراء مدركون بأن للتسويق دور وأهمية في تحقيق المؤسسة لأهدافها والتي من أبرزها الاهتمام بالزبون وتلبية احتياجاته ورغباته، لذا كان لزاماً عليها التوجه نحو الزبون بالدراسة والتحليل للوصول إلى درجة الرضا والولاء لمنتجاتها والذي لن يتم إلا بتطبيق مفهوم تسويق العلاقات مع الزبون.

1.1 مشكلة الدراسة: لقد أصبح من الضروري على المؤسسات التي تريد التقرب من زبائنها وتحقيق الريادة بين منافسيها بغرض التحسين من أدائها، القيام بوضع مجموعة من البرامج والاستراتيجيات وكذا المخططات التي تمكنها من الوقوف في وجه منافسيها من خلال تقديم منتجات وخدمات جد متطورة ترضي أذواق الزبائن ورغباتهم، ونتيجة لكل ذلك أصبح توجه المؤسسات نحو إنشاء وتبني علاقات وطيدة وطويلة المدى مع زبائنها سعياً منها لجذب زبائن منافسيها من الأمور التي تحتم عليها استخدام وتطبيق مفهوم تسويق العلاقات وأبعاده، بهدف الرفع من أداء المؤسسة من جهة وتحقيق التميز عن منافسيها عن طريق تقديم منتجات وخدمات ترضي زبائنها وتواكب التغيرات المتسارعة

ووصولاً إلى تحقيق وزيادة رضا وولاء زبائننا، وبناءاً عليه فمشكلة الدراسة تكمن في معرفة مدى إمكانية تطبيق أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أداء المؤسسة، وهذا وفقاً للتساؤل المطروح على الشكل التالي:
كيف يساهم استخدام وتطبيق المؤسسة لأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أدائها التنافسي؟

2.1. أهمية الدراسة: تستند الدراسة أهميتها من كونها تمثل إطاراً شاملاً لتحديد ودراسة أهمية تطبيق واستخدام المؤسسة لتسويق العلاقات مع الزبون في التحسين والرفع من أدائها، إضافة لذلك فإن أهمية الدراسة تتبع من خلال الآتي:

- تتبثق أهمية الدراسة من ضرورة التوصل إلى فهم أعمق ودقيق لأبعاد تسويق العلاقات والمنافسة؛
- الأهمية التي تتبناها المؤسسة في تطبيق أبعاد تسويق العلاقات وأثر ذلك على أداء المؤسسة التنافسي؛
- أهمية الدراسة تكمن في سعيها إلى تعريف المؤسسات وبالأخص مسؤولي النشاطات التسويقية بمختلف المفاهيم المتعلقة بتسويق العلاقات وأبعاده لاسيما وأنه يعتبر أحد أهم الركائز والعناصر الأساسية التي تعزز من الأداء والنشاط التسويقي لأي مؤسسة تهتم به؛
- الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة تتبع من خلال تحديد الدور الذي ينجم عن تطبيق أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أداء المؤسسة التنافسي مع توضيح من الأبعاد أكثر أهمية واستخداماً في هذا المجال.

3.1. هدف الدراسة: انطلاقاً من الإشكالية المطروحة في الدراسة، التي تهدف إلى تحديد دراسة الدور الذي ينجم عن تطبيق واستخدام المؤسسة لأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أدائها، إضافة لذلك فإن الدراسة تهدف أيضاً إلى:

- توضيح العلاقة بين مفهوم أبعاد تسويق العلاقات وأداء المؤسسة التنافسي؛
- معرفة أهم أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون المساعدة على الرفع من أداء المؤسسة التنافسي؛
- تحديد أثر استخدام تسويق العلاقات مع الزبون وأبعاده في تحقيق المنافسة والرفع من أداء المؤسسة التنافسي؛
- تقديم مجموعة من الاقتراحات والاستنتاجات والتوصيات التي تساعد المؤسسات على التبنّي الجيد والسليم لمفهوم تسويق العلاقات وأبعاده على تأثيره على أداء المؤسسة التنافسي.

4.1. فرضية الدراسة: بناءً على السؤال المطروح في الدراسة فقد تم صياغة الفرضية التالية:

استخدام المؤسسة لجميع أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون يساهم في الرفع من أدائها التنافسي.

2. الإطار النظري للدراسة:

سيتم في المحور تقديم إطار نظري مفاهيمي لكل من أبعاد تسويق العلاقات والمنافسة، وذلك قصد الوقوف على الخلفية النظرية وتمحيص الدراسات السابقة والاستفادة منها في الإجابة عن تساؤلات مشكلة الدراسة وتحقيق الأهداف المتوخاة منها.

1.2. تحديد مفهوم تسويق العلاقات: لقد أصبح مصطلح تسويق العلاقة شائع الاستخدام على نطاق واسع في مجال تسويق الزبون في السنوات الأخيرة، ومع ذلك وكما هو الحال بالنسبة للعديد من الأفكار الجديدة في مجال العمال يحدث ارتباك حول المعنى المقصود من هذا المصطلح حيث هناك جدل كبير حول المقصود بتسويق الزبون، أين يدافع الكثير عن هذا المصطلح ويقولون إنه يمثل تحولاً جوهرياً في مفهوم التسويق، لذا فإن مصطلح تسويق العلاقة يحتل مكانة غير ثابتة بين كونه مجموعة من أساليب التسويق التي يوصف فيها أي تبادل بين البائع والمشتري بأنه علاقة، وكونه

فلسفة أساسية من فلسفات التسويق تتعلق بلب مفهوم التسويق من خلال التركيز على الزبون طوال مراحل حياته، وبناءا عليه فقد استند بييري لثلاثة مستويات تحدد منهج وأسلوب تسويق العلاقات وهي: ²

- **على المستوى التكتيكي:** تستخدم علاقة التسويق كأداة من أدوات ترويج المبيعات، والتطورات التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات عملت على زيادة مدى أشكال الولاء قصيرة الأمد؛
- **على المستوى الإستراتيجي:** ينظر إلى تسويق العلاقات على أنه العملية التي يسعى من خلالها المورد إلى ربط الزبائن من خلال روابط قانونية واقتصادية وتكنولوجية وجغرافية وروابط زمنية، وقد تبين أن هذه الروابط قد تؤدي إلى ابتعاد ونفور الزبون بدلا من الاحتفاظ به، وأن المؤسسة التي لم تحقق علاقة عميقة فعالة مع زبائنها قد تعجز عن الحفاظ على هذه العلاقة إذا تغيرت البيئة القانونية أو التكنولوجية؛
- **على المستوى الفلسفي:** يتوجه تسويق العلاقات إلى لب فلسفة التسويق، حيث أن التعريف التقليدي للتسويق يركز على منح الأولوية لاحتياجات الزبون، بينما تسويق العلاقات باعتباره فلسفة يركز من جديد على إستراتيجية التسويق بعيدا عن المنتجات ودورة حياتها في مقابل دورة حياة العلاقة بالزبون.

2.2. تعريف تسويق العلاقات: هناك القليل من الاتفاق حول مفهوم تسويق العلاقات، وقد نتج عن ذلك وجود أكثر من تصور لهذا المفهوم حيث أن البعض ينظر له من منظور ترويجي يركز على إعادة توجيه الجهود الترويجية نحو الزبائن الحاليين والمحتملين بعد التحري عنهم بطرق علمية، في حين يركز البعض الآخر على هذا المفهوم من حيث كونه يهتم بظروف كل زبون على حدة، ويقوم على تأسيس علاقة شراكة وثيقة مع كل زبون ومعاملته على أنه قسم سوقي قائم بذاته، وتتنظر له فئة أخرى من منظور أهمية الحفاظ على الزبون باستخدام أساليب مختلفة والاستمرار بالاتصال به بعد إتمام عملية البيع، كما تتنظر طائفة أخرى من حيث القيام بإعطاء الزبون الأولوية وبالتالي يتحول هنا دور التسويق من خداع الزبون عن طريق القول والبيع إلى الإشراف الحقيقي له عن طريق الاتصال والمشاركة في المعلومات.³ وعلى العموم فإنه توجد العديد من التعاريف الخاصة بتسويق العلاقات نذكر منها ما يلي:

- يعرف تسويق العلاقات على أنه: « علم وفن جذب مستهلكين جدد، والاحتفاظ بالمستهلكين الحاليين، وتحقيق النمو اللازم للمعاملات التي تتم مع المستهلكين المربحين »،⁴ ومن وجهة نظر أخرى فقد اعتبر بعض الباحثين نشاط تسويق العلاقات عبارة عن إستراتيجية تتضمن مجموعة من الخطط والأهداف الرامية إلى تحقيق وتعزيز وتطوير العلاقة مع الزبون، حيث عرف تشو (Chou) تسويق العلاقات بأنه: « إستراتيجية لجذب الزبائن وتحسين وتطوير العلاقات معهم والتركيز على اكتساب ولائهم، وأن أهداف تطوير مثل هذه العلاقات تتم بتطبيق مفهوم تسويق العلاقات »،⁵ وقد عرفه Lovelock بأنه: « فلسفة أداء العمل، إضافة إلى أنه توجه إستراتيجي للمنظمات يتم من خلال التركيز على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وتطوير العلاقات معهم، بدلا من التركيز فقط على جذب العملاء الجدد باستمرار ».⁶

ومن خلال دراسة هذه التعاريف المتعلقة بتسويق العلاقات يمكن القول بأن تسويق العلاقات يشير إلى ذلك التواصل المستمر مع الزبائن المربحين للمؤسسة من خلال محاولة بناء وتطوير علاقات شخصية معهم يكون الهدف منها تحقيق ومعرفة تطور سلوك الزبائن بغية القيام بالاحتفاظ بهم، وبالتالي فهو آلية تعتمد على مجموعة من الأنشطة والخطوات المستمرة، التي تسعى إلى الاحتفاظ بالزبون، وصولا إلى ما يعرف بزبون مدى الحياة، وهذا يتطلب تطوير برامج خاصة بكل زبون أو مجموعة متشابهة نسبيا من الزبائن والتي تعتمد على تطوير قاعدة بيانات خاصة بهم، فهي

عملية مستمرة عبر الوقت وليست عبارة عن حدث ما يحدث عبر لحظة من الزمن، واستنادا لكل ما سبق فإن تسويق العلاقات يركز على العناصر والنقاط التالية:⁷

- الاهتمام والتوجه للزبون بدل الاهتمام والتوجه بالمنتج؛
- إقامة علاقات دائمة مع الزبائن الحاليين والمحتملين والسعي الجاد للمحافظة عليهم؛
- السعي إلى إقامة علاقات ترابط وتعاون دائم ومستمر بين المؤسسة وزبائنها لمواجهة المنافسة؛
- أنه تركيب من التسويق وخدمة الزبون لإدارة العلاقات التجارية التعاونية المستمرة بين المؤسسة وزبائنها؛
- تسويق العلاقات يشمل خلق، حفظ، وتعزيز علاقات قوية مع المستهلكين والمساهمين الآخرين تكون موجهة للمدى البعيد، والهدف منها هو تحرير أو إطلاق قيمة طويلة المدى للزبائن.

3.2. أبعاد تسويق العلاقات: إن تسويق العلاقات كما تم الإشارة له سابقا يهتم بكيفية تنمية وتطوير العلاقة بين المؤسسة وزبائنها، وبناء عليه ولغرض التطبيق الجيد لمفهوم تسويق العلاقات من طرف المؤسسة فإنه ينبغي عليها التطرق لأبعاد الخمسة الأساسية له ألا وهي: الجودة، التحسين المستمر للجودة، شكاوي الزبائن، تقوية العلاقة بين المؤسسة والزبون، وأخيرا التسويق الداخلي، وعلى العموم سيتم تقديم أهم المميزات الخاصة بكل بعد كما يلي:

1.3.2. الجودة: تعد الجودة من الأساليب المؤدية إلى تحقيق التميز للمؤسسة على منافسيها، وعلى العموم تعرف أيضا على أنها القدرة على تحقيق رغبات الزبون بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته ويحقق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة التي تقدم له،⁸ أي أنها تكون مطابقة لمواصفات ومتطلبات الزبون، وفي حال ربطها بالخدمة يمكن القول بأن جودة الخدمة تعتبر مقياسا للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة لتقابل توقعات الزبائن، وأن الجودة التي يدركها الزبون للخدمة هي الفرق بين توقعات الزبون لأبعاد جودة الخدمة وبين الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر هذه الأبعاد بالفعل،⁹ كما ينظر لجودة الخدمة بأنها قياس لمدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد، فتقديم خدمات ذات جودة يعنى في المصلحة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين.¹⁰

ومن أجل التطبيق الجيد والسليم لتسويق العلاقات وأبعاده يجب أن يكون لعنصر الجودة دور فعال في تحقيق العناية والاهتمام بالزبون ومنه المحافظة عليه، وبناء على ذلك يتضح بأن للجودة دور مهم في خدمة الزبون فهي تمثل مركز الصدارة لدى كافة المؤسسات الاقتصادية الهادفة لتحقيق النجاح والاستقرار والاستمرار في دنيا الأعمال، ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام واعتماد التخطيط في الإنتاج وتصنيف المنتجات بانتظار الزبون، أما في مجال الخدمات فإن الزبائن والموظفون يتعاملون سوية لخلق الخدمة وتقديمها، لذا فإن مقدمي الخدمات لا بد وأن يتعاملوا بشكل فعال مع الزبائن ليقدموا مستوى راق من الخدمة خلال مدة التواصل مع زبائنهم، ولغرض تحقيق تلك الجودة للخدمات المقدمة لزبائنها يمكن الاعتماد على الخطوات التالية:¹¹

- أ. جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالزبائن: يتحقق النجاح بشكل رئيسي من خلال جذب انتباه الزبائن وإثارة اهتمامهم من خلال الموافق الايجابية التي يظهرها عادة في مجالات خدمة الزبائن؛
- ب. خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجاتهم: حيث تعتمد عملية خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجاتهم وتطلعاتهم وسبل تلبيتها على المهارات البيعية والتسويقية التي يتميز بها مقدم الخدمة؛
- ج. إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه: إن سبل إقناع الزبون وخلق الرغبة لديه باقتناء تلك السلعة أو الخدمة ليست مهمة بسيطة بل تتطلب العديد من الجهود السلوكية القادرة على خلق مرتكزات القناعة لدى الزبائن؛

د. التأكد من استمرارية الزبائن بالتعامل مع المؤسسة: يتم ذلك من خلال العديد من الخدمات البيعية والتسويقية التي تشكل مركز الصدارة لضمان الولاء بين المؤسسة والزبائن والتي منها: الاهتمام بشكوى الزبائن وملاحظاتهم، توفير الخدمات بعد إتمام عملية البيع والتعاقد.

2.3.2. التحسين المستمر للجودة: يقصد بالتحسين المستمر تحسينات لا تتوقف لكافة العوامل المرتبطة بعملية تحويل المدخلات إلى مخرجات، حيث يشمل هذا التحسين المباني والتجهيزات والمواد وطرق العمل وأداء وسلوكيات العاملين،¹² وبناءا عليه فإن التحسين المستمر يمس كافة العمليات ولا يقتصر على مراحل التصنيع فحسب وهذا تحقيقا لشمولية الجودة، أي أنه يمس السلع والخدمات ومستوى الكفاءة في الأداء الوظيفي وهو يعتبر معيار دائم بقدرتها على توقع التغييرات والتحديات المستقبلية، كما تتميز بالقدرة على التنبؤ بفعالية بالتغيير المستمر في احتياجات ورغبات الزبائن لأنهم محل تركيز دائم باعتبارهم الركيزة الأساسية لبقاء المؤسسة في السوق، ويتطلب هذا بناء قناة اتصال فعالة مع الزبائن لكي تعرف المؤسسة احتياجاتهم وتوقعاتهم،¹³ ولغرض استغلال المؤسسة للتحسين المستمر ينبغي القيام بهاته الخطوات:¹⁴ اختيار عملية تتطلب التحسين، مع وضع أهداف مبتغاة من هذا التحسين، ثم دراسة وتوثيق العملية بوضعها الحالي، ليتم البحث عن سبل تحسين العملية، مع تصميم وتنفيذ وتوثيق العملية المحسنة وإعلام كافة المعنيين بها؛ ليتم بعدها تدريب المنفذين على أداء العملية المحسنة في صيغتها الجديدة، كذلك يتم تطبيق التحسين المستمر بداية من:¹⁵

- وضع نظام اليقظة خاص للجودة؛
- تحديد المظهر العام للخدمة من أجل أداء أفضل؛
- توجيه وتطوير النشاط من خلال وضع سياسة الجودة؛
- الاعتماد على الإصغاء للزبون لتطوير النشاط؛
- وضع نظام للتقييم والتحسين من أجل تطوير النشاط.

3.3.2. شكاوي الزبائن: رغم محاولة العديد من المؤسسات استقطاب أفضل الزبائن واستخدام أفضل الأنظمة التي تضمن جودة الأداء، إلا أن ذلك لا يمنع حدوث الأخطاء تماما، الأمر الذي يكلف المؤسسة فقدان بعض زبائنها أو تعرضها لتهديدات المنافسين أو فقدانها لبعض المزايا التنافسية، وهو ما يؤثر في النهاية على نتائج أعمالها وشهرتها في مجال نشاطها، ولحرص المؤسسة دوما على الحفاظ على زبائنها تسهر دوما من أجل العناية والاهتمام بهم من خلال تسجيل شكاويهم وانتقاداتهم ومن ثمة العمل على حلها وعلاجها بما يسمح لها بالحفاظ عليهم ولما لا كسب زبائن جدد، ونظرا لأن الشكاوي تعتبر سمة من سمات المؤسسات العاملة في إشباع رغبات زبائنهم الذين تختلف نظرا لاختلاف نظرتهم ووضعهم الاجتماعي والنفسي، ونظرا للواقع التنافسي في الأسواق، فقد أصبح لزاما على المؤسسات التعامل مع تلك الشكاوي باستقلالية ومهنية تستطيع من خلالها كسب رضا زبائنهم وتقديم خدمة تنافسية، حيث أصبحت الشكاوي تعتبر ميزة تنافسية يقدمها الزبون للشركة لتحسين الأداء وتعطي المؤسسة فرصة للتعامل معها والرد على الزبون بأريحية،¹⁶ فقد تحدث أخطاء في تأدية الخدمة وبالتالي توجد مسببات للشكاوي نتيجة عدة أسباب من أهمها:¹⁷

- أ. عدم الوفاء بالتوقعات:** قد يختلف الأداء الفعلي عن الأداء المتوقع من حيث التوقيت أو السلوك أو الجودة أو نمط الاتصال، مما يتسبب في حدوث مشكلات أو أخطاء من وجهة نظر الزبون؛
- ب. ضعف الثقة أو المصادقية في المؤسسة أو مقدم الخدمة:** قد يتولد انطباع لدى الزبون بضعف مهارة الموظف أو عدم قدرته على فهم احتياجاته، كما قد يخشى أن تقوم المؤسسة برفع أسعارها دوم مقدمات أو مبررات مقنعة، أو ألا تنفذ تعهداتها في المواعيد المحددة؛

ج. الحالة المزاجية للزبون أو الموظف: إن مواجهة الزبون أو الموظف لمواقف أو ظروف غير مرغوبة قد يؤثر على حالته المزاجية وبالتالي تفاعلاته واستجابته للطرف الآخر، الأمر الذي قد يترتب عليه مشكلات في التعامل؛

د. مقاومة الزبون للتغيير: فقد تقوم المؤسسة بتغيير السياسات أو الإجراءات أو أنظمة العمل أو متطلبات الحصول على الخدمة، مما يؤدي إلى تدمير الزبون أو مقاومته للتعديل لانطوائه على أعباء إضافية أو تطلبه لسلوكيات أو تصرفات لا يألفها، أو تأثيره على وقت أو تكلفة الحصول على الخدمة؛

ه. أسباب أخرى: مثل التمييز بين الزبائن فيما يتعلق بزمن أو أسلوب أو طريقة الحصول على الخدمة، البطء والتأخير في الحصول على الخدمة، الآلية والنمطية وخلو الخدمة من المشاعر، نقص أو عدم توفر المعلومات لدى الزبون مع عدم تحقيق الإشباع المطلوب من المنتج أو الخدمة، إضافة إلى تفوق المنافسين من حيث السعر أو الموصفات أو الخدمات.

4.3.2. تقوية العلاقة بين المؤسسة والزبائن: تعمل المؤسسة على تقوية علاقتها بزبائنها كون ذلك سوف يؤدي إلى تنمية علاقات الزبائن مع المؤسسة، ويكون محصلة ذلك استمرار المؤسسة في السوق، لذا فالمؤسسة التي لا تقوم بتقوية علاقتها مع زبائنها، سوف يحتاج زبائنها إلى إقامة علاقة مع مؤسسة أخرى بدلا منها، ومن ثمة سوف يوجه الزبون أمواله إلى تلك المؤسسة لتوطيد علاقته بها، ولكي تتأكد المؤسسة من مدى متانة وقوة العلاقة بينها وبين زبائنها كان عليها القيام بتقييم مدى ولاء زبائنها لها وذلك من خلال قواعد البيانات الخاصة بمعاملات الزبائن مع النظر للزبون الدائم على أنه الزبون ذو الولاء، وأن فقدانه أو خسارته ستكلف المؤسسة الكثير ولذا بات على رجال التسويق في الوقت الحالي استخدام وتبني بعض الإجراءات والوسائل المساعدة على الحفاظ عن طريق تنمية وتقوية العلاقة معهم والذي لن يتم إلا عن طريق القيام بالآتي:¹⁸

أ. رسم إستراتيجية مناسبة للاحتفاظ بالزبائن: ويتم ذلك عن طريق تحليل الأعمال التي يمارسها الزبائن والعمل على فهم دقيق لقاعدتهم وصولا لتحقيق ولائهم، وهي تساعد في بناء مكانة وصورة ذهنية للمؤسسة لدى الزبون؛

ب. بناء قاعدة بيانات عن زبائن المؤسسة: ويتمثل ذلك بالاحتفاظ بسجلات دقيقة عن الزبائن والمتعاملين مع المؤسسة؛

ج. بناء علاقات ذات طابع شخصي مع الزبون: وذلك عن طريق العمل على حل مشاكلهم، ومعاملتهم باحترام؛

د. قيام المؤسسة بدور المرشد للزبون: قد يجهل الزبائن طبيعة الخدمات وكيف يمكن الاستفادة منها، لذا يجب على المؤسسة إرشاد الزبون بما يحقق له منافع مادية، كخفض تكاليف الخدمات أو الحصول على منافع اعتبارية؛

ه. العمل على بناء نظام للحوافز يتناسب وتقسيمات الزبائن: وذلك من خلال المعلومات التي توفرها قاعدة بيانات الزبون الموجودة لدى المؤسسة، ويجب أن تتناسب هذه الحوافز مع الفئات السوقية المستهدفة من حيث أعمارهم وطبيعة أعمالهم.

5.3.2. التسويق الداخلي: لا يركز تسويق العلاقات على كسب الزبائن وإبرام صفقات فقط بل أيضا يعتمد على الحفاظ على العلاقات وتعزيزها بحيث يتم التركيز على العلاقات طويلة المدى المستمرة التي تؤدي إلى إجراء معاملات تجارية متكررة وترسخ الولاء في التعامل وتحقق أرباحا طوال مدة التعامل مع الزبون، كما يعتبر تسويق العلاقات أسلوبا تفاعليا للتسويق حيث يعتمد على التعاون والثقة بدلا من الأساليب التي تعتمد على الخصومات والمنافسة غير الشريفة،¹⁹ وبناء عليه يتوقف نجاح واستمرار أي مؤسسة في نشاطها على مدى إمكانيتها وقدرتها على خدمة أسواقها بنوع من الفعالية والكفاءة، وذلك من خلال تطبيق المفاهيم التسويقية الحديثة، حيث أهمية تطبيق هذه المفاهيم على زبائن

المؤسسة بغرض إقناعهم وتحقيق احتياجاتهم و رغباتهم تتضح من خلال قيام الموظفين داخل المؤسسة بتحويل أفكار واستراتيجيات المؤسسة إلى واقع عملي، ولكي يتم ذلك فإنه من الضروري إقناعهم بالأفكار والخطط التي تقوم المؤسسة بانتهاجها والحصول على تأييدهم لها من خلال تطبيق وتبني مفهوم التسويق الداخلي على مستوى المؤسسة والذي ينطلق من قاعدة مفادها أن الاهتمام يجيء أولاً بالعاملين داخل المؤسسة، وتستند هذه القاعدة إلى أنه إذا لم تسوق المفاهيم والنظم والتوجيهات بجانب السلع والخدمات إلى العاملين داخل المؤسسة، فإن نجاح هذه الأخيرة في جذب الزبائن الخارجيين والحفاظ عليهم يعتبر أمر صعب التحقيق،²⁰ وبناءاً عليه يعرف التسويق الداخلي بأنه تطبيق فلسفة وممارسات التسويق على الناس العاملين في المؤسسة الذين يخدمون الزبائن وبالتالي إنهم أفضل الناس الممكن توظيفهم والمحافظة عليهم والذين هم سيعملون بأقصى ما لديهم،²¹ وعلى العموم فإن العناصر الرئيسية للتسويق الداخلي والتي منها نجد:²² إثارة دافعية الموظفين وتحقيق رضاهم، والتوجه بالزبون وتحقيق رضاه، إضافة إلى تنفيذ إستراتيجيات المؤسسة، ومن أجل الممارسة الفعالة للتسويق الداخلي يجب القيام بما يلي:²³

- تعيين أفضل الأفراد المتاحين في سوق العمل، وإعطائهم الأجور والحوافز المادية التي تبقى عليهم في وظائفهم، وتمكن في نفس الوقت من استقطاب واختيار الأفضل دائماً؛
- تزويد الأفراد العاملين برؤية المؤسسة بالشكل الذي يمكنهم من تحديد فلسفة وأهداف الوظائف التي يقومون بأدائها؛
- تجهيز الأفراد وتنمية مهاراتهم ومعارفهم وتحديثها بصورة مستمرة حتى يتسنى لهم أداء أدوارهم بشكل أفضل؛
- تمكين وتشجيع الأفراد من العمل كفريق واحد؛
- توفير الحرية، وعدم توقيع الجزاءات من أول مرة يحدث فيها الخطأ حتى لا يتم كبت أو وئد عمليات الابتكار والمبادرة من العاملين قبل أن تبدأ؛
- توفير المقاييس والمكافآت الخاصة بالإنجاز، والسعي إلى تحقيق مستويات مرتفعة من الأداء.

4.2. تحقيق المنافسة باستخدام أبعاد تسويق العلاقات: يهدف تسويق العلاقات إلى بناء علاقات قوية مع أطراف مهمة كالزبائن، من أجل الحفاظ على التميز وزيادة حجم المبيعات معهم لفترة طويلة، حيث يمكن تحقيق ذلك عن طريق الإيفاء بالالتزامات وتسليم المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية وبأسعار منطقية ومعقولة خلال فترة طويلة من الزمن، كما أنه في العديد من المؤسسات أصبح تسويق العلاقات مع الزبون أولوية إستراتيجية تهدف من خلاله المؤسسة إلى الحفاظ على الزبون عن طريق تطوير علاقات طويلة المدى معه، لأن الزبون الذي لديه ولاء هو أكثر ربحية من زبائن العلاقات التبادلية أو الزبائن الجدد،²⁴ وعليه يعتبر تسويق العلاقات مع الزبون من السمات التي من الممكن أن تحقق المؤسسة من خلالها التميز كما أنه يساعدها من الرفع من مستوى أدائها التنافسي، ولكون أن قيام المؤسسة بالناية بالزبون والاهتمام به تعد من أهم العناصر المؤدية لبناء علاقات قوية معهم، ومن بين العناصر المؤدية لتقوية وتوطيد تلك العلاقة بين المؤسسة وزبائنها نجد عنصر الجودة بالإضافة لبقية الأبعاد التي تم ذكرها، والتي ومن دون شك إن تم تطبيقها واستغلالها من طرف المؤسسة أحسن استغلال سوف يمكنها من التحسين من أدائها التنافسي وبالتالي الرفع منه وعليه كيف سيساهم استخدام المؤسسة لأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أدائها التنافسي؟. وهذا الذي سنعرفه من خلال تتبع ما يلي:

1.4.2. استخدام الجودة لتحقيق الميزة التنافسية: بناء على التطور في طبيعة العلاقات بين أطراف النظام التسويقي وظهور تسويق العلاقات الذي أدى إلى تغيير النظرة إلى طبيعة المنافسة، حيث نتيجة لهذه التغيرات يمكن أن نطلق على

المنافسة بين المؤسسات اليوم لفظ منافسة الخدمة، أي تلك القائمة على تقديم الخدمات المتميزة كجزء من إجمالي العرض التسويقي للأطراف المختلفة ذات العلاقة بالمؤسسة والتي يعكس قيمة أفضل من تلك العروض المقدمة بواسطة المنافسين،²⁵ وعلى الرغم من عدم اتفاق الباحثين حول مفهوم الجودة إلا أنه هناك اتفاقاً بينهم حول أهميتها ودورها الفعال في تحقيق ميزة تنافسية، فقد أصبحت العديد من المؤسسات ونتيجة للمتغيرات البيئية المحلية منها والدولية عاجزة عن البقاء والاستمرار دون تبنيها لإستراتيجية واضحة وفعالة في مجال الجودة، سواء تعلق الأمر بجودة منتجاتها أو جودة نظام إدارتها، وعليه فإن للجودة دور في تحقيق ميزة تنافسية نظراً لأهميتها في تواجد المؤسسة حيث يتجلى ذلك من خلال: مساهمة الجودة في تحقيق الأرباح، تحديد الإستراتيجية التسويقية التنافسية، زياد إقبال الزبائن على منتجات وخدمات المؤسسة كنتيجة لجودتها، تحقيق الريادة والنمو للمؤسسة إضافة إلى إشباع حاجات ورغبات الزبائن والاستجابة لتوقعاتهم مع السعي في تحقيق الرضا وزيادة درجته.²⁶

كما تؤكد كذلك إدارة الجودة الشاملة باعتبارها نظام إداري متميز وإستراتيجية تنافسية ملائمة لمختلف المؤسسات، على أنها منهج فعال وذو كفاءة عالية في امتلاك وتحسين الميزة التنافسية والذي يمكنه أن يتم من خلال الإدماج الصحيح لفلسفة ومبادئ هذا الأسلوب الإداري المتفوق، حيث تجمع أغلب الأدبيات الإدارية المعاصرة على أنها أقوى مرتكزات التنافسية وذلك من خلال:²⁷

- **التحسين المستمر:** الذي يدعو إلى تدعيم البحث والتطوير وتشجيع إبداع وتنمية المعرفة والمهارات لدى الكفاءات البشرية في المؤسسة؛
- **التركيز على الزبون:** من خلال ضرورة التعرف الدائم على حاجياته الحالية والمتوقعة وقياس مدى رضاه باستمرار حول منتجات المؤسسة؛
- **التركيز على الموارد والكفاءات البشرية:** وذلك عن طريق عمليات التدريب والتحفيز وتوفير بيئة ملائمة للإبداع وتنمية العمل الجماعي ونشر روح التعاون بدل من المنافسة وضرورة النظر للعاملين كزبائن داخليين للمؤسسة والتصرف معهم على هذا الأساس، مما يزيد من ولائهم للمؤسسة ويرفع من معنوياتهم ويحفزهم على بذل مجهودات أكثر نحو إيقان عملهم والرفع من إنتاجيتهم؛
- **الوقاية بدل من التفتيش:** حيث أن تطبيق نظام إدارة الجودة يساهم في تخفيض تكاليف الإنتاج، وزيادة الإنتاجية بسبب اعتماد عنصر الوقاية في العملية الإنتاجية ومراقبة الانحرافات، بما يساهم في مطابقة المنتجات مع المواصفات المحددة لها.

2.4.2. التحسين المستمر للجودة وتحقيق الميزة التنافسية: إن هدف عمليات التحسين المستمر هو الوصول إلى الإتقان الكامل عن طريق استمرار التحسين في العمليات الإنتاجية لمؤسسة، وبالرغم من أن الإتقان الكامل هدف صعب تحقيقه ولكن يجب أن تُبذل الجهود للوصول إليه، وعليه فإن التحسين المستمر عملية شاملة تتضمن كافة أنشطة المؤسسة سواء المدخلات أو عمليات التحويل أو المخرجات وحتى انتقال المخرجات أو المنتجات إلى الزبون، كما قد ينتج عن عملية التحسين المستمر تخفيض في المدخلات أو زيادة في المخرجات أو تحسين جودة المخرجات أو ارتفاع مستوى رضا العاملين أو رضا الزبائن،²⁸ وبناء عليه فإن اعتماد التحسين المستمر لمجالات العمل كافة في المؤسسة يجعلها تتفوق على المنافسين لها والتميز عليهم وتحقيق هذه الكيفية وتطويرها بشكل دائم يضمن لها متطلبات الاستمرار في الأسواق والبقاء فيها بثبات، ومن هنا فإن التحسين المستمر يعد شرطاً أساسياً لنجاح الإدارة الشاملة للجودة في تحقيق أهدافها، ولهذا السبب بالذات وصفت الكثير من المصادر التحسين المستمر بالعمود الفقري لمنهجية الإدارة

الشاملة للجودة ومطلب أساسي لنجاحها،²⁹ لذلك فالتحسين المستمر يعتبر من بين أهم الأساليب المحققة والمساعدة على حد سواء في اكتساب أي مؤسسة للميزة التنافسية.

كما تظهر عملية التحسين المستمر من خلال المراحل الثلاث وهي التوازن والمشاركة والتحسين وعلى المعنيين بهذه العملية من استثمار جهودهم المستمرة بجعل تكنولوجيا المعلومات المتطورة تساعد على أداء العملية بطرق جديدة مختلفة مما تمنح المؤسسة الميزة التنافسية.³⁰

3.4.2. توظيف نظام الشكاوي في اكتساب الميزة التنافسية: إنه من المهم الترحيب بأي شكوى من الزبون إلى المؤسسة ودراستها والاهتمام بها واتخاذ قرار بشأنها، فالشكاوي يمكن النظر إليها على أنها فرصة لحل المشاكل وللكشف عن نقاط الضعف المحتملة، ومن خلال الشكاوي يمكن أن نحول الأشخاص غير الراضين عن المؤسسة إلى أشخاص لديهم ولاء للمؤسسة ولمنتجاتها،³¹ ونظرا لأن الشكاوي تعتبر سمة من سمات المؤسسات العاملة في إشباع رغبات الأفراد، الذين تختلف رغباتهم نظرا لاختلاف نظرتهم ووضعهم الاجتماعي والنفسي ونظرا للواقع التنافسي في الأسواق، أصبح لزاما على المؤسسات أن تقوم بالتعامل مع تلك الشكاوي باستقلالية ومهنية تستطيع من خلالها كسب رضا الزبائن وتقديم خدمة تنافسية، وأصبحت الشكاوي تعتبر ميزة تنافسية يقدمها الزبون للمؤسسة لتحسين الأداء وتعطي المؤسسة فرصة التعامل معها والرد على الزبون بأريحية، لذلك أصبحت المؤسسات ترصد الميزانيات المالية وتوظف المختصين للتعامل مع الشكاوي فيما تطبق مقاييس علمية للتعامل معها،³² هذا وينقسم الزبائن من حيث تقديم الشكاوي إلى عدة أنواع من أهمها نذكر:³³

- **الزبون الحليم (الصامت):** هذا النوع من الزبائن لا يشتكي بغض النظر عن معاناته من الأخطاء، وينبغي العمل على إغراؤه على الكلام وتقديم الشكوى؛
- **الزبون دائم الشكوى:** يشكو دائما بحق أو بدون حق، ولا يكون راضيا أبدا عن المنتج، فهناك دائما من وجهة نظره أخطاء، وهذا النوع لا يمكن إهماله أو طرده بل نحاول معالجة مشاكله والتخلي معه بالصبر؛
- **الزبون الموضوعي:** هذا الزبون لا يشكو إلا إذا كان هناك مبررا لشكواه، فهو يهتم بالنتائج وحل المشكلة، ولا تهمه الأعداء؛
- **الزبون المستغل:** يهدف إلى الحصول على مزايا إضافية من تقديم شكواه، وليس هدفه الرئيسي أن يحلها، وعلى الموظف هنا أن يكون موضوعيا في إجاباته أن يستخدم المعلومات الدقيقة لدعم كلامه ومنطقه.

4.4.2. تقوية العلاقات بين المؤسسة والزبون وتحقيق الميزة التنافسية: إن تزايد الاهتمام بالزبون في الأونة الأخيرة وذلك بعد ازدياد حدة المنافسة بين المؤسسات، وقد أدى التنافس الحاد بين هذه المؤسسات إلى ضرورة التركيز على إشباع حاجات الزبون وذلك محاولة لإرضائه وإسعاده، حيث تسعى المؤسسات الناجحة دائما للارتقاء بمستوى خدماتها المقدمة إلى الزبائن وذلك من أجل الاحتفاظ بهم واستمرار تعاملهم مع المؤسسة وحثهم على الولاء للمؤسسة وللمنتجات التي يقومون بشرائها بالإضافة إلى محاولة جذب زبائن جدد إلى المؤسسة،³⁴ ولكي تتمكن المؤسسة من تحقيق ذلك فإنه عليها تبني علاقة تنسم بالقوة والمتانة بينها وبين زبائنها، وفي علاقة المؤسسة بزبائنها قد تكون بناءا على حالة ارتباط متبادل يقوم على أساس مصلحة واهتمامات مشتركة، وهو نمط العلاقات طويلة الأمد، فقد كان النشاط التسويقي لفترة طويلة في علاقة المؤسسة بالزبون يقوم على الصفة، إلا أنها سرعان ما اكتشفت أن الزبون لن يكون مجديا في المدى الطويل إلا على أساس علاقات طويلة الأمد، حيث أن هذه العلاقات أصبحت في نظر المؤسسات تقوم

على أساس حقائق مفادها أن الزبون الأكثر تحقيق للربح بالنسبة للمؤسسة هو الزبون الذي يرتبط بالمؤسسة بعلاقة طويلة الأمد.³⁵

يتضح مما سبق أن تقوية المؤسسة لعلاقتها بزبائنها يُمكنها من تحقيق وكسب ميزة تنافسية، ولكن هذا لن يتم إلا إذا قامت المؤسسة بالتنبؤ بحاجات الزبون ورغباته وتوقعاته ومحاولة تلبيةها، لذا يجدر بالمؤسسة الرغبة في تحقيق ذلك التوجه بالزبون من خلال الاهتمام بحاجاته ورغباته وتوقعاته فهو يعد المدخل الحقيقي لنجاح المؤسسة في أداء المهام التسويقية بنجاح،³⁶ وبالتالي المساعد على إيجاد علاقة وطيدة بينها وبين زبائنها، وبالتالي فكلما كانت علاقة المؤسسة بزبائنها قوية كلما كان ذلك مكسب وتميز يساعدها على تحقيق ميزة تنافسية من جهة ومجابهة كل منافسيها من جهة أخرى.

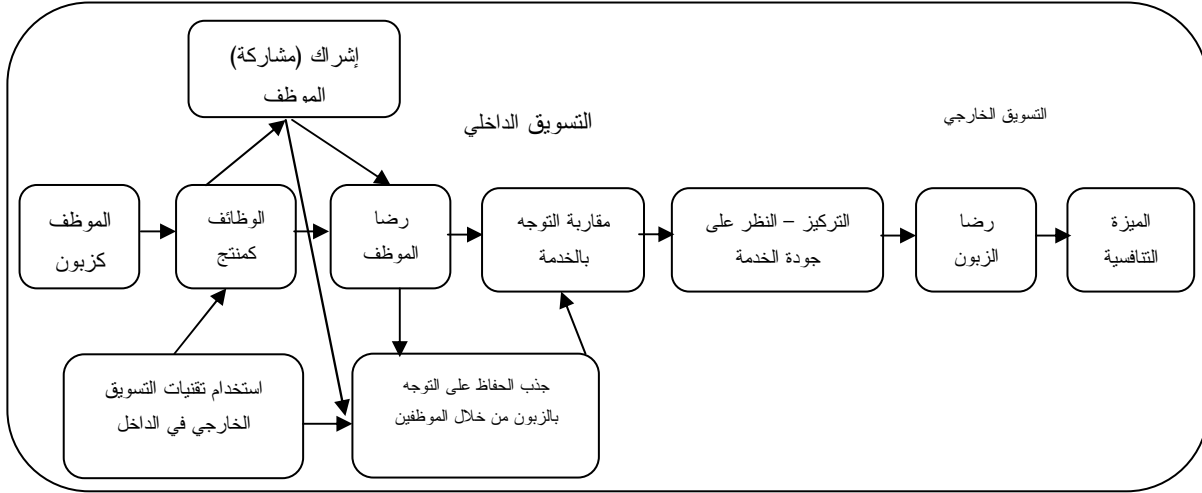
5.4.2. عمليات التسويق الداخلي وتحقيق الميزة التنافسية: تعتبر عملية التسويق الداخلي بمثابة تطبيق لجميع القواعد الخاصة بالتسويق الذي يتم بين الزبائن الخارجيين وفرق العمل، ويرجع السبب في ذلك إلى أن العديد من أفراد فرق العمل يعتبروا بمثابة زبائن داخليين للسياسات والعمليات الخاصة بالتسويق من خلال الزبائن، حيث تلتزم عملية التسويق الداخلي قواعد خاصة منها:³⁷

- دراسة أوضاع السوق: وذلك من خلال التعرف على أنواع فرق العمل واحتياجاتهم واتجاهاتهم؛
- تحديد الأهداف: على سبيل المثال الأهداف التي تتعلق بكيفية تنفيذ عملية التسويق من خلال العلاقة بالزبائن؛
- وضع السياسات: كالسياسات التي تساعد فريق العمل على تنفيذ عملية التسويق من خلال الاتصال بالزبائن على نحو فعال.

وعندما يتم النظر للخدمات على أنها مجموعة من الأشياء التي يتم أدائها فإنه يصبح الاهتمام بنوعية وكفاءة الموظفين والعاملين بالمؤسسة جزء هام في بناء علاقات طويلة الأجل مع الزبائن، فالموظفون الذين يحبون الوظائف التي يؤدونها وكذلك الراضون عن المؤسسة التي يعملون بها سوف نجدهم يساهمون بشكل فعال في أداء خدمات مميزة ذات قيمة كبيرة لزبائن مؤسساتهم، بمعنى أن المؤسسة التي تسعى إلى إرضاء وإسعاد موظفيها تستطيع أن تزيد من فرص المحافظة على واستبقاء زبائنها الحاليين بل وزيادة حجم الأعمال التي تتم معهم، وبالتالي فالمؤسسة التي تهتم بممارسة التسويق الداخلي أن تعمل على التنافس على الأفراد أصحاب المواهب والقدرات مع تدريبهم والتأكيد على العمل التعاوني كفريق واحد، إضافة إلى إعطاء الموظفين درجة أكبر من الحرية والصلاحيات التي تمكنهم من اتخاذ القرارات بشكل جيد.³⁸

ولتحقيق ميزة تنافسية مستدامة بالنسبة للمؤسسة التي تعمل في بيئة تنافسية عالمية معقدة يعد أمر صعب للغاية، حيث يمكن تحقيق تلك الميزة التنافسية من خلال تحقيق رضا وولاء الزبائن في المؤسسات الخدمية، حيث نلمس أهمية الميزة التنافسية في نوعية وجودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة حيث أشار كل من كوتلر وأرمسترونغ إلى أنه في مؤسسات الخدمات، واحدة من الطرق الأساسية التي يمكن أن تجعل المؤسسة نموذجية ويمكن تمييزها عن منافسيها هو نوعية وجودة الخدمات، فنوعية الخدمات المقدمة يعتمد على عدد من العوامل مثل مكان تقديم الخدمات، عملية تقديم الخدمات، وطريقة تقديم الخدمات ... الخ،³⁹ والشكل الموالي يوضح طبيعة العلاقة بين التسويق الداخلي والميزة التنافسية.

الشكل رقم 01: العلاقة بين التسويق الداخلي والميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الباحثين.

استنادا للشكل السابق يمكن القول بأن أهم العوامل التي تؤثر على جودة الخدمات هو موظفي المؤسسة، الذين يكونون على اتصال مباشر مع الزبائن أثناء تقديم الخدمات، فالموظف يلعب دور رئيسي في خلق القيمة والنظرة إلى نوعية الخدمات من جانب الزبون لذلك، فإن إيلاء الاهتمام بالموظفين مهم جدا، حيث أنهم يتحملون عبء الميزة التنافسية في عالم اليوم من خلال جذب والمحافظة على الزبائن، كما يجوز للمؤسسات تمييز نفسها عن منافسيها باستخدام التسويق الداخلي الذي ينظر للموظفين على أنهم زبائن، حيث يركز التسويق الداخلي على العلاقات الداخلية السليمة بين الأشخاص على جميع المستويات في المؤسسة، وحسب Berry وبالنظر للشكل رقم: 03-05، فإن اعتبار الموظفين كزبائن داخليين والوظائف كمنتجات مقدمة لهؤلاء الموظفين واستخدام تقنيات التسويق الخارجي داخل المؤسسة سيخلق رضا الموظفين (التسويق الداخلي) الذي سيؤدي إلى تقديم الخدمات للزبائن بجودة أفضل ونتيجة لذلك يتم خلق ميزة تنافسية مستدامة داخل المؤسسة، ونتيجة لذلك سوف تكون المؤسسات قادرة على خلق ميزة تنافسية من رأس مالها البشري كون أن رأس المال البشري يعد بمثابة قيمة نادرة وغير قادرة على التقليد من قبل المنافسين.⁴⁰

الخلاصة:

يعتبر تسويق العلاقات مع الزبون من بين أهم المناهج التي تؤكد على استمرارية العلاقات التي يجب أن تتواجد بين المؤسسة وزبائنها، كما تؤكد على أهمية خدمة الزبائن والاحتفاظ بهم مع تطوير العديد من التعاملات مع الزبائن، ونظرا للأهمية البالغة التي أضحت يحتلها الزبون داخل أي مؤسسة فقد كان جديرا بنا معالجة هذا الموضوع، ومن خلال التطرق لأهم جوانب هذه الدراسة يمكن إبراز أهم النتائج والتوصيات التي تم التوصل إليها حول تسويق العلاقات مع الزبون والرفع من أداء المؤسسة التنافسية عبر الآتي:

- أن تسويق العلاقات مع الزبون يمثل أداة لتقوية العلاقات بين المؤسسة وزبائنها وبصفة مستمرة أي منذ الوهلة الأولى، وهو يهدف إلى كيفية تصميم وخلق علاقة طويلة الاجل بين المؤسسة وزبائنها؛
- يهتم تسويق العلاقات مع الزبون بكيفية جذب الزبائن والمحافظة عليهم وإنشاء علاقات جديدة معهم لاسيما في المدى البعيد؛

- أن تسويق العلاقات مع الزبون يركز على خمس أبعاد أساسية وهي : الجودة، التحسين المستمر للجودة، شكاوي الزبائن، تقوية العلاقة بين المؤسسة والزبون، وأخيرا التسويق الداخلي؛
- تتمثل أهداف ودوافع تسويق العلاقات في الحفاظ على الزبائن، بدلا من المحاولة المستمرة للبحث عن زبائن جدد، وإقامة روابط هيكلية واجتماعية تمثل حاجزا للخروج وتجعل الزبون مضطرا للاستمرار في العلاقة؛
- تحسين المؤسسة لأدائها مع تحقيقها للتميز واكتسابها للميزة التنافسية يتم عن طريق طبيعة ونوعية علاقتها بزبائنها والذي يتم تنفيذه باستخدام وتوظيف المؤسسة لأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون، ومن دون تجاهل وتناسي أن الاحتفاظ بالزبون وتحقيق الرضا والولاء له يعتبر تحدي ينبغي على المؤسسة المهتمة بذلك أخذهما بعين الاعتبار؛
- ومن خلال الدراسة يتضح لنا صحة الفرضية التي تم تبنيها الدراسة والتي تشير إلى أن استخدام المؤسسة لجميع أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون يساهم في الرفع من أدائها التنافسي، فمن خلال الجودة مثلا يمكن للمؤسسة تحقيق التميز عن منافسيها عن طريق زياد إقبال الزبائن على منتجات وخدمات المؤسسة كنتيجة لجودتها، مع تحقيقها للريادة والنمو للمؤسسة إضافة إلى إشباع حاجات ورغبات الزبائن والاستجابة لتوقعاتهم، وهكذا بالنسبة لبقية الأبعاد.

وفي الختام تجدر الإشارة إلى أن تسويق العلاقات مع الزبون أضح له أهمية بالغة لدى المؤسسات التي تريد المحافظة على زبائنها وكذا على حصتها السوقية، بحيث يمكن القول بأن تسويق العلاقات مع الزبون في حد ذاته يعد ميزة تنافسية يمكن للمؤسسة من خلاله أن ترفع من أدائها وتحقق الريادة التنافسية لمستوى منتجاتها وخدماتها.

الهوامش والمراجع :

- 1- زكريا أحمد عزام، عبد الباسط حسونة، مصطفى سعيد الشيخ، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، (ط: 05، عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2014)، ص: 27.
- 2- أديان بالمر، مبادئ تسويق الخدمات، ترجمة بهاء شاهين، علاء أحمد إصلاح، دعاء شراقي، (القاهرة، مصر، مجموعة النيل العربية، 2009)، ص: 430.
- 3- حكيم بن جروة، أثر تسويق العلاقات مع الزبون على تنافسية المؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 03، 2014-2015، ص: 30.
- 4- محمد عبد العظيم أبو النجا، التسويق المتقدم، (الإسكندرية، مصر، الدار الجامعية، 2008)، ص: 33.
- 5- محمود يوسف ياسين، واقع ممارسات التسويق بالعلاقات وأثرها في بناء الولاء كما يراها عملاء البنوك التجارية في محافظة اربد، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، جامعة اليرموك - أربد - الأردن، 2010، ص: 25.
- 6- إلهام فخري أحمد حسن، التسويق بالعلاقات، الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الدوحة، قطر، 6 - 8 أكتوبر 2003، ص: 395.
- 7- حكيم بن جروة، مرجع سبق ذكره، ص: 31.
- 8 - فريد عبد الفتاح زين الدين، المنهج العلمي لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات العربية، (الإسكندرية، مصر، دار الكتب للنشر، 1996)، ص: 10.
- 9 - بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، العدد 3، ديسمبر 2005، ص ص 257، 258 .
- 10 - حميد الطائي، بشير العلاق، إدارة عمليات الخدمة، (عمان، الأردن، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009)، ص: 141.
- 11 - خضير كاسم حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، (ط: 03، عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2010)، ص ص: 220-225.
- 12 - أحمد سيد مصطفى، إدارة الجودة الشاملة والأيزو 9000، دليل عصري للجودة والتنافسية، (القاهرة، مصر، بدون دار نشر، 2005)، ص: 70.

- 13 - كشيده حبيبة، إستراتيجيات رضا العميل، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2005، ص: 18.
- 14 - أحمد سيد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص: 71.
- 15 - نور الدين بوغان، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006-2007، ص: 85.
- 16 - حسين مطر، العناية بالزبائن، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات مؤتمر الجودة والتميز في منظمات الأعمال، جامعة سكيكدة، نقلا عن: فريد كورتل وآخرون، الجودة والتميز في منظمات الأعمال، (الجزء الثاني، عمان، الأردن، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2011)، ص: 203.
- 17 - جمال الدين محمد مرسي، مصطفى محمود أبو بكر، دليل فن خدمة العملاء ومهارات البيع، مدخلك لتحقيق ميزة تنافسية في بيئة الأعمال المعاصرة، (الإسكندرية، مصر، الدار الجامعية، 2006)، ص: 64-66.
- 18 - عواطف يونس إسماعيل، متطلبات التسويق بالعلاقات وأثرها في تعزيز العلاقة مع الزبون، دراسة استطلاعية لآراء عينة من الزبائن في معمل الألبان بالموصل، مجلة تنمية الرافدين، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، العراق، العدد 95، مجلد 31، 2009، ص: 243، 244.
- 19 - بيرفيز أحمد، محمد رفيق، التسويق الداخلي، (الجيزة، مصر، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، 2013)، ص: 58.
- 20 - محمد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق، (الإسكندرية، مصر، الدار الجامعية، 1996)، ص: 40.
- 21 - هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، (ط: 02، عمان، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2004)، ص: 284.
- 22 - محمد عبد العظيم أبو النجا، مرجع سبق ذكره، ص: 161.
- 23 - حكيم بن جروة، مرجع سبق ذكره، ص: 123.
- 24 - نظام موسى سويدان، سمير عزيز العبادي، تسويق الأعمال، (عمان، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2011)، ص: 95.
- 25 - نزار عبد المجيد البروارى، لحسن عبد الله باشيو، إدارة الجودة مدخل للتميز والريادة، مفاهيم وأسس وتطبيقات، (عمان، الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2011)، ص: 535 - 536.
- 26 - حكيم بن جروة، مرجع سبق ذكره، ص: 124.
- 27 - أحمد بن عيشاوي، إدارة الجودة الشاملة TQM في المؤسسات الفندقية في الجزائر، أطروحة دكتوراه العلوم غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص: 86-87.
- 28 - محفوظ أحمد جودة، إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات، (عمان، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2004)، ص: 181-182.
- 29 - إسماعيل إبراهيم القزاز، رامي حكمت الحديثي، عادل عبد المالك كوريل، Six Sigma وأساليب حديثة أخرى في إدارة الجودة الشاملة، (عمان الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2009)، ص: 279 - 280.
- 30 - عبد الستار العلي، تطبيقات في إدارة الجودة الشاملة، (ط: 02، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2010)، ص: 38 - 39.
- 31 - محفوظ أحمد جودة، مرجع سبق ذكره، ص: 77.
- 32 - حسين مطر، مرجع سبق ذكره، ص: 203.
- 33 - محفوظ أحمد جودة، مرجع سبق ذكره، ص: 78-79.
- 34 - المرجع نفسه، ص: 74.
- 35 - نجم عبود نجم، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، (ط: 02، عمان، الأردن، دار الوراق للنشر والتوزيع، 2008)، ص: 329 - 330.
- 36 - محفوظ أحمد جودة، مرجع سبق ذكره، ص: 75.
- 37 - ميرلين ستون، نيل وودكوك، ليز ماكتينجر، التسويق من خلال علاقتك بالعملاء Customer Relationship Marketing، إعداد قسم الترجمة بدار الفاروق، (ط: 02، القاهرة، مصر، دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2005)، ص: 155-156.
- 38 - محمد عبد العظيم أبو النجا، مرجع سبق ذكره، ص: 130 - 131.
- 39 - حكيم بن جروة، مرجع سبق ذكره، ص: 127.
- 40 - المرجع نفسه، ص: 127.

حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية: تجربة البنك المركزي الماليزي

Shariah Governance for Islamic Financial institutions: The Experience of the Central Bank of Malaysia

حليمة بوكروشة

الجامعة الإسلامية العالمية ماليزيا

سعيد يوهراوة

الأكاديمية العالمية للبحوث الشرعية
في المالية الإسلامية - ماليزيا

ملخص :

تهدف هذه الورقة إلى بحث موضوع حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية من خلال بحث الجذور التاريخية لوضع معايير حوكمة المؤسسات عموما والمؤسسات المالية الإسلامية على وجه الخصوص. كما تناول أثر الأزمات المالية لاسيما الأزمة المالية العالمية لسنة 2008م، وتداعياتها الأخلاقية والتنظيمية على معاودة النظر في موضوع معايير حوكمة المؤسسات المالية، وهو ما أفضى إلى مراجعة المعايير الصادرة، وإصدار معايير جديدة من قبل دول ومؤسسات داعمة ومصارف مركزية. وسيتم في هذه الورقة التركيز على تجربة البنك المركزي الماليزي في حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية من خلال معيار "الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية" الذي أصدره البنك سنة 2010م (باللغة الإنجليزية)، وألزم المؤسسات المالية الإسلامية العمل به في شهر جانفي 2011م. فقد حظي هذا المعيار باستحسان المؤسسات المالية الإسلامية العاملة بماليزيا. كما سعت مؤسسات مالية إسلامية في دول مختلفة الاستفادة منه، ومن غيره من المعايير والأدلة الإرشادية الصادرة عن البنك المركزي الماليزي، وهو ما يستدعي تحليل هذه التجربة لتتمين ميزاتهما وفسح المجال للإضافة عليها. والهدف من هذا البحث فهم أسس الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية، وتقدير جهود الجهات الرقابية لاسيما البنك المركزي الماليزي والمؤسسات الداعمة في إرساء الأسس التنظيمية والاحترافية للمؤسسات المالية الإسلامية.

الكلمات المفتاحية : الحوكمة الشرعية ، الأسس الشرعية ، المؤسسات المالية الإسلامية، البنك المركزي الماليزي.

Abstract:

This paper aims at examining one of the highly debated contemporary issues in the post international financial crisis in Muslim countries: the Shariah governance for Islamic financial institutions with special reference to the Shariah Governance Framework issued by the Central Bank of Malaysia in 2010 and in force in January 2011. The paper first discusses the fundamentals of corporate governance in conventional law followed by Islamic law. The texts of the Quran and Sunnah and major classical fiqhi books that established the framework of this theory are the main references. The second part of this paper examines major developments of governance from both conventional and Islamic perspectives. The third part highlights Shariah governance standards issued by the Central Bank of Malaysia. The objective of this paper is to understand the fundamentals of Shariah governance in Islamic law and appreciate the contributions of supervisory and supporting institutions especially the Central Bank of Malaysia in the implementation of prudential measures that ensure smooth and efficient performance of Islamic financial institutions.

Keywords: Shariah Governance, Shariah Fundamentals, Islamic financial institutions, Central Bank of Malaysia.

تمهيد :

إن تنظيم العلاقة التعاقدية بين الشركاء في إطاره العام ليس بالأمر المستحدث، فقد كان مطبقاً في الحضارات المتقدمة. والأمر ينسحب على الحضارة الإسلامية، فقد نظمت الشريعة الإسلامية علاقة الشريك بشريكه من خلال بيان ما يجوز في حقهما وما لا يجوز. ووضعت أطراً تنظم العلاقة التعاقدية المتعدية، فنظمت العلاقة القائمة على الوكالة والمضاربة ونظارة الوقف، وجباية الزكاة بما يجنب سوء استغلال الوكيل أو المضارب أو ناظر الوقف في إدارة هذه العلاقة لصالحه الخاص. غير أن ما جد في البحث المعاصر تشعب دراسة موضوع حوكمة المؤسسات بسبب تعقد هذه العلاقة النازمة لهذه المؤسسات حيث تناولت أطرافاً متعددة؛ منها: مجلس الإدارة والإدارة والمساهمين والمستثمرين والحكومة، والجهات القانونية بل المجتمع ككل. وما جد كذلك هو محاولة وضع هذه العلاقة في إطار منهجي ناظم يستجيب للتحديات الجديدة التي شهدتها الساحة المالية لاسيما تلك المتعلقة بتداعيات الأزمات المالية المتكررة، وهو ما ستحاول هذه الورقة التعرض إليه وتحليله.

المحور الأول- حوكمة الشركات: المفهوم والجذور التاريخية والأهداف:

يتناول هذا المحور عرضاً مختصراً لمفهوم حوكمة الشركات بوصفه مدخلاً للكلام عن حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية، باعتبار أن المؤسسات المالية الإسلامية تندرج ضمن مسمى "الشركات" أو "المؤسسات". وعليه فسيتم تعريف حوكمة الشركات، وعرض مختصر للجذور التاريخية لوضع مرتكزاتها القانونية، ثم بيان أهم أهدافها.

أولاً- تعريف حوكمة الشركات:

عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية حوكمة الشركات بأنها: "مجموعة من العلاقات بين إدارة الشركة، ومجلس إدارتها، وحملة الأسهم بها، ومجموعة أصحاب المصالح الأخرى"، وجاء في تقرير كادبوري لسنة 1992م أن حوكمة الشركات "نظام يتم من خلاله إدارة الشركات وضبطها". وعرف مجلس الخدمات المالية الإسلامية الحوكمة ضمن معيار "المبادئ الإرشادية لحوكمة الشركات والمؤسسات التي تقدم خدمات التمويل الإسلامي" بأنها: مجموعة من الترتيبات المؤسساتية والتنظيمية التي تتأكد من خلالها مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية أن هناك إشرافاً شرعياً فعالاً ومستقلاً."

ثانياً- الجذور التاريخية لحوكمة الشركات:

يتفق الباحثون على أن تنظيم العلاقة بين الأطراف المكونة لمشروع ما أمر ضاربة جذوره في التاريخ؛ بدأ ببدأ التنازع بين أطراف العلاقة التعاقدية مما حتم على هذه الأطراف وضع شروط وترتيبات تنظيمية. غير أنهم يرجعون ظهور بوادر هذا المفهوم بمقارنته الحديثة إلى ما ابعده الحرب الثانية حيث شهدت الولايات المتحدة الأمريكية طفرة اقتصادية هائلة تجاوزت فيها حدودها الجغرافية ظهرت على إثرها نزاعات بين بعض الشركات، ومشاكل بسبب سوء استغلال الشركات الاقتصادية العملاقة لنفوذها. وأما تنظيم هذه العلاقة في إطارها التشريعي الحديث فيرجعونه إلى الربع الأخير من القرن الماضي وبالتحديد سنة 1970م أين أدرجت اللجنة الفدرالية الأمريكية للأوراق المالية والمبادلات (The Federal Securities and Exchange Commission (SEC) موضوع حوكمة الشركات ضمن خطتها الإصلاحية، وفي سنة 1974م تم تداول مصطلح حوكمة الشركات بدلالاته القانونية في حل بعض النزاعات التي حدثت بين شركات سكك الحديد والشركات العقارية وغيرها من الشركات، وكذا ظهور اختلاسات ورشاوي. وفي سنة 1997م، وعلى إثر الأزمة المالية التي أصابت الدول الآسيوية وبسبب انهيار بورصتها، أكدت أهمية إثارة موضوع حوكم الشركات من خلال وضع معايير تسهم في ضبطه، فبادرت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD سنة

1998 إلى بوضع مبادئ حوكمة الشركات، حيث صارت هذه المبادئ مرجعا رئيسا لحوكمة الشركات عموما والمؤسسات المالية على وجه الخصوص. فقد تمت الموافقة على مبادئها من قبل منتدى الاستقرار المالي Financial Stability Forum، وصارت المعايير أساسا لعنصر حوكمة الشركات في تقارير البنك الدولي، وصندوق النقد الدولي، وبنك التسويات الدولية ولجنة بازل، والمنظمة الدولية للجان الأوراق المالية . وعلى إثر الأزمات التي حدثت بعد انهيار بورصة آسيا، مثل فقاعة الدوت كوم أوفقاعة تكنولوجيا المعلومات سنة 2000م، وفضيحة شركة الطاقة أنرون التي تورط فيها محاسبو ومراجعو الشركة سنة 2001م، عاودت الجهات المضطعة بموضوع الحوكمة بما فيها منظمة التعاون الاقتصادي للتنمية مراجعة المبادئ لزيادة ضبط بعض جوانبها، فأصدرت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية نسخة معدل لمبادئ الحوكمة سنة 2004م، وأصدرت بعدها لجنة بازل للرقابة المصرفية (BCBS) معيار «تعزيز حوكمة شركات الرقابة المصرفية» سنة 2006م. وبعد الأزمة المالية العالمية سنة 2008م، انتقل النقاش إلى مرحلة متقدمة بسبب تورط من كان يفترض أن يسهموا في ضبط موضوع الحوكمة والمساءلة في الأزمة وهم المحاسبون والمراجعون ووكالات التصنيف في تغطية حقائق وضعية المؤسسات المالية بسبب المصالح المحققة من قبل تلك المؤسسات، فنأدى بعض المتخصصين بنهاية مبادئ حوكمة الشركات كون القائمين على هذه الحوكمة هم من تسبب في عدم الالتزام بهذا، وتم التأكيد على موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) ، أي الدافع الداخلي الأخلاقي والقيمي الذي يجب أن يسبق موضوع الحوكمة النمطية، وتم تأطيره من خلال وضع بعض اللوائح والتعليمات التي يمكن قياسها، ومن خلال جعله مطلبا رئيس يضاف إلى متطلبات وضع مبادئ الحوكمة.

ثالثا- أهمية حوكمة الشركات:

تكمن أهمية حوكمة الشركات بصفة عامة والمؤسسات المالية بصفة خاصة فيما يأتي:

- حل التضارب والتعارض في المصالح بين الإدارة ومجلس الإدارة وأصحاب المصالح الأخرى. (الممولين المستثمرين)، وحفظ مصالح كل الأطراف.
- تحديد الرؤية الإستراتيجية للشركة ورسالتها وأهدافها.
- تحقيق الأهداف الإستراتيجية التي تم وضعها، وذلك من خلال ضمان تطبيق أفضل الممارسات في نظام الرقابة الداخلي، والالتزام التنظيمي، والمحاسبة والتدقيق، وإدارة المخاطر، والإفصاح، والمسؤولية الاجتماعية للشركة.
- ولما أن أصحاب المصالح الذين لهم علاقة بالشركة هم: الإدارة ومجلس الإدارة والمساهمين والموظفين، ومستخدمي خدمات الشركة، والممولون، والمجتمع ككل .

فإن حماية مصالحهم من خلال ما يأتي:

- تطبيق أفضل معايير الممارسات وإيجاد نظم فعالة للمحاسبة والحوافز .
- صياغة عقود واضحة وحقوق موثقة ومسؤوليات واضحة لكل الأطراف .
- الإفصاح وانضباط السوق.
- وضع الضوابط والموازن المؤسسية.
- ضبط التنظيم والإشراف.
- الإقناع الأخلاقي.
- توفير بيئة مواتية .

المحور الثاني- حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية :

من أهم ما يؤسس شرعا لموضوع حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية، مبدأ المساءلة أما الله والناس عن الالتزام بحقوق الله وحقوق الناس، وهذا مصداقا لقوله صلى الله عليه وسلم : "كلكم راع، وكلكم مسؤول عن رعيته". وكذلك مبدأ إلزام أحكام الإسلام في جميع نواحي الحياة بما فيها المعاملة. ومن بين الأدلة الإرشادية المنصوص عليها في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، نصوص تتعلق بتوثيق العقود، وتحريم الغرر، والجهالة، وجوب الوفاء بالعقود، وتحريم الخيانة والغش والاحتيال، وتحريم الرشوة، وغيرها من المبادئ التي تناولتها آيات صريحة وأحاديث ماثورة. والحوكمة نقل لهذه المبادئ والقيم من إطار التأسيس النظري، إلى إيجاد آلية تضمن أعمالها ضمن التدابير المؤسسية والتنظيمية.

أولا- تعريف الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية:

يعرف مجلس الخدمات الإسلامية في المعيار رقم IFSB-10 الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية بأنها "مجموعة من الترتيبات المؤسسية والتنظيمية التي تتأكد من خلالها مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية أن هناك إشرافا شرعيا فعالا ومستقلا" وهذا التعريف يتطلب:

1. وجود مجموعة من التدابير المؤسسية والتنظيمية؛ مجلس إدارة، وهيئة شرعية، وقسم الشريعة، وقسم التدقيق الداخلي.
2. مراقبة فعالة ومستقلة فيما يتعلق بالالتزام بالشريعة.
3. الإعلانات الشرعية ونشر المعلومات والمراجعة الشرعية الداخلية- الجوانب المسبقة والجوانب اللاحقة لإطار الالتزام والإمتثال للشريعة.

ثانيا- أهم الأدلة الإرشادية الصادرة فيها:

إن أهم ما صدر من مبادئ ومعايير وأدلة إرشادية أسهمت في حوكمة الشركات عموما، والمؤسسات المالية الإسلامية على وجه الخصوص ما يأتي:

1. مبادئ حوكمة الشركات لمنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية (OECD) الصادر سنة 1998م، والمنقح سنة 2004م ، وقد مثلت أرضية مهمة لإصدار معايير الحوكمة للمؤسسات المالية الإسلامية.
2. معايير مجلس المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية للتدقيق والضبط (الحوكمة) والأخلاقيات سنة 1997م.
3. تعزيز حوكمة شركات الرقابة المصرفية لجنة بازل للرقابة المصرفية (BCBS). منقح، 2006م ، وقد مثل هذا المعيار أرضية مهمة لتسطير مبادئ الحوكمة لاسيما من قبل مجلس الخدمات المالية الإسلامية التي صرحت بإعمال المبادئ والمعايير الصادرة عن لجنة بازل بعد مراجعتها الشرعية.
4. المبادئ الإرشادية لحوكمة الشركات والمؤسسات التي تقدم خدمات التمويل الإسلامي مجلس الخدمات المالية الإسلامية، 2006.
5. دليل الحوكمة لدى المصارف الإسلامية العاملة في الجمهورية العربية السورية الصادر عن البنك المركزي السوري سنة 2009م.
6. لمبادئ التوجيهية لحوكمة الشركات. البنك المركزي الماليزي، 2004م، ثم 2011م.
7. دليل لحوكمة الشركات المالية الصادر عن هيئة الأوراق المالية 2012م .

ثالثا- التطورات التي شهدتها الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية:

يعد موضوع الحوكمة الشرعية في بعدها الحديث موضوعا جديدا نسبيا بالنسبة لفقهاء المعاملات. غير أن فكرة الحوكمة ومقاصدها تم بالفعل تطبيقها في تنظيم السوق من خلال منهج مؤسسي في التشريع الإسلامي المتقدم فيما يعرف بالحسبة، وكذلك في الضوابط الفقهية في أعمال العقود القائمة على المشاركة وفي رأس المال والربح، أو في الربح فقط، والأمر كذلك طبق في عقود الوكالات. أما المقاربة المعاصرة للحوكمة الشرعية فقد بدأ مع بداية تأسيس البنوك الإسلامية، غير أن نقاش الحوكمة الشرعية كان محصورا في تأسيس هيئة شرعية تضمن شرعية المعاملات المالية المعقودة، فقد ناقش بنك فيصل الإسلامي في مصر (1976) والبنك الإسلامي الأردني (1978) وبنك فيصل السودان (1978) وبيت التمويل الكويتي (1979) وبنك اسلام ماليزيا (1983) وبنك دبي الإسلامي هذه المسألة من خلال تأكيدهم على ضرورة وجود هيئة شرعية تضمن شرعية المعاملات التي تقدمها المصارف الإسلامية. وبعد استقرار موضوع الحوكمة في المؤسسات المالية الوضعية، وبدأ المؤسسات المالية بتبنيه، قامت الجهات الواضحة للمعايير بمراجعتها واعتمادها بعد تصفيته حيث أدرجت ضمن هيكل حوكمة الشركات الموجود في المؤسسات المالية الإسلامية. وكان أول معيار صدر معيار هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية الذي سمي معيار الضوابط (الحوكمة) سنة 1997م، وقد كان ضمن معيار المراجعة، ثم تم وضعه بمفرده كما أصدرت معيار المراجعة ومعيار الأخلاقيات. وبعدها أصدر مجلس الخدمات المالية الإسلامية معيار "المبادئ الإرشادية لنظم الضوابط الشرعية للمؤسسات التي تقدم خدمات مالية إسلامية سنة 2006م، وأصدر البنك المركزي الماليزي المبادئ الإرشادية الشاملة للحوكمة الشرعية الذي يتضمن إطار الحوكمة الشرعي في أواخر العام 2010م، وبدأ العمل به في يناير 2011م.

رابعا- أهمية الحوكمة الشرعية وأهدافها، ونماذجها :

أ- أهمية الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية:

تكمن أهمية الحوكمة الشرعية في تحقيق الآتي:

- ضمان الالتزام الصارم بأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية من خلال التأكد من الالتزام بالمبادئ الكلية للشريعة الإسلامية، وكذا الأحكام التفصيلية المتعلقة بمعاملات المؤسسات المالية الإسلامية.
- تعزيز الاستقرار المالي، وكسب ثقة أصحاب المصالح، وإعطاء مصداقية للمؤسسة المالية الإسلامية .
- التزام بالأساسيات العامة للحوكمة، وانضباط الواجبات الائتمانية في المعاملات المصرفية الإسلامية، وإعمال القيمة المضافة المتعلقة بالجانب الشرعي للحوكمة.

ب - أهداف الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية :

أما عن أهداف الحوكمة الشرعية، فيمكن تلخيصها في نقاط أربع هي:

— تحقيق الاستقلالية في الحكم.

— النزاهة والمسائلة.

— الكفاءة والاحتراف.

— التحسين المستمر.

ج- النماذج التطبيقية للحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية:

يمكن تصنيف الأشكال الهيكلية للحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية إلى ثلاثة هياكل رئيسية هي:

أ- مركزية سلطات الحوكمة الشرعية، وذلك في البلدان التي تمتلك هيئة مركزية لإدارة المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية ومن هذه الدول ماليزيا وإندونيسيا وسوريا.

ب- الهيكل التنظيمي الذاتي للحوكمة الشرعية، وفيه يعمل مبدأ عدم التدخل، وذلك في البلدان التي تتخذ القرارات الشرعية فيها على مستوى المؤسسات المالية مع عدم تحديد السلطة النهائية المقررة، وهذا موجود في معظم دول الخليج وشمال إفريقيا، والدول الغربية المتبنية للمالية الإسلامية. والجدير بالذكر أن معظم المنضوين تحت هذا الهيكل يعتمدون في تطبيقهم للحوكمة إما على معايير مجلس المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية، أو معيار الحوكمة لمجلس الخدمات المالية الإسلامية.

ج- الهيئة الشرعية المركزية الخالصة، وتسمى أيضا الهيكل الهجين، وذلك في البلدان التي لديها هيئة شرعية مركزية، ولكنها مقتصرة على المصارف المركزية وحدها ولا تتدخل في شؤون المصارف الإسلامية الأخرى، غير أن المؤسسات المالية الإسلامية مطالبة بتقديم تقرير عن جهودها في الالتزام الشرعية للسلطات المركزية.

المحور الثالث- الإطار التنظيمي للحوكمة الشرعية الصادرة عن البنك المركزي الماليزي:

لقد صرح البنك المركزي الماليزي بأنه لا ينطلق في سن قوانينه ومعاييره من فراغ، وإنما يفيد من القوانين والمعايير الدولية، ويضيف إلى بنود هذه المعايير الجوانب الشرعية التي تضع في الاعتبار المتطلبات الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية، وقد أسس لهذا الغرض لجنتين: لجنة مراجعة القوانين، لجنة الموازنة بين القوانين الوضعية والشريعة الإسلامية تقوم بتعديل الجوانب المخالفة للشريعة الإسلامية لتجعلها منضبطة بالضوابط الشرعية. والجدول أدناه تخيص للجوانب الإضافية للحوكمة الشرعية، أو ما يسمى عند هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية "معايير الضبط".

الجدول رقم 01: معايير الضبط للمؤسسات المالية الإسلامية

الوظائف	المؤسسات المالية التقليدية	إضافي للمؤسسات المالية الإسلامية	ملاحظات
الحوكمة	مجلس الإدارة	الهيئة الشرعية	هيئة مستقلة تقوم بإصدار القرارات والآراء ووجهات النظر فيما يتعلق بالأمور الشرعية. تقدم تقاريرها مباشرة إلى مجلس الإدارة.
إدارة المخاطر والرقابة الداخلية	المدققون الداخليون والخارجيون	المدققون الشرعيون	يقوم بأداء التدقيق الداخلي من قبل موظفين مدربين في الأمور الشرعية. ويقومون بالتدقيق في الأمور المتعلقة بالشريعة. ويتم كتابة تقرير بالنتائج وإرسالها إلى الهيئة الشرعية.
الرقابة الداخلية	وحدة إدارة المخاطر	موظفي إدارة المخاطر المتعلقة بعدم الالتزام بالشريعة	تشكل جزء من وظيفة الرقابة المتكاملة لإدارة المخاطر، وذلك لتحديد جميع المخاطر المحتملة الناشئة عن عدم الالتزام بالشريعة، وتوفير تدابير للتقليل من المخاطر.
الالتزام	وحدة موظفي الامتثال التنظيمي والمالي.	وحدة المراجعة الشرعية	التقييم المستمر لمستوى الالتزام بالشريعة في جميع الأنشطة والعمليات، حيث يتم تحديد بعض الأمور التي لا تتوافق مع الشريعة، فيتخذ فيها تدابير للتصحيح الفوري، ووضع الآلية اللازمة لتفادي تكرار مثل ذلك. ملزمة بإرسال تقرير إلى الهيئة الشرعية وتقرير إداري إلى الإدارة.

أولاً- مبادئ إطار الحوكمة الشرعية الصادرة عن البنك المركزي المالي:

قام المصرف المركزي المالي بإعداد إطار عمل الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية من أجل تعزيز دور المجلس الإداري وهيئة الرقابة الشرعية والفريق الإداري للمؤسسة فيما يتعلق بالقضايا الشرعية، ويشمل ذلك تحسين الدور الذي تمارسه الأجهزة المفصلية الأخرى التي تقع على عاتقها مسؤولية تنفيذ الواجبات المتعلقة بالالتزام الشرعي وممارسة الأنشطة البحثية من أجل إيجاد بيئة تشغيلية ملتزمة بأحكام الشريعة الإسلامية. وبناءً عليه فقد تم تصميم إطار عمل الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية كي يحقق الأهداف الآتية :

- (أ) تحديد متطلبات المصرف المركزي المالي فيما يخص هيكل الحوكمة الشرعية والعمليات، والترتيبات الواجب توفرها في المؤسسة المالية الإسلامية، من أجل ضمان توافق جميع عملياتها وأنشطتها المالية مع أحكام الشريعة الإسلامية .
- (ب) توفير دليل إرشادي شامل لمجلس الإدارة وهيئة الرقابة الشرعية وإدارة المؤسسة المالية الإسلامية برمتها حول كيفية تأدية واجباتها المتعلقة بالقضايا الشرعية.
- (ت) توصيف الوظائف المتعلقة بالمراجعة الشرعية والتدقيق الشرعي وإدارة المخاطر الشرعية والبحث الشرعي" (معيار الحوكمة الشرعية).

ثانياً- نطاق تطبيق معيار الحوكمة الشرعية الصادرة عن البنك المركزي المالي:

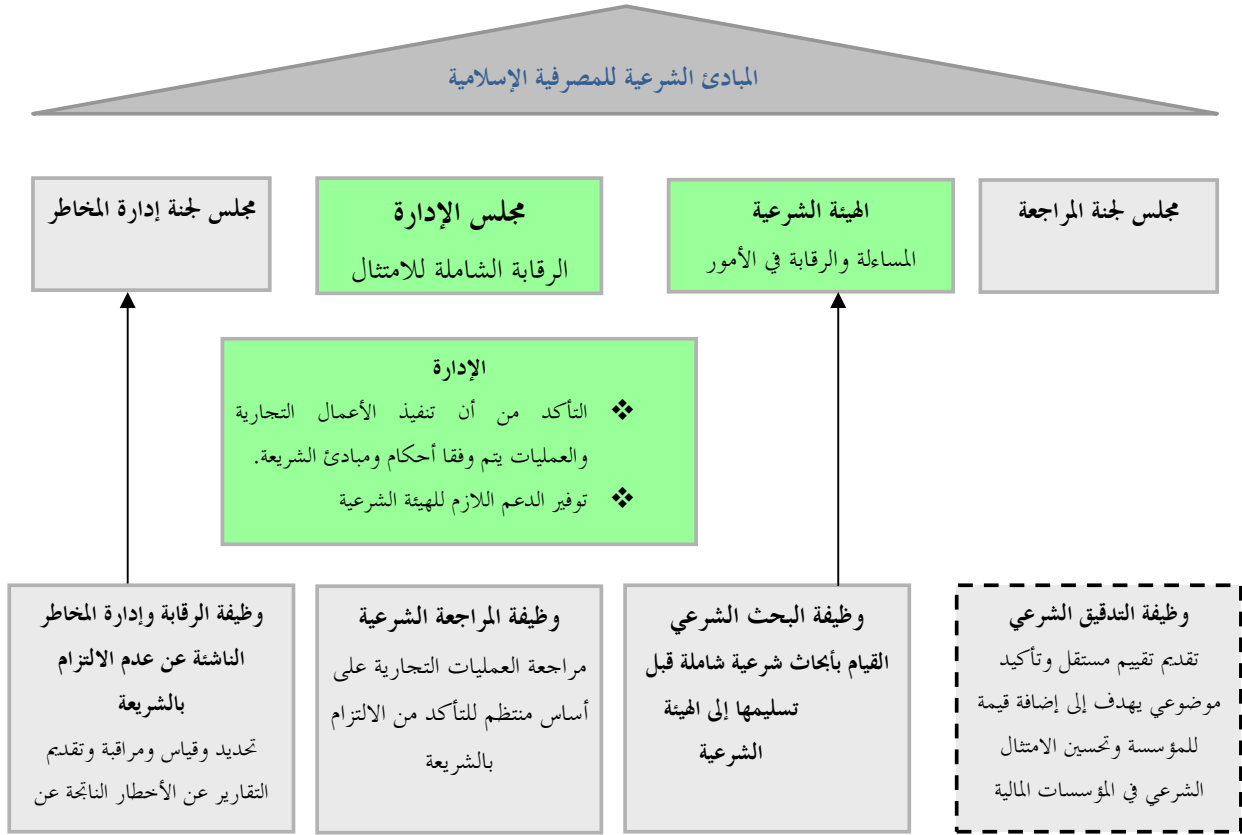
وأما عن نطاق التطبيق فقد جاء فيه "يسري تطبيق إطار عمل الحوكمة الشرعية على كافة المؤسسات المالية الإسلامية التي ينظمها ويشرف عليها المصرف المركزي المالي، ويراد بمصطلح "المؤسسة المالية الإسلامية" الوارد استخدامه في إطار عمل الحوكمة الشرعية الآتي :

- (أ) أي مصرف إسلامي مرخص وفق قانون المصرفية الإسلامية لعام 1983م.
- (ب) أي شركة تكافل أو إعادة تكافل مسجلة وفق قانون التكافل لعام 1984م.
- (ت) أي مؤسسة مالية مرخصة وفق قانون المؤسسات المصرفية والمالية لعام 1989م، ومُشاركة في نظام المصرفية الإسلامية.
- (ث) أي مؤسسة مالية تموية معتمدة وفق قانون المؤسسات المالية التنموية لعام 2002م، ومُشاركة في نظام المصرفية الإسلامية .

ثالثاً- هيكل الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية المالي:

لقد وضع البنك المركزي المالي هيكلًا خاصًا للحوكمة الشرعية ينظم سير المؤسسات المالية الإسلامية الخاضعة لسلطته الرقابية. ويرتب العلاقة بين مختلف العناصر المكونة لهذا الهيكل. وقد لخصه في الترتيب الهرمي الآتي:

الشكل رقم 01: هيكل الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية الماليزية



المصدر: البنك المركزي الماليزي

رابعاً- أهم عناصر إطار الحوكمة الشرعية الصادر عن البنك المركزي الماليزي:

أولاً- المتطلبات العامة للمؤسسة المالية:

يجب على المؤسسات المالية الإسلامية التأكد من أن أهدافها وعملياتها وأعمالها التجارية متوافقة مع الشريعة الإسلامية في جميع مراحل عملها.

يجب على المؤسسات التأكد من فعالية ومسؤولية أجهزتها، وتعزيز وظائف التزام الشرعي على أن تكون مدعومة بعمليات مناسبة لإدارة المخاطر، وتتوفر على قدرات بحثية متقدمة .

يجب أن يتم الاسترشاد في بناء هيكل الحوكمة في المؤسسات المالية الإسلامية بمجموعة من السياسات والإجراءات التي تعطي مزيد من التوضيح لأدوار الهيكل والمسؤوليات والمسؤوليات وواجبات مختلف أجهزة الحوكمة في المؤسسة.

يجب تأسيس قناة رسمية لإعداد التقارير في الأجهزة الرئيسية من أجل السماح بالإبلاغ عن القضايا الشرعية التي يجب الإطلاع بها على نحو فعال .

ثانياً- المهام المتعلقة بالأجهزة والوظائف الرئيسية:

لقد ضبط البنك المركزي الماليزي الأجهزة المنظمة لعمل المؤسسات المالية من خلال ضبط وظائف كل جهة، وتحديد مسؤولياتها تحديداً دقيقة، وهذه الجهات تتناول الآتي:

-مجلس الإدارة :

وتتمثل مسؤولياته ومهامه في الآتي:

- مُساءل و مسؤول عن الهيكل الكلي لإطار الحوكمة الشرعية والالتزام بالشرعية.
- المصادقة على جميع السياسات المتعلقة بالقضايا الشرعية.
- التأكد من أن الإدارة تقوم بتوفير المعلومات والإفصاح التام إلى الهيئة الشرعية.
- تعيين الهيئة الشرعية بناء على توصية لجنة الترشيحات في المؤسسة.
- الاعتراف باستقلال الهيئة الشرعية، والتأكد من خلوها من أي تأثيرات سلبية.
- الالتزام باعتماد قرارات الهيئة الشرعية وأن يتم تطبيقها من قبل المؤسسة.
- يكون لديه فهم معقول لمبادئ الشرعية وتطبيقها الواسع في المصرفية الإسلامية.
- تطوير مجموعة من المعايير الملائمة والمناسبة للهيئة الشرعية.
- مراجعة أداء الهيئة الشرعية لقياس مستوى الكفاءة والمعرفة والمساهمات.

-الهيئة الشرعية :

وتتمثل مسؤولياتها ومهامه في الآتي:

- مسؤولية ومحاسبة عن كل القرارات والرؤى والآراء المتعلقة بالقضايا الشرعية
- يجب عليها الإضطلاع بدور الرقابة على عمليات المؤسسة التجارية.
- تقديم المشورة لمجلس الإدارة وتقديم مدخلات إلى المؤسسة فيما يتعلق بالقضايا الشرعية.
- التصديق على السياسات والإجراءات الشرعية التي تعدها المؤسسة.
- التصديق والتحقق من صحة المستندات ذات الصلة مثل المستندات القانونية وأدلة المنتجات والإعلانات التسويقية وغير ذلك.
- تقديم التقارير مباشرة إلى مجلس الإدارة مما يعكس استقلاليتها عن إدارة المؤسسة والأطراف الأخرى
- إبلاغ مجلس الإدارة وتقديم التوصيات فيما يتعلق بالإجراءات والتدابير العلاجية لتصحيح الأوضاع.
- تعزيز المعرفة في الشرعية والتمويل الإسلامي وكذلك مواكبة شؤون المؤسسة الإسلامية.
- الالتزام بالسرية في كل الأوقات ولا يجوز استخدام المعلومات بطريقة تؤدي إلى الإضرار بالمؤسسة.

- الإدارة :

وتتمثل مسؤولياته ومهامه في الآتي:

- مسؤولية عن مراعاة وتطبيق قرارات الهيئة الشرعية التابعة للمؤسسة والهيئة الشرعية التابعة للبنك المركزي.
- الإفصاح اللازم وإعطاء المعلومات التي تحتاجها الهيئة الشرعية بطريقة صحيحة ونزيهة وشفافة في أي من المجالات التي تحتاج إلى مزيد توضيح من قبل الهيئة
- توفير الموارد الكافية والقوى العاملة لدعم البنية التحتية للحوكمة الشرعية. ضمان أن السياسات والإجراءات الشرعية يمكن الوصول إليها في كل الأوقات لأولئك المعنيين بتطبيق الحوكمة الشرعية.
- توفير برامج التعليم والتدريب المستمر لأصحاب المصالح الداخلية الرئيسيين بما في ذلك مجلس الإدارة والهيئة الشرعية والموظفين المعنيين بالأمر الشرعية.
- تطوير واعتماد ثقافة شمولية للالتزام بأحكام الشرعية داخل المؤسسة.
- إخطار مجلس الإدارة والهيئة الشرعية وكذلك البنك فوراً في حال أن الإدارة على علم ببعض العمليات التجارية التي لا تتوافق مع الشرعية.

ثالثاً- وظائف المراجعة والتدقيق الشرعي :

يقسم البنك المركزي الماليزي موضوع التدقيق إلى قسمين: قسم يتعلق بالمراجعة الشرعية وهو يتناول المسائل القبلية، وقسم يتناول التدقيق الشرعية وهو يتناول المراجعة البعدية الدورية.

خامساً- الإفصاح والشفافية : تقارير الهيئة الشرعية

لقد أعدت ماليزيا ضمن فقرة GP8-i المبادئ الإرشادية بشأن إعداد التقارير المالية في المصارف الإسلامية (2005) وفقرة : GPT6 المبادئ الإرشادية بشأن التقارير المالية في شركات التكافل: هذان الدليلان يوفران المتطلبات للإفصاح بما في ذلك تقرير الهيئة الشرعية. وهذا ما أعيد التأكيد عليه مرة أخرى في إطار الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية (2010).

أصدرت أيوفي معياراً يتعلق بتشكيل الهيئة الشرعية/تقارير مجلس الرقابة الشرعية (GSIFI No 1) والذي صار نافذاً في 1999.

إطار الحوكمة الشرعية الذي أصدره البنك المركزي الماليزي تبنى معيار أيوفي طبقاً للوائح التنظيمية المصرفية المحلية، وهي خطوة جيدة لأنها تسمح بالمقارنة المباشرة لتقارير الهيئات الشرعية في مختلف البلدان . الحد الأدنى للإفصاح: إطار الحوكمة الشرعية.

الملاحق المدرجة ضمن نص معيار الحوكمة الشرعية

لقد ختم معيار الحوكمة الشرعية الصادر عن البنك المركزي الماليزي بتسطينة ثمانية ملاحق هي:

ملحق رقم 1: قائمة بالأدلة الإرشادية ذات العلاقة

2007/1/24	(GP1-i) (BNM/RH/GL/002-1) المرخصة
2004/11/8	(BNM/RH/GL/004-1) التكافل
2005/7/1	(BNM/RH/GL/002-2) المرخصة
2010/7/1	(BNM/RH/GL 013-4) المرخصة
2009/5/18	(BNM/RH GL 008-3) جديدة
2009/7/1	(BNM/RH/GL 010-14) التكافل
2003/6/23	(BNM/RH/GL/002-4) المرخصة
2008/7/22	(BNM/RH/GL/004-8) التكافل

ملحق رقم 2: معايير الشخص "المناسب والملائم" للعمل في الهيئة الشرعية

تعيين هيئة الرقابة الشرعية

1. يقوم مجلس الإدارة بناء على توصية لجنة الترشيحات بتسمية أعضاء الهيئة الشرعية وتعيينهم.
2. يعتمد التعيين وإعادة التعيين لأعضاء الهيئة الشرعية على موافقة خطية مسبقة من البنك المركزي وهيئته الشرعية.
3. في حال الموافقة على التعيين أو إعادة التعيين فإنه يحق للبنك المركزي فرض الشروط التي يراها مناسبة إضافة إلى الشروط الواردة في الإطار. وعدم الامتثال لأي شرط يلغي الموافقة.

إجراءات تقديم الطلبات للهيئة الشرعية

1. في معالجة الطلب المقدم من قبل عضو من أعضاء الهيئة الشرعية؛ يجب إجراء فحص للتحقق من أن العضو المقترح شخص "مؤهل ومناسب". ويجب كذلك إجراء فحص مماثل عند إعادة تعيين العضو.

2. عند انتهاء مدة عقد العضو -وإلى أن يعطي البنك المركزي موافقته لتجديد مدة العقد- لا يعد العضو أحد أعضاء الهيئة الشرعية ولا يُسمح له بمزاولة دوره كعضو في الهيئة الشرعية للمؤسسة التي يعمل فيها.
3. يجب على المؤسسة الامتناع عن الإعلان للجمهور بأي تغييرات مقترحة في هيئتها الشرعية قبل الحصول على موافقة البنك المركزي الخطية للمضي قدما في تلك التغييرات.
4. يجب تقديم طلب التعيين أو إعادة التعيين لأعضاء الهيئة الشرعية قبل ستين يوما على الأقل من التاريخ المقترح للتعيين. يتم تقديم الطلب في النموذج رقم 1 BNM/JKS كما هو مرفق في الملحق رقم 8.

استقالة أعضاء الهيئة الشرعية وإفالتهم

1. على المؤسسة المالية الإسلامية إخطار البنك المركزي بأي استقالة أو إقالة لأي عضو من أعضاء الهيئة الشرعية في غضون 14 يوما من تاريخ الاستقالة أو الإقالة مع توضيح أسباب ذلك.
2. لا تعد الاستقالة نافذة المفعول إلا بعد موافقة البنك المركزي وهيئته الشرعية.

المؤهلات

1. يجب أن يكون عضو الهيئة الشرعية شخصا مسلما. ولا يجوز لأي شركة أو مؤسسة أو أي كيان آخر تأسيس هيئة شرعية خاصة بإطار الحوكمة هذا فقط.
2. يجب أن يكون أغلب أعضاء الهيئة الشرعية حاصلين على شهادة البكالوريوس في الشريعة من جامعة معترف بها على أن تتضمن دراستهم في مستوى البكالوريوس مادتي أصول الفقه وفقه المعاملات (المعاملات المالية والقانون التجاري الإسلامي).
3. أن يكون أعضاء الهيئة الشرعية على معرفة تامة باللغة العربية تحدثا وكتابة كما يجب أن يكون لديهم فهم جيد للغة الماليزية والإنجليزية.
4. يُمكن للهيئة الشرعية أن تضم خبراء من تخصصات مختلفة مثل التمويل والقانون وذلك له أثر في تدعيم المداورات والمناقشات الشرعية وتوسعتها على أن لا يُشكل هؤلاء الخبراء الأغلبية في الهيئة.
5. يُستحسن أن يتم تشكيل الهيئة من أعضاء ذوي اختصاصات متنوعة من حيث المؤهلات والخبرة والمعرفة.

استبعاد عضو الهيئة الشرعية

1. يجب أن يكون أعضاء الهيئة الشرعية ممن يتمتعون بالنزاهة والأخلاق والسمعة الطيبة. ويحتفظ البنك المركزي جنبا إلى جنب مع هيئته الشرعية بحق استبعاد أي عضو لا يستوفي الشروط لا سيما أولئك الأعضاء الذين يرتكبون إحدى المخالفات التالية:
 - أ. تصرف العضو بطريقة تثير الشكوك في قدرته على مزاولة مهامه كعضو هيئة شرعية.
 - ب. غياب 75% من اجتماعات الهيئة الشرعية خلال عام من دون عذر مقبول.
 - ج. إفلاس العضو، أو تقديم التماس إفلاس ضد العضو بموجب قوانين الإفلاس.
 - د. أن يصدر ضده حكم قضائي في أي جريمة خطيرة أو جريمة يُعاقب عليها بالسجن لمدة عام أو أكثر.
 - هـ. أن لا يكون خاضعا لأي أمر اعتقال أو مراقبة أو إقامة جبرية أو نفي.
2. في حال كان العضو عرضة لأي من المسوغات التي تجعله غير مؤهل لعضوية الهيئة الشرعية أو أنه لم يعد مؤهلا لشغل هذا المنصب حسب المنصوص عليه في هذا الإطار، وبعد أخذ الموافقة من البنك المركزي وهيئته الشرعية فإنه يجب على المؤسسة المالية إنهاء خدمات هذا العضو.

القائمة السلبية

1. يجب على عضو الهيئة الشرعية أن لا تكون لديه أي علاقة بأشخاص معينين يمكن لتلك العلاقة أن تتسبب أو يمكن النظر إليها على أنها تدخل في ممارسته لإصدار أحكام مستقلة. هؤلاء الأشخاص هم:
 - أ. أحد أعضاء العائلة المباشرين مثل الزوج أو الأطفال أو الإخوة الموظفين حالياً أو الذين كانوا موظفين خلال العام الفائت لدى المؤسسة المالية التي يعمل فيها العضو أو أي من الكيانات التابعة لها، وكانوا موظفين كمديرين تنفيذيين أو كانوا أعضاء مجلس إدارة غير مستقلين.
 - ب. الشريك أساسي، أو الشريك (في حصة 5% أو أكثر) أو كان الشخص يعمل في منصب تنفيذي، أو كان مديراً لأي مؤسسة تجارية ربحية لها علاقة بالمؤسسة المالية الإسلامية أو أحد الكيانات التابعة لها، أو عمل مديراً لمؤسسة تجارية تلقت مبالغ مالية ضخمة من المؤسسة المالية الإسلامية أو أحد كياناتها في العام المالي الحالي أو العام المنصرم.
2. يجب أن لا يكون عضو الهيئة الشرعية:
 - أ. موظفاً لدى المؤسسة أو إحدى الشركات التابعة لها خلال العام الحالي والماضي.
 - ب. عضو هيئة شرعية لمؤسسة مالية أخرى تعمل في الصناعة نفسها.

ملحق رقم 3: تقرير الهيئة الشرعية

تقرير الهيئة الشرعية

نحن مطالبون وفقاً لكتاب التعيين بتقديم التقرير التالي:

لقد قمنا بمراجعة الأصول والعقود المتعلقة بالمعاملات والتطبيقات التي أدخلتها مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية خلال الفترة المنتهية في XX/XX/XXXX. ولقد قمنا بهذه المراجعة من أجل إيداء رأينا حول ما إذا كانت مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية قد التزمت بأصول الشريعة والتزمت بالقواعد والأحكام الشرعية التي أصدرتها الهيئة الشرعية للبنك المركزي الماليزي وكذلك القرارات التي أصدرناها نحن في هذه الهيئة. إن إدارة مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية مسؤولة عن ضمان سير كل عمليات المؤسسة وفق مبادئ الشريعة الإسلامية. وإن مسؤوليتنا أن نقدم رأياً مستقلاً بناء على مراجعتنا لعمليات المؤسسة وتقديم تقرير بذلك إليكم. وقد قمنا بمراجعة العمل الذي قامت به كل من المراجعة الشرعية والتدقيق الشرعي المتضمن -بناء على أساس الاختبار- فحص كل نوع معاملة وفحص الوثائق ذات الصلة والإجراءات المعتمدة من قبل مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية. وقد قمنا بالتخطيط وعمل مراجعة وذلك بالحصول على كافة المعلومات والإيضاحات التي رأينا أنها ضرورية من أجل تزويدنا بأدلة كافية وبذلك يمكننا إعطاء تأكيد معقول بأن مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية لم تقم بأي انتهاك لأصول شرعية.

وفي رأينا:

1. وبعد قيامنا بمراجعة العقود والمعاملات والصفقات التي قامت بها مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية خلال العام المنصرم المنتهي في XX/XX/XXXX ووجدناها متفقة مع مبادئ الشريعة.
 2. توزيع الأرباح وتحميل الخسائر المتعلقة بالحسابات الاستثمارية تتفق مع الأساس الذي تم اعتماده من قبلنا وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية. (يجب أن تشمل فقرة الرأي (رأي الهيئة) عند الحاجة على الأمور التالية):
 3. كل الأرباح التي تحققت من مصادر أو بوسائل غير مباحة شرعاً تم التخلص منها بصرفها في الأعمال الخيرية.
 4. تم احتساب الزكاة وفقاً لمبادئ الشريعة.
- نحن أعضاء الهيئة الشرعية لمؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية نؤكد بأن عمليات مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية للسنة المالية المنتهية في XX/XX/XXXX قد تم تنفيذها وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية.

رئيس الهيئة الشرعية:

(الاسم:)

الهيئة الشرعية:

(الاسم:)

ملحق رقم 4: واجبات الهيئة الشرعية ومسؤولياتها ومحاسبتها

تضطلع الهيئة بالواجبات والمسؤوليات الرئيسية الآتية:

1. المسؤولية والمحاسبة.
- يُتوقع من أعضاء الهيئة الشرعية أن يدركوا أنهم أثناء أدائهم لواجباتهم وتحملهم لمسؤولياتهم مساءلون ومحاسبون عن أرائهم وقراراتهم التي يصدرونها.
2. تقديم المشورة لمجلس الإدارة وللمؤسسة.
- على الهيئة الشرعية تقديم المشورة لمجلس الإدارة وتقديم المساعدة للمؤسسة في كل ما يتعلق بالقضايا الشرعية وذلك من أجل أن تلتزم المؤسسة بمبادئ الشريعة في كل الأوقات.
3. المصادقة على السياسات والإجراءات الشرعية.
- على الهيئة القيام بالمصادقة على السياسات والإجراءات الشرعية التي تُعدها المؤسسة وضمان أن تلك السياسات والإجراءات لا تحتوي على ما يخالف الشريعة الإسلامية.
4. المصادقة والتحقق من صحة الوثائق.
- من أجل ضمان أن منتجات المؤسسة المالية تتفق مع مبادئ الشريعة فإنه يجب على الهيئة الشرعية المصادقة على ما يلي:
- أ. الأحكام والشروط الواردة في النماذج أو العقود أو الاتفاقيات أو المستندات القانونية الأخرى المستخدمة في إجراء المعاملات.
- ب. دليل استخدام المنتج والإعلانات التسويقية والرسوم التوضيحية للمبيعات والكتيبات الترويجية المستخدمة في تعريف المنتج ووصفه.
5. تقييم أعمال المراجعة الشرعية والتدقيق الشرعي.
- تقييم الأعمال المنجزة من قبل التدقيق الشرعي والمراجعة الشرعية هو من أجل ضمان أن تتوافق تلك الأعمال مع الشريعة، وهذا التقييم يشكل جزءا من واجبات الهيئة الشرعية المتمثل في تقديم تقييم لمدى الالتزام الشرعي في المؤسسة وضمان صحة المعلومات الواردة في التقرير السنوي.
6. تقديم المساعدة للأطراف ذات العلاقة فيما يخص القضايا الشرعية.
- يمكن للأطراف ذات العلاقة داخل المؤسسة مثل المستشار القانوني، أو مدقق الحسابات، أو المستشار التابع للمؤسسة طلب مساعدة الهيئة فيما يتعلق بالأمور الشرعية وعلى الهيئة تقديم المساعدة اللازمة المطلوبة لأي طرف من تلك الأطراف.
7. تقديم المشورة بشأن المسائل التي سيتم رفعها إلى الهيئة الشرعية التابعة للبنك المركزي.
- يجوز للهيئة الشرعية أن توصي المؤسسة باستشارة الهيئة الشرعية التابعة للبنك المركزي بخصوص المسائل التي لا يمكن حلها.
8. تقديم الآراء الشرعية المكتوبة.
9. يجب على الهيئة الشرعية تقديم آراء شرعية مكتوبة، وذلك في الحالات التي تحتاج فيها المؤسسة إلى استشارة الهيئة الشرعية التابعة للبنك المركزي لمزيد من التوضيحات أو المداولات أو في الحالات التي تتقدم فيها المؤسسة بطلبات إلى البنك المركزي للحصول على موافقته على منتجات جديدة.

ملحق رقم 5: الإجراءات العملية للهيئة الشرعية

الاجتماعات الاعتيادية والحضور

1. يجب عقد الاجتماعات بشكل منتظم وذلك لضمان ما يلي:
 - أ. بقاء الهيئة على اتصال كاف مع أعمال المؤسسة.
 - ب. ضمان أن لا تتأثر أعمال المؤسسة بشكل سلبي بسبب صعوبة الحصول على موافقة الهيئة على السياسات والقرارات.
2. يجب أن تُعقد اجتماعات الهيئة مرة واحدة على الأقل كل شهرين.
3. يُتوقع من عضو الهيئة الشرعية المساهمة الفعالة وتوفير الوقت والمجهودات الكافية لأداء مهامه وواجباته بشكل فعال. ويجب على العضو حضور ما لا يقل عن 75% من اجتماعات الهيئة المنعقدة خلال سنة مالية. وفي حالات الضرورة فإنه يمكن المشاركة في اجتماعات الهيئة من خلال مؤتمرات الفيديو والهاتف.
4. يجب الإفصاح في التقرير السنوي عن عدد الاجتماعات التي قامت بها الهيئة خلال العام كما يجب الإفصاح عن عدد الاجتماعات التي حضرها كل عضو.
 - الحد الأدنى لعدد الأعضاء المشاركين في أي اجتماع
1. يجب أن لا يقل عدد أعضاء الهيئة الشرعية في أي اجتماع عن الثلثين على أن يكون أغلب الثلثين من الأعضاء الذين يمتلكون خلفية شرعية.
 - عملية اتخاذ القرارات
1. يجب أن يتم اتخاذ القرارات على أساس ثلثي الأعضاء الحاضرين، على أن يكون ثلثا المصوتين من الحاضرين ممن لديهم خلفية شرعية.

رئيس الهيئة الشرعية

1. يجب أن يكون رئيس الهيئة الشرعية عضوا مؤهلا يمتلك خلفية شرعية.
2. في حال عدم تمكن رئيس الهيئة الشرعية من حضور أي اجتماع فإن على الأعضاء اختيار واحد منهم ليصبح الرئيس النائب الذي يترأس ذلك الاجتماع. ويجب أن يكون الرئيس النائب ممن لديهم خلفية شرعية.
 - إعداد التقارير
1. يجب على الهيئة أن تسجل في تقريرها المرسل إلى مجلس الإدارة قلقها بشأن أي مخالفات شرعية.

ملحق رقم 6: عملية تطوير المنتجات

1. إن من أهم الأهداف لأي مؤسسة مالية إسلامية تقديم منتجات متوافقة مع الشريعة في السوق لتلبية احتياجات العملاء. وفي هذا الصدد فإنه يجب على المؤسسة المالية التأكد من أن عملية تطوير المنتج عملية شاملة وقوية وذلك للتقليل من احتمال بطلان المنتج لأسباب شرعية.
2. بشكل عام، قد تحدث حالات من عدم الالتزام بالشريعة أثناء تطوير المنتجات وهذا قد ينشأ من سوء هيكل المنتج أو نقص البحوث الداخلية لفهم المفاهيم الشرعية المناسبة واستيعابها، أو من إساءة عرض المنتج في مرحلة الإصدار أو التسويق.

3. يجب على المؤسسة الإقرار بأن عملية إدارة مؤسسة مالية على أساس شرعي هي عملية مستمرة وتتطلب من المؤسسة أن تكون لديها تدابير وضوابط كافية؛ ومن ذلك وجود أدوات لتقليل المخاطر بإمكانها معالجة حالات الإخلال بالشرعية أو التقليل منها.

4. لذا يُتوقع من المؤسسة أن تحيل كل القضايا الشرعية المتعلقة بعملية تصميم المنتج وتطويره من البداية إلى النهاية إلى الهيئة الشرعية. يجب أن يتم اتخاذ القرار بشكل شامل وذلك من أجل أن تكون المداولات التي تقوم بها الهيئة فعالة. وهذا يشمل شرح عملية التطوير، والمستندات المستخدمة والمعلومات الأخرى الضرورية.

5. يجب أن تتم المصادقة على جميع المنتجات الجديدة من قبل الهيئة الشرعية كما يجب أن تكون تلك المنتجات مدعّمة بالمصادر والأدلة والتعليقات الفقهية ذات العلاقة. كما يجب أن تكون هناك عملية مداولات دقيقة داخل الهيئة الشرعية، وكذلك تدقيق مفصل في العقود والمستندات الأخرى التي لها صلة بالمنتجات أو المعاملات.

6. عملية تطوير المنتج تشمل المصادقة على المنتج في مرحلتين: مرحلة ما قبل المنتج وهي عملية هيكلية المنتج وتطويره قبل تقديمه في السوق. والمرحلة الثانية مرحلة ما بعد المنتج وهي العملية التي يكون المنتج فيها قد تم عرضه على العملاء وتم تنفيذ جميع المعاملات المتعلقة به.

المصادقة على المنتج: مرحلة ما قبل المنتج

1. تشمل عملية المصادقة في هذه المرحلة على إصدار القرارات الشرعية، وعملية هيكلية المنتج أو تصميمه المدعومة ببحث شرعي شامل وتدقيق في العقود والاتفاقيات، وكذلك التأكد من موافقة المنتج للشرعية قبل عرضه على العملاء.

2. يجب أن يتم إصدار القرارات الشرعية في شكل رسمي شفاف، ويجب أن تكون القرارات موثقة توثيقاً جيداً ومصدّقة من قبل مجلس الإدارة والهيئة الشرعية.

3. يجب على الإدارة التأكد من أن عملية المصادقة على المنتج في هذه المرحلة تشمل -بالإضافة إلى عدة أمور أخرى- ما يلي: مراجعة المفاهيم والهيكل ودفتر الشروط والوثائق والسياسات والإجراءات والنشرات والكتيبات ومواد الدعاية. ويجب أن تُصدق الوثائق من قبل الهيئة الشرعية التابعة للمؤسسة.

المصادقة على المنتج: مرحلة ما بعد المنتج

1. تشمل المصادقة على المنتج في هذه المرحلة مراقبة تطبيق المنتج للتأكد من موافقة ما تم تطبيقه مع مبادئ الشرعية، وكذلك يجب تحديد مجال المخاطر الناجمة عن عدم الالتزام بالشرعية واقتراح الإجراءات المناسبة لتقديمها إلى الإدارة.

2. يجب على إدارة المؤسسة التأكد من أن المصادقة في هذه المرحلة تحت إطار الحوكمة الشرعية تشمل المراجعة الشرعية الداخلية وإعداد التقارير المتعلقة بالحوكمة الشرعية. ومن دون المداومة على متابعة مثل هذه الأمور فإن المؤسسة لن تكون قادرة على مراقبة مدى انسجام التزامها بالشرعية، بالإضافة إلى عدم قدرتها -بشكل فعال- على إدارة المخاطر الناجمة عن عدم الالتزام بالشرعية التي قد تنشأ بمرور الوقت.

ملحق رقم 7: نموذج الطلب للتعيين في الهيئة الشرعية

نموذج تعيين عضو في الهيئة الشرعية

التعليمات

يجب أن يتم تعبئة هذا النموذج 1 BNM/JKS من قبل المرشح لعضوية الهيئة الشرعية والذي تم ترشيحه من قبل المؤسسة. إذا لم تكن المساحة المخصصة كافية فيمكن إرفاق ورقة إضافية. الرجاء التوقيع على كل صفحة بما فيها

الصفحات الإضافية وتقديم كل المعلومات السابقة والحالية كما هو مطلوب في هذا النموذج. اكتب "غير متوفر" أو "لا ينطبق" في حال ما إذا كانت بعض الأمور لا علاقة لها بالمرشح. يتم إرسال النموذج المعبأ إلى العنوان التالي:

Pengarah
Jabatan Perbankan Islam dan Takaful
Bank Negara Malaysia
Jalan Dato' Onn
50480Kuala Lumpur

الخلاصة:

في ختام هذه الورقة التي هدفت إلى بيان الإطار النظري لموضوع حوكمة المؤسسات المالية، وقدمت خلاصة التجربة الماليزية في موضوع الحوكمة من خلال معيار الحوكمة الصادر عن البنك المركزي الماليزي سنة 2010م، والمطبق بداية سنة 2011م، فإن الجهد المطلوب في الدول التي تروم النهوض بالمؤسسات المالية الإسلامية، القيام ببحوث نظرية مقارنة للمعايير الدولية والمحلية لموضوع حوكمة المؤسسات عموماً، وحوكمة المؤسسات المالية على وجه الخصوص، تستخلص منا أبرز ما في هذه المعايير من بنود تسهم في النهوض بالمؤسسات المالية الإسلامية. كما أن المطلوب من الجهات المنظمة لاسيما المصارف المركزية، القيام بمتابعة تطبيق مبادئ هذه الحوكمة، لأنها تتطلب رئيساً لضبط هذه المؤسسات، وهي من أبرز ضمانات ازدهارها وتقديمها قيمة مضافة. والأمر ينسحب على المؤسسات المالية الخاصة لأن أعمالها الحوكمة يضمن استمرار مصداقيتها، وبالتالي قوة منافستها في السوق المحلي والدولي.

الهوامش والمراجع :

¹OECD Principles of Corporate Governance 2004 p5

¹Cadbury Report (UK), 1992

¹http://www.ifsb.org/standard/IFSB-10%20ar_Shariah%20Governance.pdf p3

¹<http://www.oecd.org/corporate/ca/corporategovernanceprinciples/31557724.pdf>

¹http://www.ifsb.org/standard/IFSB-10%20ar_Shariah%20Governance.pdf p3

¹<http://www.oecd.org/corporate/ca/corporategovernanceprinciples/31557724.pdf>

¹ هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية: معايير المحاسبة والمراجعة والضبط للمؤسسات المالية الإسلامية، سنة 2010م.

¹<http://www.bis.org/publ/bcbs176.pdf>

¹<http://www.banquecentrale.gov.sy/mone-poli-ar/cmc/cmc-489-2ar.pdf>

¹<http://www.bnm.gov.my/index.php?ch=7&pg=1038&ac=352&bb=file1>

¹<http://www.sc.com.my/corporate-governance-blueprint-2011/>

قياس علاقة التكامل المتزامن بين الاستثمار الأجنبي المباشر و معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر

Measuring the cointegration relationship between foreign direct investment and economic growth rates in Algeria

محمد مراس

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة سعيدة، الجزائر

merramed@hotmail.fr

ملخص :

تتناول هذه الورقة دراسة الاستثمار الأجنبي المباشر من ناحية بناء نموذج تكامل متزامن للعلاقة التي تربط الاستثمار الأجنبي المباشر بالنمو الاقتصادي في الجزائر. حيث من خلال نتائج الدراسة القياسية تبين أن هناك علاقة سببية متبادلة بين النمو الاقتصادي و الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر.

الكلمات المفتاحية : النمو الاقتصادي ، الاستثمار الأجنبي المباشر ، التكامل المتزامن.

Abstract:

The paper deals with the study of this topic of foreign direct investment in terms of building a synchronous integration of the relationship between foreign direct investment and economic growth in Algeria. Where during the study of the results of the standard model shows that there is a causal correlation between economic growth and foreign direct investment in Algeria.

Key words: economic growth, foreign direct investment, the cointegration.

تمهيد :

يشهد العالم اليوم انفتاح على الأعمال و النشاطات الاقتصادية المتعلقة بالإنتاج و الادخار و الاستثمار و كل هذا كان نتاج العولمة الاقتصادية ، و للتذكير فان الانفتاح الاقتصادي أو بمفهوم آخر العولمة الاقتصادية تؤثر على الاقتصاد الدولي من خلال بعدين أساسيين و هما :

- بعد تحرير تجارة السلع و الخدمات
- بعد حرية انتقال عناصر الانتاج بين الدول حيث يركز هذا البعد على انتقال رأس المال و أهم أشكال انتقال رأس المال هو الاستثمار الأجنبي المباشر .

و الجزائر بلد اقتصادي منفتح كباقي دول العالم و ذلك نتيجة الإجراءات و السياسات التصحيحية منذ الاستقلال ، حيث ان الجزائر ورشة اقتصادية ضخمة و كبيرة مستقطبة لأنظار أصحاب المشاريع و الاستثمارات ، لذلك وضعت الجزائر قانون استثماري يحفز الاستثمارات الخاصة الأجنبية و ذلك لدعم النمو الاقتصادي بها . و لمعرفة ذلك ارتأينا ان نعالج هذا الموضوع قياسييا من خلال : بناء علاقة تكامل متزامن على المدى الطويل بين الاستثمار الأجنبي المباشر و النمو الاقتصادي في الجزائر.

و بالتالي نطرح الإشكالية الجوهرية التالية : ماهي حركة تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر الى الجزائر؟. وماهي علاقته بالنمو الاقتصادي في الجزائر على المدى البعيد ؟ حيث للإجابة على هذه الإشكالية الجوهرية تم طرح التساؤلات الفرعية التالية :

1- ماهي أهم الأدبيات النظرية للاستثمار الأجنبي المباشر؟

2- ماهو واقع الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر ؟

3- ماهي نوع العلاقة بين الاستثمار الأجنبي المباشر و النمو الاقتصادي في الجزائر؟

هدف و خطة الدراسة: تهدف الدراسة إلى تبيان توجه تحركات الاستثمار الأجنبي المباشر الى الجزائر و علاقته بالنمو الاقتصادي على المدى البعيد في الفترة الممتدة 1980- 2012 , و للتعرف على ذلك تم الاستعانة بنماذج السلاسل الزمنية وكذا الاعتماد على بناء النماذج القياسية لدراسة ذلك .حيث لمعالجة هذه الإشكالية تطرقنا الى الموضوع من خلال ثلاثة محاور أساسية لهذا البحث وهي :

المحور الاول : الإطار النظري و الدراسات السابقة

المحور الثاني : واقع الاستثمار الأجنبي المباشر و النمو الاقتصادي في الجزائر

المحور الثالث : الدراسة القياسية

المحور الأول : الإطار النظري و الدراسات السابقة

أولا : تعريف الاستثمار الأجنبي المباشر: لقد تعددت تعاريف الاستثمار الأجنبي المباشر و هي كالآتي:¹

■ ينطوي الاستثمار الأجنبي المباشر على تملك المستثمر الأجنبي لجزء من أو كل الاستثمارات في المشروع المعين، هذا بالإضافة إلى قيامه بالمشاركة في إدارة المشروع مع المستثمر الوطني في حالة الاستثمار المشترك أو سيطرته الكاملة على الإدارة والتنظيم في حالة الملكية المطلقة لمشروع الاستثمار في جميع المجالات فيس الدول المضيفة

■ الاستثمار الأجنبي المباشر هو وسيلة تحويل الموارد الحقيقية و رؤوس الأموال من دولة إلى أخرى الخاصة في الحالة الابتدائية عند إنشاء مؤسسة

الاستثمار الأجنبي المباشر عبارة عن تلك المشروعات التي يقيمها ويملكها ويسيرها المستثمر الأجنبي داخل بلد غير البلد الأصلي، إما بسبب ملكيته الكاملة للمشروع، أو لاشتراكه في رأس مال المشروع بنصيب يبرز له حق في الإدارة ... وذلك بقصد المشاركة الفعالة معتمدا على موارده المالية الخاصة بالإضافة إلى الموارد غير مالية كالمؤهلات التكنولوجية والتسويقية زيادة على الخبرة الفنية في جميع المجالات ويكون الغرض من وراء هذا المشروع هو تحقيق الأرباح وعوائد تغطي تكاليف الاستثمار .

ثانيا : النظريات المفسرة لحركة الاستثمار الأجنبي المباشر : هناك العديد من النظريات التي تفسر حركة الاستثمار

الأجنبي المباشر , و التي سوف نذكرها بدون شرح كمايلي :

﴿ نظرية الأسواق الكاملة

﴿ نظرية عدم اكتمال السوق

﴿ التحليل الكمي

﴿ نظرية جانب الطلب

ثالثا : محددات الاستثمار الأجنبي المباشر: هناك الكثير من العوامل المؤثرة على قرارات الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول المضيفة، منها :

1-المحددات الاقتصادية: التي تشمل على مجموعة من المؤشرات الاقتصادية الدالة على مستوى أداء الاقتصاد الوطني

من أهمها:

درجة الانفتاح الاقتصادي على العالم: نعني انه كلما زادت درجة التفتح كلما كان الاقتصاد الوطني جاذبا للاستثمار الأجنبي المباشر والعكس صحيح ويمكن الاستدلال على ذلك بقياس نسبة الصادرات إلى الناتج الوطني و درجة تركيز الصادرات.²

القوة التنافسية للاقتصاد الوطني: كلما زادت تلك القوة كلما كان الاقتصاد الوطني جاذبا للاستثمار الأجنبي و العكس صحيح.

مدى القدرة على إدارة الاقتصاد الوطني: هذا يعني انه كلما تميزت إدارة الاقتصاد الوطني بالكفاءة كلما كان الاقتصاد الوطني جاذبا للاستثمار الأجنبي و العكس صحيح

قوة الاقتصاد الوطني: كلما زادت قوة الاقتصاد الوطني زادت احتمالات نموه وتقدمه كلما كان جاذبا للاستثمار الأجنبي و العكس صحيح

الخصوصية : حيث تساعد الخصوصية على تدفق الاستثمارات الأجنبية

تأمين الموارد البشرية: إن وجود يد عاملة مؤهلة وسياسة موجهة في استغلال رأس المال، الإنسان له دور هام في قرار الشركة من خلال نظام تربوي وتكويني عالي. فالموارد البشرية هي القاعدة الأساسية لاستيعاب وتطوير جميع الابتكارات التكنولوجية وزيادة المزيد من الاستثمارات الأجنبية.

العمل على تشجيع رؤوس الأموال المهاجرة : أي يصعب الاحتفاظ بها محليا لذلك فإن رؤوس الأموال التي هربت خلال سنوات السبع الأخيرة تقدر ب 3،72 مليار دولار وهذا مما يؤدي إلى التخلي عن مشاريع الاستثمار المبرمجة ويؤدي إلى التفاقم ولهذا نعرف ظاهرة هروب الأموال المحلية تفقد الدولة مصداقيتها لدى المستثمرين الأجانب فإجراءات تفضيل النمو المدعم استقرار في اقتصاد كلي يمكن أن يساهم في خلق الثقة وجذب المستثمرين الأجانب.

2- المحددات الخاصة بالنظام الاقتصادي و السياسي والبيئي والمؤسسي: كلما كان النظام الاقتصادي يعمل آليات السوق و الحرية الاقتصادية كلما كان جاذبا للاستثمار الأجنبي ، و العكس صحيح و كلما تميز النظام السياسي بالديمقراطية و الاستقرار السياسي و الأمني وعدم وجود احتمالات و مخاطر و حروب كلما كان ذلك جاذبا للاستثمار ، والعكس صحيح وكلما انطوى النظام البيئي على مجموعة من القيم و العادات والتقاليد الايجابية و المواتية للاستثمار الأجنبي كلما كان ذلك جاذبا له و العكس صحيح.

3- السياسات الاقتصادية الكلية: فكلما كانت تحررية ، و مرنة ، و واضحة و تتميز بالاستقرار و غير متضاربة الأهداف و تتسم بالكفاءة و الفعالية و تتواءم مع التغيرات و التحولات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد الوطني وعلى مستوى التحولات العالمية كلما كانت في مجموعها جذابة للاستثمار الأجنبي.

4- المحددات القانونية والتشريعية: التي تعمل على تنظيم التعامل مع الاستثمار الأجنبي وتعمل على تحفيزه و بالتالي كلما انطوت على قانون موحد للاستثمار واضح وغير متضارب مع باقي التشريعات الأخرى ذات العلاقة و به الضمانات الكافية من عدم مصادرة و عدم تأمين وخلافه ويكفل حرية تحويل الأرباح للخارج وحرية دخول وخروج رأس المال. وكلما تتضمن مجموعة من الحوافز الضريبية المتوافقة مع كفاءة السياسة الضريبية كلما أدى ذلك إلى جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

5-العائد على الاستثمار: القاعدة العامة هي أن المستثمر الأجنبي لا يتجه إلى الاستثمار في الخارج إلا توقعاً للعائد العلى بعد تعديله بمعدل المخاطر التجارية و غير التجارية .

6-الطاقة أو المقدرة الاستيعابية للاقتصاد الوطني: نعني بصفة عامة كمية رأس المال التي يمكن أن تستثمر بكفاءة أو بعائد في الدول محل الاعتبار و تتوقف هذه الطاقة على ثلاثة عوامل أساسية :

- أولها - المجالات الاستثمارية المتاحة داخل الاقتصاد .
 - ثانيها- القيود التي تحد من استغلال المجالات الاستثمارية المتاحة في هذا الاقتصاد.
 - ثالثها- نوع وحجم العائد المطلوب على رأس المال المستثمر.
- 7- الصحة الاقتصادية واثبات المقدرة على النمو: عندما يكون التطور الداخلي للدولة الراغبة في جذب المستثمر الأجنبي محدوداً فإن ذلك لا يهيئ ظروفًا مناسبة لعمل الاستثمارات الأجنبية .

رابعاً : أهداف الاستثمار الأجنبي : يمكن تقسيم أهداف الاستثمار الأجنبي إلى اثنين أهداف المستثمرين الأجانب و أهداف الدولة المستثمر فيها.

1-أهداف المستثمرين الأجانب :

- الحصول على المواد الخام من الدول المستثمر فيها لأجل استخدامها في صناعتها
- إيجاد أسواق جديدة لمنتجات وبضائع الشركات الأجنبية خاصة لتسويق فائض كبير من السلع الراكدة و التي لا تستطيع هذه الشركة تسويقها في موطنها
- الاستفادة من ميزة انخفاض عناصر التكلفة في الدول المستثمر فيها و على سبيل المثال أجرة العامل في تلك الدول تكون عادة اقل من أجرة العامل في الدول المتقدمة صناعياً
- الاستفادة من قوانين تشجيع الاستثمار و الإعفاءات الضريبية التي تمنحها كثيراً من الدول المستثمر فيها من أجل جذب الاستثمارات الأجنبية إليها
- الاستفادة من فرص تحقيق الربح في الدول المستثمر فيها إذ إن الشركات الأجنبية قد تحقق أرباحاً من استثماراتها الأجنبية تفوق بالكثير أرباحها من عملياتها داخل موطنها
- سهولة قيام الشركات الأجنبية بمنافسة الشركات المحلية و الصناعات المحلية من حيث الجودة و الأسعار و نوع الخدمة ، وذلك بسبب تملكها للتكنولوجيا المتقدمة ووفرة رأس المال لديها
- تقليل مخاطر التي تتعرض إليها استثمارات الشركات الأجنبية إذ انه كلما توزعت و انتشرت الاستثمارات على عدد اكبر من الدول كلما قلت مخاطر هذه الاستثمارات

2- أهداف الدولة المستثمر فيها :³ دوافع الدول المستثمر فيها من وراء قبولها و تشجيعها للاستثمارات الأجنبية فيمكن تلخيصها كما يلي :

- الاستفادة من التكنولوجيا المتقدمة و الخبرات الإدارية في الدول الأجنبية إذ أن قيام الشركات الأجنبية باستثمار أموالها في مشاريع محددة في دولة معينة يتضمن نقل التكنولوجيا و توظيف الخبرات الإدارية النادرة في كثير من الأموال
- الإسهام في حل مشكلة البطالة و ذلك تشغيل عدد من العاطلين عن العمل في المشروعات التي يتم إنشاؤها
- الإسهام في زيادة الصادرات و تحسين ميزان المدفوعات للدولة المستثمر فيها التقليل من الواردات و ذلك من خلال زيادة الإنتاج المحلي حيث يساهم الإنتاج المحلي باستبدال السلع المستوردة بالسلع المنتجة محلياً
- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية.
- الاستغلال والاستفادة من الموارد المالية والبشرية المحلية والمتوفرة لهذه الدول.
- المساهمة في خلق علاقات اقتصادية بين قطاعات الإنتاج والخدمات داخل الدولة المعنية خلق أسواق جديدة للتصدير
- نقل التقنيات التكنولوجية في مجالات الإنتاج والتسويق

■ تنمية وتطوير المناطق الفقيرة

خامسا : الدراسات السابقة : هناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع الاستثمار الأجنبي المباشر و علاقته بالنمو الاقتصادي من خلال بناء النماذج القياسية من بين هذه الدراسات نذكر على سبيل التحديد لا الحصر : دراسة **Blomstrom**⁴ : قدمت هذه الدراسة سنة 1994 , كان هدفها تبيان نوع العلاقة بين النمو الاقتصادي و الاستثمار الأجنبي المباشر , وكذا التوجهات التي يأخذها الاستثمار الأجنبي المباشر , حيث كانت عينة الدراسة تتمثل في 78 دولة نامية و 23 دولة متقدمة , أما مجال الدراسة فكان محصور بين سنة 1960 و 1985 . أما بخصوص النموذج المستخدم فهو نموذج بيانات العينات المقطعية حيث استخدمت طريقة المربعات الصغرى العادية لتقدير معاملات النموذج . فكانت نتائج الدراسة ان هناك اثر معنوي و موجب للاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في هذه الدول , أما بخصوص توجهات الاستثمار الأجنبي المباشر فكانت توجهات تستجيب للتغيرات التي تحدث في كل دولة على حدى و كانت للتغيرات الطارئة نصيب من ذلك .

دراسة **Bachir**⁵ : قدمت هذه الدراسة لتبيان اثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي من خلال 6 سنة دول متطورة , حيث اختار فترة 1975-1990 مجالا للدراسة , واعتمد على السلاسل المقطعية كنموذج لذلك , و باستخدام طريقة المربعات الصغرى العامة تبيان ان للنموذج معنوية وبالتالي هناك اثر للاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في هذه الدول .

دراسة **Hassan**⁶ : تتمثل هذه الدراسة في تبيان العلاقة التي تربط النمو الاقتصادي بالاستثمار الأجنبي المباشر في مجموعة من دول العالم منها 95 دولة نامية و 8 دول من الشرق الأوسط . حيث أجريت الدراسة على سلسلة زمنية ممتدة من سنة 1980 الى سنة 2001 , و باستخدام طريقة المربعات الصغرى تم بناء نموذج السلاسل الزمنية المقطعية , حيث كانت نتائج الدراسة توحى بوجود علاقة طويلة المدى بين المتغيرين . كما ان تحرك الاستثمار الأجنبي الى هذه الدول يأخذ صيغة ARMA مع وجود تغيرات عرضية .

المحور الثاني : واقع الاستثمار الأجنبي المباشر و النمو الاقتصادي في الجزائر :

أولا : مؤهلات الاستثمار الأجنبي المباشر الخاصة بالجزائر :

1- الأداء الاقتصادي : إن النتائج الإيجابية للاقتصاد الجزائري تحققت نتيجة الإصلاح الشامل الذي ساعد على وقف التدهور الاقتصادي , وبدل جميع المعطيات و المؤشرات و من أهداف هذا البرنامج :

- تحقيق الانفتاح الاقتصادي .
- خفض معدل التضخم الذي بلغ مستويات قياسية سنوات 94-98 .
- استقرار سعر صرف الدينار و التخلص من التقلبات الصعبة .
- زيادة معدل النمو الاقتصادي .
- استعادة قوة ميزان المدفوعات .
- التحكم في التوسع النقدي .
- التحكم في المديونية و الحد من نموها و تخفيض تكلفة خدماتها .
- تحرير التجارة الخارجية في الاتجاهين .
- تحرير الأسعار و اعتماد اقتصاد السوق .

2- المؤهلات أخرى : تتمتع الجزائر بالكثير من المؤهلات الخاصة و العناصر التنافسية فلديها موقع جغرافي مميز يتوسط بلدن المغرب العربي و على مقربة أوروبا و تمثل مدخلا لإفريقيا و تملك ثروة من الموارد البشرية وطاقات نباتية

بكفاءات عالية ، كما تملك كذلك قاعدة صناعية كبرى تم بنائها خلال عقود عدة إذ تحتاج إلى استثمارات في هذا المجال لزيادة الإنتاج بهدف كفاية السوق المحلية و التصدير مع العلم أن المؤسسات الاقتصادية الجديدة أنشأت وفق مواصفات عالية في حين عمدت الصناعات القديمة إلى برنامج تأهيل مواكبة التطور، ومن جهة أخرى باشرت الجزائر عملية الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، وعقد الشراكة الأورومتوسطية ، وهذا الأمر سيوسع من آفاق التصدير و يفرض مجالات لنجاح المشاريع الاستثمارية بالإضافة لما تملكه من بترول و غاز و معادن نفيسة ومتنوعة، بالإضافة للإنتاج الفلاحي المتنوع و ثروة كبيرة من المواد الأولية بالإضافة إلى مؤهلات أخرى.

ثانيا : تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر الى الجزائر : إن تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر شهد عدة فترات متباينة من حيث حجم هذا التدفق و ذلك من خلال الأوضاع الأمنية و الاجتماعية و الاقتصادية التي شهدتها الجزائر
مرحلة 1980 إلى 1995 : شهدت هذه المرحلة نقص شديد في تدفق للاستثمارات الأجنبية إلى الجزائر وذلك نظرا للأوضاع التي كانت تعرفها أسعار البترول أنداك و كذلك الظروف الأمنية التي مرت بها البلاد لا داعي للتفصيل . و الجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم (1) : تطور حجم تدفق الاستثمارات الاجنبية الى الجزائر خلال الفترة 1980_ 1995

الوحدة : دولار أمريكي

1986	1985	1984	1983	1982	1981	1980
5,3	0,4	0,8	0,4	53,5_	13,2	348,6

1995 الى 1993	1992	1991	1990	1989	1988	1987
0	30	80	40	12	13	3,7

المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات, صندوق النقد العربي (جميع الأعداد)

مرحلة 1996 إلى 2012 : شهدت هذه المرحلة التدفقات للاستثمارات الأجنبية المباشرة أوجها حيث نلاحظ ان في هذه الفترة بدأت وتيرة التدفق تزداد سنة بعد سنة و بنسب معتبرة و ذلك ناتج للإصلاحات التي انتهجتها الجزائر في هذه الفترات . و الجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم (2) : تطور حجم تدفق الاستثمارات الاجنبية الى الجزائر خلال الفترة 2011_1986

الوحدة : دولار أمريكي

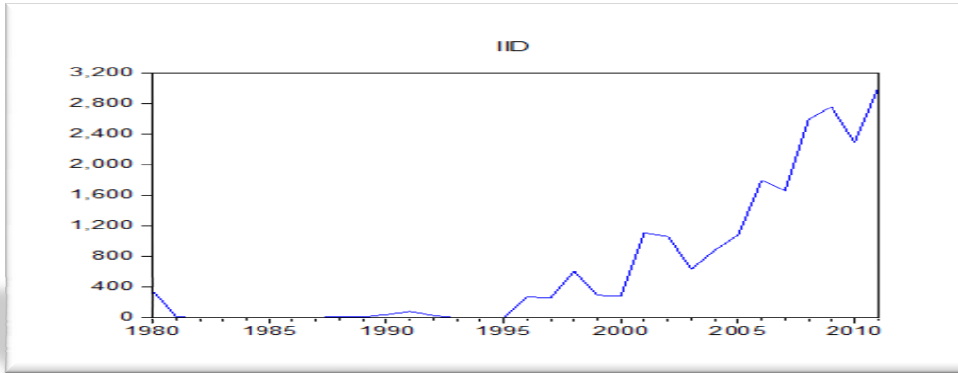
2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996
633,7	1065,0	1107,9	280,1	291,6	606,6	260	270

2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
3000	2291,2	2760,9	2593,6	1661,8	1795,4	1081,1	881,9

المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات, صندوق النقد العربي (جميع الأعداد)

والرسم البياني التالي يوضح تطور تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر :

الشكل رقم (1) : تحركات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر للفترة 1980-2011



المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج eviews

حيث من خلال الرسم نلاحظ ان تدفق الاستثمار الأجنبي الى الجزائر ينقسم الى فترتين أساسيتين و هما فترة ما قبل سنة 1995 و فترة ما بعد سنة 1995 .

ثالثا : النمو الاقتصادي: ⁷ ليس من السهل التطرق إلى المفاهيم العامة على النمو الاقتصادي و إنما سوف نلمح لها في ما يلي. حيث العديد من الاقتصاديين أمثال: **S. Kuznets** من الو.م.أ و **w. A. leuis** من إنجلترا و **F. Perrous** من فرنسا.... اهتموا بمفهوم النمو الاقتصادي فهم يعتبرونه مرادف لارتفاع الدخل الوطني و البعض يعتبرون النمو هو نمو السلع و الخدمات و لقد تعددت التعاريف و المفاهيم من مفكر لآخر و من اتجاه فكري لآخر سنتطرق لبعضها فيما يلي:

تعريف سامويلسن: p.a Samuelson المؤشر الأساسي للنمو الاقتصادي يتمثل في الناتج الوطني الحقيقي (PNN): الناتج الوطني الصافي، أو (PNB: الناتج الوطني الخام). حيث النتائج التي تحصل عليها على مستوى النمو الاقتصادي كانت متقاربة باستعماله لأحد المؤشرين السابقين لكن من الأحسن و الأجدر في رأيه استعمال الناتج الوطني الصافي (PNN) لقياس النمو الاقتصادي بسبب سهولة الحصول على المعطيات الخاصة بهذا المؤشر

تعريف لويس W.A. Lewis يرى أن النمو الاقتصادي يتمثل في نمو الإنتاج بالنسبة للفرد . أي ما يحصل عليه الفرد من الإنتاج.

رابعا: واقع تطور معدلات النمو في الجزائر : تتغير معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر حسب الأوضاع الاقتصادية السائدة و خاصة أوضاع السوق البترولية لان النمو لاقتصادي في الجزائر مرهون بالنمو في قطاع المحروقات و لا داعي للتفصيل في هذا الجانب لعم الخروج عن الموضوع و الجدول التالي يوضح تطورات معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر :

الجدول رقم (3): تطور معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر للفترة 1980-2010

الوحدة : نسبة مئوية

1989	1988	1987	1986	1985	1984	1983	1982	1981	1980
4,4	1,0-	0,7-	0,4	3,6	5,5	5,4	6,4	2,9	0,7

1999	1998	1997	1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990
3,2	5,1	1,1	4,0	3,7	0,9-	2,1-	0,9-	1,2-	0,8

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000
3,3	2,4	2,4	3,0	2,0	5,1	5,1	6,9	4,7	2,5	2,2

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات , نشرات صندوق النقد العربي (جميع الاعداد).

حيث من خلال ملاحظة الجداول التالية نلاحظ ان النمو الاقتصادي في الجزائر يشهد تقلبات من فترة لأخرى وكذا من سنة لأخرى وذلك راجع الى الأوضاع العالمية التي يشهدها العالم اليوم من تغيرات أسعار البترول وما شابه ذلك , و بالتالي النمو الاقتصادي يتأثر بمعطيات الاقتصاد الدولي

المحور الثالث: الدراسة القياسية:

أولاً: بناء علاقة تكامل متزامن بين النمو الاقتصادي و الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر :

1- أدبيات التكامل المتزامن⁸: يعرف التكامل المتزامن أو التكامل المشترك Cointegration: بأنه تصاحب بين سلسلتين زمنيتين أو أكثر، بحيث تؤدي التقلبات في احدهما إلى إلغاء التقلبات في الأخرى بطريقة تجعل النسبة بين قيمتهما ثابتة عبر الزمن . و لعل هذا يعني أن بيانات السلاسل الزمنية قد تكون غير مستقرة إذا ما أخذت كل على حدة. و لكنها تكون مستقرة كمجموعة. و مثل هذه العلاقة الطويلة الأجل بين مجموعة المتغيرات تعتبر مفيدة في التنبؤ بقيم المتغير التابع بدلالة مجموعة من المتغيرات المستقلة. حيث حدوث التكامل المتزامن لسلسلتان x_t و y_t يكون لما تتكاملان من الرتبة الأولى لكل سلسلة منهما. حيث تكون البواقي الناتجة من تقدير العلاقة بينهما متكاملة من الرتبة 0. أي أنه من الناحية التعريفية الإحصائية حتى يكون التكامل المتزامن موجودا بين متغيرين x_t و y_t يتعين تحقق الشروط التالية:

$$y_t \approx I(1)$$

$$x_t \approx I(1)$$

حيث العلاقة التي تربطهما تكتب كما يلي: $y_t = a_0 + a_1x_t + u_t$

فيجب أن تكون: $u_t \approx I(0)$

حيث u_t : تقيس انحراف العلاقة المقدر في الأجل القصير عن اتجاهها التوازني في الأجل الطويل و منه التكامل المتزامن هو التغيير الإحصائي لعلاقة التوازن طويلة الأجل. فلو أن هناك متغيرين يتصفان بخاصية التكامل المشترك فإن العلاقة بينهما تكون متجهة لوضع التوازن في الأجل الطويل بالرغم من امكانية وجود انحرافات عن هذا الاتجاه في الأجل القصير، حيث تتمثل هذه الانحرافات في: u_t و التي تكتب كما يلي:

$$u_t = y_t - a_0 - a_1x_t$$

حيث يكون هذا النموذج في حالة أو وضع التوازن الطويل المدى لما يكون: $u_t = 0$ أي لما يكون الانحراف التوازني للمدنيين القصير و الطويل يؤول إلى الصفر

2- مراحل تقدير التكامل المتزامن . إن لتقدير علاقة التكامل المتزامن من النموذج يحتوي على سلسلتين زمنيتين أي متغيرين نتبع الطريقة التي جاء بها كل من Engle - Ganger سنة 1987 و التي تركز على خطوتين أو مرحلتين أساسيتين و هما:

المرحلة الأولى : اختبار درجة تكامل المتغيرين : حيث أكد كل من Engle و Ganger أن علاقة التكامل لا تكون إلا إذا كان هذين المتغيرين من نفس درجة التكامل ، فإذا ل تكن المتغيرات من نفس درجة التكامل فإنه لا يوجد تكامل متزامن و لاختبار مفهوم التكامل على السلاسل الزمنية نستعين باختبار Dickey - Fuller و اختبار Dickey -

Faller Augenerter مثلا فإذا كانت السلاسل الزمنية المدروسة ليست من نفس درجة التكامل. فإننا لا نخطر بإجراء علاقة التكامل المتزامن، حيث أن العملية تتوقف هنا أي لا نواصل في الخطوة الثانية و المتمثلة في تقدير علاقة المتغيرة على المدى الطويل .

المرحلة الثانية : تقدير العلاقة في المدى الطويل ، أي بعد التحقق من أن المتغيرات لها نفس درجة التكامل
 $xt \approx I(1)$
 مثلا:
 $yt \approx I(1)$

فيتم تقدير العلاقة في المدى الطويل بطريقة المربعات الصغرى MCO كما يلي:

$$yt = a_0 + a_1xt + et$$

و حتى تكون علاقة التكامل المتزامن يجب أن باقي هذا النموذج $\sum t$ مستقرا أي : $et \approx I(0)$

$$et = yt - a_0 - a_1xt$$

و كذلك استقرارية البواقي تختبر بواسطة ADF و DF حيث هنا لا بد من النظر في جدول Machinnon فإذا كانت البواقي مستقرة يمكننا تقديرها بنموذج تصحيح الخطأ

3- بناء العلاقة : لبناء علاقة التكامل المتزامن لابد من اختبار استقرارية السلاسل الزمنية .

المرحلة الأولى : اختبارات الاستقرارية : إن من خلال النتائج المتحصل عليها في السابق وجدنا أن سلسلة تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر مستقرة من الدرجة الأولى و بالتالي لا داعي للتكرار ، و يكفي باختبار استقرارية سلسلة معدل النمو الاقتصادي في الجزائر كمايلي :

الجدول رقم (4) : جدول اختبار استقرارية سلسلة النمو الاقتصادي

Prob.*	t-Statistic			
0.0300	-3.194049		Augmented Dickey-Fuller test statistic	
	-3.661661		1% level	Test critical values :
	-2.960411		5% level	
	-2.619160		10% level	

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج eviws

كما نلاحظ ان نسبة ستودنت المحسوبة اكبر من نسبة ستودنت الجدولية عند مستوى حرية 1 % و عند مستوى احتمال 0,97 ومنه سلسلة معدل النمو الاقتصادي في الجزائر هي سلسلة مستقرة من الدرجة الأولى
 المرحلة الثانية : تقدير العلاقة في المدى الطويل : بعدما تبين ان السلسلتين لهما نفس درجة التكامل ادن يمكن بناء علاقة في المدى الطويل بالاعتماد على طريقة المربعات الصغرى ، حيث بعد التقدير وجدنا النموذج التالي :

الجدول رقم (5) : جدول تقدير علاقة التكامل المتزامن

TC=C(1)+C(2)*IID				
	Coefficien t	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	2.359184	0.507864	4.645309	0.0001
C(2)	0.000471	0.000375	1.254742	0.2190

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج eviws

$$TC_t = 2.359 + 0.000471IID_t$$

$$(4.64) \quad (1.25)$$

أما اختبارات البواقي فأثبتت عدم استقراريتها النسبية و ذلك بالنظر في جدول ما كينون و بالتالي لا يمكن بناء نموذج تصحيح الخطأ ECM .

3- التفسير الاقتصادي للنموذج: يمكن تفسير نموذج العلاقة طويلة المدى التي تربط النمو الاقتصادي في الجزائر بتدفق الاستثمار الأجنبي المباشر الى الجزائر من خلال وجهتي نظر تتمثل الأولى في الأثر الديناميكي التراجعي للاستثمارات وكذا نقص الاستثمارات الخاصة و العامة الإنتاجية الوطنية التي تبرز النمو الآني من خلال الانتاج المحلي الوطني عن طريق ربما الخبرات التي تكتسب من جراء احتكاك اليد العاملة الوطنية بالأجنبية . أما وجهة النظر الثانية فتتمثل في ان النمو الاقتصادي في الجزائر يعتمد بالأساس على النمو داخل قطاع المحروقات و بالتالي ظهور العلاقة التأثيرية للاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في الجزائر لا تكون مفسرة إلا على المدى الطويل .

الخلاصة :

من خلال الدراسة القياسية التي قمنا بها تبين أن هناك العديد من النتائج و الملاحظات التي استوقفتنا. حيث فيما يخص تحركات الاستثمار الأجنبي المباشر فهو تحرك غير خطي لأن الاستثمار الأجنبي في الجزائر لم يعرف ذلك الاستقرار المطلوب الذي كان بطبيعة الحال نتيجة للأوضاع الأمنية و السياسية و حتى الاقتصادية و الاجتماعية التي مرت بها البلاد , لذلك ظهرت تلك التذبذبات في النموذج و التي يمكن تفسيرها اقتصاديا بأنها تخوفات المستثمر الأجنبي من الدخول و الاستثمار في البلاد الجزائرية أو بالأحرى التوسع في استثماراته التي كان قد انطلق فيها , و تارة أخرى تلك الانسحابات التي كانت تحدث من طرف المستثمر الأجنبي. أما إن أردنا تفسير علاقة الاستثمار الأجنبي المباشر بالنمو الاقتصادي في الجزائر فيمكن القول بأن الجزائر بلد متفتح على الاقتصاد العالمي و بالتالي النمو في الاقتصاد الجزائري مرتبط بتلك التعاملات في إطار الاقتصاد الدولي . و الجزائر كما لا يخفى عنكم بلد غني بالثروات الطبيعية كالبتروول و الغاز , و لأسباب ضعف الخبرة و التقنية في ميدان المحروقات ما على الجزائر إلا الاستعانة بالخبرة الأجنبية في هذا الميدان و بالتالي فتح المجال أمام المستثمر الأجنبي . و كنتيجة حتمية تفرض نفسها نقول أن النمو الاقتصادي في الجزائر له علاقة بالاستثمار الأجنبي المباشر على المدى القصير لتنتقل هذه العلاقة الى المدى البعيد و هذا ما فسره نموذج التكامل المتزامن الذي قمنا بالاجتهاد في تقديره.

الهوامش والمراجع :

¹ - عبد السلام ابو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، الدار الجامعية، إسكندرية، 2001

² - محمد السيد سعيد، الشركات متعددة الجنسيات وأثارها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1978.

³ - طاهر حيدر جردان، مبادئ الاستثمار، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997م.

⁴ - Alesina Alberto: The Political Economy of High and Low Growth , World Bank , 1998

⁵ - Dunnett Andrew " Understanding the Economy" 4th edition, Longman, 1998

⁶ -Hassen Bennaceur ; "économétrie .Notes de cours_ exercices corrigés ",centre de publication universitaire ;tunise 2010

⁷ - محمد السيد سعيد، الشركات متعددة الجنسيات وأثارها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1978.

⁸ - Todaro & Smith "Economic Development "8th edition, Addison Wesley 2003

تأثير التحليل البيئي كآلية من آليات اليقظة الاستراتيجية في بناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريش وسطيف

Environmental impact analysis as a mechanism of business intelligence in building competitive advantage for economic enterprise , A field study of a group of national small and medium enterprises (Bordj Bou Arreridj and Sétif)

فايزة محلب

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،

جامعة سطيف

faizamaheb@hotmail.fr

الشريف بقة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،

جامعة سطيف 1

be58_cherif@yahoo.fr

ملخص :

تعرف المؤسسات اليوم تنافسية شرسة ترتب عن: الانفتاح على الأسواق العالمية، تحرير التجارة والانفجار المعلوماتي... هذه التنافسية جعلت المؤسسة في وضعية الدفاع عن موقعها من أجل البقاء والتفوق، ما يتطلب آليات وأدوات تمكنها من ترصد التحولات الخارجية المفاجئة ومحاولة التعرف عليها والتعامل معها سواء كانت فرصا أو تهديدات، ما يكسب المؤسسة ميزة تنافسية قوية ويعززها.

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح العلاقة بين التحليل البيئي والميزة التنافسية للمؤسسات؛ تبيان موقف المسيرين من التحليل البيئي وتبيان إدراك المسيرين لأهمية التحليل البيئي في بناء وتطوير المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. من خلال دراسة مجموعة من المصنّعين الوطنيين في ولاية برج بوعريش وسطيف، توصلنا إلى أن المؤسسات محل الدراسة تعتبر أن للتحليل البيئي الدور الكبير في تدعيم مزاياها التنافسية، وتبين أن هذه المؤسسات تعرف نقاط قوتها ونقاط ضعفها وتعمل على تقصي بيئتها الخارجية من أجل تعزيز مزاياها التنافسية.

الكلمات المفتاحية : المؤسسة الاقتصادية، التحليل البيئي، اليقظة الاستراتيجية، الميزة التنافسية.

Abstract :

The economic companies face fierce competitiveness arrange for: opening up to global markets, trade liberalization and information explosion ... This competitiveness has made the companies in a position to defend its position, in order to survive and excel. This act requires mechanisms and tools to premeditate sudden external changes and try to identify them and deal with them either the opportunities or threats, to earn strong competitive advantage and reinforce it.

This study aims to clarify the relation between environmental analysis and competitive advantage, to show the position of managers from environmental analysis and their realization about the importance of environmental analysis in creating and developing the competitive advantage.

Through the study of a group of national SME in the states of Bordj Bou Arreridj and Sétif, we reached that these companies considered that the environmental analysis has a big role in strengthening its competitive advantages. In addition, shown that these companies know their strengths and weaknesses, and work on investigating its external environment in order to strengthen their competitive advantages.

Keywords : Economic company, environmental analysis, business intelligence, competitive advantage

تمهيد :

في بيئة معقدة سريعة التغير أصبح لزاما على المؤسسة أن تكون على درجة كبيرة من المرونة والتكيف، وهذا من خلال ترصدها لكثير من التحولات الخارجية المفاجئة ومحاولة التعرف عليها والتعامل معها بإيجابية والاستفادة منها واستغلالها أن كانت فرصا وتجنبها إن كانت تهديدات، وأن تتكيف معها بالشكل الذي يحقق استمرارها وتفوقها مقارنة بالمؤسسات التي تقاسمها مجال نشاطها.

ومن أجل ذلك فإن المؤسسات تعمل على بناء مزايا تنافسية وإستراتيجية من خلال تقصي واستغلال المعلومات الحالية والتطلع لرصد ومعرفة أسرار أنشطة الأعمال والتي لم تعد تخضع لمنطق العقلانية التامة التي نادى بها أنصار مدرسة هارفرد الأمريكية بقدر ما أصبحت تخضع لمنطق العقلانية النسبية التي وضعها هيربرت سايمون في السبعينات من القرن الماضي، والتي تستوجب التعامل بكفاءة ومهارة مع مكونات المحيط الداخلي والخارجي والتي تتدرج ضمن ما يسمى اليوم بمفهوم اليقظة. ومن هنا يمكن طرح السؤال الذي يشكل محور الدراسة التي نريد تقديمها في هذا المقال:

ما مدى تأثير التحليل البيئي على بناء وتطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية؟

أولاً- الإطار المنهجي للدراسة الميدانية :

سنحاول من خلال هذا العنصر إبراز كيفية تصميم الدراسة الميدانية

1- أهداف الدراسة

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى معرفة تأثير التحليل البيئي في بناء المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية وتطويرها، وذلك من خلال دراسة واقع التحليل البيئي الداخلي والتحليل البيئي الخارجي بهذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودوره في بناء مزاياها التنافسية.

كذلك فإن هذه الدراسة تسعى إلى:

- تبيان العلاقة بين تحليل البيئة الداخلية والميزة التنافسية للمؤسسات؛
- تبيان العلاقة بين تحليل البيئة الخارجية والميزة التنافسية للمؤسسات؛
- تبيان موقف المسيرين من التحليل البيئي؛
- وتبيان إدراك المسيرين لأهمية التحليل البيئي في بناء وتطوير المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

2- فروض الدراسة : من خلال نتائج الدراسة الاستطلاعية، قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

- تطبيق عمليات التحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحليل البيئي الخارجي والميزة التنافسية؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحليل البيئي الداخلي والميزة التنافسية؛
- تتأثر إدراكات المسيرين بعوامل: المستوى التعليمي، الخبرة، طبيعة الملكية، نطاق السوق.

3- المنهج المتبع:

إن إشكالية الدراسة والفرضيات الموضوعية تتطلب استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وهو المنهج المتعارف عليه وكثير الاستعمال في مثل هذه الدراسات والذي يعتبر أداة جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة محل الدراسة، ووصف النتائج التي تم التوصل إليها وتحليلها وتفسيرها، من خلال المسح المكتبي واستكشاف العلاقات الترابطية والقرائن العلمية الداعمة، وهذا كله من أجل تحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى النتائج المرغوبة.

كما أن طبيعة الدراسة الميدانية تتطلب استخدام المنهج الإحصائي الذي يساعد على تحليل مختلف البيانات والمعلومات المتحصل عليها وجعلها أكثر انسجاما وتناغما مع قاعدة البيانات النظرية لنحقق في النهاية ما نريده من الدراسة ومن مختلف الجوانب المنهجية والموضوع والنتائج.

إن طبيعة الموضوع المدروس الذي يتعلق بالبيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتأثير تحليلها على مزاياها التنافسية يستلزم القيام بدراسة ميدانية تدعم الجانب النظري الذي تم فيه تحليل مختلف الجوانب المتعلقة بالموضوع، ومن أجل ذلك تم اختيار الاستمارة كأداة للحصول على المعلومات اللازمة والضرورية للوقوف على تأثير البيئة على المؤسسة.

تم اختيار 15 مؤسسة وطنية من أجل اختبار فرضيات الدراسة.

4- أدوات جمع البيانات:

من أجل الوصول إلى النتائج المرغوبة وتحقيق أهداف الدراسة، فقد تم الاعتماد على كل من الاستمارة، والمقابلة الشخصية والوثائق والسجلات الإدارية والتي تم استخدامها في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالتحليل البيئي، تطبيقه وتأثيره على الميزة التنافسية للمؤسسات محل الدراسة.

وكانت الاستمارة تشتمل على ثلاثة محاور:

- محور البيانات الشخصية: واشتمل هذا المحور على بيانات السن، الجنس، المستوى التعليمي، مدة الخدمة في المؤسسة؛
- محور تحليل البيئة الخارجية والبيئة الداخلية للمؤسسة: واشتمل على عناصر بيئة المؤسسة الخارجية والداخلية من أجل التوصل إلى مدى اعتماده في إستراتيجية المؤسسات محل الدراسة؛
- محور تحليل أبعاد الميزة التنافسية: الذي اشتمل على مختلف أبعاد الميزة التنافسية وعلاقة كل بعد بعملية التحليل البيئي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

5- أدوات تحليل البيانات (أساليب التحليل الإحصائي):

تم توزيع الاستمارات على المجموعة المستهدفة، وحصرت وتجميع المعلومات اللازمة الخاصة بموضوع البحث، وتم الاعتماد في معالجة البيانات المتوصل إليها على التحليل الإحصائي الذي تم من خلاله استخدام أساليب وطرق يتم بموجبها التعرف على إجابات الأفراد الذين تم استقصاء آرائهم حول الدراسة، وذلك باستخدام برنامج spss* للتحليل الإحصائي.

وقد اعتمدنا على هذا البرنامج في تحليل البيانات وفقا للخطوات التالية:

- ترميز البيانات، ويتم ذلك بعد القيام بجمع كافة البيانات حول الظاهرة محل الدراسة، وترميزها من أجل إدخالها إلى الحاسوب؛
- اختيار الأدوات الإحصائية، حيث قمنا باستخراج التكرارات والنسب المئوية المتعلقة بكل بند من بنود الاستمارة وتحليلها باستعمال الأدوات المناسبة لذلك.

* spss : statistical package for social science version 19.0

ثانيا- التحليل البيئي وسيلة لليقظة الإستراتيجية:

تكمن عملية التحليل البيئي في أن المؤسسة إذا أرادت البقاء والاستمرار في مجال الأعمال، عليها أن تتطلع لمعرفة ما يحيط بها داخليا وخارجيا، حتى تتمكن معرفة ما يتاح لها من فرص وما يقف أمامها من عوائق، وكذلك معرفة كل من نقاط القوة ونقاط الضعف بالنسبة لمجموعة المؤسسات التي تمارس نفس النشاط أو تكون في نفس النوع أو القطاع، وذلك من أجل استثمار الفرص وتجنب التهديدات وتحقيق المزايا التنافسية¹.

1- مفهوم اليقظة الاستراتيجية

1-1- تعريف اليقظة الاستراتيجية

يقصد بها السياق المعلوماتي الذي بواسطته تتمكن المؤسسة من الاصغاء المسبق والارادي إلى بيئتها الخارجية بغرض فتح منافذ على الفرص المناسبة لاستغلالها في وقتها، أو لمعرفة الأخطار وتفاديها والتقليل من آثارها. وتتضمن هذه العملية تجميع وتوزيع وتحليل المعلومات الاستراتيجية ونشرها بغرض تغذية القرارات الاستراتيجية².

1-2- أنواع اليقظة

تختلف الكتابات حول أنواع اليقظة، لعل أهمها: اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة الاجتماعية، اليقظة الاستراتيجية واليقظة البيئية. تعبر اليقظة الاستراتيجية عن المتابعة الاجمالية والذكية لبيئة المؤسسة لرصد المعلومات الحاملة للفرصة³، ومن هنا فإن اليقظة الاستراتيجية تستلزم تحليل بيئة المؤسسة.

2- ماهية التحليل البيئي

1-2- مفهوم التحليل البيئي

إن هذه العملية يمكن معرفتها من خلال ما يسمى بالتشخيص الاستراتيجي بغية الاستفادة من نقاط القوة واستغلال الفرص، وتنمية وتصحيح نقاط الضعف وتجنب التهديدات أو التكيف معها. إن عمليتي التحليل والتشخيص مرتبطتين ارتباطا وثيقا ببعضهما البعض، إذ لا يمكننا القيام بتحليل وضعية ما دون تشخيصها، ومن جهة أخرى لا معنى لتشخيص وضعية ما دون تحليلها. لذا سوف نحاول التعريف بمصطلح التشخيص.

التشخيص هو عملية تحديد عناصر البيئة الداخلية للمؤسسة، وتحليل خصائصها وكشف ما بها من نقاط قوة ونقاط ضعف، وكذلك تحديد عناصر البيئة الخارجية للمؤسسة وتحليل الخصائص واتجاهاتها وتقييم ما بها من فرص أو تهديدات، وتستخدمه الإدارة كأداة لتحليل الأداء من خلال مجموعة من الإجراءات.

والتحليل البيئي، هو تحليل دقيق لبعدين في وضع المؤسسة وهما بيئتها الخارجية وخصائصها الداخلية. فهو يتطلب تحليل بيئي (environmental analysis) للبيئة الخارجية من أجل اكتشاف الفرص والتهديدات، والشق الآخر يتطلب إجراء تدقيق داخلي (internal audit) لتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف⁴.

ومن خلال التعريفين يمكن استخلاص تعريف شامل للتحليل الاستراتيجي في مجال تسيير المؤسسات، فهو تشخيص (إجراءات فحص للمؤسسة) وذلك عن طريق الدراسة التفصيلية للمعلومات لفهم مدلولاتها، ومحاولة تفسير الأسباب والنتائج، مما يساعد على اكتشاف نقاط الضعف والقوة للمؤسسة وكذا الفرص والتهديدات المحيطة بها، والتحليل البيئي هو تحليل موقفي أي يقوم بتقييم الأوضاع الحالية للمؤسسة⁵.

نظرا لضرورة إجراء التحليل لأبعاد البيئة الخارجية سواء على المستوى الكلي أو على المستوى الجزئي، فإنه لا مناص من اللجوء الى إجراء ترابط في التحليل وأن يؤدي ذلك إلى فرز العوامل التي لها تأثير على الطلب للمنتجات

والخدمات التي تقدمها المؤسسة، وكذلك على العرض، ومعرفة المؤثرين الرئيسيين الذين لهم دور في القطاع الذي تتواجد فيه المؤسسة والجوانب الحساسة التي تسمح لها بالتعرف على الفرص والتهديدات⁶.

2-2- أهمية التحليل البيئي

- تحظى عملية التحليل البيئي بأهمية بالغة عند تقييم المؤسسة نظرا لأنها تؤدي إلى تحقيق ما يلي⁷:
- تحديد الفرص المتاحة أمام المؤسسة، وبالنظر إلى إمكانات وخبرات وموارد هذه الأخيرة تتم المفاضلة بين الفرص التي يمكن استغلالها وأي الفرص الممكنة استبعادها.
- يساعد التحليل البيئي على تخصيص الموارد المتاحة وتحديد طرق استخدامها.
- تحديد ما يسمى بـ: القدرة المميزة للمؤسسة والتي تعرف على أنها القدرات والموارد التي تمتلكها المؤسسة والعمليات التنفيذية المستخدمة في توظيف تلك القدرات والإمكانيات لإنجاز الهدف.
- يعد التحليل البيئي ضرورة ملحة، نظرا لأنه يؤدي إلى الكفاءة في الأداء، وهذا ما تجمع عليه كل الشركات العالمية التي تستخدم التحليل البيئي.
- الهدف الرئيسي من التحليل البيئي هو معرفة أربعة مفاهيم أساسية؛ نقاط القوة والضعف الداخلية، الفرص والتهديدات الخارجية. وهذا التحليل يبنى على دراسة المؤسسة من جوهرها والمحيط الذي هو حولها.
- يتوقف نجاح المؤسسة إلى حد كبير على مدى دراستها للعوامل البيئية المؤثرة، ومدى الاستفادة من اتجاهات هذه العوامل، وبدرجة تأثير كل منهما، حيث تساعد هذه الدراسة على تحديد الأهداف التي يجب تحقيقها، وبيان الموارد المتاحة ونطاق السوق المرتقب، وأنماط القيم والعادات والتقاليد السائدة.
- سعي الكثير من المؤسسات إلى التأقلم مع عوامل بيئتها المتغيرة وجعلها تؤثر بشكل إيجابي على هذه البيئة، وبالتالي القيام بدور فعال تجاه نمو وتطور الاقتصاد الوطني.
- سعي الدولة الجزائرية للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، وما سينجر عنه من تحرير تدريجي زمني ونوعي للتجارة في السلع والخدمات، وإلغاء إجراءات الدعم للمؤسسات المحلية، وبالتالي ستجد المؤسسة الاقتصادية الجزائرية نفسها أمام منافسة أجنبية شرسة.

كذلك فإن أهمية التحليل البيئي كبيرة بالنسبة لعدة أطراف داخلية وخارجية للمؤسسة منها:

- مسيري المؤسسة: والذي هم في حاجة إلى الإحاطة بأدائها أو ببحوث عن ضمان دقة الاستراتيجية الموضوعية (الأنشطة، منتجات، السوق)، كما يمكن أن يطلب من قبل:
- البنك: بهدف التعرف على حالة المؤسسة التي تطلب قروضا.
- المساهمين المستقبليين: لتعرف الراغبين في تمويل المؤسسة على وضعيتها المالية والمحاسبية.
- الدولة: وهي ترغب في التعرف على وضعية المؤسسة، قبل اتخاذ قرار تعيين (تطهير، تأهيل، خصصة...) ⁸.

2-3- العوامل المؤثرة في التحليل البيئي

على الرغم من المزايا الكثيرة التي تحققها المؤسسات من خلال استخدام التحليل البيئي إلا أن هناك عدد من المؤسسات التي لا تستطيع استخدام هذه الطريقة ويعود ذلك إلى عدة عوامل منها⁹:

- تكاليف التحليل البيئي: تستغرق عملية التحليل البيئي زمناً طويلاً كما تتطلب إنفاقاً كبيراً عليها وقد تكون تكلفة الحصول على هذه المعلومات والإحصاءات كبيرة بحيث لا تستطيع بعض المؤسسات الصغيرة الحجم تحملها، وحتى

المؤسسات الكبيرة الحجم فقد يتردد الإداري في تخصيص هذا القدر من الإنفاق على جمع المعلومات لأنه لا يستطيع أن يثبت بصورة مؤكدة أن وجود هذه المعلومات والإحصاءات سوف يؤدي إلى ربحية المؤسسة على المدى الطويل.

- **الكفاءات المهنية المطلوبة للقيام بالتحليل البيئي:** إن الأفراد بلا شك هم أئمن الموارد المتاحة لدى المؤسسة، فهم مصدر المعرفة والمهارة والحافز لخلق الحفاظ على تقويم التنظيم واستمراريته، ومن أجل تحقيق النجاح لعملية التحليل البيئي فإنه يجب أن نتملك القدرة على تحقيق الجذب والحفاظ على نوعيات الموارد البشرية التي تستلزمها عملية التحليل.

3- تحليل البيئة الخارجية والداخلية للمؤسسة

3-1- تحليل مكونات البيئة الخارجية

يعرف التحليل الخارجي بأنه عملية استكشاف وفحص العوامل والمتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية، والسياسية، والاجتماعية والثقافية، وقوى المنافسة، وذلك من أجل تحديد الفرص والتهديدات الموجودة في محيط المؤسسة، ومعرفة مصادر ومكونات هذه الفرص والتهديدات من خلال تجزئتها إلى عناصر فرعية، وفهم علاقات التأثير والتأثر فيما بينها، من جهة وبينها وبين المؤسسة من جهة أخرى¹⁰.

3-1-1- تحليل مكونات البيئة العامة

تشمل البيئة الخارجية نوعين من المتغيرات، الأولى العامة والثانية الخاصة. هذا مع ضرورة ملاحظة أهم ما يميز المتغيرات العامة عن الخاصة، كون أن الأولى تكون ذات تأثير مباشر على استراتيجيات المؤسسة أما الثانية فهي تؤثر على العمليات التشغيلية للمؤسسة¹¹.

في تحليل البيئة العامة تقوم المؤسسة بتحليل أهم العناصر المكونة لها وندرج فيما يلي تحليل (PEST).

- **البيئة السياسية والقانونية:** إن البيئة السياسية تلعب دورا هاما في إدارة المؤسسة وتحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها، وتستطيع أن تقول انه ركيزة أي مجتمع والعلاقات التي تقوم بين أعضائه هو النظام السياسي الذي يمثل : مجموعة الهيئات والأنظمة والأفراد؛ لهم هدف رئيسي هو إدارة وتسيير المجتمع ككل¹².

والعوامل السياسية هي مجموعة القيود التي تتخذها الحكومة، والتي سوف تؤثر على المؤسسات. مثل الضرائب والجمارك... الخ، ولا تستطيع المؤسسات أن تعمل بمعزل عما يحدث في البيئة السياسية المحيطة بها.

- **البيئة الاقتصادية:** البيئة الاقتصادية هي مجموعة القوى الاقتصادية التي تؤثر على المجتمع بكافة مؤسساته، وتتأثر المؤسسة بهذه القوى على المستوى المحلي والعالمي ومن هذه العوامل¹³:

المداخل، الطلب، دورة الأعمال، ندرة الموارد... وكل عامل من العوامل الاقتصادية السابقة تمثل بالنسبة للمؤسسة أما فرصة أو تهديدا. إن المؤسسة الاقتصادية تتواجد لأداء دور مهم وهو الإنتاج، ولكي تقوم المؤسسة من تسويق ما تقوم بإنتاجه لابد من الملاحظة وبحذر ميول الطلب، خصائص المنافسة، سعر الفائدة، نسبة البطالة وغيرها من الظواهر الأخرى التي لا بد من متابعتها ومراقبتها، لذلك فمن الضروري لأية مؤسسة التفكير فيما يخص:

- نوع المعلومات التي تمتلكها هذه المؤسسة لمعرفة محيطها.

- الاختلاف في معالم المحيط الاقتصادي.

- **البيئة الاجتماعية والثقافية:** يظهر تأثير الثقافة على قدرة المؤسسات في التعامل مع مختلف المجتمعات، وتوضح تجارب الكثير من المؤسسات على الأثر الكبير الذي تحدثه الثقافة السائدة في المجتمع على نشاطاتها، خاصة وأن بعض جوانب الثقافة تعكس الأخلاق العامة السائدة في المجتمع¹⁴.

والمغيرات الاجتماعية والثقافية تؤثر إما إيجابيا أو سلبيا (فرصة/تهديد)، فالتغير في ثقافة العميل يحدد الطريقة التي يفكر بها، وأسلوب إنفاقه لأمواله في السوق، كما تحدد أسلوب الاتصال به وأسلوب إنفاقه بالسلعة والخدمة. كما أن العادات والتقاليد تخلق فرصا أو تهديدات للمؤسسة¹⁵.
فالبينة الاجتماعية تؤثر بدرجة ملموسة في جانب الطلب على منتجات المنظمة، وكذلك على القيم والقواعد وممارسات العاملين داخل المنظمات. وأهم عناصر البينة الاجتماعية: التغيرات السكانية، دور المرأة في المجتمع، مستوى التعليم، قيم وقواعد السلوك، المسؤولية الاجتماعية، البطالة...

- **البينة التكنولوجية:** تتعلق بالوسائل الفنية المستخدمة في تحويل المدخلات إلى مخرجات، والتغيرات التكنولوجية لا تؤثر على كل الصناعات بطريقة متساوية، فالبعض يتأثر بقوة مثل: صناعة الالكترونيات والاتصالات والصناعة الحربية، في حين أن الصناعة الغذائية والملابس أقل تتأثر بالتغيرات التكنولوجية، لكن هذا لا يعني تجاهل التغيرات التكنولوجية في هذه الصناعات، كما أن ما يمكن اعتباره تهديدا بالنسبة لصناعة ما يمكن أن يمثل فرصة لصناعة أخرى.

3-1-2 - تحليل البينة الصناعية (التنافسية)

الهدف من تقييم المؤسسة للبينة الصناعية هو تحليل اللعب التنافسية لتموضع المؤسسة في مقابلة منافسيها ومعرفة ما يواجهها من فرص وتهديدات في هذه الصناعة، والتعرف على محددات النجاح عند التعامل مع العملاء والموردين والمنافسين الحاليين والمحتملين¹⁶، وينتج عن التعرف على البينة بوضوح، إمكانية وضع الاستراتيجيات التي تعمل على استغلال الفرص المتاحة في السوق والتي تتناسب مع إمكانيات وأهداف المؤسسة وسياساتها ونموها وطموحات إدارتها¹⁷. تتأثر المؤسسة بصفة مباشرة بخمسة قوى (+1) وهي ما يبينه الشكل رقم (01).
يعتبر هذا النموذج امتدادا لنموذج Porter للقوى الخمس، وهو يلخص البينة الخاصة للمؤسسة، وهي مجموعة العوامل التي تقع في حدود تعاملات المؤسسة، ويختلف تأثيرها من مؤسسة إلى أخرى، ويمكن للمؤسسة الرقابة عليها نسبيا، والتأثير فيها وهي تضم المجموعات التالية:

- **تهديد المنافسين الجدد (المحتملين):** إن أول قوة تنافسية ل Porter تتعامل مع السهولة أو الصعوبة التي يمكن أن يواجهها المنافس الجديد عند بداية العمل في ذلك المجال، ومن الواضح أنه كلما زادت صعوبة الدخول في السوق قلت المنافسة، وزادت الأرباح المحتملة على المدى البعيد¹⁸.

- **شدة المنافسة في الصناعة (المنافسة الحالية):** من الملاحظ أنه في معظم الصناعات تعتمد المؤسسات على بعضها البعض، وأي تصرف يصدر عن أي مؤسسة يكون له انعكاس متباين التأثير لدى المؤسسات الأخرى، ويرى Porter أن المنافسة الحادة مرتبطة بعدة عوامل منها: (عدد المنافسين وتنوعهم، معدل نمو الصناعة، خصائص السلعة أو الخدمة، حجم التكاليف الثابتة، الطاقة الإنتاجية، وعوائق الخروج من الصناعة¹⁹).

- **تهديد المنتجات البديلة:** وتعرف المنتجات البديلة على أنها "أي منتج أو خدمة تؤدي إلى إشباع نفس الحاجة للمستهلك"²⁰. وتتمثل المنتجات البديلة في مجموعات المنافسين، والذين تم تحديدهم على أنهم يمثلون مصدرا للمنافسة أقل حدة من المنافسين المباشرين، لكن لديهم تأثير على معدل الصناعة وعلى معدلات الربحية وهذا نتيجة توافر حرية الاختيار أمام المستهلك.

- القدرة التفاوضية للموردين: ويقصد بالموردين " تلك المؤسسات أو الجماعات التي تزود المؤسسة بالمواد الأولية أو الأجزاء أو الأفراد أو الأموال أو الخدمات أو أي موارد أخرى تحتاج إليها حتى تفي بالغرض الذي وجدت من أجله"²¹.

تلتقي المؤسسة مع الموردين الذين تتحصل منهم على ما تحتاجه من سلع و مواد أولية مقابل دفعها لثمنها في سوق يدعى سوق التموين، وهم يؤثرون على الصناعة من خلال قدرتهم على رفع الأسعار، أو تخفيض جودة السلع والخدمات، وهذا ما يؤثر على ربحية المؤسسة.

- القدرة التفاوضية للعملاء: يقصد بالعملاء " الهدف النهائي لأي عملية إنتاجية وتسويقية، وهم الذين يحددون قدرة المؤسسة على الاستمرار في الأسواق من عدمه"²² وهم يمثلون هيكل الطلب على منتجات المؤسسات فإنهم يسعون دائما إلى تحقيق بعض المكاسب والمنافع التي يمكن أن نذكر بعضها فيما يلي²³:

1. خفض أسعار المنتجات المشتراة.

2. رفع نوعيتها باستمرار.

3. العمل على زيادة أوضاع المنافسة بين البائعين.

4. ممارسة أكبر قدر ممكن من المساومة معهم.

-تأثير السلطات العامة (النفوذ السياسي): رغم أن Porter لم يدرجه ضمن نموذجه للقوى التنافسية (لأسباب إيديولوجية، مرتبطة برؤيته الليبرالية للاقتصاد)، إلا أنه بالتأكيد له مكانته في القوى التنافسية لأي اقتصاد. في الواقع، الحكومات لها القدرة على تغيير قدرة المؤسسة على تحقيق العوائد، والتدخل في المباريات التنافسية²⁴. والدور التنافسي للنفوذ السياسي له عدة أشكال: القدرة على التشريع، الحماية، فسخ المجال للجمعيات والأطراف ذات المصلحة...

3-1-3- عناصر تحليل البيئة الخارجية

ويتم تحليل البيئة عن طريق جمع المعلومات، تحليلها واكتشاف الفرص والتهديدات.

أ- جمع المعلومات²⁵

من أجل الحصول على المعلومات المطلوبة ينبغي:

1. توضيح كيفية تحديد المعلومات المطلوبة:

يتم التوصل إليها جماعيا من خلال إحدى الطرق التالية: المناقشات بين المديرين، التقارير التي تقدم إلى المديرين، العصف الذهني، دلفي، الجماعات الصورية... الخ.

2. تحديد نوعية المعلومة المطلوبة: المعلومات البيئية عن الصناعة: الموردون، العملاء، المنافسون، عن الاقتصاد: الدخل، الضرائب، الحالة الاقتصادية العامة (تضخم، أزمة)، معلومات عن العناصر الاجتماعية: التعليم، نسبة شغل المرأة... الخ

3. التعرف على مصادر المعلومات: وزارات، مجلات، تقارير... الخ

4. الحصول على المعلومات.

ب- اكتشاف الفرص والتهديدات: يتم اكتشاف التهديدات والفرص البيئية من خلال استعراض المعلومات التي تم جمعها، ثم مناقشتها بواسطة المديرين المعنيين، حيث يتم تقديم تقارير عن البيانات الأساسية، والتركيز فيها على الاتجاهات المستقبلية لكل عنصر من هذه البيانات، والتنبؤ بسلوك كل عنصر مؤثر في المؤسسة. وتجدر الإشارة إلى أنه كلما كانت بيانات الماضي والحاضر واضحة، كلما أمكننا التنبؤ بسلوكها في المستقبل²⁶.

ت- **تحليل الفرص والتهديدات:** تقدم عملية تحليل الفرص والتهديدات احتمالات وجود مركز نسبي معين، يمكن أن تحتله المؤسسة، وذلك من خلال تحديد الأهمية النسبية لهذه التهديدات والفرص، مما يساعد المؤسسة في توجيه جهودها اتجاه استغلال الفرص ومواجهة التهديدات.

- **الفرصة حسب (Kotler):** تتمثل في تلبية حاجات المستهلكين بكيفية تؤدي إلى تحقيق عائد (الحاجة يمكن أن تحققها المؤسسة) إذا فالفرص مرتبطة بالسوق، وعندئذ نطرح مجموعة من الأسئلة: هل هذه الفرص مرتبطة بنشاط المؤسسة؟ هل بإمكان المؤسسة أن تلبّيها؟ هل هذه الفرص تؤدي إلى تغيير في أهداف المؤسسة وغاياتها؟ هل تتطلب هذه الفرص تحويل نشاط المؤسسة؟ والفرص قد تتعدد ولا يمكن حصرها في السوق مثل جاء به كوتلر على اعتبار انه متخصص في التسويق فالفرص تكون في كثير من الاحيان مستترة ومرتبطة بمجالات متعددة وتعتمد على السبق في الوصول اليها والانتفاع بها قبل الغير تقترن بوظائف المؤسسة كما تقترن بالمحيط الخارجي وهو ما يجسد المفهوم الواسع للفرص²⁷.

- **التهديد حسب (Kotler):** هي مشكلة تنشأ كنتيجة لبعض اضطرابات البيئة والتي لها تأثير سلبي على نشاط المؤسسة، كما أن التهديد يمثل تحد غير مقبول داخل المؤسسة. فالتهديد ليس بالشيء المطلق، فقد يكون محصورا زمنيا، وقد يرتبط بوظيفة معينة، وقد يكون مرتبط بعوامل خارجة عن نطاق تدخل المؤسسة مثلا إغراق السوق بصورة مفاجئة بمنتوج معين من طرف منافس معين يصعب على المؤسسة تحويل طرق انتاجها في المدى القصير، فكساد السلع وتراجع المبيعات يؤثر على العائد ويشكل تهديدا خطيرا على المؤسسة²⁸.

3-2- تحليل مكونات البيئة الداخلية

تتجسد البيئة الداخلية للمؤسسات في اختلاف قدرات ووظائفها و استجابة هذه الاخيرة لمنطق التغيير و الديناميكية و التي تزكّيه عوامل كثيرة كالخبرة و المهارة و المعارف المتخصصة في مجال الادارة و فنون الانتاج و التوزيع و البحث و التطوير و طبيعة التعامل مع الاطراف الخارجية و هي مؤشرات قد تعكس قدرات هذه المؤسسات من جهة مثل ما هو حاصل في المؤسسات الاقتصادية المتطورة و قد تعكس مواطن الضعف التي تعاني منها كثير من المؤسسات نتيجة لعدم مواكبتها لأساليب التغيير مثل ما هو حاصل في الدول الناشئة، و التي تعاني من قصور مزدوج في استغلال الفرص و تجاوز التهديدات ن فهي بحق هيكل يجسد الوجود الصوري للمؤسسة و يفقدها البعد الاقتصادي والمالي ويزج بها في دائرة الازمة التي يصعب الخروج منها²⁹.

3-2-1- مفهوم البيئة الداخلية

تتمثل البيئة الداخلية للمؤسسة بمجموعة العوامل والمكونات والمتغيرات المادية والمعرفية والتنظيمية ذات الصلة الوثيقة بحدود المؤسسة الداخلية. وتمثل المستوى البيئي التنظيمي الداخلي المرتبط بشكل محدود ودقيق بالتطبيقات الإدارية والتنظيمية لمنظمات الأعمال³⁰.

أ- عناصر تحليل البيئة الداخلية

إن هدف تحليل البيئة الداخلية للمؤسسة هو التعرف على أسباب ضعف أو قوة المؤسسة، وبناءً عليها نستطيع أن نتعرف على قدراتها المتوافرة حالياً، ولتحليل البيئة الداخلية نتبع الخطوات التالي³¹:

1. **تحديد المعلومات الخاصة بالأداء الداخلي:** والهدف من هذه الخطوة هو تحديد المعلومات التي تميز البيئة الداخلية للمؤسسة، وهذا من خلال جمع المعلومات عنها عن طريق تحديد أهم البيانات الخاصة بأداء إدارة محددة أو قسم معين أو وحدة كل مدير، ثم وضع هذه البيانات في شكل قائمة وعرضها على المديرين لضمان تغطية كاملة لكل البيانات ذات الصلة بالبيئة الداخلية، حيث أن كل مدير في موقعه يقوم بإعطاء المعلومات اللازمة في شكل تقرير رسمي.
2. **اكتشاف نقاط القوة ونقاط الضعف لدى المؤسسة:** بعد القيام بجمع المعلومات الخاصة بالأداء الداخلي للمؤسسة، نتعرف على نقاط القوة ونقاط الضعف، وذلك عن طريق عقد الاجتماعات والتي يحضرها كل المديرين المهمين بتقييم

الأداء الداخلي للمؤسسة وتحديد بياناتهم واتجاهاتهم لتحديد نقاط القوة والضعف، بالإضافة إلى مقارنة أنفسهم بالمنافسين وكذا ربط أدائهم بأهداف المؤسسة وكذلك استخدام نسب الكفاءة، وأسلوب المراجعة الإدارية لاكتشاف نقاط القوة ونقاط الضعف.

3. تحليل نقاط القوة ونقاط الضعف: إن إدراك نقاط القوة والضعف في المؤسسة، يسمح لنا بالتعرف على مدى الأهمية الاستراتيجية لها، والتي تؤثر في الاستراتيجية التي ستتبعها المؤسسة.

ب- مدخل تقييم سلسلة القيم لتحليل البيئة الداخلية للمؤسسة

قدم Porter في كتابه الشهير competitive advantage فكرة سلسلة القيم³² كأسلوب لتقييم الإمكانيات الداخلية للمؤسسة بالنظر إليها باعتبارها سلسلة من الأنشطة تهدف إلى خلق مجموعة من القيم منفصلة للعميل سواء أكانت قيمة مكانية تتحقق بنقل المواد الأولية للمصانع ونقل السلع الجاهزة إلى الأسواق وقيم شكلية تتحقق عن طريق الإنتاج بإعادة تشكيل المواد والسلع المشتراة إلى شكل آخر أكثر فائدة للعميل، وقيم زمنية تتم بتخزين المواد والسلع لحين الحاجة لها، وقيمة حيازية تتحقق عن طريق بيع السلع والخدمات لإشباع حاجات العملاء ورغباتهم، فإذا كانت المنظمة توفر هذه القيم للعميل بطريقة أفضل من المنافسين فإن هذا يمثل نقطة قوة يمكن الاعتماد عليها في بناء الاستراتيجيات، وقد قسم Porter المؤسسة إلى تسعة أنشطة ويتكون كل نشاط من أنشطة فرعية بحسب طبيعة الصناعة التي تعمل فيها. ويعتبر³³ بوتر القيمة أنها الكمية المشتراة التي تخلق قيمة عند الزبائن، والتي سوف تدفع للمؤسسة لقاء ما تقدمه...وهي يجب أن تستعمل لتحليل الموقع التنافسي للمؤسسة والشكل (2) يوضح سلسلة القيم ل Porter.

يعتبر نموذج تحليل القيمة «على أنه طريقة نظامية للنظر إلى سلسلة الأنشطة التي تؤديها المؤسسة، بهدف التمكن من فهم المصادر الحالية والمحتملة للميزة التي تحققها المؤسسة عن منافسيها.» إن الفكرة الأساسية لهذا النموذج تكمن في فحص مصادر الميزة التنافسية لتحديد هذه الميزة أو لتحسينها، يقوم النموذج بتحليل كل وظائف المؤسسة وكذا الارتباطات بين الوظائف؛ بمعنى القيام بتشخيص مدقق للمراحل المختلفة لصنع المنتج. وذلك للوصول إلى إعداد سلم القيمة الخاص بالمؤسسة كما هو موضح بالشكل السابق.

ث- الأنشطة الأساسية (الأولية):

تتكون الأنشطة الأساسية³⁴ من مجموعة من الوظائف القادرة على توفير منافع للعميل، وهي على النحو التالي:

1. الإمداد الداخلي: وتتضمن عمليات النقل والاستلام والتخزين وصرف المواد والرقابة على المخزون والاتفاق مع الموردين، ويتم تقييم هذه الأنشطة الفرعية للتعرف على نواحي القوة والضعف فيها، فعلى سبيل المثال تمكنت الشركات التي عقدت اتفاقيات مع الموردين يتم بمقتضاها توريد المواد الخام وفق احتياجات التصنيع من التخلص بالكامل من نفقات التخزين وبالتالي تمكنت من المنافسة نظرا لتمتعها بنقطة قوة لا تتوافر لغيرها من المنافسين.

2. العمليات (الإنتاج): ويتضمن تحويل المواد الأولية إلى سلع جاهزة وتشمل أنشطة التصميم والتجميع والتعبئة والتغليف والاختبارات والرقابة على جودة ونوعية وكفاءة الأجهزة والمعدات.

3. الإمداد الخارجي: وتتمثل في أنشطة نقل المنتجات الجاهزة إلى مراكز التوزيع وتخزين البضائع الجاهزة وطرق التوزيع إلى العملاء ونظام الحصول على أوامر الشراء وكل الأنشطة التي تتضمنها نقل البضائع الجاهزة من أماكن إنتاجها إلى مراكز استهلاكها.

4. التسويق والمبيعات: وتشمل الأنشطة التي تساعد على نقل حيازة السلعة من المنظمة إلى العملاء بما يتضمن من إعلان وبيع شخصي وغير شخصي وتسعير وتدريب رجال البيع واختيار مناطق البيع ووسائله.

5. الخدمات: وتتمثل في كل ما يقدم للعملاء للاستفادة من السلع والخدمات التي تباعها المنظمة وتشمل أنشطة التركيب والإصلاح وبيع قطع الغيار والصيانة الدورية وتقديم المشورة.

ج- الأنشطة المساعدة:

قسم Porter الأنشطة المساعدة³⁵ إلى أربعة مجالات رئيسية، وهي على النحو التالي:

1. المشتريات (التموين): وتتمثل في الأنشطة التي تهتم بالحصول على المدخلات من مواد أولية وآلات وقوى محركة وقطع غيار وتجهيزات مكاتب، ويلاحظ في الشكل السابق أنها تمتد عبر أجزاء المؤسسة لأنها تخدم كل هذه الأنشطة سواء الأساسية أو المساعدة في توفير ما تحتاج إليه البيئة الخارجية.

2. التطوير والتكنولوجيا: وتشمل الأنشطة التي تهدف إلى تحسين طريقة أداء أنشطة المؤسسة ولذا فإن هذا النشاط يمتد عبر أجزاء المؤسسة كما هو مبين في الشكل لأنها تتعلق بكل أجزاء المؤسسة ويهدف هذا النشاط إلى رفع مستوى أداء كل الأنشطة من أول تطوير الأعمال الكتابية اليدوية وتحويلها إلى أعمال مكتبية معتمدة على الحاسب الآلي إلى تحسين المنتج ذاته لجعله أعلى جودة وأقل تكلفة.

3. إدارة الموارد البشرية: وتشمل أنشطة الاختيار والتعيين والتدريب والترقية وتحديد المسار الوظيفي والتحفيز، وهذه الأنشطة تتعلق بكل أجزاء المنظمة أيضا ويحتمل أن تمثل نقطة قوة أو ضعف.

4. الخدمات المساعدة (البناء التحتي للمؤسسة): وتتكون الخدمات المساعدة من كل الأنشطة المسؤولة عن تطبيق الأنظمة المختلفة في المنظمة كالتكاليف والمحاسبة والأمن الصناعي بالإضافة إلى الشؤون القانونية والإدارة العامة والعلاقات العامة.

ثالثا- التحليل البيئي أداة لتنمية الميزة التنافسية:

1- مفهوم الميزة التنافسية

كثر استخدام مصطلح الميزة التنافسية Competitive advantage في الآونة الأخيرة. ويعتبر هذا المصطلح امتدادا لمصطلح الميزة النسبية Comparative advantage وخاصة على مستوى الصناعة. ويجب علينا توضيح أن الميزة النسبية شرط ضروري³⁶، ولكن ليس كافيا لتحقيق الميزة التنافسية، كما يجب علينا التفريق بينهما على النحو التالي³⁷: إن الميزة النسبية تقوم على أسس التحليل الساكن، وتعتمد على الوفرة النسبية للموارد التي تؤدي إلى اختلاف التكاليف النسبية بين الدول، وبذلك يتحدد نمط واتجاه التجارة الدولية والتخصص.

أما الميزة التنافسية فتخلق Create ويمكن اكتسابها، من خلال قدرة عوامل الإنتاج على الانتقال، وخاصة إمكانية انتقال رأس المال، والتكنولوجيا، والعمل الماهر لتدعيم القطاع الصناعي ككل، لتحقيق النمو، واقتناص الفرصة في الأسواق العالمية.

يعرف Porter الميزة التنافسية على أنها: "العنصر الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق المؤسسة ربحية دائمة مقارنة بمنافسيها"³⁸.

كما يضيف بأن تحقيق الميزة التنافسية يكون في عدة جوانب:

- التركيز على قطاعات سوقية معينة (التركيز) ؛
- تقديم منتجات مختلفة عن منتجات المنافسين (التمييز) ؛
- استخدام عمليات التصنيع و منافذ توزيعية بديلة (السيطرة على التكلفة) ؛
- استخدام هياكل مختلفة للتكلفة (السيطرة على التكلفة).

ويؤكد Porter بأن "الميزة التنافسية تنشأ من مجموع وظائف المؤسسة والمرتبطة بالتصميم، الصنع، التسويق، توزيع وتطوير المنتج، وتحليل مصادر الميزة التنافسية. ويجدر بالمؤسسة تشخيص، وبصفة دقيقة، لكل نشاطاتها³⁹، ويشير إلى تحليل سلسلة القيمة.

ويرى آخرون أن الميزة التنافسية، يختلف تعريفها حسب المجال⁴⁰، إذ يمكن تعريفها بالنسبة للمؤسسة، القطاع والدولة. 1. تنافسية المؤسسة: هي قدرة المؤسسة على تحقيق قيم من خلال إنتاج سلع وخدمات ذات جودة عالية، توجه للمستهلك بشكل أفضل من المنافسين وأكثر فعالية منهم، وبسعر مناسب وفي وقت مناسب بأكثر ربحية. 2. تنافسية القطاع: تعبر عن مدى استطاعت مؤسسات قطاع معين، سواء الزراعي الصناعي، أو الخدماتي، على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق العالمية. وتقاس تنافسية القطاع من خلال الربحية الكلية للقطاع، الميزان التجاري له ومحصلة الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل والخارج، وغيره. 3. تنافسية الدولة: وتعكس قدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع ومستمر، لمستوى دخل أفراده، وذلك من خلال تحسين الإنتاجية مما يضمن هذا النمو. ومما سبق، يمكن القول بأن كل ما يمكن أن يحقق قيمة مضافة مدركة من قبل العميل يعتبر ميزة تنافسية للمؤسسة.

2- بناء (خلق) الميزة التنافسية

تنشأ الميزة التنافسية نمطياً⁴¹ نتيجة شكل من أشكال الاضطراب، ومثل هذا الاضطراب يمكن أن يحدث خارج المؤسسة أو داخلها. والاضطراب الخارجي هو أي تغيير في البيئة الخارجية، الذي يتسبب في تغيير المراكز التنافسية للمؤسسات العاملة داخل صناعة ما، مثلاً فقد أعطى ارتفاع أسعار البترول دفعة قوية لموزعي البنزين. من ناحية أخرى، من الممكن أن يحدث الاضطراب المنشئ للميزة التنافسية داخلياً من خلال الابتكار، الذي من الممكن أن يأخذ أشكالاً عديدة: منتجات جديدة، عمليات جديدة... الخ إذا كان إنشاء ميزة تنافسية يعني الاستجابة لفرص خارجية أو لابتكار مولد داخلياً، فإنه يعني ضمناً أن المؤسسات يجب أن تكون انتهائية ومبدعة، فالمؤسسات الناجحة هي تلك التي تدرك بسرعة الفرص وتقتصمها. وهي تلك التي تستطيع تطوير أساليب جديدة لتلبية احتياجات العملاء بصورة أفضل، من خلال القيام بمسح بيئي يمكنها من اكتشاف الفرص لإنشاء الميزة التنافسية.

3- أبعاد الميزة التنافسية

تعمل الإدارة العليا في المؤسسة الصناعية على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال ما تقدمه من منتجات تحقق حاجات ورغبات الزبائن أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها الزبائن من تلك المنتجات. اتفق العديد من المؤلفين والباحثين على أن أهم أبعاد⁴² الميزة التنافسية الكلفة والجودة والمرونة والتسليم، ونظراً لأهمية هذه الأبعاد في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة فقد تم اعتمادها كأبعاد فرعية للمتغير المعتمد في البحث والمتمثل بالميزة التنافسية.

3-1- **بعد الكلفة:** إن أية مؤسسة عليها أن تركز على بُعد الكلفة (الكفاءة) من أجل أن تجعل تكاليف إنتاج وتسويق منتجاتها أدنى من المؤسسات المنافسة لها والمؤسسات التي تسعى إلى الحصول على حصة سوقية أكبر كأساس لتحقيق نجاحها وتفوقها هي التي تقدم منتجاتها بكلفة أدنى من المنافسين لها إذن ف الكلفة الأقل هي الهدف العملياتي الرئيسي للمؤسسات التي تتنافس من خلال الكلفة وحتى المؤسسات التي تتنافس من خلال المزايا التنافسية الأخرى غير الكلفة فإنها تسعى لتحقيق كلف منخفضة للمنتجات التي تقوم بإنتاجها.

بان بعد الكلفة يعدّ من الركائز الأساسية في نجاح المؤسسة وتفوقها من خلال تمكينها من الوقوف أمام المؤسسات المنافسة ومساعدتها في الوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية لمنتجات المؤسسة في السوق، وان عدم اهتمام المؤسسة بتخفيض كلفها قد يكون السبب وراء تدهورها وانسحابها من منتجات وأسواق قائمة.

3-2- **بعد الجودة:** إن حصول المؤسسة على القيمة المتوقعة التي تتناسب مع رسالتها يتطلب منها تحديد توقعات الزبائن ورغباتهم عن الجودة والعمل على تحقيقها، وتعد الجودة من المزايا التنافسية المهمة والتي تشير إلى أداء الأشياء بصورة صحيحة لتقديم منتجات تتلاءم مع احتياجات الزبائن. إن الزبائن يرغبون بالمنتجات بالجودة التي تلبي الخصائص المطلوبة من قبلهم، وهي الخصائص التي يتوقعونها أو يشاهدونها في الإعلان، فالمؤسسات التي لا تقدم منتجات بجودة تلبي حاجات ورغبات الزبائن وتوقعاتهم لا تتمكن من البقاء والنجاح في سلوك المنافسة.

يُعدّ بعد الجودة من ركائز نجاح المؤسسة في عالم الأعمال من خلال تقديم منتجات بمواصفات تُحقّق أو تفوق متطلبات الزبائن لإرضائهم ومن ثم إعادهم وهذا يسهم في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق.

3-3- **بعد المرونة:** توصف المرونة بأنها الأساس لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال الاستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما يلاءم حاجات الزبائن. وهي تعني القدرة على إنتاج مجموعة واسعة من المنتجات وإدخال منتجات جديدة وتعديل المنتجات الموجودة بسرعة فضلاً عن الاستجابة لاحتياجات الزبون. ويعد بعد المرونة من الأبعاد المهمة وتعني قابلية المؤسسة لتقديم منتجات متنوعة في الوقت المطلوب، فضلاً عن قدرتها على تطوير المنتجات القائمة وتحسين عملياتها لتقديم منتجات جديدة.

فالزبون يحتاج إلى تغيير العمليات لتوفير أربع متطلبات هي:

- مرونة المنتج: وهي قدرة العمليات على تقديم منتجات جديدة أو معدلة.

- مرونة المزيج: وتعني قدرة العمليات لإنتاج مزيج من المنتجات.

- مرونة الحجم: وتعني قدرة العمليات على التغيير في مستوى الناتج أو في مستوى نشاط الإنتاج لتقديم أحجام مختلفة من المنتجات.

- مرونة التسليم: وتشير إلى قدرة العمليات لتغيير أوقات تسليم المنتجات.

ومن بعد المرونة أصبح ميزة تنافسية مهمة لأي مؤسسة صناعية تريد النجاح والبقاء والنمو في عالم الأعمال وذلك من خلال قيامها بالتغيير والاستجابة لحاجات ومتطلبات الزبائن من المنتجات بأقل جهد ووقت مُمكن.

3-4- **بعد التسليم:** إن بُعد التسليم هو بمثابة القاعدة الأساسية للمنافسة بين المؤسسات في الأسواق من خلال التركيز على خفض المهل الزمنية والسرعة في تصميم منتجات جديدة وتقديمها إلى الزبائن بأقصر وقت ممكن. عندما تريد أداء العمل بسرعة هذا يعني تخفيض الوقت الذي يستغرقه عند استلام طلبات الزبائن للمنتجات وتسليمهم تلك المنتجات بشكل نهائي. وهناك ثلاثة أسبقيات لبعد التسليم تتعامل بالوقت هي:

- سرعة التسليم: تقاس هذه السرعة بالوقت المستغرق بين استلام طلب الزبون وتلبية الطلب والذي يسمى بوقت الانتظار، ومن الممكن زيادة سرعة التجهيز بتقليل وقت الانتظار.

- التسليم بالوقت المحدد: ويعني تسليم طلبات الزبائن في الوقت المحدد لهم من قبل المؤسسة.

- سرعة التطوير: وهي سرعة تقديم منتج جديد وتقاس سرعة التطوير بالوقت بين توليد الفكرة وحتى التصميم النهائي للمنتج وتقديمه إلى السوق.

وهو يعد من أبعاد التنافس المهمة بين المؤسسات، ويُشير إلى تسليم المنتجات للزبائن حسب الوقت المحدد لهم من قبل المؤسسة، ويعبر هذا البعد عن قدرة العمليات على مواجهة طلبات الزبائن وتسليمها لهم في الوقت المحدد وهذا يُسهم في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق.

4- التحليل البيئي والميزة التنافسية:

قد يذهب البعض إلى أن البحث عن القوة في المنظمة لبناء الميزة التنافسية لا يتطلب القيام بعملية تحليل للبيئة الخارجية والحقيقة أن قوة المنظمة أو ضعفها هي أمور نسبية بالمقارنة مع محيطها الخارجي الذي تمثله البيئة الخارجية⁴³. والعلاقة بين التحليل البيئي والميزة التنافسية متبادلة حيث أن التحليل البيئي يهدف إلى تقوية جوانب القوة (المزايا التنافسية) وكذلك فإنه لا يمكننا بناء مزايا تنافسية أو تتميتها دون القيام بتحليل شامل ومفصل لبيئة المؤسسة، حيث تبنى الميزة التنافسية على جوانب القوة في المنظمة وتتفاعل مع الخيار الاستراتيجي (وقد يسهم في بنائها أو يقوم على أساسها). للاستفادة من الفرص أو درء التهديدات أو تجاوز جوانب الضعف أو كلاهما.

رابعا- تأثير التحليل البيئي في الميزة التنافسية على ضوء نتائج الدراسة الميدانية:

نستعرض فيما يلي نتائج الدراسة الميدانية، فقد تم الاعتماد على الاستمارة بالمقابلة كأداة رئيسية في الدراسة، وقد تم استجواب المسيرين في 15 مؤسسة وتم اعتماد سلم ليكارت الخماسي في تحديد الاجابات كما يلي:

التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

ولقد حددت مجالات الإجابة كما يلي:

أ. تم حساب المدى $5-1=4$ ، وقسمته على العدد 5، أي: $0.8 = 5/4$ ؛

ب. حساب الحد الأقصى للمجال الأول للإجابة كما يلي: $1.80 = 0.8+1$ ؛ أي مجال الإجابة الأول هو $[1-1.80]$ ، ويعكس درجة عدم موافقة عالية؛

ج. الحد الثاني للمجال الثاني هو $2.60 = 0.80+1.80$ ، وبالتالي: المجال هو $[1.80-2.60]$ ، ويشير إلى درجة عدم موافقة متوسطة؛

د. باقي المجالات هي كالتالي: $[2.60-3.40]$ درجة محايدة، $[3.40-4.20]$ درجة موافقة متوسطة، $[4.20-5]$ درجة موافقة عالية.

1- قياس ثبات الأداة:

تمت عملية قياس ثبات الاستمارة لمعرفة قدرة المقياس (في دراستنا مقياس ليكارت الخماسي) على الحفاظ على ثباته عبر المدى الزمني بغض النظر عن وجود أحوال غير قابلة للتحكم خلال القياس، وبغض النظر عن حالة المستقصى منهم، وهو اختبار إحصائي يتم عمله من خلال برنامج SPSS. ويوضح فيه درجات ثبات المقياس في ظل الأحوال العادية، ودرجة ثبات المقياس في ظل عدم التحيز ولقد تم الاعتماد على طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستمارة وقد تبين أن معامل ألفا كرونباخ للثبات يساوي 0.90 وهو يفوق المعامل المعتاد 0.6، ولتحقيق درجة أعلى من التأكد تم حساب معامل الثبات لكل محور من محاور الاستمارة كما يبين الجدول رقم (01).

2- تحليل ومناقشة إجابات مفردات العينة حول محاور الاستمارة

نعتد في تحليل الإجابات على بعض مقاييس النزعة المركزية (الوسط الحسابي) وأحد مقاييس التشتت وهو الانحراف المعياري.

- 2-1 - تحليل اجابات المسيرين المتعلقة بالتحليل البيئي الخارجي: الجدول رقم (02) يوضح إجابات مفردات العينة على محور التحليل البيئي الخارجي، وعليه:
- 1-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يتعلق بوجود عدد كبير من المنافسين للمؤسسة في بيئتها الصناعية، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.93) أي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري مقداره (0.70) والذي يدل على مقدار التشتت (الاختلاف) في إجابات أفراد العينة.
- 2-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص سعي المؤسسة باستمرار لمعرفة نقاط قوة وضعف منافسيها حيث قدر المتوسط الحسابي ب (3.93) أي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري مقداره (0.96) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 3-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص كون الاستجابة السريعة لاستراتيجيات المنافسين عامل رئيسي لتطوير منتجات المؤسسة، حيث قدر المتوسط الحسابي ب(3.80) وهي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري مقداره (0.67) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 4-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة بموافقة متوسطة فيما يخص ولاء الزبائن تجاه العلامة التجارية لمنتجات المؤسسات محل الدراسة، حيث قدر المتوسط الحسابي ب (3.73) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري قدر (0.70) يدل على مقدار التشتت إجابات أفراد العينة.
- 5-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول تركيز الزبائن على مواصفات محددة في منتجات المؤسسات محل الدراسة، إذ قدر المتوسط الحسابي (3.86) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري قدره (0.63) والذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 6-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص اعتماد المؤسسات على رغبة الزبائن وتوقعاتهم في تطوير منتجاتها، حيث قدر المتوسط الحسابي ب (3.80) أي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب (0.94) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 7-هناك اتجاهات ايجابية جدا لدى مفردات العينة فيما يخص كون مؤسساتهم تتمتع بعلاقة استراتيجية مع الموردين الذين تتعامل معهم إذ قدر المتوسط الحسابي ب(4.26) أي في حدود المجال الخامس [4.20-5] وبانحراف معياري يقدر ب(0.45) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 8-توجد اتجاهات ايجابية لدى أفراد العينة حول إمكانية تحقيق المؤسسات للتكامل باتجاه الموردين، فقد قدر المتوسط الحسابي ب(3.66) أي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري قدر ب(0.97) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 9-لم يبد أفراد العينة رأيا فيما يخص امتلاك الموردين لقوة تفاوضية كبيرة تمكنهم من التأثير في منتجات المؤسسة، فقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.20) أي في حدود المجال الثالث [2.60-3.40]وبانحراف معياري قدره (1.08) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 10-توجد اتجاهات سلبية لدى مفردات العينة فيما يخص وضع حواجز الدخول أمام الداخلين الجدد للسوق الذي تنشط فيه، فقد قدر المتوسط الحسابي ب(2.26) أي في حدود المجال الثاني [1.80-2.60]وبانحراف معياري قدره (0.70) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 11-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص ترقبها لدخول منافسين جدد لها إلى السوق الذي تنشط فيه وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.53) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.99) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

- 12-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول وجود منتجات من نوع آخر تلبي نفس الاحتياجات التي تلبيها منتجات المؤسسات محل الدراسة وقد قدر المتوسط الحسابي ب(3.40) أي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري قدره (1.05) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 13-لم يبد أفراد العينة رأيا فيما إذا كانت المنتجات البديلة تشكل تهديدا كبيرا على منتجات المؤسسات محل الدراسة، فقد قدر المتوسط الحسابي ب(3.26) وهو في حدود المجال الثالث [2.60-3.40]وبانحراف معياري قدر ب (1.22) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 14-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص ترقيتها التزامها بتعليمات الهيئة العامة للمواصفات بما يخدم تحسين جودة منتوجاتها وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.80) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.67) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 15-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص تأثير التشريعات الحكومية على قدرات المؤسسة في التوسع في استثماراتها وقد قدر المتوسط الحسابي ب (4.13) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.99) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 2-2- تحليل اجابات المسيرين المتعلقة بالتحليل البيئي الداخلي: الجدول رقم (03) يوضح إجابات مفردات العينة على محور التحليل البيئي الداخلي، وعليه:
- 16-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص تمكنها من توريد المواد الخام وفق احتياجات التصنيع وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.73) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.88) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 17-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول جودة عمليات استلام المواد الأولية وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.60) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.98) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 18-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول امتلاك المؤسسة أنظمة جيدة للرقابة على المخزون وقد قدر المتوسط الحسابي ب (4.00) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.37) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 19-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة كون المؤسسات محل الدراسة تمتلك طاقة إنتاجية غير مستغلة يمكن استغلالها عند الحاجة وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.80) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.67) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 20-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة كون مؤسساتهم تمتاز بترتيب داخلي لتسهيلات الإنتاجية قد قدر المتوسط الحسابي ب (3.64) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.63) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 21-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كانت منتجات المؤسسة تمتاز بجودة مناسبة وقد قدر المتوسط الحسابي ب (4.00) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.65) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 22-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كان لدى المؤسسات محل الدراسة منافذ متعددة للتوزيع، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.73) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.88) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

- 23-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة كون المؤسسة تقوم باستبدال الوحدات المباعة إذا كانت معيبة وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.80) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.94) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 24-لم يبد أفراد العينة رأيا اتجاه اعتماد هذه المؤسسات على بحوث التسويق في تطوير منتجاتها، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.20) وهو في حدود المجال الثالث [2.60-3.40] وبانحراف معياري قدره (1.20) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 25-لم يبد أفراد العينة رأيا حول اتباعها استراتيجية اعلانية تزيد من مبيعاتها، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.33) وهو في حدود المجال الثالث [2.60-3.40] وبانحراف معياري قدره (0.89) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 26-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة كون المؤسسة تقدم خدمات ما بعد البيع وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.46) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(1.81) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 27-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة كون المؤسسة تقدم المشورة لعملائها فيما يخص المنتجات التي تقدمها وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.60) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.91) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 28-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص حصول المؤسسة على احتياجاتها من وسائل الانتاج في الوقت المناسب وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.97) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 29-هناك اتجاهات ايجابية جدا لدى مفردات العينة حول اعتماد المؤسسة على خدمات الحاسب لآلي بشكل كبير إذ قدر المتوسط الحسابي ب(4.33) أي في حدود المجال الخامس [4.20-5] وبانحراف معياري يقدر ب(0.72) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 30-هناك اتجاهات ايجابية جدا لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسات محل الدراسة تعمل باستمرار على تطوير منتجاتها إذ قدر المتوسط الحسابي ب(4.33) أي في حدود المجال الخامس [4.20-5] وبانحراف معياري يقدر ب(0.48) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 31-هناك اتجاهات ايجابية جدا لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسات محل الدراسة تهتم بعملية تطوير منتجاتها إذ قدر المتوسط الحسابي ب(4.26) أي في حدود المجال الخامس [4.20-5] وبانحراف معياري يقدر ب(0.45) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 32-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول امتلاك نظام جيد للأجور وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.60) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.73) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 33-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كان معظم العاملين بالمؤسسات محل الدراسة ذوو مهارات عالية وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.33) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.81) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

- 34- لم يبد أفراد العينة رأيا حول انخفاض معدل دوران العمل بالمؤسسات المدروسة، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (2.80) وهو في حدود المجال الثالث [3.40-2.60] وبانحراف معياري قدره (0.94) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 35- توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول امتلاك المؤسسة أقسام للتمويل، التسويق. وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.86) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.63) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 36- لم يبد أفراد العينة رأيا فيما إذا كان للمؤسسة صورة عن نشاطها بعد 5 سنوات، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (2.93) وهو في حدود المجال الثالث [3.40-2.60] وبانحراف معياري قدره (0.96) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 2-3- تحليل إجابات المسيرين المتعلقة بأبعاد الميزة التنافسية: الجدول رقم (04) يوضح إجابات مفردات العينة على محور أبعاد الميزة التنافسية، وعليه:
- 37- توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسة تحقق اقتصاديات الحجم في نشاطها، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.40) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.50) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 38- توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسة تعمل على خفض تكاليف الترويج، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.61) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 39- توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول استخدام المؤسسات محل الدراسة استراتيجيات خفض التكاليف لزيادة حصصها السوقية، فقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.40) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.82) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 40- لم يبد أفراد العينة رأيا حول قيام المؤسسات محل الدراسة بالتركيز على جزء محدد من السوق الذي تنشط فيه، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.06) وهو في حدود المجال الثالث [3.40-2.60] وبانحراف معياري قدره (1.09) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 41- توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول اهتمام المؤسسات محل الدراسة بإضافة خصائص معينة للمنتجات بهدف تلبية رغبات الزبائن، فقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.86) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.83) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 42- هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول مراعاة المؤسسات المدروسة مطابقة المواصفات الدولية عند إنتاج سلعها، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.53) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(1.30) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 43- لم يبد أفراد العينة رأيا حول قيام استخدام المؤسسة مواد أولية عالية الجودة مهما كانت أسعارها مرتفعة، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.06) وهو في حدود المجال الثالث [3.40-2.60] وبانحراف معياري قدره (1.22) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 44- هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسات المدروسة تعتبر الجودة عاملا استراتيجيا لزيادة حصتها السوقية، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (4.06) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.59) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

- 45-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسات محل الدراسة تستطيع أن تتكيف مع أي تغيير يطرأ على تصميم المنتج، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.53) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.74) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 46-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول قدرة المؤسسات المدروسة على تطوير منتجاتها بشكل سريع، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.40) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.91) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 47-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول تشجيع المؤسسات محل الدراسة عمليات الابتكار فيها، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.89) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 48-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص اعتماد المؤسسات المدروسة على الإبداع لزيادة حصصها السوقية، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.80) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.83) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 49-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول اهتمام المؤسسات المدروسة بسرعة الاستجابة لمتطلبات عملائها، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.86) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.63) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 50-لم يبد أفراد العينة رأياً حول مدى قدرة المؤسسات محل الدراسة على إنتاج تشكيلة واسعة من المنتجات، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.13) وهو في حدود المجال الثالث [2.60-3.40] وبانحراف معياري قدره (1.12) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 51-لم يبد أفراد العينة رأياً فيما إذا كانت المؤسسات المدروسة تختار قنوات التوزيع على أساس سرعتها في التسليم، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.13) وهو في حدود المجال الثالث [2.60-3.40] وبانحراف معياري قدره (0.99) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 52-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول سرعة المؤسسات المدروسة في الاستجابة لمتطلبات عملائها، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.60) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.82) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 53-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول مساهمة التحليل البيئي في تحقيق الكفاءة، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(1.04) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 54-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول مساهمة التحليل البيئي في تحقيق الجودة، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(1.04) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 55-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول مساهمة التحليل البيئي في زيادة الاهتمام بالإبداع، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(1.04) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

56- هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول مساهمة التحليل البيئي في زيادة الاستجابة لمتطلبات العملاء، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.73) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(1.03) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

3- اختبار الفرضيات، النتائج والمقترحات

3-1- اختبار الفرضيات

3-1-1- اختبار الفرضية الأولى

الفرضية الأولى: تطبق المؤسسات محل الدراسة عمليات التحليل البيئي

لاختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار ستودنت للعينة One Sample T-test، والذي يقوم بمقارنة المتوسط العام لإجابات مفردات العينة مع المتوسط الفرضي (3)

وتم اختيار هذه القيمة باعتبارها القيمة المتوسطة للإجابة والمحسوبة كما يلي: $3 = 5/5+4+3+2+1$

والجدول رقم (05) يوضح نتائج هذا الاختبار.

قاعدة القرار في اختبار t، إذا كانت القيمة الحسابية أكبر من القيمة الجدولية، ومستوى الدلالة أقل من 5 % تقبل الفرضية الأولى، من جهة، ومن جهة أخرى، إذا كان الفرق المتوسطي موجب تقبل أيضا الفرضية.

وهنا الفرق المتوسطي موجب (=0.65185) حيث أن قدر المتوسط العام للإجابات (3.6519)، بانحراف (0.26350)، ومنه فإن القيمة الفعلية أكبر من القيمة الفرضية (3) يستلزم هناك موافقة (اتجاهات ايجابية) نحو تطبيق التحليل البيئي.

القيمة الحسابية = 9.581 < القيمة الجدولية 1.761*، ومستوى الدلالة $0.05 > 0.000$ وهذا يستلزم قبول الفرضية الأولى.

3-1-2- اختبار الفرضية الثانية

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحليل البيئي الخارجي والميزة التنافسية.

لاختبار الفرضية نقوم باستخدام تحليل الانحدار المتعدد حيث:

المتغير التابع هو الميزة التنافسية والمتغيرات المستقلة هي أبعاد التحليل البيئي الخارجي.

جدول correlation يبين معاملات الارتباط البسيط معامل Pearson بين كل متغير مستقل مع المتغير التابع على حدى.

كل ما يقل Pearson عن 5% دال إحصائيا يستلزم يوجد ارتباط.

من خلال الجدول رقم (06)، معامل الارتباط المتعدد $R=0.57$ يدل على وجود علاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة (عوامل التحليل الخارجي).

معامل التفسير $R^2 = 0.32$ ، بمعنى أن 32% من التغير في مستويات الميزة التنافسية يمكن تفسيره (إرجاع سببه) إلى تأثير عناصر التحليل البيئي الخارجي، لكن يعتبر هذا الارتباط غير دال إحصائيا لأن إحصائية $f = 0.655$ وبمستوى دلالة $0.688 > 0.05$ ، ومنه ترفض الفرضية الثانية، القائلة بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحليل الخارجي والميزة التنافسية، حسب أجوبة المسيرين.

3-1-3 - اختبار الفرضية الثالثة

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحليل البيئي الداخلي والميزة التنافسية.

لاختبار الفرضية نقوم باستخدام تحليل الانحدار المتعدد حيث:

المتغير التابع هو الميزة التنافسية والمتغيرات المستقلة هي أبعاد التحليل البيئي الداخلي. جدول correlation يبين معاملات الارتباط البسيط معامل Pearson بين كل متغير مستقل مع المتغير التابع على حدى.

كلما يقل Pearson عن 5% دال إحصائيا يستلزم يوجد ارتباط. من الجدول رقم (07)، معامل الارتباط المتعدد $r=0.96$ يدل على قوة العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة (عوامل التحليل الداخلي) لديها تأثير كبير. معامل التفسير $R^2 = 0.92$ ، بمعنى أن 92% من التغير في مستويات الميزة التنافسية يمكن تفسيره (إرجاع سببه) إلى تأثير عناصر التحليل البيئي الداخلي، ويعتبر هذا الارتباط دال إحصائيا لأن إحصائية $F=6.58$ أو بمستوى دلالة $0.026\% > 0.05\%$.

3-1-4- اختبار الفرضية الرابعة

الفرضية الرابعة: تتأثر إدراكات المسيرين بعوامل: المستوى التعليمي، الخبرة، طبيعة الملكية، نطاق السوق

تتفرع هذه الفرضية إلى الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية 01: تختلف إدراكات المسيرين باختلاف المستوى التعليمي؛

الفرضية الفرعية 02: تختلف إدراكات المسيرين باختلاف عامل الخبرة؛

الفرضية الفرعية 03: تختلف إدراكات المسيرين باختلاف نطاق السوق الملكية؛

الفرضية الفرعية 04: تختلف إدراكات المسيرين باختلاف طبيعة الملكية.

لاختبار هذه الفرضيات نقوم بإجراء التحليل الأحادي One Way ANOVA، لمعرفة مدى تأثير كل من المستوى التعليمي، الخبرة، طبيعة الملكية ونطق السوق على طبيعة إدراكات المسيرين. ويمكن توضيح نتائج هذا الاختبار في الجدول رقم (08).

قاعدة القرار في هذا الاختبار تعتمد على مقارنة مستوى الدلالة لإحصائية F مع مستوى الدلالة المقبول في هذه الدراسة وهو 0.05؛ إذا كان مستوى دلالة إحصائية F أقل من 0.05 تقبل الفرضية والعكس صحيح.

وحسب نتائج اختبار الفرضية الرابعة فإن إدراكات المسيرين لا تتأثر بكل من المستوى التعليمي، خبرة المسيرين، ونطاق السوق الذي تنشط فيه المؤسسة لكن تتأثر بطبيعة ملكية المؤسسة.

3-2- نتائج الدراسة

إن الإجابة على إشكالية البحث المطروحة والتأكد من فروضها تتضمنها نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها من خلال تحليل استمارة البحث، مع العلم أنه من خلال تحليلنا لنتائج استمارة البحث المقدمة لمجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، تبين لنا أن أجوبة مسؤولي هذه المؤسسات لم تكن دقيقة جدا، وبالتالي هذا ما كان من بين العوائق التي حالت دون إنجاز العمل التطبيقي بالشكل المرغوب.

وقد رأينا من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية لهذا الموضوع كيف أن التحليل البيئي يؤثر في تكوين، تطوير المزايا التنافسية والحفاظ عليها، وبالخصوص بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث تطرقنا في الدراسة الميدانية إلى مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بكل من ولايتي برج بوعريريج وسطيف، وقد توصلنا إلى أن للتحليل البيئي في هذه المؤسسات تأثير على مزاياها التنافسية خاصة فيما يخص التحليل الداخلي الذي يؤثر بدرجة كبيرة على بناء وتطوير الميزة التنافسية بها.

أما فيما يخص التحليل الخارجي فيبقى تأثيره منخفض، خاصة في ظل المتغيرات السريعة والمعقدة التي تعرفها البيئة الخارجية، لذا فالمؤسسات محل الدراسة مطالبة باليقظة تجاه هذه المتغيرات.

• وعلى ضوء ما تقدم من دراسة لهذا الموضوع، فإنه يمكننا الخروج بالنتائج التالية:

- 1- تهتم الم ص م ببيئتها الخارجية والداخلية، وتتأثر بها بشكل كبير.
- 2- تتأثر الم ص م محل الدراسة بعامل المنافسين بدرجة كبيرة، حيث يحاولون التعرف على منافسيهم ومعرفة نقاط قوة ونقاط ضعف المنافسين، والاستجابة لاستراتيجياتهم من أجل الحفاظ على مركزها التنافسي.
- 3- تهتم المؤسسات المدروسة بعملائها وتحاول أن ترقى إلى توقعاتهم وتجاوزها، ولديها ولاء الزبائن لعلاماتها.
- 4- للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المدروسة علاقات استراتيجية مع مورديها ويمكنها التكامل معهم.
- 5- تترقب المؤسسات المدروسة دخول منافسين جدد للأسواق التي تنشط فيها، لكنها لا تضع حواجز الدخول أمامهم، وهذا راجع إلى عدم إدراك أهميتها في الحفاظ على الوضعية التنافسية وإبعاد تهديد الداخلين المحتملين أو إلى تكلفة إقامة حواجز الدخول في حد ذاتها.
- 6- تعرف منتجات المؤسسات المدروسة تهديدا من قبل المنتجات البديلة، لكنها لا تدرك مدى قوته وهذا أيضا بسبب إهمال عامل المنتجات البديلة وإمكانية تأثيرها على المؤسسة.
- 7- تلتزم المؤسسات محل الدراسة بالمواصفات الدولية بما يخدم جودة منتجاتها، وتشكل التشريعات الحكومية ضغطا عليها فيما يخص قدراتها الاستثمارية.
- 8- في ظل هذه المتغيرات، فإن المؤسسات المعنية مطالبة بالانفتاح على بيئتها من أجل التكيف مع المتغيرات.
- 9- تعرف المؤسسات المدروسة إمكانياتها ومواطن القصور فيها حيث أنها تحلل بيئتها الداخلية، فاعتمادا على تحليل سلسلة القيم للمؤسسات محل الدراسة فإنها تعرف جيدا الأنشطة الأولية بها وتعتبر نقاط قوة على اعتبار أنها تتمكن من توريد المواد الخام وفق احتياجاتها وهذه العملية تتم فيها بصورة جيدة، وكذلك فإن الأنشطة الإنتاجية بها مناسبة من أجل إنتاج منتجات قابلة للتسويق وهي تتمتع بمنافذ توزيع متعددة، كما تقوم بتقديم الخدمات لعملائها وتزودهم بالمشورة اللازمة، كل ذلك يدل على قوة المؤسسات المدروسة فيما يخص نشاطاتها الأولية.
- 10- تشكل الأنشطة الداعمة بالمؤسسات المدروسة نقاط قوة في الأغلب حيث تتمكن من تحصيل احتياجاتها التموينية في الوقت المناسب، وهي تعتمد كلها على خدمات الحاسب الآلي وتحاول تطوير منتجاتها باستمرار، كما تعتبر الطاقة البشرية نقطة قوة هامة لهذه المؤسسات فأغلب العاملين بها ذوو مهارات عالية لذا فإنها تمتاز بنظام جيد للأجور والحوافز.

إلا أن ما يعاب على هذه المؤسسات أنها لا تملك صورة عن نشاطها المستقبلي أي أن الإدارة الاستراتيجية مغيبة أو ضمنية في هذا النوع من المؤسسات.

تمتلك المؤسسات محل الدراسة مقومات الميزة التنافسية إذ تتمتع معظمها بأبعاد الميزة التنافسية كالتالي:

- 11- تحاول المؤسسات المدروسة بلوغ أهدافها بكفاءة حيث تلتزم باقتصاديات الحجم في نشاطها وتعمل على خفض تكاليف الترويج قدر الإمكان، كما تحاول زيادة حصصها السوقية من خلال تخفيض التكاليف، لكنها لا تركز على سوق واحد فقط.
- 12- تهتم المؤسسات محل الدراسة بإضافة خصائص لمنتجاتها تلبى رغبات زبائنها كما تحاول مراعاة مطابقة المواصفات الدولية في إنتاجها وهي تعتبر الجودة عاملا أساسيا لتحقيق أهدافها (زيادة الحصة السوقية) لكن رغم ذلك فإنها لم تبد اهتماما لجودة المواد الأولية في حين كانت أسعارها مرتفعة.
- 13- تتمتع المؤسسات المدروسة بالمرونة في خطتها وقراراتها حيث ترى بأن في إمكانها مواكبة التغيرات التي قد تطرأ في بيئتها ولديها القدرة على تطوير منتجاتها بما يخدم التغيرات الحاصلة في البيئة لذا فهي تشجع عمليات الابتكار وتعتبر المرونة عاملا أساسيا للبقاء في السوق الذي تنشط فيه.

14- لا تدرك المؤسسات محل الدراسة أهمية الاستجابة لرغبات الزبائن وتطلعاتهم إذ ترى أن الاستجابة هي سرعة تقديم المنتج لهم في حين أنها لا تملك القدرة على إنتاج تشكيلة واسعة من المنتجات وليس بإمكانها تطوير منتجاتها بما يخدم رغبات الزبائن أو يفوقها لكنها رغم ذلك ترى بأن الاستجابة لمتطلبات عملائها من الأهمية بمكان إذ أنه وسيلة هامة لزيادة حصصها السوقية وتحقيق أهدافها (مثل اكتساب ولاء الزبائن، تحقيق سمعة طيبة فضلا عن تحقيق الأرباح والبقاء في النشاط).

12- يدرك مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المدروسة أهمية التحليل البيئي في تحقيق المزايا التنافسية لمؤسساتهم إذا يرون أنه يساهم في تحقيق أبعادها، فهو يساهم في تحقيق الكفاءة، الجودة، المرونة والاستجابة لمتطلبات الزبائن وهي ما يعرف بالميزة التنافسية.

3-2- المقترحات

في ضوء هذه الدراسة، وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها، يمكن في الأخير التقدم بهذه الاقتراحات التي من الممكن أن تفيد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (محل الدراسة خاصة) من أجل تقييد بعض النفاثات (نقاط الضعف)، نذكر منها:

1- ضرورة وعي المسؤولين (المسيرين) بهذه المؤسسات بأن البيئة التي تعمل في إطارها، لم تعد تلك البيئة البسيطة وقليلة التغير، بل أصبحت على درجة كبيرة من التعقد، وعدم اهتمامها بها قد يعرضها لعواقب سلبية، وهذا اعتقادا منها أن الاقتصاد الوطني مغلق بعيد عن هذه التحولات والتغيرات، لكن هذا الاعتقاد لا يمكن الاعتماد عليه إذ أن بيئة المؤسسات في الجزائر ستصبح على ارتباط كبير بالتغيرات العالمية، على اعتبار الانضمام المرتقب للجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة (OMC) وإمضاء اتفاقيات الشراكة وغيرها، ما يؤدي إلى زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات.

2- الاعتماد على اليقظة الاقتصادية خاصة في جانب التكنولوجيا من أجل مواكبة التطورات وتقادي التهديدات المحتملة من خلال الاطلاع الدائم والمستمر على كل المستجدات التي تحدث في مجال التكنولوجيا، وبالتالي محاولة اقتناء كل الوسائل والتجهيزات التي تواكب التطور التكنولوجي لما لذلك من دور كبير في تحسين إنتاجية المؤسسة.

3- حتى تتمكن المؤسسات الاقتصادية من البقاء والاستمرار في محيط تسوده المنافسة، يجب عليها انتهاز وتطبيق قواعد اقتصاد السوق في كل أنشطتها.

4- الاستغلال العقلاني للموارد المالية المتاحة أمامها سواء داخلية أو خارجية بحيث يساعدها ذلك في التطور والتوسع.

5- استغلال كل قنوات التوزيع المتوفرة أمام المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، والبحث على قنوات توزيع ونقاط بيع جديدة من أجل تسهيل تصريف منتجات المؤسسة وإيصالها إلى العميل في الوقت المناسب.

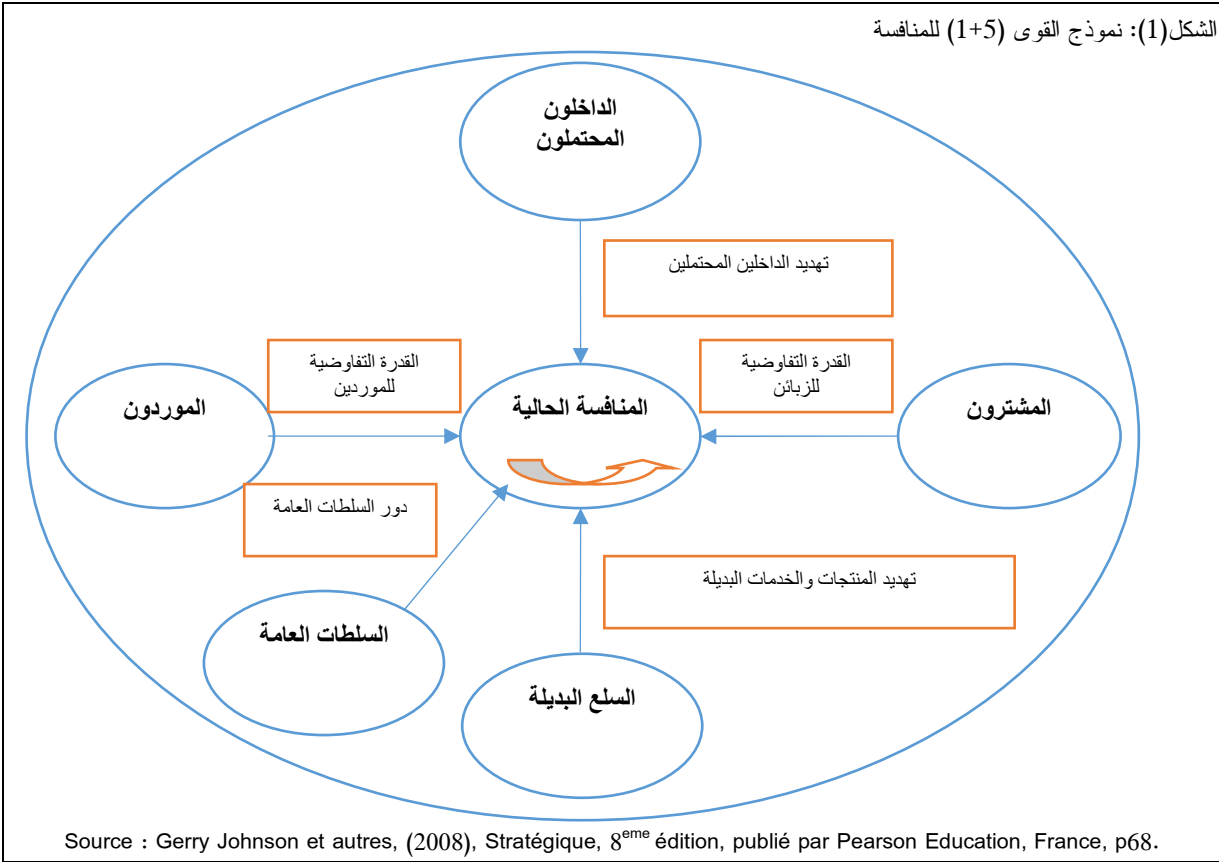
6- الاهتمام بتكوين العمال وتحفيزهم من أجل رفع إنتاجيتهم وتحسين جودة المنتج، وبالتالي تخفيض تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة، والاستعانة بالجامعات ومراكز التدريب المتخصصة.

7- لا بد على المؤسسة أن تأخذ بعين الاعتبار المنافسة الأجنبية، وذلك بإدخال التطور التكنولوجي إلى المؤسسة في جميع مجالات أنشطة المؤسسة، بالإضافة إلى ضرورة العمل على تخفيض تكاليف الإنتاج والاستغلال العقلاني للموارد والإمكانيات المتاحة.

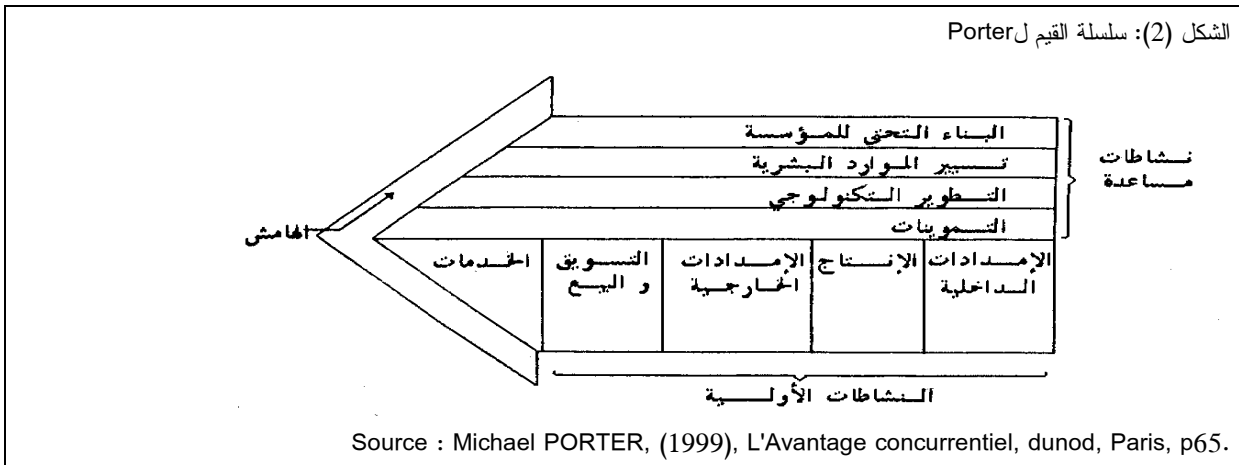
وفي الأخير على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تمتلك مزايا تمكنها من مواجهة المنافسين الحاليين والمحتملين وبشكل خاص المنافسة الأجنبية على اعتبار اتجاه الاقتصاد الوطني إلى الانفتاح، والاهتمام بمزاياها وإمكانياتها ومن أجل التعرف على كل ذلك عليها أن تلتزم بالقيام بتحليل البيئة التي تنشط فيها بشكل مستمر ودائم.

- ملحق الجداول والأشكال البيانية :

الشكل(1): نموذج القوى (1+5) للمنافسة



الشكل (2): سلسلة القيم ل Porter



الشكل(3): خلق الميزة التنافسية



المصدر: فيليب سادلر، (2008)، الإدارة الاستراتيجية، ترجمة: علا أحمد إصلاح، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، مصر، ص274.

الجدول رقم (01) : قياس ثبات الاستمارة

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
محور التحليل البيئي الخارجي	15	0.571
محور التحليل البيئي الداخلي	21	0.734
محور الميزة التنافسية	20	0.899
المجموع	56	0.900

المصدر: مستخرج من نتائج برنامج spss

الجدول رقم (02): إجابات مفردات العينة على محور التحليل البيئي الخارجي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	يوجد عدد كبير من المنافسين للمؤسسة في بيئتها الصناعية	3.93	0.70
2	تسعى المؤسسة باستمرار لمعرفة نقاط قوة وضعف منافسيها	3.93	0.96
3	الاستجابة السريعة لاستراتيجيات المنافسين عامل رئيسي لتطوير منتجات المؤسسة	3.80	0.67
4	لدى الزبائن ولاء تجاه العلامة التجارية لمنتجات المؤسسة	3.73	0.70
5	يركز الزبائن على مواصفات محددة متوفرة في منتجات المؤسسة	3.86	0.63
6	تعتمد المؤسسة على رغبة الزبائن وتوقعاتهم في تطوير منتجاتها	3.80	0.94
7	تتمتع المؤسسة بعلاقات استراتيجية مع الموردين	4.26	0.45
8	يوجد للمؤسسة إمكانية لتحقيق التكامل باتجاه الموردين	3.66	0.97
9	يملك الموردون قوة تفاوضية كبيرة تمكنهم من التأثير في منتجات المؤسسة	3.20	1.08
10	تضع المؤسسة حواجز أمام الداخلين الجدد للسوق الذي تنشط فيه	2.26	0.70
11	ترتقب المؤسسة دخول منافسين جدد لها	3.53	0.99
12	توجد منتجات من نوع آخر تلبى نفس الاحتياجات التي تلبىها منتجات المؤسسة	3.40	1.05
13	تشكل المنتجات البديلة تهديدا كبيرا على منتجات المؤسسة	3.26	1.22
14	تلتزم المؤسسة بتعليمات الهيئة العامة للمواصفات بما يخدم تحسين جودة منتوجاتها	3.80	0.67
15	تؤثر التشريعات الحكومية على قدرات المؤسسة في التوسع في استثماراتها	4.13	0.99

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (03): إجابات مفردات العينة على محور التحليل البيئي الداخلي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
16	تتمكن المؤسسة من توريد المواد الخام وفق احتياجات التصنيع	3.73	0.88
17	تتم عمليات استلام المواد الأولية بصورة جيدة	3.60	0.98
18	لدى المؤسسة أنظمة جيدة للرقابة على المخزون	4.00	0.37
19	تمتلك المؤسسة طاقة إنتاجية غير مستغلة يمكن استغلالها عند الحاجة	3.80	0.67
20	تمتاز المؤسسة بترتيب داخلي لتسهيلات الإنتاجية	3.46	0.63
21	منتجات المؤسسة تمتاز بجودة مناسبة	4.00	0.65
22	لدى المؤسسة منافذ توزيع متعددة لمنتجاتها	3.73	0.88
23	تقوم المؤسسة باستبدال الوحدات المباعة إذا كانت معيبة	3.80	0.94
24	تعتمد المؤسسة على بحوث التسويق في تطوير منتجاتها	3.20	1.20
25	تتبع المؤسسة إستراتيجية إعلانية تزيد من مبيعاتها	3.33	0.89
26	تقدم المؤسسة خدمات ما بعد البيع	3.46	1.81
27	تقدم المؤسسة المشورة لعملائها فيما يخص المنتوجات التي تقدمها	3.60	0.91

0.97	3.66	تحصل المؤسسة على احتياجاتها من وسائل الإنتاج في الوقت المناسب	28
0.72	4.33	تعتمد المؤسسة على خدمات الحاسب الآلي بشكل كبير	29
0.48	4.33	تعمل المؤسسة باستمرار على تطوير منتجاتها	30
0.45	4.26	تهتم المؤسسة بعملية تطوير منتجاتها	31
0.73	3.60	تمتلك المؤسسة نظاما جيدا للأجور	32
0.81	3.33	معظم العاملين بالمؤسسة ذوو مهارات عالية	33
0.94	2.80	تمتاز المؤسسة بانخفاض معدل دوران العمل	34
0.63	3.86	لدى المؤسسة أقسام (التمويل، الشؤون القانونية...)	35
0.96	2.93	لدى المؤسسة صورة عن نشاطها بعد 5 سنوات	36

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (04): إجابات مفردات العينة على محور أبعاد الميزة التنافسية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	الرقم
0.50	3.40	تحقق المؤسسة اقتصاديات الحجم في نشاطها	37
0.61	3.66	تعمل المؤسسة على خفض تكاليف الترويج قدر الإمكان	38
0.82	3.40	تستخدم المؤسسة إستراتيجية خفض التكاليف لزيادة الحصة السوقية	39
1.09	3.06	تقوم المؤسسة بالتركيز على جزء محدد من السوق	40
0.83	3.86	تهتم المؤسسة بإضافة خصائص معينة للمنتج لتلبية لرغبات الزبائن	41
1.30	3.53	تراعي المؤسسة عند إنتاج سلعها مطابقة المواصفات الدولية	42
1.22	3.06	تستخدم المؤسسة مواد أولية عالية الجودة مهما ارتفعت أسعارها	43
0.59	4.06	تعتبر المؤسسة الجودة عاملا إستراتيجيا لزيادة حصتها السوقية	44
0.74	3.53	تستطيع المؤسسة أن تتكيف مع أي تغيير يطرأ على تصميم المنتج	45
0.91	3.40	لدى المؤسسة القدرة على تطوير منتجاتها بشكل سريع	46
0.89	3.66	تشجع المؤسسة عمليات الابتكار	47
0.86	3.80	تعتمد المؤسسة على الإبداع لزيادة حصتها السوقية	48
0.63	3.86	تهتم المؤسسة بسرعة الاستجابة لمتطلبات عملائها	49
1.12	3.13	للمؤسسة القدرة على إنتاج تشكيلة واسعة من المنتجات	50
0.99	3.13	تختار المؤسسة قنوات التوزيع على أساس سرعتها في التسليم	51
0.82	3.60	لدى المؤسسة سرعة في الاستجابة لمتطلبات الزبون	52
1.04	3.66	يساهم التحليل البيئي في تحقيق الكفاءة	53
1.04	3.66	يساهم التحليل البيئي في تحقيق الجودة	54
1.04	3.66	يساهم التحليل البيئي في زيادة الاهتمام بالإبداع	55
1.03	3.73	يساهم التحليل البيئي في زيادة الاستجابة لمتطلبات العملاء	56

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (05): اختبار الفرضية الأولى

المتغير	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابي	الانحراف
القيمة	9.581	1.761	14	0.000	3.6519	0.26350

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (06): اختبار الفرضية الثانية

المتغيرات المستقلة	المنافسين	الزبائن	الموردين	الداخليين الجدد	المنتجات البديلة	النفوذ السياسي
معاملات الارتباط	0.150	0.411	0.189	0.062	0.197	0.153
مستويات sig	0.296	0.064	0.250	0.414	0.241	0.293

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (07): اختبار الفرضية الثالثة

المتغيرات المستقلة	الامداد الداخلي	التسهيلات	الامداد الخارجي	التسويق	الخدمات	المشتريات	التطوير	الموارد البشرية	البنية التحتية
معاملات الارتباط	-0.056	0.579	0.423	0.890	0.776	0.279	0.457	0.281	0.535
مستويات sig	0.422	0.012	0.058	0.000	0.000	0.157	0.043	0.156	0.020

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (08): اختبار الفرضية الرابعة

الفرضية	إحصائية F	مستوى الدلالة	القرار
الفرضية الفرعية 01	0.301	0.593	الرفض
الفرضية الفرعية 02	1.456	0.272	الرفض
الفرضية الفرعية 03	2.650	0.128	الرفض
الفرضية الفرعية 04	4.230	0.041	القبول

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

الهوامش والمراجع:

¹ زكريا الدوري، د. أحمد علي صالح، (2009)، الفكر الاستراتيجي وانعكاساته على نجاح منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، ص87.

² كمال رويح، (2003)، دراسة مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية حول استخدام المعلومات الاستراتيجية، المجلة العربية للعلوم الادارية، العدد 2، كلية العلوم الادارية، جامعة الكويت، ص2.

³ Jean Michel Ribault, (2001), la veille stratégique, séminaire en PSTT cité in Laurent Harmel : " maitriser et pratiquer la veille stratégique", Ed AFNOR, p2.

⁴ د. بشار يزيد الوليد، (2010)، التخطيط الاستراتيجي، الطبعة الأولى، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الأردن، ص75.

⁵ أ.د حسين مصطفى الهلالي، (2009)، التخطيط الاستراتيجي لتطوير أداء المؤسسة، السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص93.

⁶ طاهر محسن منصور الغالي، (2009)، إدارة واستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر، الأردن، ص309.

وانظر أيضا:

Éric de La Maisonneuve, (2008), Précis de stratégie, Dunod, Paris, France, p153.

- ⁷ عماري عمار-جامعة سطيف-، أ. الهاشمي بن واضح و أ. القرني بن عبد الرحمن-جامعة المسيلة-، (2006)، مداخلة بعنوان: أهمية التحليل البيئي في تقييم المؤسسات، الملتقى الوطني حول تقييم المؤسسات، سكيكدة، ص:2 .
- ⁸ بوهزة محمد، (2010)، التشخيص الاستراتيجي، محاضرات مقياس الإدارة الاستراتيجية، قسم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف.
- ⁹ خري عبد الناصر، (2005)، مرجع سبق ذكره، التشخيص الاستراتيجي، تخصص تسويق، جامعة سعد دحلب، البليدة، ص:11، (غير منشورة).
- ¹⁰ سعد غالب ياسين، (1999)، الإدارة الدولية: مدخل استراتيجي، دار اليازوري العلمية، طبعة 1، الأردن، ص:65
- ¹¹ محمد الصيرفي، (2008)، التخطيط الاستراتيجي، الطبعة الأولى، مؤسسة حورس الدولية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص:183.
- ¹² Abdellatif Khamkham, (1986), la dynamique du contrôle de gestion, Dunod, Paris, p30.
- ¹³ عبد السلام أبو قحف، (1993)، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، المكتب العربي الحديث، القاهرة، مصر، ص 50.
- ¹⁴ نادية العارف، (2003)، التخطيط الاستراتيجي والعولمة، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص 84.
- ¹⁵ محمد أحمد عوض، (2004)، الإدارة الإستراتيجية (الأصول والأسس العلمية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص:100.
- ¹⁶ Fabienne Guerra, (2007), Pilotage Stratégique De L'entreprise, Edition De Boeck Université, Imprimé en Belgique, p52.
- ¹⁷ نبيل جواد، (2007)، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجد المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت، ص:141.
- ¹⁸ David Hussey, (1998), Strategic Management From theory to implementation, Butterworth-Heinemann, Fourth edition, Great Britain, p195.
- ¹⁹ نادية العارف، (2000)، الإدارة الإستراتيجية: إدارة الألفية الثالثة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، الدار الجامعية للنشر، ص:91.
- ²⁰ عبد السلام أبو قحف، (2002)، أساسيات التسويق، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ص:58 .
- ²¹ عبد السلام أبو قحف، (2002)، أساسيات التسويق، المرجع نفسه، ص:125
- ²² عبد السلام أبو قحف، (2002)، أساسيات التسويق، المرجع نفسه، ص:58.
- ²³ سعد غالب ياسين، (1999)، الإدارة الدولية: مدخل استراتيجي، مرجع سبق ذكره، ص:124.
- ²⁴ Gerry Johnson et autres, (2008), Stratégique, 8^{eme} édition, publié par Pearson Education ; France, p, p77-79
- ²⁵ محمد الصيرفي، (2008)، مرجع سبق ذكره، ص:185.
- ²⁶ أحمد ماهر، (1999)، دليل المدير خطوة بخطوة في الإدارة الاستراتيجية، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص، ص 77-83.
- ²⁷ بقة الشريف، ملتقى المؤسسة والمحيط، محاضرات السنة أولى ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف 1.
- ²⁸ بقة الشريف، المرجع نفسه.
- ²⁹ بقة الشريف، المرجع نفسه.

³⁰ خالد محمد بني حمدان، وائل محمد صبحي إدريس، (2007)، الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، الاردن، ص74.

³¹ احمد ماهر، (1999)، مرجع سبق ذكره، ص، ص111-117.

³² محمد أحمد عوض، (2004)، مرجع سبق ذكره، ص158.

³³ Steve Brown and others, (2005), Strategic Operations Management, Elsevier Butterworth-Heinemann, Second edition, great Britain, p14

"Value is the amount buyers are willing to pay for what an organization provides them ... creating value for buyers that exceeds the cost of doing so is the goal of any generic strategy. Value, instead of cost, must be used in analysing competitive position ..."

³⁴ د. محمد أحمد عوض، مرجع سبق ذكره، ص159.

³⁵ د. محمد أحمد عوض، المرجع نفسه، ص160-161.

³⁶ Philippe Deubel et autres, (2008), analyse économique et historique des sociétés contemporaines, Pears Education France, Paris, p278

³⁷ نيفين حسن شمت، (2010)، مرجع سبق ذكره، ص25.

³⁸ -M .porter، (1999)، l'avantageOP.cit، p، p 41-42.

³⁹ Ibid, p.42

⁴⁰ <http://lmdeco.moncontact.com/> تاريخ الاطلاع 2011/11/20

⁴¹ فيليب سادلر، (2008)، الإدارة الاستراتيجية، ترجمة: علا أحمد إصلاح، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، مصر، ص276.

⁴² أكرم احمد الطويل، رعيد إبراهيم إسماعيل، العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وأبعاد الميزة التنافسية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، ص، ص 13-15، (بدون سنة)

وانظر كذلك:

شارلز. هل، جاريت جونز، (2001)، الإدارة الاستراتيجية (مدخل متكامل)، ترجمة: رفاعي محمد رفاعي، محمد سيد أحمد عبد المتعال، دار المريخ للنشر والتوزيع، الرياض، ص، ص 196-205 (الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية).

⁴³ محمود علي الروسان، (2007)، العلاقة بين الميزة التنافسية والتحليل البيئي، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الثالث والستون /2007، جامعة أربد الأهلية، الأردن، ص147.

تكنولوجيا المعلومات وانعكاساتها على تنمية الموارد البشرية
- دراسة ميدانية لمؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتنة -

**Information technology and its impact on human resource
development**

- An Empirical Study of the Foundation Sonelgaz Regional Directorate for
distribution of Batna -

فتيحة بن أم السعد

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة باتنة، الجزائر

fatandoc@gmail.com

نعيمة يحيوي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة باتنة، الجزائر

yahiaoui966@gmail.com

ملخص :

إن الثورة التكنولوجية ونسق التغيير المتسارع الذي يطرأ على العالم جعل المؤسسات تعيد صياغة إستراتيجياتها في تنمية مواردها البشرية، حيث تأخذ في الاعتبار مختلف الميزات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات، وتمثل تنمية الموارد البشرية أحد المقومات الضرورية في تحريك القدرات والكفاءات في ظل تكنولوجيا المعلومات، بحيث لا تعتبر هدفا في حد ذاتها ولكنها وسيلة لتحقيق هدف أكبر هو الاستخدام الأمثل لهذه الموارد للوصول إلى المستوى المرغوب، وبالموازاة مع ذلك تولي مؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتنة اهتماما كبيرا بتنمية مواردها البشرية، بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات التي تؤثر بشكل كبير على هذه الموارد.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، تنمية الموارد البشرية، استراتيجيات تنمية الموارد البشرية، التنمية الإدارية، الكفاءات البشرية.

Abstract:

The technological revolution and the rapid pace of change require institutions to review their human resource development strategies. This implies taking into account the various aspects and characteristics of information technology. The development of human resources is one of the essential factors for better development and better use of skills in using new technologies in order to achieve the desired objectives. Sonelgaz and regional distribution Directorate Batna is invited more than ever to give paramount importance to these new technologies to develop human resources.

Key words: information technology, human resource development, human resource development strategies, management development, human efficiencies.

تمهيد:

تشهد اقتصاديات العالم منذ عقدين من الزمن تغييرات هائلة وتحولات سريعة تنتقل فيها من الثورة الصناعية إلى الثورة التكنولوجية التي شاركت في تطوير أداء المؤسسات تلبية لرغبات الزبائن ليس فقط على المستوى الوطني بل على المستوى العالمي أيضا، فالمؤسسات حاليا تصبوا لتحقيق الريادة العالمية، لدعم مفهوم العولمة الاقتصادية، والتي أسفرت عن ظهور العديد من المفاهيم الحديثة كالاقتصاد الموحد، الاقتصاد الخدمي ثم الاقتصاد الحديث الذي نتج عنه الاقتصاد الرقمي، ولعل هذا الأخير أكثر دعما لمفهوم العولمة.

واتسمت السنوات الماضية بتطورات وتحديات هائلة كان لها انعكاساتها الإيجابية على إدارة الموارد البشرية، ويعتبر المورد البشري من أهم مقومات الإنتاج نسبة لحيويته ومقدرته على خلق توازن بين عناصر الإنتاج، وأيضا تعقيده وصعوبة قياس سلوكه جديرة بالوقوف عند هذا المورد الهام، ونجد سر نجاح كبرى المؤسسات العالمية يرجع في الغالب إلى استخدام الموارد المتاحة بكفاءة عالية عن طريق المورد البشري، وبالتالي كان لابد من تنميته من خلال تلبية احتياجاته ودعمه لمواكبة التغييرات المتسارعة في عالم تكنولوجيا المعلومات.

مشكلة الدراسة: على ضوء ما سبق يمكن صياغة الإشكالية التالية:

ما مدى انعكاس تكنولوجيا المعلومات على تنمية الموارد البشرية في مؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتنة ؟

ولالإحاطة بجميع جوانب هذا الإشكال تمت الاستعانة بالأسئلة الفرعية التالية:

1- ما هي مختلف الإستراتيجيات التي يتم الاعتماد عليها في تنمية الموارد البشرية؟

2- ما هي أهم مميزات تكنولوجيا المعلومات؟

3- ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات على تنمية الموارد البشرية في مؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع

باتنة ؟

فرضيات الدراسة: تم القيام بصياغة عدة فرضيات سيتم الإجابة عنها خلال هذه الدراسة، وتتمثل في:

1- تستند عملية تنمية الموارد البشرية على العديد من الإستراتيجيات.

2- تساهم تكنولوجيا المعلومات في تنمية الموارد البشرية بشكل كبير.

3- تهتم مؤسسة سونلغاز اهتمام كبير بتنمية مواردها البشرية بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات.

أهمية الدراسة:

يكتسي موضوع تنمية الموارد البشرية في ضل تكنولوجيا المعلومات أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسات التي تصبو إلى البقاء والاستمرارية، لا سيما في محيط تسوده التنافسية وتحكمه آليات السوق وتحتل فيه المعلومة مركز القيادة أين لا مكان للمؤسسات التقليدية وسط المؤسسات العالمية التي جعلت من تكنولوجيا المعلومات ورقة رابحة من خلال تنميتها لمواردها البشرية، والمؤسسة الناجحة هي التي لا تمنح للغموض مجالا يعيق حركيتها وتطورها.

أهداف الدراسة: يمكن تحديد أهداف الدراسة في النقاط التالية:

1- بيان انعكاس تكنولوجيا المعلومات على تنمية الموارد البشرية بالمؤسسة.

2- الوقوف على وضعية الموارد البشرية بالمؤسسة الجزائري سونلغاز - المديرية الجهوية للتوزيع باتنة - والتعرف

على الجهود المبذولة في سبيل تنميته وتطويره.

منهجية الدراسة:

على الباحث إتباع أسس موضوعية لتحديد المنهج الملائم الذي تقتضيه أهداف الدراسة في وصف الظاهرة والكشف عن حيويتها وتحليلها، ونظرا إلى أنها ستم عن طريق استمارة الأسئلة الهدف منها هو الوقوف عند حد الوصف والربط، ونتيجة لهذه الأسباب فإن المنهج المناسب لهذا البحث هو المنهج العلمي، بالاعتماد على الأسلوب الوصفي الذي يمكن من استجواب جميع أفراد العينة بغية وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها، والأسلوب التحليلي الذي يسمح بتحليل البيانات بغية الوصول إلى نتائج الدراسة.

محتوى الدراسة: في سبيل تحقيق أهداف الدراسة قمنا بتقسيم الورقة البحثية الى محورين رئيسيين:

- المحور الأول: التأسيس النظري للدراسة،
- المحور الثاني: دراسة ميدانية لمؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتنة .

المحور الأول: التأسيس النظري للدراسة

أولاً: مفاهيم أساسية حول تنمية الموارد البشرية

I. مفهوم تنمية الموارد البشرية: يمكن تعريفها من خلال عدة جهات نظر، من بينها:

1. مفهوم تنمية الموارد البشرية باعتباره نظاماً فرعياً: هي "نظام فرعي ضمن مجموعة الأنظمة الفرعية لنظام تسيير الموارد البشرية، والذي يركز على الارتقاء بمستوى الأداء البشري، وبما يتكامل مع الأنظمة الفرعية الأخرى داخل المؤسسة".¹
2. مفهوم تنمية الموارد البشرية باعتبارها نشاطاً مستمراً: إن تنمية الموارد البشرية هي "نشاط مستمر باستمرار المؤسسات ككائنات ديناميكية متفاعلة تهدف إلى تقليل الفجوة بين واقع المؤسسة بإمكانياتها الحالية والبيئة المحيطة بها بمتغيراتها وتطوراتها وما تفرزه من فرص وتهديدات، وبما يضمن استغلال كل ما يتاح لها من فرص، وتقليل الآثار التي تترتب على ما يواجهها من تهديدات".²
3. مفهوم تنمية الموارد البشرية باعتبارها نشاطاً شاملاً: هي "نشاط شامل يمتد ليشمل جميع العاملين بالمؤسسة بداية من التحاقهم بها، وبما يضمن زيادة مقدرتهم على الأداء المتميز، وكذلك مساعدة العاملين على التخطيط السليم لمستقبلهم الوظيفي، وذلك في الأجلين القصير والطويل".³

II - إستراتيجيات تنمية الموارد البشرية:

1. II. إستراتيجية التدريب: يقصد بالتدريب " مجموعة من الطرق المستخدمة في تزويد الموظفين الجدد أو الحاليين بالمهارات اللازمة لأداء وظائفهم بنجاح ".⁴ ويعرف Philipp التدريب بأنه: " العملية التي من خلالها يتم تزويد العاملين بالمعرفة أو المهارة لأداء و تنفيذ عمل معين".⁵

1. تصميم البرنامج التدريبي: يتطلب القيام بعملية التدريب مايلي:⁶

- **تحديد الاحتياجات التدريبية:** من الضروري أن تتركز برامج التكوين على احتياجات المنظمة في التدريب ويتم ذلك عبر الدراسة المعمقة والمسبقة لاحتياجات مختلف المصالح، الوحدات، والمستويات، وتحديد الأهداف التي تريد عملية التكوين الوصول إليها.
- **طرق تحديد الاحتياجات التدريبية:** تظهر الحاجة للتدريب من خلال ثلاث مستويات هامة هي:
 - تحليل تنظيمي: يتضمن تحليل المنظمة النقاط الآتية: دراسة الأهداف الحالية للمنظمة، دراسة تطور المنظمة، تحليل الهيكل التنظيمي.

- تحليل المهام: تتم عن طريق دراسة مناصب العمل بالاعتماد على تحديد المهارات المطلوبة مما يمكن من اكتشاف المشاكل وأسبابها والعملية التي أدت إلى وقوعها.
- تحليل فردي: ويتم عن طريق تحليل المعلومات الخاصة بالفرد ومقارنتها بالمواصفات المطلوبة لأداء العمل بفعالية ثم تحديد الأفراد الذين هم بحاجة إلى التدريب.

2. اختيار أساليب التدريب: من أهم هذه الأساليب:⁷

- المحاضرات: هو أسلوب شائع يصلح لإكساب معلومات ومعارف نظرية عامة كقواعد العمل والإجراءات وغيرها لعدد كبير من المتدربين.
- دراسة الحالات: تستخدم هذه الطريقة لإكساب مهارات تحليلية حيث يواجه المشاركون مواقف عملية يطلب منه تحليلها، اتخاذ القرار المناسب واختيار أسلوب العلاج، ولهذه الطريقة قواعد كثيرة لما لها من تأثير على السلوك المستقبلي للمتدرب.
- تقمص الأدوار: أسلوب ضروري لإكساب الفرد مهارات في التصرف في مواقف مختلفة.

2.II إستراتيجية التنمية الإدارية: تتضمن إستراتيجية التنمية الإدارية الخطوات التالية:⁸

1. تحليل الاحتياجات الإدارية: يساعد تحليل الاحتياجات الإدارية الموجودة داخل المنظمة في التعرف على المراكز الإدارية فيها وأي منها يحتاج للتنمية، وهذا يساعد أيضا في معرفة القدرات والمهارات والمؤهلات الواجب توافرها فيهم وبذلك يمكن الوقوف على جوانب القوة والضعف في قدرات ومهارات المديرين، ووضع الطرق المناسبة لتنميتهم.

2. وضع برنامج التنمية: تمر هذه العملية بالمرحل التالية:

- تحديد أهداف البرنامج،
- تحديد نوع المهارات التي سيتم التدريب عليها،
- وضع المنهاج التجريبي،
- اختيار طريقة التدريب،
- اختيار المدربين،
- تحديد مكان إقامة برنامج التنمية،
- تحديد فترة برنامج التنمية،
- توفير مستلزمات البرنامج،

3. تقييم برنامج التنمية: من أهم طرق تقييم برنامج التنمية مايلي:

- الطرق الكمية: تقوم بقياس بعض المعايير المتعلقة بالإنتاجية، دوران العمل والشكاوي قبل وبعد تنفيذ برنامج التنمية.
- الطرق النوعية: تتخذ من قبل اختصاصيين فهؤلاء المختصين بإمكانهم تحديد فعالية عدد من العوامل المؤثرة في برنامج التنمية الإدارية مثل نوعية وكفاءة المدير، أو نوعية محتويات البرنامج وهي تعد سمات وخصائص نوعية يجب أخذها بعين الاعتبار عند تقييم البرنامج.
- قوائم الاستبيان: توزع هذه القوائم على المديرين المتدربين وتتضمن معايير على شكل أسئلة وأجوبة، وعلى أساس هذه الإجابات يمكن التعرف على نواحي الضعف والقصور.
- الملاحظة المباشرة: عن طريق مراقبة وملاحظة رد فعل المتدربين اتجاه البرنامج، ويتم التعرف على ذلك من خلال الأحاديث التي يتبادلونها، أو الشكاوي الموجهة من قبلهم للإدارة المسؤولة عن تنفيذ البرنامج.
- الاجتماعات: عن طريق عقد اجتماع أو حفل ختامي يحضره المتدربون ويتم من خلاله سؤال المتدربين عن رأيهم في البرنامج.

II.3. إستراتيجية تنمية الكفاءات البشرية: يمكن تعريفها على أنها "مجموعة النشاطات التعليمية التي تؤدي إلى زيادة المردودية الحالية والمستقبلية للأفراد ورفع قدراتهم الخاصة بانجاز المهام الموكلة إليهم وذلك عن طريق تحسين معارفهم، استعداداتهم واتجاهاتهم".⁹

1. عملية تنمية الكفاءات البشرية: تمر عملية تنمية الكفاءات البشرية بالعديد من المراحل:

- **تحديد الأفراد المستهدفين:** وتتم هذه العملية عن طريق تحديد العينة المستهدفة ثم تصنيفهم على أساس فئات متجانسة حسب نوعية المنصب والنشاط ليسهل فيما بعد توجيه عمليات التنمية نحو هؤلاء وضمان سير البرنامج في مسار تحقيق أهدافه.¹⁰
- **اختيار المدربين:** يتم اختيار المدربين حسب طبيعة الاحتياج، فإذا كان الاحتياج من المهارات المهنية المبدئية فإن المدربين عادة يكونون من داخل المؤسسة، أما إذا كان الاحتياج ينصب حول العلاقات ما بين الأفراد والتحكم في المصطلحات والنظريات فيكون المدربين مجموعة من الأساتذة الباحثين الجامعيين أو مستشاريين خارجيين.¹¹
- **مستوى التعلم:** بعد إنشاء البرنامج يقوم المشرفون بتكييف مكوناته المختلفة مع أنماط الكفاءات التي سوف يتم تتميتها، وعملية التعليم في سبيل تكييفها مع الكفاءات المطلوبة تصنف إلى ثلاثة مستويات حسب درجة التعقيد وتتمثل هذه المستويات في: اكتساب المعارف الأساسية، اكتساب المهارات وتحسين القدرة الإنتاجية.

ثانيا: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات

I. مفهوم تكنولوجيا المعلومات: يعتبر لفظ التكنولوجيا من أكثر الألفاظ تداولاً ورغم ذلك تعددت الرؤى في تحديد مفهوم دقيق لها، فهناك من عرفها على أنها "عملية أو مجموعة من العمليات التي تسمح بتطبيق المعارف العلمية من أجل تطوير الإنتاج الصناعي"¹²

وهناك من عرفها بأنها "تطبيق تقنية معينة في تصميم وإنتاج منتج معين"¹³

ويمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات هي تقنية تستعمل في جمع المعلومات ومعالجتها، وتتضمن هذه التكنولوجيا الاستعمالات من الحواسيب، شبكات الاتصال وأجهزة تداول المعلومة السلكية واللاسلكية.

II.2. مميزات تكنولوجيا المعلومات: تتمثل في:¹⁴

- 1- السرعة: من خلال معالجة المعلومة بسرعة وهذا ما سمح بتخفيض مدة المعالجة بشكل كبير.
- 2- تقريب المسافة: أصبح بالإمكان النقل الفوري للمعلومات بين أي نقطتين من العالم.
- 3- القدرة: بفضل التطور الحاصل في الوسائط الالكترونية المستعملة في تخزين المعلومات يمكن الوصول وبسرعة فائقة إلى كتلة كبيرة من المعلومات مهما كان مكان تخزينها.
- 4- مرونة الاستعمال: بمعنى إمكانية استعمالها في مجالات جد واسعة.

III- أثر تكنولوجيا المعلومات على تنمية الموارد البشرية: ومن هذه التأثيرات ما يلي:¹⁵

تخطيط الاحتياجات التدريبية: يبرز دور الانترنت في تعريف مديري التدريب ببرامج وخط العمل والإنتاج لكافة الإدارات الأخرى، وبالتالي فإنه يمكن أن يضع خططا واقعية لتنفيذ هذه البرامج، كما تتيح برامج الحسابات الخاصة بالتخطيط إمكانيات لوضع خطط للتدريب.

تحديد أسلوب ومتطلبات التنفيذ: من خلال شبكة المعلومات الخارجية الانترنت يمكن التعرف على البرامج التدريبية المتاحة عالميا.

تنفيذ العملية التدريبية: وذلك من خلال: **التدريب المستمر:** حيث يكون التدريب متاحا لكافة الراغبين في جميع الأوقات، فالتدريب من خلال شبكة الانترنت والانترانيت مفتوح أربع وعشرون ساعة في اليوم، وفي جميع الأيام، **التدريب أثناء العمل:** من خلال تنفيذ برامج التدريب بالتوازي مع العمل ودون شعور المتدرب بالفارق.

III-2- أثر تكنولوجيا المعلومات على التنمية الإدارية: من خلال: (3)

الجانب التعليمي: إن استخدام تقنيات التعلم عن بعد يؤدي إلى إكساب الطلبة المعارف الأساسية بصورة أسرع، وفي هذا يقول **Andrew Poole** "إن التعلم بواسطة الإنترنت يعزز مهارات العاملين، ويوفر لهم المرونة التي تمكنهم من اكتساب مهارات جديدة تمكنهم من تغيير وظائفهم إذا لزم الأمر"

الجانب الصحي: تساهم الانترنت في تحقيق التنمية في المجال الصحي، الأمر الذي يعود على التنظيمات الإدارية، بتوافر قوة عمل فعلية، تتمتع بوضع صحي ممتاز، وأيضا يعود على المجتمع بفوائد كثيرة حيث يمكن ملاحظة مساهمات الانترنت في تنمية الجانب الصحي.

الجانب الإعلامي والسياسي: تعمل الانترنت على تعميق الوعي السياسي من خلال ترك الناس يمارسون حرية التعبير عن طريق الصحافة الحرة، ويمكن ملاحظة هذه الظاهرة من خلال الزيادة في أعداد الصحف والمجلات، إضافة إلى إمكانية الاطلاع على كل التحليلات في مختلف مناطق العالم.

الجانب الاقتصادي: تساهم ثورة المعلومات في نجاح التنمية الاقتصادية بشكل كبير، وتتضمن مساهمات الانترنت في هذا المجال في خلق قطاعات اقتصادية جديدة معتمدة على التدفق المستمر للمعلومات، العمل على خلق قطاعات مالية جديدة يترتب عليها إدخال تحسينات إضافية إلى العمليات المتعلقة بالائتمان، وعمليات وضع أموال المدخرين وتشغيلها في عمليات استثمارية جديدة.

III-3- تأثير تكنولوجيا المعلومات على تنمية الكفاءات البشرية: تكمن العلاقة بين الكفاءات البشرية وتكنولوجيا المعلومات في أن تنمية الكفاءات البشرية زادت في قوة ودرجة الابتكار والإبداع، وبالتالي ظهور وانتشار تكنولوجيا المعلومات، ومن بين تأثيرات تكنولوجيا المعلومات ما يلي:

- استخدام مناصب خاصة وتأهيل وتدريب الأفراد القائمين على فرز وتحليل المعلومات الهائلة المتواجدة في شبكة الانترنت والبريد الالكتروني.

- استخدام طرق جديدة في التدريب لتنمية الكفاءات عن طريق الإنترنت (**Formation En Ligne**) وظهور ما يسمى بالجامعات والمراكز التدريبية الافتراضية.

- ظهور طرق جديدة منفتحة على العملاء خاصة مع امتلاكهم لأجهزة الكمبيوتر الشخصية وارتباطهم بشبكة الانترنت (التجارة الإلكترونية)، مما أجبر المؤسسة على تدريب الأفراد وتعليمهم وإكسابهم كفاءات جديدة لكي تتمكن من تصريف منتجاتها وخدماتها بصورة فعالة وسريعة.

المحور الثاني: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية

1- **مجتمع وعينة الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من عمال وإطارات شركة التوزيع الكهرباء والغاز للشرق-المديرية الجهوية للتوزيع باتنة التابعة لمجمع سونلغاز الجزائري، ومجتمع الدراسة الذين تتوفر فيهم شروط البحث تتمثل في 30 عاملا، وقد تم اختيار العينة بصفة عشوائية منتظمة حيث شملت 30 فردا والذين تم استجابة 25 فرد منهم.

2- **أداة الدراسة:** لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد وبشكل أساسي على الاستبيان كأداة من أدوات القياس لمتغيرات الدراسة، وقد تم توزيع استمارات الأسئلة على عمال مديرية التوزيع الجهوية لوحدة باتنة وقد دامت عملية التوزيع

والجمع لهذه الاستثمارة حوالي 15 يوم، حيث تم الحصول على 25 استثمارة من مجموع 30 موزعة، أي بنسبة استرجاع قدرها 83.33%، وبعد فحص الاستثمارات لم يتم استبعاد أي استثمارة.

3- أدوات التحليل الإحصائية:

- التكرارات: لمعرفة تكرار اختيار كل بديل من بدائل أسئلة الاستبيان.
- النسب المئوية: لمعرفة نسبة اختيار كل بديل من بدائل أسئلة الاستبيان.
- اختبار K^2 : تم استخدام هذا الإختبار قصد معرفة الدلالة الإحصائية للفروق بين التكرارات والتأكد من تحقق فرضية البحث أو عدم تحققها، ويتم حساب K^2 وفقا للعلاقة التالية:

$$K^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

F_o : تمثل التكرار المشاهد (المتحصل عليه).

F_e : تمثل التكرار المتوقع (النظري).

ويتم بعد ذلك الكشف عن دلالة K^2 المحسوبة من خلال تفحص الجدول الإحصائي المتعلق بقيم اختبار K^2 عند درجات الحرية N-1 ولمستوى الدلالة 0.05 المبين لنسب الثقة في النتائج المتحصل عليها ونرمز بالرمز K^2t .

4- البيانات المتعلقة بالدراسة: من خلال الإجابة على تساؤلات صحيفة الاستبيان، يمكن تحديد إلى أي مدى تساهم العبارات المذكورة في عكس مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات على تنمية الموارد البشرية، والتي نبينها من خلال الجداول التالية:

1- هل تهتم المديرية بتنمية مواردها البشرية ؟

جدول رقم (1) اهتمام المديرية بتنمية مواردها البشرية

الإجابة	التكرار	النسب المئوية	K^2	K^2t
نعم	19	76%	6.76	3.84
لا	06	24%		
المجموع	25	100%		

من إعداد الباحثين

يتضح من خلال الجدول أن K^2 دالة عند مستوى معنوية 0.05، لأن $(K^2t < K^2)$ ، وقد جاءت هذه الدلالة لصالح الاختيار "نعم"، حيث أكد 76% من المبحوثين أن المديرية تهتم بتنمية مواردها البشرية، في حين الذين صرحوا بعدم اهتمام المديرية بتنمية مواردها البشرية بلغت نسبتهم 24%.

2-ما نوع الإستراتيجيات التي تستخدمها المديرية في تنمية مواردها البشرية ؟

جدول رقم (2) الإستراتيجيات التي تستخدمها المديرية في تنمية مواردها البشرية

النسب المئوية	التكرار	الإجابة
42%	14	التدريب
24%	08	التنمية الإدارية
34%	11	تنمية الكفاءات
100%	33	المجموع

من إعداد الباحثين

مع العلم أن الإجابات تضمنت أكثر من اختيار وذلك لأن المديرية تستخدم عدة إستراتيجيات في آن واحد، لذا فإن أكبر نسبة صرح بها المبحوثين هي إستراتيجية التدريب وذلك بنسبة 42%، تليها إستراتيجية تنمية الكفاءات وذلك بنسبة 34%، وأخيرا إستراتيجية التنمية الإدارية بنسبة 24%.

3- هل تهدف المديرية من خلال تنمية مواردها البشرية إلى:

جدول رقم (3) الهدف المديرية من خلال تنمية الموارد البشرية

النسب المئوية	التكرار	الإجابة
45%	15	إكسابهم معارف ومهارات جديدة
38%	13	الارتقاء بمستوى أداءهم البشري
17%	06	تهيئتهم لمواجهة التحديات الجديدة
100%	34	المجموع

من إعداد الباحثين

مع العلم أنه تضمنت الإجابات أكثر من اختيار لأن المديرية تهدف في آن واحد إلى تحقيق العديد من الأهداف، وبالتالي فإن المديرية حسب تصريحات المبحوثين تسعى إلى إكساب مواردها البشرية معارف ومهارات جديدة وذلك بنسبة 45%، ثم الارتقاء بمستوى أدائهم البشري بنسبة 38%، وأخيرا تهيئتهم لمواجهة التحديات الجديدة بنسبة 17%.

4- أين تتم عملية تنمية الموارد البشرية ؟

جدول رقم (4) المقر الذي تتم فيه عملية تنمية الموارد البشرية

النسب المئوية	التكرار	الإجابة
43%	15	المديرية
49%	17	مراكز ومعاهد خاصة
08%	03	خارج الجزائر
100%	35	المجموع

من إعداد الباحثين

مع العلم أن الإجابات تضمنت أكثر من اختيار لأن المديرية تقوم بعملية تنمية مواردها البشرية في عدة أماكن في آن واحد كالمديرية نفسها ومعاهد خاصة بمؤسسة سونلغاز وكذا بالخارج، إلا أن تصريحات المبحوثين أعطت النسبة الأكبر للاقتراح الثاني المتمثل في: مراكز ومعاهد خاصة بنسبة 49%، ثم المديرية بنسبة 43%، وأخيرا بالخارج وذلك بنسبة 08%.

5- ما مدى اعتماد المديرية على تكنولوجيا المعلومات ؟

جدول رقم (5) اعتماد المديرية على تكنولوجيا المعلومات

K ^{2t}	K ²	النسب المئوية	التكرار	الإجابة
5.99	10.64	%16	04	اعتماد كبير
		%20	05	اعتماد متوسط
		%64	16	اعتماد ضعيف
		%100	25	المجموع

من إعداد الباحثين

من خلال نتائج الجدول أعلاه، نلاحظ أن K^2 دالة عند مستوى معنوية 0.05، لأن $(K^{2t} < K^2)$ ، وقد جاءت هذه الدلالة لصالح الاختيار "اعتماد ضعيف"، ونشير إلى وجود ثلاث اتجاهات، حيث صرح أغلب المبحوثين على أن اعتماد المديرية على تكنولوجيا المعلومات اعتماد ضعيف وذلك بنسبة 64%، في حين نجد أن نسبة 20% منهم يرون أن اعتماد المديرية على تكنولوجيا المعلومات اعتماد متوسط، أما الذين يرون أنها حاجة ضعيفة فتبلغ نسبتهم 16%.

6- هل تملك المديرية ؟

جدول رقم (6) الشبكات التي تملكها المديرية

النسب المئوية	التكرار	الإجابة
%25	10	شبكة عالمية Internet
%33	13	شبكة محلية Lotus notes
%42	16	شبكة داخلية Adresse IP
%100	39	المجموع

من إعداد الباحثين

مع العلم أن الإجابات تضمنت أكثر من اختيار لأن المديرية تملك في الوقت نفسه شبكة عالمية وشبكة محلية وشبكة داخلية، إلا أن العمال لا يملكونها كلها في آن واحد، وبالتالي حسب تصريحات المبحوثين فإن الشبكة التي تملكها المديرية بنسبة أكبر هي الشبكة الداخلية بنسبة 42%، تليها الشبكة المحلية بنسبة 33%، وأخيرا الشبكة العالمية بنسبة 25%.

7- هل تملك جهاز كمبيوتر في مكتبك ؟

جدول رقم (7) إمتلاك جهاز كمبيوتر

K ^{2t}	K ²	النسب المئوية	التكرار	الإجابة
3.84	2	%60	15	نعم
		%40	10	لا
		%100	25	المجموع

من إعداد الباحثين

يتضح من خلال الجدول أن K^2 دالة عند مستوى معنوية 0.05، لأن $(K^{2t} < K^2)$ ، وقد جاءت هذه الدلالة لصالح الاختيار "نعم" وتشير الإجابات إلى وجود اتجاهين متباعين، حيث أن نسبة 60% من المبحوثين يملكون أجهزة كمبيوتر في مكاتبهم، في حين أن نسبة 40% لا يملكون.

8- هل تملك بريد إلكتروني ؟

جدول رقم (8) امتلاك بريد إلكتروني

K ^{2t}	K ²	النسب المئوية	التكرار	الإجابة
3.84	3.96	%32	8	نعم
		%68	17	لا
		%100	25	المجموع

من إعداد الباحثين

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن K^2 دالة عند مستوى معنوية 0.05، لأن $(K^{2t} < K^2)$ ، وقد جاءت هذه الدلالة لصالح الاختيار "لا"، وتشير الإجابات إلى وجود اتجاهين متباعين، حيث أن نسبة 68% من المبحوثين لا يملكون بريد إلكتروني، في حين أن نسبة 32% يملكون بريد إلكتروني.

9- ما نوع البرامج التي تستخدمها المديرية ؟

جدول رقم (9) البرامج التي تستخدمها المديرية

K ^{2t}	K ²	النسب المئوية	التكرار	الإجابة
3.84	4.96	%64	16	بسيطة
		%36	09	مركبة
		%100	25	المجموع

من إعداد الباحثين

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن K^2 دالة عند مستوى معنوية 0.05، لأن $(K^{2t} < K^2)$ ، وقد جاءت هذه الدلالة لصالح الاختيار "بسيطة"، حيث أن نسبة 64% من المبحوثين أجمعوا أن البرامج التي تستخدمها المديرية هي برامج بسيطة، في حين أن نسبة 36% من المبحوثين أجمعوا أن البرامج التي تستخدمها المديرية هي برامج مركبة.

10- هل يستخدم قسم الموارد البشرية تكنولوجيا المعلومات في:

جدول رقم (10) فيما يستخدم قسم الموارد البشرية تكنولوجيا المعلومات

النسب المئوية	التكرار	الإجابة
%44	11	تخطيط الاحتياجات التدريبية
%20	05	إعداد المحتوى التدريبي
%52	13	توفير الوسائل التدريبية
%100	25	المجموع

من إعداد الباحثين

مع العلم أن الإجابات تضمنت أكثر من اختيار لأن قسم الموارد البشرية يستخدم تكنولوجيا المعلومات في تخطيط الاحتياجات التدريبية، إعداد المحتوى التدريبي وتوفير الوسائل التدريبية. إلا أنه حسب تصريحات المبحوثين فإن تكنولوجيا المعلومات تستخدم بنسبة أكبر في توفير الوسائل التدريبية وذلك بنسبة 52%، تليها نسبة تخطيط الاحتياجات التدريبية بنسبة 44%، وأخيرا نسبة إعداد المحتوى التدريبي بنسبة 20%.

خلاصة :

تم من خلال هذا البحث إعطاء نظرة على تكنولوجيا المعلومات وانعكاساتها على تنمية الموارد البشرية حيث تؤثر تطبيقات تكنولوجيا المعلومات تأثيرا جوهريا على تنمية الموارد البشرية لذا يجب التعامل مع هذه التطبيقات بما يعزز الإيجابيات ويتلافى السلبيات ومن هذه التأثيرات: تغيير ثقافة المؤسسة من الثقافة الورقية إلى الثقافة الإلكترونية وعليه لا بد من تنمية الموارد البشرية على هذه التقنيات ورفع الوعي اتجاهها، أيضا التحول إلى الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية وما يلزم ذلك من تطوير الهياكل التنظيمية لتصبح أكثر مرونة وتطوير أساليب العمل بما يتناسب مع ذلك وتنويع أساليب التنمية المقدمة والتحول التدريجي والمبرمج لأساليب التنمية والتعلم الإلكترونية.

ومن خلال الدراسة النظرية لتنمية الموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات ومقارنتها بالدراسة التطبيقية في مؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتتة، نستطيع أن نستنتج أنه ما درس نظريا يجد مكانا للتطبيق، إلا أنه لم يلقى الاهتمام الكافي بعد من أغلب المؤسسات الجزائرية، وقد تبين من خلال هذه الدراسة وبعد التحليل مجموعة من النتائج التي تم التوصل إليها نوردتها كما يلي: تستند عملية تنمية الموارد البشرية على العديد من الإستراتيجيات منها التدريب، تنمية الموارد البشرية وتنمية الكفاءات، وقد لوحظ أن مؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع باتتة تعمل على تنمية مواردها البشرية باستخدام هذه الاستراتيجيات، تساهم تكنولوجيا المعلومات في تنمية الموارد البشرية بشكل كبير، تهتم مؤسسة سونلغاز اهتمام كبير بتنمية مواردها البشرية بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات.

الملحق:

- 1- هل تهتم المديرية بتنمية مواردها البشرية ؟ نعم لا
- 2- ما نوع الإستراتيجيات التي تستخدمها المديرية في تنمية مواردها البشرية ؟
التدريب التنمية الإدارية تنمية الكفاءات
- 3- هل تهدف المديرية من خلال تنمية مواردها البشرية إلى:
 إكسابهم معارف ومهارات جديدة
 الارتقاء بمستوى أدائهم البشري
 تهيئتهم لمواجهة التحديات الخارجية
- 4- هل تقوم المديرية بتنمية مواردها البشرية في:
المديرية مراكز ومعاهد خاصة بالخارج (خارج الجزائر)
- 5- ما مدى اعتماد المديرية على تكنولوجيا المعلومات؟
اعتماد جيد اعتماد متوسط اعتماد ضعيف
- 6- هل تملك المديرية؟
 شبكة عالمية (انترنت Internet)
 شبكة محلية (انترانات Lotus Notes)
 شبكة داخلية (اكسترنات Adresse IP)
- 7- هل تملك جهاز كمبيوتر في مكتبك: نعم لا
- 8- هل تملك بريد إلكتروني: نعم لا
- 9- ما نوع البرامج التي تستخدمها المديرية: برامج بسيطة برامج مركبة
- 10- هل يستخدم قسم الموارد البشرية تكنولوجيا المعلومات في:

تخطيط الاحتياجات التدريبية إعداد المحتوى التدريبي توفير الوسائل التدريبية
الهوامش والمراجع:

¹ Gorouitz Elizabeth, Employee Training current Trends, Future Challenges, Training and Development Journal, 1993, P 25-29.

² علي السلمي، إدارة الموارد البشرية، مكتبة غريب، القاهرة، 1995، ص 193.

³ J. Dilauro, Training needs assessment: current practice and new directions, public personnel management, 1994, P 354.

⁴ جاري ديسلر، إدارة الموارد البشرية، ترجمة: محمد سيد أحمد عبد المتعال، المملكة العربية السعودية، دار المريخ للنشر والتوزيع، 2003، ص 264.

⁵ محمد فالح صالح، إدارة الموارد البشرية، الأردن، دار الحامد للنشر و التوزيع، 2004، ص 101.

⁶ حمداوي وسيلة ، مرجع سابق ، ص 103-104.

⁷ حمداوي وسيلة ، مرجع سابق، ص 106.

⁸ نفس المرجع السابق، ص 225-236.

⁹ Simon, delan, La Gestion des Ressources humaines, canada, village mondiale, 3eme édition, 2002, p 307.

¹⁰ Alain meignat, op, cit, p 198.

¹¹ simon I dolan, op, cit, p 318.

¹² قرين علي، هبال عبد المالك، "تسيير الموارد التكنولوجية وتطور الإبداع التكنولوجي في المؤسسة"، الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات والاقتصاديات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2005، ص 76.

¹³ Robert Riex, op.cit, p.66.

¹⁴ Robert Reix, op, cit, p72-73.

¹⁵ علي السلمي، إدارة الموارد البشرية، مرجع سابق، ص 441.

¹⁶ موسى اللوزي، مرجع سابق، ص 205-209.

تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة ، أي دور لبنك الجزائر؟

Reform of Algerian System Banking within Current World Developments; which role of Bank of Algeria?

آدم حديدي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة الجلفة، الجزائر

hadidi_adem@yahoo.fr

سليمان ناصر

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر

dr.nacer25@yahoo.com

ملخص:

يعاني النظام المصرفي الجزائري من عديد النقائص التي أثرت سلباً على مستوى أدائه، ونظراً لدور البنوك الهام في تحريك عجلة الاقتصاد خاصة في الدول النامية، والتي تعاني من غياب أسواق مالية متطورة مثل الجزائر، تبرز الحاجة ملحة إلى إصلاح النظام المصرفي الجزائري خاصة في الجوانب التي تحتاج إلى تأهيل، مثل: التأخر في استعمال وسائل الدفع الحديثة أي الصيرفة الإلكترونية، التأخر في مواكبة المعايير الاحترازية العالمية خاصة منها معايير بازل، التركيز على تمويل التجارة الخارجية وعمليات الاستيراد على حساب تمويل المشاريع الاستثمارية المنتجة ... إلخ. وقد خلص البحث إلى أن هذه الإصلاحات هي من صميم مهام البنك المركزي الجزائري (بنك الجزائر)، بصفته المسؤول الأول عن الرقابة على البنوك، إضافة إلى كونه المسؤول عن وضع وتنفيذ السياسة النقدية بما يخدم الاقتصاد الوطني.

الكلمات المفتاحية: النظام المصرفي الجزائري، بنك الجزائر، تأهيل، الصيرفة الإلكترونية، معايير بازل.

Abstract :

The Algerian banking system suffers from many defaults that have negative effects on its performance. Because of the important role in the dynamism of the economy especially in the developing countries like Algeria where there is a lack of financial markets, it becomes an urgently need for a reform of the Algerian banking system particularly in the fields of electronic banking, the use of Basel norms, and the concentration of financing foreign trade at the expense of financing productive investment programs ... etc.

This research paper has concluded that these reforms are the duties of the Central Bank of Algeria (Bank of Algeria) because of its responsibility on the control of banks as well as its task of putting and implementing the monetary policy that suit the national economy.

Keywords: Algerian Banking system, Bank of Algeria, Reform, Electronic Banking, Basel norms.

تمهيد:

لم يعد خافياً أهمية الدور الذي يلعبه النظام المصرفي في كل دولة بصفته المحرك الأساسي لعجلة الاقتصاد، والممول الرئيسي له في غياب أسواق مالية متطورة في أغلب البلدان النامية، وفي الجزائر لا يختلف هذا الوضع، إلا أن المشكل الأهم الذي يعانيه النظام المصرفي الجزائري حالياً هو التأخر الملحوظ في مواكبة التطورات العالمية في العمل المصرفي، مما أثر سلباً في فعالية أدائه، وبالنتيجة التأثير سلباً على فعالية تأثيره في الاقتصاد الوطني، فالبنوك الجزائرية تعاني حالياً من عديد النقائص والسلبيات التي تتطلب المعالجة والتأهيل، مثل التأخر في استعمال وسائل الدفع الحديثة أي الصيرفة الإلكترونية وبالتالي تضخم الكتلة النقدية الحقيقية على حساب النقود الخطية أو الكتابية، التأخر في مواكبة المعايير الاحترازية العالمية أو ما يُعرف بقواعد الحيطة والحذر Les règles prudentielles خاصة منها معايير بازل، التركيز على تمويل التجارة الخارجية وعمليات الاستيراد على حساب تمويل المشاريع الاستثمارية المنتجة ... إلخ.

في ظل هذا الوضع، يبدو جلياً الدور الكبير والهام الذي يجب أن يلعبه البنك المركزي الجزائري (بنك الجزائر) في تطوير وتأهيل النظام المصرفي، فهو المسؤول عن إصدار تعليمات فيما يتعلق بتنظيم نسب الاحتياطي الإلزامي، نسب السيولة، التنظيمات الخاصة بتحديث المعايير الاحترازية، إضافة إلى كونه المسؤول عن وضع وتنفيذ السياسة النقدية بما يخدم الاقتصاد الوطني، وهو مستشار الحكومة فيما يتعلق بالنظام المالي والاقتصادي، وهو ما سنحاول إبرازه من خلال هذا البحث.

يهدف هذا البحث إذن، إلى معالجة الإشكالية الآتية:

ماهي الجوانب الأساسية التي تبرز تخلف النظام المصرفي الجزائري؟ وما هو الدور الذي يجب أن يلعبه بنك الجزائر في إصلاح تلك الجوانب وتطوير وتأهيل هذا النظام بما يتماشى والتطورات العالمية الراهنة؟، وسنتناول هذا الموضوع من خلال المحاور الرئيسية التالية:

- لمحة عامة عن النظام المصرفي الجزائري وأهم الإصلاحات التي شهدتها.

- الجوانب الأساسية التي تتطلب التأهيل والإصلاح في النظام المصرفي الجزائري.

- دور بنك الجزائر في تأهيل النظام المصرفي الجزائري.

1- لمحة عامة عن النظام المصرفي الجزائري وأهم الإصلاحات التي شهدتها مواكبة لإصلاحات اقتصادية:

منذ نشأة النظام المصرفي على أنقاض بنوك فرنسية تم تأميمها سنة 1966 مرّ بعدة إصلاحات، أهمها إصلاح سنة 1971 الذي جاء مواكباً لسياسة المخططات الاقتصادية، ثم إصلاح سنة 1986 عقب الأزمة المالية العالمية التي أفرزها انهيار أسعار النفط، ثم إصلاحات 1988 التي طبقت ما يسمى باستقلالية المؤسسات العمومية الاقتصادية، إلا أن أهم هذه الإصلاحات جاءت بعد صدور قانون النقد والائتمان لسنة 1990.

1-1- قانون النقد والائتمان رقم 90-10:

تعتبر سنة 1990 منعرجاً هاماً وحاسماً في مسار الإصلاحات المالية والنقدية في الجزائر، والتي صادفت صدور قانون النقد والائتمان (القانون رقم 90-10) الصادر في 14 أبريل 1990، والذي حاولت من خلاله السلطات الجزائرية تفادي القصور الذي وقع في الإصلاحات السابقة، وتماشياً مع سياسة التحول إلى اقتصاد السوق الحر، وأهم ما تضمنه هذا القانون تعزيز أكبر لاستقلالية البنك المركزي والذي أصبح يسمى "بنك الجزائر"، وتعديل مهام البنوك لزيادة فعاليتها في النشاط الاقتصادي بعد منحها الشمولية في العمل المصرفي، وكذا فتح الاستثمار في السوق المصرفية الجزائرية أمام القطاع الخاص والأجنبي.

عرف النظام المصرفي الجزائري بعد عدة سنوات من صدور قانون النقد والائتمان 90-10 والعمل به، تعديلات نتيجة التغييرات التي مست المحيط الاقتصادي الجزائري أهمها:

1-2- الأمر رقم 01-01:

أول تعديل لقانون النقد والائتمان 90-10 كان الأمر رقم 01-01 الصادر في 27 فيفري 2001، حيث تضمن هذا الأمر تعديل الجوانب الإدارية في تسيير بنك الجزائر دون المساس بمضمون القانون، إضافة إلى الفصل بين مجلس إدارة بنك الجزائر ومجلس النقد والقرض.

1-3- الأمر رقم 03-11:

لقد تسببت الفضائح المتعلقة ببنك الخليفة والبنك الصناعي والتجاري في ضعف الجهاز المصرفي الجزائري وضرب مصداقيته، مما دفع بالسلطات النقدية والمالية إلى إصدار الأمر 03-11 في 26 أوت 2003، حيث جاء هذا الأمر مدعماً لأهم أفكار ومبادئ قانون 90-10 ولكنه يلغيه ويحل محله، ومنتشداً أكثر مع المسؤولين عن تسيير البنوك بتوضيح المخالفات في إدارتها والنص على العقوبات المقابلة لها.

1-4- الأمر رقم 10-04:

جاء الأمر 10-04 المؤرخ في 26 أوت 2010 بهدف تعديل وتتميم الأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والائتمان، وتتمثل أهم النقاط التي تطرق إليها فيما يلي⁽¹⁾:

- اشتراط نسبة المساهمة الوطنية في إطار الشراكة بما لا يقل عن 51 % من رأس المال بالنسبة للترخيص بالمساهمات الخارجية في البنوك والمؤسسات المالية التي يحكمها القانون الجزائري.

- تعزيز الرقابة الداخلية من خلال وضع جهاز رقابة داخلي فعال.

يتكون النظام المصرفي الجزائري حالياً من⁽²⁾:

20 بنكاً تجارياً منها 06 بنوك عمومية، وبنك مختلط و 13 بنك خاص أجنبي.

09 مؤسسات مالية.

07 مكاتب تمثيل.

2- الجوانب الأساسية التي تتطلب التأهيل أو الإصلاح في النظام المصرفي الجزائري.

هناك عدة جوانب تعيق تطور النظام المصرفي الجزائري وتعد من مظاهر تخلفه، وهي الجوانب التي يجب أن تركز عليها عملية الإصلاح والتأهيل، وأهم هذه الجوانب مايلي:

2-1- سيطرة القطاع العمومي على السوق المصرفية الجزائرية:

تعتبر سيطرة البنوك العمومية على النظام المصرفي الجزائري إحدى المظاهر التي ورثها عن النظام الاشتراكي أو الاقتصاد المخطط، أين كانت الدولة تحتكر هذا القطاع، ومع فتحه بداية التسعينيات من القرن الماضي بصدور قانون النقد والائتمان (القانون رقم 10 لسنة 1990) الصادر في: 14/04/1990 والذي فسح المجال أمام القطاع الخاص والأجنبي للاستثمار في هذا القطاع، تزايد عدد البنوك الخاصة مع بقاء عدد البنوك العمومية ثابتاً.

فبعد أن كان عدد البنوك العمومية 6 والخاصة 12 سنة 2001، لم تتغير هذه التركيبة كثيراً بعد عشر سنوات أي نهاية سنة 2011، حيث أصبحت 6 بنوك عمومية و14 بنك خاص⁽³⁾، وبقي الوضع على ما هو عليه إلى الزمن الحالي أي نهاية الثلاثي الأول من سنة 2015.

وبالرغم من قلة عدد البنوك العمومية مقارنة بالخاصة، فقد كانت السيطرة ولا تزال للأولى، ويتضح ذلك من خلال كل من حجم الودائع وحجم القروض.

الجدول رقم 01: تركيبة الودائع بين البنوك العمومية والخاصة خلال الفترة (2006-2013)

الوحدة: مليار دج

البيان/السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
حجم الودائع	3516.5	4517.3	5161.8	5146.4	5819.1	6733.0	7238.0	7787.4
حصة البنوك العمومية %	92.9	92.7	92.2	90.0	89.9	89.1	87.1	86.6
حصة البنوك الخاصة %	7.1	7.3	7.8	10.0	10.2	10.9	12.9	13.4

المصدر: تقارير بنك الجزائر لسنوات الدراسة.

يلاحظ من خلال هذا الجدول السيطرة المرتفعة للبنوك العمومية من حيث حجم الودائع، وذلك بنسبة 92.9 % سنة 2006، وإن كانت النسبة قد تناقصت بشكل تدريجي لتصل إلى 86.6 % سنة 2013 إلا أنها بقيت مرتفعة، مقابل ارتفاع طفيف وتدرجي لحصة البنوك الخاصة.

ولا يختلف الأمر بالنسبة لحجم القروض، فهو بالنسب الآتية:

الجدول رقم 02: تركيبة القروض بين البنوك العمومية والخاصة خلال الفترة (2006-2013)

الوحدة: مليار دج

البيان/السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
إجمالي القروض	1904.1	2203.7	2614.1	3085.1	3266.7	3724.7	4285.6	5154.5
حصة البنوك العمومية %	90.67	88.52	87.49	87.9	86.81	85.75	86.74	86.5
حصة البنوك الخاصة %	9.33	11.48	12.51	12.09	13.19	14.25	13.26	13.5

المصدر: تقارير بنك الجزائر لسنوات الدراسة.

ويلاحظ نفس الأمر من خلال هذا الجدول بالنسبة لحجم القروض، وذلك بنسبة 90.67 % سنة 2006، وإن كانت النسبة قد تناقصت بشكل تدريجي تقريباً لتصل إلى 86.5 % سنة 2013 إلا أنها بقيت مرتفعة، مقابل ارتفاع طفيف وتدرجي لحصة البنوك الخاصة.

إن سيطرة البنوك العمومية على السوق المصرفية الجزائرية بكل ما تحمله تلك البنوك من سلبيات ورواسب النظام الاشتراكي أو المخطط، كتخلف أنظمة الدفع، بطء معالجة ملفات القروض خاصة تلك المطلوبة من القطاع الخاص، منح القروض لأهداف سياسية أكثر منها اقتصادية تنموية... إلخ، جعلت من هذه الملامح الطابع العام للنظام المصرفي الجزائري أمام ضعف المنافسة من البنوك الخاصة والأجنبية.

2-2- تركيز البنوك على تمويل التجارة الخارجية على حساب تمويل الاستثمارات المنتجة:

يلاحظ على البنوك الجزائرية تركيزها على القروض الموجهة لتمويل التجارة الخارجية، على حساب الموجهة للاستثمار، وهذا بالرغم من أن القانون المصرفي الجزائري فتح مجال الشمولية للبنوك منذ صدور قانون النقد والائتمان رقم 90-10 سنة 1990، ولم يخالف ذلك الأمر رقم 03-11 الصادر في 2011/08/26.

ونتيجة لذلك، فإن البنوك الجزائرية لم تضطلع بدورها الكامل في تمويل الاقتصاد، ولم تلعب الدور الحيوي الذي كان يستوجب عليها القيام به من خلال تنويع منح القروض لمختلف القطاعات الاستثمارية ولمختلف الأجل، بل كان التركيز على تمويل التجارة الخارجية نظراً لربحيته وقلّة المخاطرة وتجميد الأموال فيها (خاصة في القروض قصيرة الأجل)، وكذا القروض الاستهلاكية (قبل أن يتم توقيفها سنة 2009).

فمنذ بداية هذه الألفية فإن نسبة 60 إلى 70 % من القروض الموجهة للاقتصاد كانت لتمويل عمليات التجارة الخارجية⁽⁴⁾، وهو ما تسبب في الارتفاع المضطرب لفاتورة الواردات والتي تموّل في جزء كبير منها بقروض بنكية، وبالمقابل الانخفاض التدريجي لفائض الميزان التجاري الجزائري بسبب عدم استقرار الصادرات وخضوعها لتقلبات أسعار النفط في العالم، مما يندّر بعودته إلى العجز قريباً (أي كما كان من قبل خاصة في مرحلة التسعينيات وبداية هذه الألفية) إذا لم يتم التحكم في حجم الواردات أو التقليل منها، والجدول التالي يبين تلك الوضعية:

الجدول رقم 03: تطور حجم الواردات والصادرات الجزائرية خلال الفترة: 2008 - 2014

الوحدة: مليون دولار أمريكي

البيان/السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الواردات	39479	39294	40473	47247	50376	55030	58330
الصادرات	79298	45194	57053	73489	71866	64970	62950
الميزان التجاري	39819	5900	16580	26242	21490	9940	4620

المصدر: المديرية العامة للجمارك: إحصائيات التجارة الخارجية للجزائر، المركز الوطني للإعلام الآلي والإحصائيات CNIS، الجزائر، تقارير السنوات من 2008 إلى 2014.

2-3- تخلف أنظمة الدفع وشبكات الاتصال في البنوك الجزائرية وعدم مسايرتها للتطورات العالمية:

يبرز تخلف النظام المصرفي الجزائري بالنسبة لأنظمة الدفع والاتصال في العديد من المظاهر أهمها:

2-3-1- ضعف شبكة الاتصالات الإلكترونية في البنوك: بادرت بعض المؤسسات المصرفية والمالية إلى تطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني، لكن عدم القدرة في التحكم فيها وتسييرها جعل بعضها يتوقف عن أداء خدماته وذلك بسبب اعتماد المؤسسات على حلول أو أنظمة مستوردة وغير متوافقة وخصائص السوق الجزائرية، وكذلك عدم تزايد الطلب على هذه الخدمات، وهذا العامل كان من الممكن أن يشجع هذه المؤسسات على مواصلة العمل بهذه الوسائل. ويعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR من رواد المؤسسات المصرفية في الجزائر في تطوير هذه الشبكة، فقد قطع شوطاً كبيراً على مستوى نظام الاتصالات، فهو يمتلك شبكة منها تم جل مناطق الوطن، وهي مخصصة للتحويل المالي المباشر من وإلى وكالاته⁽⁵⁾.

2-3-2- غياب استخدام الهاتف في الخدمات المصرفية: لا تستعمل البنوك الجزائرية الهاتف في تقديم خدماتها سواء الثابت أو المحمول، وهذا رغم ما شهده هذا الأخير من تطور كبير بعد فتح السوق الجزائرية في السنوات الأخيرة، ورغم العدد الكبير من مشترك خدمة الهاتف في الجزائر، وهي الشبكة التي يمكن أن تساهم في تقديم الخدمات المصرفية لأكبر عدد ممكن من الزبائن.

2-3-3- ضعف استخدام البطاقات البنكية والتأخر في أنظمة الدفع: رغم التطورات التي عرفتها وسائل الدفع الإلكتروني في العالم وتوسع نطاق استخدامها ليشمل مختلف المجالات حيث أصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن، إلا أن البنوك الجزائرية بقيت في منأى عن هذه المستجدات رغم أن العديد من الدول العربية وخاصة المجاورة قد قطعت أشوطاً كبيرة في هذا المجال.

ومن أهم البطاقات المستعملة في الجزائر حالياً وعلى نطاق محلي أي داخل الوطن، بطاقة الدفع مابين البنوك carte inter bancaire/CIB والتي صدرت عقب إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك Société d'Automatisation des Transactions Interbancaire et de Monétique/SATIM في أفريل 1995، وتهدف الشركة إلى إنشاء نظام وطني للدفع الإلكتروني من خلال إنشاء بطاقة مابين البنوك، والتي بدأ العمل بها سنة 1997.

أنشأت هذا النظام البنوك العمومية الستة بالإضافة إلى الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي وبنك البركة الجزائري، أما الآن فإن هذا النظام يضم 17 عضواً، البنوك العمومية الستة بالإضافة إلى الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي، و 9 بنوك خاصة إضافة إلى مؤسسة بريد الجزائر⁽⁶⁾.

تعمل شركة SATIM على ضمان السير الحسن لعمليات السحب من أجهزة الصراف الآلي لكل البنوك المشاركة، بالإضافة إلى تأمين قبول البطاقات من جميع هذه البنوك، وإجراء عمليات المقاصة بصفقات السحب فيما بينها، هذا بالإضافة إلى تأمين تبادل التدفقات المالية.

وبالرغم من تأسيس شركة SATIM للإسراع في وتيرة تألية نظم المعلومات والدفع وتعميم الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، إلا أن ذلك لم يتحقق بالقدر الذي كان منتظراً نظراً لتأخر إنجاز عدة مشاريع شراكة مع شركات أجنبية في هذا المجال⁽⁷⁾، هذا بالإضافة إلى أن بطاقة الدفع مابين البنوك بقيت للسحب فقط ولمدة طويلة رغم أن إنشاءها في الأساس كان من أجل تطوير آليات الدفع الإلكتروني في الجزائر، وهذا رغم تجارب محدودة لاستعمالها لدفع بعض الفواتير وبشكل محدود جداً. هذا الأمر جعل معظم المعاملات المالية في الجزائر تتم نقداً وليس بوسائل أخرى كالشيكات والبطاقات البنكية، وبالتالي تضخم الكتلة من النقود الائتمانية على حساب الخطية أو الكتابية.

وعلى سبيل المثال، فإن عدد الحسابات البريدية بلغ 14.5 مليون حساب سنة 2012، لكن عدد البطاقات الإلكترونية التي أصدرها بريد الجزائر تصل إلى حوالي 6 ملايين بطاقة⁽⁸⁾ (وهي تشكل العدد الأكبر من بطاقات الدفع ما بين البنوك CIB)، وبالتالي فإن عدد البطاقات يشكل أقل من نصف عدد مالكي الحسابات البريدية، وبالنسبة لسنة 2013 وبداية سنة 2014 فقد وصل عدد البطاقات التي أصدرها بريد الجزائر حوالي 7 مليون بطاقة⁽⁹⁾، لكن العدد لا يزال بعيداً عن عدد مالكي الحسابات البريدية والذين يتجاوزون 24 مليون حساب حالياً⁽¹⁰⁾.

أما بالنسبة للبطاقات البنكية الدولية فلا يزال عدد ها قليل جداً مقارنة بعدد الحسابات البنكية في الجزائر، وتتمثل خاصة في بطاقة VISA الدولية التي أصدرتها بعض البنوك العمومية والخاصة، إضافة إلى بطاقة Master Card التي أصدرها بنك الخليج الجزائر AGB مؤخراً، ويعود السبب الرئيس في قلة إصدار البطاقات البنكية الدولية إلى قلة أماكن استخدامها في السوق الجزائرية، إذ يقتصر الأمر على بعض الفنادق الفخمة أو بعض شركات الخدمات الخاصة بكبار رجال الأعمال، ومعظم الذين يطلبونها إنما للتعامل بها في الأسفار الخارجية.

يُذكر في آخر الحديث عن هذا الموضوع، أن أهم برامج التحديث والتطوير للنظام المصرفي الجزائري كانت ضمن برنامج "أمسفا AMSFA - دعم عصرنه القطاع المالي الجزائري Appui à la Modernisation du Secteur Financier Algérien / الذي طبقتة الجزائر في إطار برنامج "ميدا MEDA" والشراكة مع الاتحاد الأوروبي⁽¹¹⁾.

ويمكننا أن نلاحظ خط اهتمام البنوك الجزائرية بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في خدماتها عبر السنوات كما يلي⁽¹²⁾:

- 1991: تطبيق نظام SWIFT لعمليات التجارة الخارجية.
- 1992: وضع برمجيات Logiciel SYBV لتسيير القروض، عمليات الصندوق، الفحص عن بعد لحسابات الزبائن، إدخال الإعلام الآلي على جميع عمليات التجارة الخارجية حيث أصبحت عمليات فتح الاعتماد المستندي لا تستغرق وقتاً كبيراً مقارنة بالسابق، وإدخال مخطط الحسابات الجديد على مستوى الوكالات.
- 1993: إنهاء عمليات إدخال الإعلام الآلي في جميع العمليات البنكية.
- 1995: إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك Société d'Automatisation des Transactions Interbancaire et de Monétique/SATIM.
- 1996: إدخال عمليات الفحص السلكي Télétraitement (فحص وإنجاز العمليات البنكية عن بعد وفي الوقت الحقيقي Télétransmissions)، ولكن واقع استخدام النقد الآلي المتمثل في وسائل الدفع الإلكترونية وعلى رأسها البطاقات البنكية لا يزال استخدمها جد محدود في المجتمع الجزائري.
- 1998: بداية نظام السحب مابين البنوك.
- 2002: إطلاق مشروع نظام الدفع مابين البنوك، وتسيير المشروع يكون من طرف شركة SATIM.
- 2004: اختبار لنظام الدفع بأربع عوامل ملائمة بمعايير CMV.

2005: إنشاء المنظمة النقدية ما بين البنوك COMI.

2006: بداية تسيير نظام الدفع ما بين البنوك.

2007: بداية العمل ببطاقة CIB في التراب الوطني، وتعميم نظام الدفع ما بين البنوك.

وبالرغم من كل هذه الإجراءات، بقي النظام المصرفي الجزائري متأخراً في استعمال التكنولوجيا وأنظمة الدفع الحديثة، فليس هناك مثلاً ما يسمى بالعمل المصرفي عبر الإنترنت، وذلك لأن معظم البنوك الجزائرية تمتلك مواقع تعريفية أو إخبارية فقط وليس لتقديم الخدمات، ولم يعد في الجزائر من يتحدث عن التجارة الإلكترونية رغم انتشارها في العالم، وذلك لغياب القاعدة الهيكلية التي تستند إليها وهي العمل المصرفي عبر الإنترنت.

2-4- ثقل الإجراءات البيروقراطية في البنوك الجزائرية خاصة طول معالجة ملفات القروض:

تعاني البنوك الجزائرية من ثقل إجراءات التعامل مع العملاء خاصة فيما يتعلق بدراسة ملفات طلب القروض، وبالأخص في البنوك العمومية، ففي الوقت الذي تستغرق فيه مدة دراسة ملف طلب قرض والإجابة عليه سلباً أو إيجاباً، أسبوعاً واحداً في بنك أجنبي عامل بالجزائر مثل سوسبيني جنرال Société Générale، نجد هذه المدة قد تصل إلى فترة تتراوح بين 5 و 6 أشهر في بنك عمومي، وهذا بالرغم من أن الشروط التحسينية المقررة للبنوك الجزائرية تقرر بتخفيض هذه المدة إلى 20 يوماً، هذا بالإضافة إلى وضع شروط تعجيزية أمام المستثمرين حين طلبهم للقروض الاستثمارية، وذلك بمطالبتهم بمساهمة شخصية في المشروع تتجاوز أحياناً 30 إلى 40 % من قيمة المشروع، فضلاً عن المبالغة في طلب الضمانات التي قد تفوق مرتين أو 3 مرات المبلغ المقترض⁽¹³⁾، في حين لا توجد هذه الشروط في القروض الموجهة إلى الاستيراد لضعف مخاطرها، أو في القروض الموجهة لمشاريع تشغيل الشباب والتي تحكمها الظروف السياسية وضغوطات الحكومة لكونها أداة لشراء السلم الاجتماعي، فضلاً عن كونها مضمونة من طرف الصناديق المختصة بذلك خاصة في البنوك العمومية.

2-5- إشكالية فائض السيولة غير الموظفة لدى البنوك الجزائرية:

تعاني البنوك الجزائرية عموماً من إشكالية فائض السيولة غير الموظفة لديها، والتي برزت تحديداً مع سنة 2001، وهذا بعد أن ظلت تعاني طيلة السنوات السابقة من احتياج دائم للسيولة دفعها للجوء المستمر لبنك الجزائر لأجل إعادة التمويل والحصول على السيولة التي تلتزمها.

لقد نما حجم تلك السيولة بوتيرة متصاعدة من سنة لأخرى بسبب طبع كميات كبيرة من النقود في إطار سياسة الحكومة الرامية إلى رفع الأجور وتحسين القدرة الشرائية للمواطن، لتبلغ مستويات مرتفعة تقدر بمئات الملايير من الدينارات، وأصبحت سوق ما بين البنوك تعاني من فائض المعروض من الأموال ما أدى إلى انخفاض معدلات الفائدة عليها، وبذلك تحول هذا الفائض إلى ظاهرة هيكلية تستدعي المعالجة.

ويبين الجدول الآتي تطور حجم فائض السيولة لدى البنوك الجزائرية خلال السنوات الأخيرة:

الجدول رقم 04: حجم فائض السيولة لدى البنوك الجزائرية خلال الفترة: 2006 - 2013

الوحدة: مليار دج

البيان/ السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
حجم الودائع	3516.5	4517.3	5161.8	5146.4	5819.1	6733.0	7238.0	7787.4
حجم القروض	1904.1	2203.7	2614.1	3085.1	3266.7	3724.7	4285.6	5154.5
فائض السيولة = الودائع-القروض	1612.4	2313.6	2547.7	2061.3	2552.4	3008.3	2952.4	2632.9

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الجدولين رقم 01 و 02.

حتى وإن كانت الأرقام تشير إلى توجه حجم فائض السيولة نحو الانخفاض التدريجي في السنوات الأخيرة، فإن الأمر يتطلب دوراً كبيراً لبنك الجزائر من أجل ضبط هذه السيولة وتفادي انعكاساتها التضخمية والخطيرة على الاقتصاد الوطني، وتوجيهها نحو الاستخدام العقلاني عوض الإفراط في منح قروض غير مجدية للاقتصاد.

2-6- ضعف نسبة التغطية المصرفية:

تُحسب نسبة التغطية المصرفية بقسمة عدد السكان في البلد على عدد الوكالات أو الشبائك المصرفية المتوفرة، وتعتبر هذه النسبة في الجزائر الأضعف تقريباً بين بلدان حوض المتوسط والبلدان العربية، ففي الوقت الذي يتوفر فيه شبك لكل 25000 نسمة في الجزائر، نجد هذه النسبة أفضل بكثير في البلدان المجاورة، إذ تبلغ شبك لكل 9000 نسمة في تونس، وشبك لكل 9500 نسمة في المغرب، مع الإشارة إلى أن المعدل العالمي هو شبك لكل حوالي 3000 مواطن.

وحتى بالنسبة للشبائك الآلية تسجل الجزائر نسباً ضعيفة جداً، إذ تبلغ هذه النسبة 6.5 شبك لكل 100 ألف نسمة، بينما تبلغ في تونس 23.59، وفي المغرب 25.11، وفي المملكة العربية السعودية 69.80، وفي البرازيل (كمثال عن الاقتصاديات الناشئة) 130.74⁽¹⁴⁾. مما يعني أن الجزائر تسجل تأخراً كبيراً في هذا المجال.

2-7- عدم مواكبة النظام المصرفي الجزائري للمعايير الاحترازية العالمية في العمل المصرفي (معايير بازل):

بعد أن تأسست لجنة بازل للرقابة المصرفية نهاية سنة 1974، أصدرت اتفاقيتها الأولى سنة 1988، وتمحورت أساساً في معادلة لحساب كفاية رأس المال تعالج مخاطر الائتمان فقط، و تم تعديل هذه الاتفاقية بين سنتي 1996 و 1998 بإضافة مخاطر السوق إلى تلك المعادلة، ثم صدرت اتفاقية بازل 2 في صيغتها النهائية سنة 2004 وأضافت نوعاً جديداً من المخاطر هي مخاطر التشغيل، فأصبحت معادلة كفاية رأس المال حسب هذه الاتفاقية كما يلي:

$$\leq 8\% \frac{\text{إجمالي رأس المال}}{\text{مخاطر الائتمان} + \text{مخاطر السوق} + \text{مخاطر التشغيل}}$$

وأخيراً أصدرت اللجنة اتفاقية بازل 3 نهاية سنة 2010، وركزت أساساً على تحسين تركيبة رأس المال في المعادلة السابقة، إضافة إلى وضع نسبتين لقياس السيولة إحداهما في الأجل القصير والثانية في الأجل الطويل.

بالنسبة للنظام المصرفي الجزائري، فقد سعى قانون النقد والائتمان لسنة 1990 إلى تعزيز استقلالية البنك المركزي (بنك الجزائر)، إضافة إلى تعزيز رقابته على البنوك، وقد تعززت هذه الصلاحيات أكثر بموجب التعديلات التي أدخلت على هذا القانون، والتي تمثلت في الأمر رقم 01-01 لسنة 2001 ثم الأمر رقم 03-11 لسنة 2003 الذي حل محل القانون رقم 90-10.

وكنتيجة لهذا الانفتاح كان لزاماً على النظام المصرفي الجزائري أن يساير التنظيمات الحديثة والمعايير العالمية للعمل المصرفي، خاصة فيما يتعلق بالتنظيم الاحترازي La réglementation prudentielle، وسوف نتناول مدى هذه المواكبة من خلال التنظيم الاحترازي في الجزائر، ويمكن أن نستعرض مدى مساهمته لاتفاقيات بازل حسب تطوراتها كما يلي:

2-7-1- اتفاقية بازل 1:

أول مساهمة لاتفاقية بازل 1 في المنظومة المصرفية الجزائرية، كانت بصدور التنظيم رقم 90-01 بتاريخ 1990/07/04 والمتعلق بنسبة الحد الأدنى لرأسمال البنوك والمؤسسات المالية العاملة في الجزائر، حيث جاء في مادته الرابعة ماييلي: "ينبغي أن تمثل الأموال الخاصة المحددة على هذا النحو (أي بعد تحديدها في المواد السابقة)، نسبة تغطية الأخطار لا تقل عن 8%⁽¹⁵⁾.

ثم صدر بعد ذلك التنظيم رقم 91-09 بتاريخ 1991/08/14 المحدد لقواعد الحيطة والحذر في تسيير البنوك والمؤسسات المالية، حيث نص في مادته الثانية على وجوب وضع حد أدنى للنسبة بين مبلغ الأموال الخاصة للبنك، والمبلغ الذي يمثل مجموع الأخطار التي يواجهها من خلال عملياته، ولكن لم يحدد هذه النسبة كما في التنظيم السابق، بل أشار إلى أنها ستحدد لاحقاً بتعليمات من طرف بنك الجزائر⁽¹⁶⁾. كما أشار بنوع من التفصيل إلى مكونات رأس المال الأساسي والتكميلي، وكذا العناصر التي تشكل مخاطرة ويجب احتسابها في مقام النسبة، قبل أن يتم تعديل بعض هذه

المكونات بموجب التنظيم رقم 95-04 الصادر بتاريخ 1995/04/20 المعدل والمتمم للتنظيم رقم 91-09 الصادر في 1991/08/14 المحدد لقواعد الحيطه والحذر في تسيير البنوك والمؤسسات المالية⁽¹⁷⁾.

جاءت بعد التنظيم رقم 91-09 التعليمية رقم 34-91 بتاريخ 1991/11/14 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطه والحذر لتسيير البنوك والمؤسسات المالية، لتحدد الحد الأدنى لنسبة الأموال الخاصة للبنك إلى مجموع أخطاره في مادتها الثالثة بـ 8 %، وذلك توضيحاً لما ورد في التنظيم رقم 91-09، وتأكيداً لما ورد في التنظيم رقم 90-01، وذلك بوضع رزمة للوصول بنسبة كفاية رأس المال بالتدرج إلى 8 % كما حددتها النسبة العالمية أي نسبة بازل، وذلك وفق الجدول الآتي⁽¹⁸⁾:

الجدول رقم 05 : رزمة التحديد التدريجي للحد الأدنى لكفاية رأس مال البنوك في الجزائر سنة 1991

النسبة بـ (%)	التاريخ أو الأجل
4	نهاية شهر ديسمبر 1992
5	نهاية شهر ديسمبر 1993
8	بداية شهر جويلية 1995

المصدر: التعليمية رقم 34-91 الصادرة في: 1991/11/14.

ويبدو أن البنوك العاملة في الجزائر لم تتمكن من مواكبة هذه الرزمة، مما اضطر بنك الجزائر بعدها إلى إلغاء هذه التعليمية، وتعويضها بإصدار تعليمية أخرى تبدأ بنفس الحد الأدنى للتعليمية السابقة، ولكن تبدأ (أي الثانية) من حيث تنتهي الأولى، من حيث الأجل أو التاريخ، وبأريحية أكبر في تمديد أجل الانتهاء وسنوات المرحلة الانتقالية.

نعني هنا التعليمية رقم 74-94 الصادرة في 1994/11/29 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطه والحذر لتسيير البنوك والمؤسسات المالية، والتي جاءت لتفصيل وتوضيح كيفية تطبيق التنظيم السابق.

لقد حددت التعليمية رقم 74-94 الصادرة في 29 نوفمبر 1994 معظم المعدلات المتعلقة بقواعد الحيطه والحذر Les règles prudentielles المعروفة عالمياً، وأهمها تلك المتعلقة بكفاية رأس المال. فقد فرضت هذه التعليمية على البنوك الالتزام بنسبة ملاءة لرأس المال أكبر أو تساوي 8 % تطبق بشكل تدريجي، وحدثت آخر أجل لذلك نهاية ديسمبر 1999، وذلك وفق المراحل الآتية⁽¹⁹⁾:

الجدول رقم 06 : رزمة التحديد التدريجي للحد الأدنى لكفاية رأس مال البنوك في الجزائر سنة 1994

النسبة بـ (%)	التاريخ أو الأجل
4	نهاية شهر جوان 1995
5	نهاية شهر ديسمبر 1996
6	نهاية شهر ديسمبر 1997
7	نهاية شهر ديسمبر 1998
8	نهاية شهر ديسمبر 1999

المصدر: التعليمية رقم 74-94 الصادرة في: 1994/11/29.

وقد حددت المادة 5 من التعليمية السابقة كيفية حساب رأس المال الخاص للبنك في جزئه الأساسي، بينما حددت المواد 6 و7 العناصر التي تحتسب ضمن رأس المال التكميلي للبنك، ومجموع هذين الجزئين يشكل رأس المال الخاص للبنك مع توضيحات أكبر في ملحق التعليمية، بينما بيّنت المادة 9 منها مجموع العناصر التي يتوفر فيها عنصر المخاطرة، ثم صنفتها المادة 11 وفق أوزان المخاطرة الخاصة بها وهذا بالنسبة لعناصر الميزانية، أما بالنسبة لعناصر خارج الميزانية فقد قسمتها نفس المادة إلى أربع فئات حسب درجة مخاطرتها، مع تبيان مكونات كل فئة في ملحق التعليمية، وكل ذلك بطريقة مشابهة لما ورد في مقررات بازل⁽²⁰⁾.

من خلال التعليمية السابقة، يلاحظ بالنسبة لاتفاقية بازل تأخر تطبيقها من طرف البنوك الجزائرية إلى نهاية سنة 1999، بينما حددت لجنة بازل آخر أجل لتطبيقها بنهاية سنة 1992. كما أن هذه اللجنة منححت للبنوك فترة انتقالية

مدتها ثلاث سنوات للالتزام بمعياريها، بينما منحت التعليمات السابقة للبنوك الجزائرية فترة تصل إلى خمس سنوات لتطبيق هذا المعيار، بعد أن منحتها التعليمات السابقة والملغاة فترة ثلاث سنوات ونصف وفشلت في ذلك. ويبدو أن هذا التأخر في التطبيق كان بسبب الفترة الانتقالية التي يمر بها الاقتصاد الجزائري نحو اقتصاد السوق الحر في تلك الفترة، والتطبيق المتدرج للإصلاحات الاقتصادية منذ بداية التسعينيات من القرن الماضي.

وبالنسبة لتعديلات بازل I، فلم يسايرها التنظيم الاحترازي في الجزائر في الموعد المحدد وهو سنة 1998 أو بعدها بقليل، لا من حيث إضافة شريحة ثالثة لرأس المال في بسط النسبة الخاصة بحساب كفاية رأس المال، ولا من حيث إدراج مخاطر السوق في مقام تلك النسبة مع مخاطر الائتمان.

لكن تجدر الإشارة هنا، إلى أن بنك الجزائر أصدر التنظيم رقم 02-03 بتاريخ: 2002/11/14 والمتضمن المراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، والذي يجبر البنوك والمؤسسات المالية على تأسيس أنظمة للمراقبة الداخلية، تساعدها على مواجهة مختلف المخاطر، الائتمانية، السوقية والتشغيلية، هذه الأخيرة يسميها بالعملياتية. وبالنسبة لمخاطر السوق فهو يعرفها في مادته الثانية بـ "خطر معدل (دون توضيح لطبيعة هذا المعدل)، خطر قلب أسعار سندات الملكية، خطر تسوية- بمقابل وخطر الصرف"، ولا يشير بوضوح إلى خطر تقلبات أسعار السلع، بينما يشير إلى خطر معدل الفائدة كنوع مستقل من المخاطر ويصفه بالإجمالي⁽²¹⁾. وبالتالي فإن التنظيم الاحترازي في الجزائر ومن خلال هذا التنظيم يعترف بما يسمى بمخاطر السوق، ولكن دون أن يدرجها في حساب كفاية رأس المال من خلال تعليمة تفصيلية.

2-7-2- اتفاقية بازل II:

كما ورد سابقاً، فإن التنظيم رقم 02-03 الصادر بتاريخ 2002/11/14 والمتضمن المراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، يشير إلى مخاطر التشغيل (الخطر العملياتي كما يسميه في النسخة العربية) ويعرفه في مادته الثانية بـ "خطر ناجم عن نقائص تصميم وتنظيم وتنفيذ إجراءات القيد في النظام المحاسبي وبشكل عام في أنظمة الإعلام الخاصة بمجموعة الأحداث المتعلقة بعمليات البنك أو المؤسسة المالية المعنية"⁽²²⁾، ويلاحظ على هذا التعريف أنه لا يشير بوضوح إلى الأحداث الخارجية للبنك.

كما يُلاحظ على التنظيم، أنه يعترف بمخاطر التشغيل منذ أن كانت اتفاقية بازل II قيد الإثراء والمناقشة، وقبل أن تصدر في صيغتها النهائية في يونيو/جوان 2004، ولكن لا يدرجها في مقام النسبة الخاصة بحساب كفاية رأس المال من خلال تعليمة تفصيلية، تلك النسبة التي بقيت تُحسب حسب طريقة بازل I.

وتنفيذاً لما ورد في التنظيم السابق، فقد طبقت السلطة النقدية والمالية في الجزائر برنامج "أمسفا AMSFA - دعم عصرنه القطاع المالي الجزائري" الذي تنفذه بالشراكة مع الإتحاد الأوروبي كما أشرنا سابقاً، وقد تمكنت في إطار هذا البرنامج من تأسيس نظم للمراقبة الداخلية لعدد من البنوك خاصة العمومية منها⁽²³⁾، ومن المعلوم أن تطوير أنظمة الرقابة الداخلية للبنوك يُعد إحدى مكونات ركن من الأركان الثلاثة الأساسية لاتفاقية بازل II.

كما أصدر بنك الجزائر بعد ذلك، التنظيم رقم 11-03 بتاريخ 2011/05/24 والمتعلق بمراقبة مخاطر ما بين البنوك، والذي يحث البنوك على إنشاء نظام مراقبة داخلية لمنح القروض والاقتراض من البنوك خاصة تلك التي تمت في السوق النقدية، بحيث يتم تحديد حد أقصى للقروض المقدمة والقروض المتحصل عليها، وشروط كل عملية، بالشكل الذي يمكن من توظيف التمويلات المتحصل عليها مع مراعاة إجراءات إدارة المخاطر وتسيير السيولة⁽²⁴⁾. ويمكن اعتبار هذا التنظيم تكملة لما ورد في التنظيم رقم 02-03 المشار إليه سابقاً، والذي يجبر البنوك على إنشاء أنظمة للمراقبة الداخلية، في محاولة لمسايرة اتفاقية بازل II.

وبتاريخ 2011/11/28 أصدر بنك الجزائر التنظيم رقم 11-08 والمتعلق بالمراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، وهو لا يختلف كثيراً عن التنظيم رقم 02-03 لسنة 2002، إلا أنه يشير هذه المرة بوضوح إلى أن مخاطر سعر الفائدة جزء من مخاطر السوق، وأن الأحداث الخارجية جزء من مخاطر التشغيل⁽²⁵⁾، ويوضح بشكل أكبر طرق قياس كلا النوعين من المخاطر، ولكن دون صدور تعليمة تفصيلية تدرجها ضمن حساب نسبة كفاية رأس المال. كما

يشير هذا التنظيم في الأخير إلى أنه يلغي أحكام التنظيم رقم 02-03 الصادر بتاريخ: 2002/11/14 والمتضمن المراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، إلى أن صدر التنظيم رقم 14-01 والذي أدرج في حساب مقام النسبة كلاً من مخاطر السوق ومخاطر التشغيل كما سنرى لاحقاً، والذي يعتبر مسaire لاتفاقية بازل II في هذا الجانب، ولبازل III في جوانب أخرى.

2-7-3- اتفاقية بازل III:

لم يرد لحد الآن أي تنظيم أو تعليمة تبين حساب معدل كفاية رأس المال بطريقة مشابهة لما ورد في اتفاقية بازل III، لكن مع ذلك تجب الإشارة إلى أن التنظيم رقم 14-01 المؤرخ في 2014/02/16 والمتضمن نسب الملاءة المطبقة في البنوك والمؤسسات المالية، نص على رفع نسبة الملاءة من 8 إلى 9.5 % ابتداءً من أول أكتوبر 2014، على أن يغطي رأس المال الأساسي (أو القاعدي كما يسميه) كلاً من مخاطر الائتمان والسوق والتشغيل بنسبة 7 % على الأقل، إضافة إلى فرض تكوين هامش بنسبة 2.5 % من الأموال الخاصة القاعدية للبنك سمّاه "وسادة أمان"، وخول التنظيم للجنة المصرفية منح مهلة للبنوك للتطبيق التدريجي لهذه الإجراءات، كما خولها أيضاً فرض نسبة ملاءة أكبر إذا اقتضى الأمر ذلك⁽²⁶⁾. ويلاحظ هنا أن هذا التنظيم يأخذ من بازل II إدراج كل من مخاطر السوق والتشغيل في نسبة كفاية رأس المال إضافة إلى حساب ترجيحات مخاطر الائتمان حسب تنقيط وكالة ستاندرد أند بورز، ويأخذ من بازل III رفع النسبة الإجمالية ولكن ليس إلى 10.5 % كما تنص عليه الاتفاقية بل أقل، إضافة إلى فرض الهامش الذي تسميه الاتفاقية باحتياطي الحفاظ على رأس المال. ويبدو أن الأمر يحتاج كالعادة إلى تعليمة تفصيلية لكيفية تطبيق هذا التنظيم، والذي أشار إلى أنه يلغي التنظيم رقم 91-09 المؤرخ في 1991/08/14.

أيضاً وقبل ذلك، كان بنك الجزائر قد أصدر التنظيم رقم 11-04 بتاريخ 2011/05/24 والمتضمن تعريف وقياس وتسيير ورقابة خطر السيولة، وأوجب فيه على البنوك وضع نسبة سيولة مساوية لـ 100 % على الأقل في الأجل القصير (على أن توضح تعليمة لاحقة مكونات النسبة)، كما أوجب عليها وضع مؤشرات تسمح بقياس وتسيير ومراقبة السيولة، واعتبرها ضمن مؤشرات الحيطة والحذر⁽²⁷⁾، وقد ورد نفس التأكيد في التنظيم رقم 11-08 بتاريخ 2011/11/28 والمتعلق بالمراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية في مادته رقم 50 السالف ذكره⁽²⁸⁾، ومن المعلوم أن اتفاقية بازل III تدعو البنوك إلى وضع نسبتين لقياس السيولة ومراقبتها، الأولى على المدى القصير، والثانية على المدى الطويل كما أسلفنا. ولم يرد في هذين التنظيمين ما يشير إلى أن تكوين المؤشرات المذكورة يكون طبقاً لما ورد في اتفاقية بازل III، رغم كون التنظيمين صدرا بعد أن تم نشر الصيغة النهائية لتلك الاتفاقية.

3- دور بنك الجزائر في تأهيل النظام المصرفي الجزائري:

على ضوء ما سبق، وفي ظل الإشكالات والنقائص التي يعرفها النظام المصرفي الجزائري والمشار إليها بالتفصيل سابقاً، فإن لبنك الجزائر دوراً كبيراً في تأهيل هذا النظام، بصفته بنك البنوك والمشرّف الأول على الجهاز المصرفي من جهة، وبصفته المستشار الاقتصادي والمالي للحكومة من جهة أخرى، ونرى أن دوره في التأهيل والتطوير يتمثل خاصة فيما يلي:

3-1- الحد من سيطرة القطاع العمومي على السوق المصرفية الجزائرية:

من أجل وضع حد لسيطرة البنوك العمومية على السوق المصرفية الجزائرية لأبد من خصوصية ولو جزئية للقطاع المصرفي العمومي في الجزائر، وذلك من أجل بعث توازن بين تركيبة القطاعين العام والخاص، وبالتالي بعث المنافسة بينهما بما يفيد تطوير الجهاز المصرفي ككل. وإذا كانت عملية الخصخصة تتعلق بالبرامج الاقتصادية للحكومة، فإن لبنك الجزائر دوراً في دفع هذه العملية بالاقتراح أو بالتشاور مع الحكومة.

نشير إلى أن فكرة خصوصية بعض البنوك العمومية طُرحت منذ عدة سنوات، حيث كانت هناك ضغوط خارجية مورست على الجزائر منذ بداية هذه الألفية لفتح رأس مال البنوك العمومية وخصصتها كوسيلة لإعادة التوازن إلى السوق المصرفية الجزائرية التي تسيطر عليها تلك البنوك. فمن بين المقترحات التي تقدّم بها صندوق النقد الدولي للإصلاح المالي بالجزائر الإسراع في خصوصية بنكين عموميين يتمتعان بصحة مالية جيدة، وإعطاء مهلة خمس سنوات لخصوصية البنوك العمومية المتبقية، ثم التخلي عن العملية إذ لم تكن مجدية⁽²⁹⁾.

كما أن اللجنة الأوروبية بالجزائر (في إطار برنامج "ميديا MEDA" الذي انبثق عن لقاء برشلونة سنة 1995 و انطلق في أكتوبر 1998) ترى أن النظام المصرفي الجزائري الذي يسيطر عليه القطاع العمومي لا يزال يعاني من إرث الاقتصاد الموجه بسبب تدخل الدولة من خلال ذلك القطاع، حيث أن البنوك العمومية معتمدة على العمل دون مخاطر مع مؤسسات عمومية وتمنحها تحت الضغط قروضاً يتم تسديدها من السلطة العمومية، وهذا لا يخدم الاقتصاد الجزائري، ولا يمكن تغيير هذه الوضعية إلا بتدخل السلطات العمومية لفتح السوق وإدخال المنافسة بين البنوك⁽³⁰⁾.

وكانت العديد من البنوك الدولية تشتترط إعادة رسملة البنوك العمومية وتطهير محافظها من الديون غير مضمونة الدفع، فضلاً عن الحصول على نسبة الأغلبية أي 51% من رأسمال البنك للدخول في أي عملية خصوصية لبنك عمومي جزائري، وقد قبلت السلطات العمومية بهذين الشرطين فتمّ إعادة بعث مشروع فتح رأسمال ثلاثة بنوك عمومية هي: القرض الشعبي الجزائري CPA، والبنك الوطني الجزائري BNA، وبنك التنمية المحلية BDL، وذلك بعد أن فشل هذا المشروع مع البنك الأول سنة 2001 لأن النسبة المقترحة للملكية الأجنبية كانت 49%.

وكان من المقرر أن تبدأ العملية من هذا البنك أي CPA حيث تمّ اختيار بنك الأعمال الفرنسي (روتشيلد فرانس) للقيام بها في ظرف سنة من ذلك التاريخ، إلا أن عملية خصوصية أي بنك عمومي لم تتم لحد الآن، خاصة بعد صدور الأمر رقم: 10-04 لسنة 2010 والذي يشترط نسبة المساهمة الجزائرية في البنوك بما لا يقل عن 51%، وهو ما يرفضه معظم الشركاء الأجانب كما أسلفنا، مما يتطلب إعادة النظر في هذه النسبة.

كما يمكن لبنك الجزائر أيضاً فتح مجال المنافسة بين البنوك العمومية والخاصة أو الأجنبية بمنح المزيد من رخص الاعتماد لهذه الأخيرة، حيث تشير الإحصاءات إلى وقف تلك الرخص منذ عدة سنوات برغبة من البنك المركزي (بنك الجزائر) رغم استيفاء الكثير من طلبات الاعتماد للشروط المطلوبة.

3-2- الحد من تركيز البنوك على تمويل التجارة الخارجية:

يتمثل دور بنك الجزائر في معالجة هذه المشكلة باستعمال سياسة تأطير الائتمان L'encadrement du crédit بنوعها الكمي والكيفي، بحيث يضع نسبة مئوية كحد أقصى لحجم التمويل الموجه للتجارة الخارجية من إجمالي تمويلات البنك في السنة على شكل تعليمية، وبالتالي يمكن تعديلها حسب الظروف الاقتصادية العامة للبلد.

وبالموازاة مع ذلك، يستعمل سياسة تأطير الائتمان النوعي أو الكيفي بتوقيف التمويل الموجه للعديد من السلع الكمالية والاكتفاء بالسلع الأساسية، وتوجيه ما يتوفر من أموال من وراء ذلك إلى تمويل الاستثمارات المنتجة والمنشئة لمناصب العمل والتي تساهم في زيادة الإنتاج والدخل، وهو السبيل الوحيد للحد من فاتورة الاستيراد المتزايدة من سنة لأخرى.

3-3- تطوير أنظمة الدفع:

لا سبيل لتقليص حجم المبادلات النقدية في الاقتصاد الجزائري والتقليل من حجم الكتلة النقدية المتداولة على شكل نقود قانونية إلا بتطوير أنظمة الدفع، خاصة بالشيكات والبطاقات الالكترونية.

فبالرغم من أن الحكومة أصدرت مرسوماً تنفيذياً يقضي بالزامية استعمال الشيك في المعاملات المالية التي يفوق مبلغها 50 ألف دينار جزائري سنة 2005 والذي دخل حيز التنفيذ في: 2006/09/01⁽³¹⁾، إلا أنه تم إلغاؤه بمرسوم تنفيذي آخر في نفس السنة، ثم إصدار مرسوم تنفيذي آخر سنة 2010 يقضي بالزامية استخدام الشيك، التحويل البنكي، بطاقة الدفع، الاقتطاع من الرصيد، السفتجة، السند لأمر، وكل وسيلة دفع كتابية أخرى، وذلك في كل المعاملات التجارية والمالية التي تفوق قيمتها 500 ألف دينار جزائري⁽³²⁾ والذي دخل حيز التنفيذ ابتداءً من: 2011/03/31، إلا أن ذلك لم يقض على مشكلة استعمال السيولة بشكل كبير، ويعود ذلك في نظرنا إلى سببين:

- انتشار ظاهرة استعمال الشيكات بدون رصيد، رغم أن القوانين الجزائرية تجرم ذلك وتتص على العقوبات بكل وضوح، إلا أن المتضرر من هذه الجريمة يعاني الكثير من أجل الحصول على حقه القانوني بسبب إجراءات التقاضي التي تأخذ وقتاً طويلاً.

- عدم توفير أماكن استعمال بطاقات الدفع بشكل كبير وواسع، إذا من المعلوم أن القبول العام هو أهم الشروط لتداول النقود أو ما ينوب عنها.

لذلك يتوجب معالجة هذه الأسباب وتوفير الحلول اللازمة لها، وذلك بالتعاون بين بنك الجزائر والحكومة، سواء عند وضع البرامج الاقتصادية، أو بتفعيل النظم القانونية القائمة.

وبعد فشل تطبيق الإجراءات السابقة، اضطرت السلطات إلى اتخاذ إجراء آخر، وهو إلزامية التعامل بالشيك في كل المعاملات التجارية التي تتجاوز قيمتها مليون دينار جزائري ابتداءً من فاتح يوليو 2015، وقد يلقي هذا الإجراء مصير سابقه إذا لم تُعالج أسباب الفشل في التطبيق.

3-4- الحد من ثقل الإجراءات البيروقراطية في معالجة ملفات القروض:

ينبغي على بنك الجزائر السهر على تطبيق الإجراء المتخذ بتقليص مدة دراسة ملف طلب قرض إلى 20 يوماً، والحرص على تقليص هذه المدة أكثر مستقبلاً، وذلك بإجراء تفتيش ميداني فجائي لكل البنوك العاملة في الدولة، إذ أن تحسين هذا الإجراء ليس بمثابة مؤشرات أو نسب يتم التصريح بها في وثائق البنك لدى البنك المركزي، لذلك يجب استعمال وسائل أخرى للرقابة من طرف بنك الجزائر من أجل التزام البنوك بتطبيقها.

أما المبالغة في طلب المساهمة الشخصية خاصة في القروض الاستثمارية فيمكن لبنك الجزائر وضع سقف لهذه النسبة لكل البنوك من خلال تعليمة، ومراقبة تطبيقها بصرامة من أجل تشجيع هذا النوع من القروض الهامة والضرورية لإنعاش الاقتصاد الوطني، وبالنسبة للمبالغة في طلب الضمانات فيمكن تركه للمنافسة بين البنوك، إذ مع معالجة الاختلالات الأخرى يمكن أن تتنافس البنوك تلقائياً في التخفيف من هذه الضمانات، بشرط أن لا يعرض ذلك وضعية البنك للخطر.

3-5- معالجة مشكلة فائض السيولة لدى البنوك الجزائرية:

لقد سعى بنك الجزائر إلى حل إشكالية فائض السيولة لدى البنوك الجزائرية من خلال الرفع التدريجي لنسبة الاحتياطي القانوني أو الإلزامي، وهي تبلغ حالياً 12 % وذلك بموجب التعليمة رقم 02-2013 الصادرة بتاريخ 23/04/2013 المعدلة والمتممة للتعليمة رقم 02-2004 المؤرخة في 13/05/2004 المتعلقة بنظام الاحتياطيات الإلزامية⁽³³⁾، ويمكن رفع هذه النسبة لامتناس جزء من حجم تلك السيولة غير الموظفة في البنوك تفاقداً لما قد ينجر عنها من آثار تضخمية في حال توجيهها إلى قروض غير مجدية للاقتصاد.

وهذا الحل يملك اللجوء إليه بشكل أولي، لكن بالموازاة مع حلول أخرى أشرنا إلى بعضها سابقاً، كالححد من القروض الموجهة للتجارة الخارجية، ووضع سقف لنسبة المساهمة الشخصية في القروض الاستثمارية، إضافة إلى سياسة الإقناع الأدبي، كل هذا كفيلاً بأن يوجه هذه السيولة الفائضة نحو الاستخدام الأمثل لها، دون أن يكون لذلك آثار سلبية كبرى على الاقتصاد الوطني.

3-6- رفع نسبة التغطية المصرفية:

يتمثل دور البنك المركزي الجزائري (بنك الجزائر) بالنسبة للرفع والتحسين من نسبة التغطية المصرفية، في رفع القيود الإدارية وتخفيفها عن التوسع في إنشاء الوكالات، إذ من المعلوم إن إنشاء وكالة مصرفية جديدة من أي بنك عامل بالجزائر يتطلب موافقة مسبقة من بنك الجزائر بعد تقديم طلب بذلك، وقد تطول الموافقة على الطلب.

كما أن التسهيل في منح الاعتماد للبنوك سواء من رأس مال وطني أو أجنبي (إذا كان الطلب مستوفياً للشروط)، بالإضافة إلى المساهمة في إيجاد منافسة حقيقة بين البنوك العمومية والخاصة كما أسلفنا، من شأنه أن يسمح أيضاً بفتح المزيد من الوكالات والفروع والشبائيك، العادية منها والآلية، وإن كانت هذه الأخيرة تتعلق أيضاً بمدى تشجيع السلطات للمعاملات النقدية الإلكترونية على حساب التعاملات بالنقود القانونية.

3-7- مواكبة المعايير الاحترازية العالمية في العمل المصرفي (معايير بازل):

لمواكبة النظام المصرفي الجزائري للمعايير الاحترازية العالمية خاصة منها معايير بازل، يتعين على بنك الجزائر إلغاء التعليمة رقم 74-94 الصادرة في 29/11/1994 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطه والحد في تسيير

البنوك والمؤسسات المالية، لأن هذه التعليمات جاءت موافقة لما ورد في اتفاقية بازل 1، إذ من غير المعقول أن يبقى الوضع على هذا الحال فيما يتعلق بالتنظيم الاحترازي في الجزائر بينما العالم قد شرع ومنذ مطلع سنة 2013 في تطبيق بازل 3.

وبما أن بنك الجزائر قد أصدر التنظيم رقم 14-01 المؤرخ في 16/02/2014 والمتضمن نسب الملاءة المطبقة في البنوك والمؤسسات المالية والذي يواكب اتفاقية بازل 2 في إدراج كل من مخاطر السوق والتشغيل في حساب نسبة كفاية رأس المال، ويواكب اتفاقية بازل 3 في رفع الحد الأدنى لتلك النسبة وإن لم يكن إلى الحد المقرر عالمياً، فإن الأمر يتطلب من بنك الجزائر (كما أسلفنا) إصدار تعليمات تفصيلية توضح كيفية تطبيق التنظيم السابق، لأن التدرج مطلوب في استدراك أي تأخر على أن يكون ذلك خلال فترة زمنية قصيرة ومحددة، بالإضافة إلى وضع نسبتيين للسهولة إحداهما في الأجل القصير والأخرى في الأجل الطويل كما جاء في الاتفاقية الأخيرة، مع الإشارة إلى أن النسبة الأولى قد فرض تطبيقها على البنوك كما أشرنا سابقاً.

الخاتمة ونتائج البحث:

لقد تبين لنا من خلال هذا البحث، أن النظام المصرفي الجزائري يعاني من تخلف كبير وفي عدة جوانب، وذلك نتيجة لتأثره بمخلفات التسيير المركزي للاقتصاد سابقاً خاصة بالنسبة للبنوك العمومية، موازاة مع فشل العديد من سياسات الإصلاح التي سعت إلى تطويره وتأهيله، الأمر الذي يتطلب إعادة النظر في تلك السياسات ومدى فاعليتها، خاصة وأن الجهاز المصرفي يعتبر قاطرة الإصلاح في أي نظام اقتصادي. ويمكن أن نجمل أهم النتائج التي توصل إليها البحث فيما يلي:

- لا تزال البنوك العمومية رغم قلة عددها مقارنة بإجمالي عدد البنوك في الجزائر، تسيطر على السوق المصرفية الجزائرية بأكثر من 86% سواء من حجم الودائع الكلي أو من إجمالي حجم القروض، وهذا إلى غاية نهاية سنة 2013، رغم تناقص هذه النسب بشكل تدريجي وضئيل.

- رغم أن قانون النقد والائتمان لسنة 1990 قد فتح مجال الشمولية في العمل المصرفي أمام البنوك الجزائرية، فقد بقيت هذه البنوك تركز في تمويلها على التجارة الخارجية نظراً لربحيتها وقلة المخاطرة فيها، على حساب تمويل الاستثمارات المنتجة.

- لا تزال أنظمة الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية متخلفة، ولا يزال الاعتماد كبيراً على استعمال النقود القانونية في المعاملات عوض الشيكات والبطاقات البنكية، وهذا رغم محاولات تطبيق العديد من برامج العصرية لأنظمة الدفع في الجزائر بالشراكة مع مؤسسات أجنبية، إلا أن ذلك لم يؤت بثماره بسبب أن العديد من تلك البرامج لم تصمم وفق متطلبات المجتمع الجزائري، هذا بالإضافة إلى ضعف نسبة التغطية المصرفية في الجزائر والتي تبقى الأضعف تقريباً في بلدان حوض المتوسط والبلدان العربية.

- لقد أصبح ثقل الإجراءات الإدارية في معالجة ملفات القروض صفة تميز البنوك الجزائرية خاصة العمومية منها لتأثرها بممارسات العهود الماضية، رغم محاولات تقليص الفترة الزمنية لتلك المعالجة، إضافة إلى ارتفاع نسبة المساهمة الشخصية خاصة في قروض الاستثمار، وكذا المبالغة في طلب الضمانات.

- تعاني البنوك الجزائرية من مشكلة فائض السيولة لديها، جراء السياسات الحكومية المتمثلة في طبع كميات كبيرة من النقود للرفع المستمر للأجور وتحسين القدرة الشرائية للمواطن، وهو ما أدى إلى تزايد المدخرات، وتحولها إلى ظاهرة هيكلية لدى البنوك.

- رغم أن البنوك في العالم بما فيها البلدان العربية قد بدأت تطبيق معايير بازل 3 منذ بداية سنة 2013، إلا أن البنوك الجزائرية بقيت وإلى وقت قريب تطبق معايير بازل 1، وقد حاول التنظيم الاحترازي في الجزائر مؤخراً مواكبة اتفاقيات بازل 2 (ولو بشكل متأخر) وبازل 3 من خلال إصدار تنظيم خاص بذلك، إلا الأمر يتطلب تعليمات تفصيلية تبين كيفية تطبيق التنظيم السابق بشكل أكثر وضوحاً.

لذا يتطلب الأمر دوراً كبيراً لبنك الجزائر في إصلاح وتأهيل النظام المصرفي الجزائري بصفته بنك البنوك والمستشار الاقتصادي والمالي للحكومة، وقد بينا بالتفصيل هذا الدور في معالجة مظاهر تخلف هذا النظام، وهي بمثابة توصيات هذا البحث.

الهوامش والمراجع:

- (¹)- راجع المواد 6 و 7 من الأمر رقم 10-04 ، المؤرخ في: 26/08/2010، والمتعلق بالنقد والقرض.
- (²)- www.bank-of-algeria.dz - consulté le : 23/04/2015.
- (³)- أنظر: الطاهر لطرش: الاقتصاد النقدي والبنكي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص 358. وأيضاً:
Guide des banques et des établissements financiers en Algérie: kpmg, édition 2012, p: 13.
- (⁴)- سليمان ناصر: تأهيل المؤسسة المصرفية العمومية بالجزائر؛ الأسلوب والمبررات، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي حول "متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلدان العربية"، تنظيم: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف، أيام 17 ، 18 أبريل 2006.
- (⁵)- معطي سيد احمد: واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، تخصص حوكمة الشركات، جامعة تلمسان، الجزائر، 2012/2011، ص 49، بتصرف.
- (⁶)- www.satim-dz.com - consulté le : 24/04/2015.
- (⁷)- المرجع السابق، ص 52، بتصرف.
- (⁸)- www.djazair50.dz - consulté le : 02/03/2014.
- (⁹)- تصريح السيد المدير لمؤسسة بريد الجزائر لجريدة "الخبر" بتاريخ: 2014/03/05.
- (¹⁰)- محمد الشايب: البطاقة البيبنكية في القطاع المصرفي الجزائري بين الواقع والمتطلعات؛ دراسة تقييمية لشبكة النقد الآلي ما بين البنوك، مجلة: الدراسات المالية والمصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، السنة الثانية والعشرون، المجلد الثاني والعشرون، العدد الثاني، يونيو 2014، ص 47.
- (¹¹)- سليمان ناصر: تأهيل المؤسسة المصرفية العمومية بالجزائر؛ الأسلوب والمبررات، مرجع سابق.
- (¹²)- معطي سيد أحمد: واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، مرجع سابق، ص 52-54، بتصرف.
- (¹³)- سميرة عوام: "البنوك لا تحترم شروط منح القروض وأجال دراسة الملفات"، الموقع الإلكتروني: <http://www.djazair50.com/alfadjr/121621>، تاريخ الاطلاع : 27/01/2014.
- (¹⁴)- حفيظ صوالي: "تعلق اعتماد بنوك أجنبية جديدة يكرس التخلف المصرفي الجزائري"، جريدة الخبر، صفحة الاقتصاد، العدد 7768، بتاريخ: 20/04/2015.
- (¹⁵)- المادة: 4 من التنظيم رقم: 90-01 الصادر بتاريخ: 04/07/1990 والمتعلق بالحد الأدنى لرأس مال البنوك والمؤسسات المالية العاملة في الجزائر، والصادر عن بنك الجزائر.
- (¹⁶)- المادة: 2 من التنظيم رقم: 91-09 الصادر بتاريخ: 14/08/1991 والمحدد لقواعد الحيطة والحذر في تسيير البنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.
- (¹⁷)- راجع مواد التنظيم رقم: 95-04 الصادر بتاريخ: 20/04/1995 المعدل والمتمم للتنظيم رقم: 91-09 الصادر في: 14/08/1991 المحدد لقواعد الحيطة والحذر في تسيير البنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.
- (¹⁸)- المادة: 3 من التعليم رقم: 34-91 الصادرة بتاريخ: 14/11/1991 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطة والحذر لتسيير البنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.

(19) - المادة: 3 من التعليمية رقم: 74-94 الصادرة بتاريخ: 1994/11/29 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطة والحذر لتسيير البنوك والمؤسسات المالية، والصادرة عن بنك الجزائر.

(20) - راجع مواد التعليمية رقم: 74-94 الصادرة بتاريخ: 1994/11/29 والمتعلقة بتحديد قواعد الحيطة والحذر لتسيير البنوك والمؤسسات المالية، والصادرة عن بنك الجزائر، وكذلك الملحق الخاص بها.

(21) - المادة: 2 من التنظيم رقم: 02-03 الصادر بتاريخ: 2002/11/14 والمتضمن المراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.

(22) - التنظيم السابق، نفس المادة.

(23) - مجلة بعثة اللجنة الأوروبية بالجزائر، العدد الرابع، أكتوبر- نوفمبر 2004، ص: 8.

(24) - راجع مواد التنظيم رقم: 11-03 الصادر بتاريخ: 2011/05/24 والمتعلق بمراقبة مخاطر ما بين البنوك، والصادر عن بنك الجزائر.

(25) - المادة: 2 من التنظيم رقم: 11-08 الصادر بتاريخ: 2011/11/28 والمتعلق بالمراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.

(26) - راجع المواد: 2، 3، 4، 6 و 7 من التنظيم رقم: 14-01 الصادر بتاريخ: 2014/02/16 والمتضمن نسب الملاءة المطبقة على البنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.

(27) - راجع المواد: 3 و 15 و 17 من التنظيم رقم: 11-04 الصادر بتاريخ: 2011/05/24 والمتضمن تعريف وقياس وتسيير ورقابة خطر السيولة، والصادر عن بنك الجزائر.

(28) - راجع المادة: 50 من التنظيم رقم: 11-08 الصادر بتاريخ: 2011/11/28 والمتعلق بالمراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية، والصادر عن بنك الجزائر.

(29) - International Monetary Fund / Algeria : Financial Stability Assessment, IMF Country Report N° 04/138, Washington D C, 2004.

(30) - مجلة بعثة اللجنة الأوروبية بالجزائر، العدد الرابع، أكتوبر- نوفمبر 2004، ص : 4 وما بعدها.

(31) - المرسوم التنفيذي رقم: 05-442 المؤرخ في: 2005/11/14، الجريدة الرسمية، العدد رقم: 75، الصادر في: 2005/11/20، ص: 11.

(32) - المادة: 2 من المرسوم التنفيذي رقم: 10-181، المؤرخ في: 2010/07/13، الجريدة الرسمية، العدد رقم: 43، الصادر في: 2010/07/14، ص: 12.

(33) - المادة: 2 من التعليمية رقم: 02-13 الصادرة بتاريخ: 2013/04/23 والمتعلقة بنظام الاحتياطات الإجبارية، والصادرة عن بنك الجزائر.

تعبئة الموارد الجبائية كخيار إستراتيجي لتغطية العجز المالي للبلديات الجزائرية

Fiscal resource mobilization as a strategic option to cover the budget deficit of Algerian APC

عولمي بسمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
جامعة تبسة، الجزائر
aoulmib@yahoo.fr

شوقي جباري

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
جامعة أم البواقي، الجزائر
Chaouki_dj@yahoo.com

ملخص:

تعتمد الدولة الجزائرية في تسيير المرافق العمومية على الجماعات المحلية والمتمثلة أساسا في البلدية والولاية؛ إذ تعمل السلطة الحكومية على تعبئة الموارد المالية المتاحة من أجل تمويل المشاريع التنموية على المستوى المحلي، إلا أن تخصيصات الموارد المالية ولاسيما الموارد الجبائية لا تكفي لتغطية المصاريف المحلية للبلديات على مستوى جل ولايات الوطن؛ حيث أصبحت تعاني من عجز مالي مزمن ومتراكم، تعزى أسبابه إلى تزايد وتيرة الديون المفرطة، و إلى سوء التسيير وعدم كفاءة السلطات المحلية، فضلا على عدم عدالة توزيع الموارد الجبائية نتيجة لاحتكار السلطة المركزية لعملية التوزيع.

الكلمات المفتاح: العجز المالي للبلديات، الجباية المحلية، السلطة المركزية، مشاكل التمويل، الإحصاء الضريبي.

Abstract:

Algerian state adopt in the conduct of public facilities on local communities (the municipality and the state); acting governmental authority to mobilize the financial resources available for the financing of development projects at the local level, but the allocations of financial resources, particularly resources tax is not enough to cover the expenses of local municipalities on the level the bulk of the states of the country; where are suffering from a chronic fiscal deficit and Accumulated, dating causes of the increasing pace of excessive debt, mismanagement and inefficiency of local authorities, as well as the inequitable distribution of fiscal resources as a result of the monopoly of power centralized distribution process.

Key words: fiscal deficit for municipalities, Local taxes, central authority, funding problems, tax Statistics.

تمهيد:

رغم التدابير المتخذة في مجال إصلاح المالية العامة وتعبئة الموارد من خلال إصدار التشريعات في مجال المالية والجبائية بشكل خاص، إلا أن ولايات الوطن لا تزال تعاني من تأخر برامج التنمية المحلية وعدم فعاليتها في كثير من الأحيان، ويرجع ذلك إلى جملة من الأسباب لعل أبرزها العجز المالي المسجل والمتراكم على مستوى الميزانيات المحلية، إذ يشكل هذا العبء عائقا حقيقيا أمام تحقيق التنمية المحلية المنشودة.

و تحاول الدولة الجزائرية جاهدت معالجة مشكلة العجز المالي المزمع للبلديات، من خلال تحقيق التوزيع العادل والمتوازن للموارد، وكذا إصلاح نظام الجبائية المحلية بهدف تعظيم إمكانات وفرص اعتماد البلديات على ذاتها لسد فجوة العجز المالي. وقد بينت العديد من الدراسات الأكاديمية المنجزة في هذا المضمار إلى افتقار البلديات الجزائرية للموارد الجبائية المتأتمية من الإدارة الجبائية، إذ يشكل التهرب والغش الضريبيين دورا فعالا في نقص هذا المورد المالي. فضلا عن إهمال البلديات الاعتماد على موارد أخرى كان بالإمكان الاعتماد عليها إلى جانب الجبائية المحلية والتي تتمثل في الإيرادات الفلاحية، حيث تبين قوانين المالية أن الدولة تهتم بالدرجة الأولى بالجبائية البترولية على حساب الجبائية الزراعية أين تتمتع هذه الدولة بثروات غابية معتبرة.

وتأسيسا عما سبق، فإن السؤال الجوهرى لهذه الدراسة يتمثل في:

ما هي أسباب تزايد العجز في ميزانيات البلديات ؟ وما هو السبيل إلى تعبئة الموارد الجبائية لتغطية ذلك العجز ؟

و للإجابة على هذه الإشكالية تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة أجزاء؛ حيث خصص الجزء الأول إلى تشخيص واقع وأسباب تنامي ظاهرة العجز المالي للبلديات على المستوى الوطني، في حين يعرض الجزء الثاني إلى آثار احتكار السلطة المركزية لتوزيع الموارد الجبائية على العجز المالي، أما الجزء الثالث فخصص لعرض السبل الكفيلة بتعبئة الموارد الجبائية بهدف تغطية العجز المالي للبلديات.

أولا: أسباب تنامي العجز المالي للبلديات على المستوى الوطني:

تعددت أسباب عجز البلديات على المستوى الوطني ولاسيما على مستوى بلديات التي تفنقر بعضها إلى أدنى نشاط اقتصادي يدر موارد جبائية لتدعيم ميزانية البلدية. ومنها أسباب متعلقة بالمكلف أو العون الاقتصادي أو الخاضع للضريبة، وأخرى متعلقة بالنظام ولا مركزية اتخاذ القرار التمويلي مما جعل السلطات المحلية لا تملك سلطة اتخاذ القرارات التمويلية. من الناحية القانونية يساهم الصندوق المشترك للجماعات المحلية بنسبة 5% من موارده لتغطية عجز البلديات، إلا أن ضخامة العجز المالي للبلديات يجعل من النسبة الممنوحة من قبل الصندوق المشترك للجماعات المحلية لا تكاد تغطي سوى نسبة 6% من هذا العجز.

ناهيك عن الوضعية التي عرفتتها الدولة خلال العشرية السوداء والتي دفعت بالصندوق المشترك للجماعات المحلية إلى توجيه تدخلاته نحو التكفل المالي بأجور الحرس البلدي. كما ساهمت الدولة من جهتها في ظاهرة عجز البلديات من خلال توزيع الاستثمارات على المستوى الوطني، حيث تتمركز جلها في المناطق الشمالية والساحلية بشكل خاص مما جعل اليد العاملة تهاجر إليها.

والجدول رقم(01) يبين تطور عدد البلديات العاجزة على مستوى الوطن، بالإضافة إلى مبالغ العجز على المستوى الوطني للفترة الممتدة ما بين 1997 و 2012. هذا العجز الذي يظهر في التقارير التي يصدرها الصندوق المشترك للجماعات المحلية.

الجدول رقم (01): تطور عدد البلديات العاجزة للفترة 1997-2012

الوحدة: مليون دج

السنة	عدد البلديات العاجزة	مبلغ العجز	مبلغ إعانة التوازن ^(*)	نسبة التغطية
1997	52	31	31	100
1999	63	76	76	100
2000	96	108	108	100
2001	164	250	250	100
2002	620	1.963	1.000	51
2003	660	1.904	998	52.4
2005	792	3.804	2.968	78
2006	779	3.500	2.520	72
2008	929	6.500	5.471	84
2010	1159	8.730	7.728	88.5
2012	1090	11.600	8.824	76

المصدر: Centre nationale d'études et analyse pour la planification.

Réfonte du système fiscal, Document interne, Alger, 2013, p : 102.

(*) يتم منح إعانة التوازن من قبل الصندوق المشترك للجماعات المحلية تبعا لطلب من والي الولاية وفق جدول إرسال معنون باسم النفقة المخصصة ومقدار العجز.

يتبين من الجدول أن عدد البلديات العاجزة تضاعف عشر مرات سنة 2012 مقارنة بسنة 1997، بالمقابل ارتفع مبلغ العجز المالي المسجل على مستوى تلك البلديات.

في الملتقى الجهوي التكويني الذي جرت أشغاله بولاية سطيف في أفريل 2001 والذي نظم لفائدة الإطارات المحلية المسيرة، تم ذكر أنه من أصل 1541 بلدية توجد 1280 بلدية عاجزة ماليا¹. ويعود هذا العجز المالي إلى عدة أسباب، منها عجز المنظومة الجبائية عن مسايرة وتيرة النمو الاقتصادي، التقسيم الإداري، ضعف أداء المنتخبين المحليين وضعف التأطير المحلي الذي أدى إلى سوء التسيير.

كما يلاحظ أيضا من الجدول رقم (01) أن تدخلات الصندوق المشترك للجماعات المحلية في تغطية عجز البلديات قد تراجعت منذ 1992 وأصبح يغطي نسبة قليلة من العجز ويعود السبب في ذلك تغير مهام الصندوق وتوجهت إيراداته إلى أوجه إنفاق أخرى حسب ما كان يقرره مجلس التوجيه.

فقد كان مجلس التوجيه يخصص سنويا مبلغ 9 ملايين دج بعنوان الإعانة الاستثنائية للتوازن والتي تغطي إلا نسبة 58% من النفقات المحلية. فتوزيع الإعانات يكون وفق مقاييس محددة وهي:²

- نسبة ثراء البلدية.
- المنطقة الجغرافية.
- عدد السكان.
- طول الطرق.
- قنوات التطهير.
- شبكات الكهرباء.

إلى جانب وظيفته التضامنية مع الجماعات المحلية يقوم الصندوق المشترك بتتبع مسار الإعانات بشتى أنواعها والتحقق من توجيهها نحو الإنفاق المخصصة له أصلا. فعجز البلديات في الجزائر عامة يكون سببه الديون المتركمة لسنوات متتالية مما يترتب عنه عدم القدرة على سدادها، وتظهر أسباب وقوع البلديات في غمرة الديون فيمايلي :

- سوء تقدير المشاريع أو الظروف الطارئة.

- ضعف الموارد، والذي يجعل السلطات المحلية تصنف الديون تحت بند نفقات التسيير خارج الميزانية نظرا لنقص موارد الميزانية.

- إنعكاسات الإصلاحات الاقتصادية (غلق المؤسسات مما يعني نقص الإيرادات الجبائية وتسريح العمال).

- عدم وجود إطارات مؤهلة في المالية والجبائية.

- تدخل البلديات في جميع الميادين تقريبا مما زاد من العبء الإنفقاوي دون مقابل مالي كاف.

- الظروف الأمنية القاسية والتي تطرأ فجأة دون التسطير لها.

- مبدأ التوازن الوهمي والذي يجبر البلديات على وضع الميزانية للمصادقة عليها متوازنة، ولكنها في الواقع العملي تعتبر غير متوازنة.

لكن يبقى قطاع المحروقات والصناعة المصنعة يملكان حصة الأسد في المخططات التنموية في الجزائر مما جعل حظوظ القطاعات الأخرى قليلة وهذا يفوت الملايير من الموارد المالية على خزينة الدولة. فالمشكل الرئيسي يكمن في عدم التوازن الجهوي وكيفية إنجاز المشاريع وليس هيمنة قطاع على آخر.

ويمكن حصر النقائص التي حالت دون تحقيق التوازن الجهوي في النقاط الموالية:³

- كان الهدف من تجربة الصناعات الصغيرة في الجزائر هو تحقيق التوازن الجهوي وتفعيل التنمية المحلية، لكن تمركزها في مناطق بشدة أكثر من مناطق أخرى أدى إلى اختلال التوازن وبالتالي عجز في البلديات التي تفتقر إلى هذه الصناعات.

- الوسط الجغرافي لعب دورا هاما في عدم التوازن الجهوي، فالبيئة الريفية تفتقر إلى هياكل صناعية والتي تمد الصناعات الصغيرة المحلية بمواد أولية أو نصف مصنعة، كما يفتقر هذا الوسط إلى هياكل الخدمات الاجتماعية والثقافية اللازمة، ذلك ما أدى بالإطارات الكفأة واليد العاملة الماهرة إلى الهروب إلى المدن التي تتوفر عليها.

في خضم تلك المشاكل والنقائص، فكرت الدولة بالنزول باللامركزية إلى البلديات بإشراك رئيس المجلس الشعبي البلدي في التسيير المالي لبعض البرامج الاستثمارية، إلا أن البلديات عانت من مشكل ضعف وسائل الإنجاز وسوء استعمال الوسائل المتوفرة. ومن أجل تحقيق هدف التنمية المحلية عملت الدولة الجزائرية على تعبئة الموارد المالية الكفيلة بتغطية الحاجيات الاقتصادية والمالية للجماعات المحلية. كما يبدو أن عوامل عجز البلديات في جلها ترتبط بالقاعدة العامة لنظام التمويل والتشريعات السنوية المتمثلة في القوانين المالية القاضية بتعديل النظام المالي عامة والضريبي بشكل خاص.

كما أن احتكار السلطة لتوزيع الموارد الجبائية قلل من فرص التمويل لدى البلديات نظرا للعراقيل والإجراءات المطولة والتي تؤخر تمويل برامج التنمية في الولاية.

ثانيا : آثار احتكار السلطة المركزية لتوزيع الموارد الجبائية على عجز البلديات :

عمدت الدولة الجزائرية إلى إسناد مهمة توزيع الموارد الجبائية على الجماعات المحلية إلى السلطة المركزية باعتبارها الهيئة المسؤولة على المالية العامة للدولة، نظرا إلى أن مقاييس كفاءة الهيئات المحلية المنتخبة لجبائية هذا النوع من الموارد ضعيفة وترجح الكفة إلى السلطة المركزية. وهناك مبررات جعلت من الدولة تتخذ مثل هذا الإجراء، كما يتم تسليط الضوء على أهم نتائج هذا الإجراء وأثره على الجبائية المحلية.

1- مبررات توزيع الموارد الجبائية :

رغم منح السلطة المركزية للجماعات المحلية الاستقلال الإداري والمالي إلا أن هذا الأخير يعد نسبيا لان استقلالها المالي في فرض الضرائب أو تقديرها أو إلغائها تبقى جد محدودة كونها مسألة وطنية تخص الهيئة التشريعية. ولكن، استحوذت السلطة المركزية على سلطة تقرير الضرائب وتوزيعها انطلاق من اعتبارات معينة ولكن هذا الإجراء لا يخلو من العيوب.

ومن جملة الأسباب المؤدية إلى تحكم السلطة المركزية في الجباية ما يلي:

1-1 الكفاية الإدارية في تحديد إيرادات الممولين: تتوقف الكفاية الإدارية على قدرات السلطة المركزية في الحصول على كافة المعلومات المتعلقة بالمولين الخاضعين للضريبة. هذه المعلومات تتوفر على مستوى الإدارة الجبائية المكلفة بالمتابعة والتي تملك نظاما معلوماتيا جبائيا يساعدها على جمع كافة المعلومات الضرورية⁴.

مبرر عدم الكفاءة في تحديد إيرادات الممولين أساسه أن النشاط الممارس من قبل الممولين قد يمتد لأكثر من بلدية أو ولاية، فكلما كان حجم الجماعة المحلية كبيرا كلما كبر حجم النشاط للممول، لهذا فإن ترك الجباية في يد السلطة المركزية يحقق كفاية إدارية أكبر.

1-2 الآثار الاقتصادية : تنجم الآثار الاقتصادية من تحديد نوع الضريبة ومدلولها وكيفية توزيعها، إذ يبقى هذا من اختصاص السلطة المركزية والاختلاف في التوزيع بين مختلف الولايات قد يؤدي إلى هجرة العمل ورأس المال بين مختلف المناطق وبالتالي ينجم عنها تمركز بعض الأنشطة الاقتصادية في الولايات التي تقل فيها أنواع الضرائب عن الولايات التي يكون فيها النقل الضريبي وهذا من شأنه أن يؤثر على المردود الاقتصادي. لذلك، فإن أمر ترك فرض الضريبة في يد السلطة المركزية يقلل من الآثار الاقتصادية.

1-3- التخصيص الإقليمي للضريبة: يعتبر مبدأ عدم التخصيص من أهم المبادئ في المالية العامة، والمقصود منه هو عدم تخصيص إيرادات معينة لنفقات معينة أو عدم تخصيص إيرادات منطقة معينة لنفقات تلك المنطقة. ولو كان هناك تخصيص إقليمي لازدادت المناطق الغنية غنا والفقيرة فقرا، فمن أجل خدمة هذا المبدأ تركت مهمة توزيع الجباية المحلية في يد الحكومة المركزية.

تلك المبررات تبين أسباب تمسك السلطة المركزية بتوزيع الحصيلة الضريبية حصريا والدولة في هذا الإطار لا تعمل على أساس معايير محددة، إذ لوحظ أن حصة الدولة من الموارد الجبائية أكبر بكثير من حصة الجماعات المحلية. وحسب إحصائيات 2003 المقدمة من قبل وزارة المالية أين قدرت حصة الجماعات المحلية من الموارد الجبائية بنسبة 20% في حين عادت 80% منها إلى ميزانية الدولة.

يمكن إرجاع الفارق في النسب إلى المهام التي تقوم بها الدولة، فهي مكلفة بعبء تمويل تسيير شؤون الإدارات العامة والتجهيز. لكن في المقابل، لا يمكن إغفال ذلك الدور الهام للسلطات المحلية في تمويل المشاريع ضمن مخططات التنمية وفي إطار الاختصاصات المخولة لها.

2- آثار توزيع الموارد الجبائية على الجماعات المحلية :

تعتبر الموارد الجبائية سلاحا ذو حدين في يد السلطة المركزية، حيث أن توزيع الموارد الجبائية يمكنه أن يؤثر إيجابيا على مهام الجماعات المحلية بما يعزز مفهوم اللامركزية الإدارية الذي يجبر السلطة المركزية على تسخير كل الوسائل للجماعات المحلية من أجل تحقيق مبدأ اللامركزية الإدارية، كما يؤثر سلبا في الإنفاص من المهام اللامركزية والتي لا تتماشى مع النفقات المحلية. وعليه، تتمثل الآثار السلبية لتبعية الجباية المحلية للسلطة المركزية فيما يلي⁵ :

1-2- عدم فعالية نظام توزيع الموارد الجبائية: رغم كثرة النصوص التشريعية التي تخص نظام اللامركزية وتأهيل الجماعات المحلية للقيام بالمهام اللامركزية ومنحها كافة الصلاحيات التي تمس النطاق المحلي وترت على ذلك منحها

الاستقلالية المالية للتصرف بحرية في تسيير الشؤون المحلية وتغطية النفقات، إلا أنه في الحقيقة يصب التشريع الجبائي في اتجاهين متناقضين⁶:

- **الأول:** مبدأ الاستقلال للجماعات المحلية والذي يجعلها بالضرورة طرفا في تحديد الأوعية الضريبية الخاصة بالضرائب العائدة للجماعات المحلية.

- **الثاني:** مبدأ التبعية للدولة باعتبارها المسؤولة عن المالية وتحديد الضرائب بمختلف أنواعها.

فالاتجاه الثاني يقوم على عدم استقلالية الضريبة وحجة المشرع في ذلك هو فرضها بتعلق بالسيادة الوطنية ولا تخص المجالس المحلية المنتخبة، ولهذا تقتصر سلطة البلدية على تقدير المبالغ الإجمالية المتوقعة للأسس الضريبية المحلية والتي تخول لها من قبل خزينة الولاية. وقد نتج عن هذا التضييق للاستقلال المالي في المجال الجبائي للجماعات المحلية نتائج سلبية أثرت على سير المهام وخلق مشاكل تمثلت أساسا في عدم التوازن بين النفقات المحلية والموارد الجبائية.

2-2- عدم كفاية الموارد الجبائية المحلية مقارنة بالنفقات: تعتبر الجباية المحلية أو الإيرادات الجبائية العائدة للجماعات المحلية كما اصطلح عليها في قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة في الفصل الخاص بالضرائب العائدة للجماعات المحلية غير كافية ولا تحقق الهدف المنشود طالما لا تواكب تطورات النفقات المحلية للبلديات، ولهذا لوحظ ارتفاع مستمر للنفقات المحلية يقابله زيادة بطيئة في الموارد الجبائية المحلية.

ومن خلال إحصائيات سنة 2005 لوحظ أن نفقات التجهيز والخاصة بالبلديات بما فيها قطاعات التعليم والرياضة والثقافة قد تعدت 21.721 مليار دج وفي سنة 2003 كانت تقدر بمبلغ 13.132 مليار دج وهذا يدل على الارتفاع المتسارع للنفقات المحلية وبنفس وتيرة التزايد كانت نفقات الولايات لسنة 2001 تقدر بمبلغ 4.826 مليار دج وارتفعت إلى 8.593 مليار دج لسنة 2005 ليصبح إجمالي الإنفاق في البلديات والولايات معا لسنة 2001 مقدرا بمبلغ 17.958 مليار دج ومبلغ 30.314 مليار دج لسنة 2005.⁷ ومنه، يمكن إرجاع سبب التزايد المتسارع للنفقات المحلية إلى ارتفاع نفقات التجهيز في البلديات نظرا لتوسع مهامها اللامركزية وزيادة حجم البلديات، إضافة إلى تضخيم مصاريف المستخدمين في البلديات مقارنة بباقي مجالات الإنفاق والجدول رقم(02) يبين توزيع نسب الإنفاق حسب الأولويات في ميزانية البلدية.

الجدول رقم (02): توزيع نسب الإنفاق في البلديات حسب الأولوية

النسبة المئوية	أهم مجالات الإنفاق في البلديات
65%	أعباء المستخدمين والأجور
10%	التمويل الذاتي (اقتطاعات لغرض التجهيز)
7%	مساهمة في صندوق الولاية لدور الشباب والتظاهرات الرياضية
2%	مساهمة في صندوق الضمان للموارد الجبائية
84%	المجموع

المصدر: Note établie par La Direction Générale Des Impôts, Juillet 2007

يلاحظ من الجدول رقم(02) أن أعلى نسبة في الإنفاق على مستوى البلديات في الجزائر من نصيب مصاريف المستخدمين بنسبة 65% ومصاريف التجهيز الخاصة بالبلدية بنسبة 10%. وبالمقابل يلاحظ أن وتيرة تزايد الموارد الجبائية المحلية بطيئة وهذا ما تثبته الإحصائيات السنوية التي تقرها وزارة المالية من خلال المديرية العامة للضرائب. ويمكن ملاحظة الفرق بين الزيادة في الإنفاق والزيادة في الموارد الجبائية من خلال الجدول رقم(03) والذي يبين مقارنة الموارد الجبائية ونفقات التجهيز والاستثمار للجماعات المحلية للفترة 2001-2007.

الجدول رقم (03) : مقارنة الموارد الجبائية المحلية بنفقات التجهيز للفترة 2001-2007

الوحدة: مليون دج

السنة	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الموارد الجبائية المحلية	91.590	101.624	114.102	121.352	144.023	154.304	184.133
نفقات التجهيز	269.486	282.189	299.387	342.386	375.282	390.075	401.241

المصدر: تقرير اللجنة التنسيقية لوزارة المالية المتعلق بالجبائية المحلية، سبتمبر 2008.

انطلاقاً من الجدول رقم (03) يبدو أن زيادة الموارد الجبائية من سنة لأخرى متفاوتة، فبمقارنة نسبة زيادة النفقات من سنة 2001 إلى 2004 مع نسبة الزيادة في الموارد الجبائية بين سنتي 2001 و 2003 يلاحظ أن الزيادة المتسارعة في النفقات غطت الزيادة البطيئة للموارد الجبائية في البلديات وهذا ما يخلق مشكل في التمويل المحلي.

2-3- عدم التوازن الجهوي في توزيع الثروة : يلعب الموقع الجغرافي للجماعات المحلية دوراً هاماً في التأثير على تدهور المالية المحلية نظراً لتواجدها في مناطق يعدم أو يقل فيها النشاط الاقتصادي، فضعف النشاط الاقتصادي في بعض البلديات يعتبر معرقلاً للموارد المالية وخاصة الجبائية منه. وقد زاد مشكل عدم العدالة في توزيع الموارد الجبائية بين الجماعات المحلية والدولة وبين الجماعات المحلية ذاتها في تدهور الحصيلة الجبائية المحلية.

فتزايد مهام البلديات خاصة بعد التقسيم الإداري لسنة 1984 تطلب تغيير أسلوب التسيير وعناصر بشرية مؤهلة إضافة إلى الموارد الجبائية والتي تعتبر المورد الأساسي للبلديات في الجزائر. ويظهر التفاوت وعدم التوازن في توزيع الموارد الجبائية بين الدولة والبلديات بشكل خاص في الجدول رقم (04) والذي يبين توزيع الحصيلة الجبائية بين الدولة والبلديات للفترة 2004-2008.

الجدول رقم (04): توزيع الحصيلة الجبائية بين الدولة والبلديات للفترة 2004-2008

الوحدة: مليون دج

الحصيلة الجبائية	2004	2005	2006	2007	2008
الدولة	366.739	444.491	493.061	569.000	498.714
البلديات	89.050	81.115	93.135	59.983	56.474
الفرق	277.689	363.376	399.926	509.017	422.240

المصدر: تم إعداد الجدول بناء على معطيات وزارة المالية 2009.

حيث لوحظ تذبذب في توزيع الحصيلة الجبائية من سنة لأخرى للبلديات وانخفاض في الحصيلة خاصة بين سنتي 2007 و 2008 والسبب في ذلك يعود للإصلاحات الجبائية المعتمدة من قبل السلطة الحكومية والمتمثلة في إصلاحات ذات بعد تشريعي والمتعلقة بالإعفاءات والتخفيضات إضافة إلى استفحال ظاهرتي الغش والتهرب الضريبي مما فوت الملايير على الخزينة العمومية.

ثالثاً : سبل تعبئة الموارد الجبائية لتغطية العجز المالي للبلديات:

من الملاحظ من خلال الأسباب السالفة الذكر أن لامركزية اتخاذ القرار التمويلي لعب دوراً كبيراً في استفحال العجز في ميزانيات جل البلديات، أما فيما يخص الإجراءات أو الأساليب المتخذة من قبل السلطات لتغطية العجز فيمكن سرد جملة من الإصلاحات المعتمدة من قبل الدولة الجزائرية فيما يلي :

1- الإصلاحات ذات البعد التنظيمي :

من أجل تحسين المستوى العام، عملت الدولة على تحسين الوضع المالي للبلديات من خلال إجراءات الإصلاح المالي بصفة عامة وإصلاح النظام الضريبي بصفة خاصة. فقد فكرت الدولة في الإصلاح المالي للبلديات من خلال جملة من الإجراءات التي كان لها الأثر ولو جزئيا على تعبئة الموارد المالية كالتالي:

1-1- إجراءات ذات طابع سياسي: تتمثل تلك الإجراءات في توسيع صلاحيات البلدية إلى المجال الاقتصادي من خلال إسهامها في التخطيط الاقتصادي، بترسيخ فكرة المخطط المحلي للتنمية وهو شكل من أشكال الديمقراطية. كما أن سياسة اللامركزية التي انتهجتها الدولة، كان لها الفضل في إصلاح التسيير الإداري والمالي للبلديات، فاللامركزية أوكلت للجماعات المحلية تسيير الشؤون الإدارية والمالية على المستوى المحلي نظرا لضخامة المسؤولية على عاتق السلطة المركزية.

1-2- إجراءات ذات طابع إداري: تجسيدا لمبدأ اللامركزية الإدارية واتساع نطاق اختصاص البلدية، عمدت الدولة إلى إنشاء أجهزة مختصة على المستوى المحلي لدعم الصلاحيات المنوطة بالبلدية تمثلت في المجالس المحلية المنتخبة البلدية والولائية.

فالمجلس الشعبي البلدي له صلاحيات واسعة النطاق في مجال تسيير المؤسسات في البلدية، وصلاحياته تشكل مصدر الإنفاق ومكلفة للبلدية. لهذا الغرض، وضعت وثيقة الميزانية لتجسيد العمليات المالية وترتيبها وتبويبها وفق قواعد المحاسبة العمومية.

1-3- إجراءات ذات طابع فني: وتتمثل هذه الإجراءات في تبسيط وثائق الميزانية والمحاسبة، في البداية كانت الميزانية تتميز بالتعقيد لتعدد الأبواب والصفحات والمواد حيث كانت صفحات الميزانية 40 وأصبح لا يتعدى 09 صفحات، الأبواب كانت 40 و 184 مادة ثم أصبحت 20 بابا و 77 مادة. وأمام هذا الوضع، فكرت السلطات المركزية في إحداث نظام جديد في وثائق الميزانية، وذلك بإنشاء مخطط محاسبي بلدي ينظم مالية البلديات ويجعلها على النحو الموالي⁸:

- إبراز عمليات الاستثمار والتجهيز الاقتصادي كنفقات.
 - الميزانية الإضافية كوثيقة نهائية لتعديل الميزانية الأولية.
 - تصنيف النفقات والإيرادات حسب طبيعتها وحسب المصالح وفي هذا الصدد، أنشأت محاسبة حسب الطبيعة للبلديات الصغيرة ومحاسبة حسب المصالح والطبيعة للمحافظات الكبرى⁹.
 - جعل الحساب الإداري ذا أهمية في الرقابة على تأدية الوظائف المالية على أكمل وجه، فهو يترجم الحياة الاقتصادية والمالية للبلدية.
- إضافة إلى هذه الإجراءات، عملت الدولة الجزائرية على دعم سبل جبائية الضريبة التي تعد موردا أساسيا في ميزانية البلدية بالأساليب أدناه.

2- تدعيم جبائية الضريبة :

نظرا للمشاكل التي تواجهها عملية التحصيل الجبائي وعدم كفاية الموارد الضريبية، عملت السلطة المركزية عن طريق هياكلها الوزارية المتمثلة في العمل المشترك لوزارة الداخلية ووزارة المالية بإجراء دوريات وملتقيات من أجل توعية الجهاز الإداري القائم على الجبائية ومحاولة حل المشاكل والوصول إلى الحلول الممكنة. ويمكن تلخيص جملة الإجراءات المتخذة في مجال تحصيل الضريبة في ثلاث نقاط رئيسية والتي سيتم إثارؤها:

1-2- الإحصاء الضريبي: يتجلى دور السلطات المحلية في هذا الصدد، بإعطاء صلاحية الإحصاء الجبائي لأعوان من الإدارة الجبائية، وهذا الإحصاء يمس الملكيات المبنية وغير المبنية، الأراضي الزراعية ومصادر أخرى للإيرادات.

ومنذ 1994، تم إخضاع الأراضي الزراعية للرسم العقاري على الملكيات غير المبنية. تحرص الإدارة الجبائية على إحصاء كافة المكلفين المقيمين في إقليم البلدية والتأكد من إيداع الملفات الجبائية.¹⁰ فعلى سبيل المثال، كشفت فرقة الإحصاء لسنتي 1999-2000 عن 670.000 بناية و 97.000 نشاط غير معن عنه أي خارج حيز الضريبة، كما كشفت ذات الفرقة في السداسي الأول من سنة 1996 عن الأراضي الزراعية المنتجة للإيراد¹¹. ومنه، فاستكمال الإحصاء الضريبي لا يكون إلا بالتعاون بين السلطات المحلية والمصالح الجبائية. وعليه، لابد من تنشيط عملية الإحصاء إلى جانب المتابعة التي تتم على مستوى القباضات.

2-2- جباية المعلومة الضريبية : تحتفظ الجماعات المحلية بمجموعة من المعلومات التي تهم الوعاء الضريبي، تلك المعلومات تدعم بها مصالح إدارة الضرائب من خلال تبليغ دوري يحتوي على:¹²

- رخص البناء (متعلقة بالرسم العقاري والضريبة على الممتلكات)، تحمل هذه الرخص كل المعلومات التي تعرف بالمكلف والوعاء الضريبي الخاضع له: الاسم واللقب، العنوان، تاريخ إصدار الرخصة، تاريخ البناء، المساحة المبنية والمساحة غير المبنية.

- كشوفات الوفيات المرتفعة بمتابعة حقوق الميراث.

- قوائم مربى المواشي مع تحديد عدد المواشي ووعاء الضريبة على الدخل الإجمالي.

- قائمة الفلاحين مع تحديد المساحات المزروعة والريوع.

- قائمة الملتزمين (الراسي عليهم المناقصة) في السوق مع تحديد مبلغ المناقصة.

على أساس تلك المعلومات يكتمل عمل الأجهزة المحلية من سلطات البلدية إلى أعوان الإدارة الجبائية في مجال جلب المعلومة الجبائية.

2-3- تحصيل الضريبة بالإكراه: يتطلب هذا الإجراء تدخل السلطات المحلية من خلال توفير الأمن لأعوان المتابعة الجبائية، فالسلطة المحلية مجبرة على توفير الأمن والحماية لأعوان الإدارة الجبائية عند تدخلهم لجباية الضريبة بالإكراه في حالة تعسف المكلف بالضريبة ورفضه تسديد ما عليه من ضرائب وغرامات التأخير، ولتجنيب أعوان الإدارة الجبائية تعرضهم للاعتداء الجسدي والكلامي من قبل المكلفين. كما يساهم أعوان الأمن في الكشف عن المكلفين المتهربين عن طريق متابعتهم الميدانية واحتكاكهم المباشر بالمواطنين المحليين، فهم يفيدون أعوان المتابعة الجبائية بكافة المعلومات المتعلقة بثروة المكلفين وتغيير مقراتهم.

على أساس تلك الإجراءات الوقائية والتي من شأنها أن تخفف من حدة المشاكل اليومية التي يواجهها أعوان الضرائب، فإن ميزانية البلدية تجد توازنها وكافة المسؤولين على مستوى البلديات والولايات بإمكانهم في المستقبل تحقيق موارد مالية إضافية ومتزايدة مقارنة بحاجياتها المحلية المقررة. والإجراءات المتخذة من طرف السلطات بهدف الحد من جمود الإيرادات تبقى ضعيفة أمام النمو السريع والمتزايد للنفقات مما يؤدي إلى عدم التوازن بين كمية الإيرادات وكمية النفقات المتزايدة، وهو الأمر الذي يدفع بالبلدية إلى طلب المساعدة من الدولة حتى تحقق توازن الميزانية.¹³

3- ضرورة تدعيم الرقابة الجبائية :

نص القرار المؤرخ في 12 جويلية 1998 والمتعلق بالتنظيم الهيكلي للمديريات الولائية والجهوية، على الاختصاصات الإقليمية لكل منها وتنظيم صلاحياتها. فالمديرية الولائية للضرائب على مستوى الولاية تضم خمس مديريات من ضمنها المديرية الفرعية للرقابة الجبائية التي قسمتها المادة 52 إلى ثلاث (03) مكاتب، أين تلعب فيها المديرية الفرعية للرقابة الجبائية دورا هاما في الرقابة من خلال مايلي :

3-1- الرقابة المحاسبية: تعتبر الرقابة المحاسبية رقابة معمقة تجرى خارج مصالح الإدارة الجبائية وهي تحديدا تتم مباشرة في عين المكان، وتمثل جملة من العمليات الهادفة إلى فحص محاسبة المؤسسة المعنية ومقارنتها بعناصر الاستغلال للتأكد من صحة التصريحات المقدمة بهدف التحديد الأمثل لأوعية مختلف الضرائب المستحقة، وتمر الرقابة المحاسبية بمرحلتين هما:

أ- **عملية المراقبة:** تعمل الإدارة الجبائية على تنظيم عملية الرقابة وتحضيرها من خلال إعداد برامج التدخل والاطلاع على كافة الملفات والوثائق المتعلقة بنشاط المكلفين. كما تدخل الرقابة المحاسبية ضمن الإجراءات الرديئة الخاصة بالتحقيق الجبائي. تتم الرقابة المحاسبية في عين المكان إلا في حالة استثنائية عند قيام المكلف بتسليم وثائقه المحاسبية إلى المراقبين مقابل طلب منهم يؤكد بموجبه الترخيص لهم بالتحقيق في مكاتب الإدارة الجبائية. تتمثل خطوات العمل في عملية المراقبة فيما يلي:

- إرسال نسخة بالتحقيق مع جدول إرسال إلى المدير الجهوي للضرائب.
 - القيام بفرز الفواتير الخاصة بالبيع والشراء وكافة المصاريف من خلال وثيقة الكشف المحاسبي.
 - طلب كشف العملاء بالإضافة إلى معلومات تتعلق بكافة المتعاملين مع المكلف (بنوك، موردين)
 - مراجعة دقة المحاسبة مع تصحيح الأخطاء واستكمال النقص في الوثيقة المسماة محضر التحقيق.
- وبعد إتمام الإجراءات السابقة وإثبات الأخطاء أو النقص من قبل المكلف، تتخذ الإدارة الجبائية إجراءات التصحيح الحضوري أو التلقائي.

ب- **التصحيح الحضوري:** يقوم المراقب بإشعار المكلف بنتائج الرقابة مفصلا في الإشعار كافة الملاحظات وطرق التقويم التي أدت إلى التعديلات التي تم القيام بها، حيث نتاح للمكلف فرصة أربعين يوما من تاريخ الإشعار لفحص نتائج التقويم وتقديم الاستفسارات اللازمة خلال الأربعين يوما ويجب بالقبول أو الرفض الجزئي لتلك التعديلات، وفي حالة انقضاء المدة ولم يحصل رد على الإشعار فإنه يؤخذ بعين الاعتبار قبول المكلف للتعديلات.

ج- **التصحيح التلقائي:** هناك حالات استثنائية يلجأ فيها المراقب إلى اتخاذ إجراءات تلقائيا في تحديد قواعد فرض الضريبة وهي:

- عند رفض المكلف لعمليات الرقابة الجبائية.
 - ظروف خارجة عن نطاق أعوان الرقابة سواء اعتراض بعض الأشخاص لعملمهم أو ظروف أخرى.
 - عدم تقديم المكلف المحاسبة كاملة أو رفض الإدارة الجبائية للمحاسبة أو عند نقص المحاسبة.
- بعد إتمام إجراءات التحقيق المحاسبي، يتم إنجاز وثيقة الورد الفردي الخاصة بالغرامات والضرائب المتعلقة بالمكلف المعني بالرقابة وذلك على مستوى مفتشية الضرائب، ثم ترسل إلى قبضة الضرائب والتي تقوم بدورها بإشعار المكلف لدفع ما عليه خلال ثلاثين يوما. ترسل المفتشية نسخة من الورد الفردي إلى مكتب التحقيقات بالمديرية الولائية أين يربط بين المديرية الولائية والجهوية، والتي ترسل بدورها تقرير التحقيق المحاسبي إلى المديرية العامة للضرائب.
- 3-2- التحقيق المعمق في مجمل الوضعية الجبائية:** يهدف هذا التحقيق إلى التنسيق بين المداخل المصرح بها من جهة والذمة المالية ومختلف ممتلكات المكلف من جهة أخرى وهو امتداد للتحقيق المحاسبي. وقد تم إدخال هذا النوع من الرقابة وفقا للمادة 132 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة 1992، أين تقوم المديرية الفرعية للرقابة الجبائية بطلب كافة التوضيحات التي تراها ضرورية لعملية الرقابة وذلك بإرسال إشعار بالتحقيق المعمق في مجمل الوضعية الجبائية مرفقة بوثيقة "وضعية الأملاك" إلى المكلف لتقديم المعلومات اللازمة. والمعزى من عملية التحقيق المعمق في مجمل الوضعية الجبائية هو حوصلة ما هو في ذمة المكلف من خلال تحليل الحسابات البنكية وغيرها من المؤسسات المالية التي تتعامل مع المكلف.

3-3- تكوين لجان التنسيق للرقابة الجبائية: بموجب القرار الوزاري رقم 23 الصادر في 23 جانفي 1994 والمعدل بالقرار الصادر في 22 فيفري 1995 والمتعلق بتشكيل لجان التنسيق وتحديد مجال اختصاصها، تم إنشاء لجان التنسيق على ثلاثة (03) مستويات وهي:

أ- لجان التنسيق على المستوى المركزي: تم تأسيس لجان التنسيق بين الإدارات-ضرائب، جمارك، تجارة- حيث تقوم كل إدارة باختيار ممثلين عنها على المستوى المركزي، الجهوي وكذا الولائي، وينبغي أن تتوفر فيهم شروط النزاهة والخبرة المهنية التي لا تقل عن ثلاث (03) سنوات على أن تكون لكل ممثل رتبة مراقب على الأقل. ويمثل أعضاء اللجنة على المستوى المركزي كل من:

- مديرية العمليات الجبائية التي تمثل المديرية العامة للضرائب.

- المفتش المركزي للتحقيقات الاقتصادية الذي يمثل وزارة التجارة.

- المدير المختص في محاربة الغش الذي يمثل المديرية العامة للجمارك.

تجتمع اللجنة على المستوى المركزي مرة كل شهر برئاسة متناوبة بين (الضرائب، الجمارك، التجارة) حسب ما نصت عليه المادة الأولى من القرار السابق.

ب- لجان التنسيق على المستوى الجهوي: بموجب المادة 07 من القرار الصادر في 22 فيفري 1995، تم تأسيس اللجنة الجهوية التي تتكون من أعوان الإدارات الثلاث والممثلين في:

- المدير الجهوي للضرائب ممثلا عن المديرية العامة للضرائب.

- المفتش المركزي للتحقيقات وقمع الغش ممثلا عن وزارة التجارة.

- مسؤول قطاع مكافحة الغش ممثلا عن المديرية العامة للجمارك.

ج- لجان التنسيق على المستوى لولائي: في إطار المادة 07 من القرار سالف الذكر، تم إنشاء لجنة ولائية تمثل الإدارات السابقة وتتكون من:

- المدير الولائي للضرائب ممثلا عن المديرية الولائية للضرائب.

- المدير الولائي للمنافسة والأسعار ممثلا عن وزارة التجارة.

- مسؤول قطاع مكافحة الغش بالنسبة لمدير الجمارك.

بالإضافة إلى تحديد الأعوان قد أقر القانون آلية عمل اللجان الثلاث، حيث تعمل على:

- تحقيق رقابة مشتركة-ضرائب، جمارك، تجارة- من خلال قمع الغش وتنظيم سير العمليات.

- العمل على تنفيذ القوانين من خلال التنسيق القطاعي المشترك بينها.

- تدعيم الاتصال بين الضرائب والتجارة مع الجمارك، خاصة وأن الانفتاح على العالم الخارجي وتطور عمليات الاستيراد والتصدير أدى كل ذلك بالمتعاملين الاقتصاديين إلى استغلال الثغرات لحسابهم، مما انعكس سلبا على الإيرادات الجبائية.

هنا يكمن دور إدارة الجمارك في قمع الغش وإعطاء كافة المعلومات المتعلقة بعمليات التصدير والاستيراد إلى الإدارات الأخرى المكمل لها. وعليه، يمكن التتويه بأهمية الدور الذي تلعبه مصالح الرقابة الجبائية في تحقيق إيرادات جبائية إيجابية وبالتالي تحقيق التوازن بين الإيرادات والنفقات للوصول إلى تنمية محلية حقيقية.

مما سبق، يتضح جليا تسلسل الإصلاحات والتي مست الجانب التنظيمي والتشريعي للمالية المحلية والإدارة المحلية في الجزائر، وبعد إصلاح 1992 نقطة التحول للمالية المحلية في الجزائر وتبعه الإصلاح الذي تم في 1995 وأخيرا إصلاحات 2007 والتي بدأ العمل في تطبيقها انطلاقا من الفاتح جانفي 2008. ومنه، فإن ضعف الجباية المحلية

يعد سببا في استمرارية تبعية الجماعات المحلية للسلطة المركزية في مجال الجبائية المحلية وعدم إعطائها الصلاحيات الكافية في إنشاء ضرائب نوعية وتحديد وعائها.

وعليه، فالجبائية المحلية تعاني من مشاكل ومعوقات تحول دون تمويلها لبرامج التنمية المحلية على مستوى بلديات الوطن، وتتمثل تلك المعوقات في سوء التسيير وتعدد التشريعات إضافة إلى الغموض الذي ينتاب بعض النصوص التشريعية مما أدى إلى استفحال ظاهرتي الغش والتهرب في أوساط المكلفين بالضريبة.

الخلاصة:

من خلال ما سبق تم التوصل إلى أن الجماعات المحلية تعتمد في تمويلها على مصادر داخلية وخارجية، لكن في الأصل يتم تمويل ميزانيتها بالموارد الجبائية التي تمثل نسبة 90% من الموارد الإجمالية (الذاتية والخارجية). وقد شهدت ميزانيات البلديات عبر الوطن عجزا سنويا خلال سنوات متتالية في الموارد الجبائية؛ حيث تسببت ظاهرتي الغش والتهرب الضريبيين في انخفاض الحصيلة الجبائية وتقويت الملايين من الدينارات على خزينة الدولة والجماعات المحلية.

وعلى العموم تعد أسباب عجز الجبائية المحلية الجزائرية في تغطية العجز المالي للبلديات متعددة ولا يمكن حصرها في سبب واحد، فعدم استقرار النظام الضريبي يمثل أحد أبرز الأسباب من خلال التقلبات في معدلات الضرائب و وعائها، كما تعد القوانين الصادرة كل سنة سبباً في تدمير المكلفين من جهة والإدارة الجبائية من جهة أخرى، ناهيك على سوء التسيير الذي تعاني منه الإدارة المحلية، مما أدى إلى تعطيل عجلة التنمية المحلية نظراً لنقص التأطير في مجال الجبائية، فضلاً على نقص الوعي الجبائي لدى المكلفين لاعتقادهم الخاطئ أن الضريبة إعتداء على شخص المكلف بالضريبة وأمواله.

ومن أجل تطوير الجبائية وتمكنها من تغطية العجز المالي للبلديات فإن الدراسة توصي بما يلي :

- تعميق إصلاح النظم الضريبية المركزية والمحلية وتحسين فعالية الإيرادات، بما يضمن تشكيل محاور فعالة لتوجيه السياسة الاقتصادية العامة؛
- إعداد برامج توعية للمواطنين والأحزاب السياسية، بغية تنمية الوعي بأهمية الضريبة والرفع من درجات تحمل المسؤولية خاصة على المستوى المحلي؛
- تكوين الموارد البشرية للجماعات المحلية وللمصالح الضريبية، بالشكل الذي يؤدي إلى معالجة مشكلة سوء التسيير وعدم كفاءة السلطات المحلية من جهة، وإلى المساهمة في تقليص ظاهرتي الغش والتهرب في أوساط المكلفين بالضريبة من جهة أخرى؛
- التنسيق بين الجماعات المحلية وبقية القطاعات ذات العلاقة بالملف الضريبي، سيفعل الرقابة الجبائية والمجتمعية ويضمن تطور الجبائية المحلية ويحد من آثار التهرب الضريبي؛
- تحديد واضح للمسؤوليات وتعريف دقيق للموارد الجبائية الخاصة بالجماعات المحلية، وذلك بهدف ترميمها وإزالة الغموض والتعقيدات الذي ينتاب بعض النصوص التشريعية، مما يؤدي إلى تحقيق إلتزام أكبر في جمع الضريبة وإعادة توزيعها.

الهوامش والمراجع:

- ¹ لخضر مرغاد، "واقع المالية المحلية في الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم المالية، كلية الاقتصاد وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001، ص: 165.
- ² عبد القادر بن منصور وآخرون، "آليات وأدوات تدخل البلدية الجزائرية في مجالات التنمية في ظل تراجع دور الدولة المركزية"، ملتقى دولي حول الحكم المحلي والتنمية المحلية: حالة دول البحر الأبيض المتوسط، جامعة منتوري، قسنطينة، 27-26 أبريل 2003، ص: 348.
- ³ A. Souna, "système de financement des collectivités locales en Algérie : réalité et perspectives", mémoire de fin d'études de troisième cycle en finances publiques, institut d'économie douanière et fiscalité, 2006, P P: 125-140.
- ⁴ لتوضيح أكثر حول نظام المعلومات الجبائي يمكن الرجوع إلى: عيسى براق، "دور الرقابة الجبائية في محاربة الغش الضريبي: دراسة النظام الرقابي الجبائي الجزائري"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، فرع مالية، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2001-2000، ص ص: 138-122.
- ⁵ S.Benaissa, L'aide De L'état aux Collectivités Locales, Office Des Publications Universitaire, 1990, p 168.
- ⁶ بورقعة الهاشمي، توزيع الجباية المحلية ولا مركزية المهام، مذكرة نهاية الدراسة، المعهد التونسي المغاربي للجباية والجمارك، 2000، ص ص: 90-85.
- ⁷ المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، "التطور الذي يجب إضفاؤه على تسيير المالية المحلية في منظور اقتصاد السوق"، جويلية 2006، ص ص: 63-60.
- ⁸ L'ordonnance n°75-35 du: 29/ 04/ 1975, à propos Du plan comptable communal.
- ⁹ Décret n°67-144 du 21 Juillet 1967, Pour les petites communes, décret n°84-71 du 17 Mars 1984, Pour les communes chefs-lieux de wilayas et de daïras.
- ¹⁰ Circulaire interministérielle, Vu le 09Aout2003, Concerne la collecte de l'impôt.
- ¹¹ Journée national pour L'amélioration du recouvrement de l'impôt, rapport du 4^{ème} commission, p: 10.
- ¹² Circulaire interministérielle, Op-cit, Vu le 09Aout2003, Concerne la collecte de l'impôt.
- ¹³ Circulaire interministérielle, Amélioration des ressources des collectivités locales, n°26, le 11 Mai 1994.

مدخرات القطاع العائلي في الجزائر بين الواقع والطموح

دراسة تحليلية للفترة (1970-2013)

The Savings Of The Household Sector In Algeria Between Reality And Ambition :

An analytical Study for the period (1970-2013)

أحمد سلامي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير جامعة ورقلة ، الجزائر

sellami.ahmed.78@gmail.com

ملخص :

يهدف هذا البحث إلى بيان أهمية مدخرات القطاع العائلي، بالإضافة إلى التعرف على حجمها ضمن مكونات المدخرات المحلية، والوقوف على أهم نقاط الضعف التي تعاني منها عملية تعبئتها في الجزائر خلال الفترة الممتدة من سنة 1970 إلى غاية 2013، وهذا بغية معالجة مواطن الضعف والتقدم بمجموعة من الحلول للرفع من مستواها والوصول إلى الطموح المرتقب. النتائج أظهرت بأن للمدخرات العائلية أهمية بالغة كمصدر لتوفير الموارد المالية الحقيقية لتمويل البرامج الاستثمارية. كما بينت النتائج الإمكانيات الادخارية المعتمدة المتاح لدى العائلات الجزائرية خاصة منذ بداية سنة 1996. ورغم ذلك فلا تزال هناك عقبات تحول دون تعبئتها بالشكل السليم، وهو ما يؤدي إلى قصور الادخار الفعلي عن الادخار الممكن في كثير من الأحيان، ونخص بالذكر انخفاض متوسط الدخل الحقيقي للفرد الجزائري الذي مرده إلى الفقر وانتشار البطالة، وكذا نمط توزيع الدخل وارتفاع معدل الإعالة، والوازع الديني للأفراد بسبب معدلات الفائدة، وتنامي أسلوب البيع بالتقسيط مع انتشار الاستهلاك الترفي وضعف الوعي المصرفي والتأميني بشكل عام، إلا أن ذلك لا يشكل عقبة غير قابلة للتخطي خاصة إذا توفرت سياسة ادخارية فعالة.

الكلمات المفتاحية : مدخرات، قطاع عائلي، اقتصاد جزائري، بطالة، معدل إعالة.

Abstract :

This research aims to show the importance of the savings of the household sector, as well as to identify its size in the components of domestic savings, and stand on the most important weaknesses afflicting the process packaged in Algeria during the period from 1970 until 2013, and that in order to address the weaknesses and give solutions to raise the level of savings and to reach the prospective ambition. The results showed that the savings families have a great importance as a source for the provision of financial resources to finance investment programs. The results also showed the potential savings considered available to the Algerian families, especially since the beginning of the year 1996. Nevertheless, there are still obstacles to packaged properly, which leads to the lack of actual savings from the savings possible in many cases, most notably the decline in average real per capita income Algerian, which is due to poverty and wide spread unemployment, as well as the pattern of income distribution and a high rate of dependency, and the religious faith of the members because of interest rates, and the growing method of selling in installments with the spread of consumption recreation and lack of awareness of banking and insurance in general, but that is not an obstacle insurmountable, especially if there is an effective policy savings.

Keywords : Savings, Sector family, Algerian economy, Unemployment , Dependency ratio.

تمهيد :

يُعتبر الادخار ظاهرة اقتصادية أساسية في حياة الأفراد والمجتمعات، وقد أصبحت المدخرات إحدى المصادر الأساسية لتمويل التنمية والتقدم الاقتصادي والاجتماعي للمجتمعات. وعند النظر إلى مدخرات القطاع العائلي في الجزائر، نجد أنها لاتزال تعاني من عقبات عديدة تؤدي إلى قصور المدخرات الفعلية عن المدخرات الممكنة في كثير من الأحيان، ولازالت الحلول المطروحة لمعالجة هذا القصور غير فعالة، فهي تعالج الظواهر دون الوصول إلى أسبابها. ويعتقد الباحث أن هناك حاجة ملحة للقيام ببحث يهدف لتسليط الضوء على واقع المدخرات العائلية في الجزائر والخروج بنتائج عملية تفيد في إبراز العوائق التي تعاني منها، ومن ثم اقتراح الحلول التي من شأنها النهوض بحجم الادخار وتفعيل دوره في تمويل الاستثمارات التنموية، وعليه تتلخص إشكالية هذا البحث في السؤال الرئيسي التالي :

ما هي أهم العوائق التي تعانيها المدخرات العائلية في الجزائر، وما هي الحلول الممكنة للنهوض بها ؟

من أجل تسليط الضوء على أهم جوانب الموضوع، سنسعى للإجابة على الأسئلة التالية :

- فيما تتمثل مدخرات القطاع العائلي وما أهميتها الاقتصادية ؟

- ما هو واقع الادخار العائلي في الجزائر ؟

- ما هي أهم عقبات تعبئة الادخار العائلي في الجزائر ؟

- ما هي سبل معالجة عقبات الادخار العائلي في الجزائر ؟

تأسيسا على ما تقدم، قمنا بتحديد الفرضية التالية كأساس ومنطلق لمناقشة موضوع البحث، وهي :

توجد مدخرات عائلية هامة في الجزائر ولكنها كامنة نتيجة لمشكلات عديدة.

لغرض الإجابة على الأسئلة الأساسية لهذا البحث، سنعتمد على طرق التحليل الاقتصادي الكلي، المستند على مبادئ التحليل العلمي، والتي تعتبر وسيلة يمكن بواسطتها فهم واقع الادخار العائلي في الجزائر، بطريقة تؤدي إلى إظهار الأهمية الاقتصادية له على المستوى الفردي وعلى مستوى الدولة، كما تكشف عن أهم العوائق التي تحول دون تعبئته بالشكل السليم، وتحاول في نفس الوقت أعمال المعرفة لاكتشاف الحلول الممكنة لتجاوز الآثار الاقتصادية المترتبة عن تلك العوائق. لتحقيق أهداف الدراسة سنقوم باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وسنعتمد على أدوات الإحصاء الوصفي عند تحليل البيانات. وقد اعتمدت الدراسة على عدة مصادر للبيانات، وذلك للوصول إلى بيانات أكثر دقة، من هذه المصادر : الديوان الوطني للإحصائيات من خلال موقعه على الإنترنت، ومن خلال الدوريات التي يصدرها. بالإضافة إلى تقارير بنك الجزائر، وتقارير صندوق النقد الدولي، وعلى قاعدة بيانات البنك الدولي حول مؤشرات التنمية في العالم (WDI).

1- مدخرات القطاع العائلي وأهميتها الاقتصادية :

1.1 - مفهوم مدخرات القطاع العائلي :

تمثل مدخرات القطاع العائلي الفرق بين الدخل الكلي المتاح للإنفاق العائلي وبين حجم الاستهلاك العائلي، وبالطبع فإن الدخل الكلي المتاح هو عبارة عن الفرق بين حجم الدخل الكلي والضرائب المباشرة¹. ويعتبر الادخار الذي يقوم به الأفراد في القطاع العائلي ادخارا اختياريا، ذلك أنه يتم بمحض رغبتهم واختيارهم ومن تلقاء أنفسهم، ويتم ذلك بالامتناع عن إنفاق جزء من دخولهم على أغراض الاستهلاك دون ضغط أو إلزام في تكوين هذه المدخرات². وإن السبب الرئيسي خلف دوافع الادخار لدى الفرد، تكمن في معرفته بأنه يُؤدّ مستهلكا ويموت مستهلكا، بينما سنوات الإنتاج والحصول على مقابل تكون دائما أقل من سنوات الاستهلاك والإنفاق³. وتقوم عملية الادخار على دعمتين أساسيتين هما : القدرة الادخارية والرغبة الادخارية ؛ فالقدرة الادخارية هي قدرة الفرد على تخصيص جزء من دخله من أجل المستقبل، وهي تُحدّد بالفرق بين حجم الدخل وحجم الإنفاق، ويتوقف هذا الأخير على نظام معيشة الفرد

وسلوكه وتصرفاته، ومن ثم، فإن القدرة الادخارية ليست متوقفة على حجم الدخل المطلق، بل هي مسألة نسبية تختلف من فرد إلى آخر، وتتغير بتغير الظروف. أما الرغبة الادخارية فهي مسألة نفسية تربوية، تقوى وتضعف تبعا للدوافع التي تدعو للادخار، ومقدار تأثير الفرد والطبقات الاجتماعية بهذه الدوافع⁴.

2.1 - الأهمية الاقتصادية لمدخرات القطاع العائلي :

تُعد قضية الادخار من أهم القضايا التي ركز عليها الفكر الاقتصادي كركيزة من ركائز التنمية الاقتصادية، فقد ارجع الاقتصادي نيركسه الفقر الذي تعاني منه البلدان النامية إلى عدم قدرة الأفراد على الادخار، مما يعني انخفاض عرض رأس المال وانخفاض معدل النمو الاقتصادي⁵. وتكتسي المدخرات الفردية أهمية بالغة من حيث مساهمتها في تحقيق إضافات لرأس المال، الذي يستثمر في خطة التنمية ورفع المستوى المعيشي العام⁶. وتعتبر هذه المدخرات أهم مصادر الادخار في الدول النامية، وذلك بالمقارنة مع الدول المتقدمة⁷. لذا لمست معظم هذه الدول أهمية المدخرات في دفع عجلة التنمية الاقتصادية واستمرارها، ومن ثم استمرار التقدم والنشاط الاقتصادي وضمان الاستقرار، إذ تُعد المدخرات الدعامة الأساسية للاستثمار. لذا عملت هذه الدول بمختلف مذهبها السياسية على تنمية الوعي الادخاري بين أفرادها بشتى الطرق، وجذب هذه المدخرات وتجميعها، لاستخدامها في تمويل التنمية الاقتصادية، بما يتفق وأهداف الدولة، وبما يعود على المجتمع بالنفع العام. وإذا كانت أهمية الادخار سواء للفرد أو للدولة أوضح ما تكون في الأحوال العادية، فإنها أشد وضوحا وأكثر إلحاحا في مراحل التنمية والتطور، إذ تؤدي المدخرات خدمات جلية للفرد وللدولة.

1. 2.1 - أهمية المدخرات بالنسبة للفرد :

مع تعدد العوامل التي تدفع الفرد إلى الادخار، تأتي أهمية الادخار لتزيد من الاتجاه إليه والترغيب فيه، وهناك العديد من المؤشرات التي تؤكد على أهمية المدخرات كمصدر تمويل هام، وخاصة الادخار العائلي بالنسبة للأفراد، والذي تتراوح نسبته في الدول المتقدمة بين 10% و 15% من دخولهم، علما أن المتوسط العالمي هو 13%⁸. فهذا الشكل من المدخرات يعتبر الأكثر استقرارا، لأن التقلبات التي يشهدها هذا الأخير تُعتبر أقل بكثير من تلك التي يعرفها ادخار قطاع الأعمال والادخار الحكومي. وذلك يعود إلى أن فقرة الرواتب والأجور داخل الاقتصاد هي أصعب في التخفيض من فقرات الدخل الأخرى، خاصة بالنسبة للعاملين في القطاع الحكومي⁹. وإن الضرورة الحيوية للادخار إنما تتبع من كون الادخار ذا فائدة مزدوجة لكل من الفرد والدولة في آن واحد¹⁰. ويمكن تحديد أهمية الادخار على نحو واقعي وعملي ملموس، إذ أنه يُمكن للفرد الذي يمارس الادخار على نحو متواصل ومنتظم استخدام مدخراته فيما يلي :

(1) لتأمين المستقبل ؛ فالادخار له تأثيرا كبيرا في حياة الفرد، وهو يشكل صمام الأمان بالنسبة للمستقبل الغامض المبهم الذي يتسم بعدم اليقين. فالفرد المتيقظ للمستقبل، يدفعه تفكيره في السنين القادمة والاحتياط لها إلى تخصيص جزء من دخله بعيدا عن حاجة الاستهلاك، ليُخصص لتكوين رصيد نقدي مُدخر يستطيع أن يجابه به أحداث المستقبل. فيستطيع عن طريق ما يدخره أن يواجه الظروف السيئة التي قد تأتي بها السنين المقبلة، كالمرض أو العجز أو الشيخوخة - إذ قد يعجز الفرد لأي سبب من الأسباب عن مواصلة العمل بوظيفته أو مهنته المعتادة - أو حدوث أي ظروف طارئة أو غير متوقعة تستدعي نقودا حاضرة. وهو الأمر الذي يحتاج بطبيعة الحال إلى نفقات استثنائية يعجز الدخل المنتظم عن تدبيرها أو تحملها، مما يستدعي بالفرد إلى الإنفاق من هذه المدخرات. فمن الضروري إذن الاحتياط للمستقبل الغامض والاهتمام به، فلا يجب أن ينصب اهتمامنا على الحاضر فحسب، بل يجب التفكير في الأيام والسنين المقبلة، والاستعداد لها أحسن استعداد عن طريق الادخار ؛

(2) لتحسين مستوى معيشة الفرد في المستقبل ؛ حيث يستطيع الفرد عن طريق استثمار المدخرات في مشروع معين يُدر دخلا، إضافة إلى الدخل الذي يحصل عليه الفرد من وظيفته أو مهنته الاعتيادية، أن يرفع من مستوى معيشته ومعيشة أسرته، وأن يقابل زيادة مطالب الحياة في المستقبل. فمن المعروف أن مطالب الحياة تزداد على مر السنين، وتقتضي بالتالي وجود أرصدة نقدية كافية لمواجهةها. إذ يتمخض عن تقدم الحياة الاجتماعية تزايدا في الحاجات الإنسانية التي يرغب الفرد دائما في إشباعها. وهذا أمر بديهي، فلو أننا ألقينا نظرة سريعة على تطور الحياة الاجتماعية، لوجدنا أن الحاجات التي كان الفرد يرغب في إشباعها في الماضي تعتبر ضئيلة بالنسبة للحاجات المتعددة الكثيرة التي يزخر بها عصرنا الراهن، ويأمل الفرد إشباعها. غير أنه لما كان دخل الفرد محدودا، ولا يستطيع أن يشبع به كل حاجاته المتعددة، فإن تحقيق ما يصبو إليه يقتضي منه أن يقطع جزءا من دخله المحدود – طالما أن هذا الدخل يزيد عن حد الكفاف – ليُكوّن به رصيда يُمكنه في المستقبل القريب من تحقيق رغباته. فيستطيع بذلك أن يتمتع في المستقبل باستهلاك حقيقي أكبر من الاستهلاك القليل في الحاضر ؛

(3) لتحقيق السعادة للفرد ولعائلته ؛ فيستطيع الفرد عن طريق الادخار أن يحقق السعادة، فالفرد المتيقظ لمطالب الحياة المستمرة، والذي يمكنه أن ينظر إلى الأمور نظرة بعيدة المدى، غالبا ما يدفعه تفكيره في أولاده وعائلته إلى الادخار، ليتمكن عن طريقه من مواجهة ما تتطلبه تربية وتعليم أبنائه، وضمان حياة مستقرة لائقة لهم. كما أن الفرد قد يقوم بالادخار من أجل توريث قدر من الثروة لأبنائه بعد مماته. فقد يدفعه تفكيره في مستقبل أبنائه وعائلته أن يقوم بتكوين رصيدين من الادخار يعينهم في الحياة بعد مماته. ولعل هذا هو السبب الذي يدفع الكثير من الأفراد إلى عمل بوالص للتأمين لمواجهة مثل هذه الظروف. وهذه البوالص في الحقيقة تؤدي وظيفة اجتماعية هامة، بإجادةها ضمانات للأسر التي تفقد عائلها في بعض الظروف السيئة، ومن هنا قيل بحق أن الادخار فضيلة اجتماعية ؛

(4) لتنفيذ مشروع استثماري ؛ فيستطيع الفرد عن طريق الادخار أن يقوم بتنفيذ مشروع ما يُرآود خاطره، ويتوقف ادخار الفرد هنا على معدل الكفاية الحدية لرأس المال. بمعنى أن الفرد إذا وجد أمامه فرصة سانحة ليصبح مالكا لمشروع تجاري أو لمصنع يدر عليه ربحا مجزيا، أو أن يصبح مالكا لمنزل أو عقار يدر عليه دخلا لا بأس به، أو لقطعة أرض تأتي له بدخل معقول، فإن ذلك يشجعه على الادخار ويدفعه إلى العمل بكل وسيلة لأجل تحقيق أمنيته. فالادخار في الحقيقة يعتبر قوة اقتصادية يستعين بها الفرد على قضاء بعض حاجاته المستقبلية عند اللزوم، وينمي بها ثروته وثروة مجتمعه، فمن خلال توفر رؤوس الأموال ونماؤها تشكل القوة التي تقوم عليها الصناعات والمشاريع التي تعود بريعتها على الأفراد والدولة، فلولا توفر الأموال وادخارها واستثمارها لما تشكلت رؤوس الأموال، ولما قامت التجارات، ولا الزراعات ولا الصناعات وغيرها بالمستوى الذي يحقق ازدهار الدولة وتقدمها الاقتصادي. فالادخار أمر تفرضه الضرورة وتحتمه المصلحة، وهو وسيلة للنماء والتمكين من الإنفاق وخير معين عند النوائب¹¹

(5) لتنمية قدرة الفرد على تحمل المسؤولية وتدريبه على عمليات التخطيط الجيد، والإنفاق وفق احتياجاته الحقيقية. فالادخار بذاته يُعد سببا للحيلولة دون الإسراف والتبذير، وكلما زادت قدرة الناس على الادخار فسوف يبتعدون عن طبيعة الاستهلاك المفرط إلى حد كبير. أضف إلى ذلك، لاطمئنان الفرد على أمواله تجاه أية خطورة قد تطولها مثل السرقة أو غيرها، باعتبار أن هذه المدخرات هي في حالة أمن أكيد عادة وهي مودعة لدى البنك.

2.1.2 – أهمية المدخرات بالنسبة للاقتصاد الوطني :

يكتسب الادخار أهمية كبيرة لأي دولة، باعتباره أحد أهم العوامل اللازمة لإحداث التنمية الاقتصادية، وهذه الأخيرة تنطوي في حقيقة الأمر على معدل مرتفع للنمو الاقتصادي. ويرى الكثير من الاقتصاديين أن التنمية الاقتصادية

بالدول النامية يجب أن تتسم بالطفرة والضخامة حتى تكون فعالة¹². وللتدليل على ضرورة استثمار حد أدنى من الموارد الاقتصادية لإنجاح أي برنامج أو خطة تنمية، يشبه الاقتصاديون الاقتصاد القومي بالطائرة التي تحتاج إلى دفعة قوية كي تبدأ سيرها، وتتخلص من الجاذبية الأرضية، وبالقياس لابد من حد أدنى من الجهد الإنمائي الذي يجب بذله، قبل أن يتسنى التغلب على المقاومة الذاتية لعوامل التخلف¹³. وحتى تتمكن الدولة من ذلك، يتطلب الأمر ضرورة تعبئة قدر كاف من الادخار، تستطيع بموجبه أن ترفع من مستويات المعيشة المنخفضة إلى مستويات عالية من الرفاهية الاقتصادية في فترة وجيزة من الزمن. فالادخار يتيح للبنوك التجارية توفير المزيد من القروض لأصحاب المشاريع الإنتاجية والتجارية والخدمية داخل الدولة، وهذا له فوائد كبيرة على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والسياسي في آن واحد، وهي بصورة رئيسية تتمثل فيما يلي :

(1) حفز النمو الاقتصادي وتمويل برامج التنمية :

بالرغم مما لقي موضوع الادخار من اهتمام في الفكر الاقتصادي، وفي كافة مراحل التطور الاقتصادي، إلا أنه لا يزال من أهم المواضيع التي تلقى العناية والاهتمام في مجال البحث العلمي، باعتباره يمثل أحد أهم مصادر تمويل عمليات التنمية الاقتصادية، إن لم يكن أهمها على الإطلاق، كما يمثل أحد وسائلها لتحقيق النمو الاقتصادي في معظم الدول بمختلف مستوياتها، لاسيما النامية منها، والتي هي في أمس الحاجة لهذا الادخار من أجل تمويلها للاستثمار. فمن المعلوم أن تسريع معدلات النمو الاقتصادي ضرورة حياتية للدول النامية مهما كان مستوى تطورها. إذ أن الزيادة الكبيرة في معدلات النمو هي وحدها التي تمكن هذه الدول من تحقيق تنميتها، وإلغاء الفجوة الضخمة التي تفصل اقتصادياتها عن اقتصاديات البلدان المتقدمة. لذلك، فإن قضية تنمية الادخار تعد من أهم قضايا النمو والتنمية. وإن الحديث في إمكانية تحقيق التنمية من دون وجود الأموال اللازمة لها، يُعد كلاما بعيدا عن المنطق والواقع، ذلك أن الانطلاق في عملية التنمية الاقتصادية يتطلب رصد الأموال الضرورية والكافية لمتطلبات النشاط الاقتصادي، ومن هنا تبرز أهمية الادخار في إمداد الاقتصاد بالتمويل اللازم لتنفيذ برامج التنمية. كما أن إحداث دفعة قوية في النمو الاقتصادي هو ليس بالأمر السهل أو اليسير، إذ أن ذلك يقتضي القيام بإنشاء وتنفيذ كثير من المشاريع الإنتاجية الجديدة، وتوسيع الطاقة الإنتاجية للمشاريع القديمة. وكل هذا يحتاج إلى قدر كبير من رؤوس الأموال لتمويل هذه المشاريع، أي يحتاج إلى معدل كاف للادخار ؛ فهذا الأخير يعتبر مصدرا هاما للتمويل الذاتي في عمليات التوسع الاستثماري. وهذه الاستثمارات التي تكون في صورة كيانات أو مشاريع اقتصادية فعالة، ستزيد من نطاق القاعدة الإنتاجية المحلية، وتحد من أثر التراجع في العائدات النفطية على بنية الاقتصاد الوطني، فالادخار له أهمية كبيرة في الإسراع بعملية التنمية وحفز الاستثمار ؛ إنه السبيل الوحيد لرفع معدلات النمو الاقتصادي، وخير وسيلة لتمويل برامج الاستثمار.

(2) التقليل من معدلات البطالة :

إن الادخار يعمل على التقليل من معدلات البطالة، وهذا من خلال إيجاد وظائف جديدة، نتيجة لشرع مشاريع استثمارية جديدة بفضل هذه المدخرات، وأرباح هذه المشاريع الجديدة نفسها إنما تساعد على توسيعها، باتجاه استيعاب المزيد من قوى العمل في أكثر من مجال. كذلك خلق موارد نقدية جديدة للدولة، وذلك بواسطة الضرائب المفروضة على هذه المشاريع، بالإضافة إلى تحضير الاستهلاك، وهو الأمر الذي يفضي بدوره إلى توسيع نشاطات الإنتاج والخدمات، وذلك من خلال حصول العاملين الذين كانوا عاطلين سابقا على دخول ينفقونها على ما يحتاجونه من سلع وخدمات، وهو ما يؤدي إلى زيادة أصحاب المشاريع لنشاطاتهم في مجالي الإنتاج والخدمات، بحكم زيادة معدل الطلب الكلي على السلع والخدمات.

(3) التخفيف من حجم المديونية الخارجية :

إن الخلل بين الناتج الإجمالي المحلي والاستهلاك النهائي يؤدي إلى تزايد الاعتماد على العالم الخارجي في تمويل الاستثمارات، مما يترتب عليه تزايد حجم المديونية الخارجية إلى درجة قد تتعدى حدود الأمان. وهذه الأخيرة ليست حلا ؛ حيث تعتبر مسكنا يتيح نقودا، ويكبل الدولة لسنوات كثيرة قادمة ويعوق النمو الاقتصادي. وعليه، فالعلاج لا يكمن في مجرد مزيد من تدفق الموارد الأجنبية، وإنما في زيادة إنتاجية عوامل الإنتاج من جهة، وتعبئة المدخرات من جهة أخرى والتركيز عليها كشرط ضروري لنجاح التنمية والتحرر من المديونية¹⁴. كما يجب أن يُوجه الادخار نحو الاستثمارات التي تساعد البنية الاقتصادية على التوسع أفقيا أو عموديا. ومن هنا سيعمل الادخار على التقليل من اعتماد الدولة على القروض الخارجية، وما يترتب عليها من آثار ضارة، وبالتالي تخفيف العبء الواقع على كاهل الدولة جراء تسديد الديون الخارجية وفوائدها.

(4) التخفيف من حدة التضخم :

تبرز أهمية الادخار في التخفيف من حدة مصادر الضغط التضخمي الذي غالبا ما يصاحب عملية التنمية. فالبلاد المتخلفة تنتم اقتصادياتها بضالة مرونة دوال العرض في الأجل القصير. ولما كانت التنمية يصاحبها زيادة ملموسة في حجم الطلب الفعال، فإن هذا الوضع الذي ينطوي على اختلاف التناسب بين التغير في تيار الإنفاق النقدي والتغير في الحجم الحقيقي للسلع والخدمات، يؤدي إلى إحداث نزعات تضخمية تصيب النشاط الاقتصادي في مرحلة التنمية، ويصعب التحكم فيها. ويبدو هذا الاختلاف بشكل واضح في اختلاف التناسب بين الزيادة في الطلب على السلع الاستهلاكية الغذائية وبين عرض هذه السلع. فمن المعلوم أن زيادة الإنفاق على التنمية يأتي مصحوبا بزيادة واضحة في الإنفاق على السلع الاستهلاكية وتفشي ظاهرة تضخم الأسعار، وخاصة من جانب الطبقات الفقيرة التي يرتفع ميلها الحدي للاستهلاك بدرجات عالية. غير أنه من العسير إحداث زيادة كبيرة في إنتاج السلع الغذائية والاستهلاكية، نظرا لجمود دوال العرض في الأجل القصير، نتيجة لتأخر الجهاز الإنتاجي في الدولة، مما يجعل الضغط على هذه السلع ضغطا كبيرا. ولا يمكن مواجهة هذا الضغط في الأجل القصير، إلا بالاتجاه نحو الاستيراد بمعدلات كبيرة لهذه المواد، مما يولد ضغطا على أرصدة الدولة من العملات الأجنبية. ومن ثم يجب على الدولة عند تخطيط اقتصادياتها أن تقوم بوضع موازين سلعية دقيقة للمواد الغذائية، تكفل تحقيق التوازن بين الموارد والاستخدامات من هذا النوع من السلع. إضافة إلى إعطاء الأولوية في الواردات المستقبلية للتجهيزات اللازمة لمشاريع التنمية بالدرجة الأولى، ولتأمين مستلزمات الإنتاج بالدرجة الثانية، ثم لتأمين حاجات الاستهلاك النهائي بالدرجة الثالثة. وإن أثر الادخار في التخفيف من هذه الضغوط التضخمية، أمر يجب أن نلفت النظر إليه، ذلك أنه طالما أن الحد من زيادة الاستهلاك زيادة كبيرة شرط ضروري لتحقيق الاستقرار النقدي، والتخفيف من حدة التضخم الناشئ عن زيادة الطلب الفعال، فإن سياسة رفع الادخار الذي يمثل خيارا مناسباً لتمويل التنمية، بحيث لا يحمل معه أي أثاراً تضخمية تهدد الاقتصاد، سيؤدي إلى التخفيف من حدة التضخم الموجود مسبقاً. وهذه الوظيفة التي يلعبها الادخار في هذا المجال، وظيفة هامة إذا ما علمنا أن ترك مكافحة التضخم، بحيث أن الأسعار تواصل الإمعان في الارتفاع إلى آفاق بعيدة بصفة مستمرة، أمر قد يؤدي إلى فشل وانهيار سياسة التنمية نفسها، وذلك نظرا للأضرار العديدة التي تتولد عن التضخم. لذلك أصبح وجود المدخرات والمقدرة على تعبئتها، الأمر الحاسم الذي تعتمد عليه الاقتصاديات في نموها، بحيث تتجاوز دورها كمورد أساسي لتمويل التنمية، بل وتعد وسيلة اقتصادية مهمة كفيلا بتقييد الاستهلاك بقصد الحد من الضغوط التضخمية، وضمانا لاستقرار الاقتصادي¹⁵. لذلك أصبحت غالبية الاقتصاديات مهتمة بالبحث في طرق زيادتها، وتأمين توجيهها نحو الاستثمارات المطلوبة.

5) معالجة عجز ميزان المدفوعات :

تقوم المدخرات بوظيفة هامة أيضا، وهي معالجة ميزان المدفوعات من الثغرات التي يواجهها. فالدولة في العادة، تقوم بتكوين قدر معين من المدخرات المكونة من الذهب والعملات الأجنبية، لتواجه بها التقلبات الدورية أو العارضة في ميزان المدفوعات. فمن المعروف أن ميزان المدفوعات وخاصة في الجزائر التي تعتمد على تصدير المحروقات، والتي تكون عرضة للتقلب الشديد في أسعارها يتعرض لوجود عجز، وتقتضي من الدولة أن تكون على استعداد تام لسده. وتلجأ الدولة في هذه الحالة إلى رصيدها المدخر، المكون من الذهب والعملات الأجنبية، لتسحب منه لمواجهة هذه التقلبات على النحو الذي يمكنها من تلافي المشاكل الخطيرة التي تترتب على وجود العجز في ميزان المدفوعات، وهي وظيفة هامة تتكامل مع وظائف الادخار التي سبق الإشارة إليها. وطالما أن الادخار الداخلي السالب يمثل خطورة على متطلبات النمو المتزايد، ويعقد من المسألة الاستهلاكية ذاتها في المستقبل، نظرا لما يترتب عليه من ضعف أو تلاشي للادخار، بل إلى التآكل التدريجي لرأس المال الوطني، وهو ما يؤدي إلى عجز في العمليات الجارية، وهذا العجز يضع أعباء جديدة وضخمة على ميزان المدفوعات، الأمر الذي يهدد الاقتصاد الوطني، ويلتهم احتياطاته ويعطل عملية التنمية الاقتصادية. فإنه في المقابل، سيجنبنا الادخار الداخلي الموجب كل هذه التبعات غير المرغوبة، وسيعمل على حل مشكلة العجز في الحساب الجاري، ونخص بالذكر هنا الادخار الخاص والذي يعتبر ادخار القطاع العائلي أهم مكوناته. لإبراز دور الادخار الخاص في حل مشكلة عجز الحساب الجاري، سنبدأ أولا بمعادلة الدخل والإنفاق في اقتصاد مفتوح¹⁶ :

$$Y = C + I + G + (X - M) + NT$$

حيث Y : الدخل القومي الإجمالي ؛ C : الاستهلاك ؛ I : الاستثمار ؛ G : الإنفاق الحكومي ؛ $(X - M)$: صافي الصادرات ؛ NT : صافي التحويلات الخارجية. وبإعادة ترتيب الحدود أعلاه نحصل على الصيغة التالية :

$$Y - C - G = NS = I + (X - M) + NT$$

حيث NS : الادخار القومي الذي يمكن أن يتحقق بتمويل الاستثمار المحلي أو فائض الحساب الجاري أو بزيادة صافي الاستثمارات الخارجية، ولكن الادخار الوطني يتكون من الادخار الحكومي S^G وهو فائض الميزانية العامة للدولة $(T - G)$ ، والادخار الوطني الخاص S^P الذي يشمل كل من ادخار القطاع العائلي وادخار قطاع الأعمال، أي أن :

$$NS = S^P + S^G$$

$$S^P = NS - S^G$$

من المعادلات أعلاه، وباعتبار أن الحساب الجاري (CA . Current Account) (وهو يضم صافي الصادرات وصافي التحويلات الخارجية) $[CA = (X - M) + NT]$ ، يمكن صياغة الادخار الوطني الخاص على النحو التالي :

$$S^P = I + CA - S^G$$

$$S^P = I + CA - (T - G)$$

$$S^P = I + CA + (G - T)$$

ولإلقاء الضوء على أهمية الادخار الخاص بالنسبة لعجز الحساب الجاري، يمكن إعادة صياغة المعادلة أعلاه على النحو التالي : $CA = S^P - I - (G - T)$. من المعادلة الأخيرة، نجد أن زيادة عجز الميزانية العامة $(G - T)$ يؤدي إلى تقليص فائض الحساب الجاري إن كان هناك فائضا، أو يؤدي إلى تفاقم عجز الحساب الجاري في حالة وجود عجز. كذلك نجد أن لزيادة الاستثمار المحلي أثرا سلبيا مباشرا على الحساب الجاري، أي تؤدي إلى زيادة العجز في الحساب الجاري، وهذا هو الأثر في المدى القصير أو الأثر من جانب الطلب. وبالرغم من ذلك، فليس من المعقول أن يُخفف الاستثمار لمعالجة عجز الميزانية، نظرا للأثار الإيجابية الهامة للاستثمار في المدى الطويل ومن جانب العرض

على زيادة الناتج القومي والفائض التصديري والادخار الخاص، ومن ثم على خفض عجز الحساب الجاري. ومن المعادلة أعلاه، يتضح كذلك أن الادخار الخاص هو صمام الأمان الذي يمكن أن يحد من عجز الحساب الجاري، حيث أن العلاقة موجبة بين الادخار الخاص S^P وفائض الحساب الجاري CA، وهذا بالطبع له بالغ الأثر الإيجابي على ميزان المدفوعات.

2- واقع ادخار القطاع العائلي في الجزائر :

قبل الوقوف على التطورات الحاصلة في ادخار الأسر، تجدر الإشارة إلى أن دراسة سلوك ادخار القطاع العائلي يقتضي الحصول على بيانات فردية. والواقع يشير إلى أنه لا يوجد مسح خاص بادخار الأسر، ولكن مسح لميزانية الأسر، والذي يجمع بيانات الإنفاق والدخل المتاح للأسر، وهذا كما توضحها بيانات الجدول رقم (1) التالي :

الجدول رقم (1) : تطور ادخار القطاع العائلي في الجزائر للفترة (1970-2011)

الوحدة : مليون دج

السنوات	الاستهلاك	الادخار	الدخل المتاح	الميل الحدي للادخار(*)	الميل المتوسط للادخار(*)
1970	13 388,5	3 394,1	16 782,6	/	0,20
1971	14 026,5	2 887,6	16 914,1	-3,85	0,17
1972	16 721,8	2 309,5	19 031,3	-0,27	0,12
1973	17 741,1	3 120,3	20 861,4	0,44	0,15
1974	23 924,5	3 806,3	27 730,8	0,10	0,14
1975	29 522,4	4 081,2	33 603,6	0,05	0,12
1976	34 010,5	4 613,6	38 624,1	0,11	0,12
1977	42 646,0	1 923,8	44 569,8	-0,45	0,04
1978	48 793,2	4 197,7	52 990,9	0,27	0,08
1979	56 216,6	9 926,5	66 143,1	0,44	0,15
1980	67 816,5	14 197,1	82 013,6	0,27	0,17
1981	84 570,3	10 691,4	95 261,7	-0,26	0,11
1982	92 648,5	16 503,2	109 151,7	0,42	0,15
1983	103 048,0	21 086,9	124 134,9	0,31	0,17
1984	122 372,5	11 840,4	134 212,9	-0,92	0,09
1985	136 423,1	16 218,9	152 642,0	0,24	0,11
1986	152 195,1	22 662,1	174 857,2	0,29	0,13
1987	149 865,7	28 873,0	178 738,7	1,60	0,16
1988	208 875,7	29 926,7	238 802,4	0,02	0,13
1989	257 269,8	32 197,1	289 466,9	0,04	0,11
1990	305 042,3	57 329,9	362 372,2	0,34	0,16
1991	410 049,9	112 404,3	522 454,2	0,34	0,22
1992	538 844,5	153 111,1	691 955,6	0,24	0,22
1993	639 067,6	184 377,9	823 445,5	0,24	0,22
1994	826 754,5	145 573,1	972 327,6	-0,26	0,15
1995	1 103 081,9	141 454,8	1 244 536,7	-0,02	0,11
1996	1 319 393,2	171 838,1	1 491 231,3	0,12	0,12
1997	1 411 669,5	199 571,3	1 611 240,8	0,23	0,12
1998	1 531 502,9	275 286,2	1 806 789,1	0,39	0,15
1999	1 642 338,5	360 671,7	2 003 010,2	0,44	0,18
2000	1 684 862,8	420 104,5	2 104 967,3	0,58	0,20
2001	1 817 277,4	548 437,5	2 365 714,9	0,49	0,23
2002	1 955 242,0	576 639,8	2 531 881,8	0,17	0,23
2003	2 090 638,0	660 575,9	2 751 213,9	0,38	0,24
2004	2 333 218,5	702 458,3	3 035 676,8	0,15	0,23
2005	2 510 479,4	894 448,4	3 404 927,8	0,52	0,26
2006	2 647 004,7	1 091 159,4	3 738 164,1	0,59	0,29
2007	2 893 221,4	1 414 376,8	4 307 598,2	0,57	0,33
2008	3 274 309,9	1 610 855,0	4 885 164,9	0,34	0,33
2009	3 677 560,6	1 853 679,2	5 531 239,8	0,38	0,34
2010	4 043 142,1	2 084 959,4	6 128 101,5	0,39	0,34
2011	4 475 513,7	2 786 738,6	7 262 252,3	0,62	0,38

Source : Collections Statistiques N 166/2011, ONS, Alger, pp70-105 & www.ons.dz

(*) : قيم محسوبة من طرف الباحث.

إذا تتبعنا تطور الادخار العائلي في الاقتصاد الجزائري، نلاحظ أنه شهد عدة فترات متباينة :

● **الفترة (1970 – 1989) :** تميز الادخار العائلي بالضعف الشديد في هذه الفترة، وهي التي تُعرف بفترة الاقتصاد الموجه، الذي يعكس مدى تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية، حيث سجل متوسط 1222,87 مليون دج للفترة (1970-1989)، وهو ما أدى إلى انكماش في معدل الادخار العائلي الذي بلغ نحو 13% كمتوسط لنفس الفترة. وقد تزامن ذلك مع فترات انكماش في مستوى الدخل المتاح للأسر، الذي شهد تطورا ولكنه بطيء، ويرجع ذلك إلى صعوبة الظروف التي مر بها الاقتصاد، إذ كان في مرحلة البناء والتطبيق للاقتصاد المخطط، الذي ركز على الجوانب الاقتصادية، وبالتالي أهمل الجوانب الاجتماعية. هذا الوضع ترك آثاره بارزة على ادخار الأسر، حيث كان هذا الأخير يتطور ولكن بطريقة بطيئة جدا. والأمر الآخر الذي ساهم في تدني حجم الادخار الأسري هو ارتفاع معدلات الاستهلاك التي سجلت 87% كمتوسط لنفس الفترة. ويرجع ذلك لعدة أسباب، منها ارتفاع معدلات التضخم؛ انعدام فرص العمل وزيادة فقر السكان، خاصة مع نهاية الثمانينات، أين تقامت الأزمة الاقتصادية للجزائر، وهو ما شكل عبئا ثقيلا للفرد الجزائري، بحيث أصبح من الصعب عليه أن يحافظ على مستواه المعيشي، ناهيك عن أن يرفعه. وإذا أضفنا إلى ذلك، الإهمال في تعبئة الادخار العائلي بغرض تمويل الاستثمار كنتيجة لتزايد الموارد البترولية منذ بداية 1970، يتبين لنا سر تدهور حجم الادخار.

● **الفترة (1990 – 1993) :** شهد الادخار العائلي نموا جد مرتفع في هذه الفترة، حيث سجلت السنوات : 1990 ؛ 1991 ؛ 1992 و 1993 معدلات النمو التالية : 78,06% ؛ 96,07% ؛ 36,21% و 20,42% على التوالي، وهكذا انتقل الادخار الأسري من 57,33 مليار دج سنة 1990 إلى 184,38 مليار دج سنة 1993. وهو ما انعكس في تحسن معدل الادخار العائلي الذي عرف متوسط 20,5% للفترة (1990-1993). والفضل في ذلك يرجع إلى النمو المحسوس في الدخل المتاح للأسر الذي عرف معدلات النمو التالية : 25,19% ؛ 44,18% ؛ 32,44% و 19% خلال السنوات الواردة على الترتيب، حيث انتقل الدخل من 362,37 مليار دج في 1990 إلى 823,44 مليار دج في 1993. وقد تزامن هذا مع نمو الاستهلاك، ولكن بمعدلات أقل بالمقارنة مع نظيره الادخار، حيث سجل معدل نموه القيم التالية : 18,57% ؛ 34,42% ؛ 31,41% و 18,60% خلال نفس السنوات المذكورة، وبهذا انتقل من 305,04 مليار دج في 1990 إلى 639,06 مليار دج سنة 1993. ويمكن تفسير هذه التطورات الإيجابية في حجم المدخرات العائلية بعدة أسباب، قد يكون منها عدم عدالة توزيع الدخل، والذي أفرز فوارق اجتماعية، تمثلت في بروز طبقات غنية وأخرى فقيرة، وتقليص في نسبة الطبقة المتوسطة، وهو ما أدى إلى تمركز المداخيل لدى الطبقة الغنية وبرزت طبقات ثرية تتمتع بنفوذ كبير، وهي الطبقة التي يُعتمد بها في زيادة الادخار العائلي. ذلك أن الطبقة الفقيرة تتميز بارتفاع الميل إلى الاستهلاك وانخفاض الميل إلى الادخار، خاصة إذا أضفنا إلى ذلك اتساع نطاق الفقر، وارتفاع معدلات التضخم في هذه المرحلة، الذي أدى إلى انخفاض القدرة الشرائية، بالإضافة إلى ضعف مداخيل هذه الفئة أصلا.

● **الفترة (1994 – 1995) :** على عكس الفترة السابقة، عرف الادخار العائلي معدلات نمو سالبة سنتي 1994 و 1995 بلغت : (-21,04%) و (-2,83%) على التوالي، وهكذا تدهور الادخار العائلي إلى مستوى 145,57 مليار دج و 141,45 مليار دج على التوالي، بعدما وصل إلى 184,37 مليار دج في 1993، وهو ما أدى إلى تدهور ميله المتوسط، حيث سجل 15% و 11% على التوالي، بعدما وصل إلى 22% سنة 1993. ويمكن إرجاع ذلك إلى النمو الكبير في الاستهلاك الأسري الذي سجل معدل نمو يقدر بـ 29,37% و 33,42% خلال سنتي 1994 و 1995 بعدما وصل إلى 18,60% في 1993، حيث انتقل إلى 826,75 مليار دج و 1103,08 مليار دج خلال سنتي 1994 و 1995 على الترتيب، بعدما سجل 639,06 مليار دج في 1993، وهو ما ساهم في ارتفاع معدل الاستهلاك الأسري

إلى 85% و 89% على التوالي بعدما وصل إلى 78% في سنة 1993. السبب في ذلك يرجع إلى تحرير الاقتصاد، وما انجر عنه من تحرير لأسعار المواد الغذائية ورفع الدعم عنها، بالإضافة إلى موجات التضخم التي أثرت على القدرة الشرائية والحافز على الادخار، ووصول مؤشر البطالة لمستويات خطيرة، مع تباطؤ في معدلات نمو الدخل المتاح نسبة إلى الفترة السابقة، حيث سجل معدل نموه متوسط 23% للفترة (1994-1995) مقارنة بـ 30,20% للفترة (1990-1993)، أضف إلى ذلك زيادة حدة الفقر، بسبب تطبيق برنامج التعديل الهيكلي، وهو ما زاد من معاناة الفرد الجزائري، الأمر الذي ساهم في توجيه جزء كبير من الدخل المتاح نحو استهلاك المواد الأساسية، مما أدى إلى انخفاض المدخرات العائلية. هذا بالإضافة إلى بروز مجموعة من الاضطرابات السياسية والأمنية التي عرفتها الجزائر، والتي أفضت إلى الدخول في دوامة من عدم الاستقرار. الأمر الذي يؤثر سلباً على ادخار الأفراد، ويعمل على زيادة استهلاكهم من سنة إلى أخرى. ففي مثل هذه الأوضاع، عادة ما يلجأ الأفراد إلى تهريب أموالهم إلى أماكن أكثر أمناً، أو العمل على اكتنازها، لعدم تقنتهم في الأجهزة التي تضعها الحكومات في متناولهم، وهذا على الأرجح ما حصل في الجزائر، وهو ما كان له الأثر السلبي على عجلة التنمية الاقتصادية من خلال نقص الاستثمارات وضعف المدخرات المحلية بشكل عام.

- **الفترة (1996 – 2011) :** صار الفرد الجزائري يعطي للادخار أهمية يمكن تلمسها من خلال بيانات الجدول رقم (1)، حيث تزايد معدل الادخار العائلي من سنة لأخرى، فقد انتقل من 12% من الدخل المتاح لسنة 1996 وظل ينمو إلى نهاية فترة المشاهدة أين سجل متوسط 38% سنة 2011، فالادخار أخذ يتحسن تدريجياً مع استقرار الاقتصاد الوطني خاصة منذ بداية سنة 1996، كنتيجة لتحسن الدخل المتاح الذي عرف نوعاً من النمو والزيادة بشكل كبير خلال هذه الفترة، على عكس الفترة السابقة، أين كان ادخار العائلات ضعيفاً نتيجة ارتفاع معدل الاستهلاك الأسري تزامناً مع ضعف الدخل المتاح، وكذا الارتفاع الكبير الذي عرفه معدل التضخم. هذا التحسن أخذ ينمو بشكل سريع خاصة مع تراجع مؤشر التضخم إلى مستويات مريحة بالنسبة للاقتصاد الوطني. فقد شهدت الفترة (1996-2011) معدلات نمو موجبة لقيم الادخار العائلي، بلغت في المتوسط نحو 20,85%، وقد تزامن ذلك مع تباطؤ ملحوظ في نمو الاستهلاك الأسري منذ سنة 1996، حيث بلغ متوسط نموه خلال نفس الفترة نحو 9,20%. وإن الانخفاض في معدلات الاستهلاك خلال هذه الفترة قد انعكس مباشرة في ارتفاع معدلات الادخار، ومن الواضح أن تحركات معدل الاستهلاك هي متناظرة مع معدل الادخار. وقد بلغ الادخار العائلي سنة 2011 ما قيمته 2786,74 مليار دج حسب بيانات ONS، في حين كشف وزير المالية أن حجم ادخار العائلات الجزائرية قد بلغ 2000 مليار دج أو ما يعادل 27 مليار دولار في سنة 2011، مشيراً إلى أن 40 بالمائة من هذه القيمة (800) مليار دج تم إيداعها على مستوى بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP. وحصّة هذا البنك من سوق الادخار الوطني تؤكد بأن المواطن الجزائري أصبح يفضل الاستثمار على المديين المتوسط والطويل، ولاسيما من خلال اقتناء السكن¹⁷. وتعكس هذه الأرقام الواردة مدى الأهمية التي تحتلها المدخرات العائلية كمصدر لتوفير الموارد المالية الحقيقية لتمويل البرامج الاستثمارية، والتي يتوقف عليها مدى التقدم في تنفيذ خطط التنمية. ويمكن متابعة تطور مبالغ الادخار العائلي من خلال ما يحصيه بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، باعتباره أول بنك في مجال جمع الادخار في الجزائر، بتعداد 7,5 مليون مدخر على مستوى 220 وكالة على المستوى الوطني، وهذا حسب إحصائيات 2008، هذه المبالغ موضحة في الجدول (2) التالي :

الجدول رقم (2) : تطور الادخار على مستوى بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط للفترة (2004-2010)

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	السنوات
818,78	737,12	667,91	629,88	571,21	544,91	521,75	إجمالي ودائع الادخار عند 12/31 (مجموع) مليار دج

Source : Annuaire Statistique de l'Algérie, Résultats; 2007-2009, N 27, Edition 2011, ONS, p 435.

Annuaire Statistique de l'Algérie, Résultats; 2008-2010, N 28, Edition 2012, ONS, p 470.

تُظهر معطيات هذا الأخير تطورا بارزا في نمو مدخرات الجزائريين على مستوى *CNEP* والتي بلغت سنة 2010 ما قيمته 818,78 مليار دج منذ تأسيسه سنة 1964. كما يتبين من هذا الجدول أن حجم الادخار الذي تم جمعه سنة 2010 من طرف هذا البنك على مستوى الشبكتين البنكية والبريدية بلغ 81,66 مليار دج مقابل 69,21 مليار دج سنة 2009 و 38,03 مليار دج سنة 2008. وهذه الأرقام تعكس الإمكانيات الادخارية المعتبرة المتاحة لدى العائلات الجزائرية. وبالرغم من ذلك فلا تزال هناك موارد مالية أخرى تحتفظ بها هذه العائلات في شكل عملات ورقية وودائع على مستوى مراكز الصكوك البريدية، أو في شكل سيولة نقدية مكنترة وغير مستغلة. وتجدر الإشارة إلى أن "بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط قام بضخ 400 مليار دج في الاقتصاد الوطني منذ تأسيسه، وساهم أيضا في توفير سكنات أو قروض للحصول على مساكن لـ 365 ألف مواطن منذ إنشائه، من بينها 49 ألف مسكن قام ببنائها الصندوق بشكل مباشر"¹⁸.

3- عقبات الادخار لدى القطاع العائلي وسبل المعالجة :

1.3- عقبات الادخار لدى القطاع العائلي :

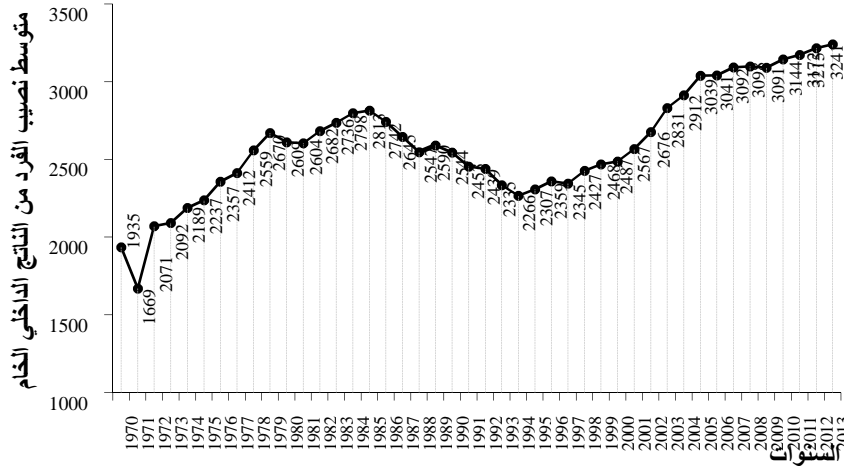
عند النظر إلى ادخار القطاع العائلي في الجزائر، نجد أنه يعاني من عدة مشاكل وعلى أصعدة عديدة، وهو ما يؤدي إلى قصور الادخار الفعلي عن الادخار الممكن. وفي هذا الإطار، فقد أشارت بيانات 2010 إلى أن الادخار الحكومي قد مثل نسبة 38% من الادخار المحلي، أما ادخار المؤسسات وادخار الأسر فمثل على التوالي 33% و 29%¹⁹، وبهذا يحتل ادخار القطاع العائلي ذيل الترتيب ضمن هيكل الادخار المحلي. ولا زالت الحلول المطروحة لمعالجة هذا القصور غير فعالة، فهي تعالج الظواهر دون الوصول إلى أسبابها. وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن الأوعية المصرفية في الجزائر على ضخامة هيكلها، لم تتمكن خلال عقد من الزمن (1999-2009) من تجميع سوى 14% في المتوسط من إجمالي مدخرات القطاع العائلي²⁰، وقد ترجع عوامل التدهور في حجم هذه المدخرات إلى عدة أسباب نذكر منها :

(1) انخفاض متوسط الدخل الحقيقي للفرد : إن انخفاض مقدار الادخار العائلي وقلة أهميته النسبية من الادخار المحلي

المتحقق في الجزائر، ربما يرجع إلى انخفاض متوسط الدخل الحقيقي للفرد، حيث يذهب الجزء الأكبر من هذا الدخل إلى الاستهلاك. فاستيفاء الحاجات الأساسية للأفراد تستحوذ على النسبة الكبرى من الدخل الفردي، بحيث يسد الحاجات الضرورية فقط، إذ لا يتبقى فائض يمكن ادخاره. فعدم وجود إيداعات ادخارية يُعزى مرده إلى عدم وجود فوائض مالية في دخول المواطنين، ومن ثم فإن الادخار الفردي أو العائلي يبقى ضعيفا. ويمكن القول أن مستوى الدخل الفردي يعتبر منخفضا في معظم الدول النامية - بما فيها الجزائر - إذا ما قورنت بتمثيلاتها من الدول المتقدمة، فقد بلغ مستوى الدخل الفردي السنوي في السودان : 2500 \$ ؛ أوغندا : 1100 \$ ؛ الهند : 2700 \$ ؛ باكستان : 2600 \$، وذلك في عام 2007. بينما بلغ مستوى الدخل الفردي السنوي في بعض البلدان المتقدمة مثل بريطانيا : 38500 \$ ؛ إيطاليا : 31000 \$ ؛ فرنسا : 33800 \$ ؛ الدنمارك : 37400 \$ في نفس العام، وذلك وفقا لبيانات البنك الدولي²¹. وفي الجزائر بلغ نصيب الفرد من الناتج الداخلي الخام لعام 2013 بالقيم الثابتة - حيث

سنة الأساس 2005 – ما قيمته \$ 3241، وهي أعظم قيمة خلال الفترة (1970-2013) كما يوضحها الشكل التالي :

الشكل رقم (1) : تطور متوسط نصيب الفرد من الناتج الداخلي الخام بالأسعار الثابتة خلال الفترة (1970-2013)



المصدر : إعداد الباحث، اعتمادا على بيانات المصدر :

world development indicators, (14/06/2014), (en ligne),
<http://data.albankaldawli.org/country/algeria>

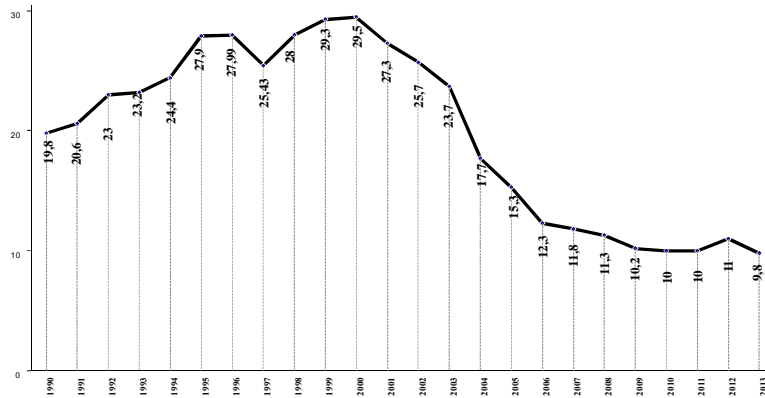
ومع ذلك تبقى ضعيفة مقارنة بالدول المتقدمة. وبشكل عام، فإن قدرة الجزائر على تكوين الادخار العائلي تبقى قدرة ضئيلة ومحدودة. وفي الحقيقة فإن انخفاض متوسط الدخل الحقيقي للفرد الجزائري مرده إلى الفقر وانتشار البطالة، بسبب الضعف الهيكلي للاقتصاد. الأمر الذي لا يسمح بخلق مناصب عمل كافية، فتزداد بذلك قيمة الاستهلاك التلقائي الذي يؤدي إلى تأخير عتبة الادخار، بسبب ارتفاع الميل الحدي للاستهلاك لدى الطبقات الفقيرة. ويمكننا التطرق بإيجاز إلى كل من ظاهرتي الفقر والبطالة في الجزائر كما يلي :

(أ) – **ظاهرة الفقر في الجزائر** : إن ظاهرة الفقر في الجزائر قد عاودت اتساعها بشكل ملحوظ مع انطلاق مرحلة تنفيذ برنامج الإصلاح الاقتصادي، حيث تزايد عدد السكان الفقراء من 4,74 مليون شخص عام 1966 إلى 5,23 مليون عام 1980 ثم تراجع عام 1988 ووصل إلى 4,49 مليون شخص. ومع تنفيذ برنامج الإصلاح الاقتصادي تزايد عدد الفقراء إلى 5,89 مليون شخص عام 1995، وهو ما يمثل نحو 21% من مجموع السكان. وقد بلغت نسبة الفقر 14% خلال الفترة (1988 – 1998)، حيث أن هذه النسبة، 70% منها تعيش في الأرياف²². ويؤكد تقرير التنمية البشرية لسنة 2003 على أن 13 مليون جزائري، أي 22,6% من السكان يعيشون في مستوى الفقر، منهم 6 ملايين يعيشون دون هذا المستوى. وبلغ حجم السكان الذين يعيشون تحت خط الفقر في الجزائر للفترة (2000-2007) نسبة 23,6% من مجمل السكان²³. وهذه تمثل نسبة كبيرة من الفقراء، وللأسف في واحدة من أكبر الدول المصدرة للنفط والغاز في العالم.

(ب) – **ظاهرة البطالة في الجزائر** : نلاحظ من الشكل رقم (2) أن معدلات البطالة شهدت معدلات كبيرة خلال الفترة (1990-2000)، وهي الفترة التي تميزت بإتباع الجزائر برامج الإصلاح الاقتصادي، وغياب الاستثمارات الجديدة التي تخلق مناصب العمل، إلى جانب التسريح للأجراء على إثر عمليات إعادة الهيكلة وحل المؤسسات، وهذه عوامل ساعدت على تفاقم البطالة، وبذلك وصلت معدلاتها إلى مستويات مرتفعة، حيث بلغت نسبة 29,77% سنة 2000، وهو ما ساهم في انتشار الفقر في أوساط العائلات الجزائرية. وإن كان معدل البطالة الذي كان بالغ الارتفاع، والذي بلغ في بعض الأعوام أكثر من ثلث قوة العمل الجزائرية، قد شهد منحنى تنازليا خلال السنوات العشر الأخيرة، حيث تدرج

من 27,30% سنة 2001 إلى 9,8% في 2013²⁴، وهذا مؤشر إيجابي بالتأكيد. إن هذا في الواقع، كان نتيجة اعتماد الحكومة على آليات تشغيل مختلفة، وضخ السيولة في الاقتصاد الوطني، من خلال تطبيق عدة برامج تنموية، تمثلت في برنامج توطيد النمو الاقتصادي (2010-2014) الذي يعتبر أكبر برنامج تنموي تعرفه البلاد منذ الاستقلال إلى اليوم، وذلك لضخامة ميزانيته التي بلغت 286 مليار دولار. وتأتي هذه الميزانية تدعima لميزانية البرنامج التكميلي لدعم النمو (2005-2009) الذي رُصد له أزيد من 200 مليار دولار، وبرنامج دعم الإنعاش الاقتصادي (2001-2004) الذي استفاد بأكثر من 7 مليار دولار²⁵. للإشارة فإن الفترة الممتدة من 2005 إلى 2009 سمحت باستحداث حوالي 1,3 مليون منصب شغل²⁶، رغم أن بعضها كان مؤقتا، والفضل دائما يعود لارتفاع أسعار النفط.

الشكل رقم (2) : تطور معدلات البطالة في الجزائر خلال الفترة (1990-2013)



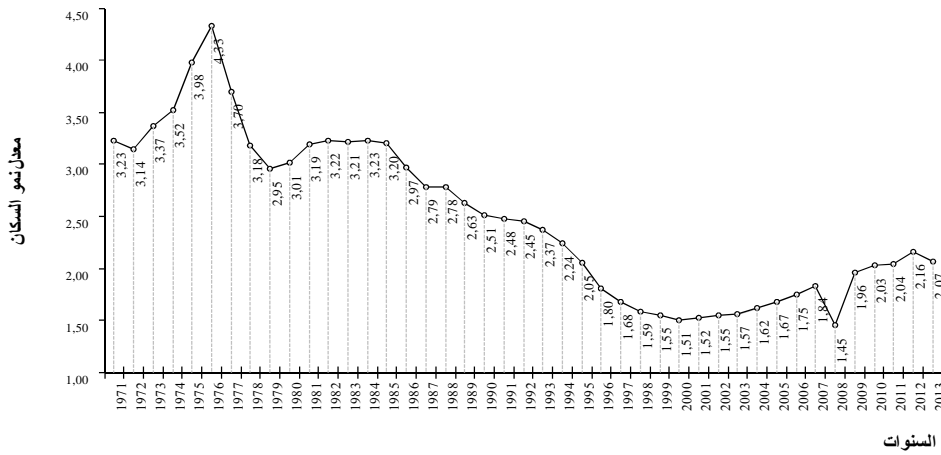
المصدر : إعداد الباحث، اعتمادا على بيانات المراجع : www.ons.dz & www.albankaldawli.org

(2) نمط توزيع الدخل : إن نمط توزيع الدخل يؤثر بطريقة مباشرة في انخفاض معدل الادخار، حيث نجد في الجزائر أن الجزء الأكبر من الدخل يذهب لطبقة خاصة، وهي ذات الدخل المرتفع، التي تتميز بارتفاع الميل الحدي للاستهلاك وخاصة الاستهلاك التفاخري، وبالتالي لا تقوم بالادخار. بينما النسبة القليلة من الدخل لبقية المجتمع، وهذا يختلف عما هو واقع في الدول المتقدمة، أين نجد أصحاب المداخل المرتفعة تميل إلى الادخار. "فحسب تقرير الأمم المتحدة لسنة 1999، نجد أن 20% من أغنى فئات المجتمع تحصل على 50% من المداخل، فيما لم يتحصل 20% من الفئات الفقيرة الأعلى على أقل من 7% من المداخل، والباقي يوزع على باقي الفئات. وهذا ما يقضي على المدخرات الفردية، لكون الطبقة المتوسطة في الجزائر هي التي تتصف بميولها للادخار، بينما الطبقة الغنية تتميز بالاستثمار في العقارات، وأحيانا تهريب الأموال إلى الخارج"²⁷.

(3) الارتفاع المستمر في معدل زيادة السكان : يسهم النمو السكاني المرتفع في زيادة الضغوط الاقتصادية الداخلية، مما يشكل عبئا متزايدا على التنمية، كما أنه يضغط باستمرار على متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي، ويؤدي إلى انخفاضه، فكلما زاد معدل نمو السكان كلما انخفضت المدخرات وبالتالي الاستثمارات، وذلك في الوقت الذي تزداد فيه الاحتياجات الاستثمارية للعدد الأكبر من السكان، مما يؤدي إلى معدل أقل لنمو الإنتاج ولمتوسط الدخل الفردي. وهكذا فإن النمو السكاني يتعارض مع التنمية من زاويتين؛ الأولى تخفيض معدل الادخار والاستثمار وتفاقم مشكلة تكوين رأس المال، والثانية زيادة الاحتياجات الاستثمارية. إن معدل نمو الناتج الكلي ومتوسط دخل الفرد أقل في حالة النمو السكاني السريع المرتفع عن حالة النمو السكاني الأقل ارتفاعا، نتيجة لانخفاض معامل رأس المال الناتج أو معامل رأس المال العامل من جهة، وتحويل نمط الاستثمار إلى ما يسمى بالاستثمار الديمغرافي، وهو يعتبر إما أنه غير منتج، وإما أنه أقل إنتاجية من الاستثمار في القطاعات الإنتاجية كالزراعة والصناعة من جهة أخرى. بل إنه يترتب على ذلك

أن معدل النمو الأعلى يصطحب بهيكل اقتصادي أقل تقدماً من حيث أنه يتميز بقطاع زراعي أكبر وقطاعات صناعية وخدمات أصغر. وكذلك كبر حجم الأسرة يقلل بدوره من حجم الادخار ؛ فتوسع حجم الأسرة²⁸ في الجزائر يجعل من المنطقي أن يتوسع الاستهلاك الأسري، الأمر الذي يقلل من حجم الادخار. وقد تعدى عدد سكان الجزائر عتبة 38,7 مليون نسمة في أول جانفي 2014. كما بلغت معدلات نمو السكان خلال السنوات : 2010 ؛ 2011 ؛ 2012 ؛ 2013 ؛ النسب التالية : 2,03% ؛ 2,04% ؛ 2,16% و 2,07%²⁹ على الترتيب، كما يبينها الشكل رقم (3) التالي، وهذه النسب تعتبر مرتفعة مقارنة بالمستوى المسجل في سنوات 2000، وبمقارنة هذه المعدلات خاصة للفترة (1970-1995) مع تلك الموجودة في مختلف الدول، سنجد أنها معدلات مرتفعة، وتشكل عبئاً كبيراً على التنمية البشرية، ومن ثم التنمية الشاملة بشكل عام.

الشكل رقم (3) : تطور معدل نمو السكان في الجزائر خلال الفترة (1971-2013)



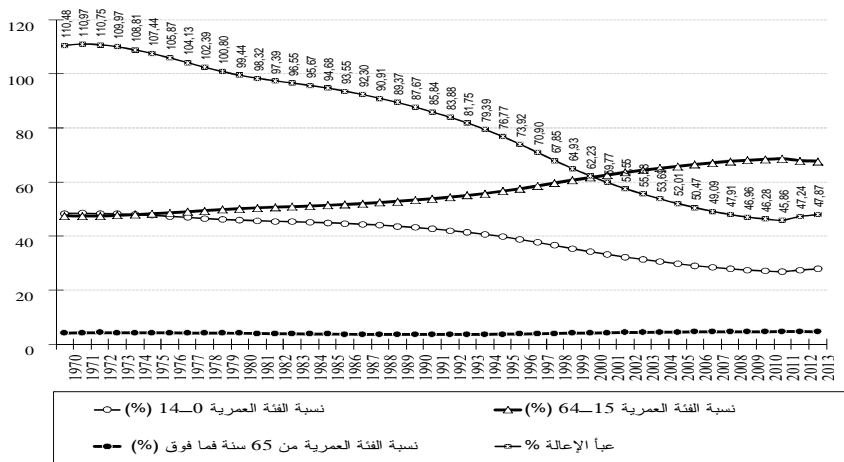
المصدر : إعداد الباحث، اعتماداً على بيانات المراجع :

Collections statistiques n°166/ 2011, Ons, Alger, p16
 Démographie algérienne, Ons, n°600, 2011, p3.
 Démographie algérienne, Ons, n°658, 2013, p1.

ويقودنا الحديث عن ارتفاع معدل النمو السكاني، إلى التطرق لارتفاع معدل الإعالة³⁰ في الجزائر، وتأثيراته

السلبية على الادخار العائلي، ولهذا الغرض سنستعين بالشكل رقم (4) التالي :

الشكل رقم (4) : التركيب العمري للسكان واتجاهاته في الجزائر خلال الفترة (1970-2013)



المصدر : إعداد الباحث، اعتماداً على بيانات البنك الدولي : <http://data.albankaldawli.org/country/algeria>

يتبين من الشكل السابق الانخفاض المتواصل في نسبة السكان الذين ينتمون إلى فئة صغار السن (0-14)، وهذا على طول الفترة الممتدة من 1970 ولغاية 2013، حيث انتقلت من 48,36% من مجموع السكان عام 1970 إلى 27,78% عام 2013. أما الفئة العمرية (65+) فهي تبدو مستقرة خلال فترة الدراسة، وبلغت متوسط 4,07% من مجموع السكان. إن الزيادة السكانية الأهم تشمل السكان في أعمار النشاط الاقتصادي (15-64)، فقد تزايدت هذه الفئة بشكل تصاعدي من حوالي 6,5 مليون عام 1970 إلى 26,51 مليون عام 2013، أي من نسبة 47,51% إلى نسبة 67,62%. وهذا ما أدى إلى انخفاض معدل الإعالة نتيجة التزايد التدريجي النسبي للسكان في سن العمل بالتزامن مع الانخفاض التدريجي في نسبة السكان المعالين. وحقيقة، فإنه بالرغم من هذا الانخفاض التدريجي في معدل الإعالة خلال فترة الدراسة، إلا أن الأرقام المسجلة خلال الفترة (1970-1997) تقيّد بارتفاع معدلاتها في الجزائر، فقد سجل هذا الأخير 110,48% في عام 1970 لينخفض تدريجياً إلى 70,90% في عام 1997. وهذا المعدل يعتبر مرتفعاً قياساً إلى دول العالم، حيث بلغ حوالي 62,6% لمتوسط العالم و66,6% لمتوسط الدول النامية³¹، ويعكس هذا المعدل تأخراً في عملية التحول الديمغرافي. إن معدل الإعالة المرتفع على الفئات المنتجة في البلاد، سيعمل على استنزاف مدخراتها، وبالتالي انخفاض الادخار العائلي. وارتفاع معدل الإعالة مرده إلى الزيادة في معدلات الخصوبة، وبالتالي ارتفاع نسبة صغار السن من المعولين، ومنه اتساع قاعدة الهرم السكاني. يقدر عباً الإعالة في البلدان المرتفعة الخصوبة بـ 95 شخص في عمر الإعالة مقابل 100 شخص في سن العمل، وتنعكس هذه المعادلة في حالة البلدان التي تتجه معدلات الخصوبة فيها إلى الانخفاض، إذ يبلغ معدل الإعالة 65%³². كذلك من أسباب ارتفاع معدل الإعالة، انخفاض نسبة السكان في سن العمل وكبير متوسط حجم الأسر، بالإضافة إلى معدل البطالة المرتفع، وهو الأمر الذي يخفض مستويات المعيشة كنتيجة لارتفاع أعداد المعالين، وما ينطوي عليه ذلك من كلفة، تتمثل بزيادة حجم الاستهلاك على حساب الادخار الخاص، وانخفاض نمو متوسط دخل الفرد. ويؤدي ذلك إلى انخفاض الادخار الكلي والقدرة على الاستثمار، وبالتالي انخفاض القدرة الإنتاجية، ومن ثم انخفاض الإنتاج والدخل الوطني.

وعلى خلاف ذلك، فقد شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة، تزايداً كبيراً في أعداد سكانها. وإن هذه الأعداد قد شقت طريقها نحو الفئات العمرية المختلفة، مؤدية إلى انحسار نسبة الفئة العمرية الأولى (0-14)، بالتزامن مع تضخم نسبة السكان في الفئة العمرية الثانية (15-64)، وهم الذين ينتمون إلى فئة الناشطين اقتصادياً، وإلى ارتفاع طفيف جداً في نسبة فئة السكان المسنين، وبالتالي انخفاض معدل الإعالة بشكل محسوس بداية من عام 1998، ليصل عام 2013 إلى 47,87%؛ فمقابل كل 100 شخص من الفئة العمرية في سن العمل لسنة 2013، هناك حالياً 47,87 من الذين ليسوا في سن العمل. وهو مؤشر جيد، حتى أن الجزائر تفوقت على عدة دول متقدمة مثل فرنسا؛ بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية، اللواتي سجلن معدل إعالة على الترتيب: 54,88%؛ 51,87% و50,07%³³. وإن هذا التغير في التركيبة العمرية للسكان في الجزائر، يتيح الفرصة لظهور الهبة الديمغرافية، التي يمكن من خلالها تحقيق زيادة في الادخار الفردي والاستثمار. إضافة إلى التأثير الإيجابي على معدل الادخار الحكومي، نتيجة ارتفاع إيرادات الضرائب مع تزايد عدد السكان في سن العمل، وبالتالي ارتفاع معدل الادخار المحلي الذي سيتحرر نتيجة لانخفاض معدلات الإعالة، ومن تحسن الكفاءة الإنتاجية للقوى العاملة، مما يخلق فرصة سانحة لمزيد من النمو الاقتصادي في المستقبل.

إلا أن آلية تحقيق الهبة الديمغرافية تفترض ضمان مستوى عالٍ من الموارد البشرية، والذي سيحسن من إنتاجيتها، وسيؤثر إيجاباً على الأداء الاقتصادي إن استطاعت إيجاد فرص العمل. كذلك تفترض توفر أسواق عمل تتمتع بمرونة عالية، أي تستطيع أن تستوعب نمو السكان في سن العمل. والمرونة تعني قدرة أصحاب الأعمال على التوسع والتعاقد بسرعة، وانتقال العمالة بين الوظائف المختلفة. أما على صعيد نمو قوة العمل، فإن استيعابها في أعمال منتجة، يتعدى مرونة سوق العمل ليشمل الحاجة إلى زيادة رأس المال أو الاستثمار، الذي بدوره يأتي من الادخار المحلي أو من الاستثمار الخارجي المباشر. بالإضافة إلى تطوير القطاعات الاقتصادية لتصبح قادرة على استيعاب الطاقات البشرية

خاصة قطاع السكن، والذي يتميز بكثافة العمل، إذ يعتمد في خلق القيمة المضافة على إحلال الأيدي العاملة بدلا من التكنولوجيا. أما في حال غياب ذلك، فإن الهبة الديمغرافية تفقد خواصها لتصبح عبئا اقتصاديا، يتمثل بارتفاع نسب العاطلين عن العمل خاصة بين القادمين الجدد إلى سوق العمل. وإن الشواهد التي عرفها الاقتصاد الجزائري خلال فترة الدراسة، تشير إلى عدم تمكنه من استيعاب تدفقات عرض العمل، خاصة طالبي العمل الجدد، وإلى ارتفاع معدلات البطالة، حيث فاقت هذه المعدلات 10% في معظم السنوات رغم تراجعها مؤخرا.

(4) الوازع الديني : إن الوازع الديني من شأنه التأثير على سلوكيات الأفراد بعزوفهم عن التعامل مع البنوك، بسبب نظرة المجتمع لها على أنها بنوك ذات إرث ربوي، فالزيادة الربوية تعتبر كسبا غير مشروع، وبالتالي فهي محرمة بحكم الشريعة الإسلامية، وهذا ما يؤدي إلى هروب مدخرات الأشخاص، مما يربك عمل البنوك، من خلال انخفاض فرص جمع الموارد المالية التي هي بمثابة الشرط الأساسي والضروري لتمويل القطاعات الاقتصادية.

(5) أثر التقليد والمحاكاة لأنماط المعيشة في البلدان الغنية : إن أثر التقليد والمحاكاة الذي ينتشر بين الطبقات ذات الدخل المرتفع، يؤدي إلى حفز أفراد تلك الطبقة على زيادة الاستهلاك الترفي، والذي يُعد استنزافا للموارد والدخول، إذ هو إنفاق بدون عائد، كما أنه استهلاك غير ضروري، ويدخل في إطار إهدار الثروة. مثل هذا الإنفاق لا يخدم أو يحقق أية فائدة للاقتصاد الوطني، بل يؤثر على الادخار الوطني سلبا. أما عن تغير العادات الاستهلاكية للطبقة الفقيرة، فقد تجلت في البحث عن ما يسد رمقها من الغذاء والشراب، وأصبحت عاجزة عن تأمين حاجياتها الاستهلاكية المتوسطة أو ما دونها، حتى انحدر مستوى الاستهلاك لذوي الدخل المحدود، بحيث تخصص القسم الأكبر من دخلها للغذاء الرئيسي فقط³⁴. ونحن اليوم من أكثر دول العالم في الإسراف والاستهلاك، فالكثير منا يشتري كل شيء تقريبا، ويشتري ما يحتاج له فعلا وما لا يحتاج له أصلا، والإسراف دليل على ضعف الوعي الاقتصادي³⁵. هذا الأخير المقترن بالفوارق الدخلية الكبيرة، والأخذة في مزيد من الاتساع، أصبح له تأثيرا واضحا على النمط الاستهلاكي، ومن ثم إعاقة القدرة الادخارية للاقتصاد. فكثير من الناس إما لا يدخرون رغم أنهم يدركون أن عليهم أن يفعلوا ذلك، أو يقللون من مقدار الادخار للحفاظ على مستوى معين من المعيشة، وبذلك انتشر الاستهلاك غير الاقتصادي.

(6) تنامي أسلوب البيع بالتقسيط : لقد تحول البيع بالتقسيط إلى عنصر أساسي في حياة الكثير من المواطنين، خاصة في ظل الفجوة الكبيرة بين متطلبات الأسرة ودخلها، أضف إلى ذلك تآزم ظروف المعيشة وخاصة لذوي الدخل المحدود، بسبب موجات الارتفاع المستمرة للأسعار. والبيع بالتقسيط في حد ذاته أمر مفيد، إذا ما تم التعامل معه بعقلانية واعتدال، لسد الثغرات الاستهلاكية والمعيشية الضرورية. وعكس ذلك، يصبح عدوا رابضا إذا ما أقدم عليه الشخص بشكل مستمر، وجعله الطريق الوحيد لتوفير احتياجاته دون ترتيب للأولويات، ذلك أنه سيجد نفسه غارقا في الديون، مرهونا لأصحاب الأقساط، ولن يتعلم الادخار. وقد تنامت ثقافة البيع بالتقسيط في المجتمع الجزائري في الآونة الأخيرة بدرجة كبيرة، وأصبحت ظاهرة اقتصادية منتشرة ورائجة، كما لم يعد التقسيط سلوكا مقصورا على شراء السلع الضرورية، بل خرج عن إطاره في كثير من الحالات، وأصبح يشمل سلعا غير ضرورية تزهق الأسرة ولا تفيدها؛ الأمر الذي ساهم وبشكل مباشر في تعميق النزعة الاستهلاكية، والدخول في دوامة الشراء بما يفوق قدرات الدفع، ومحاكاة الآخرين بشراء السلع الكمالية والترفيهية دون وجود حاجة ماسة لهذه السلع. وهذا في الغالب سيلتهم الدخل، وهو ما يؤدي إلى اعتماد البعض على الاستدانة بشكل دائم، وبالتالي ستكون النتيجة مطالبات قضائية

وإفلاسا وديونا متراكمة على المواطنين³⁶ وزيادة تكلفتها لصالح البنوك وشركات التقسيط، وهذا الأمر سيكون له تأثير سلبي على رصيد الادخار العائلي.

(7) ضعف الوعي الادخاري المصرفي واتساع ظاهرة الاكتناز : ترتبط المدخرات العائلية بصورة إيجابية مع انتشار الوعي الادخاري المصرفي، ولكن حدوث العكس سيعني زيادة نسبة غير المتعاملين مع البنوك إلى حد كبير، وذلك سيؤدي إلى التحول إلى الاكتناز. هذا الأخير الذي يعبر عن ظاهرة عقيمة اقتصاديا وسلبية اجتماعيا، ويؤدي توسعها إلى تقليص في حجم الادخار، أي إلى تقليص في مجمل الاستثمار، وبالتالي لجم حركة نمو الدخل الوطني والحد من حركة التنمية الاقتصادية والاجتماعية اللازمة لتطوير الاقتصاد الوطني. وإذا بحثنا ظاهرة التسرب النقدي وظاهرة الاكتناز نجدتها متجذرة في الاقتصاد الجزائري، حيث قد سجل تسرب النقود القانونية خارج الجهاز المصرفي مبلغ 77 مليار دج بين ديسمبر 1990 وديسمبر 1993، مما أدى إلى تآكل السيولة المصرفية، وانخفاض حجم الأموال المعروضة للإقراض على مستوى السوق النقدي. وسجل تسرب النقود القانونية خارج الجهاز المصرفي سنة 1994 مبلغ 222,98 مليار دج بنسبة 30,8% من الكتلة النقدية (M2) و241,75 مليار دج سنة 1995 بنسبة 31,23%³⁷. بالإضافة إلى أن حوالي نصف الودائع المتواجدة في البنوك تعود ملكيتها للخبزينة العمومية، مما يؤكد محدودية تطور درجة الوعي المصرفي³⁸. وهذا حقيقة مرده إلى نقص الحس الاقتصادي، وغياب الثقافة البنكية في المجتمع، وهو من عواقبه استحالة استجابة المواطنين لنداء البنوك عن طريق إيداع أموالهم فيها، فافتقاد سياسات إعلامية وتعليمية تعنى بهذا الميدان، ساهمت بقسط كبير في الجهل، ونقص الوعي بآليات عمل النظام المصرفي، وفلسفة سيره وبعده الاقتصادي، حتى إن ثقافة الادخار لدى المواطن الجزائري، وكيفية سحب أمواله من المراكز البريدية ومن البنوك، باتت تغذي أزمة في السيولة النقدية وتشكل أحد أسبابها.

(8) ضعف الوعي والثقافة التأمينية: إن قطاع التأمين لا يزال يعاني من بعض المشاكل منها ضعف الوعي والثقافة التأمينية، وتجاهل دوره الاقتصادي والاجتماعي المهم. وهذا يشكل خسارة للاقتصاد الجزائري يجب التخلص منها. إن ضعف الثقافة التأمينية لدى نسبة كبيرة من المواطنين حقيقة لا مجال لنكرانها، ومع ذلك فالحقيقة التي هي أكثر أهمية وأكبر أثرا، ألا وهي ضعف الدخل الفردي، وبالتالي عدم القدرة الشرائية للغطاء التأميني لدى معظم المواطنين، حتى لو كان الوعي التأميني والإجازة الشرعية بذلك. كما أن ضعف الإنفاق على التأمين يأتي منسجما مع ضعف الإنفاق بصورة عامة.

(9) عدم الاستقرار السياسي والأمني : إن المناخ السياسي والأمني في أي بلد يؤثر على قرار الادخار، فإذا كانت البيئة السياسية والأمنية ملائمة ومستقرة، فستكون هناك فرصة لاستقطاب المدخرات. أما إذا كانت الأوضاع السياسية والأمنية في البلاد سيئة، فحتى وإن كانت فرص الربح كبيرة، إلا أن عامل المخاطرة هنا سيكون كبيرا، ولذلك سيحجم المدخر عن استثمار أمواله، لأن المدخر لا يخاطر، كما سيشجع ذلك على تهريب رؤوس الأموال نحو الخارج أو اكتنازها بدل توظيفها. ولا شك أن عدم الاستقرار السياسي والاضطرابات الأمنية التي شهدتها الجزائر في العشرية السوداء قد أثرت سلبا على الادخار العائلي.

4 - سبل معالجة عقبات الادخار لدى القطاع العائلي :

على الرغم من الانخفاض النسبي للمدخرات العائلية في الجزائر نتيجة للعقبات التي تم تشخيصها سابقا، إلا أن ذلك لا يشكل عقبة غير قابلة للتخطي أمام عملية التنمية الاقتصادية، وذلك إذا توفرت سياسة ادخارية فعالة. ومن المعروف أن قدرة أي مجتمع على الادخار، ترتبط بشكل قوي بالسلوك الادخاري القائم في هذا المجتمع ومدى تحققه، ثم بالدخل وحجمه، ولن يتحقق ادخار ما لم يكن

هناك سلوك ادخاري. وإن تنمية الادخار العائلي الممكن أمر في غاية الأهمية، لذلك لابد من تعزيز الجهود للرفع من مستواه، والعمل على وضع سياسات اقتصادية فعالة للتأثير على سلوك الأفراد، ومن أهم الوسائل في هذا المجال نذكر ما يلي :

(1) ضرورة زيادة نصيب الفرد من الدخل القومي : نظرا لأن المحدد الأساسي للطاقة الادخارية هو الدخل، فإنه من الضروري العمل على زيادة نصيب الفرد من الدخل القومي، وهذا لن يتأتى إلا من خلال الحد من ظاهرتي الفقر والبطالة.

(2) مراعاة الدافع الديني للأفراد : قد يكون من محفزات الادخار العائلي لدى الاقتصاد الوضعي، هو تحسين أو رفع معدلات العائد على الادخار، ولكن نجد في مقدمة الدوافع الادخارية لدى المسلمين هو دافع حث العقيدة الإسلامية على الادخار، لذا يصبح سعر الفائدة في مؤخرة هذه الدوافع. لا ؛ بل تحول بالنسبة لغالبية المدخرين إلى دافع سلبي لتعارضه مع العقيدة الإسلامية. وعلى الرغم من تعدد الاقتراحات الرامية إلى رفع مستوى الادخار العائلي في الدول النامية، فهي أقرب إلى العلاج الموضوعي محدود الأثر، لأن جزءا غير قليل من معوقات الادخار يرجع إلى طبيعة النظم الاقتصادية القائمة، وعدم ملاءمتها لتلك المجتمعات. فعلى سبيل المثال، سعر الفائدة (ربا) هو أهم إغراء للتشجيع على الادخار في أكثر أوعية الادخار انتشارا، فكيف يُتوقع النجاح لهذه الوسيلة في الجزائر، التي للدين فيها أثرا على سلوك الأفراد ؟ لذا وجب على البنوك أن تعي بأنه يوجد الكثير ممن يفضلون عدم الاستجابة في قراراتهم الادخارية لأسعار الفائدة، ويفضلون بالمقابل الربط بين توظيف أموالهم، وبين مؤشرات الربحية في الأنشطة الاقتصادية. ويبدو أن معالجة ضعف الميل للادخار يقتضي التخلي عن معدل الفائدة، أو على الأقل عدم إجبار الأفراد على التعامل به أخذا أو عطاءا. والفرد الجزائري يعيش بالطبع ضمن مجتمع مسلم، والذي يحث أصلا على الادخار والاعتدال في الإنفاق الاستهلاكي والتحسب للمستقبل. وهذه الخاصية التي تجمع ما بين العامل الديني والعامل الاقتصادي، بمثابة إطار لتحرك الجهات المسؤولة عند وضع السياسات الاقتصادية، وكذلك المهتمين بمسألة تطوير المصادر التمويلية، في اتجاه تطوير السلوك الادخاري للمواطن الجزائري، وصولا إلى جعله أكثر استجابة لمتطلبات التوسع الادخاري والاستثماري التي تقتضيها مرحلة النمو الاقتصادي.

(3) ترشيد الاستهلاك : إن ترشيد الاستهلاك يعمل على تأمين احتياطي كبير من الموارد المالية، مما يساعد في بقاء الدولة في وضع الاستقلالية. وهذا الترشيح لا يعني الرضا بالحدود الدنيا للاستهلاك، وإذا كان الأمر كذلك، فليكن على الأقل توفر المستوى اللائق للمعيشة. والفرد مطالب بأن يسعى لتحسين وضعه الاستهلاكي، ولا يمنع هذا أن يصل إلى درجة الرغد، شريطة أن لا يتجاوز هذا إلى حد التبذير والسرف. ولترشيد الاستهلاك لابد من وضع حدود وضوابط له بحيث لا يجوز تخطيها أو عدم الالتزام بها، ومنها الابتعاد عن كافة مظاهر التقليد الأعمى التي لا تتفق مع السلوك الرشيد، والالتزام بالتوسط والاعتدال واعتماد مبدأ القوام في الإنفاق والتخلي بالانضباط الذاتي، وهي تمثل السبيل إلى تغيير اتجاهات الطلب الاستهلاكي لدى المجتمع، حيث سيؤدي إلى زيادة ميله الادخاري³⁹، وبالتالي التمكن من تكوين المدخرات. ويُفوت الاعتدال في الاستهلاك الفرصة على مروجي ثقافة الاستهلاك، ومشوهي الطلب الاستهلاكي، الذين يسلطون أدواتهم الإعلامية بشتى الطرق والوسائل للترويج لسلعهم، وخدماتهم الترفيهية، وتسويقها إلى عقول وقلوب الناس، لتوجه قراراتهم الاقتصادية نحوها، حتى وإن فاقت قدراتهم الشرائية. ونستطيع أن نعالج مشكلة التبذير والإسراف والترف — :

• التربية السليمة والاهتمام بالإعلام وتوجيهه الوجهة الصحيحة، لتخريج جيل لا يمت بصلة إلى التبذير والإسراف والترف، وعقد الندوات التثقيفية لبيان الأضرار الناجمة عن هذه الظواهر السيئة ؛

- تدخل الدولة عن طريق الصلاحيات المعطاة لها لمنع أية بادرة من بوادر التبذير والإسراف والتراف ؛
- توجيه محدودي الدخل إلى استهلاك السلع الضرورية، وبالتالي توجيه الإنتاج إلى مثل هذه السلع، وعدم الإغراق في السلع الكمالية التي لا يكون المستهلك بحاجة ماسة إليها، وفي هذا محافظة على رأس المال وضمان عملية الادخار
- ضرورة الالتزام بثقافة الاستهلاك الاقتصادي، الذي يُعد نمطا معتدلا، ويحسب عواقب الأمور، وينطلق إلى الأفضل، ويسعى بكل وعي ومثابرة إلى الصواب الاقتصادي في المكان والزمان ؛
- وضع برامج لتوعية الأسر بأهمية ترشيد الاستهلاك، إضافة إلى إنشاء الجمعيات الاستهلاكية لمحاربة العادات والأنماط الاستهلاكية الخاطئة في المجتمع، ولتكثيف الاهتمام بمسألة تطوير السلوكيات الادخارية لدى الأفراد، بالشكل الذي يساعد على ترشيد السلوكيات الاستهلاكية وزيادة ميولهم الادخارية.

4) العمل على تقوية الوعي الادخاري المصرفي للأفراد :

إن تعبئة الادخار العائلي ستظل هدفا يستحق تضافر الجهود الوطنية، ومن أجل ذلك، تعتبر قضية زيادة الوعي الادخاري وتنميته قضية وطنية في المقام الأول، ويتعين على الجزائر الشروع بحزم في طريق سياسة نشطة لتقوية الوعي الادخاري للأفراد. إن نشر هذا الوعي ليس بالضرورة قضية اقتصادية وحسب، بل هو ضرورة اجتماعية أيضا، تتطلب خطة وطنية تقوم على أسس تربوية وإعلامية، تغرس مفاهيم الادخار وأهميته في التنمية لدى الأجيال الناشئة في المدارس والجامعات. ويكون نشر الوعي الادخاري بالتربية الادخارية، عن طريق المساهمة في صقل سلوك الإنفاق، والحث على تكريس فضيلة الادخار في المجتمع، وإبراز مزاياها على الفرد والمجتمع، وبتخاذ تدابير ترمي إلى تحسين محو الأمية المالية، ومنها تصحيح مفهوم الادخار الشائع الذي يراه الناس مجرد عملية الامتناع عن الإنفاق فقط، من خلال توضيح أن ذلك قد يدخل في نطاق الاكتناز، وأن المفهوم الأصيل للادخار هو ضرورة توجيه المدخرات نحو الاستثمار. إضافة إلى ضرورة التوعية بأهم المشاريع الاستثمارية المتاحة للادخار، والعائد المتوقع منها الذي يمكن أن تحققه في المستقبل. كما يتعين غرس عادة التعامل مع البنوك لدى مختلف فئات المجتمع، ويتحقق ذلك بإحساس الأفراد بأهمية الادخار كأحد مستلزمات الحياة، أي وجود دوافع ادخارية قوية، ووجود مزايا بالجهاز المصرفي تدعم تحقيق الدوافع الادخارية والتي تنحصر في ثلاثة أمور ؛ دافع الطمأنينة والأمن ؛ دافع الربحية ودافع رفع مستوى المعيشة، ويتطلب ذلك إثارة مستمرة لهذه الدوافع. كذلك إحساس الأفراد بوجود أجهزة التمويل ونشاطها واقتناعهم بالتعامل معها، مما يتطلب استخدام وسائل لكسب ثقة الأفراد وتدريب العاملين في البنوك على معاملة الجماهير وكسب صداقتهم، وإتقان وسائل الجذب، عن طريق أداء خدمات لازمة لهم في سهولة ويسر.

ولتعميق الوعي الادخاري وتنميته لدى الأفراد، يتطلب الأمر دعوة الأجهزة المركزية للدولة، وفي مقدمتها وزارة التعليم العالي ؛ وزارة المالية ووزارة الإعلام والاتصال، إلى تبني برامج متكاملة للتوعية بأهمية تنمية قيم الادخار كضرورة تنموية للاقتصاد الوطني، وتشجيعهم على الادخار والترويج لذلك بمختلف الوسائل الممكنة من قنوات التوعية المتعددة، كالصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون وغيرها، وأن يقوم على هذه البرامج أفراد ذوو قدرة علمية، وقدرة فذة على إقناع مختلف فئات المجتمع. ويُحبد أن يتم التنسيق في هذا المجال مع البنوك نظرا لقدرتها المتميزة على الاحتكاك بالجمهور، فضلا عما تملكه من مقومات على الانتشار الجغرافي، وبالتالي إتاحة العديد من البرامج والفرص الاستثمارية، التي من شأنها المساعدة على تعميق مستوى الوعي الادخاري لدى أكبر عدد ممكن من المواطنين، وبالتالي جعلهم أكثر انجذابا نحو استثمار مدخراتهم في مجالات استثمارية مجزية، مما يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية. ومن الأمثلة الناصعة في هذا المجال، تابونق حجي في ماليزيا، أحد المؤسسات المصرفية. فبرنامج تابونق حجي في تنمية الوعي الادخاري بين المجتمع الماليزي، بجميع فئاته، بدءا من تلاميذ المدارس، يدعو بحق إلى

الإعجاب ؛ فالتلميذ بالمدرسة يستطيع أن يفتح حسابا ادخاريا في هذا البنك، بمبلغ زهيد لا يتجاوز حوالي 5 ريالات سعودية، وقد استطاع البنك بذلك أن يجمع مئات الملايين من الدولارات⁴⁰.

5) العمل على محاربة الاكتناز وتشجيع الادخار عن طريق الزكاة :

لتشجيع الادخار لا بد من محاربة الاكتناز، ويكون ذلك عن طريق الزكاة. هذه الأخيرة تعتبر أمضى سلاح في محاربة الكنز⁴¹، وهي أمثل خطة للقضاء على حبس النقود واكتنازها ؛ ذلك الداء الوبيل الذي حار علماء الاقتصاد في علاجه، حتى اقترح بعضهم أن تكون النقود غير قابلة للاكتناز، بأن يحدد لها تاريخ إصدار، ومن ثم تفقد قيمتها بعد مضي مدة معينة من الزمن، فتبطل صلاحيتها للادخار والكنز، وتسمى هذه العملية المقترحة النقود الدائبة⁴². والزكاة هي إخراج جزء مخصوص من مال مخصوص بلغ نصابا إن تم الملك وحال الحال⁴³، وبالتالي فهي تمثل إنقاصا تدريجيا للأموال المكتنزة حتى تبلغ مقدار النصاب، ؛ حيث إن استقطاع 2,5% من الأموال البالغة للنصاب يؤدي إلى استقطاع 10% منها في أقل من خمس سنوات، وثلاثها في أقل من سبعة عشر عاما. وبالتالي فإن الزكاة تعتبر أداة فعالة لحفز الأموال، وأداة ترهيب للأموال المعطلة والصالحة للنماء للمشاركة في الإنتاج، حيث تدفعها بقوة إلى النشاط الاقتصادي حتى لا تأتي عليها الزكاة بعد حين، لنقل منها في حالة عدم توظيفها واستثمارها. بذلك تعمل الزكاة على توسيع القاعدة الإنتاجية للاقتصاد، بتحويلها للموارد المكتنزة إلى مجالات الادخار وقنواته الرسمية، وبالتالي زيادة القدرات الاستثمارية وتنمية التراكم الرأسمالي في المجتمع. وتعد الزكاة العامل المحرك والمحفز لزيادة الادخار، ذلك أن تخصيص جزء من أموال الزكاة مثلا لأصحاب المهن، والذين ليس لديهم دخلا، أو لا يكفيهم دخلهم لتمويل استثماراتهم، سينقل هذه الفئة من عملية استنزاف المدخرات إلى تكوين الادخار المناسب لتمويل الاستثمارات⁴⁴، وبالتالي سيزداد الادخار الاجتماعي التضامني، ويرتفع الاستثمار الكفائي، ويحدثان تأثيرات إيجابية في ارتباطهما بتطور النشاط الاقتصادي، وفي تقليصهما للنفقات الحكومية الموجهة إلى الأغراض الاجتماعية ومساعدة الفقراء⁴⁵. ذلك لأن الزكاة إنما شرعت لتغطية حاجة الفقراء والمساكين، وهذا مما يساعد في زيادة حجم الادخار الحكومي الذي يمكن توجيهه إلى المشاريع التنموية الأخرى، وهكذا تحدث حركية نوعية تتعلق بالادخار والاستثمار الكليين على المستوى الوطني. والحقيقة أن الزكاة هي تيار خير يزيد من القوة الشرائية في يد الفقراء والمساكين والمحتاجين، ويؤدي إلى زيادة الاستهلاك، فالإنتاج، فالدخل، فالادخار، وهكذا تزيد الزكاة من الاستثمار. وتقدر الكتلة المالية الحقيقية لزكاة الجزائريين بـ 5 ملايين دولار، وهذا الرقم يبين أن مورد الزكاة هو مورد دائم وافر الحصيصة إذا توفر التطبيق الإلزامي لها من طرف الدولة. لكن لا تزال حصيصة صندوق الزكاة بعيدة جدا عن النسبة الحقيقية لأموال الزكاة التي يخرجها الجزائريون المعنيون بهذا الركن، حيث تمكن الصندوق في غضون سنة 2011 من تحصيل 1,14 مليار دج، ثم ليبلغ 1,50 مليار دج سنة 2012⁴⁶، بعد أن كان في حدود 0,90 مليار دج سنة 2010 وصلها بشكل تدريجي بطيء، باعتبار أن قيمة الأموال المحصل عليها بدأت بحوالي 0,12 مليار دج سنة 2003⁴⁷. رغم ذلك، تُعد هذه النتائج ضعيفة، وتوضح محدودية ثقة المزمكين في الصندوق، وفشل مسؤوليه في إقناعهم بضح أموال زكاتهم في حساباته. ولما كانت الزكاة تعد عملا من أعمال السيادة، فإن الدولة بعمالها وأجهزتها هي المنوط بها مهمة جباية الزكاة وتوزيعها⁴⁸، لكن الواقع يثبت عكس ذلك. ويبقى من الضروري على الدولة أن تعمل على كسب ثقة المزمكين، ونشر ما يسمى بالوعي الإيماني والعقائدي، والشعور بالأخوة الإسلامية والتكامل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، والرفع من المستوى الأخلاقي للفرد والمجتمع على حد سواء، من أجل تطبيق فريضة الزكاة، ووضع أموالها في الصندوق المخصص لها. بالإضافة إلى ضرورة إشراك نسيج القطاع الاقتصادي، وإقناع كافة المؤسسات والوحدات الإنتاجية والصناعية العمومية منها والخاصة، بضرورة تخصيص جزء من أرباحها لفائدة صندوق الزكاة، للتقليل من الفقراء. ذلك أن الزكاة مقتصرة على تبرعات المحسنين، وهذا غير كاف إذا ما أريد الارتقاء بهذا الصندوق، وجعله شريكا فعالا في التنمية.

6) العمل على نشر الوعي الادخاري التأميني للأفراد وبناء الحوافز :

يعتبر قطاع التأمين من أهم آليات تعبئة المدخرات الاجتماعية، ويمثل أحد مصادر الادخار الرئيسية اللازمة لتمويل النشاط الاقتصادي. وجوهره يتضمن تشجيع الجميع على توفير، فأقساط التأمين تعمل على تجميع مبالغ نقدية كبيرة تحتفظ بها شركات التأمين، توفر رأس مال عملاق يجب أن يستغل في خدمة برامج التنمية الاقتصادية، مما يعكس أثره الإيجابي على زيادة الإنتاج ومكافحة التضخم وزيادة الرفاهية والازدهار. ونظرا للأهمية الكبيرة التي يتمتع بها قطاع التأمين، فإنه لا بد من الاهتمام به وتطويره ليوكب التطور الاقتصادي، والعمل على زيادة إنتاجيته وتفعيل دوره في تجميع المدخرات، مع مراعاة وفرة الإمكانات الاقتصادية والاجتماعية المتاحة والتي لم تستثمر تأمينيا. وبالتالي يجب استغلال كامل طاقته ليقوم بدوره المهم كمصدر ادخاري واستثماري يساهم في زيادة الناتج المحلي، ويدفع بالتنمية الاقتصادية إلى الأمام. ولا يتأتى ذلك إلا بنشر الوعي والثقافة التأمينية، لإثارة دافع التأمين لدى المجتمع من خلال وسائل الإعلام كافة المقروءة والمسموعة والمرئية، مع التوسع في صور الادخار التعاقدية، بتشجيع التأمين على الحياة، وتطبيق نظم المعاشات والتأمينات الاجتماعية، وتوسيع نطاقها لتشمل جميع المواطنين. لكن رغم ارتفاع مستوى وعي الأفراد في بعض الأحيان بموضوع الادخار، إلا أنه غير كاف، وأن الدولة لا بد أن تضع حوافز مضافة للادخار. ويكون بناء حوافز الادخار من خلال المنح التشجيعية التي تقدمها الدولة، ويشترط في استمرار التمتع بمزايا هذه المنح أن يتم استخدامها فيما منحت من أجله، ويكون ذلك بالاعتماد على عمليتين أساسيتين، الأولى : رصد المحطات⁴⁹ التي يمر بها الفرد في حياته العملية، والثانية : ترتيب وبناء الحوافز المالية على الادخار التي تتناسب الاستعداد للوفاء بما هو مطلوب ومتوقع في هذه المحطات. وفي المقابل يتعين على شركات التأمين أن تؤدي دورها كاملا في التنمية الاقتصادية، ذلك أن طريقة عملها الحالية تقتصر على تجميع أقساط التأمين، ولا تستخدم المبالغ المحصلة إلا لتعويض الخسائر التي يتعرض لها المؤمن. وبهذه الطريقة تتجمع لدى مؤسسات التأمين مدخرات هائلة، لكنها سلبية من حيث مساهمتها في التنمية الاقتصادية. فعلى سبيل المثال، بلغ رقم أعمال مؤسسات التأمين الجزائرية سنة 2010 ما قيمته 80,71 مليار دج بعدما كان قد بلغ 22,1 مليار دج سنة 2001، وهذا كما يوضحه الجدول رقم (3) التالي. ويمكن تفعيل هذه المدخرات عن طريق توظيفها في مؤسسات يتخذ فيها المؤمنون صفة الشريك.

الجدول (3) : رقم أعمال مؤسسات التأمين الجزائرية للفترة (2001-2010)

الوحدة : مليار دج

السنوات	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
مجموع الإنتاج(رقم الأعمال)	22,10	29,42	31,27	36,12	41,64	46,50	53,86	68	77,67	80,71

المصدر : الفترة [2002-2001] : [2002-2001] : p53, Ons, Alger, 2005, n34, Algérie en quelques chiffres

الفترة [2004-2003] : [2004-2003] : P55, Ons, Alger, 2006, Algérie en quelques chiffres n36

الفترة [2006-2005] : [2006-2005] : p58, Ons, Alger, 2009, Algérie en quelques chiffres n39

الفترة [2010-2007] : الجزائر بالأرقام رقم 41، الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر، 2011، ص63.

7) تشجيع زيادة تحويل مدخرات المواطنين العاملين في الخارج⁵⁰ :

هناك مصدرا للادخار لم يتم الاستفادة منه بشكل فعال، وهو مدخرات الجزائريين في المهجر، والواقع أن هذه المدخرات تمثل موردا هاما للعملة الأجنبية، وبالتالي فإن انتهاج سياسة فعالة لاستقطابها وعودتها إلى الوطن للاستفادة منها في التنمية تُعد من الأولويات التي يجب أن تُحصى بالاهتمام. ولاجتذاب هذه المدخرات من الضروري العمل على :

1. التخفيف من دور السوق الموازية : فطالما أن هناك اختلافا واضحا بين السعر الرسمي للعملة الصعبة وبين سعرها في السوق الموازية، فسوف تظل هذه السوق مجالا خصبا لتحويلات المغتربين.
2. علاج ما يصيب المدخرات من امتصاص بالخارج، وبسبب المضاربة النقدية في الداخل، مما ينشأ عنه تباين واضح بين سعر الصرف رسميا وتشجيعيا وبين سعره في السوق غير الرسمية.
3. تشجيعا لتحويل مدخرات الجزائريين بالعملة الأجنبية قد يكون مقبولا أن يتم طرح سندات بالعملة الأجنبية من فئات مختلفة، تعطي فائدة ثابتة وتقبل الاسترداد بكامل قيمتها بعد مدة معينة (خمس سنوات مثلا).
4. إعفاء الأموال المودعة من الجزائريين في الخارج وفوائد استثماراتهم من بعض الضرائب.
5. تشجيع الاستثمار داخل الوطن، ومن ذلك السماح للجزائريين المغتربين بتأسيس شركات برأس مال مدفوع كله بالعملة الصعبة على أن يكون من حق الشركات تحويل عائد المال المستثمر فقط دون رأس المال.
6. دراسة إمكانية الأخذ بنظام تعدد أسعار الصرف، بمنح علاوة خاصة على الأسعار الرسمية لما يتم تحويله من عملة أجنبية إلى الجزائر بواسطة الجزائريين العاملين في الخارج.
7. دراسة إمكانية إنشاء بنك وطني، يتخصص في قبول ودائع وتحويلات المغتربين، بسعر فائدة متميز على سعر الفائدة الذي يمكن الحصول عليه في البنوك الأجنبية الموجودة في الخارج، على أن توظف هذه الودائع في مشاريع استثمارية تخصص لهذا البنك، ويكون للمودعين حق المشاركة فيها إذا رغبوا في ذلك.
8. تخصيص عددا من المشاريع الاستثمارية تعدها الوزارات المختصة وتطرحها على المغتربين. وتقتصر المشاركة فيها عليهم، بشرط أن يتم إسهامهم فيها بالعملة الأجنبية التي يتم تحويلها إلى البنوك المعتمدة.
9. الحد من الطلب على العملة الأجنبية، وذلك بترشيد الاستيراد عن طريق ترشيد استيراد السلع الكمالية بوضع رسوم جمركية عالية على المستورد منها، مما يحد من استيرادها.

(8) العمل على ضمان الاستقرار السياسي :

ذلك أن وجود استقرار سياسي في البلاد يعتبر بمثابة حجر الزاوية لكل سياسة تهدف إلى تجنيد الادخار العائلي وتنميته، بالإضافة إلى توطينه ومنعه من الهروب نحو الخارج.

الخلاصة :

تكتسي المدخرات الفردية أهمية بالغة من حيث مساهمتها في تحقيق إضافات لرأس المال، الذي يستثمر في خطة التنمية ورفع المستوى المعيشي العام. لذا عملت الدول بمختلف مذاهبها السياسية على تنمية الوعي الادخاري بين أفرادها بشتى الطرق، وجذب هذه المدخرات وتجميعها، لاستخدامها في تمويل التنمية الاقتصادية. وقد تباينت قدرة الاقتصاد الوطني في توليد المدخرات العائلية خلال فترة الدراسة، حيث تميزت بالضعف خلال الفترة (1970-1995)، إلا أنها أخذت تتحسن تدريجيا مع استقرار الاقتصاد الوطني بداية من سنة 1996 كنتيجة لتحسن الدخل المتاح الذي عرف نوعا من النمو والزيادة بشكل كبير على عكس الفترة السابقة. وبالرغم من ذلك فلا تزال هناك بعض العقبات التي تحول دون تعبئة هذه المدخرات بالشكل السليم، خاصة ما تعلق منها بانخفاض متوسط الدخل الحقيقي للفرد الذي مرده إلى الفقر وانتشار البطالة، ونمط توزيع الدخل الذي يؤثر بطريقة مباشرة في انخفاض معدل الادخار، حيث نجد في الجزائر أن الجزء الأكبر من الدخل يذهب لطبقة خاصة، وهي ذات الدخل المرتفع، التي تتميز بارتفاع الميل الحدي للاستهلاك وخاصة الاستهلاك التفاخري والترفي الذي يُعد استنزافا للموارد والدخول، وبالتالي لا تقوم بالادخار. كذلك النمو السكاني المرتفع، ونظرة المجتمع للبنوك على أنها ذات إرث ربوي، وهو ما يؤدي إلى هروب المدخرات. أضف إلى ذلك تنامي أسلوب البيع بالتقسيط مع ضعف الوعي الادخاري المصرفي والتأميني لدى

الأفراد، وعدم استقرار البيئة السياسية والأمنية في بعض الأحيان، وهذا ما يثبت صحة الفرضية المتبناة، إلا أن هذه المشاكل لا تشكل عقبة غير قابلة للتخطي أمام عملية التنمية، وذلك إذا توفرت سياسة ادخارية فعالة وتضافرت الجهود باتجاه قضية تنمية الادخار، التي ستظل محور السياسة الاقتصادية وإحدى البدائل لبحث المشكلات الاقتصادية على مستوى الفرد والدولة على حد سواء، فتنمية الادخار تُعد أمراً حيوياً وملحاً للغاية. ذلك أن الادخار هو المحرك لأي عملية تنمية في الدولة، وفي كافة مراحل التطور الاقتصادي؛ إنه الشرط الضروري للاستثمار، وبزيادة حجمه سنزيد في تحسين ظروف التنمية الاقتصادية للبلاد. وهذا لن يتأتى في الحقيقة إلا من خلال الحد من ظاهرتي الفقر والبطالة ومراعاة الدافع الديني للأفراد عند وضع السياسات الاقتصادية في اتجاه تطوير السلوك الادخاري للمواطن الجزائري، والعمل على ترشيد الاستهلاك وذلك بمعالجة مشكلة التبذير والإسراف والترف، والعمل على تعميق الوعي الادخاري والتأميني وتنميته لدى الأفراد، إلى جانب محاربة الاكتناز عن طريق الزكاة، وتشجيع زيادة تحويل مدخرات المواطنين العاملين في الخارج مع توفير الاستقرار السياسي في البلاد بهدف تجنيد الادخار العائلي وتنميته، إضافة إلى توطينه ومنعه من الهروب نحو الخارج.

الهوامش والمراجع :

- ¹ محمد فوزي أبو السعود، مقدمة في الاقتصاد الكلي مع التطبيقات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص343.
- ² يسري دعبس، الادخار والعوامل المؤثرة فيه، المكتبات الكبرى، مصر، 1997، ص6.
- ³ سيد فتحي الخولي، المدخر الصغير بين إغراء السيولة النقدية و بريق العائد الاستثماري، مجلة الاقتصاد، السعودية، عدد223، 1991، ص44.
- ⁴ مفيد حلمي (الموسوعة العربية)، الادخار، (2008/11/28)، [على الخط]، www.arab-ency.com/index.php?module=pnEncyclopedia&func=display_term&id=290&m=1
- ⁵ رمزي زكي، مشكلة الادخار مع دراسة خاصة عن البلاد النامية، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1966، ص24.
- ⁶ راشد البراوي، الادخار والتنمية، مجلة الهلال، الإسكندرية، العدد4، 2000، ص21.
- ⁷ محمد عبد العزيز عجمية، محمد علي الليثي، التنمية الاقتصادية: مفهومها - نظرياتها - سياساتها، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص228.
- ⁸ محمد آدم، أسواق الأوراق المالية واقتصاديات الدول النامية، مجلة النبا، لبنان - بيروت، عدد 59، تموز 2001، [على الخط]، <http://annabaa.org/nba59/asoq.htm>
- ⁹ الخشرمي عبد الله علي محرر، وسائل استثمار المدخرات الصغيرة والمتوسطة، مجلة التجارة، الغرفة التجارية الصناعية، السعودية، العدد 350، دون سنة نشر، ص35.
- ¹⁰ قحطان الطويل، (2009/07/06)، الإدخار والتنمية، صحيفة 26 سبتمبر، اليمن، عدد 1025، ص21، [على الخط]، www.26sep.net/newsweekarticle.php?sid=673
- ¹¹ الهادي أحمد محمد حسن، الادخار في النظام الإسلامي، مجلة العلوم والبحوث الإسلامية، معهد العلوم والبحوث الإسلامية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2011، ص ص 6-7، [على الخط]، http://www.sustech.edu/staff_publications/20120226103804244.pdf
- ¹² علي مهرة، الادخار ودوره في التنمية، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، سوريا، 1996، ص17.
- ¹³ صبحي تاندرس قريصة، مذكرات في التنمية الاقتصادية، الدار الجامعية، دون بلد نشر، دون سنة، ص80.
- ¹⁴ عبد الرحمن زكي إبراهيم، المدخرات المحلية وسياسة التنمية في الجمهورية اليمنية، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، اليمن، عدد37، ص97.
- ¹⁵ الزبيدي حمزة محمد، إدارة المصارف، مؤسسة الوراق، عمان - الأردن، 2000، ص96.

- ¹⁶ فريد بشير طاهر، محددات الادخار الخاص في المملكة العربية السعودية، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل، م2، عدد 1، 2001، ص ص174-176.
- ¹⁷ م/ بوسلان، 2012/03/30، ادخار العائلات الجزائرية بلغ ألفي مليار دينار في 2011، جريدة المساء، الجزائر، [على الخط]،
- <http://www.el-massa.com/ar/content/view/58601/41/>
- ¹⁸ عبد الوهاب بوكروحو وآخرون، 2009/02/01، المدير العام للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط في منتدى الشروق، الشروق أون لاين، الجزائر، [على الخط]، <http://www.echoroukonline.com/ara/?news=32353?print>
- ¹⁹ Direction générale de la prévision et des politiques (DGPP), ministère des finances.
- ²⁰ عبد القادر زيتوني، سهام دربالي، تقييم كفاءة الأوعية المصرفية في تعبئة مدخرات القطاع العائلي في الجزائر للفترة 1999-2009، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح ورقلة - الجزائر، عدد 11، 2012، ص59.
- ²¹ محمود حسين الوادي، أحمد عارف العساف، الاقتصاد الكلي، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2009، ص297.
- ²² المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، تقرير حول الظرف الاقتصادي والاجتماعي للسداسي الأول، الدورة العامة 12، نوفمبر 1998، ص86.
- ²³ برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية البشرية 2009، مركز معلومات قراء الشرق الأوسط (ميريك)، مصر، 2009، ص178.
- ²⁴ Activité, emploi & chômage au 4^{eme} trimestre 2013, N653, Ons, Algérie, p2.
- ²⁵ مجلس الأمة، المخطط الخماسي 2010-2014، مجلة مجلس الأمة، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، عدد 43، جويلية 2010، ص4.
- ²⁶ صوت الأحرار، الجزائر حققت أغلب أهداف الألفية من أجل التنمية قبل 2015، جريدة صوت الأحرار، الجزائر، (2010/09/24)، [على الخط]
- <http://sawt-alahrar.net/oldsite/modules.php?name=News&file=article&sid=18458> ،
- ²⁷ عمار زيتوني، المصادر الداخلية لتمويل التنمية، دراسة حالة الجزائر 1970-2004، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية- غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2007/2006، ص215، بتصرف.
- ²⁸ حيث بلغ متوسط عدد أفراد الأسرة 5,9 في 2008، بعد أن كان يقدر بـ 6,6 سنة 1998. بينما يقدر بـ 7,7 أفراد بالأسر الراحلة. وفيما يخص تطور متوسط عدد أفراد الأسرة فقد انتقل من 6,4 سنة 1998 إلى 5,8 سنة 2008 بالنسبة للتجمعات الحضرية الرئيسية، ومن 6,7 إلى 6,1 بالنسبة للتجمعات الحضرية الثانوية، ومن 7,2 إلى 6,4 بالنسبة للمناطق المبعثرة ؛ [حسب نتائج الإحصاء العام الخامس للسكن والسكان في الجزائر (2008) لـ ONS].
- ²⁹ Démographie Algérienne, ONS, N°658, 2013, P1.
- ³⁰ معدل الإعالة = [الفئة العمرية (0-14) سنة + الفئة العمرية (65+)] / [الفئة العمرية (15-64) سنة].
- ³¹ علي جدوع الشرفات، التنمية الاقتصادية في العالم العربي، ط1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص195.
- ³² بتول شكوري، الترابط بين السكان والتنمية والفقر على صعيد الاقتصاد الكلي، المنتدى العربي للسكان، بيروت، 2004/11/19، ص12.
- ³³ بيانات البنك الدولي، [على الخط]،
- <http://search.worldbank.org/data?qterm=Age%20dependency%20ratio&language=EN>
- ³⁴ وضاح نجيب رجب، التضخم والكساد الأسباب والحلول وفق مبادئ الاقتصاد الإسلامي، ط1، دار النفائس للنشر، عمان، 2011، ص105، بتصرف.
- ³⁵ أحمد إبراهيم، إدارة الحياة في ترشيد الاستهلاك، ط1، الدار الأكاديمية للعلوم، مصر، 2010، ص74.

- ³⁶ للإشارة فإن 45 بالمائة من الجزائريين لم يتمكنوا من تسديد القروض في عام 2009، بالإضافة إلى وجود 400 قضية في المحاكم.
- ³⁷ عبد اللطيف مصيطفي، دور البنوك وفعاليتها في تمويل النشاط الاقتصادي - حالة الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، عدد 04، 2006، ص: 79-80.
- ³⁸ بطاهر علي، إصلاحات النظام المصرفي الجزائري وأثارها على تعبئة المدخرات وتمويل التنمية، (رسالة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية - غير منشورة، جامعة الجزائر)، الجزائر، 2006/2005، ص: 211.
- ³⁹ عمر بن الفيحان المرزوقي، ضوابط تنظيم الاستهلاك في الإسلام، مجلة الشريعة والقانون بجامعة الملك سعود، عدد 34، أبريل 2008، ص ص 39-40.
- ⁴⁰ علي أحمد محمد، دور البنوك الإسلامية في مجال التنمية، سلسلة محاضرات البنك الإسلامي للتنمية، ط3، السعودية، 2001، ص13، بتصرف.
- ⁴¹ يوسف القرضاوي، أهداف الزكاة الروحية والاجتماعية، (2009/07/29)، [على الخط]، www.qaradawi.net/fatawaahkam/30/1680.html
- ⁴² يوسف القرضاوي، دور الزكاة في علاج المشكلات الاقتصادية، ط1، دار الشروق، القاهرة، 2001، ص55.
- ⁴³ محمد عثمان شبير، استثمار أموال الزكاة رؤية فقهية معاصرة، مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 21، عدد 5، 1994، ص285.
- ⁴⁴ أحمد عمر علاش، محفزات النشاط الاقتصادي في الإسلام، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2011، ص207.
- ⁴⁵ صالح صالح، المنهج التنموي البديل في الاقتصاد الإسلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص627، بتصرف.
- ⁴⁶ صبرينة، تحصيل 1.5 مليار دج حملة صندوق الزكاة للموسم الحالي، جريدة الأحداث، الجزائر، (2013/01/07)، [على الخط]، <http://www.elahdath.net/index.php/general/16505.html>
- ⁴⁷ محمد درقي، صندوق الزكاة يتخطى مليار دينار بعد تسع سنوات من تأسيسه، جريدة الخبر، الجزائر، عدد 6554، 3 ديسمبر 2011، ص5.
- ⁴⁸ خالد عبد العظيم أبو غابة، حسنى جاد الرب، الإنفاق العام ومدى دور الدولة في الرقابة عليه، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011، ص137.
- ⁴⁹ من المحطات : محطة الزواج ؛ محطة شراء سكن ؛ محطة اقتراب الأولاد من التفكير في الزواج ومحطة التقاعد من العمل.
- ⁵⁰ منصورى الزين، آليات تشجيع وترقية الاستثمار كأداة لتمويل التنمية الاقتصادية، (أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية - غير منشورة، جامعة الجزائر)، الجزائر، 2006/2005، ص ص 201-204، بتصرف.

البنوك الإسلامية: الحل الأمثل لمشاكل الأزمات المالية (الأزمة المالية العالمية 2008 كمثال)

Islamic banks: the perfect solution to financial crises problems (2008 Global financial crisis as an example)

زكرياء شعباتي
جامعة إسطنبول ، تركيا

Zak.tbd@gmail.com

ملخص :

لقد عرف القطاع المالي العالمي في السنوات الاخيرة تطورا ملحوظا للبنوك الإسلامية، خاصة بعد الأزمة المالية العالمية والتي شهدت فشل العديد من البنوك التقليدية، هذا ما أدى إلى إعادة النظر في مدى نجاعة البنوك الإسلامية ومدى إمكانية الاعتماد عليها في التصدي لأي أزمات مالية قد تحدث في المستقبل.

الهدف من هذا البحث هو دراسة لتوضيح مدى أهمية البنوك الإسلامية في الاقتصاد العالمي، أهمية اعتمادها بشكل أكبر مستقبلا وذلك من خلال تقديم دراسة توضيح لعمل البنوك الإسلامية بشكل عام والأسباب التي مكنتها من الصمود خلال الأزمة المالية العالمية بيد أن البنوك الأخرى فشلت فشلا ذريعا.

ومن أجل هذا الهدف سنتطرق أولا إلى الأزمة المالية العالمية، تعريفها، نشأتها، والآثار المترتبة عنها. ثم إلى النظام المالي الإسلامي بشكل عام، مروراً بالخصائص التي يتمتع بها، وصولاً إلى البنوك الإسلامية والقاء نظرة عليها بشكل خاص. وفي الأخير سنرى كيفية تطبيق نظريات الاقتصاد الإسلامي من خلال البنوك الإسلامية التي سنقدمها كنموذج، وذلك من أجل توضيح مدى نجاعة البنوك الإسلامية والنظام المالي الإسلامي في مواجهة الأزمات المالية، وبالتالي المساهمة في استقرار وتنمية الاقتصاد العالمي.

الكلمات المفتاحية : البنوك الإسلامية ، النظام المالي الإسلامي ، الأزمة المالية العالمية ، التنمية الاقتصادية ، الاقتصاد العالمي.

Abstract:

Financial industry has known in the past few years a remarkable development of Islamic banks, especially after the failure of many conventional banks during the last financial crisis. This led many researchers to reexamine the efficiency of Islamic banks compared to conventional ones and to study their capacity to resist to the financial crisis.

The objective of this paper is to clarify the importance of Islamic banks within international economy system. Moreover, to study the reasons, which made the resistance ability of Islamic banks to financial crisis.

For doing that, we will discuss first the international financial crisis of 2008, its reasons and implications. Then we will see discuss the Islamic financial system and Islamic banks in theory and analyze the practice of IB in the international economy, how they succeed resisting financial crisis, and how they can be the solution to avoid future crisis.

Keywords: Islamic banks, Islamic financial system, International financial crisis, Economic development, Global economy.

تمهيد :

لقد شهد العالم أزمات اقتصادية عديدة خصوصاً في القرن العشرين، منها أزمة 1930 - 1931 ، وكذا أزمة انخفاض أسعار البترول في السبعينات. ولكن تبقى الأزمة المالية الأخيرة في 2008 من بين الأهم، والتي ظهرت أولاً ما ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية ثم تبعها أوروبا، وبعد ذلك انتشرت في بقية العالم، وقد كانت لها آثار عديدة وجمة سواء الاقتصادية أو الاجتماعية، والتي سنتطرق إليها في فصول هذا البحث. لكن بعض الدول الإسلامية أظهرت نوع من المقاومة بسبب اعتمادها على النظام المالي الإسلامي. أهم هذه الدول (البحرين، ماليزيا، باكستان، الإمارات العربية المتحدة) وبدرجة أقل (إيران والسودان). وحسب إحصائيات صندوق النقد الدولي فإن البنوك الإسلامية عبر العالم أجمع كانت أكثر فعالية في التصدي للأزمة المالية من غيرها من البنوك¹. وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على نجاعة البنوك الإسلامية والنظام الاقتصادي الإسلامي بشكل عام.

من خلال هذا البحث سنحاول إيجاد الحلول المناسبة في النظام الاقتصادي الإسلامي، والبنوك الإسلامية من أجل معالجة الأزمة المالية العالمية والمشاكل المالية في النظام الرأسمالي بشكل عام. لذلك سنقسم البحث إلى ثلاثة أجزاء: الجزء الأول: سنتطرق فيه إلى الأزمة المالية العالمية، تعريفها، نشأتها، والآثار المترتبة عنها. الجزء الثاني: سنتطرق من خلاله إلى النظام المالي الإسلامي بشكل عام، مروراً بالخصائص التي يتمتع بها، وصولاً إلى البنوك الإسلامية وإلقاء نظرة عليها بشكل خاص.

الجزء الثالث: هو الجزء الأخير في البحث، وفيه سنرى كيفية تطبيق نظريات الاقتصاد الإسلامي من خلال البنوك الإسلامية التي سنعمدها كنموذج ، وذلك من أجل توضيح مدى نجاعة البنوك الإسلامية والنظام المالي الإسلامي في مواجهة الأزمات المالية، وبالتالي المساهمة في استقرار وتنمية الاقتصاد العالمي.

1 - الأزمة المالية العالمية المعاصرة :**1.1 - تعريف الأزمة المالية:**

تعرف الأزمة المالية بشكل عام على أنها انخفاض حاد ومفاجئ في أسعار نوع أو أكثر من الأصول سواء كانت مادية (آلات)، أو مالية (الأسهم)، أو حقوق ملكية للأصول المالية (المشتقات المالية). كما أن الأزمة المالية بشكل عام تنقسم إلى قسمين أساسيين، القسم الأول يعتمد على العملة والانخفاض المالي المفاجئ، والقسم الثاني يحتوي على الديون والصناعة المصرفية.

بالنسبة للقسم الأول الذي ينطوي على أزمة العملات، هو الانخفاض الحاد في قيمة العملات، مما قد يضطر السلطات لحماية العملة من خلال إنفاق جزء كبير من الاحتياطيات المالية الدولية، أو إلى رفع أسعار الفائدة بشكل حاد، أو فرض رقابة على رأس المال. يعتمد هذا الجزء كذلك على الانخفاض المالي المفاجئ (كما يمكن تسميته أزمة ميزان المدفوعات) والذي يمكن تعريفه بأنه انخفاض حاد وغير متوقع في تدفقات رؤوس الأموال الدولية، أو لبلد ما. وهذا الانخفاض يكون عادة متزامناً مع الارتفاع الحاد للديون.

أما بالنسبة للقسم الثاني المتعلق بالديون والصناعة المصرفية، يمكن تعريف أزمة الديون الخارجية على أنها الأزمة التي تحل بالبلد الذي لا يستطيع دفع ديونه الخارجية، سواء العامة منها أو الخاصة. أما فيما يخص الديون العامة الداخلية فالأزمة تنشأ إذا لم يحترم البلد الالتزامات المالية المحلية ولم يؤديها في زمنها المحدد لها، سواء بسبب التضخم أو استعمال أي نوع من أنواع القمع المالي. للصناعة المصرفية أو النظام المصرفي أزماته أيضاً، وتعرف على أنها فشل أو إمكانية فشل بعض البنوك بسبب عدم قابليتها على تحويل التزاماتها المالية، مما يجعل الحكومة تتدخل من أجل المساعدة عن طريق ضخ سيولة مالية على نطاق واسع².

هذان القسمان يعتبران أساسيين، لكن يمكن تقسيم الأزمات المالية إلى عدة أنواع وأقسام مختلفة ومتنوعة على حسب العوامل المأخوذة بعين الاعتبار.

2.1 - نشأة و أسباب الأزمة المالية العالمية المعاصرة (2008):

بعد زيادة الطلب على العقارات والمساكن في الولايات المتحدة الأمريكية ارتفعت أسعارها بشكل كبير وسريع، وهذا ما حفز البنوك على زيادة حجم الاستثمارات في هذا القطاع. هذه الزيادة جاءت على نوعين، الزيادة في منح القروض بأدنى الضمانات الممكنة، وكذا التوسع في التداول بالأوراق المالية الخاصة بقطاع العقارات. بعد هذا التوسع الرهيب في حجم الاستثمارات الخاصة بقطاع العقارات أصبحت المساكن المعروضة أكبر بكثير من الطلب الموجود في السوق فانخفضت الأسعار بشكل كبير ومفاجئ. هذا ما أدى إلى إفلاس عدد كبير من البنوك والمؤسسات المالية، أهمها مؤسسة الاخوة ليمان الأمريكية في سبتمبر 2008، كما وصل عدد البنوك الأمريكية التي أعلنت إفلاسها سنة 2008 إلى 19 بنكا، وبعد ذلك امتدت الأزمة إلى أوروبا وآسيا والدول الخليجية وباقي دول العالم³.

1.2.1 - أسباب الأزمة المالية المعاصرة :

أسباب الأزمة المالية العالمية عديدة ومختلفة لكن من الواضح أن السبب الرئيسي هو طبيعة النظام المالي العالمي نفسه (النظام الرأسمالي)، حيث أنه يعطي الحرية المطلقة في التعاملات الاقتصادية والمالية دون السماح للدولة بالتدخل، وهذا ما جعل مضاربات الأسهم غير منضبطة، فارتفعت أسعارها الس وقيّة بشكل غير منطقي. من بين الأسباب الأخرى التي يمكننا ذكرها هو عدم وضع قواعد محددة ومعينة للبنوك بخصوص عمليات الائتمان والإقراض⁴.

كما يمكننا ذكر تسرع المستثمرين العالميين في توسيع حجم استثمارات قطاع العقار بدون دراسة جدية مسبقة.

3.1 - آثار الأزمة المالية العالمية على الإقتصاد الدولي :

انعكاسات وآثار الأزمة المالية العالمية تختلف درجتها من بلد لآخر، ومن اقتصاد لآخر، ولكنها بصفة عامة أثرت بطريقة سلبية على اقتصاديات العالم أجمع. لكن دول أمريكا وأوروبا كانت الأكثر تضررا، ففي أمريكا شهد الإقتصاد الأمريكي خلال سنة 2008 مشاكل عديدة، وانكماش واضح، حيث وصلت معدلات البطالة إلى 6.1% وهو المعدل الأعلى ما بين سنوات 2003 و 2008، أي خلال خمس سنوات.

لقد قام أصحاب العمل بالاستغناء عما يقرب 605000 عامل، وهذا ما أدى إلى تدهور سوق الأوراق المالية فقد انخفضت أسعار الأسهم والسندات بشكل حاد.

أما في أوروبا فقد انخفض الإنتاج الصناعي للاتحاد الأوروبي ب 1.9%. كما ارتفعت معدلات البطالة، ففي بريطانيا ارتفع معدل البطالة ليصل إلى 904.900 حالة بزيادة ما يقرب 32.500 في سنة 2008 وحدها. بينما كان الإقتصاد الإيرلندي أول الاقتصاديات الأوروبية التي تدخل في حالة كساد حيث انخفض إجمالي الناتج المحلي بمقدار 1.5% وهو المعدل الأكثر انخفاضا منذ سنة 1983. أما في اسبانيا فقد ازد معدل البطالة بقرابة 425000 حالة بالمقارنة مع 2007 أي ما يعادل 9.9%.

يمكن تلخيص الآثار المترتبة على الأزمة المالية العالمية في النقاط التالية:⁵

-إفلاس العديد من البنوك، والمؤسسات العقارية، وشركات التأمين. وقد بلغ عدد البنوك المفلسة 11 بنكا في 2008، وفي منتصف 2009 بلغ عدد البنوك المفلسة تقريبا 110 بنكا تقدر قيمة أصولها حوالي 850 مليار دولار. -تدهور حاد في نشاط الأسواق المالية لتأثره بالقطاع المصرفي والمالي، وهو ما يفسر تراجع القيمة السوقية لثمان مؤسسات مالية عالمية بحوالي 574 مليار دولار خلال عام 2008.

- ارتفاع نسبة الديون العقارية بما يقارب 6.6 تريليون دولار .
- ضعف الناتج المحلي، كما بلغت نسبة البطالة 5% ، ومعدل التضخم 4%.
- ترجع كبير في نسب نمو الدول الصناعية حيث وفي سنة 2009 أصبحت 0.3% .
- ترجع أسعار النفط مما أثر على دول منظمة "الأوبك".
- إعلان دخول العديد من الدول في مرحلة الركود الاقتصادي، مثل اليونان، إسبانيا، إيطاليا.
- انخفاض حاد في مبيعات السيارات، أهمها 'جنرال موتورز' والتي كانت على وشك الإفلاس.

2 - النظام المالي الإسلامي :

1.2 - تعريف النظام المالي الإسلامي:

النظام المالي الإسلامي هو مجموعة من الأحكام الشرعية التي تختص بالأموال وكيفية الحصول وطرق ذلك، وكذا كيفية التصرف فيها. بمعنى الأحكام التي تهتم بالمالية العامة، كيفية جباية الإيرادات من مصادرها المختلفة، وكيف يتم إنفاقها وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية⁶.

1.1.2 - خصائص النظام المالي الإسلامي :

- للنظام المالي الإسلامي خصائص تميزه عن الأنظمة المالية الوضعية، وهي:
- الشرعية: هو شرعي رباني، فهو يحتكم إلى الدين الإسلامي الحنيف، ويعتمد على النصوص الشرعية من القرآن الكريم والسنة النبوية، وإجماع العلماء في أصوله وأحكامه.
- الشمولية: بمعنى أن أحكام النظام المالي المستمدة من الدين تعالج وتلبي كل جوانب الحياة الإنسانية، الدينية والمادية والاجتماعية والاقتصادية، بشكل لا يطغى فيه جانب على الآخر.
- الاستقرار والانضباطية: لأن أصول هذا العلم ثابتة لا تتغير فإن المالية العامة الإسلامية تتميز بطابع الاستقرار.
- الاستقلالية: الاستقلالية هنا تعني الاختلاف، فما يجعله مستقلا ومختلفا عن الأنظمة المالية الوضعية هو استقلالية النظام المالي الإسلامي في هياكل موارده وانفاقه وميزانيته، لكل منها قواعدها وأوجهها ونظمها. كما يختلف أيضا في قواعد تعدد الموارد، وتنظيم الضرائب على أساس مفاهيم القدرة⁷.

2.2 - البنوك الإسلامية :

1.2.2 - تعريف البنوك الإسلامية :

- هي عبارة عن منشآت مالية تقدم الخدمات المصرفية في إطار الشريعة الإسلامية كما تعتمد في الحصول على الأموال على الطرق المشروعة كالمضاربة والمرابحة وبيع السلع والاجارة⁸.
- رغم أن المصارف أو البنوك الإسلامية تشبه إلى حد ما البنوك التقليدية إلا أن هناك اختلافات أساسية أهمها:
- التزام البنوك الإسلامية بأحكام الشريعة⁹.
- اختلاف وظائف المصارف الإسلامية من حيث تحريم الربا واعتبار النقود وسيلة للتبادل وللقيمة وللوفاء بالالتزامات، وأنها ليست سلعة.
- على عكس البنوك التقليدية التي تعتمد في وساطتها المالية على الدين وتسمح بالمخاطر المالية فإن الوساطة المالية في البنوك الإسلامية تعتمد على الأصول وترتكز على تقاسم المخاطر وتحملها.
- العلاقة بين البنوك الإسلامية وأصحاب الودائع ليست علاقة دائن ومدين، بل هي علاقة مشاركة ومتاجرة ضمن عمليات البيع والشراء¹⁰.

2.2.2 - وظائف البنوك الإسلامية :

وظائف البنوك الإسلامية عديدة ومتنوعة، من أهمها: ¹¹

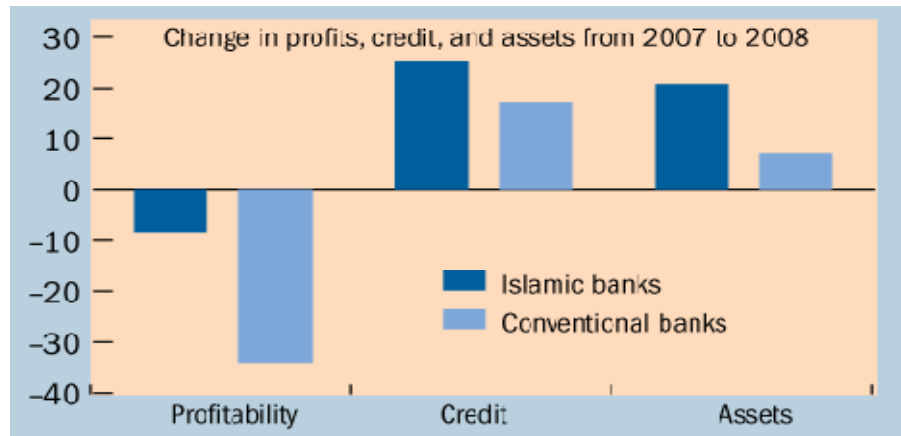
- جذب الادخار من أجل الاستثمار في القطاعات المختلفة.
- إدارة استثمارات الغير، حيث يكون البنك مضاربا لقاء نسبة من ناتج الاستثمار في حالة الربح، وفي حالة الخسارة يتحمل البنك الخسارة مع صاحب المال.
- تقديم الخدمات المصرفية مقابل سعر معين مثل الحوالات والشيكات وفتح الاعتمادات... الخ من الخدمات المصرفية العديدة والمتنوعة.
- تقديم الخدمات الاجتماعية كالإقراض سواء من صندوق القرض، أو من صندوق الزكاة.
- الاتجار المباشر، وذلك من خلال بيع ما تم شراؤه من السلع مع هامش ربح.
- الاستثمار المباشر من خلال المشاركة في مشروعات قائمة أو إنشاء مشروعات جديدة.
- من أجل القيام بهذه الوظائف تعتمد البنوك الإسلامية على عدة وسائل، أهمها: المضاربة - المشاركة - المرابحة - الاستصناع - الاجارة - السلم - قرض حسن - الرهن ¹².

3 - كيف استطاعت البنوك الإسلامية تجنب الأزمة المالية العالمية المعاصرة:

لقد أكدت العديد من الدراسات والتقارير بأن تأثير البنوك الإسلامية لم يكن بنفس قدر تأثير البنوك التقليدية حيال الأزمة المالية العالمية، ويرجع ذلك إلى أن البنوك الإسلامية لا تتعامل بالفائدة ولا بالدين على خلاف البنوك الأخرى، فهي تتاجر بما تملك فعلا من الأصول المادية وهذا جنبها التأثير السلبي المباشر بالأزمة المالية. إلا أن التأثير السلبي للأزمة المالية على النشاط الاقتصادي العالمي وعلى مؤسسات السلع والخدمات المختلفة أثر بطريقة غير مباشرة على البنوك الإسلامية حيث أنها لا تستطيع أن تكون معزولة عن العالم ¹³.

الشكل رقم 1: أثر الأزمة المالية العالمية على البنوك الإسلامية بالمقارنة مع البنوك التقليدية لعام

2008



المصدر : صندوق النقد الدولي .

<http://www.imf.org/external/pubs/ft/survey/so/2010/RES100410A.htm>

الشكل الأول، وهو عبارة عن دراسة قام بها صندوق النقد الدولي يبين أن البنوك الإسلامية أظهرت قدرة كبيرة على تجاوز آثار الأزمة المالية العالمية. خلال هذه الدراسة تم مقارنة تأثيرات الأزمة على الربحية

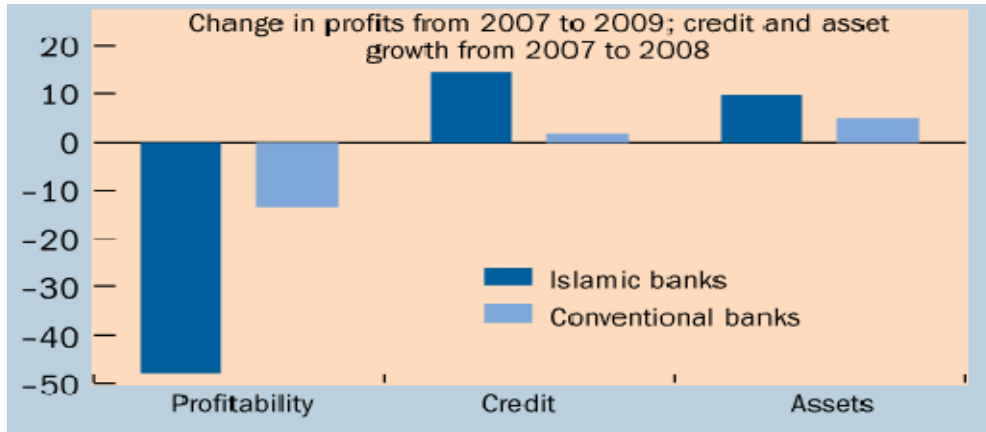
(profitability) والاقراض (Credit) ونمو الأصول المالية (Assets) في كل من البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية. ومن خلال الشكل يتبين لنا أن البنوك الإسلامية كانت أفضل من غيرها في تحمل آثار الأزمة.

ان نمو الائتمان وحجم الأصول لدى البنوك الإسلامية كانت كبير جدا بالمقارنة مع البنوك التقليدية وهذا يرجع إلى أن البنوك الإسلامية أقرضوا الجزء الأكبر من محفظتهم إلى قطاع الاستهلاك والذي لم يتأثر كثيرا بالأزمة المالية. إن محدودية تعرض البنوك الإسلامية إلى الأصول المعقدة وغير الشفافة وغياب الرافعة المالية المفرطة يحميها من الوقوع في الأزمات. واعتمادها على الودائع أكثر من اعتمادها على التمويل يضيف لها قدرا إضافيا من الاستقرار¹⁴.

وإضافة إلى ما سبق فإن مسح مشترك أجراه المصرف البريطاني HSBC ومجلة The Banker Magazine في عام 2008 أظهر بأن الأصول العائدة للمصارف الإسلامية وكذلك المصارف التقليدية التي لديها منافذ إسلامية قد ارتفعت بنسبة 29% لتصل قيمتها إلى 288 مليار دولار في عام 2009 ، بعد أن كانت 934 مليار دولار في عام 2008 ، وهذا مختلف كثيرا عن حال المصارف التقليدية التي لم تتجاوز نسبة الزيادة في أصولها 6.8% وتؤكد الدراسة المذكورة بأن المقاربة المحافظة للمخاطر والصلة الوثيقة بين قطاع التمويل والأصول الحقيقية ساعدت على حماية القطاع المالي الإسلامي من الآثار السلبية للأزمة المالية العالمية¹⁵.

الشكل رقم 2: أثر الأزمة المالية العالمية على البنوك الإسلامية بالمقارنة مع البنوك التقليدية لعام

2009



المصدر: صندوق النقد الدولي. Idem.

لكن دراسة صندوق النقد الدولي وكما هو مبين في الشكل الثاني وجدت أن البنوك الإسلامية خسائر أكبر من خسائر البنوك التقليدية عندما بدأ تأثير الأزمة ينتقل إلى الاقتصاد الحقيقي أي بعد مرور سنة من الأزمة. هذا بسبب انخفاض وتيرة النشاط الاقتصادي والإنتاجي،¹⁶ كما أن إدارة المخاطر في البنوك الإسلامية كانت ضعيفة وهذا ما أدى إلى انخفاض كبير في الربحية (Profitability).

وعن تصدي البنوك الإسلامية للأزمة المالية العالمية قالت Linda Eagle مؤسسة "أكاديمية إيدكوم للبنوك" أن السبب الرئيسي لنجاح البنوك الإسلامية هو طبيعة نشاطاتها واعتمادها على الشريعة الإسلامية. لأن الشريعة الإسلامية تمنع إقراض أموال وهمية، بمعنى أن البنوك الإسلامية لا تعطي إلا ما تملكه فعلا من الأموال المادية¹⁷.

كما أن " McNamara " مؤسس " Yasaar Media " يشارك نفس وجهة النظر، حيث يرى هو الآخر أن الشريعة الإسلامية هي من تمنع البنوك الإسلامية من المجازفة والإفراط في أنشطة المضاربة المالية، ولأن كل معاملتها يجب أن تكون مدعومة بالأصول المادية، هذا ما يعطي البنوك الإسلامية درعا واقيا يحميها من المخاطر المباشرة

للأزمات المالية. ولكنه يرى أن البنوك الإسلامية ليست بمنأى عن الآثار التي تخلفها الأزمات المالية بشكل عام والأزمة المالية المعاصرة بشكل خاص، حيث أنها تمثل جزء من الاقتصاد العالمي ولها علاقات بالمؤسسات الإنتاجية، وتؤثر هذه المؤسسات يؤدي حتما إلى تأثر البنوك الإسلامية نفسها¹⁸.

من جهتهم أكد خبراء اقتصاديون من الشرق الأوسط أن أحكام الشريعة الإسلامية تساعد البنوك الإسلامية على تخفيف آثار الأزمات المالية، غير أن الجزء الأكبر من البنوك في العالم تعتبر بنوك تقليدية، وهذا ما سيؤثر على الاقتصاد العالمي سواء سلبا أو إيجابا، وبالتالي التأثير على البنوك الإسلامية باعتبارها مرتبطة بالاقتصاد العالمي.

الخلاصة :

بعد الأزمات الاقتصادية العديدة التي شهدتها العالم وبعد الأزمة المالية الأخيرة في 2008 والتي تعد من بين الأهم، والتي ظهرت أول ما ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية ثم تبعتها أوروبا، وبعد ذلك انتشرت في بقية العالم، وقد كانت لها آثار عديدة وجمّة أهمها إفلاس العديد من البنوك، ارتفاع معدلات البطالة، وكذا إفلاس المؤسسات الإنتاجية مما جعل كثيرا من الدول تدخل في مرحلة الركود الاقتصادي.

بعد كل هذه الأزمات، تبين أخيرا للعالم نجاعة البنوك الإسلامية وإمكانية اعتمادها كبنوك ناجحة في العالم بأسره، وذلك بعد النجاح الكبير الذي حققته هذه البنوك في التصدي للأزمة المالية العالمية. السبب الرئيسي لنجاح هذه البنوك هو أحكام الشريعة الإسلامية التي منعتها من إقراض الأموال الوهمية حيث أنها لا تعطي إلا ما تملكه فعلا من الأصول المادية.

مع أن البنوك الإسلامية حققت هذا النجاح الباهر واستحقت الاهتمام الكبير والمتزايد من قبل الباحثين الاقتصاديين حول العالم سواء المسلمين وغير المسلمين منهم. إلا أنها تبقى عرضة لبعض الآثار الغير المباشرة والتي قد تشكل عقبات وعراقيل في وجه تقدم وتطور البنوك الإسلامية، لأنها ولحد الآن تمثل جزءا بسيطا من الاقتصاد العالمي وأي تأثير على الاقتصاد يؤدي حتما إلى التأثير على هذه البنوك. لذلك وجب توعية وتطوير هذه البنوك بشتى الطرق من أجل اعتمادها من طرف الدول الإسلامية والغربية. وقد أرينا اهتمام بعض الدول الأجنبية بالبنوك الإسلامية ومدى إمكانية اعتمادها في نظامهم الاقتصادي رغم أن هذه الدول ليس ذات أغلبية مسلمة.

ومن بين وسائل تنمية وتطوير هذه البنوك الإسلامية البحث عن حلول للمشاكل التي تواجهها مثل مشكل إدارة المخاطر والذي اثر عليها بشكل كبير في المرحلة الثانية من الأزمة المالية العالمية كما أرينا من خلال الدراسة التي قام بها صندوق النقد الدولي.

الهوامش والمراجع :

¹ IMF: Islamic Banks: More Resilient to Crisis? 04/10/2010

² Stijn Claessens and M. Ayhan Kose: Financial Crises: Explanations, Types, and Implications. IMF, 2013.

³ ساعد مرابط: الأزمة المالية العالمية 2008 الجذور والتداعيات، الملتقى العلمي الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، جامعة فرحات عباس-سطيف، 2009.

⁴ عبد الله البدوي: الأزمة المالية العالمية أسبابها ونتائجها، المدونة الالكترونية لعبد الله البدوي، 2009.

⁵ خبابة عبد الله : اقتصاد المشاركة آلية لحماية الاقتصاد الوطني من الأزمة المالية ، الملتقى العلمي الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، جامعة فرحات عباس-سطيف، 2009.

⁶ الكفراوي عوف محمد، النظام المالي الإسلامي (دراسة مقارنة)، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، الطبعة 02 ، 2003 .

- ⁷ غازي عناية، المالية والتشريع الضريبي، دار البارقي، الأردن، 1998 .
- ⁸ صادق راشد الشمري، أساسيات الصناعة المصرفية الإسلامية، أنشطتها والتطلعات المستقبلية، مطبعة العزة، بغداد، 2006.
- ⁹ عبد الستار ابو غدة، بحوث المعاملات والأساليب المصرفية الإسلامية الجزء الثاني، شركة التوفيق مجموعة دله البركة، 2002.
- ¹⁰ محمود حسن صوان، أساسيات العمل المصرفي الإسلامي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2001.
- ¹¹ محمد شيخون، المصارف الإسلامية، دراسة في تقويم المشروعية الدينية والدور الاقتصادي والسياسي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2002.

¹² محمود حسين الوادي وحسين محمد سمحان، المصارف الإسلامية : الأسس النظرية والتطبيقات العملية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة الطبعة الثالثة، 2009

¹³ Faiza Saleh Ambah, Washington Post Foreign Service, Friday Oct.31,2008

¹⁴ MerschYves, Islamic banks can help financial stability, ECB ,Frankfurt. 2010.

¹⁵ Rocel Felix, Islamic banks enjoy double-digit growth in spite of global crisis, 2009.
<http://www.khaleejtimes.com/kt-article-display>

¹⁶ Mushtak Parker, Islamic Banks fared better during financial crisis, Arab News, 2010

¹⁷ Linda Eagle, Banking On Sharia principles:Islamik Banking and the financial Industry,2010.
http://www.anythingislamicbanking.com/articles/article_2010_002.html

¹⁸ Paul McNamara, Islamic Investment Banking, Yasaar Media, 2009.

دور قطاع صناعة الحديد و الصلب في تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية في الجزائر (دراسة اقتصادية تحليلية)

The role of the iron and steel industry in achieving the requirements of economic development in Algeria

محمد زرقون

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،
جامعة ورقلة، الجزائر
Zergounemed@gmail.com

سمير بوختالة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،
جامعة ورقلة، الجزائر
smrboukhetala@gmail.com

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مدى تحقيق أبعاد التنمية الصناعية والنهوض بالقطاع الصناعي، من خلال السياسات الاقتصادية المتبعة في الجزائر في مجال قطاع صناعة الحديد والصلب و أثارها التنموية على الاقتصاد الوطني، وقد توصلت الدراسة من خلال قرأتنا لمؤشرات الاقتصاد الكلي إلى ضرورة إدراك أهمية قطاع صناعة الحديد والصلب في الاقتصاد الوطني وذلك لقدرته على التأثير على مختلف القطاعات و على تركيبة القيمة المضافة كما ان له تأثير على الناتج الوطني ويحقق أثار أمامية وخلفية على القطاعات التي هي على ارتباط به، كما خلصت الدراسة لضرورة ان تنوع الجزائر من اقتصادها لتخفف اعتمادها على النفط وتحقيق تنمية صناعية مستدامة.

الكلمات المفتاحية : سياسة اقتصادية، تنمية اقتصادية، تنمية صناعية، قطاع صناعة الحديد والصلب.

Abstract:

The purpose of this study is to bring out the progress of the development plan of the industrial sector in Algeria, and that by the influence of multiple industrial policies pursued in the domain of steel industry sector on the national economy.

The representation of the different strategies of development and macroeconomic indexes helped us to clarify the importance of the steel sector in Algeria and the direct and indirect influences on other sectors, as well as the value added and GDP.

The study also concluded that the Algerian economy must be not depend only on hydrocarbons to achieve sustainable industrial development.

Keywords: economic policy, economic development, industrial development, The steel industry sector.

تمهيد :

تعد عملية التصنيع شرطا معترفا به في مجال التنمية حيث تسمح بالتحويلات الأساسية للبنية الاجتماعية والاقتصادية، وذلك عن طريق انتشار وسائل التقدم التقني، كما تساهم في تكامل الاقتصاد بواسطة إنشاء ترابط وتبادل بين مختلف القطاعات، لذلك تسعى الدول النامية لتبني سياسات وبرامج صناعية تنبثق من استراتيجيات شاملة تحقق التنمية الاقتصادية من خلال وجود قطاع صناعي قادر على الخروج بمنتجاته إلى الأسواق العالمية منافسا لمنتجات الدول المتقدمة.

وتعتبر صناعة الحديد والصلب بمثابة حجر الزاوية للمجتمع المتكامل، حيث ترجع أهمية صناعة الحديد والصلب كقطاع له دور مؤثر في التنمية الاقتصادية لارتباطه الوثيق بالعديد من الصناعات الأخرى، حيث و منذ الثورة الصناعية ودرجة تقدم أي بلد تقاس باستهلاك الحديد والصلب نظرا لأن قطاع الحديد والصلب له آثار بالغة على الارتباط القائم بين الصناعة الأمامية والصناعة الخلفية أكثر من أي صناعة أخرى، وبالتالي يساهم في التكامل الاقتصادي، كما يمكن القول أن صناعة الحديد والصلب تعتبر من الصناعات التي تنتج فرص عمالة جديدة، حيث لا يقتصر دورها في هذا الشأن على تلبية احتياجاتها الخاصة فقط، بل يمتد إلى إيجاد فرص عمالة في الصناعات المغذية لها والمستهلكة لمنتجاتها.

والجزائر بحكم انتمائها لمجموعة البلدان النامية تتميز بالخصائص العامة لهذه البلدان، ومحاولة منها للقضاء على عوامل التخلف الاقتصادي والاجتماعي انتهجت بعد حصولها على استقلالها السياسي خططا تنموية أعطت من خلالها الأولوية لقاعدة صناعية عمومية متنوعة بأن تأخذ مكانها والمتمثلة في إنشاء الصناعات القاعدية، لهذا فان التنمية الحقيقية للبلاد على المدى الطويل مرتبطة بإقامة الصناعات القاعدية الضرورية لتلبية الاحتياجات الوطنية، والمتمثلة في إقامة صناعة الحديد والصلب نظرا لوجود الموارد الطبيعية المناسبة لتطويرها وكذلك نظرا للدور الأساسي الذي تلعبه صناعة الحديد والصلب في الاقتصاد الوطني لدخول منتجاتها في مختلف الفروع الصناعية الأخرى وفي ميدان البناء والتعمير ونقل البترول والغاز، وعلى ضوء ما سبق طرحه وفي ظل الجدل القائم في الجزائر حول دور الصناعة ومكانتها في التطور الاقتصادي للجزائر وعلاقتها بتحقيق التنمية الاقتصادية تبرز لنا الإشكالية الرئيسية لهذا الموضوع على النحو التالي:

هل استطاع قطاع الحديد والصلب في الجزائر أن يلعب الدور المنوط به في التنمية الاقتصادية وهذا باعتباره قطاعاً استراتيجياً في الاقتصاد الوطني ؟

ولمعالجة مشكلة الدراسة سوف نقوم بتقسيم هذه الورقة البحثية وفق المنهجية التالية:

- المحور الأول: لمحة عن قطاع صناعة الحديد والصلب.
- المحور الثاني: قطاع صناعة الحديد والصلب الجزائري ودوره في الاقتصاد الوطني.
- المحور الثالث: آفاق تطوير قطاع صناعة الحديد والصلب في الجزائر.

1- لمحة عن قطاع صناعة الحديد والصلب.

1.1 - صناعة الحديد والصلب وأهميتها.

تعتبر صناعة الحديد والصلب من أهم الصناعات الاستراتيجية حيث تقوم بدور رئيسي في التنمية الصناعية والاقتصادية حيث توضح البيانات الإحصائية على مدار فترات زمنية في العديد من الدول ذات المستوى الاقتصادي المتباين وجود علاقة طردية بين كمية الاستهلاك من منتجات الصلب و النمو الاقتصادي للدولة . وترجع أهمية صناعة الحديد والصلب كقطاع له دور مؤثر في التنمية لارتباطها الوثيق بالعديد من الصناعات الأخرى والتي تتمثل في:¹

✓ صناعات مغذية لصناعة الصلب مثل صناعة التعدين والحراريات والسبائك الحديدية؛
✓ صناعات مستهلكة لمنتجاتها من أهمها صناعة السيارات والسفن والأجهزة المنزلية والمعلبات وصناعة المعدات والعديد من الصناعات الهندسية الأخرى كما يوجد ارتباط وثيق بين صناعة الصلب ومشروعات المرافق والخدمات مثل مشروع المياه والصرف الصحي والتي تستخدم مواسير الصلب بالإضافة إلى قطاع البترول والغاز الطبيعي الذي يستهلك عادة كميات كبيرة من مواسير الصلب في عمليات الحفر والاستكشاف وخطوط النقل ويتركز استهلاك الصناعات الهندسية وقطاع البترول ومرافق المياه والصرف عادة في منتجات الصلب المسطحة مثلا الألواح والشرائط كم أن قطاع التشييد والإسكان يعتبر من أهم القطاعات المستهلكة لمنتجات الصلب في صورة منتجات طويلة مثل حديدي التسليح والقطاعات الإنشائية.

ما سبق يتضح لنا أهمية هذه الصناعة، ودورها في نمو القطاعات والصناعات الأخرى. كما أن صناعة الحديد والصلب تعتبر من الصناعات التي تتيح فرص عمالة جديدة، حيث لا يقتصر دورها في هذا الشأن على تلبية احتياجاتها الخاصة فقط، بل يمتد إلى إيجاد فرص عمالة في الصناعات المغذية لها والمستهلكة لمنتجاتها، ومن المعروف إحصائياً أن كل فرصة عمل في صناعة الحديد والصلب توفر حوالي تسع فرص للعمل في الصناعات الأخرى كما أن كل وحدة استثمار في صناعة الصلب تفتح فرص استثمار مضاعفة قد تصل إلى عشر أمثالها في القطاعات المغذية والمستهلكة لهذه الصناعة.

والعالم ينتج اليوم أكثر من مليار ونصف المليار طن من الحديد سنوياً، يتم استهلاكها على شكل منتجات حديدية متنوعة، كما أن نحو خمسين مليوناً من البشر يعملون بوظائف مرتبطة بصناعة الحديد، إما بشكل مباشر أو غير مباشر أو في صناعات مساندة أو في صناعات يخدمها الحديد بشكل أو بآخر، مثل صناعة السيارات والإنشاءات والبنية التحتية وصناعة الآلات والمعدات. وحتى المتوسط العالمي لنصيب استهلاك الفرد من الحديد سنوياً قد قفز من 150 كجم عام 2001 إلى 217 كجم عام 2012 مما يشير إلى تنامي الطلب والاستهلاك.

2.1- أهم المؤثرات على صناعة الحديد.

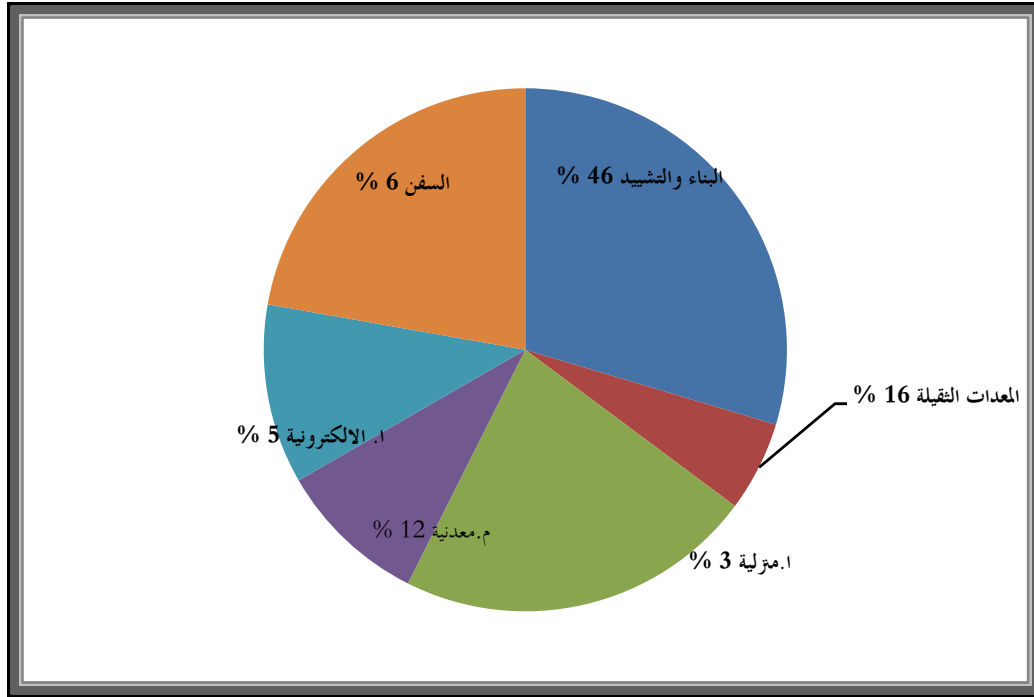
يمكن لنا أن نحصر أهم المؤثرات في النقاط التالية:

- ✓ صناعة الحديد هي صناعة كثيفة الاستهلاك للطاقة، وكثيفة الاستخدام لرأس المال؛
- ✓ القطاع العقاري هو المحرك الرئيسي لصناعة الحديد في الدول النامية بينما القطاع الصناعي هو المحرك الرئيسي في الدول الصناعية والمتقدمة؛
- ✓ تتأثر بشدة تلك الصناعة بالاضطرابات السياسية والدورات الاقتصادية.

1. 3- نسبة استخدام الصناعات المختلفة لمنتجات الحديد.

حسب تقرير للمنظمة العالمية للحديد فإن استهلاك الصلب على حسب نوع القطاع فتشير الإحصائيات إلى أن قطاع العقارات والتشييد يستحوذ منفرداً على 46% من إنتاج الصلب على مستوى العالم ويليه في ذلك الآلات والمعدات الثقيلة والتي تستحوذ على 16% من إنتاج الصلب على مستوى العالم وصولاً لصناعة الأدوات المنزلية والتي تستحوذ على أقل نسبة 3% من إنتاج الصلب على مستوى العالم والشكل التالي يوضح:

الشكل رقم 1: نسبة استخدام الصناعات المختلفة لمنتجات الحديد.



المصدر : World Steel Association

4.1- الإنتاج والاستهلاك العالمي ومعدل استخدام الطاقة الإنتاجية.

في الفترة ما قبل الأزمة المالية العالمية كان هيكل الإنتاج والاستهلاك من الحديد الخام متقاربا إلى حد بعيد، فلم يكن السوق العالمي يواجه فائضا في المعروض فعلى سبيل المثال خلال الفترة من 2002 إلى 2006 كان يشهد السوق العالمي فائضا طفيفا في الطلب ولكن بعد 2007 وخلال فترة الأزمة المالية العالمية من 2008 حتى 2010 وحتى الآن يعاني السوق العالمي من فائض في المعروض وتراجع في الطلب نتيجة تراجع معدلات النمو الاقتصادية للدول الصناعية الكبرى وتراجع ثقة المستهلكين على مستوى العالم وتبقى الصين هي أكبر دول مستهلكة للحديد منذ عام 1994، وفي نفس الوقت هي أكبر دول منتجة للحديد منذ 1996، إذ تنتج اليوم أكثر من 800 مليون طن سنوياً، أي نصف ما ينتجه العالم، كما أن نحو 63% من تجارة الحديد الخام التي تجوب البحار تذهب للصين؛ مما يجعلها محركاً لهذه الصناعة. وهذا يؤكد أن نمو الاقتصاد الصيني أو تباطؤه يجر العالم خلفه نحو النمو أو الكساد، وبغض النظر عن أسباب التنافسية الصينية وطبيعة الأنظمة والتشريعات التي تدعم بها الحكومة الصينية صناعة الحديد والصلب لجعله أكثر تنافسية، إلا أن الشاهد هنا أن الصين تبقى المحرك الأهم في ديناميكية أسواق وصناعة الحديد والصلب وهي محرك رئيسي يترك أثره بوضوح على هذه الصناعة.²

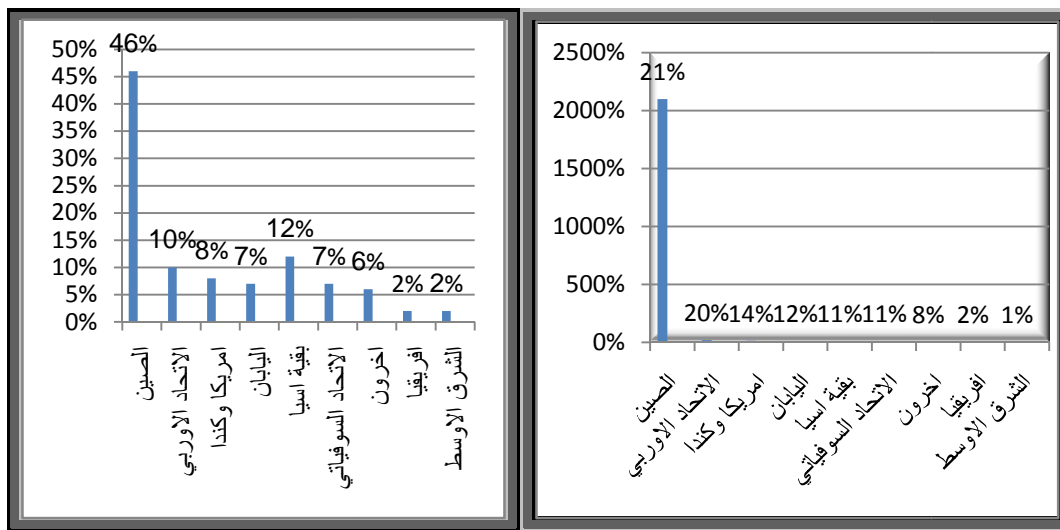
ويعتبر الحديد الخام أبرز مدخلات صناعة الحديد وله ديناميكية عالمية في إنتاجه وأسعاره وكميات العرض والجودة وقضايا الشحن والتكاليف. وقد فقدت أسعار الحديد الخام عام 2014 نحو 40% من قيمتها، فإن هذا الخام يعد الأهم في صناعة الحديد وتسيطر على إنتاجه شركات عالمية تعد على أصابع اليد الواحدة، تهيمن على نحو 80% من الإنتاج العالمي، وتتركز المناجم وعمليات الإنتاج لهذه الشركات في البرازيل وأستراليا بالإضافة لدول أخرى، ويعد توفر هذا الخام بأسعار مناسبة صمام أمان لمنتجي الحديد الباحثين عن مزيد من الموثوقية والاستدامة في إنتاج الحديد، وبما أن صناعة التعدين (التي تنتج الحديد الخام) هي صناعة قائمة بذاتها وكذلك صناعة الصلب والحديد منفصلة وقائمة

بذاتها، فإن هاتين الصناعتين -برغم التكامل البدهي بينهما- إلا أن هناك تغيرات هيكلية طرأت على العلاقة بينهما، حيث يبحث كل طرف عن تعظيم هوامشه الربحية على حساب الآخر، مما جعل هذه المادة الخام محركاً رئيسياً في ازدهار صناعة الحديد أو تباطؤها.

5.1- التوزيع الجغرافي للإنتاج والاستهلاك العالمي.

تسارع نمو الإنتاج والاستهلاك العالمي خلال العشر السنوات الماضية واستحوذت الصين أكبر دولة من حيث عدد السكان في العالم وثاني أكبر اقتصاد دولة على مستوى العالم على نصف حجم الإنتاج والاستهلاك عالمياً تقريباً في 2012، مقارنة بـ 20% تقريباً منذ 10 سنوات وذلك بسبب الطفرة الصناعية والإنشائية الكبيرة التي حققتها الصين خلال تلك الفترة وفيما يلي استعراض لتوزيع إنتاج واستهلاك الحديد بحسب المناطق الجغرافية:

الشكل رقم 2: نسبة التوزيع الجغرافي للإنتاج العالمي في 2002 و 2012 على التوالي



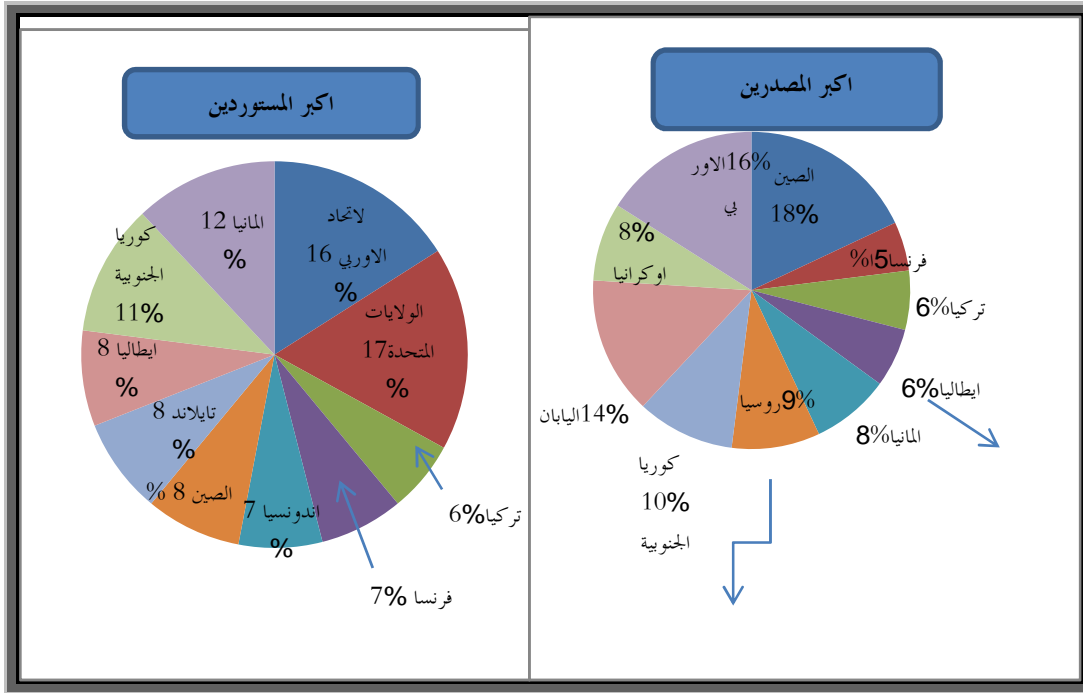
المصدر : World Steel Association

وتتوقع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCED بأن تستمر الصين في قيادة الاستهلاك العالمي للحديد حتى عام 2020 مدعومة باستمرار نمو القطاع الصناعي وقطاع الأشغال العمومي طبقاً للمشروعات المعلنة في الصين حتى 2020 بالإضافة إلى اكتساب صناعة السيارات الصينية قوة كبيرة نتيجة الإستحواذات التي أجرتها الشركات الصينية على ماركات عالمية مثل كرايسلر وفولفو وجيب وغيرها مما أكسبها الخبرة وتحقيق مبيعات جيدة من المتوقع أن تبقى عالية حتى 2020.³

6.1- سوق الحديد العالمي وحركة الصادرات والواردات.

إن سوق الحديد المحلية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالسوق العالمية بسبب أسعار الخامات من الخردة وخام الحديد وتتحكم الدول الصناعية الكبرى بشكل أساسي في السوق العالمية بكونها الأكثر استهلاكاً والأكثر إنتاجاً للحديد بالإضافة إلى رواد حركة تجارة الصادرات والواردات من منتجات الحديد عالمياً كما ترتبط السوق العالمية أيضاً بحالة ثقة المستهلكين في اقتصاديات الدول الصناعية بالإضافة إلى القرارات المالية والسياسات الاقتصادية التي تتبناها حكومات الدول الصناعية الكبرى لذلك من المهم إلقاء نظرة على السوق العالمية والتعرف على أهم أركانها من أجل تحليل أداء القطاع المستقبلي والشكل التالي يبين لنا حالة الصادرات والواردات العالمية لقطاع صناعة الحديد والصلب:

الشكل رقم 3: نسبة توزيع واردات وصادرات الحديد والصلب على دول العالم



المصدر : World Steel Association

2- قطاع صناعة الحديد والصلب الجزائري ودوره في الاقتصاد الوطني.

2-1- لمحة تاريخية عن قطاع صناعة الحديد والصلب الجزائري.

لم تكن الجزائر تملك غداة الاستقلال أي مؤسسة مختصة في صناعة الحديد والصلب بإستثناء بعض المؤسسات الصغيرة التابعة للمعمرين الصناعيين الفرنسيين، وقد بدأت صناعة الحديد والصلب في الجزائر سنة 1965 وفق تصورات حددتها السلطات الحكومية آنذاك، وقد كانت أهم أهداف صناعة الحديد والصلب تتمثل أساسا في استخدام الخامات المحلية وتوفير المنتجات للسوق المحلية والتخلص على المدى البعيد من التبعية للخارج في هذا المجال.

2.1.1- مشروع قسنطينة وقطاع الحديد والصلب في الجزائر.

يعتبر هذا المخطط نواة إنشاء صناعة الحديد والصلب في الجزائر، حيث أعلن عن بداية هذا المخطط في الثالث من أكتوبر سنة 1958 وكان يهدف إلى تحسين ورفع مستوى المعيشي للجزائريين بنسبة 20%، وكان يهدف بصورة غير مباشرة إلى تعزيز الرأسمالية الفرنسية في الجزائر وإنشاء طبقة برجوازية متعاطفة مع الجانب الفرنسي والقضاء على الوطنية الجزائرية، أي كان له أهداف سياسية أكثر منها اقتصادية، ورغم هذا يضم المشروع مجموعة من البرامج التنموية، ويعتبر سبب نشوء صناعة الحديد والصلب في الجزائر حيث تضمن إقامة مصنع للحديد والصلب في منطقة الحجار بمدينة عنابة بطاقة سنوية قدرها 200 ألف طن وفي ظرف 4 سنوات بالإضافة إلى إقامة منجم للاستخراج مادة الحديد بالوزنة بالموازاة مع مصنع الحديد والصلب بالحجار.

وقد تأخر إنجاز هذا المشروع الذي يمثل صناعة الحديد والصلب في الجزائر إلى غاية عام 1960 من طرف شركة الحديد والصلب لعنابة في إطار مشروع مشترك ساهمت فيه الصناعات الفرنسية للحديد والصلب والحكومة الفرنسية.⁴ ولقد خطط لكي يصبح هذا المركب مخصص للتصدير نحو فرنسا ودعم صناعات الحديد والصلب في فرنسا وبالتالي تصبح الصناعة بمثابة فرع من فروع الصناعة الفرنسية ومكملة للاقتصاد الفرنسي.

ويمكن القول أن مخطط قسنطينة يعتبر المشروع الذي أسس لقاعدة صناعية للحديد والصلب في الجزائر، وبعد الاستقلال مباشرة تمت المواصلة على المقترحات والانجازات التي جاء بها المشروع.

2.1.2- مؤسسة صناعة الحديد والصلب الجزائرية.

أنشئت هذه الشركة سنة 1964 وكانت تحت وصاية وزارة الصناعات الثقيلة، وكان دور هذه المؤسسة العمومية هو القيام بالدراسات وإقامة وحدات للحديد والصلب ووحدات لتحويل المعادن الحديدية وغير الحديدية، بالإضافة إلى الإشراف على تسيير مركب الحجار للحديد والصلب، وقد كان لهذه الشركة احتكار منتجات الحديد والصلب المستوردة من الخارج⁵.

تتدرج نشاطات هذه الشركة في الصناعات الأمامية التي توفرها للأبحاث والاستغلالات المنجمية وكذلك الصناعات الخلفية التي تستعمل الصلب والمعادن غير الحديدية كالقطاع الفلاحي وقطاع السكن والبناء، وتكمن الأنشطة الرئيسية لهذه الشركة الوطنية للحديد والصلب في إنتاج الصلب كالمنتجات المسطحة وغير المسطحة وتحويل الصلب والغاز الصناعي والتسويق المحلي والدراسات الهندسية ووحدات البناء وتدريب اليد العاملة والتصدير والاستيراد. وقد ارتبط تطور وتنمية هذه الشركة بالتخطيط الاقتصادي الوطني عبر مختلف السياسات الاقتصادية التي مرت بها الجزائر.

2.2- أثار صناعة الحديد والصلب على الاقتصاد الوطني.

1.2.2- القيمة المضافة.

لقد بلغت نسبة نمو القطاع الصناعي العمومي عام 2013 حوالي 0.8% وهي أقل من التي سجلت في 2012 التي بلغت 1.6%، لكن أحسن بكثير من التي سجلت في 2011 والتي بلغت 0.4%. وارتفع الإنتاج الصناعي في القطاع العام الجزائري في الربع الأول من 2014 بنسبة 3.9% مقابل 2.5% خلال الفترة نفسها من سنة 2013. ويهدف المخطط الخماسي (2011 - 2014) للحكومة الجزائرية إلى رفع نسبة الصناعة في القيمة المضافة الوطنية من 5% حاليا إلى 10%⁶.

وتبقى تستمر المنتجات النفطية في الهيمنة على النشاط الاقتصادي الجزائري، بقيمة مضافة تصل إلى 46% من الناتج المحلي الإجمالي سنة 2011 مقابل 33,96% سنة 2001⁷، وخلافا لذلك فإن وزن قطاع الصناعات التحويلية في إجمالي الناتج المحلي يتناقص أكثر فأكثر بسبب الهيمنة المتزايدة للقطاع الإستخراجي و أيضا لأن الصناعات التحويلية الجزائرية تمر بمرحلة صعبة تجلت في الانخفاض المنتظم لحصة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي، الذي انتقل من 4.2% سنة 2001 إلى 3% سنة 2004 ليهوي بشدة إلى 1.8% من الناتج المحلي الإجمالي سنة 2011، غير أنه بالنسبة لقطاع الحديد والصلب فقد استطاع أن يحقق الاستثناء من خلال تحقيق نتائج لا بأس بها في هذا المجال حيث عرفت القيمة المضافة للقطاع ارتفاع نسبي من 2000 إلى غاية 2011 كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (01): القيمة المضافة للقطاع الحديد والصلب

الوحدة: مليون دج

السنوات القطاع	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الحديد والصلب	25197,6	20320,6	18293,5	20041,3	22107,0	23603,0	24539,0	28241,0	35628,6	37577,7	42819,9	54045,3

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، الحسابات الاقتصادية، حوصلة إحصائية، المحاسبة الوطنية، الفصل 14، ص

نلاحظ من الجدول تطور القيمة المضافة لمنتجات الحديد والصلب رغم بعض التذبذبات حيث يبين الجدول أن هناك تراجع طفيف خاصة في سنوات 2001 و 2002 و 2003 ولكنها عادت النتائج لتحسن مع سنة 2003 إلى غاية 2011، لكن عموما حقق قطاع الصلب نتائج إيجابية على مستوى النمو، وعلى مستوى 38 وحدة التي يضمها والتي يهيمن عليها مركب الحجار يعتبر أكبر مؤسسة صناعية في الجزائر، وبلغت القيمة المضافة لقطاع الصلب 500 مليون دولار سنة 2011 كما هو موضح في الجدول، وهو ما يعكس تأثير صناعة الحديد والصلب على الاقتصاد الوطني حيث بلغت القيمة المضافة للقطاع التحويلي الصناعي في الجزائر حوالي 8% لكن تبقى هذا المساهمة غير كافية حيث مازالت الصناعة الإستخراجية تسيطر على القطاع الصناعي بشكل كبير ولهذا فعلى الدولة الدفع بهذا القطاع لكي يلعب الدور المنوط به في عملية تحقيق التنمية الاقتصادية، حيث تزايدت مساهمته في القيمة المضافة للصناعات التحويلية بشكل ملحوظ، منتقلة من 6.15% سنة 2000 إلى حوالي 15% سنة 2011⁸.

2.2.2- الناتج المحلي الإجمالي.

على الرغم من الأزمة المالية الدولية، شهد اقتصاد الجزائر أداء جيد، حيث بلغ معدل النمو الحقيقي سنة 2012 حوالي 3,8% مقابل 3,5% عام 2009⁹ ويرجع هذا الأداء الجيد كنتيجة مباشرة لارتفاع أسعار النفط وتزايد الإنفاق الحكومي وتنوع الاقتصاد وارتفاع وتيرة استثمارات القطاع الخاص و التوسع في بعض القطاعات مثل قطاع البناء، قطاع الحديد والصلب و قطاع الخدمات، إضافة إلى برامج الاستثمارات الكبيرة التي تقوم بها الحكومة خلال فترة مخطط الخماسي 2010-2014.

وقد صنف مسح دولي أجرته وكالة الأنباء التركية "الأناضول" الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر في المركز الخامس في قائمة تضم 16 دولة عربية، وقد بلغ خلال سنة 2013 ما قيمته 215.4 مليار دولار¹⁰، حيث سجل الناتج المحلي الإجمالي للجزائر ارتفاعا خلال عشرة أعوام الماضية وهذا بفضل الاستفادة من عائدات النفط كما أشرنا إليه سابقا .

أما فيما يخص قطاع الصناعات التحويلية، فقد تم اعتماد تدابير إجرائية لتشجيع الاستثمارات حيث تستهدف الحكومة القطاعات ذات إمكانات نمو عالية مثل : قطاع الحديد والصلب، صناعات تجهيز الموارد الأولية والبتروكيماويات والأسمدة ومواد البناء وأيضا الصناعات الواعدة في الجزائر كصناعة المستحضرات الصيدلانية والسيارات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

فمنذ عام 2008 نشهد تحسنا في أداء القطاع الصناعي حيث بلغ الناتج المحلي الإجمالي الصناعي 85.4 مليار دولار في عام 2008 مقابل 65 مليار دولار في عام 2007¹¹، ويعتبر هذا أعلى نمو صناعي تسجله الجزائر منذ عام 2001 ويعزى هذا التحسن إلى ارتفاع أسعار النفط العالمية عام 2008 والذي كان قوة دافعة لارتفاع القيمة المضافة لقطاع الصناعة الإستخراجية.

أما عن قطاع الصناعات خارج المحروقات فقد سجلت أداء جيد خلال العشر السنوات الماضية، ففي عام 2011 بلغ الناتج المحلي الإجمالي 650 ألف مليون دينار مقابل 200 ألف مليون دينار، ولكن يعود هذا الارتفاع إلى الأداء الجيد الذي حققه قطاع الصناعات الغذائية الذي يعتبر من القطاعات الهامة في الاقتصاد الجزائري حيث يمثل 47% من الناتج المحلي الإجمالي التحويلي.

على الرغم من الأداء الجيد الذي عرفه قطاع الصناعة التحويلية في مجمله عام 2012 لا يزال يعتبر أدنى مساهم في الناتج المحلي الإجمالي للاقتصاد الجزائري بـ 3.8% بالمقارنة مع قطاع الصناعة الإستخراجية الذي يساهم بـ 34.7%، وعلاوة على ذلك، لا يزال القطاع الصناعي يعاني من فقدان شركاته حيث تم إنشاء فقط 273 شركة

تصنيع في القطاع العام والخاص عام 2008 (5.4% من إجمالي الشركات) وفي المقابل 629 مؤسسة صناعية أغلقت أبوابها منذ عام 2000¹² ، وفي ما يلي تطور الإنتاج الداخلي الخام لقطاع الحديد والصلب:

جدول رقم (02): تطور الإنتاج الداخلي الخام للقطاع الحديد والصلب

الوحدة: مليون دج

السنوات القطاع	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000
الحديد ولصلب	89 948,1	83 624,7	83 130,9	64 431,2	53 504,4	45 364,9	43 567,7	41 326,1	37 974,8	34 306,3	33 947,6	33 230,1

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، الحسابات الاقتصادية، حوصلة إحصائية، المحاسبة الوطنية، الفصل 14، ص 235.

وتشير معطيات الجدول إلى ارتفاع متواصل في الناتج الإجمالي لقطاع صناعة الحديد والصلب خلال العشر سنوات الماضية وبنسبة تغيير فاقت 100%، و يمكن لنا من خلال هذا العرض أن نستنتج الآثار التنموية لهذا القطاع على الاقتصاد الوطني فمن خلال تطور الإنتاج فهو يساهم في تنمية الاقتصاد الوطني و تزويد السوق الوطنية بمادة الحديد للتنفيذ المشاريع الكبرى في الاقتصاد الوطني وبالتالي قدرة هذا القطاع على النهوض بالاقتصاد الوطني وتحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية، حيث كل تطور في هذا القطاع يجر معه تطور في القطاعات الأخرى التي هي على ارتباط أمامي أو خلفي مع قطاع الحديد والصلب.

3.2.2- الصادرات والواردات.

حققت الجزائر خلال سنة 2014 ، فائضا تجاريا قدره 4,63 مليار دولار. وقد بلغت قيمة الصادرات 62.95 مليار دولار، مما يدل على انخفاض طفيف بنسبة 4,47%، أما الواردات فقد بلغت قيمتها 58.33 دولار، أي بزيادة قدرها 6% مقارنة بعام 2013¹³، ويوضح هذا المؤشر أن هناك زيادة متزامنة في الواردات وانخفاض في الصادرات المسجلة خلال الفترة المذكورة أعلاه.

وعلاوة على ذلك من حيث تغطية الواردات بالصادرات، فإن النتائج تدل على أنها تحررت إلى 108% سنة 2014 مقابل 118 سجلت سنة 2013 والجدول التالي يوضح لنا حالة الصادرات الجزائرية:

جدول رقم (03): تطور الصادرات من خلال مجموعة المستخدمين

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	2014*	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	
المواد الغذائية	0,51	323	402	315	355	315	113	119	88	73	67
الطاقة و زيوت التشحيم	95,54	60 146	62 960	69804	71427	55527	44128	77361	58831	53429	45094
المواد الخام	0,18	110	109	168	161	94	170	334	169	195	134
نصف المنتجات	3,73	2 350	1458	1527	1496	1056	692	1384	993	828	656
معدات التجهيز الفلاحية	0	2		1	-	1	-	1	1	1	-
معدات التجهيز الصناعية	0,02	15	28	32	35	30	42	67	46	44	36
السلع الاستهلاكية	0,02	10	17	19	15	30	49	32	35	43	14
المجموع	100	956 62	64 974	71866	73489	57053	45194	79298	60163	54613	46001

المصدر: المركز الوطني للإعلام الآلي و الإحصاء التابع للجمارك CNIS.

وتبقى صادرات خارج المحروقات هامشية بـ 4.46% فقط من حجم الصادرات الكلية اي ما يعادل 2.81 مليار دولار، مسجلة زيادة قدرها 39.52% مقارنة بسنة 2013.

وتتمثل السلع المصدرة خارج المحروقات أساسا من المنتجات شبه المصنعة التي تمثل حصة 3.73% من إجمالي حجم الصادرات أي ما يعادل 2.35 دولار أمريكي، تليها المواد الغذائية حيث شكلت حصة بلغت 0.51%، أي 323 مليون دولار، ثم المواد الخام بحصة بلغت 0.18%، أي بحجم 110 مليون دولار أمريكي، وأخيرا المعدات الصناعية و السلع الاستهلاكية غير الغذائية بنسبة 0.02%.

أما بالنسبة للواردات، بلغت 58.330 مليون دولار، مقابل 55.028 مليار دولار في عام 2013، مما يدل على زيادة بنسبة 6%، وفقا لإحصاءات المجلس الوطني للمعلومات الإحصائية.¹⁴

واحتل البترول الحصة الأكبر من صادراتنا للخارج خلال 2014 بحصة تصل إلى 95.54% من إجمالي حجم الصادرات وذلك بانخفاض قدره 4.47% مقارنة مع سنة 2013.

والجدول التالي يوضح لنا حصيلة التجارة الخارجية في الجزائر:

جدول رقم (04): حصيلة التجارة الخارجية

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	*2014
الصادرات خارج مجال المحروقات	1099	1158	1332	1937	1066	1526	2062	2062	2165	810 2
صادرات المحروقات	43937	53456	58831	77361	44128	55527	71427	69804	63752	146 60
إجمالي الصادرات	45036	54613	60163	79298	45194	57053	73489	71866	65917	956 62
الواردات	20048	21456	27631	39479	39294	40473	47247	47490	54852	330 58
الميزان التجاري	24989	33157	32532	39819	5900	16580	26242	24376	11065	626 4

المصدر: المركز الوطني للإعلام الآلي والإحصاء التابع للجمارك CNIS.

أما عن قطاع الحديد والصلب فإن واردات الجزائر من المواد الأولية الخاصة بقطاع الحديد والصلب تقدر ما بين 2.5 و 3 ملايين طن سنويا؛ حيث نجد 60% منها مستوردة من إسبانيا وإيطاليا وبلغت واردات الحديد والصلب حوالي 10 مليارات دولار سنويا، وهو ما يمثل 20 بالمائة من إجمالي الواردات الجزائرية. وتبقى السوق الجزائرية بحاجة إلى 5 ملايين طن لتغطية حاجياتها.

و يتبين لنا من خلال عرض مؤشرات الاقتصاد الكلي قدرة قطاع الحديد والصلب على إحداث التنمية الاقتصادية وقدرته على دفع عجلة الاقتصاد الوطني نحو التقدم من خلال النتائج التي حققها هذا القطاع وهذا حسب مؤشرات الاقتصاد الوطني التي تبين مساهمة القطاع في مختلف مؤشرات الاقتصاد الوطني ومختلف المتغيرات الاقتصادية.

3- آفاق تطوير قطاع صناعة الحديد والصلب في الجزائر.

رغم أهمية قطاع صناعة الحديد والصلب في تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية ودوره الأساسي في أي اقتصاد إلى أنه في الجزائر مازال هذا القطاع لم يلعب بعد الدور كقطاع قائد للتنمية الاقتصادية إلى أن هناك إرادة وإستراتيجية لإعادة الاعتبار لهذا القطاع ويمكن لنا أن نذكر أهم المشاريع المستقبلية الخاصة من أجل تنمية قطاع الحديد والصلب:

1.3- مشروع إنجاز مركب الحديد و الصلب ببلارة ولاية جيجل.

انطلاق مشروع إنجاز مركب الحديد و الصلب ببلارة ولاية جيجل ويعتبر حدث على مستوى الاقتصاد الجزائري ويأتي كمحور أساسي في الصناعة الجزائرية حيث تملك فيه خبرة و مخزون من العمالة، ويأتي في إطار شراكة جزائرية- قطرية، حيث من المنتظر أن يوفر المركب مناصب شغل و مواد موجهة للسوق المحلية بمعيار و جودة وبتنافسية لحماية السوق الجزائرية مع فتح المجال التكنولوجي، ويعتبر ثروة و قطب صناعي كبير في المنطقة الخاص بالحديد وكل ما يدور به من سوق للمناولة أي ان تنشئ عن المصنع مئات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي لها علاقة بصناعة الحديد و الصلب و هي محاور مهمة لكل منطقة أفريقيا و للسوق الأوروبية. كما سيقصص من فاتورة استيراد الحديد ومشتقاته ويزيد في فاتورة التصدير كما سيعطي صورة أساسية للجزائر أنها بلد مفتوح للاستثمارات على المستوى الدولي في مجال الحديد و الصلب، و سينتج المركب 2.5 مليون طن من الفولاذ الطويل في مرحلة أولى وهو إنتاج مرشح للارتفاع إلى 5 ملايين طن في مرحلة ثانية بإنتاج الفولاذ المصفح وأنواع الفولاذ الخاصة و سيساهم هذا الإنتاج أساسا في تطوير صناعة السكك الحديدية و 3000 منصب شغل مباشر و مستقبلا 15 ألف منصب شغل موازي آفاق 2020.¹⁵

2.3- استثمار 15 بليون دولار لاستغلال أحد أكبر مناجم الحديد في العالم.

وهذا من خلال استغلال منجم (غار جبيلات) أحد أكبر مناجم الحديد في العالم، و استغلال هذا المنجم سيؤدي إلى تطوير المنطقة وخلق فرص عمل جديدة وخفض واردات الحديد. وتبلغ احتياجات الجزائر الإجمالية من الحديد و الصلب 10 ملايين طن سنويا وهي تنتج 5 ملايين طن سنويا فقط وتستورد الباقي بواقع 10 بليون دولار سنويا، فيما تسعى لإنتاج 10 ملايين طن سنويا. ويقع غار جبيلات على بعد 130 كيلومتر جنوب شرق مدينة تندوف وكان اكتشف عام 1952.¹ وتقدر احتياطات المنجم بـ 3.5 بليون طن منها 1.7 بليون طن يمكن استغلالها، و سيسمح المشروع بإنشاء 15 ألف فرصة عمل جديدة.

3.3- إعادة الاعتبار للمركب الحجارة.

حيث تسعى الحكومة لإعادة مجمع الحجاز الى طاقته الإجمالية السابقة عند 2 مليون طن سنويا في السنوات المقبلة بعد تنفيذ برنامج الاستثمار والصيانة. وهذا بتحويل أغلبية رأس المال الاجتماعي لأرسيلور ميتال أي 51 بالمائة منه للطرف الجزائري، وستعود هذه النسبة إلى كل من المؤسسة الوطنية للحديد والفوسفات بنسبة 30 بالمائة و المجمع العمومي الجزائري (سيدار) بنسبة 21 بالمائة، وسيؤدي التوقيع على عقد المساهمين الجديد لأرسيلور ميتال إلى ارتفاع حجم رأس المال الاجتماعي مرفوقا بمخطط استثماري طموح يوجه لإعادة تأهيل وعصرنة وتطوير المناجم الواقعة بولاية تبسة. وكان مجمع أرسيلور ميتال، قد توصل في شهر سبتمبر 2013، إلى اتفاق استراتيجي مع مجمع سيدار، يتضمن مخططا استثماريا بقيمة 763 مليون دولار موجه لتطوير مركب الحديد و الصلب بالحجارة ومنجمي الوزنة وبوخضرة، ويهدف إلى مضاعفة طاقة إنتاج المصنع لتنتقل من مليون طن إلى 2.2 مليون طن سنويا في آفاق 2017.

وتم التوقيع أيضا على اتفاقيتي قرض، الأولى حول الاستثمار بقيمة 600 مليون دولار والثانية تخص الاستغلال بقيمة 355 مليون دولار، بين بنك الجزائر الخارجي وأرسيلور ميتال، مما سيسمح بتعجيل تنفيذ مخطط عصرنة وتطوير مركب الحجارة، حيث ستضعان تحت تصرف أرسيلور ميتال كل الوسائل التي ستسمح له بالنهوض

¹ - وكالة الأنباء الجزائرية. 2013.

من جديد بقطاع الحديد والصلب الجزائري، والمساهمة في مواجهة الطلب المتنامي على منتجات الحديد والصلب بالسوق الوطني.¹⁶

الخلاصة:

من خلال استعراض مختلف ما جاء في هذه الورقة البحثية يتبين لنا قدرة قطاع الحديد والصلب على إحداث التنمية الاقتصادية وقدرته على دفع عجلة الاقتصاد الوطني نحو التقدم من خلال النتائج التي حققها هذا القطاع وهذا حسب مؤشرات الاقتصاد الوطني التي تبين مساهمة القطاع في مختلف مؤشرات الاقتصاد الوطني ومختلف المتغيرات الاقتصادية.

غير ان هذا القطاع لم يحظى بنصيب كبير من الاستثمارات عبر مختلف البرامج التنموية للاقتصاد الوطني رغم أهمية هذا القطاع الذي يلعب دورا أساسيا في الاقتصاد لدخول منتجاته في مختلف الفروع الصناعية الأخرى وفي ميدان البناء والتعمير ونقل البترول والغاز ، حيث كانت صناعة الحديد والصلب تحقق نتائج لا بأس بها وتحقق نمو في القطاع رغم ضعف نصيب القطاع من الاستثمارات الإجمالية، وهو الأمر الذي أدى إلى أن لا يلعب هذا القطاع الدور المنوط به في عملية التنمية بالنهوض بالاقتصاد الوطني وتحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية حيث انه يساهم بنسبة قليلة في القيمة المضافة الوطني بحوالي 1% فقط بالإضافة إلى ضعف مساهمته في الناتج المحلي الخام، كما انه يغطي حوالي 30% فقط من الطلب المحلي حيث بلغ الاستهلاك الوطني للحديد والصلب حوالي 5 مليون طن، غير أن الإنتاج لم يتجاوز 1 مليون طن، مما أدى إلى استيراد ما قيمته 875 مليون دولار لتلبية حاجيات السوق الوطنية.

وتعد الطاقات الإنتاجية للقطاع الحديد والصلب غير كافية بالمقارنة مع احتياجات السوق المحلية، وحتى لو استخدمت الطاقة الإنتاجية 100% لن تبلغ تغطية الطلب الصناعي أكثر من 50% وعلية من الضروري إقامة مصانع متكاملة للحديد والصلب من اجل النهوض بالاقتصاد الوطني .

حيث تقدر إنتاجية العامل الواحد بـ 147 طن سنويا مقابل 500 الى 1000 طن في باقي دول العالم وهو ما بين أن قطاع الحديد والصلب في الجزائر يحتاج إلى إعادة هيكلة وإستراتيجية خاصة به ليلعب الدور المنوط به في الاقتصاد الوطني.

التوصيات:

من خلال ما جاء في هذه الورقة البحثية وبناء على النتائج المتوصل إليها يمكننا تقديم بعض التوصيات التي نراها تتماشى مع ما تم التوصل إليه وهي على النحو التالي:

1- يستوجب على الحكومة الجزائرية أن تعكف على دراسة مختلف الآثار الإيجابية بالتعاون مع الخبراء والمختصين في شؤون قطاع الحديد والصلب من اجل وضع إستراتيجية خاصة بهذا القطاع لتعظيم الاستفادة من هذا القطاع للاقتصاد الوطني؛

2- وبالنظر إلى تحديات الاقتصاد الجزائري، هناك ضرورة لأن تتوع الجزائر من اقتصادها لتخفيض من اعتمادها على النفط وتحقيق تنمية مستدامة، ولبلوغ هذا الهدف، لابد من تطوير صناعة مرتبطة بقطاع المحروقات وصناعة الحديد والصلب التي هي ذات قيمة مضافة عالية وتساهم في تكامل الأنشطة ذات الصلة بالقطاع الصناعي التحويلي.

لتعزيز تحسن القطاع الصناعي وفي مقدمته قطاع الحديد والصلب يجب سواء على المدى القريب أو المدى البعيد القيام بعمليات مهمة سواء في المؤسسات أو على مستوى محيطها، هذه العمليات يجب أن تستهدف: ناجعة وتحسين طرق التسيير، تحسين نوعية المنتج، ترقية الشراكة الصناعية بجميع أشكالها وخاصة في التكنولوجيات المولدة للثروة، القيام بدعم المؤسسات فيما يخص المواصفات وخدمات الدعم.

- 4- ضرورة فتح المجال أمام الاستثمارات الأجنبية للتطوير قطاع الحديد والصلب وهذا من خلال الدخول في شراكة مع المجمعات العالمية التي تحظى بالاحترام من أجل استغلال الأمثل للقدرات الدولية في هذا المجال من مناجم التي تزخر بثروات كبيرة غير مستغلة؛
- 5- ضرورة أن تتخذ الحكومة الجزائرية وبسرعة إجراءات لإطلاق يد الشركات الجزائرية لإقامة مشاريع مشتركة مع الشركات العربية للحديد والصلب كما حدث مؤخرا مع الشراكة القطرية للحديد والصلب.

الهوامش والمراجع :

- ¹ - محمد سالم، الدراسة المالية لاكتتاب شركة مصر الوطنية للصلب، شركة مصر للاستثمارات المالية، إدارة البحوث، ص 2.
- ² - م. محمد زعل الحربي: محركات صناعة الحديد والصلب، مقال على الموقع الإلكتروني: <http://www.steel-network.com/index.php?go=report&more=149>، زيارة بتاريخ 2015/04/01، 19:55.
- ³ - محمد سالم، مرجع سبق ذكره، ص 5.
- ⁴ - جمال الدين عويسات، ترجمة الصديق سعدي، التنمية الصناعية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982، ص 50.
- ⁵ - عيود، أساليب التنمية الشاملة ومشكلة اختيار السياسات البديلة: بين الحاضر والمستقبل، مجلة علوم إنسانية، عدد 36، 2008، ص 97.
- ⁶ - شينخوا، إنعاش الصناعة أكبر تحديات الجزائر، جريدة البيان، الإمارات، 2014/07/19.
- ⁷ - المنظمة العربية للصناعة والتعدين، التقرير الصناعي العربي 2011، ص 71.
- ⁸ - المنظمة العربية للصناعة والتعدين، التقرير الصناعي العربي 2011، ص 76.
- ⁹ - الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، مؤشرات عن البلدان الأعضاء، الجزائر، مؤشرات اقتصادية.
- ¹⁰ - سارة نوي، الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر يفوق 215 مليار دولار، جريدة الفجر، الجزائر، 2015.
- ¹¹ - التقرير الصناعي العربي 2011، مرجع سبق ذكره، ص 84.
- ¹² - التقرير الصناعي العربي 2011، مرجع سبق ذكره، ص 85.
- ¹³ - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، إحصائيات، حصيلة التجارة الخارجية 2005-2013.
- ¹⁴ - الديوان الوطني للإحصائيات، تقرير عن التجارة الخارجية، 2014.
- ¹⁵ - الخبير صالح بلوصيف للإذاعة: مركب بلارة للحديد والصلب سينشئ مئات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المرافقة.
- ¹⁶ - حنان/ح، إعادة تأميم المناجم وغلق ملف مركب الحجار نهائيا، جريدة المساء، الجزائر، يوم 30 نوفمبر 2014.

إمكانية تطبيق أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أداء المؤسسة التنافسي

The possibility of applying marketing relationships with the customer in the dimensions of lifting of the competitive enterprise performance

خليدة دلهوم

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة ورقلة

delhoum_2007@yahoo.fr

حكيم بن جروة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة ورقلة

Pdr.hakim@yahoo.fr

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى مدى إمكانية تطبيق واستخدام المؤسسة لأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أدائها، وذلك من خلال محاولة التعرف على مفهوم تسويق العلاقات مع الزبون وتحديد لأبعاده، ليتم تحديد ومعرفة العلاقة بين أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون وتحقيق واكتساب المؤسسة للمنافسة، حيث أن الفكرة الأساسية لهاته الدراسة تشير إلى أن اهتمام المؤسسة بزبائنها والحرص على تلبية رغباتهم بغرض المحافظة عليهم ووصولاً إلى تحقيق الرضا والولاء لمنتجاتها وخدماتها سوف يساهم في اكتساب المؤسسة للريادة عن طريق تميزها تنافسياً عن نظيراتها من خلال زبائنها، والذي لن تتمكن المؤسسة من بلوغه إلا بالاعتماد على تطبيقها لمفهوم وأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون.

الكلمات المفتاحية : تسويق العلاقات، أبعاد تسويق العلاقات، زبون، منافسة .

Abstract :

The aim of this study to the possibility of the application and use of the enterprise of the dimensions of marketing relationships with the customer at the lifting of the performance, and that by trying to identify the concept of marketing relationships with the customer and to determine the dimensions, to be determined and know the relationship between marketing relationships with the customer and to achieve and acquire the enterprise to compete dimensions, since the basic idea of this study indicate that the enterprise attention their customers and to ensure that meet their desires in order to maintain them through to achieve satisfaction and loyalty for their products and services will contribute to the acquisition of the enterprise for Entrepreneurship through excellence competitive from their counterparts by their customers, and that the enterprise will not be able to achieve only by relying the application of the concept and dimensions of marketing relationships with the customer.

Keywords : marketing relations, marketing relations dimensions, the customer, the competition ...

تمهيد:

يعبر مفهوم تسويق العلاقات عن الكيفية والطريقة التي تهدف وبصورة أساسية للتركيز على الزبون والحفاظ عليه، فهو علم وفن إيجاد الزبائن والمحافظة عليهم وتمييزهم، حيث يشير كوتلر إلى أنه إذا كان رجال التسويق في الماضي يعتقدون بأن أهم مهارة يجب توافرها لديهم هي القدرة على إيجاد زبائن جدد، إلا أن اليوم أصبح هناك يقين بأن جذب الزبون إذا كان أمراً بسيطاً للغاية فإن الأصعب منه هو الحفاظ عليه، وأن تكلفة الحفاظ على الزبائن أقل بكثير من تكلفة جذب زبائن جدد، فالمنافسون دائماً يسعون إلى جذب زبائن الغير نحوهم، وعندها تفقد المؤسسة الأخرى زبوناً، وتفقد معه مبيعات وأرباح وجزءاً من شهرتها وسمعتها في السوق، وعليه فلكي تتصدى المؤسسة لمختلف تهديدات المنافسين لها تستخدم تسويق العلاقات الذي يعتبر من الأوراق الربحية لأي مؤسسة تريد الحفاظ على زبائنها وحصتها السوقية.

تستخدم المنافسة من طرف المؤسسة استناداً للمؤثرات الداخلية والخارجية التي تؤدي بها للبحث عن كل الفرص التي تمكنها من المحافظة على زبائنها وكذا المكانة والحصة السوقية لها بين منافسيها من جهة والتهديدات التي قد تؤثر عليها من جهة أخرى، من أجل استغلال المؤسسة لمواردها أحسن استغلال من جهة وحصولها على الريادة والتميز عن منافسيها من جهة أخرى، حيث أن كل هذه التدايعات الغرض الأساسي منها هو الوصول إلى الزبون وتحقيق الرضا له والذي سيؤدي بها إلى تحقيق درجة عالية من الولاء والذي لن يتم إلا إذا تمكنت المؤسسة من تحقيق ذلك بتميزها في خدمتها لزبائنها الذين يعتبرون الصورة والمرآة الحقيقية التي توضح مدى تحقيقها لأهدافها وهذا عن طريق استخدامها وتوظيفها لأبعاد تسويق العلاقات.

ومن أجل ما تقدم جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلى دراسة دور وأهمية تطبيق أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون على أداء المؤسسات، ومن ثم تحديد ومعرفة أهم أبعاد تسويق العلاقات المساعدة والمؤثرة على أدائها، ولأجل كل هذا سيتم معالجة الدراسة ضمن ثلاثة محاور يتناول الأول منها الإطار العام للدراسة فيما تضمن المحور الثاني الإطار النظري للدراسة وخصص المحور الثالث إلى تقديم خلاصة الدراسة.

1. الإطار العام للدراسة:

يعد فن التسويق في الوقت الحالي أحد المجالات المعرفية التي تستحق الدراسة، حيث أن اقتصاد أي مجتمع من المجتمعات ونمط حياة الأفراد فيها أصبح يتأثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة بالأنشطة التسويقية، وبالرغم من الأهمية الكبيرة التي يحظى بها التسويق في التطبيق العملي كمحدد رئيسي لنجاح العديد من المؤسسات العالمية¹ فقد أصبح العديد من المدراء والخبراء مدركون بأن للتسويق دور وأهمية في تحقيق المؤسسة لأهدافها والتي من أبرزها الاهتمام بالزبون وتلبية احتياجاته ورغباته، لذا كان لزاماً عليها التوجه نحو الزبون بالدراسة والتحليل للوصول إلى درجة الرضا والولاء لمنتجاتها والذي لن يتم إلا بتطبيق مفهوم تسويق العلاقات مع الزبون.

1.1 مشكلة الدراسة: لقد أصبح من الضروري على المؤسسات التي تريد التقرب من زبائنها وتحقيق الريادة بين منافسيها بغرض التحسين من أدائها، القيام بوضع مجموعة من البرامج والاستراتيجيات وكذا المخططات التي تمكنها من الوقوف في وجه منافسيها من خلال تقديم منتجات وخدمات جد متطورة ترضي أذواق الزبائن ورغباتهم، ونتيجة لكل ذلك أصبح توجه المؤسسات نحو إنشاء وتبني علاقات وطيدة وطويلة المدى مع زبائنها سعياً منها لجذب زبائن منافسيها من الأمور التي تحتم عليها استخدام وتطبيق مفهوم تسويق العلاقات وأبعاده، بهدف الرفع من أداء المؤسسة من جهة وتحقيق التميز عن منافسيها عن طريق تقديم منتجات وخدمات ترضي زبائنها وتواكب التغيرات المتسارعة

ووصولاً إلى تحقيق وزيادة رضا وولاء زبائننا، وبناءاً عليه فمشكلة الدراسة تكمن في معرفة مدى إمكانية تطبيق أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أداء المؤسسة، وهذا وفقاً للتساؤل المطروح على الشكل التالي:
كيف يساهم استخدام وتطبيق المؤسسة لأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أدائها التنافسي؟

2.1. أهمية الدراسة: تستند الدراسة أهميتها من كونها تمثل إطاراً شاملاً لتحديد ودراسة أهمية تطبيق واستخدام المؤسسة لتسويق العلاقات مع الزبون في التحسين والرفع من أدائها، إضافة لذلك فإن أهمية الدراسة تتبع من خلال الآتي:

- تتبثق أهمية الدراسة من ضرورة التوصل إلى فهم أعمق ودقيق لأبعاد تسويق العلاقات والمنافسة؛
- الأهمية التي تتبناها المؤسسة في تطبيق أبعاد تسويق العلاقات وأثر ذلك على أداء المؤسسة التنافسي؛
- أهمية الدراسة تكمن في سعيها إلى تعريف المؤسسات وبالأخص مسؤولي النشاطات التسويقية بمختلف المفاهيم المتعلقة بتسويق العلاقات وأبعاده لاسيما وأنه يعتبر أحد أهم الركائز والعناصر الأساسية التي تعزز من الأداء والنشاط التسويقي لأي مؤسسة تهتم به؛
- الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة تتبع من خلال تحديد الدور الذي ينجم عن تطبيق أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أداء المؤسسة التنافسي مع توضيح من الأبعاد أكثر أهمية واستخداماً في هذا المجال.

3.1. هدف الدراسة: انطلاقاً من الإشكالية المطروحة في الدراسة، التي تهدف إلى تحديد دراسة الدور الذي ينجم عن تطبيق واستخدام المؤسسة لأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أدائها، إضافة لذلك فإن الدراسة تهدف أيضاً إلى:

- توضيح العلاقة بين مفهوم أبعاد تسويق العلاقات وأداء المؤسسة التنافسي؛
- معرفة أهم أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون المساعدة على الرفع من أداء المؤسسة التنافسي؛
- تحديد أثر استخدام تسويق العلاقات مع الزبون وأبعاده في تحقيق المنافسة والرفع من أداء المؤسسة التنافسي؛
- تقديم مجموعة من الاقتراحات والاستنتاجات والتوصيات التي تساعد المؤسسات على التبنّي الجيد والسليم لمفهوم تسويق العلاقات وأبعاده على تأثيره على أداء المؤسسة التنافسي.

4.1. فرضية الدراسة: بناءً على السؤال المطروح في الدراسة فقد تم صياغة الفرضية التالية:
استخدام المؤسسة لجميع أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون يساهم في الرفع من أدائها التنافسي.

2. الإطار النظري للدراسة:

سيتم في المحور تقديم إطار نظري مفاهيمي لكل من أبعاد تسويق العلاقات والمنافسة، وذلك قصد الوقوف على الخلفية النظرية وتمحيص الدراسات السابقة والاستفادة منها في الإجابة عن تساؤلات مشكلة الدراسة وتحقيق الأهداف المتوخاة منها.

1.2. تحديد مفهوم تسويق العلاقات: لقد أصبح مصطلح تسويق العلاقة شائع الاستخدام على نطاق واسع في مجال تسويق الزبون في السنوات الأخيرة، ومع ذلك وكما هو الحال بالنسبة للعديد من الأفكار الجديدة في مجال العمال يحدث ارتباك حول المعنى المقصود من هذا المصطلح حيث هناك جدل كبير حول المقصود بتسويق الزبون، أين يدافع الكثير عن هذا المصطلح ويقولون إنه يمثل تحولاً جوهرياً في مفهوم التسويق، لذا فإن مصطلح تسويق العلاقة يحتل مكانة غير ثابتة بين كونه مجموعة من أساليب التسويق التي يوصف فيها أي تبادل بين البائع والمشتري بأنه علاقة، وكونه

فلسفة أساسية من فلسفات التسويق تتعلق بلب مفهوم التسويق من خلال التركيز على الزبون طوال مراحل حياته، وبناءا عليه فقد استند بييري لثلاثة مستويات تحدد منهج وأسلوب تسويق العلاقات وهي: ²

- **على المستوى التكتيكي:** تستخدم علاقة التسويق كأداة من أدوات ترويج المبيعات، والتطورات التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات عملت على زيادة مدى أشكال الولاء قصيرة الأمد؛
- **على المستوى الإستراتيجي:** ينظر إلى تسويق العلاقات على أنه العملية التي يسعى من خلالها المورد إلى ربط الزبائن من خلال روابط قانونية واقتصادية وتكنولوجية وجغرافية وروابط زمنية، وقد تبين أن هذه الروابط قد تؤدي إلى ابتعاد ونفور الزبون بدلا من الاحتفاظ به، وأن المؤسسة التي لم تحقق علاقة عميقة فعالة مع زبائنهم قد تعجز عن الحفاظ على هذه العلاقة إذا تغيرت البيئة القانونية أو التكنولوجية؛
- **على المستوى الفلسفي:** يتوجه تسويق العلاقات إلى لب فلسفة التسويق، حيث أن التعريف التقليدي للتسويق يركز على منح الأولوية لاحتياجات الزبون، بينما تسويق العلاقات باعتباره فلسفة يركز من جديد على إستراتيجية التسويق بعيدا عن المنتجات ودورة حياتها في مقابل دورة حياة العلاقة بالزبون.

2.2. تعريف تسويق العلاقات: هناك القليل من الاتفاق حول مفهوم تسويق العلاقات، وقد نتج عن ذلك وجود أكثر من تصور لهذا المفهوم حيث أن البعض ينظر له من منظور ترويجي يركز على إعادة توجيه الجهود الترويجية نحو الزبائن الحاليين والمحتملين بعد التحري عنهم بطرق علمية، في حين يركز البعض الآخر على هذا المفهوم من حيث كونه يهتم بظروف كل زبون على حدة، ويقوم على تأسيس علاقة شراكة وثيقة مع كل زبون ومعاملته على أنه قسم سوقي قائم بذاته، وتتنظر له فئة أخرى من منظور أهمية الحفاظ على الزبون باستخدام أساليب مختلفة والاستمرار بالاتصال به بعد إتمام عملية البيع، كما تتنظر طائفة أخرى من حيث القيام بإعطاء الزبون الأولوية وبالتالي يتحول هنا دور التسويق من خداع الزبون عن طريق القول والبيع إلى الإشراف الحقيقي له عن طريق الاتصال والمشاركة في المعلومات.³ وعلى العموم فإنه توجد العديد من التعاريف الخاصة بتسويق العلاقات نذكر منها ما يلي:

- يعرف تسويق العلاقات على أنه: « علم وفن جذب مستهلكين جدد، والاحتفاظ بالمستهلكين الحاليين، وتحقيق النمو اللازم للمعاملات التي تتم مع المستهلكين المربحين »،⁴ ومن وجهة نظر أخرى فقد اعتبر بعض الباحثين نشاط تسويق العلاقات عبارة عن إستراتيجية تتضمن مجموعة من الخطط والأهداف الرامية إلى تحقيق وتعزيز وتطوير العلاقة مع الزبون، حيث عرف تشو (Chou) تسويق العلاقات بأنه: « إستراتيجية لجذب الزبائن وتحسين وتطوير العلاقات معهم والتركيز على اكتساب ولائهم، وأن أهداف تطوير مثل هذه العلاقات تتم بتطبيق مفهوم تسويق العلاقات »،⁵ وقد عرفه Lovelock بأنه: « فلسفة أداء العمل، إضافة إلى أنه توجه إستراتيجي للمنظمات يتم من خلال التركيز على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وتطوير العلاقات معهم، بدلا من التركيز فقط على جذب العملاء الجدد باستمرار ».⁶

ومن خلال دراسة هذه التعاريف المتعلقة بتسويق العلاقات يمكن القول بأن تسويق العلاقات يشير إلى ذلك التواصل المستمر مع الزبائن المربحين للمؤسسة من خلال محاولة بناء وتطوير علاقات شخصية معهم يكون الهدف منها تحقيق ومعرفة تطور سلوك الزبائن بغية القيام بالاحتفاظ بهم، وبالتالي فهو آلية تعتمد على مجموعة من الأنشطة والخطوات المستمرة، التي تسعى إلى الاحتفاظ بالزبون، وصولا إلى ما يعرف بزبون مدى الحياة، وهذا يتطلب تطوير برامج خاصة بكل زبون أو مجموعة متشابهة نسبيا من الزبائن والتي تعتمد على تطوير قاعدة بيانات خاصة بهم، فهي

عملية مستمرة عبر الوقت وليست عبارة عن حدث ما يحدث عبر لحظة من الزمن، واستنادا لكل ما سبق فإن تسويق العلاقات يركز على العناصر والنقاط التالية:⁷

- الاهتمام والتوجه للزبون بدل الاهتمام والتوجه بالمنتج؛
- إقامة علاقات دائمة مع الزبائن الحاليين والمحتملين والسعي الجاد للمحافظة عليهم؛
- السعي إلى إقامة علاقات ترابط وتعاون دائم ومستمر بين المؤسسة وزبائنها لمواجهة المنافسة؛
- أنه تركيب من التسويق وخدمة الزبون لإدارة العلاقات التجارية التعاونية المستمرة بين المؤسسة وزبائنها؛
- تسويق العلاقات يشمل خلق، حفظ، وتعزيز علاقات قوية مع المستهلكين والمساهمين الآخرين تكون موجهة للمدى البعيد، والهدف منها هو تحرير أو إطلاق قيمة طويلة المدى للزبائن.

3.2. أبعاد تسويق العلاقات: إن تسويق العلاقات كما تم الإشارة له سابقا يهتم بكيفية تنمية وتطوير العلاقة بين المؤسسة وزبائنها، وبناء عليه ولغرض التطبيق الجيد لمفهوم تسويق العلاقات من طرف المؤسسة فإنه ينبغي عليها التطرق لأبعاد الخمسة الأساسية له ألا وهي: الجودة، التحسين المستمر للجودة، شكاوي الزبائن، تقوية العلاقة بين المؤسسة والزبون، وأخيرا التسويق الداخلي، وعلى العموم سيتم تقديم أهم المميزات الخاصة بكل بعد كما يلي:

1.3.2. الجودة: تعد الجودة من الأساليب المؤدية إلى تحقيق التميز للمؤسسة على منافسيها، وعلى العموم تعرف أيضا على أنها القدرة على تحقيق رغبات الزبون بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته ويحقق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة التي تقدم له،⁸ أي أنها تكون مطابقة لمواصفات ومتطلبات الزبون، وفي حال ربطها بالخدمة يمكن القول بأن جودة الخدمة تعتبر مقياسا للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة لتقابل توقعات الزبائن، وأن الجودة التي يدركها الزبون للخدمة هي الفرق بين توقعات الزبون لأبعاد جودة الخدمة وبين الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر هذه الأبعاد بالفعل،⁹ كما ينظر لجودة الخدمة بأنها قياس لمدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد، فتقديم خدمات ذات جودة يعنى في المصلحة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين.¹⁰

ومن أجل التطبيق الجيد والسليم لتسويق العلاقات وأبعاده يجب أن يكون لعنصر الجودة دور فعال في تحقيق العناية والاهتمام بالزبون ومنه المحافظة عليه، وبناء على ذلك يتضح بأن للجودة دور مهم في خدمة الزبون فهي تمثل مركز الصدارة لدى كافة المؤسسات الاقتصادية الهادفة لتحقيق النجاح والاستقرار والاستمرار في دنيا الأعمال، ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام واعتماد التخطيط في الإنتاج وتصنيف المنتجات بانتظار الزبون، أما في مجال الخدمات فإن الزبائن والموظفون يتعاملون سوية لخلق الخدمة وتقديمها، لذا فإن مقدمي الخدمات لا بد وأن يتعاملوا بشكل فعال مع الزبائن ليقدموا مستوى راق من الخدمة خلال مدة التواصل مع زبائنهم، ولغرض تحقيق تلك الجودة للخدمات المقدمة لزبائنها يمكن الاعتماد على الخطوات التالية:¹¹

- أ. جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالزبائن: يتحقق النجاح بشكل رئيسي من خلال جذب انتباه الزبائن وإثارة اهتمامهم من خلال الموافقات الايجابية التي يظهرها عادة في مجالات خدمة الزبائن؛
- ب. خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجاتهم: حيث تعتمد عملية خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجاتهم وتطلعاتهم وسبل تلبيتها على المهارات البيعية والتسويقية التي يتميز بها مقدم الخدمة؛
- ج. إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه: إن سبل إقناع الزبون وخلق الرغبة لديه باقتناء تلك السلعة أو الخدمة ليست مهمة بسيطة بل تتطلب العديد من الجهود السلوكية القادرة على خلق مرتكزات القناعة لدى الزبائن؛

د. التأكد من استمرارية الزبائن بالتعامل مع المؤسسة: يتم ذلك من خلال العديد من الخدمات البيعية والتسويقية التي تشكل مركز الصدارة لضمان الولاء بين المؤسسة والزبائن والتي منها: الاهتمام بشكوى الزبائن وملاحظاتهم، توفير الخدمات بعد إتمام عملية البيع والتعاقد.

2.3.2. التحسين المستمر للجودة: يقصد بالتحسين المستمر تحسينات لا تتوقف لكافة العوامل المرتبطة بعملية تحويل المدخلات إلى مخرجات، حيث يشمل هذا التحسين المباني والتجهيزات والمواد وطرق العمل وأداء وسلوكيات العاملين،¹² وبناءا عليه فإن التحسين المستمر يمس كافة العمليات ولا يقتصر على مراحل التصنيع فحسب وهذا تحقيقا لشمولية الجودة، أي أنه يمس السلع والخدمات ومستوى الكفاءة في الأداء الوظيفي وهو يعتبر معيار دائم بقدرتها على توقع التغييرات والتحديات المستقبلية، كما تتميز بالقدرة على التنبؤ بفعالية بالتغيير المستمر في احتياجات ورغبات الزبائن لأنهم محل تركيز دائم باعتبارهم الركيزة الأساسية لبقاء المؤسسة في السوق، ويتطلب هذا بناء قناة اتصال فعالة مع الزبائن لكي تعرف المؤسسة احتياجاتهم وتوقعاتهم،¹³ ولغرض استغلال المؤسسة للتحسين المستمر ينبغي القيام بهاته الخطوات:¹⁴ اختيار عملية تتطلب التحسين، مع وضع أهداف مبتغاة من هذا التحسين، ثم دراسة وتوثيق العملية بوضعها الحالي، ليتم البحث عن سبل تحسين العملية، مع تصميم وتنفيذ وتوثيق العملية المحسنة وإعلام كافة المعنيين بها؛ ليتم بعدها تدريب المنفذين على أداء العملية المحسنة في صيغتها الجديدة، كذلك يتم تطبيق التحسين المستمر بداية من:¹⁵

- وضع نظام اليقظة خاص للجودة؛
- تحديد المظهر العام للخدمة من أجل أداء أفضل؛
- توجيه وتطوير النشاط من خلال وضع سياسة الجودة؛
- الاعتماد على الإصغاء للزبون لتطوير النشاط؛
- وضع نظام للتقييم والتحسين من أجل تطوير النشاط.

3.3.2. شكاوي الزبائن: رغم محاولة العديد من المؤسسات استقطاب أفضل الزبائن واستخدام أفضل الأنظمة التي تضمن جودة الأداء، إلا أن ذلك لا يمنع حدوث الأخطاء تماما، الأمر الذي يكلف المؤسسة فقدان بعض زبائنهم أو تعرضها لتهديدات المنافسين أو فقدانها لبعض المزايا التنافسية، وهو ما يؤثر في النهاية على نتائج أعمالها وشهرتها في مجال نشاطها، ولحرص المؤسسة دوما على الحفاظ على زبائنهم تسهر دوما من أجل العناية والاهتمام بهم من خلال تسجيل شكاويهم وانتقاداتهم ومن ثمة العمل على حلها وعلاجها بما يسمح لها بالحفاظ عليهم ولما لا كسب زبائن جدد، ونظرا لأن الشكاوي تعتبر سمة من سمات المؤسسات العاملة في إشباع رغبات زبائنهم الذين تختلف نظرا لاختلاف نظرتهم ووضعهم الاجتماعي والنفسي، ونظرا للواقع التنافسي في الأسواق، فقد أصبح لزاما على المؤسسات التعامل مع تلك الشكاوي باستقلالية ومهنية تستطيع من خلالها كسب رضا زبائنهم وتقديم خدمة تنافسية، حيث أصبحت الشكاوي تعتبر ميزة تنافسية يقدمها الزبون للشركة لتحسين الأداء وتعطي المؤسسة فرصة للتعامل معها والرد على الزبون بأريحية،¹⁶ فقد تحدث أخطاء في تأدية الخدمة وبالتالي توجد مسببات للشكاوي نتيجة عدة أسباب من أهمها:¹⁷

- أ. **عدم الوفاء بالتوقعات:** قد يختلف الأداء الفعلي عن الأداء المتوقع من حيث التوقيت أو السلوك أو الجودة أو نمط الاتصال، مما يتسبب في حدوث مشكلات أو أخطاء من وجهة نظر الزبون؛
- ب. **ضعف الثقة أو المصادقية في المؤسسة أو مقدم الخدمة:** قد يتولد انطباع لدى الزبون بضعف مهارة الموظف أو عدم قدرته على فهم احتياجاته، كما قد يخشى أن تقوم المؤسسة برفع أسعارها دوم مقدمات أو مبررات مقنعة، أو ألا تنفذ تعهداتها في المواعيد المحددة؛

ج. الحالة المزاجية للزبون أو الموظف: إن مواجهة الزبون أو الموظف لمواقف أو ظروف غير مرغوبة قد يؤثر على حالته المزاجية وبالتالي تفاعلاته واستجابته للطرف الآخر، الأمر الذي قد يترتب عليه مشكلات في التعامل؛

د. مقاومة الزبون للتغيير: فقد تقوم المؤسسة بتغيير السياسات أو الإجراءات أو أنظمة العمل أو متطلبات الحصول على الخدمة، مما يؤدي إلى تدمير الزبون أو مقاومته للتعديل لانطوائه على أعباء إضافية أو تطلبه لسلوكيات أو تصرفات لا يألفها، أو تأثيره على وقت أو تكلفة الحصول على الخدمة؛

ه. أسباب أخرى: مثل التميز بين الزبائن فيما يتعلق بزمن أو أسلوب أو طريقة الحصول على الخدمة، البطء والتأخير في الحصول على الخدمة، الآلية والنمطية وخلو الخدمة من المشاعر، نقص أو عدم توفر المعلومات لدى الزبون مع عدم تحقيق الإشباع المطلوب من المنتج أو الخدمة، إضافة إلى تفوق المنافسين من حيث السعر أو الموصفات أو الخدمات.

4.3.2. تقوية العلاقة بين المؤسسة والزبائن: تعمل المؤسسة على تقوية علاقتها بزبائنها كون ذلك سوف يؤدي إلى تنمية علاقات الزبائن مع المؤسسة، ويكون محصلة ذلك استمرار المؤسسة في السوق، لذا فالمؤسسة التي لا تقوم بتقوية علاقتها مع زبائنها، سوف يحتاج زبائنها إلى إقامة علاقة مع مؤسسة أخرى بدلا منها، ومن ثمة سوف يوجه الزبون أمواله إلى تلك المؤسسة لتوطيد علاقته بها، ولكي تتأكد المؤسسة من مدى متانة وقوة العلاقة بينها وبين زبائنها كان عليها القيام بتقييم مدى ولاء زبائنها لها وذلك من خلال قواعد البيانات الخاصة بمعاملات الزبائن مع النظر للزبون الدائم على أنه الزبون ذو الولاء، وأن فقدانه أو خسارته ستكلف المؤسسة الكثير ولذا بات على رجال التسويق في الوقت الحالي استخدام وتبني بعض الإجراءات والوسائل المساعدة على الحفاظ عن طريق تنمية وتقوية العلاقة معهم والذي لن يتم إلا عن طريق القيام بالآتي:¹⁸

أ. رسم إستراتيجية مناسبة للاحتفاظ بالزبائن: ويتم ذلك عن طريق تحليل الأعمال التي يمارسها الزبائن والعمل على فهم دقيق لقاعدتهم وصولا لتحقيق ولائهم، وهي تساعد في بناء مكانة وصورة ذهنية للمؤسسة لدى الزبون؛

ب. بناء قاعدة بيانات عن زبائن المؤسسة: ويتمثل ذلك بالاحتفاظ بسجلات دقيقة عن الزبائن والمتعاملين مع المؤسسة؛

ج. بناء علاقات ذات طابع شخصي مع الزبون: وذلك عن طريق العمل على حل مشاكلهم، ومعاملتهم باحترام؛

د. قيام المؤسسة بدور المرشد للزبون: قد يجهل الزبائن طبيعة الخدمات وكيف يمكن الاستفادة منها، لذا يجب على المؤسسة إرشاد الزبون بما يحقق له منافع مادية، كخفض تكاليف الخدمات أو الحصول على منافع اعتبارية؛

ه. العمل على بناء نظام للحوافز يتناسب وتقسيمات الزبائن: وذلك من خلال المعلومات التي توفرها قاعدة بيانات الزبون الموجودة لدى المؤسسة، ويجب أن تتناسب هذه الحوافز مع الفئات السوقية المستهدفة من حيث أعمارهم وطبيعة أعمالهم.

5.3.2. التسويق الداخلي: لا يركز تسويق العلاقات على كسب الزبائن وإبرام صفقات فقط بل أيضا يعتمد على الحفاظ على العلاقات وتعزيزها بحيث يتم التركيز على العلاقات طويلة المدى المستمرة التي تؤدي إلى إجراء معاملات تجارية متكررة وترسخ الولاء في التعامل وتحقق أرباحا طوال مدة التعامل مع الزبون، كما يعتبر تسويق العلاقات أسلوبا تفاعليا للتسويق حيث يعتمد على التعاون والثقة بدلا من الأساليب التي تعتمد على الخصومات والمنافسة غير الشريفة،¹⁹ وبناء عليه يتوقف نجاح واستمرار أي مؤسسة في نشاطها على مدى إمكانيتها وقدرتها على خدمة أسواقها بنوع من الفعالية والكفاءة، وذلك من خلال تطبيق المفاهيم التسويقية الحديثة، حيث أهمية تطبيق هذه المفاهيم على زبائن

المؤسسة بغرض إقناعهم وتحقيق احتياجاتهم و رغباتهم تتضح من خلال قيام الموظفين داخل المؤسسة بتحويل أفكار واستراتيجيات المؤسسة إلى واقع عملي، ولكي يتم ذلك فإنه من الضروري إقناعهم بالأفكار والخطط التي تقوم المؤسسة بانتهاجها والحصول على تأييدهم لها من خلال تطبيق وتبني مفهوم التسويق الداخلي على مستوى المؤسسة والذي ينطلق من قاعدة مفادها أن الاهتمام يجيء أولاً بالعاملين داخل المؤسسة، وتستند هذه القاعدة إلى أنه إذا لم تسوق المفاهيم والنظم والتوجيهات بجانب السلع والخدمات إلى العاملين داخل المؤسسة، فإن نجاح هذه الأخيرة في جذب الزبائن الخارجيين والحفاظ عليهم يعتبر أمر صعب التحقيق،²⁰ وبناءً عليه يعرف التسويق الداخلي بأنه تطبيق فلسفة وممارسات التسويق على الناس العاملين في المؤسسة الذين يخدمون الزبائن وبالتالي إنهم أفضل الناس الممكن توظيفهم والمحافظة عليهم والذين هم سيعملون بأقصى ما لديهم،²¹ وعلى العموم فإن العناصر الرئيسية للتسويق الداخلي والتي منها نجد:²² إثارة دافعية الموظفين وتحقيق رضاهم، والتوجه بالزبون وتحقيق رضاه، إضافة إلى تنفيذ إستراتيجيات المؤسسة، ومن أجل الممارسة الفعالة للتسويق الداخلي يجب القيام بما يلي:²³

- تعيين أفضل الأفراد المتاحين في سوق العمل، وإعطائهم الأجور والحوافز المادية التي تبقى عليهم في وظائفهم، وتمكن في نفس الوقت من استقطاب واختيار الأفضل دائماً؛
- تزويد الأفراد العاملين برؤية المؤسسة بالشكل الذي يمكنهم من تحديد فلسفة وأهداف الوظائف التي يقومون بأدائها؛
- تجهيز الأفراد وتنمية مهاراتهم ومعارفهم وتحديثها بصورة مستمرة حتى يتسنى لهم أداء أدوارهم بشكل أفضل؛
- تمكين وتشجيع الأفراد من العمل كفريق واحد؛
- توفير الحرية، وعدم توقيع الجزاءات من أول مرة يحدث فيها الخطأ حتى لا يتم كبت أو وئد عمليات الابتكار والمبادرة من العاملين قبل أن تبدأ؛
- توفير المقاييس والمكافآت الخاصة بالإنجاز، والسعي إلى تحقيق مستويات مرتفعة من الأداء.

4.2. تحقيق المنافسة باستخدام أبعاد تسويق العلاقات: يهدف تسويق العلاقات إلى بناء علاقات قوية مع أطراف مهمة كالزبائن، من أجل الحفاظ على التميز وزيادة حجم المبيعات معهم لفترة طويلة، حيث يمكن تحقيق ذلك عن طريق الإيفاء بالالتزامات وتسليم المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية وبأسعار منطقية ومعقولة خلال فترة طويلة من الزمن، كما أنه في العديد من المؤسسات أصبح تسويق العلاقات مع الزبون أولوية إستراتيجية تهدف من خلاله المؤسسة إلى الحفاظ على الزبون عن طريق تطوير علاقات طويلة المدى معه، لأن الزبون الذي لديه ولاء هو أكثر ربحية من زبائن العلاقات التبادلية أو الزبائن الجدد،²⁴ وعليه يعتبر تسويق العلاقات مع الزبون من السمات التي من الممكن أن تحقق المؤسسة من خلالها التميز كما أنه يساعدها من الرفع من مستوى أدائها التنافسي، ولكون أن قيام المؤسسة بالناية بالزبون والاهتمام به تعد من أهم العناصر المؤدية لبناء علاقات قوية معهم، ومن بين العناصر المؤدية لتقوية وتوطيد تلك العلاقة بين المؤسسة وزبائنها نجد عنصر الجودة بالإضافة لبقية الأبعاد التي تم ذكرها، والتي ومن دون شك إن تم تطبيقها واستغلالها من طرف المؤسسة أحسن استغلال سوف يمكنها من التحسين من أدائها التنافسي وبالتالي الرفع منه وعليه كيف سيساهم استخدام المؤسسة لأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون في الرفع من أدائها التنافسي؟. وهذا الذي سنعرفه من خلال تتبع ما يلي:

1.4.2. استخدام الجودة لتحقيق الميزة التنافسية: بناءً على التطور في طبيعة العلاقات بين أطراف النظام التسويقي وظهور تسويق العلاقات الذي أدى إلى تغيير النظرة إلى طبيعة المنافسة، حيث نتيجة لهذه التغيرات يمكن أن نطلق على

المنافسة بين المؤسسات اليوم لفظ منافسة الخدمة، أي تلك القائمة على تقديم الخدمات المتميزة كجزء من إجمالي العرض التسويقي للأطراف المختلفة ذات العلاقة بالمؤسسة والتي يعكس قيمة أفضل من تلك العروض المقدمة بواسطة المنافسين،²⁵ وعلى الرغم من عدم اتفاق الباحثين حول مفهوم الجودة إلا أنه هناك اتفاقاً بينهم حول أهميتها ودورها الفعال في تحقيق ميزة تنافسية، فقد أصبحت العديد من المؤسسات ونتيجة للمتغيرات البيئية المحلية منها والدولية عاجزة عن البقاء والاستمرار دون تبنيها لإستراتيجية واضحة وفعالة في مجال الجودة، سواء تعلق الأمر بجودة منتجاتها أو جودة نظام إدارتها، وعليه فإن للجودة دور في تحقيق ميزة تنافسية نظراً لأهميتها في تواجد المؤسسة حيث يتجلى ذلك من خلال: مساهمة الجودة في تحقيق الأرباح، تحديد الإستراتيجية التسويقية التنافسية، زياد إقبال الزبائن على منتجات وخدمات المؤسسة كنتيجة لجودتها، تحقيق الريادة والنمو للمؤسسة إضافة إلى إشباع حاجات ورغبات الزبائن والاستجابة لتوقعاتهم مع السعي في تحقيق الرضا وزيادة درجته.²⁶

كما تؤكد كذلك إدارة الجودة الشاملة باعتبارها نظام إداري متميز وإستراتيجية تنافسية ملائمة لمختلف المؤسسات، على أنها منهج فعال وذو كفاءة عالية في امتلاك وتحسين الميزة التنافسية والذي يمكنه أن يتم من خلال الإدماج الصحيح لفلسفة ومبادئ هذا الأسلوب الإداري المتفوق، حيث تجمع أغلب الأدبيات الإدارية المعاصرة على أنها أقوى مرتكزات التنافسية وذلك من خلال:²⁷

- **التحسين المستمر:** الذي يدعو إلى تدعيم البحث والتطوير وتشجيع إبداع وتنمية المعرفة والمهارات لدى الكفاءات البشرية في المؤسسة؛
- **التركيز على الزبون:** من خلال ضرورة التعرف الدائم على حاجياته الحالية والمتوقعة وقياس مدى رضاه باستمرار حول منتجات المؤسسة؛
- **التركيز على الموارد والكفاءات البشرية:** وذلك عن طريق عمليات التدريب والتحفيز وتوفير بيئة ملائمة للإبداع وتنمية العمل الجماعي ونشر روح التعاون بدل من المنافسة وضرورة النظر للعاملين كزبائن داخليين للمؤسسة والتصرف معهم على هذا الأساس، مما يزيد من ولائهم للمؤسسة ويرفع من معنوياتهم ويحفزهم على بذل مجهودات أكثر نحو إتيان عملهم والرفع من إنتاجيتهم؛
- **الوقاية بدل من التفتيش:** حيث أن تطبيق نظام إدارة الجودة يساهم في تخفيض تكاليف الإنتاج، وزيادة الإنتاجية بسبب اعتماد عنصر الوقاية في العملية الإنتاجية ومراقبة الانحرافات، بما يساهم في مطابقة المنتجات مع المواصفات المحددة لها.

2.4.2. التحسين المستمر للجودة وتحقيق الميزة التنافسية: إن هدف عمليات التحسين المستمر هو الوصول إلى الإتقان الكامل عن طريق استمرار التحسين في العمليات الإنتاجية لمؤسسة، وبالرغم من أن الإتقان الكامل هدف صعب تحقيقه ولكن يجب أن تُبذل الجهود للوصول إليه، وعليه فإن التحسين المستمر عملية شاملة تتضمن كافة أنشطة المؤسسة سواء المدخلات أو عمليات التحويل أو المخرجات وحتى انتقال المخرجات أو المنتجات إلى الزبون، كما قد ينتج عن عملية التحسين المستمر تخفيض في المدخلات أو زيادة في المخرجات أو تحسين جودة المخرجات أو ارتفاع مستوى رضا العاملين أو رضا الزبائن،²⁸ وبناء عليه فإن اعتماد التحسين المستمر لمجالات العمل كافة في المؤسسة يجعلها تتفوق على المنافسين لها والتميز عليهم وتحقيق هذه الكيفية وتطويرها بشكل دائم يضمن لها متطلبات الاستمرار في الأسواق والبقاء فيها بثبات، ومن هنا فإن التحسين المستمر يعد شرطاً أساسياً لنجاح الإدارة الشاملة للجودة في تحقيق أهدافها، ولهذا السبب بالذات وصفت الكثير من المصادر التحسين المستمر بالعمود الفقري لمنهجية الإدارة

الشاملة للجودة ومطلب أساسي لنجاحها،²⁹ لذلك فالتحسين المستمر يعتبر من بين أهم الأساليب المحققة والمساعدة على حد سواء في اكتساب أي مؤسسة للميزة التنافسية.

كما تظهر عملية التحسين المستمر من خلال المراحل الثلاث وهي التوازن والمشاركة والتحسين وعلى المعنيين بهذه العملية من استثمار جهودهم المستمرة بجعل تكنولوجيا المعلومات المتطورة تساعد على أداء العملية بطرق جديدة مختلفة مما تمنح المؤسسة الميزة التنافسية.³⁰

3.4.2. توظيف نظام الشكاوي في اكتساب الميزة التنافسية: إنه من المهم الترحيب بأي شكوى من الزبون إلى المؤسسة ودراستها والاهتمام بها واتخاذ قرار بشأنها، فالشكاوي يمكن النظر إليها على أنها فرصة لحل المشاكل وللكشف عن نقاط الضعف المحتملة، ومن خلال الشكاوي يمكن أن نحول الأشخاص غير الراضين عن المؤسسة إلى أشخاص لديهم ولاء للمؤسسة ولمنتجاتها،³¹ ونظرا لأن الشكاوي تعتبر سمة من سمات المؤسسات العاملة في إشباع رغبات الأفراد، الذين تختلف رغباتهم نظرا لاختلاف نظرتهم ووضعهم الاجتماعي والنفسي ونظرا للواقع التنافسي في الأسواق، أصبح لزاما على المؤسسات أن تقوم بالتعامل مع تلك الشكاوي باستقلالية ومهنية تستطيع من خلالها كسب رضا الزبائن وتقديم خدمة تنافسية، وأصبحت الشكاوي تعتبر ميزة تنافسية يقدمها الزبون للمؤسسة لتحسين الأداء وتعطي المؤسسة فرصة التعامل معها والرد على الزبون بأريحية، لذلك أصبحت المؤسسات ترصد الميزانيات المالية وتوظف المختصين للتعامل مع الشكاوي فيما تطبق مقاييس علمية للتعامل معها،³² هذا وينقسم الزبائن من حيث تقديم الشكاوي إلى عدة أنواع من أهمها نذكر:³³

- **الزبون الحليم (الصامت):** هذا النوع من الزبائن لا يشتكي بغض النظر عن معاناته من الأخطاء، وينبغي العمل على إغراؤه على الكلام وتقديم الشكوى؛
- **الزبون دائم الشكوى:** يشكو دائما بحق أو بدون حق، ولا يكون راضيا أبدا عن المنتج، فهناك دائما من وجهة نظره أخطاء، وهذا النوع لا يمكن إهماله أو طرده بل نحاول معالجة مشاكله والتخلي معه بالصبر؛
- **الزبون الموضوعي:** هذا الزبون لا يشكو إلا إذا كان هناك مبررا لشكواه، فهو يهتم بالنتائج وحل المشكلة، ولا تهمه الأعداء؛
- **الزبون المستغل:** يهدف إلى الحصول على مزايا إضافية من تقديم شكواه، وليس هدفه الرئيسي أن يحلها، وعلى الموظف هنا أن يكون موضوعيا في إجاباته أن يستخدم المعلومات الدقيقة لدعم كلامه ومنطقه.

4.4.2. تقوية العلاقات بين المؤسسة والزبون وتحقيق الميزة التنافسية: إن تزايد الاهتمام بالزبون في الأونة الأخيرة وذلك بعد ازدياد حدة المنافسة بين المؤسسات، وقد أدى التنافس الحاد بين هذه المؤسسات إلى ضرورة التركيز على إشباع حاجات الزبون وذلك محاولة لإرضائه وإسعاده، حيث تسعى المؤسسات الناجحة دائما للارتقاء بمستوى خدماتها المقدمة إلى الزبائن وذلك من أجل الاحتفاظ بهم واستمرار تعاملهم مع المؤسسة وحثهم على الولاء للمؤسسة وللمنتجات التي يقومون بشرائها بالإضافة إلى محاولة جذب زبائن جدد إلى المؤسسة،³⁴ ولكي تتمكن المؤسسة من تحقيق ذلك فإنه عليها تبني علاقة تنسم بالقوة والمتانة بينها وبين زبائنها، وفي علاقة المؤسسة بزبائنها قد تكون بناءا على حالة ارتباط متبادل يقوم على أساس مصلحة واهتمامات مشتركة، وهو نمط العلاقات طويلة الأمد، فقد كان النشاط التسويقي لفترة طويلة في علاقة المؤسسة بالزبون يقوم على الصفة، إلا أنها سرعان ما اكتشفت أن الزبون لن يكون مجديا في المدى الطويل إلا على أساس علاقات طويلة الأمد، حيث أن هذه العلاقات أصبحت في نظر المؤسسات تقوم

على أساس حقائق مفادها أن الزبون الأكثر تحقيق للربح بالنسبة للمؤسسة هو الزبون الذي يرتبط بالمؤسسة بعلاقة طويلة الأمد.³⁵

يتضح مما سبق أن تقوية المؤسسة لعلاقتها بزبائنها يُمكنها من تحقيق وكسب ميزة تنافسية، ولكن هذا لن يتم إلا إذا قامت المؤسسة بالتنبؤ بحاجات الزبون ورغباته وتوقعاته ومحاولة تلبيتها، لذا يجدر بالمؤسسة الرغبة في تحقيق ذلك التوجه بالزبون من خلال الاهتمام بحاجاته ورغباته وتوقعاته فهو يعد المدخل الحقيقي لنجاح المؤسسة في أداء المهام التسويقية بنجاح،³⁶ وبالتالي المساعد على إيجاد علاقة وطيدة بينها وبين زبائنها، وبالتالي فكلما كانت علاقة المؤسسة بزبائنها قوية كلما كان ذلك مكسب وتميز يساعدها على تحقيق ميزة تنافسية من جهة ومجابهة كل منافسيها من جهة أخرى.

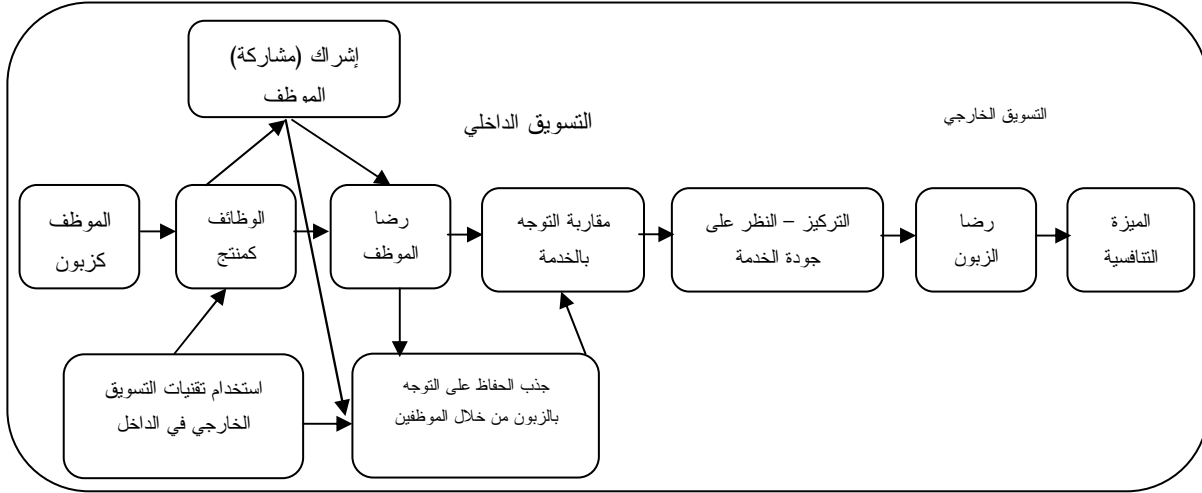
5.4.2. عمليات التسويق الداخلي وتحقيق الميزة التنافسية: تعتبر عملية التسويق الداخلي بمثابة تطبيق لجميع القواعد الخاصة بالتسويق الذي يتم بين الزبائن الخارجيين وفرق العمل، ويرجع السبب في ذلك إلى أن العديد من أفراد فرق العمل يعتبروا بمثابة زبائن داخليين للسياسات والعمليات الخاصة بالتسويق من خلال الزبائن، حيث تلتزم عملية التسويق الداخلي قواعد خاصة منها:³⁷

- دراسة أوضاع السوق: وذلك من خلال التعرف على أنواع فرق العمل واحتياجاتهم واتجاهاتهم؛
- تحديد الأهداف: على سبيل المثال الأهداف التي تتعلق بكيفية تنفيذ عملية التسويق من خلال العلاقة بالزبائن؛
- وضع السياسات: كالسياسات التي تساعد فريق العمل على تنفيذ عملية التسويق من خلال الاتصال بالزبائن على نحو فعال.

وعندما يتم النظر للخدمات على أنها مجموعة من الأشياء التي يتم أدائها فإنه يصبح الاهتمام بنوعية وكفاءة الموظفين والعاملين بالمؤسسة جزء هام في بناء علاقات طويلة الأجل مع الزبائن، فالموظفون الذين يحبون الوظائف التي يؤدونها وكذلك الراضون عن المؤسسة التي يعملون بها سوف نجدهم يساهمون بشكل فعال في أداء خدمات مميزة ذات قيمة كبيرة لزبائن مؤسساتهم، بمعنى أن المؤسسة التي تسعى إلى إرضاء وإسعاد موظفيها تستطيع أن تزيد من فرص المحافظة على واستبقاء زبائنها الحاليين بل وزيادة حجم الأعمال التي تتم معهم، وبالتالي فالمؤسسة التي تهتم بممارسة التسويق الداخلي أن تعمل على التنافس على الأفراد أصحاب المواهب والقدرات مع تدريبهم والتأكيد على العمل التعاوني كفريق واحد، إضافة إلى إعطاء الموظفين درجة أكبر من الحرية والصلاحيات التي تمكنهم من اتخاذ القرارات بشكل جيد.³⁸

ولتحقيق ميزة تنافسية مستدامة بالنسبة للمؤسسة التي تعمل في بيئة تنافسية عالمية معقدة يعد أمر صعب للغاية، حيث يمكن تحقيق تلك الميزة التنافسية من خلال تحقيق رضا وولاء الزبائن في المؤسسات الخدمية، حيث نلمس أهمية الميزة التنافسية في نوعية وجودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة حيث أشار كل من كوتلر وأرمسترونغ إلى أنه في مؤسسات الخدمات، واحدة من الطرق الأساسية التي يمكن أن تجعل المؤسسة نموذجية ويمكن تمييزها عن منافسيها هو نوعية وجودة الخدمات، فنوعية الخدمات المقدمة يعتمد على عدد من العوامل مثل مكان تقديم الخدمات، عملية تقديم الخدمات، وطريقة تقديم الخدمات ... الخ،³⁹ والشكل الموالي يوضح طبيعة العلاقة بين التسويق الداخلي والميزة التنافسية.

الشكل رقم 01: العلاقة بين التسويق الداخلي والميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الباحثين.

استنادا للشكل السابق يمكن القول بأن أهم العوامل التي تؤثر على جودة الخدمات هو موظفي المؤسسة، الذين يكونون على اتصال مباشر مع الزبائن أثناء تقديم الخدمات، فالموظف يلعب دور رئيسي في خلق القيمة والنظرة إلى نوعية الخدمات من جانب الزبون لذلك، فإن إيلاء الاهتمام بالموظفين مهم جدا، حيث أنهم يتحملون عبء الميزة التنافسية في عالم اليوم من خلال جذب والمحافظة على الزبائن، كما يجوز للمؤسسات تمييز نفسها عن منافسيها باستخدام التسويق الداخلي الذي ينظر للموظفين على أنهم زبائن، حيث يركز التسويق الداخلي على العلاقات الداخلية السليمة بين الأشخاص على جميع المستويات في المؤسسة، وحسب Berry وبالنظر للشكل رقم: 03-05، فإن اعتبار الموظفين كزبائن داخليين والوظائف كمنتجات مقدمة لهؤلاء الموظفين واستخدام تقنيات التسويق الخارجي داخل المؤسسة سيحلب رضا الموظفين (التسويق الداخلي) الذي سيؤدي إلى تقديم الخدمات للزبائن بجودة أفضل ونتيجة لذلك يتم خلق ميزة تنافسية مستدامة داخل المؤسسة، ونتيجة لذلك سوف تكون المؤسسات قادرة على خلق ميزة تنافسية من رأس مالها البشري كون أن رأس المال البشري يعد بمثابة قيمة نادرة وغير قادرة على التقليد من قبل المنافسين.⁴⁰

الخلاصة:

يعتبر تسويق العلاقات مع الزبون من بين أهم المناهج التي تؤكد على استمرارية العلاقات التي يجب أن تتواجد بين المؤسسة وزبائنها، كما تؤكد على أهمية خدمة الزبائن والاحتفاظ بهم مع تطوير العديد من التعاملات مع الزبائن، ونظرا للأهمية البالغة التي أضحت يحتلها الزبون داخل أي مؤسسة فقد كان جديرا بنا معالجة هذا الموضوع، ومن خلال التطرق لأهم جوانب هذه الدراسة يمكن إبراز أهم النتائج والتوصيات التي تم التوصل إليها حول تسويق العلاقات مع الزبون والرفع من أداء المؤسسة التنافسية عبر الآتي:

- أن تسويق العلاقات مع الزبون يمثل أداة لتقوية العلاقات بين المؤسسة وزبائنها وبصفة مستمرة أي منذ الوهلة الأولى، وهو يهدف إلى كيفية تصميم وخلق علاقة طويلة الاجل بين المؤسسة وزبائنها؛
- يهتم تسويق العلاقات مع الزبون بكيفية جذب الزبائن والمحافظة عليهم وإنشاء علاقات جديدة معهم لاسيما في المدى البعيد؛

- أن تسويق العلاقات مع الزبون يركز على خمس أبعاد أساسية وهي : الجودة، التحسين المستمر للجودة، شكاوي الزبائن، تقوية العلاقة بين المؤسسة والزبون، وأخيرا التسويق الداخلي؛
- تتمثل أهداف ودوافع تسويق العلاقات في الحفاظ على الزبائن، بدلا من المحاولة المستمرة للبحث عن زبائن جدد، وإقامة روابط هيكلية واجتماعية تمثل حاجزا للخروج وتجعل الزبون مضطرا للاستمرار في العلاقة؛
- تحسين المؤسسة لأدائها مع تحقيقها للتميز واكتسابها للميزة التنافسية يتم عن طريق طبيعة ونوعية علاقتها بزبائنها والذي يتم تنفيذه باستخدام وتوظيف المؤسسة لأبعاد تسويق العلاقات مع الزبون، ومن دون تجاهل وتناسي أن الاحتفاظ بالزبون وتحقيق الرضا والولاء له يعتبر تحدي ينبغي على المؤسسة المهتمة بذلك أخذهما بعين الاعتبار؛
- ومن خلال الدراسة يتضح لنا صحة الفرضية التي تم تبنيها الدراسة والتي تشير إلى أن استخدام المؤسسة لجميع أبعاد تسويق العلاقات مع الزبون يساهم في الرفع من أدائها التنافسي، فمن خلال الجودة مثلا يمكن للمؤسسة تحقيق التميز عن منافسيها عن طريق زياد إقبال الزبائن على منتجات وخدمات المؤسسة كنتيجة لجودتها، مع تحقيقها للريادة والنمو للمؤسسة إضافة إلى إشباع حاجات ورغبات الزبائن والاستجابة لتوقعاتهم، وهكذا بالنسبة لبقية الأبعاد.

وفي الختام تجدر الإشارة إلى أن تسويق العلاقات مع الزبون أضح له أهمية بالغة لدى المؤسسات التي تريد المحافظة على زبائنها وكذا على حصتها السوقية، بحيث يمكن القول بأن تسويق العلاقات مع الزبون في حد ذاته يعد ميزة تنافسية يمكن للمؤسسة من خلاله أن ترفع من أدائها وتحقق الريادة التنافسية لمستوى منتجاتها وخدماتها.

الهوامش والمراجع :

- 1- زكريا أحمد عزام، عبد الباسط حسونة، مصطفى سعيد الشيخ، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، (ط: 05، عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2014)، ص: 27.
- 2- أديان بالمر، مبادئ تسويق الخدمات، ترجمة بهاء شاهين، علاء أحمد إصلاح، دعاء شراقي، (القاهرة، مصر، مجموعة النيل العربية، 2009)، ص: 430.
- 3- حكيم بن جروة، أثر تسويق العلاقات مع الزبون على تنافسية المؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 03، 2014-2015، ص: 30.
- 4- محمد عبد العظيم أبو النجا، التسويق المتقدم، (الإسكندرية، مصر، الدار الجامعية، 2008)، ص: 33.
- 5- محمود يوسف ياسين، واقع ممارسات التسويق بالعلاقات وأثرها في بناء الولاء كما يراها عملاء البنوك التجارية في محافظة اربد، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، جامعة اليرموك - أربد - الأردن، 2010، ص: 25.
- 6- إلهام فخري أحمد حسن، التسويق بالعلاقات، الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الدوحة، قطر، 6 - 8 أكتوبر 2003، ص: 395.
- 7- حكيم بن جروة، مرجع سبق ذكره، ص: 31.
- 8 - فريد عبد الفتاح زين الدين، المنهج العلمي لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات العربية، (الإسكندرية، مصر، دار الكتب للنشر، 1996)، ص: 10.
- 9 - بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، العدد 3، ديسمبر 2005، ص ص 257، 258 .
- 10 - حميد الطائي، بشير العلاق، إدارة عمليات الخدمة، (عمان، الأردن، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009)، ص: 141.
- 11 - خضير كاضم حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، (ط: 03، عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2010)، ص ص: 220-225.
- 12 - أحمد سيد مصطفى، إدارة الجودة الشاملة والأيزو 9000، دليل عصري للجودة والتنافية، (القاهرة، مصر، بدون دار نشر، 2005)، ص: 70.

- 13 - كشيده حبيبة، إستراتيجيات رضا العميل، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2005، ص: 18.
- 14 - أحمد سيد مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص: 71.
- 15 - نور الدين بوغان، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006-2007، ص: 85.
- 16 - حسين مطر، العناية بالزبائن، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات مؤتمر الجودة والتميز في منظمات الأعمال، جامعة سكيكدة، نقلا عن: فريد كورتل وآخرون، الجودة والتميز في منظمات الأعمال، (الجزء الثاني، عمان، الأردن، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2011)، ص: 203.
- 17 - جمال الدين محمد مرسي، مصطفى محمود أبو بكر، دليل فن خدمة العملاء ومهارات البيع، مدخلك لتحقيق ميزة تنافسية في بيئة الأعمال المعاصرة، (الإسكندرية، مصر، الدار الجامعية، 2006)، ص: 64-66.
- 18 - عواطف يونس إسماعيل، متطلبات التسويق بالعلاقات وأثرها في تعزيز العلاقة مع الزبون، دراسة استطلاعية لآراء عينة من الزبائن في معمل الألبان بالموصل، مجلة تنمية الراقدين، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، العراق، العدد 95، مجلد 31، 2009، ص: 243، 244.
- 19 - بيرفيز أحمد، محمد رفيق، التسويق الداخلي، (الجيزة، مصر، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، 2013)، ص: 58.
- 20 - محمد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق، (الإسكندرية، مصر، الدار الجامعية، 1996)، ص: 40.
- 21 - هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، (ط: 02، عمان، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2004)، ص: 284.
- 22- محمد عبد العظيم أبو النجا، مرجع سبق ذكره، ص: 161.
- 23- حكيم بن جروة، مرجع سبق ذكره، ص: 123.
- 24 - نظام موسى سويدان، سمير عزيز العبادي، تسويق الأعمال، (عمان، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2011)، ص: 95.
- 25 - نزار عبد المجيد البروارى، لحسن عبد الله باشيو، إدارة الجودة مدخل للتميز والريادة، مفاهيم وأسس وتطبيقات، (عمان، الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2011)، ص: 535 - 536.
- 26 - حكيم بن جروة، مرجع سبق ذكره، ص: 124.
- 27 - أحمد بن عيشاوي، إدارة الجودة الشاملة TQM في المؤسسات الفندقية في الجزائر، أطروحة دكتوراه العلوم غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص: 86-87.
- 28 - محفوظ أحمد جودة، إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات، (عمان، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2004)، ص: 181-182.
- 29 - إسماعيل إبراهيم القزاز، رامي حكمت الحديثي، عادل عبد المالك كوريل، Six Sigma وأساليب حديثة أخرى في إدارة الجودة الشاملة، (عمان الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2009)، ص: 279 - 280.
- 30 - عبد الستار العلي، تطبيقات في إدارة الجودة الشاملة، (ط: 02، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2010)، ص: 38 - 39.
- 31 - محفوظ أحمد جودة، مرجع سبق ذكره، ص: 77.
- 32 - حسين مطر، مرجع سبق ذكره، ص: 203.
- 33 - محفوظ أحمد جودة، مرجع سبق ذكره، ص: 78-79.
- 34 - المرجع نفسه، ص: 74.
- 35 - نجم عبود نجم، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، (ط: 02، عمان، الأردن، دار الوراق للنشر والتوزيع، 2008)، ص: 329 - 330.
- 36 - محفوظ أحمد جودة، مرجع سبق ذكره، ص: 75.
- 37 - ميرلين ستون، نيل وودكوك، ليز ماكتينجر، التسويق من خلال علاقتك بالعملاء Customer Relationship Marketing، إعداد قسم الترجمة بدار الفاروق، (ط: 02، القاهرة، مصر، دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2005)، ص: 155-156.
- 38 - محمد عبد العظيم أبو النجا، مرجع سبق ذكره، ص: 130 - 131.
- 39- حكيم بن جروة، مرجع سبق ذكره، ص: 127.
- 40- المرجع نفسه، ص: 127.

حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية: تجربة البنك المركزي الماليزي

Shariah Governance for Islamic Financial institutions: The Experience of the Central Bank of Malaysia

حليمة بوكروشة

الجامعة الإسلامية العالمية ماليزيا

سعيد يوهراوة

الأكاديمية العالمية للبحوث الشرعية
في المالية الإسلامية - ماليزيا

ملخص :

تهدف هذه الورقة إلى بحث موضوع حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية من خلال بحث الجذور التاريخية لوضع معايير حوكمة المؤسسات عموما والمؤسسات المالية الإسلامية على وجه الخصوص. كما تناول أثر الأزمات المالية لاسيما الأزمة المالية العالمية لسنة 2008م، وتداعياتها الأخلاقية والتنظيمية على معاودة النظر في موضوع معايير حوكمة المؤسسات المالية، وهو ما أفضى إلى مراجعة المعايير الصادرة، وإصدار معايير جديدة من قبل دول ومؤسسات داعمة ومصارف مركزية. وسيتم في هذه الورقة التركيز على تجربة البنك المركزي الماليزي في حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية من خلال معيار "الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية" الذي أصدره البنك سنة 2010م (باللغة الإنجليزية)، وألزم المؤسسات المالية الإسلامية العمل به في شهر جانفي 2011م. فقد حظي هذا المعيار باستحسان المؤسسات المالية الإسلامية العاملة بماليزيا. كما سعت مؤسسات مالية إسلامية في دول مختلفة الاستفادة منه، ومن غيره من المعايير والأدلة الإرشادية الصادرة عن البنك المركزي الماليزي، وهو ما يستدعي تحليل هذه التجربة لتتمين ميزاتهما وفسح المجال للإضافة عليها. والهدف من هذا البحث فهم أسس الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية، وتقدير جهود الجهات الرقابية لاسيما البنك المركزي الماليزي والمؤسسات الداعمة في إرساء الأسس التنظيمية والاحترافية للمؤسسات المالية الإسلامية.

الكلمات المفتاحية : الحوكمة الشرعية ، الأسس الشرعية ، المؤسسات المالية الإسلامية، البنك المركزي الماليزي.

Abstract:

This paper aims at examining one of the highly debated contemporary issues in the post international financial crisis in Muslim countries: the Shariah governance for Islamic financial institutions with special reference to the Shariah Governance Framework issued by the Central Bank of Malaysia in 2010 and in force in January 2011. The paper first discusses the fundamentals of corporate governance in conventional law followed by Islamic law. The texts of the Quran and Sunnah and major classical fiqhi books that established the framework of this theory are the main references. The second part of this paper examines major developments of governance from both conventional and Islamic perspectives. The third part highlights Shariah governance standards issued by the Central Bank of Malaysia. The objective of this paper is to understand the fundamentals of Shariah governance in Islamic law and appreciate the contributions of supervisory and supporting institutions especially the Central Bank of Malaysia in the implementation of prudential measures that ensure smooth and efficient performance of Islamic financial institutions.

Keywords: Shariah Governance, Shariah Fundamentals, Islamic financial institutions, Central Bank of Malaysia.

تمهيد :

إن تنظيم العلاقة التعاقدية بين الشركاء في إطاره العام ليس بالأمر المستحدث، فقد كان مطبقاً في الحضارات المتقدمة. والأمر ينسحب على الحضارة الإسلامية، فقد نظمت الشريعة الإسلامية علاقة الشريك بشريكه من خلال بيان ما يجوز في حقهما وما لا يجوز. ووضعت أطراً تنظم العلاقة التعاقدية المتعدية، فنظمت العلاقة القائمة على الوكالة والمضاربة ونظارة الوقف، وجباية الزكاة بما يجنب سوء استغلال الوكيل أو المضارب أو ناظر الوقف في إدارة هذه العلاقة لصالحه الخاص. غير أن ما جد في البحث المعاصر تشعب دراسة موضوع حوكمة المؤسسات بسبب تعقد هذه العلاقة النازمة لهذه المؤسسات حيث تناولت أطرافاً متعددة؛ منها: مجلس الإدارة والإدارة والمساهمين والمستثمرين والحكومة، والجهات القانونية بل المجتمع ككل. وما جد كذلك هو محاولة وضع هذه العلاقة في إطار منهجي ناظم يستجيب للتحديات الجديدة التي شهدتها الساحة المالية لاسيما تلك المتعلقة بتداعيات الأزمات المالية المتكررة، وهو ما ستحاول هذه الورقة التعرض إليه وتحليله.

المحور الأول- حوكمة الشركات: المفهوم والجذور التاريخية والأهداف:

يتناول هذا المحور عرضاً مختصراً لمفهوم حوكمة الشركات بوصفه مدخلاً للكلام عن حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية، باعتبار أن المؤسسات المالية الإسلامية تندرج ضمن مسمى "الشركات" أو "المؤسسات". وعليه فسيتم تعريف حوكمة الشركات، وعرض مختصر للجذور التاريخية لوضع مرتكزاتها القانونية، ثم بيان أهم أهدافها.

أولاً- تعريف حوكمة الشركات:

عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية حوكمة الشركات بأنها: "مجموعة من العلاقات بين إدارة الشركة، ومجلس إدارتها، وحملة الأسهم بها، ومجموعة أصحاب المصالح الأخرى"، وجاء في تقرير كادبوري لسنة 1992م أن حوكمة الشركات "نظام يتم من خلاله إدارة الشركات وضبطها". وعرف مجلس الخدمات المالية الإسلامية الحوكمة ضمن معيار "المبادئ الإرشادية لحوكمة الشركات والمؤسسات التي تقدم خدمات التمويل الإسلامي" بأنها: مجموعة من الترتيبات المؤسساتية والتنظيمية التي تتأكد من خلالها مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية أن هناك إشرافاً شرعياً فعالاً ومستقلاً."

ثانياً- الجذور التاريخية لحوكمة الشركات:

يتفق الباحثون على أن تنظيم العلاقة بين الأطراف المكونة لمشروع ما أمر ضاربة جذوره في التاريخ؛ بدأ ببدأ التنازع بين أطراف العلاقة التعاقدية مما حتم على هذه الأطراف وضع شروط وترتيبات تنظيمية. غير أنهم يرجعون ظهور بوادر هذا المفهوم بمقارنته الحديثة إلى ما ابعده الحرب الثانية حيث شهدت الولايات المتحدة الأمريكية طفرة اقتصادية هائلة تجاوزت فيها حدودها الجغرافية ظهرت على إثرها نزاعات بين بعض الشركات، ومشاكل بسبب سوء استغلال الشركات الاقتصادية العملاقة لنفوذها. وأما تنظيم هذه العلاقة في إطارها التشريعي الحديث فيرجعونه إلى الربع الأخير من القرن الماضي وبالتحديد سنة 1970م أين أدرجت اللجنة الفدرالية الأمريكية للأوراق المالية والمبادلات (The Federal Securities and Exchange Commission (SEC) موضوع حوكمة الشركات ضمن خطتها الإصلاحية، وفي سنة 1974م تم تداول مصطلح حوكمة الشركات بدلالاته القانونية في حل بعض النزاعات التي حدثت بين شركات سكك الحديد والشركات العقارية وغيرها من الشركات، وكذا ظهور اختلاسات ورشاوي. وفي سنة 1997م، وعلى إثر الأزمة المالية التي أصابت الدول الآسيوية وبسبب انهيار بورصتها، تأكدت أهمية إثارة موضوع حوكم الشركات من خلال وضع معايير تسهم في ضبطه، فبادرت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD سنة

1998 إلى بوضع مبادئ حوكمة الشركات، حيث صارت هذه المبادئ مرجعا رئيسا لحوكمة الشركات عموما والمؤسسات المالية على وجه الخصوص. فقد تمت الموافقة على مبادئها من قبل منتدى الاستقرار المالي Financial Stability Forum، وصارت المعايير أساسا لعنصر حوكمة الشركات في تقارير البنك الدولي، وصندوق النقد الدولي، وبنك التسويات الدولية ولجنة بازل، والمنظمة الدولية للجان الأوراق المالية . وعلى إثر الأزمات التي حدثت بعد انهيار بورصة آسيا، مثل فقاعة الدوت كوم أوفقاعة تكنولوجيا المعلومات سنة 2000م، وفضيحة شركة الطاقة أنرون التي تورط فيها محاسبو ومراجعو الشركة سنة 2001م، عاودت الجهات المضطعة بموضوع الحوكمة بما فيها منظمة التعاون الإقتصادي للتنمية مراجعة المبادئ لزيادة ضبط بعض جوانبها، فأصدرت منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية نسخة معدل لمبادئ الحوكمة سنة 2004م، وأصدرت بعدها لجنة بازل للرقابة المصرفية (BCBS) معيار «تعزيز حوكمة شركات الرقابة المصرفية» سنة 2006م. وبعد الأزمة المالية العالمية سنة 2008م، انتقل النقاش إلى مرحلة متقدمة بسبب تورط من كان يفترض أن يسهموا في ضبط موضوع الحوكمة والمساءلة في الأزمة وهم المحاسبون والمراجعون ووكالات التصنيف في تغطية حقائق وضعية المؤسسات المالية بسبب المصالح المحققة من قبل تلك المؤسسات، فنأدى بعض المتخصصين بنهاية مبادئ حوكمة الشركات كون القائمين على هذه الحوكمة هم من تسبب في عدم الالتزام بهذا، وتم التأكيد على موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) ، أي الدافع الداخلي الأخلاقي والقيمي الذي يجب أن يسبق موضوع الحوكمة النمطية، وتم تأطيره من خلال وضع بعض اللوائح والتعليمات التي يمكن قياسها، ومن خلال جعله مطلبا رئيس يضاف إلى متطلبات وضع مبادئ الحوكمة.

ثالثا- أهمية حوكمة الشركات:

تكمن أهمية حوكمة الشركات بصفة عامة والمؤسسات المالية بصفة خاصة فيما يأتي:

- حل التضارب والتعارض في المصالح بين الإدارة ومجلس الإدارة وأصحاب المصالح الأخرى. (الممولين المستثمرين)، وحفظ مصالح كل الأطراف.
- تحديد الرؤية الإستراتيجية للشركة ورسالتها وأهدافها.
- تحقيق الأهداف الإستراتيجية التي تم وضعها، وذلك من خلال ضمان تطبيق أفضل الممارسات في نظام الرقابة الداخلي، والالتزام التنظيمي، والمحاسبة والتدقيق، وإدارة المخاطر، والإفصاح، والمسؤولية الاجتماعية للشركة.
- ولما أن أصحاب المصالح الذين لهم علاقة بالشركة هم: الإدارة ومجلس الإدارة والمساهمين والموظفين، ومستخدمي خدمات الشركة، والممولون، والمجتمع ككل .

فإن حماية مصالحهم من خلال ما يأتي:

- تطبيق أفضل معايير الممارسات وإيجاد نظم فعالة للمحاسبة والحوافز .
- صياغة عقود واضحة وحقوق موثقة ومسؤوليات واضحة لكل الأطراف .
- الإفصاح وانضباط السوق.
- وضع الضوابط والموازن المؤسسية.
- ضبط التنظيم والإشراف.
- الإقناع الأخلاقي.
- توفير بيئة مواتية .

المحور الثاني- حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية :

من أهم ما يؤسس شرعا لموضوع حوكمة المؤسسات المالية الإسلامية، مبدأ المساءلة أما الله والناس عن الالتزام بحقوق الله وحقوق الناس، وهذا مصداقا لقوله صلى الله عليه وسلم : "كلكم راع، وكلكم مسؤول عن رعيته". وكذلك مبدأ إلزام أحكام الإسلام في جميع نواحي الحياة بما فيها المعاملة. ومن بين الأدلة الإرشادية المنصوص عليها في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، نصوص تتعلق بتوثيق العقود، وتحريم الغرر، والجهالة، وجوب الوفاء بالعقود، وتحريم الخيانة والغش والاحتيال، وتحريم الرشوة، وغيرها من المبادئ التي تناولتها آيات صريحة وأحاديث ماثورة. والحوكمة نقل لهذه المبادئ والقيم من إطار التأسيس النظري، إلى إيجاد آلية تضمن أعمالها ضمن التدابير المؤسسية والتنظيمية.

أولا- تعريف الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية:

يعرف مجلس الخدمات الإسلامية في المعيار رقم IFSB-10 الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية بأنها "مجموعة من الترتيبات المؤسسية والتنظيمية التي تتأكد من خلالها مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية أن هناك إشرافا شرعيا فعالا ومستقلا" وهذا التعريف يتطلب:

1. وجود مجموعة من التدابير المؤسسية والتنظيمية؛ مجلس إدارة، وهيئة شرعية، وقسم الشريعة، وقسم التدقيق الداخلي.
2. مراقبة فعالة ومستقلة فيما يتعلق بالالتزام بالشريعة.
3. الإعلانات الشرعية ونشر المعلومات والمراجعة الشرعية الداخلية- الجوانب المسبقة والجوانب اللاحقة لإطار الالتزام والإمتثال للشريعة.

ثانيا- أهم الأدلة الإرشادية الصادرة فيها:

إن أهم ما صدر من مبادئ ومعايير وأدلة إرشادية أسهمت في حوكمة الشركات عموما، والمؤسسات المالية الإسلامية على وجه الخصوص ما يأتي:

1. مبادئ حوكمة الشركات لمنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية (OECD) الصادر سنة 1998م، والمنقح سنة 2004م ، وقد مثلت أرضية مهمة لإصدار معايير الحوكمة للمؤسسات المالية الإسلامية.
2. معايير مجلس المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية للتدقيق والضبط (الحوكمة) والأخلاقيات سنة 1997م.
3. تعزيز حوكمة شركات الرقابة المصرفية لجنة بازل للرقابة المصرفية (BCBS). منقح، 2006م ، وقد مثل هذا المعيار أرضية مهمة لتسطير مبادئ الحوكمة لاسيما من قبل مجلس الخدمات المالية الإسلامية التي صرحت بإعمال المبادئ والمعايير الصادرة عن لجنة بازل بعد مراجعتها الشرعية.
4. المبادئ الإرشادية لحوكمة الشركات والمؤسسات التي تقدم خدمات التمويل الإسلامي مجلس الخدمات المالية الإسلامية، 2006.
5. دليل الحوكمة لدى المصارف الإسلامية العاملة في الجمهورية العربية السورية الصادر عن البنك المركزي السوري سنة 2009م.
6. لمبادئ التوجيهية لحوكمة الشركات. البنك المركزي الماليزي، 2004م، ثم 2011م.
7. دليل لحوكمة الشركات المالية الصادر عن هيئة الأوراق المالية 2012م .

ثالثا- التطورات التي شهدتها الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية:

يعد موضوع الحوكمة الشرعية في بعدها الحديث موضوعا جديدا نسبيا بالنسبة لفقهاء المعاملات. غير أن فكرة الحوكمة ومقاصدها تم بالفعل تطبيقها في تنظيم السوق من خلال منهج مؤسسي في التشريع الإسلامي المتقدم فيما يعرف بالحسبة، وكذلك في الضوابط الفقهية في أعمال العقود القائمة على المشاركة وفي رأس المال والربح، أو في الربح فقط، والأمر كذلك طبق في عقود الوكالات. أما المقاربة المعاصرة للحوكمة الشرعية فقد بدأ مع بداية تأسيس البنوك الإسلامية، غير أن نقاش الحوكمة الشرعية كان محصورا في تأسيس هيئة شرعية تضمن شرعية المعاملات المالية المعقودة، فقد ناقش بنك فيصل الإسلامي في مصر (1976) والبنك الإسلامي الأردني (1978) وبنك فيصل السودان (1978) وبيت التمويل الكويتي (1979) وبنك اسلام ماليزيا (1983) وبنك دبي الإسلامي هذه المسألة من خلال تأكيدهم على ضرورة وجود هيئة شرعية تضمن شرعية المعاملات التي تقدمها المصارف الإسلامية. وبعد استقرار موضوع الحوكمة في المؤسسات المالية الوضعية، وبدأ المؤسسات المالية بتبنيه، قامت الجهات الواضحة للمعايير بمراجعتها واعتمادها بعد تصفيته حيث أدرجت ضمن هيكل حوكمة الشركات الموجود في المؤسسات المالية الإسلامية. وكان أول معيار صدر معيار هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية الذي سمي معيار الضوابط (الحوكمة) سنة 1997م، وقد كان ضمن معيار المراجعة، ثم تم وضعه بمفرده كما أصدرت معيار المراجعة ومعيار الأخلاقيات. وبعدها أصدر مجلس الخدمات المالية الإسلامية معيار "المبادئ الإرشادية لنظم الضوابط الشرعية للمؤسسات التي تقدم خدمات مالية إسلامية سنة 2006م، وأصدر البنك المركزي الماليزي المبادئ الإرشادية الشاملة للحوكمة الشرعية الذي يتضمن إطار الحوكمة الشرعي في أواخر العام 2010م، وبدأ العمل به في يناير 2011م.

رابعا- أهمية الحوكمة الشرعية وأهدافها، ونماذجها :

أ- أهمية الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية:

تكمن أهمية الحوكمة الشرعية في تحقيق الآتي:

- ضمان الالتزام الصارم بأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية من خلال التأكد من الالتزام بالمبادئ الكلية للشريعة الإسلامية، وكذا الأحكام التفصيلية المتعلقة بمعاملات المؤسسات المالية الإسلامية.
- تعزيز الاستقرار المالي، وكسب ثقة أصحاب المصالح، وإعطاء مصداقية للمؤسسة المالية الإسلامية .
- التزام بالأساسيات العامة للحوكمة، وانضباط الواجبات الائتمانية في المعاملات المصرفية الإسلامية، وإعمال القيمة المضافة المتعلقة بالجانب الشرعي للحوكمة.

ب - أهداف الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية :

أما عن أهداف الحوكمة الشرعية، فيمكن تلخيصها في نقاط أربع هي:

— تحقيق الاستقلالية في الحكم.

— النزاهة والمسائلة.

— الكفاءة والاحتراف.

— التحسين المستمر.

ج- النماذج التطبيقية للحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية:

يمكن تصنيف الأشكال الهيكلية للحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية إلى ثلاثة هياكل رئيسية هي:

أ- مركزية سلطات الحوكمة الشرعية، وذلك في البلدان التي تمتلك هيئة مركزية لإدارة المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية ومن هذه الدول ماليزيا وإندونيسيا وسوريا.

ب- الهيكل التنظيمي الذاتي للحوكمة الشرعية، وفيه يعمل مبدأ عدم التدخل، وذلك في البلدان التي تتخذ القرارات الشرعية فيها على مستوى المؤسسات المالية مع عدم تحديد السلطة النهائية المقررة، وهذا موجود في معظم دول الخليج وشمال إفريقيا، والدول الغربية المتبنية للمالية الإسلامية. والجدير بالذكر أن معظم المنضوين تحت هذا الهيكل يعتمدون في تطبيقهم للحوكمة إما على معايير مجلس المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية، أو معيار الحوكمة لمجلس الخدمات المالية الإسلامية.

ج- الهيئة الشرعية المركزية الخالصة، وتسمى أيضا الهيكل الهجين، وذلك في البلدان التي لديها هيئة شرعية مركزية، ولكنها مقتصرة على المصارف المركزية وحدها ولا تتدخل في شؤون المصارف الإسلامية الأخرى، غير أن المؤسسات المالية الإسلامية مطالبة بتقديم تقرير عن جهودها في الالتزام الشرعية للسلطات المركزية.

المحور الثالث- الإطار التنظيمي للحوكمة الشرعية الصادرة عن البنك المركزي الماليزي:

لقد صرح البنك المركزي الماليزي بأنه لا ينطلق في سن قوانينه ومعاييره من فراغ، وإنما يفيد من القوانين والمعايير الدولية، ويضيف إلى بنود هذه المعايير الجوانب الشرعية التي تضع في الاعتبار المتطلبات الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية، وقد أسس لهذا الغرض لجنتين: لجنة مراجعة القوانين، لجنة الموازنة بين القوانين الوضعية والشريعة الإسلامية تقوم بتعديل الجوانب المخالفة للشريعة الإسلامية لتجعلها منضبطة بالضوابط الشرعية. والجدول أدناه تخيص للجوانب الإضافية للحوكمة الشرعية، أو ما يسمى عند هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية "معايير الضبط".

الجدول رقم 01: معايير الضبط للمؤسسات المالية الإسلامية

الوظائف	المؤسسات المالية التقليدية	إضافي للمؤسسات المالية الإسلامية	ملاحظات
الحوكمة	مجلس الإدارة	الهيئة الشرعية	هيئة مستقلة تقوم بإصدار القرارات والآراء ووجهات النظر فيما يتعلق بالأمور الشرعية. تقدم تقاريرها مباشرة إلى مجلس الإدارة.
إدارة المخاطر والرقابة الداخلية	المدققون الداخليون والخارجيون	المدققون الشرعيون	يقوم بأداء التدقيق الداخلي من قبل موظفين مدربين في الأمور الشرعية. ويقومون بالتدقيق في الأمور المتعلقة بالشريعة. ويتم كتابة تقرير بالنتائج وإرسالها إلى الهيئة الشرعية.
الرقابة الداخلية	وحدة إدارة المخاطر	موظفي إدارة المخاطر المتعلقة بعدم الالتزام بالشريعة	تشكل جزء من وظيفة الرقابة المتكاملة لإدارة المخاطر، وذلك لتحديد جميع المخاطر المحتملة الناشئة عن عدم الالتزام بالشريعة، وتوفير تدابير للتقليل من المخاطر.
الالتزام	وحدة موظفي الامتثال التنظيمي والمالي.	وحدة المراجعة الشرعية	التقييم المستمر لمستوى الالتزام بالشريعة في جميع الأنشطة والعمليات، حيث يتم تحديد بعض الأمور التي لا تتوافق مع الشريعة، فيتخذ فيها تدابير للتصحيح الفوري، ووضع الآلية اللازمة لتفادي تكرار مثل ذلك. ملزمة بإرسال تقرير إلى الهيئة الشرعية وتقرير إداري إلى الإدارة.

أولاً- مبادئ إطار الحوكمة الشرعية الصادرة عن البنك المركزي المالي:

قام المصرف المركزي المالي بإعداد إطار عمل الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية من أجل تعزيز دور المجلس الإداري وهيئة الرقابة الشرعية والفريق الإداري للمؤسسة فيما يتعلق بالقضايا الشرعية، ويشمل ذلك تحسين الدور الذي تمارسه الأجهزة المفصلية الأخرى التي تقع على عاتقها مسؤولية تنفيذ الواجبات المتعلقة بالالتزام الشرعي وممارسة الأنشطة البحثية من أجل إيجاد بيئة تشغيلية ملتزمة بأحكام الشريعة الإسلامية. وبناءً عليه فقد تم تصميم إطار عمل الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية كي يحقق الأهداف الآتية :

- (أ) تحديد متطلبات المصرف المركزي المالي فيما يخص هيكل الحوكمة الشرعية والعمليات، والترتيبات الواجب توفرها في المؤسسة المالية الإسلامية، من أجل ضمان توافق جميع عملياتها وأنشطتها المالية مع أحكام الشريعة الإسلامية .
- (ب) توفير دليل إرشادي شامل لمجلس الإدارة وهيئة الرقابة الشرعية وإدارة المؤسسة المالية الإسلامية برمتها حول كيفية تأدية واجباتها المتعلقة بالقضايا الشرعية.
- (ت) توصيف الوظائف المتعلقة بالمراجعة الشرعية والتدقيق الشرعي وإدارة المخاطر الشرعية والبحث الشرعي " (معيار الحوكمة الشرعية).

ثانياً- نطاق تطبيق معيار الحوكمة الشرعية الصادرة عن البنك المركزي المالي:

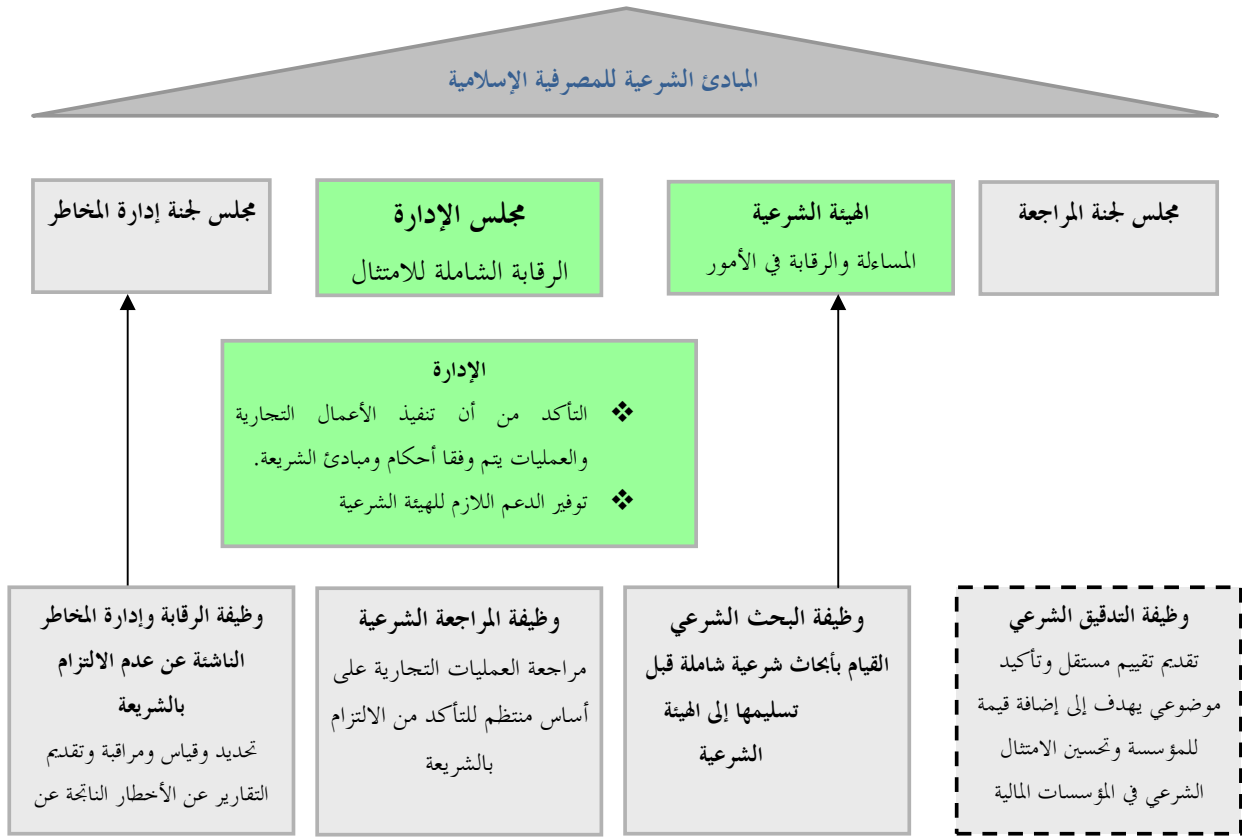
وأما عن نطاق التطبيق فقد جاء فيه "يسري تطبيق إطار عمل الحوكمة الشرعية على كافة المؤسسات المالية الإسلامية التي ينظمها ويشرف عليها المصرف المركزي المالي، ويراد بمصطلح "المؤسسة المالية الإسلامية" الوارد استخدامه في إطار عمل الحوكمة الشرعية الآتي :

- (أ) أي مصرف إسلامي مرخص وفق قانون المصرفية الإسلامية لعام 1983م.
- (ب) أي شركة تكافل أو إعادة تكافل مسجلة وفق قانون التكافل لعام 1984م.
- (ت) أي مؤسسة مالية مرخصة وفق قانون المؤسسات المصرفية والمالية لعام 1989م، ومُشاركة في نظام المصرفية الإسلامية.
- (ث) أي مؤسسة مالية تموية معتمدة وفق قانون المؤسسات المالية التنموية لعام 2002م، ومُشاركة في نظام المصرفية الإسلامية .

ثالثاً- هيكل الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية المالي:

لقد وضع البنك المركزي المالي هيكلًا خاصًا للحوكمة الشرعية ينظم سير المؤسسات المالية الإسلامية الخاضعة لسلطته الرقابية. ويرتب العلاقة بين مختلف العناصر المكونة لهذا الهيكل. وقد لخصه في الترتيب الهرمي الآتي:

الشكل رقم 01: هيكل الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية الماليزية



المصدر: البنك المركزي الماليزي

رابعاً- أهم عناصر إطار الحوكمة الشرعية الصادر عن البنك المركزي الماليزي:

أولاً- المتطلبات العامة للمؤسسة المالية:

يجب على المؤسسات المالية الإسلامية التأكد من أن أهدافها وعملياتها وأعمالها التجارية متوافقة مع الشريعة الإسلامية في جميع مراحل عملها.

يجب على المؤسسات التأكد من فعالية ومسؤولية أجهزتها، وتعزيز وظائف التزام الشرعي على أن تكون مدعومة بعمليات مناسبة لإدارة المخاطر، وتتوفر على قدرات بحثية متقدمة .

يجب أن يتم الاسترشاد في بناء هيكل الحوكمة في المؤسسات المالية الإسلامية بمجموعة من السياسات والإجراءات التي تعطي مزيد من التوضيح لأدوار الهيكل والمسؤوليات والمسؤوليات وواجبات مختلف أجهزة الحوكمة في المؤسسة.

يجب تأسيس قناة رسمية لإعداد التقارير في الأجهزة الرئيسية من أجل السماح بالإبلاغ عن القضايا الشرعية التي يجب الإطلاع بها على نحو فعال .

ثانياً- المهام المتعلقة بالأجهزة والوظائف الرئيسية:

لقد ضبط البنك المركزي الماليزي الأجهزة المنظمة لعمل المؤسسات المالية من خلال ضبط وظائف كل جهة، وتحديد مسؤولياتها تحديداً دقيقة، وهذه الجهات تتناول الآتي:

-مجلس الإدارة :

وتتمثل مسؤولياته ومهامه في الآتي:

- مُساءل و مسؤول عن الهيكل الكلي لإطار الحوكمة الشرعية والالتزام بالشرعية.
- المصادقة على جميع السياسات المتعلقة بالقضايا الشرعية.
- التأكد من أن الإدارة تقوم بتوفير المعلومات والإفصاح التام إلى الهيئة الشرعية.
- تعيين الهيئة الشرعية بناء على توصية لجنة الترشيحات في المؤسسة.
- الاعتراف باستقلال الهيئة الشرعية، والتأكد من خلوها من أي تأثيرات سلبية.
- الالتزام باعتماد قرارات الهيئة الشرعية وأن يتم تطبيقها من قبل المؤسسة.
- يكون لديه فهم معقول لمبادئ الشرعية وتطبيقها الواسع في المصرفية الإسلامية.
- تطوير مجموعة من المعايير الملائمة والمناسبة للهيئة الشرعية.
- مراجعة أداء الهيئة الشرعية لقياس مستوى الكفاءة والمعرفة والمساهمات.

-الهيئة الشرعية :

وتتمثل مسؤولياتها ومهامه في الآتي:

- مسؤولية ومحاسبة عن كل القرارات والرؤى والآراء المتعلقة بالقضايا الشرعية
- يجب عليها الإضطلاع بدور الرقابة على عمليات المؤسسة التجارية.
- تقديم المشورة لمجلس الإدارة وتقديم مدخلات إلى المؤسسة فيما يتعلق بالقضايا الشرعية.
- التصديق على السياسات والإجراءات الشرعية التي تعدها المؤسسة.
- التصديق والتحقق من صحة المستندات ذات الصلة مثل المستندات القانونية وأدلة المنتجات والإعلانات التسويقية وغير ذلك.
- تقديم التقارير مباشرة إلى مجلس الإدارة مما يعكس استقلاليتها عن إدارة المؤسسة والأطراف الأخرى
- إبلاغ مجلس الإدارة وتقديم التوصيات فيما يتعلق بالإجراءات والتدابير العلاجية لتصحيح الأوضاع.
- تعزيز المعرفة في الشرعية والتمويل الإسلامي وكذلك مواكبة شؤون المؤسسة الإسلامية.
- الالتزام بالسرية في كل الأوقات ولا يجوز استخدام المعلومات بطريقة تؤدي إلى الإضرار بالمؤسسة.

- الإدارة :

وتتمثل مسؤولياته ومهامه في الآتي:

- مسؤولية عن مراعاة وتطبيق قرارات الهيئة الشرعية التابعة للمؤسسة والهيئة الشرعية التابعة للبنك المركزي.
- الإفصاح اللازم وإعطاء المعلومات التي تحتاجها الهيئة الشرعية بطريقة صحيحة ونزيهة وشفافة في أي من المجالات التي تحتاج إلى مزيد توضيح من قبل الهيئة
- توفير الموارد الكافية والقوى العاملة لدعم البنية التحتية للحوكمة الشرعية. ضمان أن السياسات والإجراءات الشرعية يمكن الوصول إليها في كل الأوقات لأولئك المعنيين بتطبيق الحوكمة الشرعية.
- توفير برامج التعليم والتدريب المستمر لأصحاب المصالح الداخلية الرئيسيين بما في ذلك مجلس الإدارة والهيئة الشرعية والموظفين المعنيين بالأمر الشرعية.
- تطوير واعتماد ثقافة شمولية للالتزام بأحكام الشرعية داخل المؤسسة.
- إخطار مجلس الإدارة والهيئة الشرعية وكذلك البنك فوراً في حال أن الإدارة على علم ببعض العمليات التجارية التي لا تتوافق مع الشرعية.

ثالثاً- وظائف المراجعة والتدقيق الشرعي :

يقسم البنك المركزي الماليزي موضوع التدقيق إلى قسمين: قسم يتعلق بالمراجعة الشرعية وهو يتناول المسائل القبلية، وقسم يتناول التدقيق الشرعية وهو يتناول المراجعة البعدية الدورية.

خامساً- الإفصاح والشفافية : تقارير الهيئة الشرعية

لقد أعدت ماليزيا ضمن فقرة GP8-i المبادئ الإرشادية بشأن إعداد التقارير المالية في المصارف الإسلامية (2005) وفقرة : GPT6 المبادئ الإرشادية بشأن التقارير المالية في شركات التكافل: هذان الدليلان يوفران المتطلبات للإفصاح بما في ذلك تقرير الهيئة الشرعية. وهذا ما أعيد التأكيد عليه مرة أخرى في إطار الحوكمة الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية (2010).

أصدرت أيوفي معياراً يتعلق بتشكيل الهيئة الشرعية/تقارير مجلس الرقابة الشرعية (GSIFI No 1) والذي صار نافذاً في 1999.

إطار الحوكمة الشرعية الذي أصدره البنك المركزي الماليزي تبنى معيار أيوفي طبقاً للوائح التنظيمية المصرفية المحلية، وهي خطوة جيدة لأنها تسمح بالمقارنة المباشرة لتقارير الهيئات الشرعية في مختلف البلدان . الحد الأدنى للإفصاح: إطار الحوكمة الشرعية.

الملاحق المدرجة ضمن نص معيار الحوكمة الشرعية

لقد ختم معيار الحوكمة الشرعية الصادر عن البنك المركزي الماليزي بتسطينة ثمانية ملاحق هي:

ملحق رقم 1: قائمة بالأدلة الإرشادية ذات العلاقة

2007/1/24	(GP1-i) (BNM/RH/GL/002-1) المرخصة
2004/11/8	(BNM/RH/GL/004-1) التكافل
2005/7/1	(BNM/RH/GL/002-2) المرخصة
2010/7/1	(BNM/RH/GL 013-4) المرخصة
2009/5/18	(BNM/RH GL 008-3) جديدة
2009/7/1	(BNM/RH/GL 010-14) التكافل
2003/6/23	(BNM/RH/GL/002-4) المرخصة
2008/7/22	(BNM/RH/GL/004-8) التكافل

ملحق رقم 2: معايير الشخص "المناسب والملائم" للعمل في الهيئة الشرعية

تعيين هيئة الرقابة الشرعية

1. يقوم مجلس الإدارة بناء على توصية لجنة الترشيحات بتسمية أعضاء الهيئة الشرعية وتعيينهم.
2. يعتمد التعيين وإعادة التعيين لأعضاء الهيئة الشرعية على موافقة خطية مسبقة من البنك المركزي وهيئته الشرعية.
3. في حال الموافقة على التعيين أو إعادة التعيين فإنه يحق للبنك المركزي فرض الشروط التي يراها مناسبة إضافة إلى الشروط الواردة في الإطار. وعدم الامتثال لأي شرط يلغي الموافقة.

إجراءات تقديم الطلبات للهيئة الشرعية

1. في معالجة الطلب المقدم من قبل عضو من أعضاء الهيئة الشرعية؛ يجب إجراء فحص للتحقق من أن العضو المقترح شخص "مؤهل ومناسب". ويجب كذلك إجراء فحص مماثل عند إعادة تعيين العضو.

2. عند انتهاء مدة عقد العضو - وإلى أن يعطي البنك المركزي موافقته لتجديد مدة العقد - لا يعد العضو أحد أعضاء الهيئة الشرعية ولا يُسمح له بمزاولة دوره كعضو في الهيئة الشرعية للمؤسسة التي يعمل فيها.
3. يجب على المؤسسة الامتناع عن الإعلان للجمهور بأي تغييرات مقترحة في هيئته الشرعية قبل الحصول على موافقة البنك المركزي الخطية للمضي قدما في تلك التغييرات.
4. يجب تقديم طلب التعيين أو إعادة التعيين لأعضاء الهيئة الشرعية قبل ستين يوما على الأقل من التاريخ المقترح للتعيين. يتم تقديم الطلب في النموذج رقم 1 BNM/JKS كما هو مرفق في الملحق رقم 8.

استقالة أعضاء الهيئة الشرعية وإفالتهم

1. على المؤسسة المالية الإسلامية إخطار البنك المركزي بأي استقالة أو إقالة لأي عضو من أعضاء الهيئة الشرعية في غضون 14 يوما من تاريخ الاستقالة أو الإقالة مع توضيح أسباب ذلك.
2. لا تعد الاستقالة نافذة المفعول إلا بعد موافقة البنك المركزي وهيئته الشرعية.

المؤهلات

1. يجب أن يكون عضو الهيئة الشرعية شخصا مسلما. ولا يجوز لأي شركة أو مؤسسة أو أي كيان آخر تأسيس هيئة شرعية خاصة بإطار الحوكمة هذا فقط.
2. يجب أن يكون أغلب أعضاء الهيئة الشرعية حاصلين على شهادة البكالوريوس في الشريعة من جامعة معترف بها على أن تتضمن دراستهم في مستوى البكالوريوس مادتي أصول الفقه وفقه المعاملات (المعاملات المالية والقانون التجاري الإسلامي).
3. أن يكون أعضاء الهيئة الشرعية على معرفة تامة باللغة العربية تحدثا وكتابة كما يجب أن يكون لديهم فهم جيد للغة الماليزية والإنجليزية.
4. يُمكن للهيئة الشرعية أن تضم خبراء من تخصصات مختلفة مثل التمويل والقانون وذلك له أثر في تدعيم المداورات والمناقشات الشرعية وتوسعتها على أن لا يُشكل هؤلاء الخبراء الأغلبية في الهيئة.
5. يُستحسن أن يتم تشكيل الهيئة من أعضاء ذوي اختصاصات متنوعة من حيث المؤهلات والخبرة والمعرفة.

استبعاد عضو الهيئة الشرعية

1. يجب أن يكون أعضاء الهيئة الشرعية ممن يتمتعون بالنزاهة والأخلاق والسمعة الطيبة. ويحتفظ البنك المركزي جنبا إلى جنب مع هيئته الشرعية بحق استبعاد أي عضو لا يستوفي الشروط لا سيما أولئك الأعضاء الذين يرتكبون إحدى المخالفات التالية:
 - أ. تصرف العضو بطريقة تثير الشكوك في قدرته على مزاولة مهامه كعضو هيئة شرعية.
 - ب. غياب 75% من اجتماعات الهيئة الشرعية خلال عام من دون عذر مقبول.
 - ج. إفلاس العضو، أو تقديم التماس إفلاس ضد العضو بموجب قوانين الإفلاس.
 - د. أن يصدر ضده حكم قضائي في أي جريمة خطيرة أو جريمة يُعاقب عليها بالسجن لمدة عام أو أكثر.
 - هـ. أن لا يكون خاضعا لأي أمر اعتقال أو مراقبة أو إقامة جبرية أو نفي.
2. في حال كان العضو عرضة لأي من المسوغات التي تجعله غير مؤهل لعضوية الهيئة الشرعية أو أنه لم يعد مؤهلا لشغل هذا المنصب حسب المنصوص عليه في هذا الإطار، وبعد أخذ الموافقة من البنك المركزي وهيئته الشرعية فإنه يجب على المؤسسة المالية إنهاء خدمات هذا العضو.

القائمة السلبية

1. يجب على عضو الهيئة الشرعية أن لا تكون لديه أي علاقة بأشخاص معينين يمكن لتلك العلاقة أن تتسبب أو يمكن النظر إليها على أنها تدخل في ممارسته لإصدار أحكام مستقلة. هؤلاء الأشخاص هم:
 - أ. أحد أعضاء العائلة المباشرين مثل الزوج أو الأطفال أو الإخوة الموظفين حالياً أو الذين كانوا موظفين خلال العام الفائت لدى المؤسسة المالية التي يعمل فيها العضو أو أي من الكيانات التابعة لها، وكانوا موظفين كمديرين تنفيذيين أو كانوا أعضاء مجلس إدارة غير مستقلين.
 - ب. الشريك أساسي، أو الشريك (في حصة 5% أو أكثر) أو كان الشخص يعمل في منصب تنفيذي، أو كان مديراً لأي مؤسسة تجارية ربحية لها علاقة بالمؤسسة المالية الإسلامية أو أحد الكيانات التابعة لها، أو عمل مديراً لمؤسسة تجارية تلقت مبالغ مالية ضخمة من المؤسسة المالية الإسلامية أو أحد كياناتها في العام المالي الحالي أو العام المنصرم.
2. يجب أن لا يكون عضو الهيئة الشرعية:
 - أ. موظفاً لدى المؤسسة أو إحدى الشركات التابعة لها خلال العام الحالي والماضي.
 - ب. عضو هيئة شرعية لمؤسسة مالية أخرى تعمل في الصناعة نفسها.

ملحق رقم 3: تقرير الهيئة الشرعية

تقرير الهيئة الشرعية

نحن مطالبون وفقاً لكتاب التعيين بتقديم التقرير التالي:

لقد قمنا بمراجعة الأصول والعقود المتعلقة بالمعاملات والتطبيقات التي أدخلتها مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية خلال الفترة المنتهية في XX/XX/XXXX. ولقد قمنا بهذه المراجعة من أجل إيداء رأينا حول ما إذا كانت مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية قد التزمت بأصول الشريعة والتزمت بالقواعد والأحكام الشرعية التي أصدرتها الهيئة الشرعية للبنك المركزي الماليزي وكذلك القرارات التي أصدرناها نحن في هذه الهيئة. إن إدارة مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية مسؤولة عن ضمان سير كل عمليات المؤسسة وفق مبادئ الشريعة الإسلامية. وإن مسؤوليتنا أن نقدم رأياً مستقلاً بناء على مراجعتنا لعمليات المؤسسة وتقديم تقرير بذلك إليكم. وقد قمنا بمراجعة العمل الذي قامت به كل من المراجعة الشرعية والتدقيق الشرعي المتضمن -بناء على أساس الاختبار- فحص كل نوع معاملة وفحص الوثائق ذات الصلة والإجراءات المعتمدة من قبل مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية. وقد قمنا بالتخطيط وعمل مراجعة وذلك بالحصول على كافة المعلومات والإيضاحات التي رأينا أنها ضرورية من أجل تزويدنا بأدلة كافية وبذلك يمكننا إعطاء تأكيد معقول بأن مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية لم تقم بأي انتهاك لأصول شرعية.

وفي رأينا:

1. وبعد قيامنا بمراجعة العقود والمعاملات والصفقات التي قامت بها مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية خلال العام المنصرم المنتهي في XX/XX/XXXX ووجدناها متفقة مع مبادئ الشريعة.
 2. توزيع الأرباح وتحميل الخسائر المتعلقة بالحسابات الاستثمارية تتفق مع الأساس الذي تم اعتماده من قبلنا وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية. (يجب أن تشمل فقرة الرأي (رأي الهيئة) عند الحاجة على الأمور التالية):
 3. كل الأرباح التي تحققت من مصادر أو بوسائل غير مباحة شرعاً تم التخلص منها بصرفها في الأعمال الخيرية.
 4. تم احتساب الزكاة وفقاً لمبادئ الشريعة.
- نحن أعضاء الهيئة الشرعية لمؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية نؤكد بأن عمليات مؤسسة (أ ب) المالية الإسلامية للسنة المالية المنتهية في XX/XX/XXXX قد تم تنفيذها وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية.

رئيس الهيئة الشرعية:

(الاسم:)

الهيئة الشرعية:

(الاسم:)

ملحق رقم 4: واجبات الهيئة الشرعية ومسؤولياتها ومحاسبتها

تضطلع الهيئة بالواجبات والمسؤوليات الرئيسية الآتية:

1. المسؤولية والمحاسبة.
يُتوقع من أعضاء الهيئة الشرعية أن يدركوا أنهم أثناء أدائهم لواجباتهم وتحملهم لمسؤولياتهم مساءلون ومحاسبون عن أرائهم وقراراتهم التي يصدرونها.
2. تقديم المشورة لمجلس الإدارة وللمؤسسة.
على الهيئة الشرعية تقديم المشورة لمجلس الإدارة وتقديم المساعدة للمؤسسة في كل ما يتعلق بالقضايا الشرعية وذلك من أجل أن تلتزم المؤسسة بمبادئ الشريعة في كل الأوقات.
3. المصادقة على السياسات والإجراءات الشرعية.
على الهيئة القيام بالمصادقة على السياسات والإجراءات الشرعية التي تُعدها المؤسسة وضمان أن تلك السياسات والإجراءات لا تحتوي على ما يخالف الشريعة الإسلامية.
4. المصادقة والتحقق من صحة الوثائق.
من أجل ضمان أن منتجات المؤسسة المالية تتفق مع مبادئ الشريعة فإنه يجب على الهيئة الشرعية المصادقة على ما يلي:
أ. الأحكام والشروط الواردة في النماذج أو العقود أو الاتفاقيات أو المستندات القانونية الأخرى المستخدمة في إجراء المعاملات.
ب. دليل استخدام المنتج والإعلانات التسويقية والرسوم التوضيحية للمبيعات والكتيبات الترويجية المستخدمة في تعريف المنتج ووصفه.
5. تقييم أعمال المراجعة الشرعية والتدقيق الشرعي.
تقييم الأعمال المنجزة من قبل التدقيق الشرعي والمراجعة الشرعية هو من أجل ضمان أن تتوافق تلك الأعمال مع الشريعة، وهذا التقييم يشكل جزءا من واجبات الهيئة الشرعية المتمثل في تقديم تقييم لمدى الالتزام الشرعي في المؤسسة وضمان صحة المعلومات الواردة في التقرير السنوي.
6. تقديم المساعدة للأطراف ذات العلاقة فيما يخص القضايا الشرعية.
يمكن للأطراف ذات العلاقة داخل المؤسسة مثل المستشار القانوني، أو مدقق الحسابات، أو المستشار التابع للمؤسسة طلب مساعدة الهيئة فيما يتعلق بالأمور الشرعية وعلى الهيئة تقديم المساعدة اللازمة المطلوبة لأي طرف من تلك الأطراف.
7. تقديم المشورة بشأن المسائل التي سيتم رفعها إلى الهيئة الشرعية التابعة للبنك المركزي.
يجوز للهيئة الشرعية أن توصي المؤسسة باستشارة الهيئة الشرعية التابعة للبنك المركزي بخصوص المسائل التي لا يمكن حلها.
8. تقديم الآراء الشرعية المكتوبة.
9. يجب على الهيئة الشرعية تقديم آراء شرعية مكتوبة، وذلك في الحالات التي تحتاج فيها المؤسسة إلى استشارة الهيئة الشرعية التابعة للبنك المركزي لمزيد من التوضيحات أو المداولات أو في الحالات التي تتقدم فيها المؤسسة بطلبات إلى البنك المركزي للحصول على موافقته على منتجات جديدة.

ملحق رقم 5: الإجراءات العملية للهيئة الشرعية

الاجتماعات الاعتيادية والحضور

1. يجب عقد الاجتماعات بشكل منتظم وذلك لضمان ما يلي:
 - أ. بقاء الهيئة على اتصال كاف مع أعمال المؤسسة.
 - ب. ضمان أن لا تتأثر أعمال المؤسسة بشكل سلبي بسبب صعوبة الحصول على موافقة الهيئة على السياسات والقرارات.
2. يجب أن تُعقد اجتماعات الهيئة مرة واحدة على الأقل كل شهرين.
3. يُتوقع من عضو الهيئة الشرعية المساهمة الفعالة وتوفير الوقت والمجهودات الكافية لأداء مهامه وواجباته بشكل فعال. ويجب على العضو حضور ما لا يقل عن 75% من اجتماعات الهيئة المنعقدة خلال سنة مالية. وفي حالات الضرورة فإنه يمكن المشاركة في اجتماعات الهيئة من خلال مؤتمرات الفيديو والهاتف.
4. يجب الإفصاح في التقرير السنوي عن عدد الاجتماعات التي قامت بها الهيئة خلال العام كما يجب الإفصاح عن عدد الاجتماعات التي حضرها كل عضو.
 - الحد الأدنى لعدد الأعضاء المشاركين في أي اجتماع
1. يجب أن لا يقل عدد أعضاء الهيئة الشرعية في أي اجتماع عن الثلثين على أن يكون أغلب الثلثين من الأعضاء الذين يمتلكون خلفية شرعية.
 - عملية اتخاذ القرارات
1. يجب أن يتم اتخاذ القرارات على أساس ثلثي الأعضاء الحاضرين، على أن يكون ثلثا المصوتين من الحاضرين ممن لديهم خلفية شرعية.

رئيس الهيئة الشرعية

1. يجب أن يكون رئيس الهيئة الشرعية عضوا مؤهلا يمتلك خلفية شرعية.
2. في حال عدم تمكن رئيس الهيئة الشرعية من حضور أي اجتماع فإن على الأعضاء اختيار واحد منهم ليصبح الرئيس النائب الذي يترأس ذلك الاجتماع. ويجب أن يكون الرئيس النائب ممن لديهم خلفية شرعية.
 - إعداد التقارير
1. يجب على الهيئة أن تسجل في تقريرها المرسل إلى مجلس الإدارة قلقها بشأن أي مخالفات شرعية.

ملحق رقم 6: عملية تطوير المنتجات

1. إن من أهم الأهداف لأي مؤسسة مالية إسلامية تقديم منتجات متوافقة مع الشريعة في السوق لتلبية احتياجات العملاء. وفي هذا الصدد فإنه يجب على المؤسسة المالية التأكد من أن عملية تطوير المنتج عملية شاملة وقوية وذلك للتقليل من احتمال بطلان المنتج لأسباب شرعية.
2. بشكل عام، قد تحدث حالات من عدم الالتزام بالشريعة أثناء تطوير المنتجات وهذا قد ينشأ من سوء هيكل المنتج أو نقص البحوث الداخلية لفهم المفاهيم الشرعية المناسبة واستيعابها، أو من إساءة عرض المنتج في مرحلة الإصدار أو التسويق.

3. يجب على المؤسسة الإقرار بأن عملية إدارة مؤسسة مالية على أساس شرعي هي عملية مستمرة وتتطلب من المؤسسة أن تكون لديها تدابير وضوابط كافية؛ ومن ذلك وجود أدوات لتقليل المخاطر بإمكانها معالجة حالات الإخلال بالشرعية أو التقليل منها.

4. لذا يتوقع من المؤسسة أن تحيل كل القضايا الشرعية المتعلقة بعملية تصميم المنتج وتطويره من البداية إلى النهاية إلى الهيئة الشرعية. يجب أن يتم اتخاذ القرار بشكل شامل وذلك من أجل أن تكون المداولات التي تقوم بها الهيئة فعالة. وهذا يشمل شرح عملية التطوير، والمستندات المستخدمة والمعلومات الأخرى الضرورية.

5. يجب أن تتم المصادقة على جميع المنتجات الجديدة من قبل الهيئة الشرعية كما يجب أن تكون تلك المنتجات مدعومة بالمصادر والأدلة والتعليقات الفقهية ذات العلاقة. كما يجب أن تكون هناك عملية مداولات دقيقة داخل الهيئة الشرعية، وكذلك تدقيق مفصل في العقود والمستندات الأخرى التي لها صلة بالمنتجات أو المعاملات.

6. عملية تطوير المنتج تشمل المصادقة على المنتج في مرحلتين: مرحلة ما قبل المنتج وهي عملية هيكلية المنتج وتطويره قبل تقديمه في السوق. والمرحلة الثانية مرحلة ما بعد المنتج وهي العملية التي يكون المنتج فيها قد تم عرضه على العملاء وتم تنفيذ جميع المعاملات المتعلقة به.

المصادقة على المنتج: مرحلة ما قبل المنتج

1. تشمل عملية المصادقة في هذه المرحلة على إصدار القرارات الشرعية، وعملية هيكلية المنتج أو تصميمه المدعومة ببحث شرعي شامل وتدقيق في العقود والاتفاقيات، وكذلك التأكد من موافقة المنتج للشرعية قبل عرضه على العملاء.

2. يجب أن يتم إصدار القرارات الشرعية في شكل رسمي شفاف، ويجب أن تكون القرارات موثقة توثيقاً جيداً ومصدقة من قبل مجلس الإدارة والهيئة الشرعية.

3. يجب على الإدارة التأكد من أن عملية المصادقة على المنتج في هذه المرحلة تشمل -بالإضافة إلى عدة أمور أخرى- ما يلي: مراجعة المفاهيم والهيكل ودفتر الشروط والوثائق والسياسات والإجراءات والنشرات والكتيبات ومواد الدعاية. ويجب أن تُصدق الوثائق من قبل الهيئة الشرعية التابعة للمؤسسة.

المصادقة على المنتج: مرحلة ما بعد المنتج

1. تشمل المصادقة على المنتج في هذه المرحلة مراقبة تطبيق المنتج للتأكد من موافقة ما تم تطبيقه مع مبادئ الشرعية، وكذلك يجب تحديد مجال المخاطر الناجمة عن عدم الالتزام بالشرعية واقتراح الإجراءات المناسبة لتقديمها إلى الإدارة.

2. يجب على إدارة المؤسسة التأكد من أن المصادقة في هذه المرحلة تحت إطار الحوكمة الشرعية تشمل المراجعة الشرعية الداخلية وإعداد التقارير المتعلقة بالحوكمة الشرعية. ومن دون المداومة على متابعة مثل هذه الأمور فإن المؤسسة لن تكون قادرة على مراقبة مدى انسجام التزامها بالشرعية، بالإضافة إلى عدم قدرتها -بشكل فعال- على إدارة المخاطر الناجمة عن عدم الالتزام بالشرعية التي قد تنشأ بمرور الوقت.

ملحق رقم 7: نموذج الطلب للتعيين في الهيئة الشرعية

نموذج تعيين عضو في الهيئة الشرعية

التعليمات

يجب أن يتم تعبئة هذا النموذج 1 BNM/JKS من قبل المرشح لعضوية الهيئة الشرعية والذي تم ترشيحه من قبل المؤسسة. إذا لم تكن المساحة المخصصة كافية فيمكن إرفاق ورقة إضافية. الرجاء التوقيع على كل صفحة بما فيها

الصفحات الإضافية وتقديم كل المعلومات السابقة والحالية كما هو مطلوب في هذا النموذج. اكتب "غير متوفر" أو "لا ينطبق" في حال ما إذا كانت بعض الأمور لا علاقة لها بالمرشح. يتم إرسال النموذج المعبأ إلى العنوان التالي:

Pengarah
Jabatan Perbankan Islam dan Takaful
Bank Negara Malaysia
Jalan Dato' Onn
50480Kuala Lumpur

الخلاصة:

في ختام هذه الورقة التي هدفت إلى بيان الإطار النظري لموضوع حوكمة المؤسسات المالية، وقدمت خلاصة التجربة الماليزية في موضوع الحوكمة من خلال معيار الحوكمة الصادر عن البنك المركزي الماليزي سنة 2010م، والمطبق بداية سنة 2011م، فإن الجهد المطلوب في الدول التي تروم النهوض بالمؤسسات المالية الإسلامية، القيام ببحوث نظرية مقارنة للمعايير الدولية والمحلية لموضوع حوكمة المؤسسات عموماً، وحوكمة المؤسسات المالية على وجه الخصوص، تستخلص منا أبرز ما في هذه المعايير من بنود تسهم في النهوض بالمؤسسات المالية الإسلامية. كما أن المطلوب من الجهات المنظمة لاسيما المصارف المركزية، القيام بمتابعة تطبيق مبادئ هذه الحوكمة، لأنها تتطلب رئيساً لضبط هذه المؤسسات، وهي من أبرز ضمانات ازدهارها وتقديمها قيمة مضافة. والأمر ينسحب على المؤسسات المالية الخاصة لأن أعمالها الحوكمة يضمن استمرار مصداقيتها، وبالتالي قوة منافستها في السوق المحلي والدولي.

الهوامش والمراجع :

¹OECD Principles of Corporate Governance 2004 p5

¹Cadbury Report (UK), 1992

¹http://www.ifsb.org/standard/IFSB-10%20ar_Shariah%20Governance.pdf p3

¹<http://www.oecd.org/corporate/ca/corporategovernanceprinciples/31557724.pdf>

¹http://www.ifsb.org/standard/IFSB-10%20ar_Shariah%20Governance.pdf p3

¹<http://www.oecd.org/corporate/ca/corporategovernanceprinciples/31557724.pdf>

¹ هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية: معايير المحاسبة والمراجعة والضبط للمؤسسات المالية الإسلامية، سنة 2010م.

¹<http://www.bis.org/publ/bcbs176.pdf>

¹<http://www.banquecentrale.gov.sy/mone-poli-ar/cmc/cmc-489-2ar.pdf>

¹<http://www.bnm.gov.my/index.php?ch=7&pg=1038&ac=352&bb=file1>

¹<http://www.sc.com.my/corporate-governance-blueprint-2011/>

قياس علاقة التكامل المتزامن بين الاستثمار الأجنبي المباشر و معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر

Measuring the cointegration relationship between foreign direct investment and economic growth rates in Algeria

محمد مراس

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة سعيدة، الجزائر

merramed@hotmail.fr

ملخص :

تتناول هذه الورقة دراسة الاستثمار الأجنبي المباشر من ناحية بناء نموذج تكامل متزامن للعلاقة التي تربط الاستثمار الأجنبي المباشر بالنمو الاقتصادي في الجزائر. حيث من خلال نتائج الدراسة القياسية تبين أن هناك علاقة سببية متبادلة بين النمو الاقتصادي و الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر.

الكلمات المفتاحية : النمو الاقتصادي، الاستثمار الأجنبي المباشر، التكامل المتزامن.

Abstract:

The paper deals with the study of this topic of foreign direct investment in terms of building a synchronous integration of the relationship between foreign direct investment and economic growth in Algeria. Where during the study of the results of the standard model shows that there is a causal correlation between economic growth and foreign direct investment in Algeria.

Key words: economic growth, foreign direct investment, the cointegration.

تمهيد :

يشهد العالم اليوم انفتاح على الأعمال و النشاطات الاقتصادية المتعلقة بالإنتاج و الادخار و الاستثمار و كل هذا كان نتاج العولمة الاقتصادية، و للتذكير فان الانفتاح الاقتصادي أو بمفهوم آخر العولمة الاقتصادية تؤثر على الاقتصاد الدولي من خلال بعدين أساسيين و هما :

- بعد تحرير تجارة السلع و الخدمات
- بعد حرية انتقال عناصر الانتاج بين الدول حيث يركز هذا البعد على انتقال رأس المال و أهم أشكال انتقال رأس المال هو الاستثمار الأجنبي المباشر .

و الجزائر بلد اقتصادي منفتح كباقي دول العالم و ذلك نتيجة الإجراءات و السياسات التصحيحية منذ الاستقلال، حيث ان الجزائر ورشة اقتصادية ضخمة و كبيرة مستقطبة لأنظار أصحاب المشاريع و الاستثمارات، لذلك وضعت الجزائر قانون استثماري يحفز الاستثمارات الخاصة الأجنبية و ذلك لدعم النمو الاقتصادي بها. و لمعرفة ذلك ارتأينا ان نعالج هذا الموضوع قياسياً من خلال : بناء علاقة تكامل متزامن على المدى الطويل بين الاستثمار الأجنبي المباشر و النمو الاقتصادي في الجزائر.

و بالتالي نطرح الإشكالية الجوهرية التالية : ماهي حركة تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر الى الجزائر؟. و ماهي علاقته بالنمو الاقتصادي في الجزائر على المدى البعيد ؟ حيث للإجابة على هذه الإشكالية الجوهرية تم طرح التساؤلات الفرعية التالية :

1- ماهي أهم الأدبيات النظرية للاستثمار الأجنبي المباشر؟

2- ماهو واقع الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر ؟

3- ماهي نوع العلاقة بين الاستثمار الأجنبي المباشر و النمو الاقتصادي في الجزائر؟

هدف و خطة الدراسة: تهدف الدراسة إلى تبيان توجه تحركات الاستثمار الأجنبي المباشر الى الجزائر و علاقته بالنمو الاقتصادي على المدى البعيد في الفترة الممتدة 1980- 2012 , و للتعرف على ذلك تم الاستعانة بنماذج السلاسل الزمنية وكذا الاعتماد على بناء النماذج القياسية لدراسة ذلك .حيث لمعالجة هذه الإشكالية تطرقنا الى الموضوع من خلال ثلاثة محاور أساسية لهذا البحث وهي :

المحور الاول : الإطار النظري و الدراسات السابقة

المحور الثاني : واقع الاستثمار الأجنبي المباشر و النمو الاقتصادي في الجزائر

المحور الثالث : الدراسة القياسية

المحور الأول : الإطار النظري و الدراسات السابقة

أولا : تعريف الاستثمار الأجنبي المباشر: لقد تعددت تعريفات الاستثمار الأجنبي المباشر و هي كالآتي:¹

■ ينطوي الاستثمار الأجنبي المباشر على تملك المستثمر الأجنبي لجزء من أو كل الاستثمارات في المشروع المعين، هذا بالإضافة إلى قيامه بالمشاركة في إدارة المشروع مع المستثمر الوطني في حالة الاستثمار المشترك أو سيطرته الكاملة على الإدارة والتنظيم في حالة الملكية المطلقة لمشروع الاستثمار في جميع المجالات فيس الدول المضيفة

■ الاستثمار الأجنبي المباشر هو وسيلة تحويل الموارد الحقيقية و رؤوس الأموال من دولة إلى أخرى الخاصة في الحالة الابتدائية عند إنشاء مؤسسة

الاستثمار الأجنبي المباشر عبارة عن تلك المشروعات التي يقيمها ويملكها ويسيرها المستثمر الأجنبي داخل بلد غير البلد الأصلي، إما بسبب ملكيته الكاملة للمشروع، أو لاشتراكه في رأس مال المشروع بنصيب يبرز له حق في الإدارة ... وذلك بقصد المشاركة الفعالة معتمدا على موارده المالية الخاصة بالإضافة إلى الموارد غير مالية كالمؤهلات التكنولوجية والتسويقية زيادة على الخبرة الفنية في جميع المجالات ويكون الغرض من وراء هذا المشروع هو تحقيق الأرباح وعوائد تغطي تكاليف الاستثمار .

ثانيا : النظريات المفسرة لحركة الاستثمار الأجنبي المباشر : هناك العديد من النظريات التي تفسر حركة الاستثمار

الأجنبي المباشر , و التي سوف نذكرها بدون شرح كمايلي :

﴿ نظرية الأسواق الكاملة

﴿ نظرية عدم اكتمال السوق

﴿ التحليل الكمي

﴿ نظرية جانب الطلب

ثالثا : محددات الاستثمار الأجنبي المباشر: هناك الكثير من العوامل المؤثرة على قرارات الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول المضيفة، منها :

1-المحددات الاقتصادية: التي تشمل على مجموعة من المؤشرات الاقتصادية الدالة على مستوى أداء الاقتصاد الوطني من أهمها:

درجة الانفتاح الاقتصادي على العالم: نعني انه كلما زادت درجة التفتح كلما كان الاقتصاد الوطني جاذبا للاستثمار الأجنبي المباشر والعكس صحيح ويمكن الاستدلال على ذلك بقياس نسبة الصادرات إلى الناتج الوطني و درجة تركيز الصادرات.²

القوة التنافسية للاقتصاد الوطني: كلما زادت تلك القوة كلما كان الاقتصاد الوطني جاذبا للاستثمار الأجنبي و العكس صحيح.

مدى القدرة على إدارة الاقتصاد الوطني: هذا يعني انه كلما تميزت إدارة الاقتصاد الوطني بالكفاءة كلما كان الاقتصاد الوطني جاذبا للاستثمار الأجنبي و العكس صحيح

قوة الاقتصاد الوطني: كلما زادت قوة الاقتصاد الوطني زادت احتمالات نموه وتقدمه كلما كان جاذبا للاستثمار الأجنبي و العكس صحيح

الخصوصية : حيث تساعد الخصوصية على تدفق الاستثمارات الأجنبية

تأمين الموارد البشرية: إن وجود يد عاملة مؤهلة وسياسة موجهة في استغلال رأس المال، الإنسان له دور هام في قرار الشركة من خلال نظام تربوي وتكويني عالي. فالموارد البشرية هي القاعدة الأساسية لاستيعاب وتطوير جميع الابتكارات التكنولوجية وزيادة المزيد من الاستثمارات الأجنبية.

العمل على تشجيع رؤوس الأموال المهاجرة : أي يصعب الاحتفاظ بها محليا لذلك فإن رؤوس الأموال التي هربت خلال سنوات السبع الأخيرة تقدر ب 3,72 مليار دولار وهذا مما يؤدي إلى التخلي عن مشاريع الاستثمار المبرمجة ويؤدي إلى التفاقم ولهذا نعرف ظاهرة هروب الأموال المحلية تفقد الدولة مصداقيتها لدى المستثمرين الأجانب فإجراءات تفضيل النمو المدعم استقرار في اقتصاد كلي يمكن أن يساهم في خلق الثقة وجذب المستثمرين الأجانب.

2- المحددات الخاصة بالنظام الاقتصادي و السياسي والبيئي والمؤسسي: كلما كان النظام الاقتصادي يعمل آليات السوق و الحرية الاقتصادية كلما كان جاذبا للاستثمار الأجنبي ، و العكس صحيح و كلما تميز النظام السياسي بالديمقراطية و الاستقرار السياسي و الأمني وعدم وجود احتمالات و مخاطر و حروب كلما كان ذلك جاذبا للاستثمار ، والعكس صحيح وكلما انطوى النظام البيئي على مجموعة من القيم و العادات والتقاليد الايجابية و المواثيق للاستثمار الأجنبي كلما كان ذلك جاذبا له و العكس صحيح.

3- السياسات الاقتصادية الكلية: فكلما كانت تحررية ، و مرنة ، و واضحة و تتميز بالاستقرار و غير متضاربة الأهداف و تتسم بالكفاءة و الفعالية و تتواءم مع التغيرات و التحولات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد الوطني وعلى مستوى التحولات العالمية كلما كانت في مجموعها جذابة للاستثمار الأجنبي.

4- المحددات القانونية والتشريعية: التي تعمل على تنظيم التعامل مع الاستثمار الأجنبي وتعمل على تحفيزه و بالتالي كلما انطوت على قانون موحد للاستثمار واضح وغير متضارب مع باقي التشريعات الأخرى ذات العلاقة و به الضمانات الكافية من عدم مصادرة و عدم تأمين وخلافه ويكفل حرية تحويل الأرباح للخارج وحرية دخول وخروج رأس المال. وكلما تتضمن مجموعة من الحوافز الضريبية المتوافقة مع كفاءة السياسة الضريبية كلما أدى ذلك إلى جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

5-العائد على الاستثمار: القاعدة العامة هي أن المستثمر الأجنبي لا يتجه إلى الاستثمار في الخارج إلا توقعاً للعائد العلى بعد تعديله بمعدل المخاطر التجارية و غير التجارية .

6-الطاقة أو المقدرة الاستيعابية للاقتصاد الوطني: نعني بصفة عامة كمية رأس المال التي يمكن أن تستثمر بكفاءة أو بعائد في الدول محل الاعتبار و تتوقف هذه الطاقة على ثلاثة عوامل أساسية :

- أولها - المجالات الاستثمارية المتاحة داخل الاقتصاد .
 - ثانيها- القيود التي تحد من استغلال المجالات الاستثمارية المتاحة في هذا الاقتصاد.
 - ثالثها- نوع وحجم العائد المطلوب على رأس المال المستثمر.
- 7- الصحة الاقتصادية واثبات المقدرة على النمو: عندما يكون التطور الداخلي للدولة الراغبة في جذب المستثمر الأجنبي محدوداً فإن ذلك لا يهيئ ظروفًا مناسبة لعمل الاستثمارات الأجنبية .

رابعاً : أهداف الاستثمار الأجنبي :يمكن تقسيم أهداف الاستثمار الأجنبي إلى اثنين أهداف المستثمرين الأجانب و أهداف الدولة المستثمر فيها.

1-أهداف المستثمرين الأجانب :

- الحصول على المواد الخام من الدول المستثمر فيها لأجل استخدامها في صناعتها
- إيجاد أسواق جديدة لمنتجات وبضائع الشركات الأجنبية خاصة لتسويق فائض كبير من السلع الراكدة و التي لا تستطيع هذه الشركة تسويقها في موطنها
- الاستفادة من ميزة انخفاض عناصر التكلفة في الدول المستثمر فيها و على سبيل المثال أجرة العامل في تلك الدول تكون عادة اقل من أجرة العامل في الدول المتقدمة صناعيا
- الاستفادة من قوانين تشجيع الاستثمار و الإعفاءات الضريبية التي تمنحها كثيرا من الدول المستثمر فيها من أجل جذب الاستثمارات الأجنبية إليها
- الاستفادة من فرص تحقيق الربح في الدول المستثمر فيها إذ إن الشركات الأجنبية قد تحقق أرباحا من استثماراتها الأجنبية تفوق بالكثير أرباحها من عملياتها داخل موطنها
- سهولة قيام الشركات الأجنبية بمنافسة الشركات المحلية و الصناعات المحلية من حيث الجودة و الأسعار و نوع الخدمة ، وذلك بسبب تملكها للتكنولوجيا المتقدمة ووفرة رأس المال لديها
- تقليل مخاطر التي تتعرض إليها استثمارات الشركات الأجنبية إذ انه كلما توزعت و انتشرت الاستثمارات على عدد اكبر من الدول كلما قلت مخاطر هذه الاستثمارات

2- أهداف الدولة المستثمر فيها :³ دوافع الدول المستثمر فيها من وراء قبولها و تشجيعها للاستثمارات الأجنبية فيمكن تلخيصها كما يلي :

- الاستفادة من التكنولوجيا المتقدمة و الخبرات الإدارية في الدول الأجنبية إذ أن قيام الشركات الأجنبية باستثمار أموالها في مشاريع محددة في دولة معينة يتضمن نقل التكنولوجيا و توظيف الخبرات الإدارية النادرة في كثير من الأموال
- الإسهام في حل مشكلة البطالة و ذلك تشغيل عدد من العاطلين عن العمل في المشروعات التي يتم إنشاؤها
- الإسهام في زيادة الصادرات و تحسين ميزان المدفوعات للدولة المستثمر فيها التقليل من الواردات و ذلك من خلال زيادة الإنتاج المحلي حيث يساهم الإنتاج المحلي باستبدال السلع المستوردة بالسلع المنتجة محليا
- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية.
- الاستغلال والاستفادة من الموارد المالية والبشرية المحلية والمتوفرة لهذه الدول.
- المساهمة في خلق علاقات اقتصادية بين قطاعات الإنتاج والخدمات داخل الدولة المعنية خلق أسواق جديدة للتصدير
- نقل التقنيات التكنولوجية في مجالات الإنتاج والتسويق

■ تنمية وتطوير المناطق الفقيرة

خامسا : الدراسات السابقة : هناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع الاستثمار الأجنبي المباشر و علاقته بالنمو الاقتصادي من خلال بناء النماذج القياسية من بين هذه الدراسات نذكر على سبيل التحديد لا الحصر : دراسة **Blomstrom**⁴ : قدمت هذه الدراسة سنة 1994 , كان هدفها تبيان نوع العلاقة بين النمو الاقتصادي و الاستثمار الأجنبي المباشر , وكذا التوجهات التي يأخذها الاستثمار الأجنبي المباشر , حيث كانت عينة الدراسة تتمثل في 78 دولة نامية و 23 دولة متقدمة , أما مجال الدراسة فكان محصور بين سنة 1960 و 1985 . أما بخصوص النموذج المستخدم فهو نموذج بيانات العينات المقطعية حيث استخدمت طريقة المربعات الصغرى العادية لتقدير معاملات النموذج . فكانت نتائج الدراسة ان هناك اثر معنوي و موجب للاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في هذه الدول , أما بخصوص توجهات الاستثمار الأجنبي المباشر فكانت توجهات تستجيب للتغيرات التي تحدث في كل دولة على حدى و كانت للتغيرات الطارئة نصيب من ذلك .

دراسة **Bachir**⁵ : قدمت هذه الدراسة لتبيان اثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي من خلال 6 سنة دول متطورة , حيث اختار فترة 1975-1990 مجالا للدراسة , واعتمد على السلاسل المقطعية كنموذج لذلك , و باستخدام طريقة المربعات الصغرى العامة تبيان ان للنموذج معنوية وبالتالي هناك اثر للاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في هذه الدول .

دراسة **Hassan**⁶ : تتمثل هذه الدراسة في تبيان العلاقة التي تربط النمو الاقتصادي بالاستثمار الأجنبي المباشر في مجموعة من دول العالم منها 95 دولة نامية و 8 دول من الشرق الأوسط . حيث أجريت الدراسة على سلسلة زمنية ممتدة من سنة 1980 الى سنة 2001 , و باستخدام طريقة المربعات الصغرى تم بناء نموذج السلاسل الزمنية المقطعية , حيث كانت نتائج الدراسة توحى بوجود علاقة طويلة المدى بين المتغيرين . كما ان تحرك الاستثمار الأجنبي الى هذه الدول يأخذ صيغة ARMA مع وجود تغيرات عرضية .

المحور الثاني : واقع الاستثمار الأجنبي المباشر و النمو الاقتصادي في الجزائر :

أولا : مؤهلات الاستثمار الأجنبي المباشر الخاصة بالجزائر :

1- الأداء الاقتصادي : إن النتائج الإيجابية للاقتصاد الجزائري تحققت نتيجة الإصلاح الشامل الذي ساعد على وقف التدهور الاقتصادي , وبدل جميع المعطيات و المؤشرات و من أهداف هذا البرنامج :

- تحقيق الانفتاح الاقتصادي .
- خفض معدل التضخم الذي بلغ مستويات قياسية سنوات 94-98 .
- استقرار سعر صرف الدينار و التخلص من التقلبات الصعبة .
- زيادة معدل النمو الاقتصادي .
- استعادة قوة ميزان المدفوعات .
- التحكم في التوسع النقدي .
- التحكم في المديونية و الحد من نموها و تخفيض تكلفة خدماتها .
- تحرير التجارة الخارجية في الاتجاهين .
- تحرير الأسعار و اعتماد اقتصاد السوق .

2- المؤهلات أخرى : تتمتع الجزائر بالكثير من المؤهلات الخاصة و العناصر التنافسية فلديها موقع جغرافي مميز يتوسط بلدن المغرب العربي و على مقربة أوروبا و تمثل مدخلا لإفريقيا و تملك ثروة من الموارد البشرية وطاقات نباتية

بكفاءات عالية ، كما تملك كذلك قاعدة صناعية كبرى تم بنائها خلال عقود عدة إذ تحتاج إلى استثمارات في هذا المجال لزيادة الإنتاج بهدف كفاية السوق المحلية و التصدير مع العلم أن المؤسسات الاقتصادية الجديدة أنشأت وفق مواصفات عالية في حين عمدت الصناعات القديمة إلى برنامج تأهيل مواكبة التطور، ومن جهة أخرى باشرت الجزائر عملية الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، وعقد الشراكة الأورومتوسطية ، وهذا الأمر سيوسع من آفاق التصدير و يفرض مجالات لنجاح المشاريع الاستثمارية بالإضافة لما تملكه من بترول و غاز و معادن نفيسة ومتنوعة، بالإضافة للإنتاج الفلاحي المتنوع و ثروة كبيرة من المواد الأولية بالإضافة إلى مؤهلات أخرى.

ثانيا : تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر الى الجزائر : إن تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر شهد عدة فترات متباينة من حيث حجم هذا التدفق و ذلك من خلال الأوضاع الأمنية و الاجتماعية و الاقتصادية التي شهدتها الجزائر
مرحلة 1980 إلى 1995 : شهدت هذه المرحلة نقص شديد في تدفق للاستثمارات الأجنبية إلى الجزائر وذلك نظرا للأوضاع التي كانت تعرفها أسعار البترول أنداك و كذلك الظروف الأمنية التي مرت بها البلاد لا داعي للتفصيل . و الجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم (1) : تطور حجم تدفق الاستثمارات الاجنبية الى الجزائر خلال الفترة 1980_ 1995

الوحدة : دولار أمريكي

1986	1985	1984	1983	1982	1981	1980
5,3	0,4	0,8	0,4	53,5_	13,2	348,6

1995 الى 1993	1992	1991	1990	1989	1988	1987
0	30	80	40	12	13	3,7

المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات, صندوق النقد العربي (جميع الأعداد)

مرحلة 1996 إلى 2012 : شهدت هذه المرحلة التدفقات للاستثمارات الأجنبية المباشرة أوجها حيث نلاحظ ان في هذه الفترة بدأت وتيرة التدفق تزداد سنة بعد سنة و بنسب معتبرة و ذلك ناتج للإصلاحات التي انتهجتها الجزائر في هذه الفترات . و الجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم (2) : تطور حجم تدفق الاستثمارات الاجنبية الى الجزائر خلال الفترة 2011_1986

الوحدة : دولار أمريكي

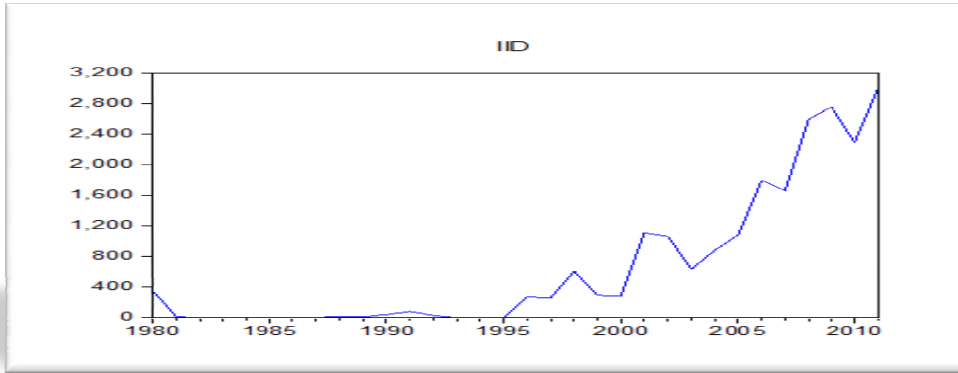
2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996
633,7	1065,0	1107,9	280,1	291,6	606,6	260	270

2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
3000	2291,2	2760,9	2593,6	1661,8	1795,4	1081,1	881,9

المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات, صندوق النقد العربي (جميع الأعداد)

والرسم البياني التالي يوضح تطور تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر :

الشكل رقم (1) : تحركات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر للفترة 1980-2011



المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج eviws

حيث من خلال الرسم نلاحظ ان تدفق الاستثمار الأجنبي الى الجزائر ينقسم الى فترتين أساسيتين و هما فترة ما قبل سنة 1995 و فترة ما بعد سنة 1995 .

ثالثا : النمو الاقتصادي: ⁷ ليس من السهل التطرق إلى المفاهيم العامة على النمو الاقتصادي و إنما سوف نلمح لها في ما يلي. حيث العديد من الاقتصاديين أمثال: **S. Kuznets** من الو.م.أ و **w. A. leuis** من إنجلترا و **F. Perrous**. من فرنسا.... اهتموا بمفهوم النمو الاقتصادي فهم يعتبرونه مرادف لارتفاع الدخل الوطني و البعض يعتبرون النمو هو نمو السلع و الخدمات و لقد تعددت التعاريف و المفاهيم من مفكر لآخر و من اتجاه فكري لآخر سنتطرق لبعضها فيما يلي:

تعريف سامويلسن: p.a Samuelson المؤشر الأساسي للنمو الاقتصادي يتمثل في الناتج الوطني الحقيقي (PNN): الناتج الوطني الصافي، أو (PNB: الناتج الوطني الخام). حيث النتائج التي تحصل عليها على مستوى النمو الاقتصادي كانت متقاربة باستعماله لأحد المؤشرين السابقين لكن من الأحسن و الأجدر في رأيه استعمال الناتج الوطني الصافي (PNN) لقياس النمو الاقتصادي بسبب سهولة الحصول على المعطيات الخاصة بهذا المؤشر

تعريف لويس W.A. Lewis يرى أن النمو الاقتصادي يتمثل في نمو الإنتاج بالنسبة للفرد . أي ما يحصل عليه الفرد من الإنتاج.

رابعا: واقع تطور معدلات النمو في الجزائر : تتغير معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر حسب الأوضاع الاقتصادية السائدة و خاصة أوضاع السوق البترولية لان النمو لاقتصادي في الجزائر مرهون بالنمو في قطاع المحروقات و لا داعي للتفصيل في هذا الجانب لعم الخروج عن الموضوع و الجدول التالي يوضح تطورات معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر :

الجدول رقم (3): تطور معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر للفترة 1980-2010

الوحدة : نسبة مئوية

1989	1988	1987	1986	1985	1984	1983	1982	1981	1980
4,4	1,0-	0,7-	0,4	3,6	5,5	5,4	6,4	2,9	0,7

1999	1998	1997	1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990
3,2	5,1	1,1	4,0	3,7	0,9-	2,1-	0,9-	1,2-	0,8

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000
3,3	2,4	2,4	3,0	2,0	5,1	5,1	6,9	4,7	2,5	2,2

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات , نشرات صندوق النقد العربي (جميع الاعداد).

حيث من خلال ملاحظة الجداول التالية نلاحظ ان النمو الاقتصادي في الجزائر يشهد تقلبات من فترة لأخرى وكذا من سنة لأخرى وذلك راجع الى الأوضاع العالمية التي يشهدها العالم اليوم من تغيرات أسعار البترول وما شابه ذلك , و بالتالي النمو الاقتصادي يتأثر بمعطيات الاقتصاد الدولي

المحور الثالث: الدراسة القياسية:

أولاً: بناء علاقة تكامل متزامن بين النمو الاقتصادي و الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر :

1- أدبيات التكامل المتزامن⁸: يعرف التكامل المتزامن أو التكامل المشترك Cointegration: بأنه تصاحب بين سلسلتين زمنيتين أو أكثر، بحيث تؤدي التقلبات في احدهما إلى إلغاء التقلبات في الأخرى بطريقة تجعل النسبة بين قيمتهما ثابتة عبر الزمن . و لعل هذا يعني أن بيانات السلاسل الزمنية قد تكون غير مستقرة إذا ما أخذت كل على حدة. و لكنها تكون مستقرة كمجموعة. و مثل هذه العلاقة الطويلة الأجل بين مجموعة المتغيرات تعتبر مفيدة في التنبؤ بقيم المتغير التابع بدلالة مجموعة من المتغيرات المستقلة. حيث حدوث التكامل المتزامن لسلسلتان x_t و y_t يكون لما تتكاملان من الرتبة الأولى لكل سلسلة منهما. حيث تكون البواقي الناتجة من تقدير العلاقة بينهما متكاملة من الرتبة 0. أي أنه من الناحية التعريفية الإحصائية حتى يكون التكامل المتزامن موجودا بين متغيرين x_t و y_t يتعين تحقق الشروط التالية:

$$y_t \approx I(1)$$

$$x_t \approx I(1)$$

حيث العلاقة التي تربطهما تكتب كما يلي: $y_t = a_0 + a_1x_t + u_t$

فيجب أن تكون: $u_t \approx I(0)$

حيث u_t : تقيس انحراف العلاقة المقدر في الأجل القصير عن اتجاهها التوازني في الأجل الطويل و منه التكامل المتزامن هو التغيير الإحصائي لعلاقة التوازن طويلة الأجل. فلو أن هناك متغيرين يتصفان بخاصية التكامل المشترك فإن العلاقة بينهما تكون متجهة لوضع التوازن في الأجل الطويل بالرغم من امكانية وجود انحرافات عن هذا الاتجاه في الأجل القصير، حيث تتمثل هذه الانحرافات في: u_t و التي تكتب كما يلي:

$$u_t = y_t - a_0 - a_1x_t$$

حيث يكون هذا النموذج في حالة أو وضع التوازن الطويل المدى لما يكون: $u_t = 0$ أي لما يكون الانحراف التوازني للمدنيين القصير و الطويل يؤول إلى الصفر

2- مراحل تقدير التكامل المتزامن . إن لتقدير علاقة التكامل المتزامن من النموذج يحتوي على سلسلتين زمنيتين أي متغيرين نتبع الطريقة التي جاء بها كل من Engle - Ganger سنة 1987 و التي تركز على خطوتين أو مرحلتين أساسيتين و هما:

المرحلة الأولى : اختبار درجة تكامل المتغيرين : حيث أكد كل من Engle و Ganger أن علاقة التكامل لا تكون إلا إذا كان هذين المتغيرين من نفس درجة التكامل ، فإذا ل تكن المتغيرات من نفس درجة التكامل فإنه لا يوجد تكامل متزامن و لاختبار مفهوم التكامل على السلاسل الزمنية نستعين باختبار Dickey - Fuller و اختبار Dickey -

Faller Augenerter مثلا فإذا كانت السلاسل الزمنية المدروسة ليست من نفس درجة التكامل. فإننا لا نخطر بإجراء علاقة التكامل المتزامن، حيث أن العملية تتوقف هنا أي لا نواصل في الخطوة الثانية و المتمثلة في تقدير علاقة المتغيرة على المدى الطويل .

المرحلة الثانية : تقدير العلاقة في المدى الطويل ، أي بعد التحقق من أن المتغيرات لها نفس درجة التكامل
 $xt \approx I(1)$
 مثلا:
 $yt \approx I(1)$

فيتم تقدير العلاقة في المدى الطويل بطريقة المربعات الصغرى MCO كما يلي:

$$yt = a_0 + a_1xt + et$$

و حتى تكون علاقة التكامل المتزامن يجب أن باقي هذا النموذج $\sum t$ مستقرا أي : $et \approx I(0)$

$$et = yt - a_0 - a_1xt$$

و كذلك استقرارية البواقي تختبر بواسطة ADF و DF حيث هنا لا بد من النظر في جدول Machinnon فإذا كانت البواقي مستقرة يمكننا تقديرها بنموذج تصحيح الخطأ

3- بناء العلاقة : لبناء علاقة التكامل المتزامن لابد من اختبار استقرارية السلاسل الزمنية .

المرحلة الأولى : اختبارات الاستقرارية : إن من خلال النتائج المتحصل عليها في السابق وجدنا أن سلسلة تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر مستقرة من الدرجة الأولى و بالتالي لا داعي للتكرار ، و يكفي باختبار استقرارية سلسلة معدل النمو الاقتصادي في الجزائر كمايلي :

الجدول رقم (4) : جدول اختبار استقرارية سلسلة النمو الاقتصادي

Prob.*	t-Statistic			
0.0300	-3.194049		Augmented Dickey-Fuller test statistic	
	-3.661661		1% level	Test critical values :
	-2.960411		5% level	
	-2.619160		10% level	

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج eviews

كما نلاحظ ان نسبة ستودنت المحسوبة اكبر من نسبة ستودنت الجدولية عند مستوى حرية 1 % و عند مستوى احتمال 0,97 ومنه سلسلة معدل النمو الاقتصادي في الجزائر هي سلسلة مستقرة من الدرجة الأولى
 المرحلة الثانية : تقدير العلاقة في المدى الطويل : بعدما تبين ان السلسلتين لهما نفس درجة التكامل ادن يمكن بناء علاقة في المدى الطويل بالاعتماد على طريقة المربعات الصغرى ، حيث بعد التقدير وجدنا النموذج التالي :

الجدول رقم (5) : جدول تقدير علاقة التكامل المتزامن

TC=C(1)+C(2)*IID				
	Coefficien t	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	2.359184	0.507864	4.645309	0.0001
C(2)	0.000471	0.000375	1.254742	0.2190

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج eviews

$$TC_t = 2.359 + 0.000471IID_t$$

$$(4.64) \quad (1.25)$$

أما اختبارات البواقي فأثبتت عدم استقراريتها النسبية و ذلك بالنظر في جدول ما كينون و بالتالي لا يمكن بناء نموذج تصحيح الخطأ ECM .

3- التفسير الاقتصادي للنموذج: يمكن تفسير نموذج العلاقة طويلة المدى التي تربط النمو الاقتصادي في الجزائر بتدفق الاستثمار الأجنبي المباشر الى الجزائر من خلال وجهتي نظر تتمثل الأولى في الأثر الديناميكي التراجعي للاستثمارات وكذا نقص الاستثمارات الخاصة و العامة الإنتاجية الوطنية التي تبرز النمو الآني من خلال الانتاج المحلي الوطني عن طريق ربما الخبرات التي تكتسب من جراء احتكاك اليد العاملة الوطنية بالأجنبية . أما وجهة النظر الثانية فتتمثل في ان النمو الاقتصادي في الجزائر يعتمد بالأساس على النمو داخل قطاع المحروقات و بالتالي ظهور العلاقة التأثيرية للاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في الجزائر لا تكون مفسرة إلا على المدى الطويل .

الخلاصة :

من خلال الدراسة القياسية التي قمنا بها تبين أن هناك العديد من النتائج و الملاحظات التي استوقفتنا. حيث فيما يخص تحركات الاستثمار الأجنبي المباشر فهو تحرك غير خطي لأن الاستثمار الأجنبي في الجزائر لم يعرف ذلك الاستقرار المطلوب الذي كان بطبيعة الحال نتيجة للأوضاع الأمنية و السياسية و حتى الاقتصادية و الاجتماعية التي مرت بها البلاد , لذلك ظهرت تلك التذبذبات في النموذج و التي يمكن تفسيرها اقتصاديا بأنها تخوفات المستثمر الأجنبي من الدخول و الاستثمار في البلاد الجزائرية أو بالأحرى التوسع في استثماراته التي كان قد انطلق فيها , و تارة أخرى تلك الانسحابات التي كانت تحدث من طرف المستثمر الأجنبي. أما إن أردنا تفسير علاقة الاستثمار الأجنبي المباشر بالنمو الاقتصادي في الجزائر فيمكن القول بأن الجزائر بلد متفتح على الاقتصاد العالمي و بالتالي النمو في الاقتصاد الجزائري مرتبط بتلك التعاملات في إطار الاقتصاد الدولي . و الجزائر كما لا يخفى عنكم بلد غني بالثروات الطبيعية كالبتروول و الغاز , و لأسباب ضعف الخبرة و التقنية في ميدان المحروقات ما على الجزائر إلا الاستعانة بالخبرة الأجنبية في هذا الميدان و بالتالي فتح المجال أمام المستثمر الأجنبي . و كنتيجة حتمية تفرض نفسها نقول أن النمو الاقتصادي في الجزائر له علاقة بالاستثمار الأجنبي المباشر على المدى القصير لتنتقل هذه العلاقة الى المدى البعيد و هذا ما فسره نموذج التكامل المتزامن الذي قمنا بالاجتهاد في تقديره.

الهوامش والمراجع :

¹ - عبد السلام ابو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، الدار الجامعية، إسكندرية، 2001

² - محمد السيد سعيد، الشركات متعددة الجنسيات وأثارها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1978.

³ - طاهر حيدر جردان، مبادئ الاستثمار، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997م.

⁴ - Alesina Alberto: The Political Economy of High and Low Growth , World Bank , 1998

⁵ - Dunnett Andrew " Understanding the Economy" 4th edition, Longman, 1998

⁶ -Hassen Bennaceur ; "économétrie .Notes de cours_ exercices corrigés ",centre de publication universitaire ;tunise 2010

⁷ - محمد السيد سعيد، الشركات متعددة الجنسيات وأثارها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1978.

⁸ - Todaro & Smith "Economic Development "8th edition, Addison Wesley 2003

تأثير التحليل البيئي كآلية من آليات اليقظة الاستراتيجية في بناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية برج بوعريش وسطيف

Environmental impact analysis as a mechanism of business intelligence in building competitive advantage for economic enterprise , A field study of a group of national small and medium enterprises (Bordj Bou Arreridj and Sétif)

فايزة محلب

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،

جامعة سطيف

faizamaheb@hotmail.fr

الشريف بقة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،

جامعة سطيف 1

be58_cherif@yahoo.fr

ملخص :

تعرف المؤسسات اليوم تنافسية شرسة ترتب عن: الانفتاح على الأسواق العالمية، تحرير التجارة والانفجار المعلوماتي... هذه التنافسية جعلت المؤسسة في وضعية الدفاع عن موقعها من أجل البقاء والتفوق، ما يتطلب آليات وأدوات تمكنها من ترصد التحولات الخارجية المفاجئة ومحاولة التعرف عليها والتعامل معها سواء كانت فرصا أو تهديدات، ما يكسب المؤسسة ميزة تنافسية قوية ويعززها.

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح العلاقة بين التحليل البيئي والميزة التنافسية للمؤسسات؛ تبيان موقف المسيرين من التحليل البيئي وتبيان إدراك المسيرين لأهمية التحليل البيئي في بناء وتطوير المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. من خلال دراسة مجموعة من المصنعي الوطنيين في ولاية برج بوعريش وسطيف، توصلنا إلى أن المؤسسات محل الدراسة تعتبر أن للتحليل البيئي الدور الكبير في تدعيم مزاياها التنافسية، وتبين أن هذه المؤسسات تعرف نقاط قوتها ونقاط ضعفها وتعمل على تقصي بيئتها الخارجية من أجل تعزيز مزاياها التنافسية.

الكلمات المفتاحية : المؤسسة الاقتصادية، التحليل البيئي، اليقظة الاستراتيجية، الميزة التنافسية.

Abstract :

The economic companies face fierce competitiveness arrange for: opening up to global markets, trade liberalization and information explosion ... This competitiveness has made the companies in a position to defend its position, in order to survive and excel. This act requires mechanisms and tools to premeditate sudden external changes and try to identify them and deal with them either the opportunities or threats, to earn strong competitive advantage and reinforce it.

This study aims to clarify the relation between environmental analysis and competitive advantage, to show the position of managers from environmental analysis and their realization about the importance of environmental analysis in creating and developing the competitive advantage.

Through the study of a group of national SME in the states of Bordj Bou Arreridj and Setif, we reached that these companies considered that the environmental analysis has a big role in strengthening its competitive advantages. In addition, shown that these companies know their strengths and weaknesses, and work on investigating its external environment in order to strengthen their competitive advantages.

Keywords : Economic company, environmental analysis, business intelligence, competitive advantage

تمهيد :

في بيئة معقدة سريعة التغير أصبح لزاما على المؤسسة أن تكون على درجة كبيرة من المرونة والتكيف، وهذا من خلال ترصدها لكثير من التحولات الخارجية المفاجئة ومحاولة التعرف عليها والتعامل معها بإيجابية والاستفادة منها واستغلالها أن كانت فرصا وتجنبها إن كانت تهديدات، وأن تتكيف معها بالشكل الذي يحقق استمرارها وتفوقها مقارنة بالمؤسسات التي تقاسمها مجال نشاطها.

ومن أجل ذلك فإن المؤسسات تعمل على بناء مزايا تنافسية وإستراتيجية من خلال تقصي واستغلال المعلومات الحالية والتطلع لرصد ومعرفة أسرار أنشطة الأعمال والتي لم تعد تخضع لمنطق العقلانية التامة التي نادى بها أنصار مدرسة هارفرد الأمريكية بقدر ما أصبحت تخضع لمنطق العقلانية النسبية التي وضعها هيربرت سايمون في السبعينات من القرن الماضي، والتي تستوجب التعامل بكفاءة ومهارة مع مكونات المحيط الداخلي والخارجي والتي تتدرج ضمن ما يسمى اليوم بمفهوم اليقظة. ومن هنا يمكن طرح السؤال الذي يشكل محور الدراسة التي نريد تقديمها في هذا المقال:

ما مدى تأثير التحليل البيئي على بناء وتطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية؟

أولاً- الإطار المنهجي للدراسة الميدانية :

سنحاول من خلال هذا العنصر إبراز كيفية تصميم الدراسة الميدانية

1- أهداف الدراسة

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى معرفة تأثير التحليل البيئي في بناء المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية وتطويرها، وذلك من خلال دراسة واقع التحليل البيئي الداخلي والتحليل البيئي الخارجي بهذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودوره في بناء مزاياها التنافسية.

كذلك فإن هذه الدراسة تسعى إلى:

- تبيان العلاقة بين تحليل البيئة الداخلية والميزة التنافسية للمؤسسات؛
- تبيان العلاقة بين تحليل البيئة الخارجية والميزة التنافسية للمؤسسات؛
- تبيان موقف المسيرين من التحليل البيئي؛
- وتبيان إدراك المسيرين لأهمية التحليل البيئي في بناء وتطوير المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

2- فروض الدراسة : من خلال نتائج الدراسة الاستطلاعية، قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

- تطبيق عمليات التحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحليل البيئي الخارجي والميزة التنافسية؛
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحليل البيئي الداخلي والميزة التنافسية؛
- تتأثر إدراكات المسيرين بعوامل: المستوى التعليمي، الخبرة، طبيعة الملكية، نطاق السوق.

3- المنهج المتبع:

إن إشكالية الدراسة والفرضيات الموضوعية تتطلب استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وهو المنهج المتعارف عليه وكثير الاستعمال في مثل هذه الدراسات والذي يعتبر أداة جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة محل الدراسة، ووصف النتائج التي تم التوصل إليها وتحليلها وتفسيرها، من خلال المسح المكتبي واستكشاف العلاقات الترابطية والقرائن العلمية الداعمة، وهذا كله من أجل تحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى النتائج المرغوبة.

كما أن طبيعة الدراسة الميدانية تتطلب استخدام المنهج الإحصائي الذي يساعد على تحليل مختلف البيانات والمعلومات المتحصل عليها وجعلها أكثر انسجاما وتناغما مع قاعدة البيانات النظرية لنحقق في النهاية ما نريده من الدراسة ومن مختلف الجوانب المنهجية والموضوع والنتائج.

إن طبيعة الموضوع المدروس الذي يتعلق بالبيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتأثير تحليلها على مزاياها التنافسية يستلزم القيام بدراسة ميدانية تدعم الجانب النظري الذي تم فيه تحليل مختلف الجوانب المتعلقة بالموضوع، ومن أجل ذلك تم اختيار الاستمارة كأداة للحصول على المعلومات اللازمة والضرورية للوقوف على تأثير البيئة على المؤسسة.

تم اختيار 15 مؤسسة وطنية من أجل اختبار فرضيات الدراسة.

4- أدوات جمع البيانات:

من أجل الوصول إلى النتائج المرغوبة وتحقيق أهداف الدراسة، فقد تم الاعتماد على كل من الاستمارة، والمقابلة الشخصية والوثائق والسجلات الإدارية والتي تم استخدامها في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالتحليل البيئي، تطبيقه وتأثيره على الميزة التنافسية للمؤسسات محل الدراسة.

وكانت الاستمارة تشتمل على ثلاثة محاور:

- محور البيانات الشخصية: واشتمل هذا المحور على بيانات السن، الجنس، المستوى التعليمي، مدة الخدمة في المؤسسة؛
- محور تحليل البيئة الخارجية والبيئة الداخلية للمؤسسة: واشتمل على عناصر بيئة المؤسسة الخارجية والداخلية من أجل التوصل إلى مدى اعتماده في إستراتيجية المؤسسات محل الدراسة؛
- محور تحليل أبعاد الميزة التنافسية: الذي اشتمل على مختلف أبعاد الميزة التنافسية وعلاقة كل بعد بعملية التحليل البيئي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

5- أدوات تحليل البيانات (أساليب التحليل الإحصائي):

تم توزيع الاستمارات على المجموعة المستهدفة، وحصرت وتجميع المعلومات اللازمة الخاصة بموضوع البحث، وتم الاعتماد في معالجة البيانات المتوصل إليها على التحليل الإحصائي الذي تم من خلاله استخدام أساليب وطرق يتم بموجبها التعرف على إجابات الأفراد الذين تم استقصاء آرائهم حول الدراسة، وذلك باستخدام برنامج spss* للتحليل الإحصائي.

وقد اعتمدنا على هذا البرنامج في تحليل البيانات وفقا للخطوات التالية:

- ترميز البيانات، ويتم ذلك بعد القيام بجمع كافة البيانات حول الظاهرة محل الدراسة، وترميزها من أجل إدخالها إلى الحاسوب؛
- اختيار الأدوات الإحصائية، حيث قمنا باستخراج التكرارات والنسب المئوية المتعلقة بكل بند من بنود الاستمارة وتحليلها باستعمال الأدوات المناسبة لذلك.

* spss : statistical package for social science version 19.0

ثانيا- التحليل البيئي وسيلة لليقظة الإستراتيجية:

تكمن عملية التحليل البيئي في أن المؤسسة إذا أرادت البقاء والاستمرار في مجال الأعمال، عليها أن تتطلع لمعرفة ما يحيط بها داخليا وخارجيا، حتى تتمكن معرفة ما يتاح لها من فرص وما يقف أمامها من عوائق، وكذلك معرفة كل من نقاط القوة ونقاط الضعف بالنسبة لمجموعة المؤسسات التي تمارس نفس النشاط أو تكون في نفس النوع أو القطاع، وذلك من أجل استثمار الفرص وتجنب التهديدات وتحقيق المزايا التنافسية¹.

1- مفهوم اليقظة الاستراتيجية

1-1- تعريف اليقظة الاستراتيجية

يقصد بها السياق المعلوماتي الذي بواسطته تتمكن المؤسسة من الاصغاء المسبق والارادي إلى بيئتها الخارجية بغرض فتح منافذ على الفرص المناسبة لاستغلالها في وقتها، أو لمعرفة الأخطار وتفاديها والتقليل من آثارها. وتتضمن هذه العملية تجميع وتوزيع وتحليل المعلومات الاستراتيجية ونشرها بغرض تغذية القرارات الاستراتيجية².

1-2- أنواع اليقظة

تختلف الكتابات حول أنواع اليقظة، لعل أهمها: اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة الاجتماعية، اليقظة الاستراتيجية واليقظة البيئية. تعبر اليقظة الاستراتيجية عن المتابعة الاجمالية والذكية لبيئة المؤسسة لرصد المعلومات الحاملة للفرصة³، ومن هنا فإن اليقظة الاستراتيجية تستلزم تحليل بيئة المؤسسة.

2- ماهية التحليل البيئي

1-2- مفهوم التحليل البيئي

إن هذه العملية يمكن معرفتها من خلال ما يسمى بالتشخيص الاستراتيجي بغية الاستفادة من نقاط القوة واستغلال الفرص، وتنمية وتصحيح نقاط الضعف وتجنب التهديدات أو التكيف معها. إن عمليتي التحليل والتشخيص مرتبطتين ارتباطا وثيقا ببعضهما البعض، إذ لا يمكننا القيام بتحليل وضعية ما دون تشخيصها، ومن جهة أخرى لا معنى لتشخيص وضعية ما دون تحليلها. لذا سوف نحاول التعريف بمصطلح التشخيص.

التشخيص هو عملية تحديد عناصر البيئة الداخلية للمؤسسة، وتحليل خصائصها وكشف ما بها من نقاط قوة ونقاط ضعف، وكذلك تحديد عناصر البيئة الخارجية للمؤسسة وتحليل الخصائص واتجاهاتها وتقييم ما بها من فرص أو تهديدات، وتستخدمه الإدارة كأداة لتحليل الأداء من خلال مجموعة من الإجراءات.

والتحليل البيئي، هو تحليل دقيق لبعدين في وضع المؤسسة وهما بيئتها الخارجية وخصائصها الداخلية. فهو يتطلب تحليل بيئي (environmental analysis) للبيئة الخارجية من أجل اكتشاف الفرص والتهديدات، والشق الآخر يتطلب إجراء تدقيق داخلي (internal audit) لتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف⁴.

ومن خلال التعريفين يمكن استخلاص تعريف شامل للتحليل الاستراتيجي في مجال تسيير المؤسسات، فهو تشخيص (إجراءات فحص للمؤسسة) وذلك عن طريق الدراسة التفصيلية للمعلومات لفهم مدلولاتها، ومحاولة تفسير الأسباب والنتائج، مما يساعد على اكتشاف نقاط الضعف والقوة للمؤسسة وكذا الفرص والتهديدات المحيطة بها، والتحليل البيئي هو تحليل موقفي أي يقوم بتقييم الأوضاع الحالية للمؤسسة⁵.

نظرا لضرورة إجراء التحليل لأبعاد البيئة الخارجية سواء على المستوى الكلي أو على المستوى الجزئي، فإنه لا مناص من اللجوء الى إجراء ترابط في التحليل وأن يؤدي ذلك إلى فرز العوامل التي لها تأثير على الطلب للمنتجات

والخدمات التي تقدمها المؤسسة، وكذلك على العرض، ومعرفة المؤثرين الرئيسيين الذين لهم دور في القطاع الذي تتواجد فيه المؤسسة والجوانب الحساسة التي تسمح لها بالتعرف على الفرص والتهديدات⁶.

2-2- أهمية التحليل البيئي

- تحظى عملية التحليل البيئي بأهمية بالغة عند تقييم المؤسسة نظرا لأنها تؤدي إلى تحقيق ما يلي⁷:
- تحديد الفرص المتاحة أمام المؤسسة، وبالنظر إلى إمكانات وخبرات وموارد هذه الأخيرة تتم المفاضلة بين الفرص التي يمكن استغلالها وأي الفرص الممكنة استبعادها.
- يساعد التحليل البيئي على تخصيص الموارد المتاحة وتحديد طرق استخدامها.
- تحديد ما يسمى بـ: القدرة المميزة للمؤسسة والتي تعرف على أنها القدرات والموارد التي تمتلكها المؤسسة والعمليات التنفيذية المستخدمة في توظيف تلك القدرات والإمكانيات لإنجاز الهدف.
- يعد التحليل البيئي ضرورة ملحة، نظرا لأنه يؤدي إلى الكفاءة في الأداء، وهذا ما تجمع عليه كل الشركات العالمية التي تستخدم التحليل البيئي.
- الهدف الرئيسي من التحليل البيئي هو معرفة أربعة مفاهيم أساسية؛ نقاط القوة والضعف الداخلية، الفرص والتهديدات الخارجية. وهذا التحليل يبنى على دراسة المؤسسة من جوهرها والمحيط الذي هو حولها.
- يتوقف نجاح المؤسسة إلى حد كبير على مدى دراستها للعوامل البيئية المؤثرة، ومدى الاستفادة من اتجاهات هذه العوامل، وبدرجة تأثير كل منهما، حيث تساعد هذه الدراسة على تحديد الأهداف التي يجب تحقيقها، وبيان الموارد المتاحة ونطاق السوق المرتقب، وأنماط القيم والعادات والتقاليد السائدة.
- سعي الكثير من المؤسسات إلى التأقلم مع عوامل بيئتها المتغيرة وجعلها تؤثر بشكل إيجابي على هذه البيئة، وبالتالي القيام بدور فعال تجاه نمو وتطور الاقتصاد الوطني.
- سعي الدولة الجزائرية للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، وما سينجر عنه من تحرير تدريجي زمني ونوعي للتجارة في السلع والخدمات، وإلغاء إجراءات الدعم للمؤسسات المحلية، وبالتالي ستجد المؤسسة الاقتصادية الجزائرية نفسها أمام منافسة أجنبية شرسة.

كذلك فإن أهمية التحليل البيئي كبيرة بالنسبة لعدة أطراف داخلية وخارجية للمؤسسة منها:

- مسيري المؤسسة: والذي هم في حاجة إلى الإحاطة بأدائها أو ببحوث عن ضمان دقة الاستراتيجية الموضوعية (الأنشطة، منتجات، السوق)، كما يمكن أن يطلب من قبل:
- البنك: بهدف التعرف على حالة المؤسسة التي تطلب قروضا.
- المساهمين المستقبليين: لتعرف الراغبين في تمويل المؤسسة على وضعيتها المالية والمحاسبية.
- الدولة: وهي ترغب في التعرف على وضعية المؤسسة، قبل اتخاذ قرار تعيين (تطهير، تأهيل، خصصة...) ⁸.

2-3- العوامل المؤثرة في التحليل البيئي

على الرغم من المزايا الكثيرة التي تحققها المؤسسات من خلال استخدام التحليل البيئي إلا أن هناك عدد من المؤسسات التي لا تستطيع استخدام هذه الطريقة ويعود ذلك إلى عدة عوامل منها⁹:

- تكاليف التحليل البيئي: تستغرق عملية التحليل البيئي زمناً طويلاً كما تتطلب إنفاقاً كبيراً عليها وقد تكون تكاليف الحصول على هذه المعلومات والإحصاءات كبيرة بحيث لا تستطيع بعض المؤسسات الصغيرة الحجم تحملها، وحتى

المؤسسات الكبيرة الحجم فقد يتردد الإداري في تخصيص هذا القدر من الإنفاق على جمع المعلومات لأنه لا يستطيع أن يثبت بصورة مؤكدة أن وجود هذه المعلومات والإحصاءات سوف يؤدي إلى ربحية المؤسسة على المدى الطويل.

- **الكفاءات المهنية المطلوبة للقيام بالتحليل البيئي:** إن الأفراد بلا شك هم أئمن الموارد المتاحة لدى المؤسسة، فهم مصدر المعرفة والمهارة والحافز لخلق الحفاظ على تقويم التنظيم واستمراريته، ومن أجل تحقيق النجاح لعملية التحليل البيئي فإنه يجب أن نتملك القدرة على تحقيق الجذب والحفاظ على نوعيات الموارد البشرية التي تستلزمها عملية التحليل.

3- تحليل البيئة الخارجية والداخلية للمؤسسة

3-1- تحليل مكونات البيئة الخارجية

يعرف التحليل الخارجي بأنه عملية استكشاف وفحص العوامل والمتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية، والسياسية، والاجتماعية والثقافية، وقوى المنافسة، وذلك من أجل تحديد الفرص والتهديدات الموجودة في محيط المؤسسة، ومعرفة مصادر ومكونات هذه الفرص والتهديدات من خلال تجزئتها إلى عناصر فرعية، وفهم علاقات التأثير والتأثر فيما بينها، من جهة وبينها وبين المؤسسة من جهة أخرى¹⁰.

3-1-1- تحليل مكونات البيئة العامة

تشمل البيئة الخارجية نوعين من المتغيرات، الأولى العامة والثانية الخاصة. هذا مع ضرورة ملاحظة أهم ما يميز المتغيرات العامة عن الخاصة، كون أن الأولى تكون ذات تأثير مباشر على استراتيجيات المؤسسة أما الثانية فهي تؤثر على العمليات التشغيلية للمؤسسة¹¹.

في تحليل البيئة العامة تقوم المؤسسة بتحليل أهم العناصر المكونة لها وندرج فيما يلي تحليل (PEST).

- **البيئة السياسية والقانونية:** إن البيئة السياسية تلعب دورا هاما في إدارة المؤسسة وتحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها، وتستطيع أن تقول انه ركيزة أي مجتمع والعلاقات التي تقوم بين أعضائه هو النظام السياسي الذي يمثل : مجموعة الهيئات والأنظمة والأفراد؛ لهم هدف رئيسي هو إدارة وتسيير المجتمع ككل¹².

والعوامل السياسية هي مجموعة القيود التي تتخذها الحكومة، والتي سوف تؤثر على المؤسسات. مثل الضرائب والجمارك... الخ، ولا تستطيع المؤسسات أن تعمل بمعزل عما يحدث في البيئة السياسية المحيطة بها.

- **البيئة الاقتصادية:** البيئة الاقتصادية هي مجموعة القوى الاقتصادية التي تؤثر على المجتمع بكافة مؤسساته، وتتأثر المؤسسة بهذه القوى على المستوى المحلي والعالمي ومن هذه العوامل¹³:

المداخل، الطلب، دورة الأعمال، ندرة الموارد... وكل عامل من العوامل الاقتصادية السابقة تمثل بالنسبة للمؤسسة أما فرصة أو تهديدا. إن المؤسسة الاقتصادية تتواجد لأداء دور مهم وهو الإنتاج، ولكي تقوم المؤسسة من تسويق ما تقوم بإنتاجه لابد من الملاحظة وبحذر ميول الطلب، خصائص المنافسة، سعر الفائدة، نسبة البطالة وغيرها من الظواهر الأخرى التي لا بد من متابعتها ومراقبتها، لذلك فمن الضروري لأية مؤسسة التفكير فيما يخص:

- نوع المعلومات التي تمتلكها هذه المؤسسة لمعرفة محيطها.

- الاختلاف في معالم المحيط الاقتصادي.

- **البيئة الاجتماعية والثقافية:** يظهر تأثير الثقافة على قدرة المؤسسات في التعامل مع مختلف المجتمعات، وتوضح تجارب الكثير من المؤسسات على الأثر الكبير الذي تحدثه الثقافة السائدة في المجتمع على نشاطاتها، خاصة وأن بعض جوانب الثقافة تعكس الأخلاق العامة السائدة في المجتمع¹⁴.

والمغيرات الاجتماعية والثقافية تؤثر إما إيجابيا أو سلبيا (فرصة/تهديد)، فالتغير في ثقافة العميل يحدد الطريقة التي يفكر بها، وأسلوب إنفاقه لأمواله في السوق، كما تحدد أسلوب الاتصال به وأسلوب إنفاقه بالسلعة والخدمة. كما أن العادات والتقاليد تخلق فرصا أو تهديدات للمؤسسة¹⁵.
فالبينة الاجتماعية تؤثر بدرجة ملموسة في جانب الطلب على منتجات المنظمة، وكذلك على القيم والقواعد وممارسات العاملين داخل المنظمات. وأهم عناصر البيئة الاجتماعية: التغيرات السكانية، دور المرأة في المجتمع، مستوى التعليم، قيم وقواعد السلوك، المسؤولية الاجتماعية، البطالة...

- **البيئة التكنولوجية:** تتعلق بالوسائل الفنية المستخدمة في تحويل المدخلات إلى مخرجات، والتغيرات التكنولوجية لا تؤثر على كل الصناعات بطريقة متساوية، فالبعض يتأثر بقوة مثل: صناعة الالكترونيات والاتصالات والصناعة الحربية، في حين أن الصناعة الغذائية والملابس أقل تتأثر بالتغيرات التكنولوجية، لكن هذا لا يعني تجاهل التغيرات التكنولوجية في هذه الصناعات، كما أن ما يمكن اعتباره تهديدا بالنسبة لصناعة ما يمكن أن يمثل فرصة لصناعة أخرى.

3-1-2 - تحليل البيئة الصناعية (التنافسية)

الهدف من تقييم المؤسسة للبيئة الصناعية هو تحليل اللعب التنافسية لتموضع المؤسسة في مقابلة منافسيها ومعرفة ما يواجهها من فرص وتهديدات في هذه الصناعة، والتعرف على محددات النجاح عند التعامل مع العملاء والموردين والمنافسين الحاليين والمحتملين¹⁶، وينتج عن التعرف على البيئة بوضوح، إمكانية وضع الاستراتيجيات التي تعمل على استغلال الفرص المتاحة في السوق والتي تتناسب مع إمكانيات وأهداف المؤسسة وسياستها ونموها وطموحات إدارتها¹⁷. تتأثر المؤسسة بصفة مباشرة بخمسة قوى (+1) وهي ما يبينه الشكل رقم (01).
يعتبر هذا النموذج امتدادا لنموذج Porter للقوى الخمس، وهو يلخص البيئة الخاصة للمؤسسة، وهي مجموعة العوامل التي تقع في حدود تعاملات المؤسسة، ويختلف تأثيرها من مؤسسة إلى أخرى، ويمكن للمؤسسة الرقابة عليها نسبيا، والتأثير فيها وهي تضم المجموعات التالية:

- **تهديد المنافسين الجدد (المحتملين):** إن أول قوة تنافسية ل Porter تتعامل مع السهولة أو الصعوبة التي يمكن أن يواجهها المنافس الجديد عند بداية العمل في ذلك المجال، ومن الواضح أنه كلما زادت صعوبة الدخول في السوق قلت المنافسة، وزادت الأرباح المحتملة على المدى البعيد¹⁸.

- **شدة المنافسة في الصناعة (المنافسة الحالية):** من الملاحظ أنه في معظم الصناعات تعتمد المؤسسات على بعضها البعض، وأي تصرف يصدر عن أي مؤسسة يكون له انعكاس متباين التأثير لدى المؤسسات الأخرى، ويرى Porter أن المنافسة الحادة مرتبطة بعدة عوامل منها: (عدد المنافسين وتنوعهم، معدل نمو الصناعة، خصائص السلعة أو الخدمة، حجم التكاليف الثابتة، الطاقة الإنتاجية، وعوائق الخروج من الصناعة¹⁹).

- **تهديد المنتجات البديلة:** وتعرف المنتجات البديلة على أنها "أي منتج أو خدمة تؤدي إلى إشباع نفس الحاجة للمستهلك"²⁰. وتمثل المنتجات البديلة في مجموعات المنافسين، والذين تم تحديدهم على أنهم يمثلون مصدرا للمنافسة أقل حدة من المنافسين المباشرين، لكن لديهم تأثير على معدل الصناعة وعلى معدلات الربحية وهذا نتيجة توافر حرية الاختيار أمام المستهلك.

- القدرة التفاوضية للموردين: ويقصد بالموردين تلك المؤسسات أو الجماعات التي تزود المؤسسة بالمواد الأولية أو الأجزاء أو الأفراد أو الأموال أو الخدمات أو أي موارد أخرى تحتاج إليها حتى تفي بالغرض الذي وجدت من أجله"²¹.

تلتقي المؤسسة مع الموردين الذين تتحصل منهم على ما تحتاجه من سلع و مواد أولية مقابل دفعها لثمنها في سوق يدعى سوق التموين، وهم يؤثرون على الصناعة من خلال قدرتهم على رفع الأسعار، أو تخفيض جودة السلع والخدمات، وهذا ما يؤثر على ربحية المؤسسة.

- القدرة التفاوضية للعملاء: يقصد بالعملاء "الهدف النهائي لأي عملية إنتاجية وتسويقية، وهم الذين يحددون قدرة المؤسسة على الاستمرار في الأسواق من عدمه"²² وهم يمثلون هيكل الطلب على منتجات المؤسسات فإنهم يسعون دائما إلى تحقيق بعض المكاسب والمنافع التي يمكن أن نذكر بعضها فيما يلي²³:

1. خفض أسعار المنتجات المشتراة.

2. رفع نوعيتها باستمرار.

3. العمل على زيادة أوضاع المنافسة بين البائعين.

4. ممارسة أكبر قدر ممكن من المساومة معهم.

-تأثير السلطات العامة (النفوذ السياسي): رغم أن Porter لم يدرجه ضمن نموذجه للقوى التنافسية (لأسباب إيديولوجية، مرتبطة برؤيته الليبرالية للاقتصاد)، إلا أنه بالتأكيد له مكانته في القوى التنافسية لأي اقتصاد.

في الواقع، الحكومات لها القدرة على تغيير قدرة المؤسسة على تحقيق العوائد، والتدخل في المباريات التنافسية²⁴. والدور التنافسي للنفوذ السياسي له عدة أشكال: القدرة على التشريع، الحماية، فسح المجال للجمعيات والأطراف ذات المصلحة...

3-1-3- عناصر تحليل البيئة الخارجية

ويتم تحليل البيئة عن طريق جمع المعلومات، تحليلها واكتشاف الفرص والتهديدات.

أ- جمع المعلومات²⁵

من أجل الحصول على المعلومات المطلوبة ينبغي:

1. توضيح كيفية تحديد المعلومات المطلوبة:

يتم التوصل إليها جماعيا من خلال إحدى الطرق التالية: المناقشات بين المديرين، التقارير التي تقدم إلى المديرين، العصف الذهني، دلفي، الجماعات الصورية... الخ.

2. تحديد نوعية المعلومة المطلوبة: المعلومات البيئية عن الصناعة: الموردون، العملاء، المنافسون، عن الاقتصاد: الدخل، الضرائب، الحالة الاقتصادية العامة (تضخم، أزمة)، معلومات عن العناصر الاجتماعية: التعليم، نسبة شغل المرأة... الخ

3. التعرف على مصادر المعلومات: وزارات، مجلات، تقارير... الخ

4. الحصول على المعلومات.

ب- اكتشاف الفرص والتهديدات: يتم اكتشاف التهديدات والفرص البيئية من خلال استعراض المعلومات التي تم جمعها، ثم مناقشتها بواسطة المديرين المعنيين، حيث يتم تقديم تقارير عن البيانات الأساسية، والتركيز فيها على الاتجاهات المستقبلية لكل عنصر من هذه البيانات، والتنبؤ بسلوك كل عنصر مؤثر في المؤسسة. وتجدر الإشارة إلى أنه كلما كانت بيانات الماضي والحاضر واضحة، كلما أمكننا التنبؤ بسلوكها في المستقبل²⁶.

ت- **تحليل الفرص والتهديدات:** تقدم عملية تحليل الفرص والتهديدات احتمالات وجود مركز نسبي معين، يمكن أن تحتله المؤسسة، وذلك من خلال تحديد الأهمية النسبية لهذه التهديدات والفرص، مما يساعد المؤسسة في توجيه جهودها اتجاه استغلال الفرص ومواجهة التهديدات.

- **الفرصة حسب (Kotler):** تتمثل في تلبية حاجات المستهلكين بكيفية تؤدي إلى تحقيق عائد (الحاجة يمكن أن تحققها المؤسسة) إذا فالفرص مرتبطة بالسوق، وعندئذ نطرح مجموعة من الأسئلة: هل هذه الفرص مرتبطة بنشاط المؤسسة؟ هل بإمكان المؤسسة أن تلبّيها؟ هل هذه الفرص تؤدي إلى تغيير في أهداف المؤسسة وغاياتها؟ هل تتطلب هذه الفرص تحويل نشاط المؤسسة؟ والفرص قد تتعدد ولا يمكن حصرها في السوق مثل جاء به كوتلر على اعتبار انه متخصص في التسويق فالفرص تكون في كثير من الاحيان مستترة ومرتبطة بمجالات متعددة وتعتمد على السبق في الوصول اليها والانتفاع بها قبل الغير تقترن بوظائف المؤسسة كما تقترن بالمحيط الخارجي وهو ما يجسد المفهوم الواسع للفرص²⁷.

- **التهديد حسب (Kotler):** هي مشكلة تنشأ كنتيجة لبعض اضطرابات البيئة والتي لها تأثير سلبي على نشاط المؤسسة، كما أن التهديد يمثل تحد غير مقبول داخل المؤسسة. فالتهديد ليس بالشيء المطلق، فقد يكون محصورا زمنيا، وقد يرتبط بوظيفة معينة، وقد يكون مرتبط بعوامل خارجة عن نطاق تدخل المؤسسة مثلا إغراق السوق بصورة مفاجئة بمنتوج معين من طرف منافس معين يصعب على المؤسسة تحويل طرق انتاجها في المدى القصير، فكساد السلع وتراجع المبيعات يؤثر على العائد ويشكل تهديدا خطيرا على المؤسسة²⁸.

3-2- تحليل مكونات البيئة الداخلية

تتجسد البيئة الداخلية للمؤسسات في اختلاف قدرات ووظائفها و استجابة هذه الاخيرة لمنطق التغيير و الديناميكية و التي تزكّيه عوامل كثيرة كالخبرة و المهارة و المعارف المتخصصة في مجال الادارة و فنون الانتاج و التوزيع و البحث و التطوير و طبيعة التعامل مع الاطراف الخارجية و هي مؤشرات قد تعكس قدرات هذه المؤسسات من جهة مثل ما هو حاصل في المؤسسات الاقتصادية المتطورة و قد تعكس مواطن الضعف التي تعاني منها كثير من المؤسسات نتيجة لعدم مواكبتها لأساليب التغيير مثل ما هو حاصل في الدول الناشئة، و التي تعاني من قصور مزدوج في استغلال الفرص و تجاوز التهديدات ن فهي بحق هيكل يجسد الوجود الصوري للمؤسسة و يفقدها البعد الاقتصادي والمالي ويزج بها في دائرة الازمة التي يصعب الخروج منها²⁹.

3-2-1- مفهوم البيئة الداخلية

تتمثل البيئة الداخلية للمؤسسة بمجموعة العوامل والمكونات والمتغيرات المادية والمعرفية والتنظيمية ذات الصلة الوثيقة بحدود المؤسسة الداخلية. وتمثل المستوى البيئي التنظيمي الداخلي المرتبط بشكل محدود ودقيق بالتطبيقات الإدارية والتنظيمية لمنظمات الأعمال³⁰.

أ- عناصر تحليل البيئة الداخلية

إن هدف تحليل البيئة الداخلية للمؤسسة هو التعرف على أسباب ضعف أو قوة المؤسسة، وبناءً عليها نستطيع أن نتعرف على قدراتها المتوافرة حالياً، ولتحليل البيئة الداخلية نتبع الخطوات التالي³¹:

1. **تحديد المعلومات الخاصة بالأداء الداخلي:** والهدف من هذه الخطوة هو تحديد المعلومات التي تميز البيئة الداخلية للمؤسسة، وهذا من خلال جمع المعلومات عنها عن طريق تحديد أهم البيانات الخاصة بأداء إدارة محددة أو قسم معين أو وحدة كل مدير، ثم وضع هذه البيانات في شكل قائمة وعرضها على المديرين لضمان تغطية كاملة لكل البيانات ذات الصلة بالبيئة الداخلية، حيث أن كل مدير في موقعه يقوم بإعطاء المعلومات اللازمة في شكل تقرير رسمي.
2. **اكتشاف نقاط القوة ونقاط الضعف لدى المؤسسة:** بعد القيام بجمع المعلومات الخاصة بالأداء الداخلي للمؤسسة، نتعرف على نقاط القوة ونقاط الضعف، وذلك عن طريق عقد الاجتماعات والتي يحضرها كل المديرين المهمين بتقييم

الأداء الداخلي للمؤسسة وتحديد بياناتهم واتجاهاتهم لتحديد نقاط القوة والضعف، بالإضافة إلى مقارنة أنفسهم بالمنافسين وكذا ربط أدائهم بأهداف المؤسسة وكذلك استخدام نسب الكفاءة، وأسلوب المراجعة الإدارية لاكتشاف نقاط القوة ونقاط الضعف.

3. تحليل نقاط القوة ونقاط الضعف: إن إدراك نقاط القوة والضعف في المؤسسة، يسمح لنا بالتعرف على مدى الأهمية الاستراتيجية لها، والتي تؤثر في الاستراتيجية التي ستتبعها المؤسسة.

ب- مدخل تقييم سلسلة القيم لتحليل البيئة الداخلية للمؤسسة

قدم Porter في كتابه الشهير competitive advantage فكرة سلسلة القيم³² كأسلوب لتقييم الإمكانيات الداخلية للمؤسسة بالنظر إليها باعتبارها سلسلة من الأنشطة تهدف إلى خلق مجموعة من القيم منفصلة للعميل سواء أكانت قيمة مكانية تتحقق بنقل المواد الأولية للمصانع ونقل السلع الجاهزة إلى الأسواق وقيم شكلية تتحقق عن طريق الإنتاج بإعادة تشكيل المواد والسلع المشتراة إلى شكل آخر أكثر فائدة للعميل، وقيم زمنية تتم بتخزين المواد والسلع لحين الحاجة لها، وقيمة حيازية تتحقق عن طريق بيع السلع والخدمات لإشباع حاجات العملاء ورغباتهم، فإذا كانت المنظمة توفر هذه القيم للعميل بطريقة أفضل من المنافسين فإن هذا يمثل نقطة قوة يمكن الاعتماد عليها في بناء الاستراتيجيات، وقد قسم Porter المؤسسة إلى تسعة أنشطة ويتكون كل نشاط من أنشطة فرعية بحسب طبيعة الصناعة التي تعمل فيها. ويعتبر³³ بوتر القيمة أنها الكمية المشتراة التي تخلق قيمة عند الزبائن، والتي سوف تدفع للمؤسسة لقاء ما تقدمه...وهي يجب أن تستعمل لتحليل الموقع التنافسي للمؤسسة والشكل (2) يوضح سلسلة القيم ل Porter.

يعتبر نموذج تحليل القيمة «على أنه طريقة نظامية للنظر إلى سلسلة الأنشطة التي تؤديها المؤسسة، بهدف التمكن من فهم المصادر الحالية والمحتملة للميزة التي تحققها المؤسسة عن منافسيها.» إن الفكرة الأساسية لهذا النموذج تكمن في فحص مصادر الميزة التنافسية لتحديد هذه الميزة أو لتحسينها، يقوم النموذج بتحليل كل وظائف المؤسسة وكذا الارتباطات بين الوظائف؛ بمعنى القيام بتشخيص مدقق للمراحل المختلفة لصنع المنتج. وذلك للوصول إلى إعداد سلم القيمة الخاص بالمؤسسة كما هو موضح بالشكل السابق.

ث- الأنشطة الأساسية (الأولية):

تتكون الأنشطة الأساسية³⁴ من مجموعة من الوظائف القادرة على توفير منافع للعميل، وهي على النحو التالي:

- 1. الإمداد الداخلي:** وتتضمن عمليات النقل والاستلام والتخزين وصرف المواد والرقابة على المخزون والاتفاق مع الموردين، ويتم تقييم هذه الأنشطة الفرعية للتعرف على نواحي القوة والضعف فيها، فعلى سبيل المثال تمكنت الشركات التي عقدت اتفاقيات مع الموردين يتم بمقتضاها توريد المواد الخام وفق احتياجات التصنيع من التخلص بالكامل من نفقات التخزين وبالتالي تمكنت من المنافسة نظرا لتمتعها بنقطة قوة لا تتوافر لغيرها من المنافسين.
- 2. العمليات (الإنتاج):** ويتضمن تحويل المواد الأولية إلى سلع جاهزة وتشمل أنشطة التصميم والتجميع والتعبئة والتغليف والاختبارات والرقابة على جودة ونوعية وكفاءة الأجهزة والمعدات.
- 3. الإمداد الخارجي:** وتتمثل في أنشطة نقل المنتجات الجاهزة إلى مراكز التوزيع وتخزين البضائع الجاهزة وطرق التوزيع إلى العملاء ونظام الحصول على أوامر الشراء وكل الأنشطة التي تتضمنها نقل البضائع الجاهزة من أماكن إنتاجها إلى مراكز استهلاكها.
- 4. التسويق والمبيعات:** وتشمل الأنشطة التي تساعد على نقل حيازة السلعة من المنظمة إلى العملاء بما يتضمن من إعلان وبيع شخصي وغير شخصي وتسعير وتدريب رجال البيع واختيار مناطق البيع ووسائله.

5. الخدمات: وتتمثل في كل ما يقدم للعملاء للاستفادة من السلع والخدمات التي تباعها المنظمة وتشمل أنشطة التركيب والإصلاح وبيع قطع الغيار والصيانة الدورية وتقديم المشورة.

ج- الأنشطة المساعدة:

قسم Porter الأنشطة المساعدة³⁵ إلى أربعة مجالات رئيسية، وهي على النحو التالي:

1. المشتريات (التموين): وتتمثل في الأنشطة التي تهتم بالحصول على المدخلات من مواد أولية وآلات وقوى محركة وقطع غيار وتجهيزات مكاتب، ويلاحظ في الشكل السابق أنها تمتد عبر أجزاء المؤسسة لأنها تخدم كل هذه الأنشطة سواء الأساسية أو المساعدة في توفير ما تحتاج إليه البيئة الخارجية.

2. التطوير والتكنولوجيا: وتشمل الأنشطة التي تهدف إلى تحسين طريقة أداء أنشطة المؤسسة ولذا فإن هذا النشاط يمتد عبر أجزاء المؤسسة كما هو مبين في الشكل لأنها تتعلق بكل أجزاء المؤسسة ويهدف هذا النشاط إلى رفع مستوى أداء كل الأنشطة من أول تطوير الأعمال الكتابية اليدوية وتحويلها إلى أعمال مكتبية معتمدة على الحاسب الآلي إلى تحسين المنتج ذاته لجعله أعلى جودة وأقل تكلفة.

3. إدارة الموارد البشرية: وتشمل أنشطة الاختيار والتعيين والتدريب والترقية وتحديد المسار الوظيفي والتحفيز، وهذه الأنشطة تتعلق بكل أجزاء المنظمة أيضا ويحتمل أن تمثل نقطة قوة أو ضعف.

4. الخدمات المساعدة (البناء التحتي للمؤسسة): وتتكون الخدمات المساعدة من كل الأنشطة المسؤولة عن تطبيق الأنظمة المختلفة في المنظمة كالتكاليف والمحاسبة والأمن الصناعي بالإضافة إلى الشؤون القانونية والإدارة العامة والعلاقات العامة.

ثالثا- التحليل البيئي أداة لتنمية الميزة التنافسية:

1- مفهوم الميزة التنافسية

كثر استخدام مصطلح الميزة التنافسية Competitive advantage في الآونة الأخيرة. ويعتبر هذا المصطلح امتدادا لمصطلح الميزة النسبية Comparative advantage وخاصة على مستوى الصناعة. ويجب علينا توضيح أن الميزة النسبية شرط ضروري³⁶، ولكن ليس كافيا لتحقيق الميزة التنافسية، كما يجب علينا التفريق بينهما على النحو التالي³⁷: إن الميزة النسبية تقوم على أسس التحليل الساكن، وتعتمد على الوفرة النسبية للموارد التي تؤدي إلى اختلاف التكاليف النسبية بين الدول، وبذلك يتحدد نمط واتجاه التجارة الدولية والتخصص.

أما الميزة التنافسية فتخلق Create ويمكن اكتسابها، من خلال قدرة عوامل الإنتاج على الانتقال، وخاصة إمكانية انتقال رأس المال، والتكنولوجيا، والعمل الماهر لتدعيم القطاع الصناعي ككل، لتحقيق النمو، واقتناص الفرصة في الأسواق العالمية.

يعرف Porter الميزة التنافسية على أنها: "العنصر الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق المؤسسة ربحية دائمة مقارنة بمنافسيها"³⁸.

كما يضيف بأن تحقيق الميزة التنافسية يكون في عدة جوانب:

- التركيز على قطاعات سوقية معينة (التركيز) ؛
- تقديم منتجات مختلفة عن منتجات المنافسين (التمييز) ؛
- استخدام عمليات التصنيع و منافذ توزيعية بديلة (السيطرة على التكلفة) ؛
- استخدام هياكل مختلفة للتكلفة (السيطرة على التكلفة).

ويؤكد Porter بأن "الميزة التنافسية تنشأ من مجموع وظائف المؤسسة والمرتبطة بالتصميم، الصنع، التسويق، توزيع وتطوير المنتج، وتحليل مصادر الميزة التنافسية. ويجدر بالمؤسسة تشخيص، وبصفة دقيقة، لكل نشاطاتها³⁹، ويشير إلى تحليل سلسلة القيمة.

ويرى آخرون أن الميزة التنافسية، يختلف تعريفها حسب المجال⁴⁰، إذ يمكن تعريفها بالنسبة للمؤسسة، القطاع والدولة. 1. تنافسية المؤسسة: هي قدرة المؤسسة على تحقيق قيم من خلال إنتاج سلع وخدمات ذات جودة عالية، توجه للمستهلك بشكل أفضل من المنافسين وأكثر فعالية منهم، وبسعر مناسب وفي وقت مناسب بأكثر ربحية. 2. تنافسية القطاع: تعبر عن مدى استطاعت مؤسسات قطاع معين، سواء الزراعي الصناعي، أو الخدماتي، على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق العالمية. وتقاس تنافسية القطاع من خلال الربحية الكلية للقطاع، الميزان التجاري له ومحصلة الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل والخارج، وغيره. 3. تنافسية الدولة: وتعكس قدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع ومستمر، لمستوى دخل أفرادها، وذلك من خلال تحسين الإنتاجية مما يضمن هذا النمو. ومما سبق، يمكن القول بأن كل ما يمكن أن يحقق قيمة مضافة مدركة من قبل العميل يعتبر ميزة تنافسية للمؤسسة.

2- بناء (خلق) الميزة التنافسية

تنشأ الميزة التنافسية نمطياً⁴¹ نتيجة شكل من أشكال الاضطراب، ومثل هذا الاضطراب يمكن أن يحدث خارج المؤسسة أو داخلها. والاضطراب الخارجي هو أي تغيير في البيئة الخارجية، الذي يتسبب في تغيير المراكز التنافسية للمؤسسات العاملة داخل صناعة ما، مثلاً فقد أعطى ارتفاع أسعار البترول دفعة قوية لموزعي البنزين. من ناحية أخرى، من الممكن أن يحدث الاضطراب المنشئ للميزة التنافسية داخلياً من خلال الابتكار، الذي من الممكن أن يأخذ أشكالاً عديدة: منتجات جديدة، عمليات جديدة... الخ إذا كان إنشاء ميزة تنافسية يعني الاستجابة لفرص خارجية أو لابتكار مولد داخلياً، فإنه يعني ضمناً أن المؤسسات يجب أن تكون انتهائية ومبدعة، فالمؤسسات الناجحة هي تلك التي تدرك بسرعة الفرص وتقتصرها. وهي تلك التي تستطيع تطوير أساليب جديدة لتلبية احتياجات العملاء بصورة أفضل، من خلال القيام بمسح بيئي يمكنها من اكتشاف الفرص لإنشاء الميزة التنافسية.

3- أبعاد الميزة التنافسية

تعمل الإدارة العليا في المؤسسة الصناعية على تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال ما تقدمه من منتجات تحقق حاجات ورغبات الزبائن أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها الزبائن من تلك المنتجات. اتفق العديد من المؤلفين والباحثين على أن أهم أبعاد⁴² الميزة التنافسية الكلفة والجودة والمرونة والتسليم، ونظراً لأهمية هذه الأبعاد في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة فقد تم اعتمادها كأبعاد فرعية للمتغير المعتمد في البحث والمتمثل بالميزة التنافسية.

3-1- **بعد الكلفة:** إن أية مؤسسة عليها أن تركز على بُعد الكلفة (الكفاءة) من أجل أن تجعل تكاليف إنتاج وتسويق منتجاتها أدنى من المؤسسات المنافسة لها والمؤسسات التي تسعى إلى الحصول على حصة سوقية أكبر كأساس لتحقيق نجاحها وتفوقها هي التي تقدم منتجاتها بكلفة أدنى من المنافسين لها إن ف الكلفة الأقل هي الهدف العملياتي الرئيسي للمؤسسات التي تتنافس من خلال الكلفة وحتى المؤسسات التي تتنافس من خلال المزايا التنافسية الأخرى غير الكلفة فإنها تسعى لتحقيق كلف منخفضة للمنتجات التي تقوم بإنتاجها.

بان بعد الكلفة يعدّ من الركائز الأساسية في نجاح المؤسسة وتفوقها من خلال تمكينها من الوقوف أمام المؤسسات المنافسة ومساعدتها في الوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية لمنتجات المؤسسة في السوق، وان عدم اهتمام المؤسسة بتخفيض كلفها قد يكون السبب وراء تدهورها وانسحابها من منتجات وأسواق قائمة.

3-2- **بعد الجودة:** إن حصول المؤسسة على القيمة المتوقعة التي تتناسب مع رسالتها يتطلب منها تحديد توقعات الزبائن ورغباتهم عن الجودة والعمل على تحقيقها، وتعد الجودة من المزايا التنافسية المهمة والتي تشير إلى أداء الأشياء بصورة صحيحة لتقديم منتجات تتلاءم مع احتياجات الزبائن. إن الزبائن يرغبون بالمنتجات بالجودة التي تلبى الخصائص المطلوبة من قبلهم، وهي الخصائص التي يتوقعونها أو يشاهدونها في الإعلان، فالمؤسسات التي لا تقدم منتجات بجودة تلبى حاجات ورغبات الزبائن وتوقعاتهم لا تتمكن من البقاء والنجاح في سلوك المنافسة.

يُعدّ بعد الجودة من ركائز نجاح المؤسسة في عالم الأعمال من خلال تقديم منتجات بمواصفات تُحقّق أو تفوق متطلبات الزبائن لإرضائهم ومن ثم إعادهم وهذا يسهم في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق.

3-3- **بعد المرونة:** توصف المرونة بأنها الأساس لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال الاستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما يلاءم حاجات الزبائن. وهي تعني القدرة على إنتاج مجموعة واسعة من المنتجات وإدخال منتجات جديدة وتعديل المنتجات الموجودة بسرعة فضلاً عن الاستجابة لاحتياجات الزبون. ويعد بعد المرونة من الأبعاد المهمة وتعني قابلية المؤسسة لتقديم منتجات متنوعة في الوقت المطلوب، فضلاً عن قدرتها على تطوير المنتجات القائمة وتحسين عملياتها لتقديم منتجات جديدة.

فالزبون يحتاج إلى تغيير العمليات لتوفير أربع متطلبات هي:

- مرونة المنتج: وهي قدرة العمليات على تقديم منتجات جديدة أو معدلة.

- مرونة المزيج: وتعني قدرة العمليات لإنتاج مزيج من المنتجات.

- مرونة الحجم: وتعني قدرة العمليات على التغيير في مستوى الناتج أو في مستوى نشاط الإنتاج لتقديم أحجام مختلفة من المنتجات.

- مرونة التسليم: وتشير إلى قدرة العمليات لتغيير أوقات تسليم المنتجات.

ومن بعد المرونة أصبح ميزة تنافسية مهمة لأي مؤسسة صناعية تريد النجاح والبقاء والنمو في عالم الأعمال وذلك من خلال قيامها بالتغيير والاستجابة لحاجات ومتطلبات الزبائن من المنتجات بأقل جهد ووقت مُمكن.

3-4- **بعد التسليم:** إن بُعد التسليم هو بمثابة القاعدة الأساسية للمنافسة بين المؤسسات في الأسواق من خلال التركيز على خفض المهل الزمنية والسرعة في تصميم منتجات جديدة وتقديمها إلى الزبائن بأقصر وقت ممكن. عندما تريد أداء العمل بسرعة هذا يعني تخفيض الوقت الذي يستغرقه عند استلام طلبات الزبائن للمنتجات وتسليمهم تلك المنتجات بشكل نهائي. وهناك ثلاثة أسبقيات لبعد التسليم تتعامل بالوقت هي:

- سرعة التسليم: تقاس هذه السرعة بالوقت المستغرق بين استلام طلب الزبون وتلبية الطلب والذي يسمى بوقت الانتظار، ومن الممكن زيادة سرعة التجهيز بتقليل وقت الانتظار.

- التسليم بالوقت المحدد: ويعني تسليم طلبات الزبائن في الوقت المحدد لهم من قبل المؤسسة.

- سرعة التطوير: وهي سرعة تقديم منتج جديد وتقاس سرعة التطوير بالوقت بين توليد الفكرة وحتى التصميم النهائي للمنتج وتقديمه إلى السوق.

وهو يعد من أبعاد التنافس المهمة بين المؤسسات، ويُشير إلى تسليم المنتجات للزبائن حسب الوقت المحدد لهم من قبل المؤسسة، ويعبر هذا البعد عن قدرة العمليات على مواجهة طلبات الزبائن وتسليمها لهم في الوقت المحدد وهذا يُسهم في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق.

4- التحليل البيئي والميزة التنافسية:

قد يذهب البعض إلى أن البحث عن القوة في المنظمة لبناء الميزة التنافسية لا يتطلب القيام بعملية تحليل للبيئة الخارجية والحقيقة أن قوة المنظمة أو ضعفها هي أمور نسبية بالمقارنة مع محيطها الخارجي الذي تمثله البيئة الخارجية⁴³. والعلاقة بين التحليل البيئي والميزة التنافسية متبادلة حيث أن التحليل البيئي يهدف إلى تقوية جوانب القوة (المزايا التنافسية) وكذلك فإنه لا يمكننا بناء مزايا تنافسية أو تتميتها دون القيام بتحليل شامل ومفصل لبيئة المؤسسة، حيث تبنى الميزة التنافسية على جوانب القوة في المنظمة وتتفاعل مع الخيار الاستراتيجي (وقد يسهم في بنائها أو يقوم على أساسها). للاستفادة من الفرص أو درء التهديدات أو تجاوز جوانب الضعف أو كلاهما.

رابعا- تأثير التحليل البيئي في الميزة التنافسية على ضوء نتائج الدراسة الميدانية:

نستعرض فيما يلي نتائج الدراسة الميدانية، فقد تم الاعتماد على الاستمارة بالمقابلة كأداة رئيسية في الدراسة، وقد تم استجواب المسيرين في 15 مؤسسة وتم اعتماد سلم ليكارت الخماسي في تحديد الاجابات كما يلي:

التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

ولقد حددت مجالات الإجابة كما يلي:

أ. تم حساب المدى $5-1=4$ ، وقسمته على العدد 5، أي: $0.8 = 5/4$ ؛

ب. حساب الحد الأقصى للمجال الأول للإجابة كما يلي: $1.80 = 0.8+1$ ؛ أي مجال الإجابة الأول هو $[1-1.80]$ ، ويعكس درجة عدم موافقة عالية؛

ج. الحد الثاني للمجال الثاني هو $2.60 = 0.80+1.80$ ، وبالتالي: المجال هو $[1.80-2.60]$ ، ويشير إلى درجة عدم موافقة متوسطة؛

د. باقي المجالات هي كالتالي: $[2.60-3.40]$ درجة محايدة، $[3.40-4.20]$ درجة موافقة متوسطة، $[4.20-5]$ درجة موافقة عالية.

1- قياس ثبات الأداة:

تمت عملية قياس ثبات الاستمارة لمعرفة قدرة المقياس (في دراستنا مقياس ليكارت الخماسي) على الحفاظ على ثباته عبر المدى الزمني بغض النظر عن وجود أحوال غير قابلة للتحكم خلال القياس، وبغض النظر عن حالة المستقصى منهم، وهو اختبار إحصائي يتم عمله من خلال برنامج SPSS. ويوضح فيه درجات ثبات المقياس في ظل الأحوال العادية، ودرجة ثبات المقياس في ظل عدم التحيز ولقد تم الاعتماد على طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستمارة وقد تبين أن معامل ألفا كرونباخ للثبات يساوي 0.90 وهو يفوق المعامل المعتاد 0.6، ولتحقيق درجة أعلى من التأكد تم حساب معامل الثبات لكل محور من محاور الاستمارة كما يبين الجدول رقم (01).

2- تحليل ومناقشة إجابات مفردات العينة حول محاور الاستمارة

نعتد في تحليل الإجابات على بعض مقاييس النزعة المركزية (الوسط الحسابي) وأحد مقاييس التشتت وهو الانحراف المعياري.

- 2-1 - تحليل اجابات المسيرين المتعلقة بالتحليل البيئي الخارجي: الجدول رقم (02) يوضح إجابات مفردات العينة على محور التحليل البيئي الخارجي، وعليه:
- 1-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يتعلق بوجود عدد كبير من المنافسين للمؤسسة في بيئتها الصناعية، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.93) أي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري مقداره (0.70) والذي يدل على مقدار التشتت (الاختلاف) في إجابات أفراد العينة.
- 2-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص سعي المؤسسة باستمرار لمعرفة نقاط قوة وضعف منافسيها حيث قدر المتوسط الحسابي ب (3.93) أي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري مقداره (0.96) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 3-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص كون الاستجابة السريعة لاستراتيجيات المنافسين عامل رئيسي لتطوير منتجات المؤسسة، حيث قدر المتوسط الحسابي ب(3.80) وهي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري مقداره (0.67) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 4-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة بموافقة متوسطة فيما يخص ولاء الزبائن تجاه العلامة التجارية لمنتجات المؤسسات محل الدراسة، حيث قدر المتوسط الحسابي ب (3.73) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري قدر (0.70) يدل على مقدار التشتت إجابات أفراد العينة.
- 5-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول تركيز الزبائن على مواصفات محددة في منتجات المؤسسات محل الدراسة، إذ قدر المتوسط الحسابي (3.86) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري قدره (0.63) والذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 6-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص اعتماد المؤسسات على رغبة الزبائن وتوقعاتهم في تطوير منتجاتها، حيث قدر المتوسط الحسابي ب (3.80) أي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب (0.94) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 7-هناك اتجاهات ايجابية جدا لدى مفردات العينة فيما يخص كون مؤسساتهم تتمتع بعلاقة استراتيجية مع الموردين الذين تتعامل معهم إذ قدر المتوسط الحسابي ب(4.26) أي في حدود المجال الخامس [4.20-5] وبانحراف معياري يقدر ب(0.45) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 8-توجد اتجاهات ايجابية لدى أفراد العينة حول إمكانية تحقيق المؤسسات للتكامل باتجاه الموردين، فقد قدر المتوسط الحسابي ب(3.66) أي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري قدر ب(0.97) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 9-لم يبد أفراد العينة رأيا فيما يخص امتلاك الموردين لقوة تفاوضية كبيرة تمكنهم من التأثير في منتجات المؤسسة، فقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.20) أي في حدود المجال الثالث [2.60-3.40]وبانحراف معياري قدره (1.08) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 10-توجد اتجاهات سلبية لدى مفردات العينة فيما يخص وضع حواجز الدخول أمام الداخلين الجدد للسوق الذي تنشط فيه، فقد قدر المتوسط الحسابي ب(2.26) أي في حدود المجال الثاني [1.80-2.60]وبانحراف معياري قدره (0.70) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 11-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص ترقبها لدخول منافسين جدد لها إلى السوق الذي تنشط فيه وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.53) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.99) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

- 12-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول وجود منتجات من نوع آخر تلبي نفس الاحتياجات التي تلبيها منتجات المؤسسات محل الدراسة وقد قدر المتوسط الحسابي ب(3.40) أي في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري قدره (1.05) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 13-لم يبد أفراد العينة رأيا فيما إذا كانت المنتجات البديلة تشكل تهديدا كبيرا على منتجات المؤسسات محل الدراسة، فقد قدر المتوسط الحسابي ب(3.26) وهو في حدود المجال الثالث [2.60-3.40]وبانحراف معياري قدر ب (1.22) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 14-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص ترقبها التزامها بتعليمات الهيئة العامة للمواصفات بما يخدم تحسين جودة منتوجاتها وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.80) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.67) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 15-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص تأثير التشريعات الحكومية على قدرات المؤسسة في التوسع في استثماراتها وقد قدر المتوسط الحسابي ب (4.13) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.99) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

2-2- تحليل إجابات المسيرين المتعلقة بالتحليل البيئي الداخلي: الجدول رقم (03) يوضح إجابات مفردات العينة على محور التحليل البيئي الداخلي، وعليه:

- 16-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص تمكنها من توريد المواد الخام وفق احتياجات التصنيع وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.73) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.88) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 17-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول جودة عمليات استلام المواد الأولية وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.60) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.98) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 18-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول امتلاك المؤسسة أنظمة جيدة للرقابة على المخزون وقد قدر المتوسط الحسابي ب (4.00) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.37) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 19-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة كون المؤسسات محل الدراسة تمتلك طاقة إنتاجية غير مستغلة يمكن استغلالها عند الحاجة وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.80) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.67) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 20-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة كون مؤسساتهم تمتاز بترتيب داخلي لتسهيلات الإنتاجية قد قدر المتوسط الحسابي ب (3.64) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.63) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 21-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كانت منتجات المؤسسة تمتاز بجودة مناسبة وقد قدر المتوسط الحسابي ب (4.00) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.65) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 22-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كان لدى المؤسسات محل الدراسة منافذ متعددة للتوزيع، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.73) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20]وبانحراف معياري يقدر ب(0.88) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

- 23-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة كون المؤسسة تقوم باستبدال الوحدات المباعة إذا كانت معيبة وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.80) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.94) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 24-لم يبد أفراد العينة رأيا اتجاه اعتماد هذه المؤسسات على بحوث التسويق في تطوير منتجاتها، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.20) وهو في حدود المجال الثالث [2.60-3.40] وبانحراف معياري قدره (1.20) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 25-لم يبد أفراد العينة رأيا حول اتباعها استراتيجية اعلانية تزيد من مبيعاتها، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.33) وهو في حدود المجال الثالث [2.60-3.40] وبانحراف معياري قدره (0.89) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 26-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة كون المؤسسة تقدم خدمات ما بعد البيع وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.46) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(1.81) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 27-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة كون المؤسسة تقدم المشورة لعملائها فيما يخص المنتجات التي تقدمها وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.60) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.91) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 28-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص حصول المؤسسة على احتياجاتها من وسائل الانتاج في الوقت المناسب وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.97) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 29-هناك اتجاهات ايجابية جدا لدى مفردات العينة حول اعتماد المؤسسة على خدمات الحاسب لآلي بشكل كبير إذ قدر المتوسط الحسابي ب(4.33) أي في حدود المجال الخامس [4.20-5] وبانحراف معياري يقدر ب(0.72) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 30-هناك اتجاهات ايجابية جدا لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسات محل الدراسة تعمل باستمرار على تطوير منتجاتها إذ قدر المتوسط الحسابي ب(4.33) أي في حدود المجال الخامس [4.20-5] وبانحراف معياري يقدر ب(0.48) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 31-هناك اتجاهات ايجابية جدا لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسات محل الدراسة تهتم بعملية تطوير منتجاتها إذ قدر المتوسط الحسابي ب(4.26) أي في حدود المجال الخامس [4.20-5] وبانحراف معياري يقدر ب(0.45) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 32-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول امتلاك نظام جيد للأجور وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.60) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.73) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 33-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كان معظم العاملين بالمؤسسات محل الدراسة ذوو مهارات عالية وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.33) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.81) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

34- لم يبد أفراد العينة رأيا حول انخفاض معدل دوران العمل بالمؤسسات المدروسة، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (2.80) وهو في حدود المجال الثالث [3.40-2.60] وبانحراف معياري قدره (0.94) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

35- توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول امتلاك المؤسسة أقسام للتمويل، التسويق. وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.86) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.63) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

36- لم يبد أفراد العينة رأيا فيما إذا كان للمؤسسة صورة عن نشاطها بعد 5 سنوات، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (2.93) وهو في حدود المجال الثالث [3.40-2.60] وبانحراف معياري قدره (0.96) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

2-3- تحليل إجابات المسيرين المتعلقة بأبعاد الميزة التنافسية: الجدول رقم (04) يوضح إجابات مفردات العينة على محور أبعاد الميزة التنافسية، وعليه:

37- توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسة تحقق اقتصاديات الحجم في نشاطها، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.40) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.50) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

38- توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسة تعمل على خفض تكاليف الترويج، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.61) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

39- توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول استخدام المؤسسات محل الدراسة استراتيجيات خفض التكاليف لزيادة حصصها السوقية، فقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.40) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.82) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

40- لم يبد أفراد العينة رأيا حول قيام المؤسسات محل الدراسة بالتركيز على جزء محدد من السوق الذي تنشط فيه، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.06) وهو في حدود المجال الثالث [3.40-2.60] وبانحراف معياري قدره (1.09) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

41- توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول اهتمام المؤسسات محل الدراسة بإضافة خصائص معينة للمنتجات بهدف تلبية رغبات الزبائن، فقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.86) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.83) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

42- هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول مراعاة المؤسسات المدروسة مطابقة المواصفات الدولية عند إنتاج سلعها، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.53) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(1.30) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

43- لم يبد أفراد العينة رأيا حول قيام استخدام المؤسسة مواد أولية عالية الجودة مهما كانت أسعارها مرتفعة، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.06) وهو في حدود المجال الثالث [3.40-2.60] وبانحراف معياري قدره (1.22) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

44- هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسات المدروسة تعتبر الجودة عاملا استراتيجيا لزيادة حصتها السوقية، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (4.06) وهو في حدود المجال الرابع [4.20-3.40] وبانحراف معياري يقدر ب(0.59) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

- 45-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما إذا كانت المؤسسات محل الدراسة تستطيع أن تتكيف مع أي تغيير يطرأ على تصميم المنتج، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.53) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.74) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 46-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول قدرة المؤسسات المدروسة على تطوير منتجاتها بشكل سريع، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.40) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.91) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 47-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول تشجيع المؤسسات محل الدراسة عمليات الابتكار فيها، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.89) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 48-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة فيما يخص اعتماد المؤسسات المدروسة على الإبداع لزيادة حصصها السوقية، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.80) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.83) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 49-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول اهتمام المؤسسات المدروسة بسرعة الاستجابة لمتطلبات عملائها، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.86) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.63) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 50-لم يبد أفراد العينة رأياً حول مدى قدرة المؤسسات محل الدراسة على إنتاج تشكيلة واسعة من المنتجات، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.13) وهو في حدود المجال الثالث [2.60-3.40] وبانحراف معياري قدره (1.12) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 51-لم يبد أفراد العينة رأياً فيما إذا كانت المؤسسات المدروسة تختار قنوات التوزيع على أساس سرعتها في التسليم، وقد قدر المتوسط الحسابي ب (3.13) وهو في حدود المجال الثالث [2.60-3.40] وبانحراف معياري قدره (0.99) وهو يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 52-توجد اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول سرعة المؤسسات المدروسة في الاستجابة لمتطلبات عملائها، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.60) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(0.82) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 53-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول مساهمة التحليل البيئي في تحقيق الكفاءة، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(1.04) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 54-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول مساهمة التحليل البيئي في تحقيق الجودة، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(1.04) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.
- 55-هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول مساهمة التحليل البيئي في زيادة الاهتمام بالإبداع، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.66) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(1.04) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

56- هناك اتجاهات ايجابية لدى مفردات العينة حول مساهمة التحليل البيئي في زيادة الاستجابة لمتطلبات العملاء، إذ قدر المتوسط الحسابي ب (3.73) وهو في حدود المجال الرابع [3.40-4.20] وبانحراف معياري يقدر ب(1.03) الذي يدل على مقدار التشتت في إجابات أفراد العينة.

3- اختبار الفرضيات، النتائج والمقترحات

3-1-3 اختبار الفرضيات

3-1-1-3 اختبار الفرضية الأولى

الفرضية الأولى: تطبق المؤسسات محل الدراسة عمليات التحليل البيئي

لاختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار ستيودنت للعينة One Sample T-test، والذي يقوم بمقارنة المتوسط العام لإجابات مفردات العينة مع المتوسط الفرضي (3)

وتم اختيار هذه القيمة باعتبارها القيمة المتوسطة للإجابة والمحسوبة كما يلي: $3 = 5/5+4+3+2+1$

والجدول رقم (05) يوضح نتائج هذا الاختبار.

قاعدة القرار في اختبار t، إذا كانت القيمة الحسابية أكبر من القيمة الجدولية، ومستوى الدلالة أقل من 5 % تقبل الفرضية الأولى، من جهة، ومن جهة أخرى، إذا كان الفرق المتوسطي موجب تقبل أيضا الفرضية.

وهنا الفرق المتوسطي موجب (=0.65185) حيث أن قدر المتوسط العام للإجابات (3.6519)، بانحراف (0.26350)، ومنه فإن القيمة الفعلية أكبر من القيمة الفرضية (3) يستلزم هناك موافقة (اتجاهات ايجابية) نحو تطبيق التحليل البيئي.

القيمة الحسابية = 9.581 < القيمة الجدولية 1.761*، ومستوى الدلالة $0.05 > 0.000$ وهذا يستلزم قبول الفرضية الأولى.

3-1-2-3 اختبار الفرضية الثانية

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحليل البيئي الخارجي والميزة التنافسية.

لاختبار الفرضية نقوم باستخدام تحليل الانحدار المتعدد حيث:

المتغير التابع هو الميزة التنافسية والمتغيرات المستقلة هي أبعاد التحليل البيئي الخارجي.

جدول correlation يبين معاملات الارتباط البسيط معامل Pearson بين كل متغير مستقل مع المتغير التابع على حدى.

كل ما يقل Pearson عن 5% دال إحصائيا يستلزم يوجد ارتباط.

من خلال الجدول رقم (06)، معامل الارتباط المتعدد $R=0.57$ يدل على وجود علاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة (عوامل التحليل الخارجي).

معامل التفسير $R^2 = 0.32$ ، بمعنى أن 32% من التغير في مستويات الميزة التنافسية يمكن تفسيره (إرجاع سببه) إلى تأثير عناصر التحليل البيئي الخارجي، لكن يعتبر هذا الارتباط غير دال إحصائيا لأن إحصائية $f = 0.655$ وبمستوى دلالة $0.688 > 0.05$ ، ومنه ترفض الفرضية الثانية، القائلة بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحليل الخارجي والميزة التنافسية، حسب أجوبة المسيرين.

3-1-3 - اختبار الفرضية الثالثة

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحليل البيئي الداخلي والميزة التنافسية.

لاختبار الفرضية نقوم باستخدام تحليل الانحدار المتعدد حيث:

المتغير التابع هو الميزة التنافسية والمتغيرات المستقلة هي أبعاد التحليل البيئي الداخلي. جدول correlation يبين معاملات الارتباط البسيط معامل Pearson بين كل متغير مستقل مع المتغير التابع على حدى.

كلما يقل Pearson عن 5% دال إحصائيا يستلزم يوجد ارتباط. من الجدول رقم (07)، معامل الارتباط المتعدد $r=0.96$ يدل على قوة العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة (عوامل التحليل الداخلي) لديها تأثير كبير. معامل التفسير $R^2 = 0.92$ ، بمعنى أن 92% من التغير في مستويات الميزة التنافسية يمكن تفسيره (إرجاع سببه) إلى تأثير عناصر التحليل البيئي الداخلي، ويعتبر هذا الارتباط دال إحصائيا لأن إحصائية $F=6.58$ أو بمستوى دلالة $0.026\% > 0.05\%$.

3-1-4- اختبار الفرضية الرابعة

الفرضية الرابعة: تتأثر إدراكات المسيرين بعوامل: المستوى التعليمي، الخبرة، طبيعة الملكية، نطاق السوق

تتفرع هذه الفرضية إلى الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية 01: تختلف إدراكات المسيرين باختلاف المستوى التعليمي؛

الفرضية الفرعية 02: تختلف إدراكات المسيرين باختلاف عامل الخبرة؛

الفرضية الفرعية 03: تختلف إدراكات المسيرين باختلاف نطاق السوق الملكية؛

الفرضية الفرعية 04: تختلف إدراكات المسيرين باختلاف طبيعة الملكية.

لاختبار هذه الفرضيات نقوم بإجراء التحليل الأحادي One Way ANOVA، لمعرفة مدى تأثير كل من المستوى التعليمي، الخبرة، طبيعة الملكية ونطق السوق على طبيعة إدراكات المسيرين. ويمكن توضيح نتائج هذا الاختبار في الجدول رقم (08).

قاعدة القرار في هذا الاختبار تعتمد على مقارنة مستوى الدلالة لإحصائية F مع مستوى الدلالة المقبول في هذه الدراسة وهو 0.05؛ إذا كان مستوى دلالة إحصائية F أقل من 0.05 تقبل الفرضية والعكس صحيح.

وحسب نتائج اختبار الفرضية الرابعة فإن إدراكات المسيرين لا تتأثر بكل من المستوى التعليمي، خبرة المسيرين، ونطاق السوق الذي تنشط فيه المؤسسة لكن تتأثر بطبيعة ملكية المؤسسة.

3-2- نتائج الدراسة

إن الإجابة على إشكالية البحث المطروحة والتأكد من فروضها تتضمنها نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها من خلال تحليل استمارة البحث، مع العلم أنه من خلال تحليلنا لنتائج استمارة البحث المقدمة لمجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، تبين لنا أن أجوبة مسؤولي هذه المؤسسات لم تكن دقيقة جدا، وبالتالي هذا ما كان من بين العوائق التي حالت دون إنجاز العمل التطبيقي بالشكل المرغوب.

وقد رأينا من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية لهذا الموضوع كيف أن التحليل البيئي يؤثر في تكوين، تطوير المزايا التنافسية والحفاظ عليها، وبالخصوص بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث تطرقنا في الدراسة الميدانية إلى مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بكل من ولايتي برج بوعريريج وسطيف، وقد توصلنا إلى أن للتحليل البيئي في هذه المؤسسات تأثير على مزاياها التنافسية خاصة فيما يخص التحليل الداخلي الذي يؤثر بدرجة كبيرة على بناء وتطوير الميزة التنافسية بها.

أما فيما يخص التحليل الخارجي فيبقى تأثيره منخفض، خاصة في ظل المتغيرات السريعة والمعقدة التي تعرفها البيئة الخارجية، لذا فالمؤسسات محل الدراسة مطالبة باليقظة تجاه هذه المتغيرات.

• وعلى ضوء ما تقدم من دراسة لهذا الموضوع، فإنه يمكننا الخروج بالنتائج التالية:

- 1- تهتم الم ص م ببيئتها الخارجية والداخلية، وتتأثر بها بشكل كبير.
- 2- تتأثر الم ص م محل الدراسة بعامل المنافسين بدرجة كبيرة، حيث يحاولون التعرف على منافسيهم ومعرفة نقاط قوة ونقاط ضعف المنافسين، والاستجابة لاستراتيجياتهم من أجل الحفاظ على مركزها التنافسي.
- 3- تهتم المؤسسات المدروسة بعملائها وتحاول أن ترقى إلى توقعاتهم وتجاوزها، ولديها ولاء الزبائن لعلاماتها.
- 4- للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المدروسة علاقات استراتيجية مع مورديها ويمكنها التكامل معهم.
- 5- تترقب المؤسسات المدروسة دخول منافسين جدد للأسواق التي تنشط فيها، لكنها لا تضع حواجز الدخول أمامهم، وهذا راجع إلى عدم إدراك أهميتها في الحفاظ على الوضعية التنافسية وإبعاد تهديد الداخلين المحتملين أو إلى تكلفة إقامة حواجز الدخول في حد ذاتها.
- 6- تعرف منتجات المؤسسات المدروسة تهديدا من قبل المنتجات البديلة، لكنها لا تدرك مدى قوته وهذا أيضا بسبب إهمال عامل المنتجات البديلة وإمكانية تأثيرها على المؤسسة.
- 7- تلتزم المؤسسات محل الدراسة بالمواصفات الدولية بما يخدم جودة منتجاتها، وتشكل التشريعات الحكومية ضغطا عليها فيما يخص قدراتها الاستثمارية.
- 8- في ظل هذه المتغيرات، فإن المؤسسات المعنية مطالبة بالانفتاح على بيئتها من أجل التكيف مع المتغيرات.
- 9- تعرف المؤسسات المدروسة إمكانياتها ومواطن القصور فيها حيث أنها تحلل بيئتها الداخلية، فاعتمادا على تحليل سلسلة القيم للمؤسسات محل الدراسة فإنها تعرف جيدا الأنشطة الأولية بها وتعتبر نقاط قوة على اعتبار أنها تتمكن من توريد المواد الخام وفق احتياجاتها وهذه العملية تتم فيها بصورة جيدة، وكذلك فإن الأنشطة الإنتاجية بها مناسبة من أجل إنتاج منتجات قابلة للتسويق وهي تتمتع بمنافذ توزيع متعددة، كما تقوم بتقديم الخدمات لعملائها وتزودهم بالمشورة اللازمة، كل ذلك يدل على قوة المؤسسات المدروسة فيما يخص نشاطاتها الأولية.
- 10- تشكل الأنشطة الداعمة بالمؤسسات المدروسة نقاط قوة في الأغلب حيث تتمكن من تحصيل احتياجاتها التموينية في الوقت المناسب، وهي تعتمد كلها على خدمات الحاسب الآلي وتحاول تطوير منتجاتها باستمرار، كما تعتبر الطاقة البشرية نقطة قوة هامة لهذه المؤسسات فأغلب العاملين بها ذوو مهارات عالية لذا فإنها تمتاز بنظام جيد للأجور والحوافز.

إلا أن ما يعاب على هذه المؤسسات أنها لا تملك صورة عن نشاطها المستقبلي أي أن الإدارة الاستراتيجية مغيبة أو ضمنية في هذا النوع من المؤسسات.

تمتلك المؤسسات محل الدراسة مقومات الميزة التنافسية إذ تتمتع معظمها بأبعاد الميزة التنافسية كالتالي:

- 11- تحاول المؤسسات المدروسة بلوغ أهدافها بكفاءة حيث تلتزم باقتصاديات الحجم في نشاطها وتعمل على خفض تكاليف الترويج قدر الإمكان، كما تحاول زيادة حصصها السوقية من خلال تخفيض التكاليف، لكنها لا تركز على سوق واحد فقط.
- 12- تهتم المؤسسات محل الدراسة بإضافة خصائص لمنتجاتها تلبى رغبات زبائنها كما تحاول مراعاة مطابقة المواصفات الدولية في إنتاجها وهي تعتبر الجودة عاملا أساسيا لتحقيق أهدافها (زيادة الحصة السوقية) لكن رغم ذلك فإنها لم تبد اهتماما لجودة المواد الأولية في حين كانت أسعارها مرتفعة.
- 13- تتمتع المؤسسات المدروسة بالمرونة في خطتها وقراراتها حيث ترى بأن في إمكانها مواكبة التغيرات التي قد تطرأ في بيئتها ولديها القدرة على تطوير منتجاتها بما يخدم التغيرات الحاصلة في البيئة لذا فهي تشجع عمليات الابتكار وتعتبر المرونة عاملا أساسيا للبقاء في السوق الذي تنشط فيه.

14- لا تدرك المؤسسات محل الدراسة أهمية الاستجابة لرغبات الزبائن وتطلعاتهم إذ ترى أن الاستجابة هي سرعة تقديم المنتج لهم في حين أنها لا تملك القدرة على إنتاج تشكيلة واسعة من المنتجات وليس بإمكانها تطوير منتجاتها بما يخدم رغبات الزبائن أو يفوقها لكنها رغم ذلك ترى بأن الاستجابة لمتطلبات عملائها من الأهمية بمكان إذ أنه وسيلة هامة لزيادة حصصها السوقية وتحقيق أهدافها (مثل اكتساب ولاء الزبائن، تحقيق سمعة طيبة فضلا عن تحقيق الأرباح والبقاء في النشاط).

12- يدرك مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المدروسة أهمية التحليل البيئي في تحقيق المزايا التنافسية لمؤسساتهم إذا يرون أنه يساهم في تحقيق أبعادها، فهو يساهم في تحقيق الكفاءة، الجودة، المرونة والاستجابة لمتطلبات الزبائن وهي ما يعرف بالميزة التنافسية.

3-2- المقترحات

في ضوء هذه الدراسة، وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها، يمكن في الأخير التقدم بهذه الاقتراحات التي من الممكن أن تفيد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (محل الدراسة خاصة) من أجل نقادي بعض النقااص (نقاط الضعف)، نذكر منها:

1- ضرورة وعي المسؤولين (المسيرين) بهذه المؤسسات بأن البيئة التي تعمل في إطارها، لم تعد تلك البيئة البسيطة وقليلة التغير، بل أصبحت على درجة كبيرة من التعقد، وعدم اهتمامها بها قد يعرضها لعواقب سلبية، وهذا اعتقادا منها أن الاقتصاد الوطني مغلق بعيد عن هذه التحولات والتغيرات، لكن هذا الاعتقاد لا يمكن الاعتماد عليه إذ أن بيئة المؤسسات في الجزائر ستصبح على ارتباط كبير بالتغيرات العالمية، على اعتبار الانضمام المرتقب للجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة (OMC) وإمضاء اتفاقيات الشراكة وغيرها، ما يؤدي إلى زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات.

2- الاعتماد على اليقظة الاقتصادية خاصة في جانب التكنولوجيا من أجل مواكبة التطورات ونقادي التهديدات المحتملة من خلال الاطلاع الدائم والمستمر على كل المستجدات التي تحدث في مجال التكنولوجيا، وبالتالي محاولة اقتناء كل الوسائل والتجهيزات التي تواكب التطور التكنولوجي لما لذلك من دور كبير في تحسين إنتاجية المؤسسة.

3- حتى تتمكن المؤسسات الاقتصادية من البقاء والاستمرار في محيط تسوده المنافسة، يجب عليها انتهاز وتطبيق قواعد اقتصاد السوق في كل أنشطتها.

4- الاستغلال العقلاني للموارد المالية المتاحة أمامها سواء داخلية أو خارجية بحيث يساعدها ذلك في التطور والتوسع.

5- استغلال كل قنوات التوزيع المتوفرة أمام المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، والبحث على قنوات توزيع ونقاط بيع جديدة من أجل تسهيل تصريف منتجات المؤسسة وإيصالها إلى العميل في الوقت المناسب.

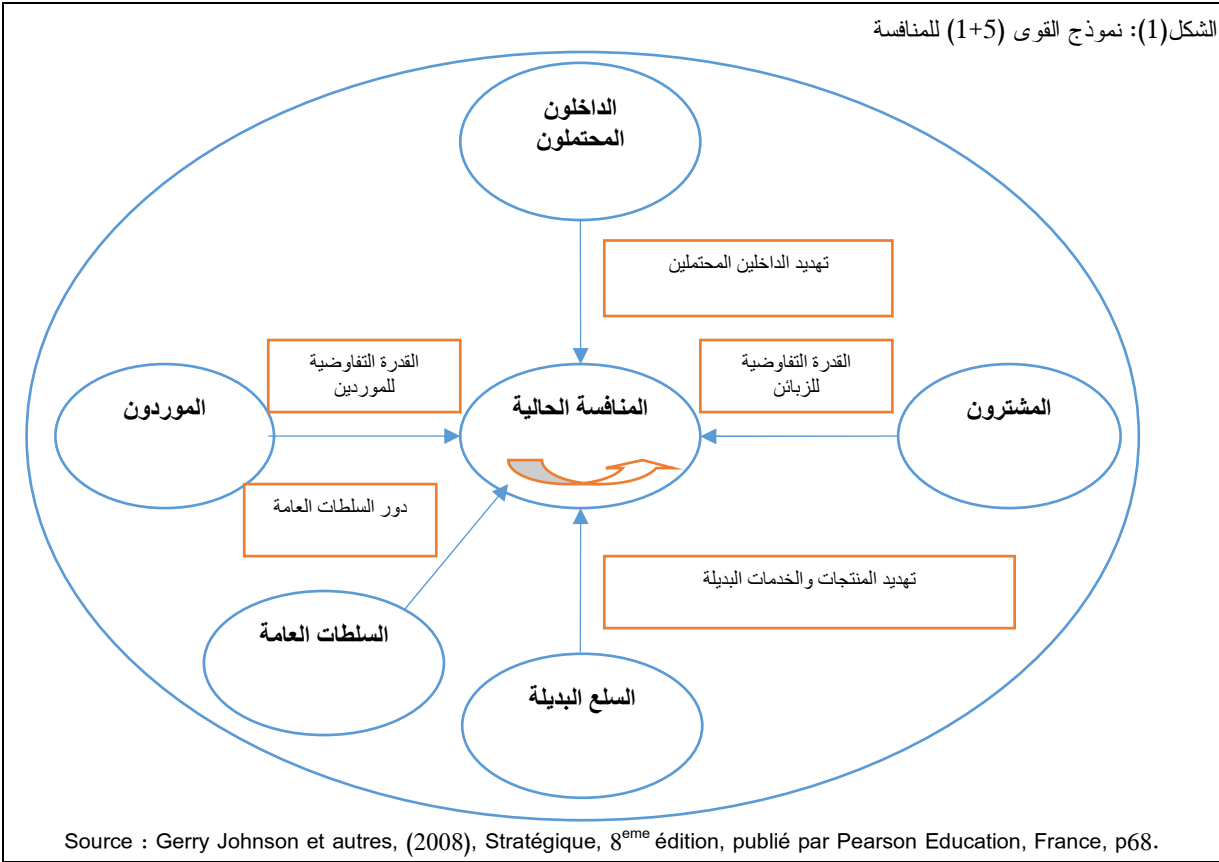
6- الاهتمام بتكوين العمال وتحفيزهم من أجل رفع إنتاجيتهم وتحسين جودة المنتج، وبالتالي تخفيض تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة، والاستعانة بالجامعات ومراكز التدريب المتخصصة.

7- لا بد على المؤسسة أن تأخذ بعين الاعتبار المنافسة الأجنبية، وذلك بإدخال التطور التكنولوجي إلى المؤسسة في جميع مجالات أنشطة المؤسسة، بالإضافة إلى ضرورة العمل على تخفيض تكاليف الإنتاج والاستغلال العقلاني للموارد والإمكانيات المتاحة.

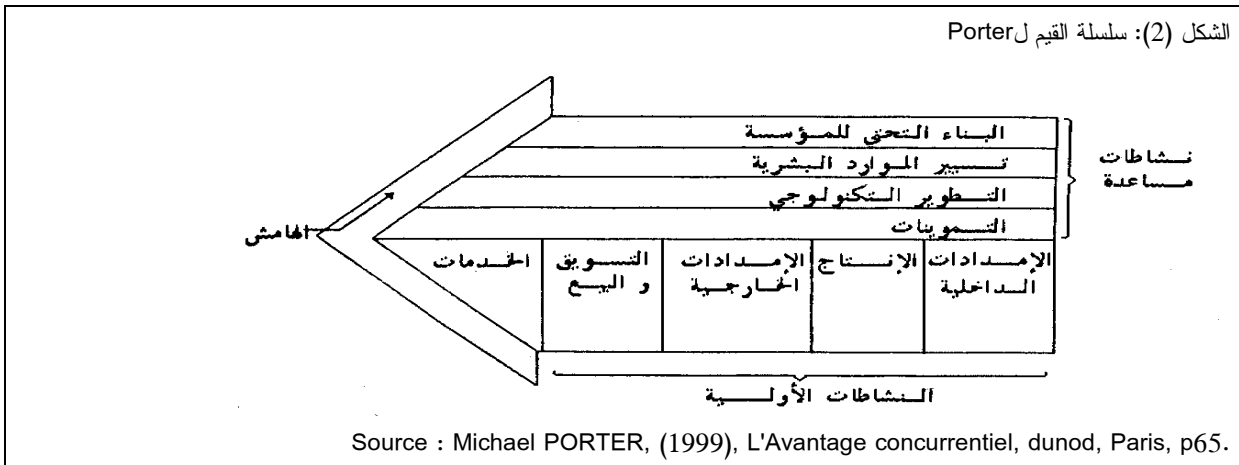
وفي الأخير على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تمتلك مزايا تمكنها من مواجهة المنافسين الحاليين والمحتملين وبشكل خاص المنافسة الأجنبية على اعتبار اتجاه الاقتصاد الوطني إلى الانفتاح، والاهتمام بمزاياها وإمكانياتها ومن أجل التعرف على كل ذلك عليها أن تلتزم بالقيام بتحليل البيئة التي تنشط فيها بشكل مستمر ودائم.

- ملحق الجداول والأشكال البيانية :

الشكل(1): نموذج القوى (1+5) للمنافسة



الشكل (2): سلسلة القيم ل Porter



الشكل(3): خلق الميزة التنافسية



المصدر: فيليب سادلر، (2008)، الإدارة الاستراتيجية، ترجمة: علا أحمد إصلاح، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، مصر، ص274.

الجدول رقم (01) : قياس ثبات الاستمارة

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
محور التحليل البيئي الخارجي	15	0.571
محور التحليل البيئي الداخلي	21	0.734
محور الميزة التنافسية	20	0.899
المجموع	56	0.900

المصدر: مستخرج من نتائج برنامج spss

الجدول رقم (02): إجابات مفردات العينة على محور التحليل البيئي الخارجي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	يوجد عدد كبير من المنافسين للمؤسسة في بيئتها الصناعية	3.93	0.70
2	تسعى المؤسسة باستمرار لمعرفة نقاط قوة وضعف منافسيها	3.93	0.96
3	الاستجابة السريعة لاستراتيجيات المنافسين عامل رئيسي لتطوير منتجات المؤسسة	3.80	0.67
4	لدى الزبائن ولاء تجاه العلامة التجارية لمنتجات المؤسسة	3.73	0.70
5	يركز الزبائن على مواصفات محددة متوفرة في منتجات المؤسسة	3.86	0.63
6	تعتمد المؤسسة على رغبة الزبائن وتوقعاتهم في تطوير منتجاتها	3.80	0.94
7	تتمتع المؤسسة بعلاقات استراتيجية مع الموردين	4.26	0.45
8	يوجد للمؤسسة إمكانية لتحقيق التكامل باتجاه الموردين	3.66	0.97
9	يملك الموردون قوة تفاوضية كبيرة تمكنهم من التأثير في منتجات المؤسسة	3.20	1.08
10	تضع المؤسسة حواجز أمام الداخلين الجدد للسوق الذي تنشط فيه	2.26	0.70
11	ترتقب المؤسسة دخول منافسين جدد لها	3.53	0.99
12	توجد منتجات من نوع آخر تلبى نفس الاحتياجات التي تلبىها منتجات المؤسسة	3.40	1.05
13	تشكل المنتجات البديلة تهديدا كبيرا على منتجات المؤسسة	3.26	1.22
14	تلتزم المؤسسة بتعليمات الهيئة العامة للمواصفات بما يخدم تحسين جودة منتوجاتها	3.80	0.67
15	تؤثر التشريعات الحكومية على قدرات المؤسسة في التوسع في استثماراتها	4.13	0.99

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (03): إجابات مفردات العينة على محور التحليل البيئي الداخلي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
16	تتمكن المؤسسة من توريد المواد الخام وفق احتياجات التصنيع	3.73	0.88
17	تتم عمليات استلام المواد الأولية بصورة جيدة	3.60	0.98
18	لدى المؤسسة أنظمة جيدة للرقابة على المخزون	4.00	0.37
19	تمتلك المؤسسة طاقة إنتاجية غير مستغلة يمكن استغلالها عند الحاجة	3.80	0.67
20	تمتاز المؤسسة بترتيب داخلي لتسهيلات الإنتاجية	3.46	0.63
21	منتجات المؤسسة تمتاز بجودة مناسبة	4.00	0.65
22	لدى المؤسسة منافذ توزيع متعددة لمنتجاتها	3.73	0.88
23	تقوم المؤسسة باستبدال الوحدات المباعة إذا كانت معيبة	3.80	0.94
24	تعتمد المؤسسة على بحوث التسويق في تطوير منتجاتها	3.20	1.20
25	تتبع المؤسسة إستراتيجية إعلانية تزيد من مبيعاتها	3.33	0.89
26	تقدم المؤسسة خدمات ما بعد البيع	3.46	1.81
27	تقدم المؤسسة المشورة لعملائها فيما يخص المنتوجات التي تقدمها	3.60	0.91

28	تحصل المؤسسة على احتياجاتها من وسائل الإنتاج في الوقت المناسب	3.66	0.97
29	تعتمد المؤسسة على خدمات الحاسب الآلي بشكل كبير	4.33	0.72
30	تعمل المؤسسة باستمرار على تطوير منتجاتها	4.33	0.48
31	تهتم المؤسسة بعملية تطوير منتجاتها	4.26	0.45
32	تمتلك المؤسسة نظاما جيدا للأجور	3.60	0.73
33	معظم العاملين بالمؤسسة ذوو مهارات عالية	3.33	0.81
34	تمتاز المؤسسة بانخفاض معدل دوران العمل	2.80	0.94
35	لدى المؤسسة أقسام (التمويل، الشؤون القانونية...)	3.86	0.63
36	لدى المؤسسة صورة عن نشاطها بعد 5 سنوات	2.93	0.96

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (04): إجابات مفردات العينة على محور أبعاد الميزة التنافسية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
37	تحقق المؤسسة اقتصاديات الحجم في نشاطها	3.40	0.50
38	تعمل المؤسسة على خفض تكاليف الترويج قدر الإمكان	3.66	0.61
39	تستخدم المؤسسة إستراتيجية خفض التكاليف لزيادة الحصة السوقية	3.40	0.82
40	تقوم المؤسسة بالتركيز على جزء محدد من السوق	3.06	1.09
41	تهتم المؤسسة بإضافة خصائص معينة للمنتج لتلبية لرغبات الزبائن	3.86	0.83
42	تراعي المؤسسة عند إنتاج سلعها مطابقة المواصفات الدولية	3.53	1.30
43	تستخدم المؤسسة مواد أولية عالية الجودة مهما ارتفعت أسعارها	3.06	1.22
44	تعتبر المؤسسة الجودة عاملا إستراتيجيا لزيادة حصتها السوقية	4.06	0.59
45	تستطيع المؤسسة أن تتكيف مع أي تغيير يطرأ على تصميم المنتج	3.53	0.74
46	لدى المؤسسة القدرة على تطوير منتجاتها بشكل سريع	3.40	0.91
47	تشجع المؤسسة عمليات الابتكار	3.66	0.89
48	تعتمد المؤسسة على الإبداع لزيادة حصتها السوقية	3.80	0.86
49	تهتم المؤسسة بسرعة الاستجابة لمتطلبات عملائها	3.86	0.63
50	للمؤسسة القدرة على إنتاج تشكيلة واسعة من المنتجات	3.13	1.12
51	تختار المؤسسة قنوات التوزيع على أساس سرعتها في التسليم	3.13	0.99
52	لدى المؤسسة سرعة في الاستجابة لمتطلبات الزبون	3.60	0.82
53	يساهم التحليل البيئي في تحقيق الكفاءة	3.66	1.04
54	يساهم التحليل البيئي في تحقيق الجودة	3.66	1.04
55	يساهم التحليل البيئي في زيادة الاهتمام بالإبداع	3.66	1.04
56	يساهم التحليل البيئي في زيادة الاستجابة لمتطلبات العملاء	3.73	1.03

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (05): اختبار الفرضية الأولى

المتغير	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابي	الانحراف
القيمة	9.581	1.761	14	0.000	3.6519	0.26350

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (06): اختبار الفرضية الثانية

المتغيرات المستقلة	المنافسين	الزبائن	الموردين	الداخليين الجدد	المنتجات البديلة	النفوذ السياسي
معاملات الارتباط	0.150	0.411	0.189	0.062	0.197	0.153
مستويات sig	0.296	0.064	0.250	0.414	0.241	0.293

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (07): اختبار الفرضية الثالثة

المتغيرات المستقلة	الامداد الداخلي	التسهيلات	الامداد الخارجي	التسويق	الخدمات	المشتريات	التطوير	الموارد البشرية	البنية التحتية
معاملات الارتباط	-0.056	0.579	0.423	0.890	0.776	0.279	0.457	0.281	0.535
مستويات sig	0.422	0.012	0.058	0.000	0.000	0.157	0.043	0.156	0.020

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات نظام spss

الجدول رقم (08): اختبار الفرضية الرابعة

الفرضية	إحصائية F	مستوى الدلالة	القرار
الفرضية الفرعية 01	0.301	0.593	الرفض
الفرضية الفرعية 02	1.456	0.272	الرفض
الفرضية الفرعية 03	2.650	0.128	الرفض
الفرضية الفرعية 04	4.230	0.041	القبول

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

الهوامش والمراجع:

¹ زكريا الدوري، د. أحمد علي صالح، (2009)، الفكر الاستراتيجي وانعكاساته على نجاح منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، ص87.

² كمال رويح، (2003)، دراسة مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية حول استخدام المعلومات الاستراتيجية، المجلة العربية للعلوم الادارية، العدد 2، كلية العلوم الادارية، جامعة الكويت، ص2.

³ Jean Michel Ribault, (2001), la veille stratégique, séminaire en PSTT cité in Laurent Harmel : " maitriser et pratiquer la veille stratégique", Ed AFNOR, p2.

⁴ د. بشار يزيد الوليد، (2010)، التخطيط الاستراتيجي، الطبعة الأولى، دار الياض للنشر والتوزيع، الأردن، ص75.

⁵ أ.د حسين مصطفى الهلالي، (2009)، التخطيط الاستراتيجي لتطوير أداء المؤسسة، السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص93.

⁶ طاهر محسن منصور الغالي، (2009)، إدارة واستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر، الأردن، ص309.

وانظر أيضا:

Éric de La Maisonneuve, (2008), Précis de stratégie, Dunod, Paris, France, p153.

- ⁷ عماري عمار-جامعة سطيف-، أ. الهاشمي بن واضح و أ. القرني بن عبد الرحمن-جامعة المسيلة-، (2006)، مداخلة بعنوان: أهمية التحليل البيئي في تقييم المؤسسات، الملتقى الوطني حول تقييم المؤسسات، سكيكدة، ص:2 .
- ⁸ بوهزة محمد، (2010)، التشخيص الاستراتيجي، محاضرات مقياس الإدارة الاستراتيجية، قسم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف.
- ⁹ خري عبد الناصر، (2005)، مرجع سبق ذكره، التشخيص الاستراتيجي، تخصص تسويق، جامعة سعد دحلب، البليدة، ص:11، (غير منشورة).
- ¹⁰ سعد غالب ياسين، (1999)، الإدارة الدولية: مدخل استراتيجي، دار اليازوري العلمية، طبعة1، الأردن، ص:65
- ¹¹ محمد الصيرفي، (2008)، التخطيط الاستراتيجي، الطبعة الأولى، مؤسسة حورس الدولية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص:183.
- ¹² Abdellatif Khamkham, (1986), la dynamique du contrôle de gestion, Dunod, Paris, p30.
- ¹³ عبد السلام أبو قحف، (1993)، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، المكتب العربي الحديث، القاهرة، مصر، ص 50.
- ¹⁴ نادية العارف، (2003)، التخطيط الاستراتيجي والعولمة، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص 84.
- ¹⁵ محمد أحمد عوض، (2004)، الإدارة الإستراتيجية (الأصول والأسس العلمية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص:100.
- ¹⁶ Fabienne Guerra, (2007), Pilotage Stratégique De L'entreprise, Edition De Boeck Université, Imprimé en Belgique, p52.
- ¹⁷ نبيل جواد، (2007)، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجد المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت، ص:141.
- ¹⁸ David Hussey, (1998), Strategic Management From theory to implementation, Butterworth-Heinemann, Fourth edition, Great Britain, p195.
- ¹⁹ نادية العارف، (2000)، الإدارة الإستراتيجية: إدارة الألفية الثالثة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، الدار الجامعية للنشر، ص:91.
- ²⁰ عبد السلام أبو قحف، (2002)، أساسيات التسويق، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ص:58 .
- ²¹ عبد السلام أبو قحف، (2002)، أساسيات التسويق، المرجع نفسه، ص:125
- ²² عبد السلام أبو قحف، (2002)، أساسيات التسويق، المرجع نفسه، ص:58.
- ²³ سعد غالب ياسين، (1999)، الإدارة الدولية: مدخل استراتيجي، مرجع سبق ذكره، ص:124.
- ²⁴ Gerry Johnson et autres, (2008), Stratégique, 8^{eme} édition, publié par Pearson Education ; France, p, p77-79
- ²⁵ محمد الصيرفي، (2008)، مرجع سبق ذكره، ص:185.
- ²⁶ أحمد ماهر، (1999)، دليل المدير خطوة بخطوة في الإدارة الاستراتيجية، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص، ص 77-83.
- ²⁷ بقة الشريف، ملتقى المؤسسة والمحيط، محاضرات السنة أولى ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف 1.
- ²⁸ بقة الشريف، المرجع نفسه.
- ²⁹ بقة الشريف، المرجع نفسه.

³⁰ خالد محمد بني حمدان، وائل محمد صبحي إدريس، (2007)، الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، الاردن، ص74.

³¹ احمد ماهر، (1999)، مرجع سبق ذكره، ص، ص111-117.

³² محمد أحمد عوض، (2004)، مرجع سبق ذكره، ص158.

³³ Steve Brown and others, (2005), Strategic Operations Management, Elsevier Butterworth-Heinemann, Second edition, great Britain, p14

"Value is the amount buyers are willing to pay for what an organization provides them ... creating value for buyers that exceeds the cost of doing so is the goal of any generic strategy. Value, instead of cost, must be used in analysing competitive position ..."

³⁴ د. محمد أحمد عوض، مرجع سبق ذكره، ص159.

³⁵ د. محمد أحمد عوض، المرجع نفسه، ص160-161.

³⁶ Philippe Deubel et autres, (2008), analyse économique et historique des sociétés contemporaines, Pears Education France, Paris, p278

³⁷ نيفين حسن شمت، (2010)، مرجع سبق ذكره، ص25.

³⁸ -M .porter، (1999)، l'avantageOP.cit، p، p 41-42.

³⁹ Ibid, p.42

⁴⁰ <http://lmdeco.moncontact.com/> تاريخ الاطلاع 2011/11/20

⁴¹ فيليب سادلر، (2008)، الإدارة الاستراتيجية، ترجمة: علا أحمد إصلاح، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، مصر، ص276.

⁴² أكرم احمد الطويل، رعيد إبراهيم إسماعيل، العلاقة بين أنواع الإبداع التقني وأبعاد الميزة التنافسية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، ص، ص 13-15، (بدون سنة)

وانظر كذلك:

شارلز. هل، جاريت جونز، (2001)، الإدارة الاستراتيجية (مدخل متكامل)، ترجمة: رفاعي محمد رفاعي، محمد سيد أحمد عبد المتعال، دار المريخ للنشر والتوزيع، الرياض، ص، ص 196-205 (الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية).

⁴³ محمود علي الروسان، (2007)، العلاقة بين الميزة التنافسية والتحليل البيئي، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الثالث والستون /2007، جامعة أربد الأهلية، الأردن، ص147.

The financial market environment: the new role of the central bank

L'environnement du marché financier : le nouveau rôle de la banque centrale

Mohammed BOUTOUBA
University of Relizane, Algérie
boutoubaamed@gmail.com

Najib BENSLIMANE
University of Relizane, Algérie
nadjib.bens@yahoo.fr

Abstract:

The consensus of the pre-crisis 2008 on the central bank's role is shredded because of the results of its strategies and levels of intervention, which inadvertently, created the conditions leading up to the current credit crisis. Unfortunately, when we turn to the economic orthodoxy for an opinion on what went wrong and how we can fix it we find there is not even an established framework by which we can discuss the issue.

This work paper aims to show how the central bank role (which is the epicenter of the financial system) has radically changed in order to respond to the current financial crisis constraints, focusing on the central banking before this crisis, secondly the new role of the central bank as a monitor of financial stability (not only a monetary one) with an action combined with its government to implement a growth and development strategy.

Keywords: new role of central bank, leaning strategy, cleaning strategy, macro-prudential regulation and supervision, financial stability.

Resumé:

Le consensus de l'avant crise de 2008 sur le rôle de la banque centrale est déchiqueté en raison des résultats de ses stratégies et ses niveaux d'intervention, qui, par inadvertance, ont créé les conditions qui ont mené à la crise actuelle du crédit. Malheureusement, quand nous nous tournons vers l'orthodoxie économique pour une opinion sur ce qui s'est passé et comment nous pouvons le corriger. Nous constatons qu'il n'est même pas un cadre établi par lequel nous pouvons discuter de la question.

Ce document de travail vise à montrer le changement radicale du rôle de la banque centrale (qui est l'épicentre du système financier) pour répondre aux contraintes actuelles de la crise financière, en se concentrant sur le rôle de la banque centrale avant cette crise, d'autre part, son nouveau rôle en tant que moniteur de stabilité financière (et non seulement de la politique monétaire) et ce en action combinée avec son gouvernement pour mettre en œuvre une stratégie de croissance et de développement.

Mots-clés : nouveau rôle de la banque central, Stratégie du Lean, Stratégie du nettoyage, la supervision et la réglementation macro-prudentiel, Stabilité financière.

Introduction:

Until the beginning of the second half of the twenty-first century's first decade, scientists and central banks had arrived to a consensus about most elements of monetary policy strategy and prudential supervision of the financial System. Then, starting in August 2007, the world was shocked by the description “once-in-a-century credit tsunami.” by Alan Greenspan, former Chairman of the Federal Reserve. The credit tsunami not only had strongly shaken the world economy, resulting in the most severe worldwide economic contraction since the Great Depression, but has also put in doubt the basic policy strategies used to manage the economy. However, with the collapse of Lehman Brothers bank in September 2008, the world of central banking changed forever. The worldwide financial crisis revealed that some of the basic assumptions related to the central bank consensus were no longer tenable, requiring a major rethinking on what the role of the central bank should be. As a necessity, a reformulation of the regulation and supervision of the financial system (macro-prudential regulation and supervision) clearly appear the risk of the entire financial system through a systems approach, rather than simply the level of risk at the financial micro-level (financial institutions), which represents a powerful political tool to support a stable economic growth.

1- The Friedman school and central banks :

The Efficient Market Hypothesis of Milton Friedman leads to only one conclusion is that central banks distorted financial markets and should be abolished. If markets are self-optimising, then free market forces should be allowed to set interest rates. Banks should be permitted to lend and borrow on whatever terms they deem appropriate, guided only by the market forces of the supply and demand for capital.

In an interview shortly before his death, Friedman was asked: ‘...would it be preferable to abolish the Fed entirely and just have government stick to a monetary growth rule?’. Friedman replied: ‘Yes, it’s preferable, and there’s no chance at all of it happening. (Reason magazine, 2006). Apparently, Friedman’s position on central banking looks radical.

Today’s economic orthodoxy parrots Friedman’s reverence of free markets, but does not apply his intellectual rigor in extrapolating what efficient markets imply about the role of central banking.

1.1- The conditions of the Efficient Market:

The most important condition for markets to operate efficiently is that they be left alone, free to operate without interference or manipulation. If market prices are pushed around and manipulated by external forces, for example by government interference, then the markets cannot be expected to behave as efficient markets should (Paul Woolley, 2010). In addition, we can summarize these conditions as follows:

1. Asset price bubbles do not exist; the prices of all assets are always correct;
2. Markets, when left alone, will converge to a steady equilibrium state;
3. That equilibrium state will be the optimum state;
4. Individual asset price movements are unpredictable;
5. However, the distributions of asset price movements are predictable.

1.2- criticisms to efficient markets friedman's view:

Many others think that financial markets as friedman's view cannot work well in the real world except by chance because:

1. There are many equilibrium;

2. Only one of them is Pareto efficient;

3. For all other equilibrium, the whims of market participants cause the welfare of the young to vary substantially in a way that they would prefer to avoid, if given the choice. (Farmer, Venditti, 2012).

2- The Keynes/Minsky school Hypothesis of Financial Instability:

Hyman P. Minsky developed an original business cycle theory based on a Financial conception of economic fluctuations, and more specifically, on the 'Financial Instability Hypothesis' (FIH) (Minsky, 1986). This theory is mainly based on the succession of two phases during the business cycle: first, a process of transition toward greater financial fragility of the economy which builds up in the expansionary phase; second, the transition from a financially fragile situation to a situation of recession and then of large amplitude economic crisis.

Minsky's commentators usually point out two central features characterizing his business cycle theory. First, his approach is considered as a continuation of the theory of economic fluctuations developed by Keynes in the General Theory (Keynes, 1973). Minsky indeed developed an approach where one could recognize the main themes developed by the Keynesian fundamentalists: the role of uncertainty and the behaviors it generates, the dynamic instability of market economies, the role of money and liquidity preference. The second often pointed out feature is the endogenous nature of his approach of fluctuations. For most commentators, the FIH is based on the behaviors of private economic agents which endogenously create processes of Financial and economic instability.

2.1- Central banks role according to Minsky's view:

In Minsky's approach, stabilizing economic activity, that is, setting new initial conditions in order to contain the amplitude of time series, is essentially the concern of the government, and of the central bank.

Minsky views budget deficits and interventions by the central bank as lender-of-last-resort as extremely effective instruments for stabilizing economic fluctuations. Even if full employment is not achieved, these instruments help to limit the drop in income and in liquidity during economic recessions and during the onset of a financial crisis.

The main purpose of this type of intervention is to offset debt-deflation phenomena or the different forms of financial instability that market economies experience. For Minsky these phenomena also emphasize the need for an extended interpretation of the role of lender of last resort. This is why he distinguishes three aspects of this type of intervention (Minsky, 1986). First, when funds are lacking in the money market (a situation generally synonymous with substantial falls in the value of the claims agents exchange for liquidity), the central bank must intervene by increasing the amount of money in circulation. Second, during the financial restructuring period that follows a crisis, the central bank must take care to favor recourse to long-term rather than short-term borrowing by acting accordingly on interest rates. Finally,

the central bank is responsible for guiding the development of the financial system, both through regulations and banking system surveillance, in order to restrain speculative banking (excessive reliance on liability management in particular).

The inclusion of the role of institutional mechanisms implies that Minsky's theory does not simply describe the cycle as an endogenous mechanical phenomenon, as a succession of phases of the following sort: increase of financial fragility → financial crisis → gradual return to more safe and sound finance.

A central bank takes interest in financial markets, in major part, because markets serve as allocators of capital. Capital is allocated productively in rational markets since prices which equal intrinsic values send correct signals as to where capital should be allocated. But capital is misallocated in bubbles, when prices deviate from intrinsic values. Free markets are best if they result in rational markets, but central bank intervention, such as popping bubbles, might be called for in markets which are not rational (Shefrin, Statman, 2011).

3- The monetary policy before the 2008 financial crisis:

The crisis poses serious challenges to the conventional, pre-crisis views and approaches of central banks and other financial supervisors.

3.1- Central bank role Before the Crisis:

The science of monetary policy had several implications for the strategy of monetary policy, some of which were generally agreed to by almost all central bankers and others which were accepted by most central bankers, but for which there was not complete consensus.

3.1.1- Flexible Inflation as a goal:

The monetary policy strategy that follows from the eight principles of the new neoclassical synthesis is referred to in the academic literature as "flexible inflation targeting" (Svensson, 1997). It involves a strong, credible commitment by the central bank to stabilize

inflation in the long-run, often at an explicit numerical level, but also allows for the central bank to pursue policies to stabilize output around its natural rate level in the short run.

Many central banks that have an independent monetary policy follow the general principles of flexible inflation targeting, they do have very different approaches to the communication strategy surrounding it. Some central banks have announced an explicit numerical inflation objective and treat it as a target and these are classified as full-fledged inflation targeters, while others are reluctant to be so explicit.

such as practical case, the Federal Reserve has arrived to a consensus decision to stabilize inflation, but was not being disposed to announce an explicit inflation objective. Instead, the Federal Reserve reports on the individual FOMC members' projection of inflation in the long-term under adequate monetary policy. In effect, the Fed provides the long-term inflation objective for each FOMC member, but has not requested that the members agree on a common objective for inflation. The Federal Reserve has therefore not yet espoused an inflation objective agreement, but it does not make belong to the inflation targeting camp. However, the FOMC members long-term inflation projections all are defined in a strict range between 1 ½ and 2%, and so they are not far from committing to a specific inflation objective and not very large modifications in their communication strategy would move them to the inflation targeting camp (Mishkin, 2008).

the European Central Bank was being disposed to announce an explicit numerical inflation objective, but are unfavorable to treat it as a target because they believe that this would not give them sufficient flexibility. They are reluctant to be classified as inflation targeters because they believe that the use of the word “target” might lead the public to expect them to hit the inflation targets too precisely or over too specific a horizon.

Central banks adhere to the eight principles of the new neoclassical synthesis and were ready to carry the same independent monetary policy to stabilize inflation in the long term, despite their different communicative strategic approaches. The role of reducing inflation and the output gap inter-temporally led to qualify a central bank of flexible inflation targeter, which is the qualification of the majority of central banks (Svensson, 2002).

3.1.2- Risk Management and Certainty Equivalence:

Temporal non-response-to-shock strategy of certainty equivalent of the optimal policy under the assumptions of the linear quadratic framework will disorient the optimal monetary policy from the role of risk management. Furthermore, when financial market participants and wage and price setters are relatively forward-looking, the optimal policy under commitment is characterized by considerable inertia, which is commonly referred to as gradualism. (Woodford, 2003).

A reasonable approximation of how the optimal monetary policy operates in relatively normal circumstances can be provided by a linear-quadratic framework, but the presence of a small risk brings up the lack of policy in this context. This is why central banks have conducted uncomfortably this policy under a certainty equivalence strategy. Linearity can not express all economic phenomena because of their dynamic behavior (Kim, Morley, and Piger, 2005). Secondly, the incidence minimizing of worst-probabilities can not be guaranteed by using a quadratic objective function

3.1.3- Financial Stability Policy and Monetary Policy: the Dichotomy

A serious negative impact on the economy resulted from a high financial disruptions were expected by central banks, even before the crisis. This is why many central banks had published monetary policy and Financial Stability Reports simultaneously to think about an eventual financial system threats. Nonetheless, the general equilibrium modeling frameworks at central banks did not incorporate financial frictions as a major source of business cycle fluctuations. This naturally led to a dichotomy between monetary policy and financial stability policy in which these two types of policies are conducted separately. Monetary policy instruments would focus on minimizing inflation and output gaps. It would then be up to prudential regulation and supervision to prevent excessive risk taking that could promote financial instability (Joon-Ho H. and all, 2011).

3.1.4- (Central banks - Asset Price Bubbles) debate: Leaning or Cleaning:

An active debate in central banks before the crisis focused on how central banks should respond to potential asset price bubbles. Because asset prices are a central element in the transmission mechanisms of monetary policy, the theory of optimal monetary policy requires that monetary policy responds to asset prices in order to obtain good outcomes in terms of inflation and output. Hence, the issue of how monetary policy might respond to asset-price movements is whether it should respond at all but whether it should respond over and above the response called for in terms of objectives to stabilize inflation and employment. Another way of stating the issue is whether monetary policy should try to pop, or slow the growth of possibly developing asset-price bubbles to minimize damage to the economy when these

bubbles burst? Alternatively, should the monetary authorities not respond directly to possible asset price bubbles, but instead should respond to asset price declines only after a bubble bursts to stabilize both output and inflation? These two positions have been characterized as *leaning* against asset price bubbles versus *cleaning* up after the bubble bursts and so the debate over what to do about asset price bubbles has been characterized as the “lean” versus “clean” debate (FREDERIC S . M, 2010).

Inappropriate investments can be resulted from asset prices' departure from fundamentals, and that can causes negative effects on the economy. In addition, big economic activity declines have followed bubbles bursting during economic history (Dupor, 2005).

before the crisis, economists and central banks thought that the use of a lean strategy led to slowing, stopping the bubble's growth or to have a less severe bursting of the bubble by raising interest rates, which would generate good outcomes and smallest economy damage. (Borio ,2002), and (White ,2004).

(Greenspan, 2002) was convinced that monetary policy should clean up after bubbles burst. There are several elements of this argument.

First, bubbles are difficult to detect, because the central bank does not have an informational advantage over private markets, to act before the formation of a bubble.

Second, Market participants expect high rates of return from buying assets, so the bubble can not be restrained by raising interest rates. bubbles are started from normal conditions to arrive to abnormal conditions, therefore ,this monetary policy tool can not work effectively.

Third, Monetary policy actions are a very blunt instrument, therefore it can't make differences between asset infected by bubble and the other one.

The bottom line from this analysis was that the cost of leaning strategy is very higher than the cleaning one. This monetary policy focuses on stabilizing inflation and employment and neglects the asset price bubbles.

Before the crisis, the cleaning strategy has a big influence on the central banking world; however, the prominent opposition is that of the Bank of England. It argued for raising interest rates more than could be justified in terms of the Bank of England's objectives for inflation over its normal policy horizon (Bank of England, 2004). it is convinced that the risks that high house-price appreciation and the rapid accumulation of household debt would be reduced by elevating interest rates which would lead to an abrupt adjustment process, with serious negative consequences for the economy. It extends the horizon over which inflation is brought back to target, in order to prevent a buildup of financial imbalances (King, 2004).

3.2- The role of central banks after the crisis:

The current financial crisis has revealed three primordial lessons which are essential for the central banks' future role in crisis prevention and resolution.

First, the financial instability accelerates the contagion risks, especially in financially integrated market (the euro area).

Second, the cleaning monetary policy has a high cost compared to the leaning one, because of the arbitrary materialization of financial instabilities which lead to intense recessionary that carry risks for medium-term price stability.

And third, the previous policy measures taken by both of national authorities and central banks were not enough to deal with the accumulation of risks and imbalances that didn't let possibility to keep the financial stability. As well as, the stable macroeconomic environment with stable prices is not a sufficient to let it.

Consequently, the post-crisis period requires a new role of central banks as stability guardians and crisis managers.

3.2.1- The future role of central banks: financial stability and supervision:

The importance of financial stability for central banks has been acknowledged in the European Treaty. The ESCB (*The European System of Central Banks*) shall contribute to the smooth conduct of policies pursued by the competent authorities relating to the prudential supervision of credit institutions and the stability of the financial system.(Article 127/5, European Treaty).

The ECB has already taken over some tasks in European macro-prudential supervision which was established with the European Systemic Risk Board (ESRB) in January 2011. The ECB is an integral part of the ESRB, providing analytical, statistical and administrative support. This is a clear recognition of the important role that central banks have gained over time in monitoring financial stability and the acquired stock of financial market expertise. In principle, the active use of macro-prudential policy could provide a new array of previous policy instruments which can lean against financial imbalances and asset bubbles.

The recent events in the crisis have revealed vulnerabilities in the monetary union, reflecting an incomplete financial architecture. Two prominent examples are the sudden and large reversals of financing flows and the degree by which banks and their own sovereign have become intertwined. Effectively, these developments endanger the financial stability in the euro area as a whole. Neither the financial resources of some member states nor the institutional framework proved adequate to solve the problems on the level of the member states. Therefore we are invited to rethink elements of the financial architecture at the European level, including the tasks of the central bank.

A future European financial architecture will include a fully-fledged financial market union which rests on three pillars.

-First, a banking supervisory authority with sufficient instruments and competencies to implement on a level playing field the regulatory framework. This authority should in particular have the competence to order the closure and the resolution of non-viable institutions. The resolution of non-viable banks should no longer be a rare exception. For that, the best example is the 464 banks that were closed in USA since 2008.

-Second, a resolution authority and a coherent regulatory framework for the resolution of systemically important banks. The costs of a resolution shall ultimately be borne by a fund. This fund needs to be financed by the financial sector itself to unwind systemically relevant financial institutions without relying on public finances and ultimately taxpayers' money.

-Third, deposit insurance should be organized or at least further harmonized.

The banking supervision can only work efficiently if it has access to the relevant information, for example on the deposits. It can only act effectively if it has the adequate instruments in its toolbox, such as the closure of a non-viable bank.

However, there is several conditions should be fulfilled:

-Firstly, any new task in banking supervision may not prejudice price stability as our primary objective. Monetary policy and banking supervision have to be kept separate. This calls for separate decision making bodies within the institution. 14 out of 17 national central banks in the euro area engage in banking supervisory today already without any negative impact on their monetary policy mandate.

-Secondly, the Central Banks' independence may not be impaired by the new task. Monetary policy by definition is independent. Banking supervision by its very nature is not. It must be subject to parliamentary and judicial control. We're open to this request to show accountability to the parliament and the council of ministers.

-Thirdly, the Central Banks must be equipped with all instruments it needs to perform banking supervision effectively and efficiently. The Central Banks will only engage in banking supervision if it gets a comprehensive tool box.

The implementation of a banking supervision is closely linked to the possibility of direct banking recapitalization via a technological database system (like the ESM: European Stability Mechanism) in the future and should not least therefore be advanced without undue delay. However, the task is complex and banking supervision in itself is too important to present solutions under time pressure that will not work in practice. We should therefore take the time it takes to get it right.

3.2.2- Real economy, financial stability and monetary policy:

Having reviewed the additional tasks that central banks are asked to take over, a question regards the implications for the practice of monetary policy. The crisis has clearly demonstrated how essential financial stability is for the effective conduct of monetary policy. Financial market developments have always been an integral part of monetary policy considerations and have influenced the design of non-standard measures. However, monetary analysis and financial market analysis should play an even greater role for the conduct of monetary policy – particularly with regard to financial imbalances and financial fragilities. There are three main areas to incorporate the lessons from the crisis.

First, the world is faced with the fact that the smooth functioning of the financial sector is key for macroeconomic outcomes and monetary policy transmission. We saw that adverse financial conditions can have strong and impairing effects on the effectiveness of monetary policy. Academia and central banks have already taken up this research agenda and macroeconomic models and monetary policy assessments are refined in that regard. For instance, the work by Cúrdia and Woodford (2010) has provided an important advancement by introducing central bank balance sheet considerations into the New-Keynesian framework. Corsetti *et al.* (2012) complemented this with interlinkages between the sovereign and the real economy. Moreover, many new modeling approaches now account for liquidity and credit constraints in macroeconomic models. Still, the links and the channels between the financial sector, the real economy and their ultimate impact on output and inflation still leaves many questions open addressed for central bankers and academics.

Second, the two-pillar monetary policy strategy foresees that we take into account monetary and credit developments – particularly to ensure a medium- to long-run orientation. Over time monetary analysis at the Central Banks has been continuously refined and deepened. In the crisis it was crucial to better gauge short-term risks from financial flows and imbalances. And also in the future, its scope and methodology needs to be kept continuously

updated. In particular, the analysis should encompass not only a detailed understanding of banks' behavior, but also developments in the shadow banking sector as provider of private sector liquidity. In order to conduct these types of analyses detailed data on financial intermediaries and their transactions is crucial.

And third, a flexible framework to implement monetary policy has allowed us to react swiftly to the instabilities during the crisis. In fact, most of non-standard measures have focused on providing adequate liquidity to financial institutions and did not require changes to operational framework. The adjustments were merely on the parameters of the existing framework.

Yet, the provision of liquidity by central banks needs to be linked to a clear assessment of solvency of the counterparties. Only by being able to distinguish solvent from insolvent financial institutions can central banks continue to fulfill their mandate of being lenders of last resort to the financial system. Detailed information on the health of financial institutions and the capacity of the central bank to resolve insolvent banks would ensure that liquidity provision is kept to the circle of solvent banks.

3.2.3- Financial instability:

The present crisis is a new reminder of the inadequacy of the theoretical framework of the gap between conventional theory – based on the hypothesis of efficiency, rationality, neutrality and self-regulating market mechanisms – and actual experience.

The most developed countries of the world are shocked because at the epicenter of the crisis are the most sophisticated and “deep” financial systems of them. Thus, financial dysfunction can no longer be attributed to underdeveloped financial institutions or governance shortcomings, which were commonly considered to be the cause of the repeated financial crises in developing and transition economies in the 1980s and 1990s. There is now increasing recognition of the need to reintroduce the notion of financial instability in the theoretical framework (Borio, 2013; Blanchard, 2013). The causes of the repeated financial crises lie in the very nature of finance, because they have followed fairly similar patterns, regardless of where and when they have occurred. The intrinsically stable supposed markets are not destabilized by the External shocks and occasional mismanagement which may accentuate financial vulnerability or trigger a financial crash (Reinhart and Rogoff, 2009). The goods markets, where suppliers and purchasers are clearly distinct and where some material factors (e.g. productivity, costs and stocks) set limits to price movements. In financial markets, such limits are much scarcer or simply do not exist. It's not the case for the financial markets that do not function like the goods markets, which produced this recurrent financial instability (Aglietta and Brand, 2013). Unlike in other markets, most agents can be buyers as well as sellers in financial markets. This may lead to “manias”, when most investors anticipate price increases and buyers outnumber sellers, followed by “panics”, when prices are expected to fall and buyers disappear from the market. On financial markets, unlike other markets, rising prices encourage – rather than discourage – demand for financial assets, and the opposite is true when demand is falling, thus leading to overshooting. Investors can maximize their gains by incurring debt: when the expected gains are higher than the cost of the debt, higher leveraging increases the ratio of profits to capital. If borrowers are able to provide collateral in the form of financial assets that are rising in price, lenders will be willing to meet their demand for credit. And as that credit is partly used for buying more financial assets, their prices will continue to increase, thereby feeding back the whole process and inflating a speculative bubble. In other words, there is a close correlation between credit supply and demand: they both grow in parallel during expansionary phases and validate the

increase in asset prices, with no endogenous adjustment forces in the financial markets to stop the process (Aglietta and Brand, 2013).

The perception that financial markets are inherently unstable and potentially irrational challenges the orthodox view that they are essentially not only stable and efficient themselves, but also help to stabilize the economy as a whole. In that view, access to credit is supposed to smooth expenditure, as non-financial agents can borrow during bad times and repay their debts during good times. Financial markets are therefore seen as playing a countercyclical role.

3.2.4- Credit for Money:

The higher fixed capital formation can not be only linked to savings, which can lead to the idea of the importance of the provision of credit compared to the money one. (Stiglitz, 2013). Credit expansion creates deposits, and consequently money, and not the other way around.

This contrasts with the monetarist tradition that assumes that “high-powered money” issued by central banks determines the amount of credit and other monetary aggregates – an assumption that has been invalidated by recent experience, which shows how massive money creation by a central bank can have little, if any, impact in terms of increasing credit to the private sector. More importantly, by focusing excessively on the quantity of money, economists and monetary authorities have given less importance to how it should be utilized. Money is not neutral, in particular because it is not distributed evenly among all economic actors when it is created. Oversimplified monetarist views of monetary creation miss this essential point, and yet the view of Cantillon and Wicksell and others is the opposite.

3.2.5- Central banks remit broadening:

The broadening of central banks remits as well as the diversification of the types and the number of the instruments which they should be used, including for macro-prudential regulation and for keeping track of what is being financed in the economy, and policy coordination between central banks and other economic authorities help to achieve the goal of financial stability. All this requires a reassessment of the idea that central banks must maintain their independence (Blanchard, 2013). The rationale for their independence was to keep them free from political pressures as they implemented their (supposedly) technical responsibility of controlling inflation. Even in cases where their mandate was limited to one single goal (monetary stability) with one single instrument (policy interest rates), their “technical” nature was debatable. With the progressive broadening of their mandate and their use of more instruments (already under way), they have assumed wider responsibilities in a comprehensive approach to macroeconomic and financial policy.

The current financial crisis revealed the need to have another look at the role of central banks, as well as the concept of their “independence” to guarantee the sole task of ensuring stability of prices of goods and services. This need has never been more evident than during this crisis. The crisis obliged central banks to take more and more unconventional measures, which highlighted the gap between the theoretical basis for the concept of central bank independence and the need, derived from experience, to involve the monetary authorities in efforts to stabilize financial markets in the interests of the economy as a whole. The **traditional** view holds that the private financial sector is efficient, even to the extent of being able to ease the impact of shocks on the real economy. The assumptions that financial institutions always have correct information about current and future economic developments,

and that the government mismanagement leads to financial crises, were the reason-base to exclude the possibility of mismanagement by financial institutions and markets. The Central bank independence from government did not prevent the financial crisis, as it is confirmed by the present crisis which has turned that hypothesis upside down, as it was caused by the private sector. as a consequence, the central banks must combine their action with their governments, in order to response to the crisis, and giving help to financial institutions considered “too big to fail” in order to arrive to financial rescue of them.

A further step forward would be to accept that central banks must play an active role in the implementation of a growth and development strategy. Monetary stability, in the sense of price stability, is insufficient to secure stable financial conditions for the real economy. Moreover, financial stability depends on the performance of the real sector of the economy, because, in severe crisis situations, banks have tended to accumulate non-performing loans and eventually fail. Thus, supporting economic growth should not be considered merely a supplementary responsibility of central banks; it constitutes the very basis of financial and monetary stability.

Conclusion:

The current financial crisis requires some fundamental reviewing about the detailed elements of monetary policy strategy. It is now recognized that the financial sector plays a very prominent role in the macro economy and makes it highly nonlinear at times. This requires that we abandon the linear-quadratic framework for defining how to conduct monetary policy when there is a financial disruption. There is now a very important case for a risk management framework that factors in tail risks that can produce very adverse outcomes for the economy. There are policy options that can complement traditional tools of bank regulation and the tools of monetary policy in reining in the excesses in the financial system. Macro-prudential policies aim to constrain excessive growth in lending during booms, and thereby attain both a more viable long-term growth in lending. So, monetary policy is to lean against credit bubbles (but not asset-price bubbles per se), rather than just cleaning up after the bubble has burst. Using monetary policy to contribute in realizing the financial stability goals and research on the best credit conditions monitoring so that its decisions to use monetary policy to restrict excessive risk are based on the correct information will be the priority for research in the future. The financial crisis has made it clear that the interactions between the financial sector and the aggregate economy imply that monetary policy and financial stability policy are strongly interfered. To facilitate that and in addition to the new macro-prudential regulation and supervision (as it is suggested by the bank of England), the central bank should orient commercial banks to finance sectors of the real economy, in action combined with its government to implement a growth and development strategy.

Notes and References:

Books:

- 1- Paul Woolley, Why are financial markets so inefficient and exploitative – and a suggested remedy , THE Future of finance And the theory that underpins it, The LSE Report, London School of Economics and Political Science. (2010).
- 2- Hersh Shefrin, Meir Statman, Behavioral Finance in the Financial Crisis: Market Efficiency, Minsky, and Keynes, Santa Clara University, USA. (November 2011),
- 3-Minsky H.P. Stabilizing an Unstable Economy, Yale University press, New Haven. (1986),
- 4- Svensson, Lars E.O. “Monetary Policy and Real Stabilization”, in Rethinking Stabilization Policy, Federal Reserve Bank of Kansas City Jackson Hole Symposium, (2002), pp 261-312.
- 5- Woodford, Michael, *Interest and Prices: Foundations of a Theory of Monetary Policy*. Princeton: Princeton University Press, (2003).

- 6- Curdia, Vasco and Michael Woodford, "Conventional and Unconventional Monetary Policy," Federal Reserve Bank of St. Louis *Review* (July/August) (2010), pp229-264.
- 7- Aglietta M and B rand T, Un New Deal pour l'Europe. Paris, O dile Jacob, (2013).

Review:

- 3- Farmer, Roger E A, Carine Nourry and Alain Venditti, "The Inefficient Markets Hypothesis: Why Financial Markets Do Not Work Well in the Real World", CEPR Discussion Paper No. 9283. (2012).
- 6-Keynes, J.M. The General Theory of Employment, Interest and Money, 1936, reprinted in The Collected Writings of John Maynard Keynes, Vol. VII, Mac Millan, London. (1973).
- 7- Svensson, Lars E.O. "Optimal Inflation Targets, 'Conservative' Central Banks, and Linear Inflation Contracts," *American Economic Review*, vol. 87 (March, 1997), pp 98-114.
- 11- Kim, Chang-Jin, James Morley, and Jeremy Piger "Nonlinearity and the Permanent Effects of Recessions," *Journal of Applied Econometrics*, vol. 20 (no. 2), (2005), pp. 291-309.
- 12- Dupor, Bill (2005). "Stabilizing Non-fundamental Asset Price Movements under Discretion and Limited Information," *Journal of Monetary Economics*, vol. 52 (May), pp. 27-47.
- 13- Borio, Claudio, and Philip Lowe, "Asset Prices, Financial and Monetary Stability: Exploring the Nexus," BIS Working Paper 114 (Basel: Bank for International Settlements, July 2002).
- 15- Greenspan, Alan, "Opening Remarks," Federal Reserve Bank of Kansas City Economic Symposium *Rethinking Stabilization Policy*, (2002), pp1-10.
- 16- Bank of England, MPC Minutes, January, p 8; March, p 9; April, p 9; and August, (2004), p 9.
- 21- Reinhart C and Rogoff K, This Time is Different. Eight Centuries of Financial Folly. Princeton, NJ, (2009). Princeton University Press.
- 24-Joon-Ho Hahm, Frederic S. Mishkin, Hyun Song Shin, and Kwanho Shin, Macroprudential Policies in Open Emerging Economies, ASIA'S Role in the Post-Crisis Global Economy, Asia Economic Policy Conference, south KOREA, 2011.
- 25-Frererics . M, Monetary Policy Strategy, 6th ECB Central Banking Conference, Frankfurt, November 18-19, 2010.

Website:

- 1- Reason magazine "Can we Bank on the Federal Reserve" November 2006, <http://www.reason.com/news/show/38384.html>.
- 8- Mishkin, Frederic S. A Whither Federal Reserve Communication, a speech delivered at the Peterson Institute for International Economics, Washington, DC, (July 28, 2008) (www.federalreserve.gov/newsevents/speech/mishkin20080728a.htm)
- 14- White, William; "Making Macroprudential Concerns Operational," speech delivered at a Financial Stability Symposium organized by the Netherlands Bank, Amsterdam, October 26 (2004)., www.bis.org/speeches/sp041026.htm.
- 17-King, Mervyn, Remarks made in a panel discussion on Alan Greenspan's speech on Risk and Uncertainty in Monetary Policy delivered at the American Economic Association Annual Meeting in San Diego, January (2004), www.bankofengland.co.uk/publications/speeches/2004/speech209.pdf.
- 19- Borio C, Macroeconomic and the financial cycle: Hamlet without the Prince? Voexu, 2 February (2013).; available at: www.voxeu.org.
- 20- Blanchard O, Rethinking macroeconomic policy. Voexu, 9 May (2013). www.voxeu.org.
- 23- Stiglitz J, The lessons of the North Atlantic crisis for economic theory and policy. Voexu, 9 May (2013), available at: www.voxeu.org.

Climat des IDE et le marché du travail au niveau du monde réalité et perspective

Climate of the IDE and the labor market at the international level reality and Prospect

Abdelkader GUENDOZ
Faculté des sciences
économiques
Centre universitaire de Bechar
guendouz_abd @ yahoo.fr

Zahira BEDJAOUI
Faculté des sciences
économiques
Université de Tlemcen, Algérie
bedjaoui.zou@ gmail.com

Leila KHAOUANI
Faculté des sciences économiques
Université de Tlemcen, Algérie
lilas_kh101@ yahoo.fr

Résumé :

Aujourd'hui les investissements directs étrangers sont en plein dynamisme. D'une zone à l'autre, le constat est fait. Les entreprises s'internationalisent de plus en plus, tout en franchissant de nouvelles frontières ; De nombreux pays mettent en œuvre des politiques d'une très grande ampleur pour s'y adapter. Cet article a pour objectif de nous éclairer sur l'évolution mondiale des IDE, leurs enjeux, leurs perspectives, les expériences et les politiques de quelques pays, leurs impacts et de déterminer quelques mesures à prendre en matière de politique économique et d'emploi.

Mots-clés : flux IDE, destinations des IDE, provenances des IDE, marché du travail, création de l'emploi.

Abstract:

Today foreign direct investments are in full dynamism. From one area to another. The observation is made. Companies are becoming more and more internationalized, while crossing new frontiers. Many countries implement a number of policies to be adapted to this. The aim of this article is to enlighten us on the global changing of FDI, their issues, their perspectives, the experiences and policies in some countries, their impacts and to determine some measures on economic policy and employment.

Keywords: flow IDE, destinations of FDI, sources of FDI, labor market, creation of employment.

Introduction :

Depuis quelques décennies, la mondialisation l'engagement de quelques pays à la privatisation on fait que plusieurs pays se sont dirigés vers les investissements directs étrangers.

L'action gouvernementale estime, par le biais de ces investissements, apporter une prospérité à l'activité économique, améliorer la compétitivité des entreprises tout en augmentant leur nombre, accroître l'offre d'emploi ce qui permet la diminution du chômage et par la suite la réduction de la pauvreté.

Plusieurs auteurs (comme Caves, Dunning, Graham et Krugman) conçoivent les IDE comme facteur qui peut : fournir aux pays d'accueil des ressources spéciales, le savoir-faire, l'accès à des réseaux internationaux de production et de distribution, transférer de la technologie, et enfin accroître la formation du capital et la création d'emplois ¹.

De ce dernier effet, les pays sous-développés peuvent développer leur marché de travail, en attirant plus d'IDE, ce qui demeure une opportunité à saisir. Toutefois, le marché de travail dans ces pays connaît des distorsions et des rigidités, pouvant constituer des contraintes et entraves freinantes pour un maximum de profit, éventuellement tiré des IDE.

Les questions que nous nous posons sont:

Est- ce que les IDE peuvent contribuer au développement économique et à la promotion du marché du travail ?

Cette contribution est-elle la même pour tous les pays ?

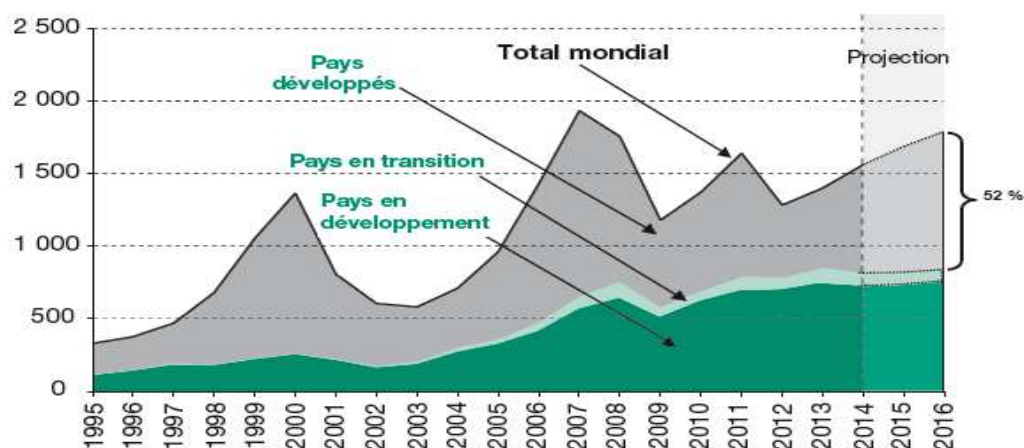
Le but de cet articles est de :

- contribuer à l'amélioration des connaissances sur les conditions de promotion des investissements directs étrangers ;
- de faire le bilan des investissements directs étrangers mondiaux;
- de dégager les facteurs qui expliquent la faiblesse des investissements directs étrangers dans certains pays ;
- de montrer leur impact sur la création de l'emploi.

1- Les flux des IDE, vue d'ensemble

De 1980 à 2005², les flux des IDE dans le monde sont passés de 55 271,9913 millions de dollars US à 916 276,6 ; soit une augmentation de plus de 86 1004 millions de dollars US. En 2005 elles ont augmenté de 29% contre 38% en 2006 (1306 milliards de dollars). Cette augmentation a été largement le fruit de la libéralisation des échanges et des investissements, ainsi que de l'évolution des technologies de l'information et de la communication.

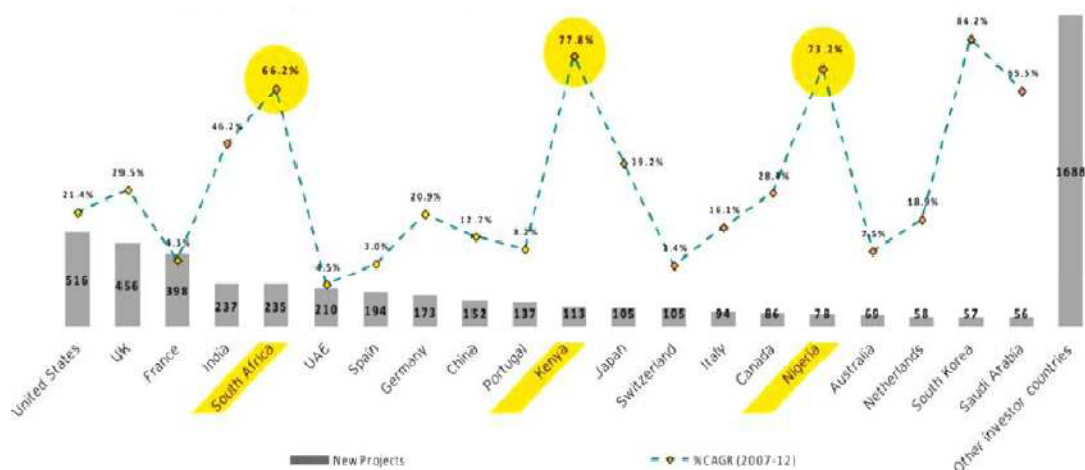
Figure 01 : Entrées d'IDE à l'échelle mondiale et par catégorie de pays 1995-2013 et projection 2014-2016(En milliards de dollars)



Source: Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble. CNUCED 2014.

Mais ces résultats enregistrés dans de nombreux pays (développés, en développement et les pays en transition de l'Europe), vont être perturbé par la crise de 2007. En effet les parts vont transmuter : la part d'investissement des pays en développement et en transition va atteindre 48% en 2008, par contre celle des pays développées ce voit baissé (29% pour 2008 contre 45% en 2006). En dépit de la crise les IDE vont atteindre consécutivement pour les années 2010, 2011, 2012,2013 : 1240, 1500, 1350,1450 milliards de dollars. (Voir graphe N°01). Ces pays en développement on pu résister à la crise de 2007 qui a sévit au fait que leur système financiers était moins emmêlés au système bancaire des pays développés.

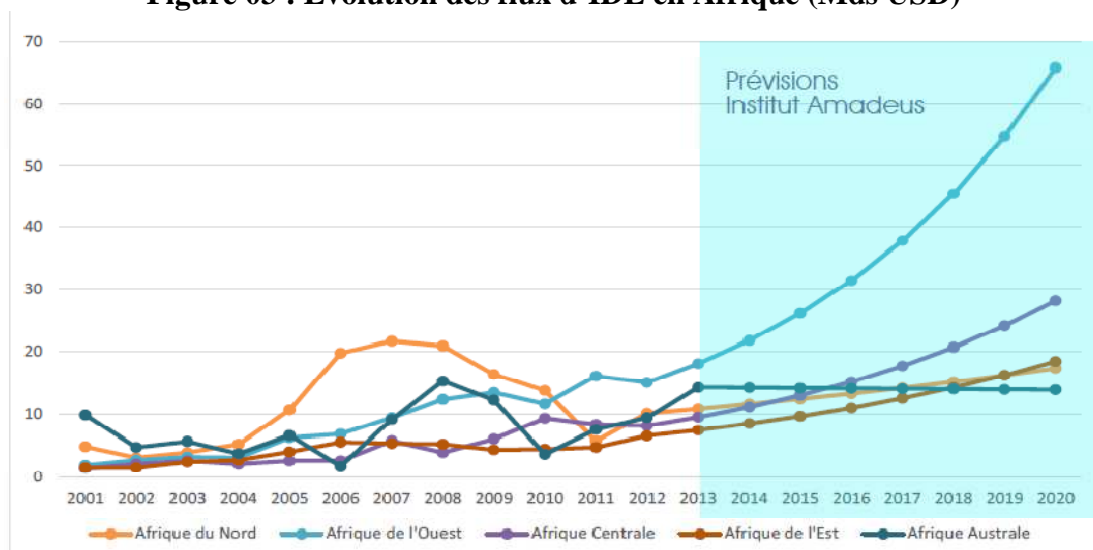
Figure 02 : Evolution des projets IDE par pays (2007-2012)



source : fdi Markets, Ernest & Young Analysis

Les IDE entrants pour les économies du continent africain ont atteint le seuil de 30% soit 671,958 millions de dollars US en 2005, alors qu'ils étaient de 400,351885 en 1980. En 2006 ils ont doublé atteignant 36 milliards de dollars pour ensuite atteindre 53 milliards de dollars en 2007. Malgré la crise les investissements à destination de l'Afrique ont augmenté de 63%.

Figure 03 : Evolution des flux d'IDE en Afrique (Mds USD)



Source : Estimation et prévisions Institut Amadeus : données CNUCED 2012

Les flux d'IDE à destination de l'Afrique sont tombés de 72 milliards de dollars EU en 2008 à 59 milliards de dollars EU en 2009, soit une baisse de 19 % par rapport à 2008, en raison de la crise financière et économique. En 2009, la part de l'Afrique était à de 5,27%, contre 27% pour l'Asie.

La majeure de cet IDE est affectée à l'exploitation des ressources naturelles (projets pétroliers, gaziers et miniers).

Malgré ce taux, les investissements en Afrique restent supérieurs à ceux qui ont précédé le pic de 2008. Mais après ce recul les IDE ont repris en 2012 puisqu'ils s'estiment à 49.7 Milliards USD soit une hausse de 16%.

Selon une étude faite par Africa Attractiveness Survey d'Ernst & Young 2013, auprès de 500 chefs d'entreprise, 86 % des répondants qui ont une présence établie sur le continent pensent que l'attractivité de l'Afrique en tant que lieu pour faire des affaires continuera à augmenter. Ils ont classé l'Afrique seconde destination d'investissement après l'Asie.

Pour cette dernière c'est l'optimisme des chefs d'entreprises, l'amélioration du climat d'investissement et les efforts de libéralisation qui ont fait d'elle la principale destination des investissements directs étrangers. En Asie par exemple, le montant de flux des IDE en destination des pays en développement était de 199 553,637 millions de dollars US en 2005, contre seulement 662,682076 millions de dollars US pour 1980. Ils atteindront 249 milliards de dollars en 2007. L'Asie reste la première région d'accueil de l'investissement étranger direct (IDE) au niveau mondial, puisqu'elle reçoit près de 30 % des flux d'IDE mondiaux, d'après le *Rapport sur l'investissement dans le monde 2014* de la CNUCED. Le total des flux d'IDE à destination des pays en développement d'Asie (à l'exception des pays d'Asie occidentale) s'élevait à 382 milliards de dollars des États-Unis en 2013, soit 4 % de plus qu'en 2012.

D'autres organisations au niveau régional ANIMA (réseau euro-méditerranéen d'agences de promotion de l'investissement) font le diagnostic des évolutions en matière des IDE au niveau euro-méditerranéen.

Selon cette entité, les pays MEDA-10 (Algérie, Chypre, Egypte, Israël, Liban, Maroc, Autorité Palestinienne, Syrie, Tunisie, Turquie) ont réalisé des résultats assez considérables en termes de montants annoncés. De 13738 millions USD en 2003, les flux IDE ont touché le seuil de 57595 millions USD en 2006. La Turquie, Israël et l'Egypte, chapotent la liste des pays de la région avec 46296 millions USD en 2006.

Mais Les IDE vont diminuer pour quelques pays du Med, vue la situation politique de certains pays comme l'Egypte, la Tunisie et la Syrie et la Lybie Voir Tableau N° 01 et 02 :

Tableau 01 : Flux des IDE entrants pour chaque pays Med (Millions USD) 2001-2007

Région/pays	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Algérie	1 196	1 065	634	882	1 081	1 795	1 665
Egypte	510	647	237	2 157	5 376	11 578	11 600
Israël	3 562	1 651	3 901	2 002	4 881	14 729	9 998
Jordanie	180	122	443	816	1 774	3 219	1 835
Liban	1 451	1 336	2 977	1 993	2 791	2 739	2 845
Maroc	2 808	481	2 314	895	1 653	2 450	2 577
A. Palestine	19	9	18	49	47	19	21
Syrie	110	115	180	275	500	600	885
Tunisie	7242	2278	1283	1540	7281	477	7 028
Turquie	3 352	1 133	1 751	2 785	10 031	19 989	22 029
Med 10	20 430	8 837	13 738	13 394	35 415	57 595	60 483
Libye	-113	145	143	357	1 038	2 013	2 541

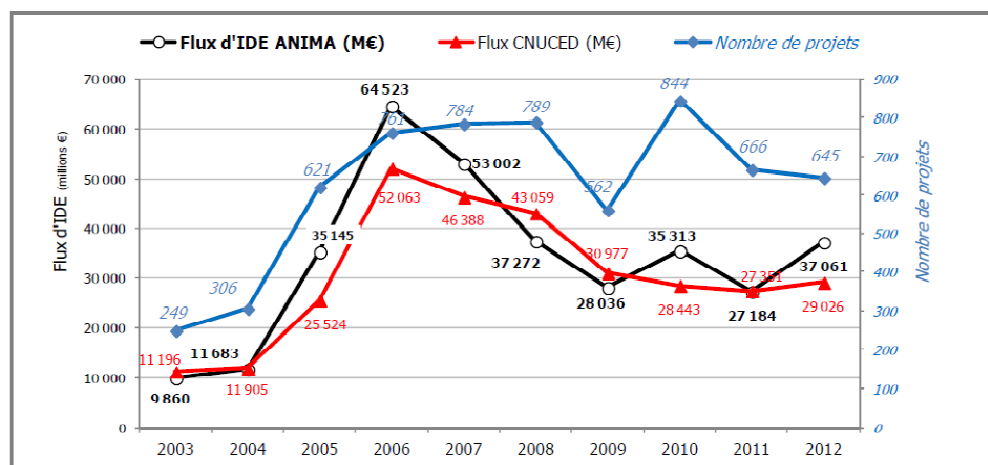
Source : Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble. CNUCED 2008.

Tableau 02 : Flux des IDE entrants pour chaque pays Med (Millions USD) 2008-2012

	Investissements Directs Etrangers en Millions de Dollars				
Années	2008	2009	2010	2011	2012
Maroc	2487	1952	1574	2568	2836
Egypte	9495	6712	6386	-483	2798
Soudan	2601	1816	2064	2692	2466
Tunisie	2759	1688	1513	1148	1918
Algérie	2593	2746	2264	2571	1484
Lybie	3180	3310	1909	-	-
Afrique du Nord	23114	18224	15709	8496	11502
Afrique	58894	52964	43582	47598	50041

Source : Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble. CNUCED 2013.

Pour l'année 2012 nous remarquons une légère hausse, il passe de -483 (2011) pour l'Egypte à 2798 Millions USD (2012). Globalement les IDE pour les pays Med passent de 64590 Millions USD en 2011 à 73045 millions USD en 2012.³

Figure 04: Evolutions des montants et nombre de projets d'IDE annoncés (2003-2012)

Source : ANIMA-MIPO et CNUCED convertis en €

Mais cette reprise est surtout due aux investisseurs Russes, indiens, chinois. Selon le rapport fait par la CNUCED 2013, la Chine est la 2ème destination des flux d'IDE dans le monde. C'est l'un des pays les plus attractifs pour les compagnies transnationales pour ces deux dernières années 2013-2015. Après avoir chuté en 2009 sous l'effet de la récession mondiale, les flux d'IDE sont repartis à la hausse puisqu'en 2013, les IDE réalisés ont augmenté de plus de 5% en valeur par rapport à 2012.

Par contre la part des investisseurs Européens s'est vue restreinte de 45% à 26% de la part des marchés.⁴

Cette retraite est une erreur stratégique, car la Méditerranée présente des avantages tels que : la proximité des marchés qui croissent plus vite que ceux de l'Europe, une main d'œuvre qualifiée et compétitive, un accès à des sources d'énergie variées, un positionnement au cœur d'un tiers des routes commerciales maritimes et des marchés considérables en matières d'opportunités.

Quant à l'Algérie, elle affiche de bons résultats pour les années 2008 à 2011 par rapport aux années précédentes⁵. Puisque pour les années 2003 à 2007 ils variaient entre une fourchette de 634 à 1665 Million USD, par contre pour les années 2008 à 2011 nous remarquons une légère remontée ils atteignent 2593 en 2008 contre 2571 millions USD en 2011. Par contre pour 2012 ils s'ajustent à 1484 millions USD, ils ont diminué de -42% par

rapport à l'année 2011. Cette baisse est imputable à un climat d'affaire mondial défavorable pour les IDE, puisque ces derniers ont baissé de -18.2% à l'année 2011. Mais malgré cette baisse les stocks d'IDE en Algérie ont progressé fin 2012 (+7% par rapport à 2012). Voir tableau suivant :

Tableau 03 : Evolution du stocks d'IDE en Afrique du Nord (MUSD,2007-2012)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Part dans le total régional en 2012
Algérie	11606	14199	6945	19209	21780	23264	11.8%
Total régional	134850	153224	171937	184902	186656	196818	100%

Source : Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble : CNUCED 2013.

Ces IDE se font par le biais des Firmes multinationales ; ces dernières se développent d'une manière ahurissante par l'implantation de filiales un peu partout dans le monde. Beaucoup des économistes vantent les effets bénéfiques des IDE grâce à ceux que peuvent permettre les nouveaux capitaux en matière de technologie, de nouveaux marchés, le développement local. Mais que peut-on dire des répercussions de ces IDE sur les marchés de travail ? Sont-ils vraiment bénéfique pour les pays d'accueil ?

2- IDE-Création d'emplois Des opportunités avec prudence

Les gouvernements se forcent à mettre en place des nouvelles politiques et d'adapter les dispositifs (déjà existant) pour faire venir les IDE, ceci pour les différents avantages qu'ils représentent. La création d'emplois demeure un des objectifs les plus ciblés.

Aux Etats-Unis, la présence des firmes multinationales d'origine européenne a résulté 4, 3 millions de salariés, avec 600 000 pour les entreprises françaises.⁶

A leur tour, les IDE américains en Europe ont généré un résultat très proche, avec 4,2 millions d'emplois créés, ce qui représente 43 % du total en 2002. Ainsi, les implantations américaines en Europe engendrent des emplois d'un rythme très impressionnant, soit une moyenne de plus de 40 000 emplois par an, pour la période 2002-2005.

Pas loin de ce continent, la rive sud de la méditerranée demeure très loin de ces performances. Les records en matière de création d'emplois, sont au seuil de 2000 dans les pays du Maghreb. En 2004, le Maroc était premier concernant l'absorption de la main-d'œuvre à travers les IDE. En 2010 plus de 175 000 emplois directs (contre 93 000 en 2009) qui ont été créés par les IDE et plus près de 585 000 emplois indirects.

Cependant, et en comparaison avec les autres résultats de la région, ce constat peut être qualifié d'exceptionnel. A titre d'exemple, le plus haut niveau enregistré en Tunisie était 1 000 emplois⁷. En 2013 ils engendré plus de 8286 emplois voir tableau suivant :

Tableau 04 : flux d'IDE en Tunisie et nombre d'emploi Par pays d'origine (2013)

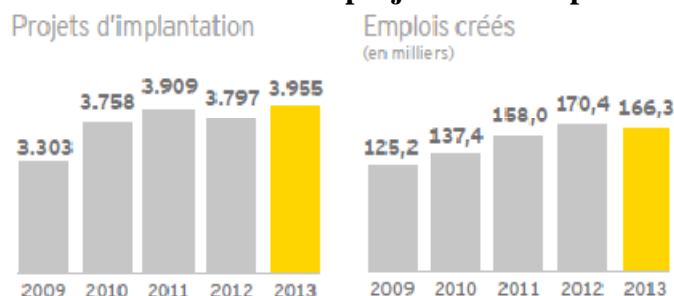
Flux des IDE au cours de 2013 par pays d'origine (primeinvest.org)										
Unité: millions de USD										
Objet	Création			Extension			Total			
Pays	Nb Projets	IDE	Emplois	Nb Projets	IDE	Emplois	Nb Projets	IDE	Emplois	
France	131	69,6	2 767	86	191,5	1 205	217	261,0	3 992	
Autriche	3	0,0	13	4	247,2	10	7	247,2	23	
Canada	3	0,3	85	9	216,9	0	12	217,3	85	
Royaume-Uni	6	1,1	125	20	201,2	31	26	202,3	156	
Australie	-	-	-	4	163,1	1	4	163,1	1	
Italie	128	39,5	1 325	47	116,3	678	175	155,8	2 003	
Qatar	1	0,1	0	2	145,2	0	3	145,4	0	
Allemagne	17	6,2	929	17	57,1	319	34	63,4	1 248	
Indonésie	-	-	-	1	40,3	0	1	40,3	0	
Émirats Arabes Unis	2	0,7	26	7	38,7	65	9	39,4	91	
Espagne	8	10,2	169	13	78,4	75	21	38,6	244	
Inde	3	33,7	524	1	2,8	10	4	36,3	534	
Suisse	11	3,0	136	8	76,3	367	19	29,3	493	
États-Unis	4	0,2	2	16	27,4	127	20	27,6	129	
Pays-Bas	5	8,0	85	9	14,1	202	14	22,0	287	
Libye	17	1,6	87	5	17,7	4	22	19,2	51	
Koweït	1	0,0	0	5	18,3	58	6	18,3	58	
Luxembourg	2	1,8	61	4	13,4	143	6	15,2	204	
Suède	-	-	-	4	13,1	71	4	13,1	71	
Belgique	15	1,4	311	6	7,7	198	21	9,1	509	
Portugal	3	2,0	1	1	0,1	5	4	2,1	6	
Turquie	8	1,3	158	-	-	-	8	1,3	158	

Source : FIPA 2014 Tunisie

Par contre en Algérie le nombre d'emploi s'élevait à 750 seulement pour l'année 2004. Selon l'ANDI au total 31 projets ont été inscrit durant les six premiers mois de l'année 2013 contre 17 en 2012, générant ainsi 7385 emplois.

Un retour sur le poids des IDE dans la création d'emplois, montre l'abîme existant entre les deux régions. Les investissements étrangers en Europe ont créé jusqu'à 125.2 milliers d'emplois en 2009 contre 166.3 milliers d'emplois en 2013.

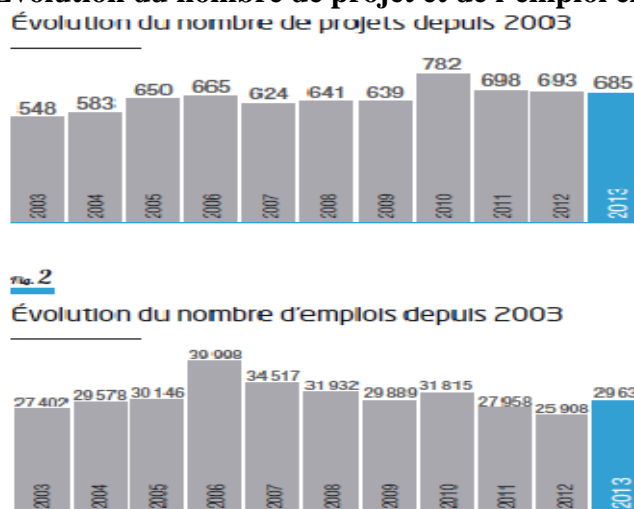
Figure 05 : Evolution du nombre de projet et de l'emploi en Europe 2009-2013



Source : Ey attractiveness Survey 2014

si nous prenons l'exemple de la France nous remarquons que le nombre de projets diminuent après l'année 2010 par contre le nombre a vu un pic en 2006 mais après la crise de 2007 il y a un léger recul.

Figure 06 : Evolution du nombre de projet et de l'emploi en France 2003-2013



Source : AFII 2014

Les différences révélées pour la création d'emploi, peut mettre en cause la faiblesse des IDE en destination des pays sous-développés vue le climat d'investissement (La Banque Mondiale définit le climat de l'investissement comme « l'ensemble des facteurs propres à la localisation de l'entreprise, qui influent sur les opportunités de marché ou le désir des entreprises d'investir à des fins productives, de créer des emplois et de développer leurs activités ») défavorable.

3- Facteurs clés pour la prise de décision des Investissements

La prise de décision de l'investissement, est souvent fonction des facteurs relevant de ces domaines. Une entreprise n'intègre une économie sauf si elle est considérée comme libre. Généralement, les IDE s'orientent vers des pays où les restrictions (à vocation politique ou judiciaire) sont en bas niveau. Selon l'indice de liberté économique du 2014, les pays sous-développés occupent les derniers rangs⁸. La Suisse demeure en 2014 le pays le plus libre

économiquement en Europe. Elle se maintient en quatrième place mondiale, derrière Hong Kong, Singapour et la Nouvelle-Zélande. Parmi les dix pays les plus libres sur la plan économique, Hong Kong (8,98 points), Singapour et la Nouvelle-Zélande Corée du Sud au 33e (7,46). L'Algérie a été classé au 146^{ème} rang en 2015.⁹

Tableau 05 : Indice de liberté économique 2015 (les 10 premiers pays)

Rank	Country	Overall	change
1	Hong Kong	89.6	-0.5
2	Singapore	89.4	0.0
3	New Zealand	82.1	0.9
4	Australia	81.4	-0.6
5	Switzerland	80.5	-1.1
6	Canada	79.1	-1.1
7	Chile	78.5	-0.2
8	Estonia	76.8	0.9
9	Ireland	76.6	0.4
10	Mauritius	76.4	-0.1

Source : The Heritage Foundation 2015. <http://www.heritage.org/index/>

Toutefois, la liberté économique a l'allure d'un aspect générique, auquel s'ajoutent d'autres éléments. Les IDE prêtent beaucoup d'importance à tout ce qui concerne la stabilité politique, l'application des lois et réglementations, ainsi que les autres composantes de la gouvernance.¹⁰

La rigidité du financement et la médiocrité des infrastructures viennent s'ajouter aux aspects d'un climat d'affaire défavorable dans une grande partie des pays sous-développés.

figure 07 : Doing Business 2015

Doing Business 2015	
<p>Top 10 des pays dans le monde, selon le climat des affaires</p> <p>1) Singapour. Note : 88,27 2) Nouvelle-Zélande Note : 86,91 3) Hong-Kong Note : 84,97 4) Danemark Note : 84,20 5) République de Corée Note : 83,40 6) Norvège Note : 82,40 7) États-Unis Note : 81,98 8) Royaume-Uni Note : 80,96 9) Finlande Note : 80,83 10) Australie Note : 80,66</p> <p>Top 10 des pays africains dans le Doing Business 2015</p> <p>28) Île Maurice Note : 74,81 43) Afrique du Sud Note : 71,08 46) Rwanda Note : 70,47 60) Tunisie Note : 67,35 70) Ghana Note : 65,24 71) Maroc Note : 65,06 74) Botswana Note : 64,87 85) Seychelles Note : 63,16 88) Namibie Note : 62,81 110) Swaziland Note : 59,77</p>	<p>Les pays de la Cemac (Afrique centrale) dans le Doing Business 2015</p> <p>144) Gabon Note : 53,43 158) Cameroun Note : 49,85 165) Guinée équatoriale Note : 49,01 178) République du Congo Note : 43,29 185) Tchad Note : 37,25 187) République centrafricaine Note : 34,47</p> <p>Les pays de la Cedeao (Afrique de l'Ouest) dans le Doing Business 2015</p> <p>-Gambie (138^{ème}) -Sierra Leone (140^{ème}) -Mali (146^{ème}) -Côte d'Ivoire (147^{ème}) -Togo (149^{ème}) -Bénin (151^{ème}) -Sénégal (161^{ème}) -Burkina Faso (167^{ème}) -Niger (168^{ème}) -Guinée (169^{ème}) -Nigeria (170^{ème}) -Liberia (174^{ème}) -Guinée-Bissau (179^{ème})</p>

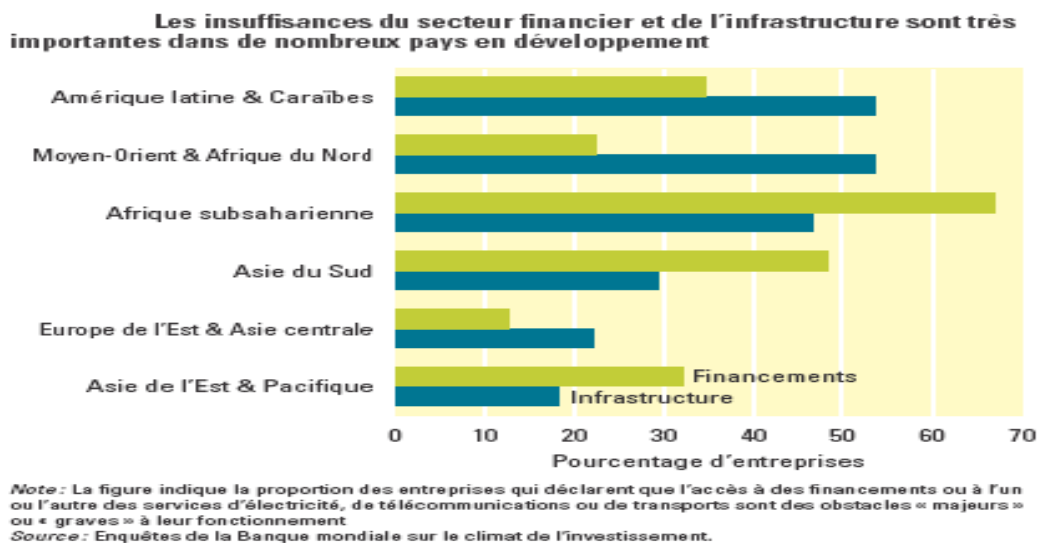
Source : www.dzentreprise.net

Tableau 6 : Classement de l'Algérie en 2012 par indicateur

	Facilité de faire des affaires	Création entreprise	Octroi de permis de construire	Transfert de propriété	Obtention de prêts	Protection des investissements	Paiement des impôts
2004	136	150	113	165	138	74	168
2012	148	153	118	167	150	79	164

Source : Doing business 2015

Les obstacles confrontés par les entreprises sont très divers. Les démarches administratives s'accomplissent avec une lenteur remarquable. Les délais d'immatriculation des nouvelles entreprises, peuvent aller jusqu'à 100 jours en Inde, et dépasser les 200 jours à Haïti ; alors qu'en Australie une telle manœuvre ne dure que 2 jours.

figure 08 : insuffisance du secteur financier et infrastructure par proportion

Source: Enquêtes de la banque mondiale sur le climat de l'investissement

Quant au marché du travail, la décadence est son caractère marquant dans les pays sous-

développés. La première des difficultés est la réglementation du travail. Certaines procédures comme l'embauche des travailleurs locaux ou étrangers, les coûts de licenciement, les limitations du temps du travail pour les employés temporaires, ainsi que les démarches liées à la formation des travailleurs et la question des salaires, présentent en général les contraintes saillantes de ce régime du monde du travail dans les pays sous-développés.

La qualité du facteur « travail » contribue à son tour au dysfonctionnement du marché en question. Nombreux pays souffrent de l'étendue de l'analphabétisme et l'inadéquation du système d'enseignement et de la formation, alors que la quasi-totalité des entreprises étrangères conditionnent le recrutement et l'embauche par la possession des qualifications, plus ou moins élevées.

Le nombre des analphabètes dans des pays comme le Burkina Faso, atteint des seuils alarmants. L'ensemble de la population active comprend 81% des gens qui ignorent tant la lecture que l'écriture. En milieu rural ce taux bondit à 91%, alors que chez les femmes ce pourcentage est de 86%.¹¹

Une ventilation des individus ayant reçu un enseignement ou formation, selon les différents niveaux atteints, dévoile les carences de cette couche de la société. Sauf 1% des scolarisés ont pu atteindre un niveau supérieur, et plus que le niveau est élevé plus le pourcentage est diminué : 9% pour l'éducation primaire, contre 8% pour l'éducation secondaire.

Même si la classe active de la société possède quelques qualifications, trouver un travail n'est pas toujours facile. La faiblesse de circulation de l'information dans le marché, vient s'ajouter aux autres entraves précitées. Dans les pays sous-développés, les demandeurs d'emploi s'appuient sur des réseaux bien typiques : liens familiaux et des amis, par voie de la presse, et une participation très faible des agences d'emploi privées ou publiques.

En sens inverse, les entreprises ont des embarras à trouver un travailleur qualifié ou non qualifié. Au Pérou, la tâche de recruter un employé peut prendre jusqu'à 23 semaines pour un travailleur qualifié, et 11 semaines pour un travailleur qui n'est qualifié. Dans d'autres pays, tels que la Tanzanie et le Pakistan, ces durées sont de 2 à 6 semaines.

Ces difficultés et entraves qui freinent la génération de l'emploi dans les pays sous-développés, suscitent beaucoup de réflexions concernant les moyens d'intervention pour en apporter le remède.

Conclusion et recommandations

Le climat des affaires et des investissements à changé ces dernières années. Il ressort que l'attractivité des pays en voie de développement à changé. Cette attractivité est en nette amélioration. Mais cependant les avantages qu'elle procure se répartissent différemment entre les pays, ceci malgré tous les efforts qui ont été consenties par plusieurs pays (entre autre l'Algérie).

Près de 60 % des IDE entrant se concentrent en Amérique du Nord, en Europe et au Japon. Les Pays en développement en appellent donc 40 %. Les États-Unis recueillent trois fois plus d'IDE que l'ensemble des PVD. La Chine devient le deuxième État d'accueil avec 12% du stock mondial. En matière d'emploi les statistiques montrent largement la disparité entre les pays. Le nombre de chômeurs a augmenté de 5 millions de personnes en 2013, 31.8 millions de travailleurs ont perdus leurs emplois après la crise de 2007. Malgré l'attraction des IDE nous pouvons conclure que la création d'emploi dans le monde reste peu probante.

Les gouvernements et les décideurs dans ces pays sont appelés à :

- Améliorer la qualité de la gouvernance, toute en veillant sur le respect et l'application de la loi, ainsi que la réduction de la corruption. Cela peut augmenter les Flux IDE en montant et en nombre de projets, un fait qui intensifie sans doute le nombre d'emplois créés.
- Instaurer une coopération régionale et internationale, pour diminuer les effets indésirables des politiques prises isolément, à savoir : l'augmentation d'une concurrence atroce en matière d'attractivité des IDE, ainsi que les risques des délocalisations éventuelles.
- Adapter les systèmes d'enseignements et de formation professionnelle à l'offre d'emploi, afin de minimiser l'inadéquation des qualifications.
- Encourager la formation au sein des firmes étrangères, ce qui permet aux travailleurs d'acquérir des qualifications de très haute qualité. Un fait qui peut avoir des effets positifs en cas d'immigration de ces travailleurs vers les entreprises locales.
- Favoriser un partenariat entre ces firmes et les établissements professionnels.

Notes et Références :

- 1-Alaya, M., investissement direct étranger et croissance économique : le cas de la Tunisie, CEMAFI, université de Nice Sophia Antipolis, 2004.
- 2- CNUCED, Rapport Annuel. Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble, 2006 (Voir <http://www.cnuCED.org>)
- 3-Henry, P. & Saint-Laurent, Les investissements directs étrangers (IDE) dans la région MEDA, ANIMA-AFII, notes & documents n° 23, 2006.
- 4- Hatem, F., Les tendances de l'investissement international en Europe par pays et régions d'origine (2002-2005)', AFII, notes et études, 2006.
- 5- CNUCED, Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble , Evolution du stocks d'IDE en Afrique du Nord, 2013.
- 6- Vergnaud, E. Investissements directs étrangers : analyse des tendances récentes, conjoncture, BNP Paribas, Paris, 2006.
- 7- Christiansen, H. & Bertrand, A. Tendances et évolution récente de l'investissement direct étranger, Direction des affaires financières et des entreprises, OCDE, 2004.
- 8- The Héritage Foundation, Indice de liberté économique, 2015, (<http://www.heritage.org/index/>)
- 9- la banque, doing business, groupe de mesurer la réglementation des affaires classement de l'Algérie par indicateur, 2015.
- 10- Karamer, C. Le casse-tête de l'investissement en Asie, Finances & Développement, FMI, 2006.
- 11- Banque mondiale, BENIN : Une évaluation du Climat des Investissements, Washington DC, 2006.

La problématique de la création des petites et moyennes entreprises en Algérie

The problem of the creation of small and medium-sized enterprises in Algeria

Kafia BERRAH

Université Abderrahmane MIRA
de Béjaïa, Algérie
E-mail : ecokafia@yahoo.fr

Moussa BOURIF

Université Abderrahmane MIRA de
Béjaïa, Algérie
E-mail : Bourifmossa@yahoo.fr

Résumé:

La promotion du secteur des PME en Algérie est considérée comme un vecteur de croissance, un générateur d'emplois, et un moteur de progrès socio-économique. Nonobstant ces faits, les jeunes entrepreneurs algériens ou ceux au moins ayant mieux préparé leur esprit de création éprouvent énormément d'obstacles qu'ils rencontrent et qui se répercutent négativement sur leurs comportements dans la prise de décision dans la réalisation de leurs projets d'investissements.

L'objet du présent article est d'essayer de circonscrire l'état des lieux de la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie et exhiber les différentes contraintes de création des entreprises, qui représentent un frein réel au démarrage de l'entreprise.

Mots-clés: Petites et moyennes entreprises, création d'entreprises, dispositifs de soutien, contraintes de création

Abstract:

The promotion of the sector of the sme (small and medium-sized enterprise) in Algeria is considered as a vector of growth, a generator of jobs, and an engine of socioeconomic progress.

In spite of these facts, the Algerian entrepreneurs or those at least having better prepared their spirit of creation feel a great deal of obstacles, That they meet and which echo negatively on the behavior in the decision-making in the realization of their projects of investments.

The object of the present article is to try to confine the current situation of the promotion of the entrepreneurship in Algeria, and present the various constraints of creation of companies, which represent a real brake to the starting up of the company.

Keywords: Small and medium-sized enterprises, creation of companies, devices of support, constraints of creation of companies.

Introduction

La meilleure façon de relancer la croissance économique dans un pays comme le notre est de faire participer aux activités économiques le plus grand nombre d'individus. Agissant selon ses propres capacités, chacun pourra créer et faire jouer toutes les synergies économiques et institutionnelles.

La création d'entreprises demeure le domaine parfait afin de regrouper entre les forces et potentialités des jeunes créateurs ainsi que l'expérience et la volonté des institutions économiques à rétablir la situation économique et sociale dans notre pays. La réussite d'une politique de création d'entreprises dépend inévitablement de ces deux faits et leur devenir dans le temps et dans l'espace. Particulièrement dans ce cadre, la création des PME semble être de plus en plus une vérité première mais non encore suffisamment mise en valeur. Les PME semblent être, à vrai dire, les entités économiques les plus faciles à créer, les plus dynamiques et potentiellement les unités qui réussissent le mieux à promouvoir le tissu économique.

En effet, jusqu'à la fin des années quatre vingt, les PME ont été marginalisées ; elles ont évolué dans un environnement totalement défavorable, et étaient concentrées sur des activités de transformation courante et à très faibles intensité technologique. Ce n'est qu'à l'entame des réformes économiques au début des années quatre vingt dix, notamment en 1993¹, la création des PME en Algérie a commencé réellement à élargir. Les statistiques officielles montrent que la population des PME a dépassé la barre de 700000 unités à la fin 2012². Cet essor s'explique notamment par les différents dispositifs mis en place par l'Etat depuis une dizaine d'années, en matière d'aide à la création, de financement, de mise à niveau

Nonobstant ces faits, les jeunes entrepreneurs algériens ou ceux au moins ayant mieux préparé leur esprit de création éprouvent énormément d'obstacles qui limitent leur volonté de créer leur propre projet³. En outre, selon les résultats du ministère des PME, la création d'entreprises par habitat est loin de se rivaliser avec ses voisins. La moyenne actuelle est de 10 PME pour 1000 habitants, ce qui demeure encore insuffisant; la bonne norme serait de 45 PME/1000.

Cet état des lieux nous interpelle à s'interroger sur les raisons qui sont à l'origine des faibles résultats enregistrés en matière de création d'entreprises en Algérie et ce malgré les différents programmes d'appuis au secteur de la PME-PMI et l'ensemble des dispositifs mis en place (ANSEJ, ANGEM, ANDI, CNAC).

Dans le présent article, nous étudierons la problématique de la promotion de petites et moyennes entreprises en Algérie, nous commencerons par l'étude de l'esprit de la création d'entreprises, puis nous présenterons quelques repères historiques sur l'évolution institutionnelle de la PME en Algérie, de la période de l'économie administrée à la période de l'ouverture à l'économie de marché. Après, nous essayerons de présenter quelques dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises en Algérie et les autres structures d'appui et d'accompagnement. Enfin, nous présenterons les contraintes à la faible création d'entreprise en Algérie.

1- L'esprit d'entreprise et la création d'entreprises

Comme le souligne Julien et Marchesnay : « la conséquence logique est que l'esprit d'entreprise suscite la création d'entreprise »⁴ Ainsi, le résultat ultime de l'esprit d'entreprise est la création d'entreprise. Plusieurs auteurs affirment que la notion de création est la caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat. Outre, l'entrepreneur est celui qui crée une entreprise grâce à l'apport de capitaux et à l'innovation, laquelle est considérée comme le

moteur de l'entrepreneuriat. En d'autres termes, créer une entreprise est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat et très souvent sont vu de façon synonymique.

Dans cet ordre d'idées, l'entrepreneuriat apparaît comme un ensemble de comportements visant la création d'une nouvelle entreprise. En outre, l'entrepreneuriat prospère dans un milieu favorable. Le potentiel entrepreneurial ne peut s'exprimer que lorsque les circonstances de l'environnement s'y prêtent. Il requiert une culture entrepreneuriale perceptible dans l'enseignement scolaire et dans des modèles issus de l'environnement familial ou du voisinage. Sa manifestation présuppose aussi une culture locale, des valeurs religieuses, une organisation sociale, un régime politique et un contexte légal et réglementaire appropriés.

Fondamentalement, la création d'une nouvelle entreprise représente une décision prise par un ou plusieurs entrepreneurs. Julien (2000), de son côté, identifie trois conditions susceptibles de mener à la création d'entreprise : l'entrepreneur doit y croire ; le milieu doit l'appuyer et le soutenir financièrement ; et l'environnement doit lui apporter une aide matérielle et immatérielle.

En outre l'esprit d'entreprise et le besoin de réussite sont considérés comme la substantifique moelle de la mentalité entrepreneuriale. À la source de cet esprit se trouve le besoin de réussite, qui n'est pas la chose la mieux partagée au monde. En fait, la réussite personnelle varie souvent d'une génération à l'autre, d'une société à l'autre, d'une époque à l'autre. Sans être un phénomène héréditaire, la motivation s'explique par les conditions du milieu social.

Il est bien clair que le processus de création d'entreprise part de l'identification des besoins, de la détermination des objectifs, de l'analyse des moyens, de l'influence de l'environnement et de leur perception, de l'esprit d'entreprise ainsi que de la ferme volonté de réussir.

Il s'avère donc que les comportements qui consistent à créer une entreprise s'expliquent par l'analyse des forces qui les régissent. Or, le moteur de toute action est la motivation, celle qui pousse la personne à atteindre les objectifs qu'elle s'est fixée. L'origine des motivations est à la fois interne et externe.

Par une rétroaction, les actions une fois accomplies réagissent sur les valeurs dont elles sont le produit, ainsi que les perceptions de l'environnement. Le sentiment d'avoir agi en conformité avec ses valeurs confirme, s'il en est besoin, de leur pertinence. L'acteur ou l'agent est satisfait du travail accompli; il a une autre vision de lui-même, et de ce fait, il a de l'entregent. Il y a une cohérence entre les valeurs admises et les valeurs vécues. Également, il se révèle à son entourage; il répond à l'attente de son milieu proche parce que ses valeurs sont généralement acceptées et partagées par sa communauté.

2- L'évolution de l'environnement institutionnel de la PME en Algérie

Le développement industriel en Algérie est passé par plusieurs périodes en harmonie avec l'évolution économique et surtout politique du pays. Cette évolution d'ensemble correspond la succession de deux modèles industriels distincts depuis l'indépendance à nos jours : le modèle productif fondé sur la grande entreprise publique et celui fondé sur les petites et moyennes entreprises, essentiellement privées.

Les décennies après l'indépendance peuvent être subdivisées en trois grandes périodes : de 1962 à 1982, de 1982 à 1993, de 1993 à nos jours. L'année 1982 revêt un caractère extrêmement important car elle débute l'ère de l'encouragement de l'investissement et de l'initiative privée nationale en Algérie. Mais, c'est en 1988 que se dessine un ensemble de réformes économiques et institutionnelles suite à la crise économique et sociale ayant pour cause la baisse des recettes pétrolières et l'endettement excessif du pays.

La période de 1962 à 1982 s'est caractérisée sur le plan politique par une économie planifiée de type socialiste et sur le plan économique par la prédominance de la grande

entreprise étatique et la focalisation des investissements sur les industries lourdes susceptibles d'entraîner le développement de toute l'économie dans son sillage. Les grandes sociétés nationales ont été la base du modèle d'industrialisation et du développement de l'économie algérienne alors que l'entreprise privée et, à travers elle, les petites et moyennes entreprises étaient tenues à l'écart de ce mouvement d'industrialisation, et leurs actions étaient strictement contrôlées par « l'Etat entrepreneur »⁵ avec l'exigence d'un agrément pour toute opération d'investissement. Le secteur privé se limitait à l'investissement dans les petites industries de transformation avec des perspectives et des choix économiques réduits. A cette époque, l'essor de la grande entreprise publique se conjugue avec le frein du secteur privé, accusé d'exploitation et d'aggravation des inégalités sociales. Malgré ces entraves, « durant toute cette période, l'entreprise privée continue à se développer par ses propres moyens (crédits bancaires très sélectifs et aides de l'Etat inexistantes), dans l'industrie manufacturière et le bâtiment tout en demeurant de dimension limitée. »⁶. En effet, SADI⁷ note que le rythme moyen de création d'entreprises privées durant la période allant de 1962 à 1982 était de 600 unités environ par an. Les secteurs ciblés sont ceux qui ne nécessitent aucune maîtrise technologique et font appel à une main d'œuvre non qualifiée et surtout rentable à très court terme.

Durant la deuxième période, de 1982 à 1993, un bilan de l'économie algérienne visant à définir les prévisions d'un développement économique et social durant les années 80 est établi. Selon ce bilan, les réformes profondes de l'économie algérienne sont devenues plus que nécessaires. Le constat des résultats non suffisants de la stratégie algérienne de développement, selon le modèle des industries industrialisantes, a poussé les décideurs à repenser les orientations économiques du pays. L'année 1982 est un début de rupture avec la conception précédente en matière de développement industriel. En effet, la loi n° 82 - 11 du 21- 08-82, relative à l'investissement économique privé national, a marqué l'avènement d'une ère de réhabilitation de l'entreprise privée. Ce texte a marqué le début d'ouverture de la politique économique à l'initiative privée tout en gardant la nécessité d'un agrément préalable obligatoire. Il est accompagné de la création de l'Office pour l'orientation, le suivi et la coordination de l'investissement privé national. En 1988, la loi 88-25 est promulguée⁸ pour clarifier les modalités d'orientation des investissements privés, suivie en 1990 par une autre loi (loi 90-10) relative à la monnaie et au crédit, qui, en matière d'investissement privé, a introduit le principe de la liberté de l'investissement étranger et a institué le conseil de la monnaie et du crédit en le chargeant de la mission d'agrément des projets d'investissement, publics ou privés. Ainsi, ce n'est qu'avec le début des années 90 que le secteur privé est reconnu pleinement par les pouvoirs publics, en lui attribuant un rôle à jouer dans le développement économique du pays.

L'apogée des efforts entrepris dans le sentier de la libéralisation économique a culminé avec la promulgation du code d'investissement de 1993⁹ qui a consacré la liberté d'entreprendre tant pour les opérateurs privés nationaux qu'étrangers. En plus, il a prévu la création d'une « Agence de promotion, de soutien et de suivi des investissements », remplacée en 2001 par l'ANDI¹⁰ « Agence nationale de développement de l'investissement » sous forme de guichet unique décentralisé pour être au service des promoteurs industriels dans le cadre de la promulgation d'un nouveau code des investissements en Algérie. Ce nouveau code des investissements de 1993 a eu des conséquences notables sur l'expansion et la dynamique du secteur privé : « Depuis l'avènement des réformes économiques en 1988 et, avec la promulgation d'un nouveau code des investissements plus libéral en 1993, reconnaissant l'importance d'un secteur privé solide et en développement comme un instrument de croissance et d'allègement de la pauvreté, le poids et la configuration du secteur privé ont totalement changé. »¹¹

La période de 1993 à nos jours a vu des actions en faveur du désengagement de l'Etat du fonctionnement de l'économie à travers la privatisation des entreprises publiques, mesure qui confirme l'importance de plus en plus accordée au secteur privé. Avant la privatisation proprement dite, l'Algérie a eu d'abord recours à la privatisation des formes de gestion, c'est-à-dire à une autonomie de gestion de l'entreprise publique qui reste néanmoins propriété de l'Etat. Les fonds de participation créés à cet effet sont des agents fiduciaires de l'Etat chargés de gérer le portefeuille des actions en capital détenues par l'Etat sur les entreprises. Au total, huit fonds de participation spécialisés par branche d'activité, sont créés et ont fonctionné pendant six ans jusqu'à leur remise en cause en 1995 avec la promulgation de la loi sur les capitaux marchands de l'Etat¹² qui a institué les holdings publics en remplacement des fonds de participation, et la loi sur la privatisation¹³. Onze holdings publics à vocation nationale et cinq à vocation régionale sont créés et jouissent en droit des attributs de la propriété. Ils sont constitués sur la base de filières industrielles où l'Algérie était supposée avoir des avantages comparatifs.

La comparaison entre cette organisation des capitaux marchands de l'Etat avec celle reposant sur les ex- fonds de participation permet de relever trois grandes différences¹⁴ :

- a. L'entreprise publique a beaucoup plus d'autonomie que dans l'ancienne organisation : les ventes d'actifs physiques et financiers, anciennement interdites, sont possibles.
- b. Contrairement aux fonds de participation, le holding est doté de tous les attributs du propriétaire et constitue en droit le seul interlocuteur de l'entreprise publique.
- c. Les portefeuilles des holdings sont constitués sur la base d'objectifs de stratégie de relance du développement et non pas, comme l'ont été les Fonds de participation, sur la base d'objectifs principalement de viabilité financière par compensations réciproques entre entreprises publiques.

La privatisation des entreprises publiques en Algérie est faite selon plusieurs modes allant d'une cession d'actifs à des repreneurs privés, des reprises par les salariés et des partenariats à une privatisation partielle ou totale. Les résultats des opérations de privatisation (2001- Août 2008), tous modes confondus font état de 458 entreprises publiques privatisées¹⁵. La poursuite des efforts de privatisation du secteur public n'est pas sans effet sur les entreprises privées. ISLI (2005), note que « la privatisation des entreprises publiques sera d'un impact direct pour la promotion de l'entreprise privée avec notamment les possibilités de reprise des activités ainsi privatisées et l'entrée sur le marché de nouveaux promoteurs constitués de cadres libérés par la privatisation ou la dissolution de leur entreprise publique. »¹⁶. En somme, à partir des années 90 et surtout sous l'effet des contraintes de l'ajustement structurel mené par notre pays en collaboration avec le FMI et la banque mondiale, la privatisation est devenue le maître-mot des réformes économiques jusqu'à être qualifiée par BENDIB de « mot à la mode au même titre que l'économie de marché. »¹⁷

L'environnement institutionnel des entreprises s'est enrichi en 2001 par une loi d'orientation sur la promotion de la PME¹⁸ qui comprend, outre des principes généraux, la définition des PME et de la politique d'aide et de soutien de l'Etat à cette catégorie d'entreprises. Les objectifs essentiels de cette loi sont de faciliter l'accès des PME aux services et avantages prévus dans le dispositif de soutien, de favoriser l'implantation des sites d'accueil au profit des PME, d'encourager l'émergence de nouvelle PME, de promouvoir le tissu de PME productives, de favoriser la créativité et l'innovation, d'encourager l'exportation des biens et services et de promouvoir la diffusion de l'information sur la PME.

Dans ce cadre, différentes mesures publiques sont mises en place en Algérie pour soutenir le développement des PME/PMI et représentent des efforts indéniables pour la promotion de ces entreprises. Mais, beaucoup reste à faire ou à parfaire dans ce sens¹⁹

Ce tour d'horizon non exhaustif de l'évolution du cadre institutionnel des entreprises et de l'économie algérienne permet de souligner le poids réservé au privé selon les grandes

périodes. Ce cadre inachevé de réformes institutionnelles a eu comme conséquence notable la renaissance de la PME à dominance privée sur la scène économique.

Dans le cadre de la coopération internationale, des organismes sont chargés de la coordination et la mobilisation des financements et des crédits alloués aux PME, afin de les stimuler à diversifier leurs activités et s'orienter vers les exportations hors hydrocarbures. A cet effet, un Conseil National de la Promotion de la sous-traitance a été instauré, il prend en charge l'information économique et statistique par l'établissement d'un système d'information. Il vise le développement de la recherche dans le domaine de la PME, ainsi que l'élargissement de la concertation avec le mouvement associatif du monde de l'entreprise.

Ainsi, à partir les années 2003, le poids de la création des PME a nettement augmenté comme le montre le tableau ci- dessus.

Tableau 1: Evolution de la création des PME en Algérie durant 2003-2012

Année	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2011	2012
Nombre de PME	208737	226227	246716	270545	294612	322013	346500	501453	700000

Source : Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement.

D'après le tableau, nous pouvons dire à première vue que la création d'entreprises a globalement et nettement évolué dans le temps. Les statistiques disponibles indiquent que plus de la moitié des PME ont été créés entre 2003-2007, suite à la loi d'orientation sur les PME en 2001. Durant l'année 2012 le nombre des PME a connu une évolution remarquable, et a enregistré le nombre de 700000 entreprises créées. Cette évolution revient à la création de plusieurs agences, telles que l'ANSEJ, l'ANDI, l'ANGEM et la CNAC qui s'est vu confiée un nouveau rôle, celui d'aide à la création d'entreprises. En plus de ces agences, il y'a eu la création d'une agence chargée de la mise à niveau des entreprises, dénommée ANDPME, et les autres structures d'appui, que nous les détaillerons dans la section suivante.

3- Présentation de quelques dispositifs et structures d'aide et de soutien à la création d'entreprise en Algérie

Plusieurs acteurs sont impliqués dans la création et le développement des PME, parmi eux nous présentons les principaux acteurs :

- **Agence Nationale de Développement des Investissements « ANDI » :** C'est une agence cantonné dans le domaine des investissements et en relation avec les administrations et organismes. Elle contribue à alléger les démarches administratives relatives au lancement des projets d'investissement à travers un guichet unique décentralisé au niveau local. Ce dernier regroupe l'ensemble des administrations concernées par l'investissement. Il est doté de pouvoirs réels pour fournir toutes les prestations nécessaires à la concrétisation des investissements. Cette agence gère en collaboration avec le Conseil National d'Investissement, le Fonds d'appui à l'investissement, qui est destiné pour la prise en charge des dépenses partielles ou globales engagées pour l'amélioration des infrastructures environnantes de l'investissement (arrivées d'électricité, de gaz, d'eau, les routes, les réseaux d'assainissement). Ce fonds est consacré particulièrement aux projets localisés dans les zones à développer et ceux soumis à convention;

- **Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeune « ANSEJ »**
Créée en 1996²⁰, l'ANSEJ est une institution publique chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement des jeunes chômeurs porteurs d'idée de projet de création d'entreprise. A travers les étapes de création et d'extension de son entreprise, le jeune promoteur bénéficie d'assistance à titre gracieux, d'avantages fiscaux (exonération de TVA et abattement sur les droits de douane en phase de réalisation et exonération d'impôts en phase d'exploitation), d'aides financières (Prêt Non Rémunéré – bonification des intérêts bancaires).
- **Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit « ANGEM »** : L'ANGEM est créée conformément aux dispositions de l'article 7 du décret présidentiel n° 04-13 du 22 janvier 2004 relatif au dispositif du Micro-crédit. le seul dispositif en Algérie qui accorde des prêts à des catégories de citoyens sans revenus et/ou disposant de petits revenus instables et irréguliers, leur permettant l'achat d'un petit équipement ou de matière première pour exercer une activité ou un métier, il vise à leur intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services, y compris à domicile, dont le montant des investissements est fixé à cinquante mille dinars (50 000 DA) minimum et ne saurait dépassé les quatre cent mille dinars (400 000 DA), remboursable dans un délai de 12 à 60 mois (1 à 5 ans)
- **Caisse Nationale d'Assurance Chômage « CNAC »** : Créée en 1994²¹, en tant qu'institution publique de sécurité sociale, (sous tutelle du Ministère de l'Emploi, du Travail et de la Sécurité Sociale), elle avait pour vocation d'amortir les effets sociaux consécutifs aux licenciements massifs de travailleurs salariés du secteur économique décidés en application du plan d'ajustement structurel (PAS), à partir de 2004 et dans le cadre du Plan de soutien à la croissance économique et en l'application du décret présidentiel n° 03-514 du 30 décembre 2003 relatif au soutien à la création d'activités par les chômeurs, la CNAC s'est consacrée en priorité à la mise en œuvre du dispositif visant à favoriser la création d'activités de production de biens et de services par les chômeurs promoteurs âgés de trente cinq (35) à cinquante (50) ans, dont le montant des investissements prévus par le décret ne saurait dépasser cinq (5) millions de dinars. En plus des dispositifs de création d'entreprises, les pouvoirs publics ont promulgué à partir des années 2000 d'autres structures de suivi et d'appui au PME, que nous énumérons dans les points suivants.
- **L'Agence National de Développement de la PME (ANDPME)** : Elle est crée par le décret exécutif n ° 05- 165 du 3 mai 2005, elle est pour mission principale, la mise en œuvre de la politique nationale de la promotion et de développement de la petite et moyenne entreprise.
- **Le Fonds de Garantie des Crédits aux PME (FGAR)** : Le FGAR est un organisme public sous tutelle du ministère de la petite et moyennes entreprise et de l'artisanat, il est crée par décret exécutif n°373-02 du 11.11.2002 en application de la loi d'orientation sur les PME. Il est pour mission d'intervenir dans l'octroi de garanties en faveur des PME réalisant des investissements en matière de création et extension d'entreprises, rénovation des équipements et prise de participation. il couvre un taux du solde du capital du crédit consenti par la banque, ce pourcentage est établi pour chaque projet selon le coût et le risque et il est plafonné à un maximum de **80%** du crédit. Le montant minimal de la garantie par projet est de 5 millions DA et le montant maximal est de 50 millions DA, pour une durée maximale fixé à sept (07) ans pour un crédit d'investissement classique et dix (10) ans pour un crédit bail (leasing).
- **La Caisse de Garantie de Crédits d'Investissement (CGCI-PME)** : Cette Caisse est créée par le décret présidentiel n°04-134 du 19 avril 2004, elle a pour objet de garantir le remboursement d'emprunts bancaires contractés par les PME au titre du financement d'investissements productifs de biens et de services portant sur la création et l'extension

ainsi que le renouvellement de l'équipement de l'entreprise. Le niveau maximum de crédits éligibles à la garantie est de cinquante (50) millions de dinars²².

- **Les pépinières d'entreprises²³ et les centres de facilitations :**

Ce sont des structure d'accueil et de développement des entreprises naissantes, ayants pour mission d'accompagner les nouveaux promoteurs jusqu'à maturation de leurs projets.

Dans le domaine du financement des entreprises, de nouveaux instruments financiers ont été développés au cours de l'année 2006 et mis à la disposition des PME tels que : les fonds de garanties de crédits spécifiques à des filières d'activités innovantes; les crédits à long terme pour la restructuration de ces entreprises, destinés à l'achat d'appareils, d'équipements et de l'immobilier; les crédits pour leur stabilité, leur permettant d'améliorer leurs fonctions stratégiques (production, commercialisation, développement technologique) et d'atténuer les effets néfastes engendrés par les réformes structurelles ou par les catastrophes naturelles.

4- Contraintes de création des petites et moyennes entreprises en Algérie

Malgré la multiplicité des dispositifs et structures d'appui à la création d'entreprises, les résultats restent mitigés avec un grand nombre de création met en partie dans le secteur informel. L'entrepreneuriat algérien reste toujours en recul par rapport aux pays voisins.

L'ampleur des entraves que rencontrent les entrepreneurs algériens est sans aucun doute le seul phénomène susceptible de nous renseigner sur le déroulement, la pratique et la réalisation effective d'un projet de création d'entreprise.

Nous citons, en premier lieu, les difficultés d'ordre administratif qui bloquent pour longtemps le processus de création d'entreprise. En effet, la complexité et la lenteur des procédures nécessaire pour la préparation des dossiers de demande soit de crédit soit d'autorisation d'exercer ou même de contrat de bail,... découragent l'initiative privée et limitent, par conséquent, la volonté des entrepreneurs débutants. Ces derniers finissent également par se trouver devant une multiplicité des pièces à fournir et dont la préparation ou l'obtention suppose aussi et à nouveau la sollicitation auprès d'une autre administration publique, ce qui nous amène dans un cercle vicieux sans issue.

La multiplicité des services à contacter est un autre exemple à donner au sujet des difficultés administratives, mais il ne représente en fait qu'une conséquence logique de la décentralisation de la décision à ce niveau ainsi que l'absence d'une unité institutionnelle ou économique dont la responsabilité permettra de trancher dans ce genre de décision.

En deuxième lieu, il y a lieu de parler des entraves relatives au problème de financement qui, quant à lui, fait défaut et coûte encore cher pour les jeunes créateurs. A cet égard, les jeunes entrepreneurs souffrent énormément du manque de collaboration et de l'absence d'intégration des banques qui, elles, se trouvent réticentes à l'égard des premiers et se méfient de l'important "risque" qu'ils représentent. C'est ainsi que le poids des garanties demandées par les banques jouent son rôle en bloquant le processus de création dans sa racine.

L'indisponibilité des locaux et des terrains à des prix raisonnables d'une part, le coût des investissements à entreprendre notamment dans les premières étapes de réalisation d'autre part, ainsi que le coût financier et les frais de douane que suppose de l'autre côté, l'accès aux biens d'équipement font que le créateur-entrepreneur voit alourdir ses responsabilités matérielles et financières. Ceci diminue par conséquent ses motivations et mène le processus à l'échec.

Nous pouvons citer, en troisième lieu, la complexité de façon générale d'un processus tel que celui de la création et du montage d'une entreprise du fait essentiellement de l'effort à déployer et des tâches à accomplir.

En outre, l'organisation du tissu économique algérien et l'incohérence des marchés n'encouragent pas de nouveaux entrepreneurs à s'y intégrer sans difficultés. Le cas est beaucoup plus inquiétant ici puisque nous parlons de jeunes dont l'expérience est aussi faible. Généralement, les futurs créateurs tentent leur chance dans ce domaine aussi vague et

compliqué sans avoir une formation adéquate de gérants-créateurs qui est amplement recommandée dans le domaine des affaires.

Ajoutons à ceci, les obstacles d'ordre macro-économique particulièrement les préparatifs à l'ouverture et la libéralisation de l'économie algérienne esquissée il y a quelques années, la forte concurrence des entreprises bien placées sur le marché que se soit nationales ou étrangères, ...

Conclusion

Parvenus au terme de ce travail, il convient de dire que si la création d'entreprises est en soi une politique de développement et de croissance économique elle n'est, cependant, que faiblement et inefficacement encouragée.

D'un côté, la politique économique semble être insuffisante et incapable de répondre aux besoins des nouveaux jeunes créateurs. Malgré les progrès réalisés, les mesures économiques mises en œuvre sont discordantes et éparpillées. Diverses politiques ont été créées pour remplacer d'autres et en éliminant tacitement leur effet. C'est ainsi que la continuité entre elles paraissait difficile puisque généralement se sont de nouvelles considérations qui rentrent en jeu.

D'un autre côté, les jeunes créateurs sont mal et faiblement préparés pour une réalisation plus sûre de leur projet. Ces derniers manquent, en effet, d'esprit d'entreprise, de volonté réelle, de conviction en leurs caractéristiques et de persévérance dans leurs actes. Ainsi, face à un environnement économique non propice et un contexte politique peu encourageant, les jeunes promoteurs terminent leur tentative par rencontrer d'énormes difficultés qui drainent par conséquent leur projet vers l'échec.

A ce titre la pertinence de création des entreprises s'oblige les pouvoirs publics à redynamiser les organismes de soutien. Cette redynamisation doit faire l'objet d'une réflexion qui prendra en charge la définition du rôle de ces organismes, l'organisation des relations entre eux et entre les entreprises, les doter de moyens adéquats leur permettant d'accomplir leurs missions. Il s'agit aussi de procéder au classement des buts et évaluer de manière continue les performances en même temps, les outils employés et les firmes ayant bénéficié des appuis d'accompagnement. L'appui de l'État « devrait permettre le développement de la compétitivité des PME en intervenant : sur les sources et la qualité de l'information technologique et commerciale internationale; au niveau des opportunités ou de l'adéquation des technologies offertes aux entreprises; et en coopération avec les autres paliers de gouvernement, pour soutenir ou développer les conditions favorables micro et macro-économique pour leur appropriation »

De même, le succès d'un processus de création d'entreprise doit être obligatoirement lié à l'émergence d'entrepreneurs animés du goût du risque afin de pouvoir penser d'abord et entamer ensuite le processus de démarrage de leur propre entreprise et sont appelés ainsi à ce qu'ils soient confiant et disposent d'une grande volonté de changer, de créer et d'innover.

Notes et références

- ¹ Décrit législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion des PME.
- ² Les données de ministère de la PME et de l'artisanat, direction des systèmes d'information et des statistiques, bulletins d'information économique.
- ³ Nombreuses enquêtes ont été menées par les étudiants de la faculté des sciences économiques et sciences de gestion de l'université de Bejaïa (Algérie) distribuées aux entreprises de différentes wilayas (Béjaïa, Tizi ouazou, Bouira).
- ⁴ JULIEN, P-A, MARCHESNAY, M *L'entrepreneuriat*, Edition Economica, Paris (1996), Page 23.
- ⁵ ISLIM .A, La création d'entreprise en Algérie, Les Cahiers du CREAD n°73, 2005. P 60
- ⁶ ISLIM .A, La création d'entreprise en Algérie, Les Cahiers du CREAD n°73, 2005, p.60.
- ⁷ SADI. N. A, La privatisation des entreprises publiques en Algérie. Objectifs, Modalités et Enjeux. OPU, 2006, p. 30.
- ⁸ Qui se substitue à la loi 82-13 relative à la constitution et au fonctionnement des sociétés d'économies mixtes.
- ⁹ Décret législatif 93-12 du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement.
- ¹⁰ L'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001 amende le décret ci-dessus et remplace l'APSI par l'ANDI.
- ¹¹ SADI. N. A, La privatisation des entreprises publiques en Algérie. Objectifs, Modalités et Enjeux. OPU, 2006, p. 30.
- ¹² Ordonnance 95-25 du 25 Septembre 1995. (Révisée en 2001).
- ¹³ Ordonnance 95-22 du 26 Août 1995. (Amendée partiellement en 1997 puis révisée complètement en 2001.)
- ¹⁴ SADI.N.A, La privatisation des entreprises publiques en Algérie. Objectifs, Modalités et Enjeux. OPU, 2006, p. 57.
- ¹⁵ BENDIFF. H, Le processus de privatisation en Algérie: Stratégie, Bilan et Perspectives, Forum Economique, le 24 septembre 2008, Lausanne (Suisse).
- ¹⁶ ISLIM.A, La création d'entreprise en Algérie, Les Cahiers du CREAD n°73, 2005, p.66.
- ¹⁷ BENDIB.R, l'Etat rentier en crise. Eléments pour une économie politique de la transition en Algérie, OPU, 2006, p.13.
- ¹⁸ La loi 01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (PME).
- ¹⁹ ZORELLi.M.A, Mesures de soutien public et développement de territoires par PME/PMI en Algérie, Colloque International : « Création d'entreprises et territoires », Tamanrasset, Décembre 2006.
- ²⁰ Décret exécutif n°96-296 du 08 décembre 1996 fixant les statuts de l'ANSEJ .
- ²¹ Décret exécutif n°94-188 du 06 Juillet 1994 portant statut de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage, publié dans le JO n° 44 du 07 Juillet 1994.
- ²² À noter que les crédits réalisés dans le secteur de l'agriculture et les crédits pour les activités commerciales ainsi que les crédits à la consommation ne sont pas éligibles à la garantie de la caisse.
- ²³ Les pépinières sont destinées beaucoup plus à aider et accompagner les PME de services.

L'innovation et l'imitation dans les télécommunications mobiles en Algérie Innovation and imitation in mobile telecommunications in Algeria

Ghalia BENYAHIA-TAIBI

Maître de conférences A, Université d'Oran

g.taibi@yahoo.fr

Imân BENZIANE

Professeur, Université de Batna

iman_benziane@yahoo.fr

Résumé :

L'objectif de ce travail est de discuter de l'imitation dans le cadre de la concurrence et établir ses liens avec l'innovation. L'imitation est un concept répandu dans notre langage habituel, sauf qu'il est souvent mal défini ou plutôt confondu avec d'autres concepts cédant la place à un flou conceptuel. Cette confusion indique le besoin d'identifier les caractéristiques de l'imitation (« qu'est-ce que l'imitation ? »), et la réponse à la question « pourquoi imiter ? » justifiant le recours à l'imitation. Ces éléments seront complétés par l'étude de l'objet de l'imitation (« qui est imité? », « qu'est-ce qu'on imite ? ») dans la littérature existante. Le terrain d'analyse est le secteur la téléphonie mobile en Algérie. Les trois opérateurs (Djezzy, Mobilis et Ooredoo) se disputent le secteur dans un marché en pleine expansion avec un immense potentiel pour les nouvelles technologies.

Mots-clés : Imitation, Pourquoi imiter, la cible et le profil de l'imitateur, les innovations de services, le secteur de télécommunications mobiles en Algérie.

Abstract:

The objective of this work is to discuss imitation as part of the competition and establish its relationship with innovation. Imitation is a concept used in our ordinary language, but it is often poorly defined or rather confused with other concepts. This confusion indicates the need to identify the characteristics of imitation ("what is imitation?"), and the answer to the question "why to imitate?" Through analysis of different incentives, arguments and the circumstances of the imitator, who justify the use of imitation. These items will be complemented by studying the subject of imitation ("What do we imitate? ") in the literature. To test our hypotheses, we consider the case of mobile telephony in Algeria. The three operators (Djezzy, Mobilis and Ooredoo) competing sector in a growing market with immense potential for new technologies

Keywords : Imitation, why to imitate, the target and profile imitator, innovation services, the mobile telecommunications sector in Algeria.

INTRODUCTION

L'imitation est un concept répandu dans notre langage habituel, sauf qu'il est souvent mal défini ou plutôt confondu avec d'autres concepts cédant la place à un flou conceptuel. En effet, « la notion n'est pas aussi naïve, donc d'accès aussi facile qu'on le croit généralement »¹.

La présente recherche propose les contours d'une analyse stratégique de la dynamique concurrentielle innovation/imitation et surtout une analyse profonde des comportements mimétiques, leur rationalité, leurs explications et/ou leurs déterminants. Cette problématique s'inscrit dans le cadre général qui considère l'imitation en tant qu'une stratégie, un mode de concurrence inter-firmes. L'objet se situe au croisement de plusieurs disciplines : sociologie, économie industrielle, stratégie et management des entreprises, etc.

La mise en relation du concept d'imitation avec les notions d'avantages concurrentiels et de performance, passe par l'analyse de trois interrogations fondamentales :

1. « **Qui imite ?** », « **qui est imité ?** » : c'est l'étude de la cible de l'imitation ainsi que le profil de l'entreprise imitatrice.
2. « **Quoi imiter ?** » ou « **qu'est ce qu'on imite ?** » : c'est l'objet de l'imitation (l'élément imité dans le nouveau produit).
3. « **Pourquoi imiter ?** » : c'est les conditions ou les circonstances de l'imitation, les incitations à imiter ainsi que les arguments de l'imitation.

Cette recherche est une tentative de fertilisation de la thématique de l'imitation ; une fertilisation croisée avec l'innovation mais pas totalement dépendante. Le cadre général de base pose ainsi le dilemme innovation/imitation dans les comportements des firmes et sa relation avec l'avantage concurrentiel. Nous prenons le cas du secteur des télécommunications mobiles en Algérie.

Le secteur des télécommunications mobiles est en progression continue surtout après l'entrée en force d'Orascom Telecom à travers son opérateur Djazzy et le lancement de Ooredoo (Watanya Telecom Algérie) dans le jeu de la concurrence. Les trois opérateurs (l'opérateur national Mobilis, Djazzy et Ooredoo) se partagent un marché en plein boom. Les perspectives s'annoncent prometteuses surtout avec le développement de nouvelles technologies en matière de téléphonie mobile.

Les innovations font florès dans le secteur mais les imitations se suivent et se succèdent aussi. Nous mettons ainsi en évidence, dans ce travail, le caractère mimétique des comportements des opérateurs de téléphonie mobile et la dynamique de diffusion des innovations de services. L'examen des nouveautés apparues dans un secteur en expansion rapide, souligne la logique d'innovation-imitation qui structure la dynamique concurrentielle dans ce type de services. En résumé, nous montrerons qu'il n'est pas aussi évident de déterminer la cible des imitateurs ni le profil-type de l'imitateur.

La structure de ce travail est la suivante : nous présenterons en premier lieu le concept d'imitation du point de vue caractéristiques et approche théorique. En second lieu, nous parlerons de l'innovation dans le secteur des services en général pour introduire par la suite le cas du secteur des télécommunications mobiles. Enfin, une conclusion résumera nos résultats et déductions.

1. L'IMITATION : APPROCHE THEORIQUE

1.1. Définitions

L'imitation est à première vue, un ensemble de comportements individuels présentant des corrélations. Issue de la biologie, l'imitation définit dans cette discipline le comportement de certains animaux qui se protègent en imitant leur environnement avec leur couleur et leur forme. De là, on peut déduire que l'imitation fait référence au concept d'adaptation. C'est un comportement référentiel. On décrit péjorativement les imitateurs comme étant des contrefacteurs, des clones, des pirates ou même pire, comme des bandits².

Les synonymes donnés à l'imitation sont nombreux : caricature, parodie, mimique, copie, reproduction, plagiat, contrefaçon, faux, contagion, comportement moutonnier, piratage, transplantation, généralisation, diffusion, me-too, etc. Dès lors, ses antonymes peuvent être : la création, l'originalité, l'authenticité, l'innovation, l'invention, la nouveauté, etc.

L'imitation, ses synonymes et ses déclinaisons ont leur place dans les études économiques, les études sur l'économie de développement, mais aussi en sciences humaines et sociales et en droit. Le concept d'imitation reste cependant peu structuré.

Le droit est sans doute l'une des disciplines qui donnent une vision assez claire du concept. Il précise ce qu'est l'imitation et le dommage subi ainsi que les sanctions d'une telle activité. L'imitation peut porter sur les signes distinctifs, sur la publicité ou sur la présentation externe d'une œuvre présentant une certaine originalité. La condamnation de l'imitation est conditionnée par l'existence d'un risque de confusion. Dans le cadre de la liberté du commerce et de l'industrie, le droit précise également les frontières à ne pas dépasser par les concurrents. Il donne droit à l'imitateur dans certains cas comme par exemple, en cas de bonne foi (qui reste à prouver).

Nous adoptons la définition de J-P. Debourse³, selon laquelle l'imitation de l'innovation est la mise au point d'un produit ou d'un procédé semblable à celui qui fait l'objet de l'innovation. Elle comporte, comme l'innovation, différents degrés qui vont de la copie pure et simple, à la mise au point d'une quasi-innovation. C'est sans doute la définition la plus claire et la plus synthétique de l'imitation.

Selon le degré de nouveauté de l'imitation, la similitude avec l'innovation ou le degré de copie réalisée, il est possible de distinguer entre deux types d'imitation ; l'imitation réflexive et l'imitation copie.

L'imitation réflexive (intelligente ou créatrice) a pour but la conquête de parts de marché, la fidélisation des clients actuels ou l'attrait de nouveaux clients ainsi que le développement de l'image de l'entreprise. Elle reprend le concept du produit ainsi que la fonction principale. Ce type d'imitation peut avoir des effets négatifs sur « l'avantage concurrentiel » de la firme innovatrice⁴. Il peut mener à d'énormes profits pour la firme imitatrice ainsi qu'à une puissance et une montée de la notoriété de cette firme. L'imitation réflexive peut être soutenue par de fortes campagnes publicitaires, la mobilisation du service après-vente et même des pratiques pour la fidélisation de la clientèle.

Prouver l'imitation réflexive est long, difficile et coûteux surtout parce qu'il ne s'agit pas d'une reproduction totale de l'originel. La confusion ne peut être prouvée puisque la copie est distinguée par ses propres caractéristiques notamment esthétiques. Elle porte la marque de l'entreprise qui l'a fabriquée. Ce type d'imitation remet ainsi en cause les outils de protection de la propriété industrielle puisqu'il n'est souvent pas condamné par les tribunaux.

L'imitation copie est une copie intégrale d'une innovation ; une copie pure et simple. Elle porte sur le packaging et la marque de la cible. L'imitateur reprend les caractéristiques du produit originel (fonctionnelles et techniques). Son objectif c'est le profit à court terme. Le tableau suivant résume la différence entre les deux types d'imitation.

Tableau n° 1 : Les stratégies compétitives de développement d'une nouvelle connaissance

Points de distinction	Imitation réflexive	Imitation pure (contrefaçon)
Le processus d'apprentissage impliqué	Learning by watching : Apprendre en surveillant ou par l'observation avec adaptation et modification de l'originel.	Simple transfert
La source majeure de la connaissance	Interne et externe (combinaison)	Externe
Le type de connaissances	Il existe celles qui sont entièrement nouvelles et celles qui sont nouvelles pour la firme.	Nouvelles pour la firme
Le type d'actifs utilisés	Génériques en premier, puis ils tendent à se spécialiser	Génériques
Les investissements en R&D	Modérés	Faibles voire nuls
Le flux d'informations	Des deux cotés (interne et externe)	D'un seul coté (externe)
La loi à travers : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le statut à l'égard de la loi ▪ Les moyens de lutte 	Flou : la preuve est plus difficile Moins connus, moins efficaces	Illégale Connus et de plus en plus efficaces
Le produit à travers : <ul style="list-style-type: none"> ▪ La qualité de la copie ▪ Les caractéristiques copiées du produit 	Egale ou supérieure Fonctionnelle, technologique	Inférieure, Extérieures, esthétiques, marque, logo, forme, couleur, etc.
Le copieur à travers : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le statut du copieur ▪ L'attitude du copieur vis-à-vis du consommateur ▪ Les objectifs du copieur ▪ Les horizons du copieur 	Peut devenir un concurrent direct Faire arbitrer Parts de marché, notoriété, gains financiers à long terme Moyen ou long terme	Parasite Tromper Gains financiers à court terme Court terme
Le copié à travers : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les préjudices pour le copié ▪ L'impact sur l'avantage concurrentiel du copié 	Position concurrentielle atteinte. Préjudices financiers en conséquence. Peut être important	Essentiellement financiers Peu important

Source : Inspiré de M.K. Bolton (1993) et D. Baize (1997).

L'imitation économise sur les coûts de prise de décision ainsi que sur ceux de la R&D et de la recherche d'informations. Les activités se déroulent dans le temps c'est ce qui fait l'incertitude. Dans des circonstances de non information, et non connaissance, imiter serait la seule stratégie rationnelle⁵.

Trouver le meilleur choix parmi un ensemble d'alternatives consomme du temps et des ressources. Comme pour l'innovation, imiter ce qui existe prend du temps, c'est coûteux, et induit un certain degré d'incertitude. L'imitation n'est pas évidente puisque l'accès à l'information n'est pas forcément facile et gratuit⁶.

Lorsqu'une innovation est diffusée, il faut toujours un certain temps pour que les imitateurs s'en informent et décident ou non de l'imiter. Des études portant sur le processus de la diffusion ont montré que l'adoption se faisait d'abord lentement puis elle s'accélérait.

Le poids du retard d'imitation ainsi que son coût peut être influencé par les obstacles

pour obtenir l'information, dus à des éléments tels que le processus de production, le temps nécessaire à l'apprentissage même après l'obtention de l'information, l'étendue ou le nombre des grandes firmes ou des multinationales dans l'industrie, etc. D'autres facteurs peuvent expliquer le coût et le délai d'imitation : le secret, l'imperfection de la connaissance obtenue par l'imitateur et le savoir-faire de l'innovateur. Les capacités de l'imitateur lui-même, ses ressources et ses aptitudes, jouent un rôle dominant dans la détermination des coûts et des délais d'imitation.

L'impossibilité de maintenir son avantage concurrentiel durablement relève presque de l'évidence. Un nombre croissant d'industries connaît aujourd'hui des cycles de produits rapides parce que les nouvelles idées sont de plus en plus faciles à copier. L'imitation est considérée ici comme une diffusion inter-firmes intra-industrie. C'est un mécanisme de transmission, un vecteur de diffusion.

Trop de lois strictes sur la propriété industrielle contraignant l'imitation, peut tuer l'innovation. En effet, la forte protection peut avoir des effets négatifs sur le développement d'un secteur donné mais aussi sur le taux d'innovations. Les régimes à fortes protections des innovations contraignent les entreprises capables d'apporter des améliorations sur l'innovation ce qui peut ralentir le progrès global. J. Mokyra montré que la stagnation de la Grande-Bretagne au début du 20^{ème} siècle était due aux freins mis par les industriels, les innovateurs des générations précédentes, à l'entrée de nouveaux acteurs dans l'industrie. Les barrières à l'entrée peuvent ainsi engendrer la stagnation de l'industrie et du système économique en général, par l'étouffement de la concurrence et des occasions d'innover.

L'innovation et l'imitation sont deux stratégies risquées puisqu'elles projettent la firme sur de nouveaux types de comportements dont elle n'a au mieux qu'une connaissance théorique et dont elle ignore la dimension tacite. C'est souvent le cas où la firme va réaliser une nouveauté loin de son passé et son expérience.

1.2. Pourquoi imiter ? Les arguments, les circonstances et les incitations à imiter

Pour répondre à la question « pourquoi imiter ? », plusieurs champs de réponse peuvent intervenir. Nous distinguons entre :

1.2.a. Les arguments de l'imitation

Ce sont les facteurs explicatifs de l'imitation ou ses déterminants, les facteurs qui sont indépendants de la situation de l'imitateur. Tel est le cas de la nécessité fonctionnelle ou technique⁷, la normalisation⁸ ou la mode⁹. Les réglementations produisent aussi la ressemblance, les banques, les études de marchés et les technologies aussi¹⁰.

1.2.b. Les circonstances de l'imitation

Ce sont les conditions dans lesquelles se trouvent les entreprises potentiellement imitatrices. Ces facteurs sont dépendants de la situation de l'imitateur et sont en relation avec l'environnement de l'imitateur ou l'imitateur lui-même. *Les circonstances de l'imitateur relatives à l'environnement* sont : l'intensité de la concurrence¹¹, les profits (ou les cash flows) dégagés par les activités actuelles de l'entreprise¹², l'absence d'information¹³, le risque¹⁴ et l'incertitude¹⁵.

L'imitation permet ainsi de minimiser le risque dans un environnement d'incertitude. Tant que les rivaux se suivent, aucune de leurs situations ne peut ni s'améliorer ni se détériorer. Les capacités concurrentielles, grâce à l'imitation, restent dans la balance.

Les circonstances relatives à l'imitateur lui-même sont diverses aussi. Pour J-A. Schumpeter¹⁶, les entrepreneurs qui ont plus de talent innove. C'est une race rare d'hommes. Les autres entrepreneurs les suivent parce qu'ils ne possèdent pas le même talent. Le manque d'inspiration, de financement, l'incapacité créative et l'incapacité de projeter le futur sont les circonstances dans lesquelles une entreprise peut se trouver, et qui peuvent la pousser à imiter. L'imitateur peut manquer de conviction pour se différencier des autres. La crainte d'être seul à avoir tort ou un optimisme communicatif peuvent également être à la source des imitations.

1.2.c. Les incitations à imiter

Les incitations à imiter sont les facteurs qui incitent les firmes à imiter et qui sont fonction de l'entreprise innovatrice. Ils sont relatifs à l'innovation et ce qu'elle engendre ainsi que les avantages de l'imitation.

Le succès et la réussite d'une innovation paraît être la principale incitation qui attire les imitateurs. Plusieurs chercheurs concordent sur cette idée. Selon J.A Schumpeter, les imitateurs sont attirés par le succès de l'innovation. Ainsi, l'innovation réussie suscite les imitateurs pour deux raisons : réaliser des profits et encourir moins de risques. L'imitateur trouvera également moins de difficultés de financement.

Selon A. Alchian¹⁷, les firmes imitent ce qui a réussi. Les profits les incitent. C. Hill¹⁸ avance aussi l'argument des profits dégagés par l'innovation. L'imitateur est attiré par les rentes de l'innovation et veut s'approprier une part de ces rentes. Les chercheurs dans la théorie des jeux (Offerman T., J. Sonnemans, Ruebeck C.S., Schlag) ont également concordé sur l'idée que l'imitateur est attiré par le succès de l'innovation.

L'imitation n'est pas toujours expliquée par des incitations, des circonstances ou des arguments. Les travaux du nouvel institutionnalisme ont montré qu'une entreprise peut imiter parce qu'elle croit que le marché attend d'elle ce type de comportement. Elle peut aussi imiter pour suivre un mouvement, une tendance. Si la majorité des firmes optent pour le même choix et adoptent la même stratégie, l'entreprise se trouve obligée de suivre. C'est ce qu'on va détailler dans ce qui suit.

1.3. L'objet et la cible de l'imitation

Par l'objet de l'imitation, nous faisons allusion à ce qui est imité (l'élément imité dans le produit ou « qu'est ce qu'on imite ? »). Par la cible de l'imitation, nous faisons référence aux caractéristiques de l'entreprise imitée (« qui est imité ? »).

L'objet et la cible sont en relation avec la question du « pourquoi imiter ? ». Ils prouvent que l'imitation peut être un comportement sélectif. L'imitation des actes d'autrui ou des productions d'autrui est une pratique assez courante. Pour une entreprise, l'objet de l'imitation peut être¹⁹:

1. L'entreprise elle-même : son nom commercial ou sa dénomination sociale ;
2. Ses produits ou ses services ;
3. Les signes permettant de distinguer ses produits ou services ;
4. Son savoir-faire ;
5. Ses publicités ;

Il est possible de copier les produits et leurs présentations, les prestations matérielles (programmes d'ordinateurs, émissions télévisées, enregistrements sonores, etc), les moyens publicitaires (affiches, film, spot télé ou radio, encart publicitaire, etc), les dénominations sociales, les titres d'œuvres littéraires, des journaux et des périodiques²⁰.

Différents travaux dans différentes disciplines, ont tenté de déterminer la cible de l'imitation et ses caractéristiques. Pour les théoriciens évolutionnistes les firmes imitent la firme leader, la meilleure firme, celle qui a réussi. La vision évolutionniste postule que les actions engagées permettent aux firmes d'apprendre à partir du repérage des organisations les plus efficaces qui sont sélectionnées par l'environnement.

Pour le nouvel institutionnalisme, un modèle de légitimité est construit par les firmes « leaders ».

Les entreprises tendent à adopter des comportements similaires en suivant les firmes leaders qui sont les acteurs « centraux » du marché. Le canal de contagion peut être la notoriété et la réputation de la firme imitée.

La convergence vers un modèle dans un secteur donné est poussée par le besoin de légitimité. Les décisions adoptées par le grand nombre de firmes acquièrent aussi une certaine légitimité.

Les études de H. Haveman²¹ ont révélé que les organisations à grands profits servent de modèles à toutes les autres organisations.

La présence d'acteurs réussis sur un nouveau marché légitime ce marché et le rend plus attractif aux entrants potentiels.

En fonction de la base de l'imitation, trois modes d'imitation apparaissent²²:

- L'imitation basée sur la fréquence d'utilisation (*frequency-based imitation*) : c'est le cas où les organisations adoptent les pratiques qui sont les plus « utilisées » par d'autres organisations. Les imitateurs comptent ainsi sur la prédominance par la fréquence comme indicateur de la valeur de la pratique imitée. Cette pratique sera utilisée jusqu'à ce que les organisations prouvent la fiabilité d'une autre stratégie ou une pratique, par la fréquence de son utilisation.
- L'imitation basée sur les caractéristiques (*trait-based imitation*) : les imitateurs sélectionnent les pratiques utilisées par les organisations qui ont des traits caractérisant : la grande taille, la réussite, les grands statuts, la position centrale. C'est aussi des firmes avec un accès supérieur en matière d'informations et de ressources. Cette imitation satisfait aussi le besoin de légitimité selon le nouvel institutionnalisme.
- L'imitation basée sur le profit (*outcome-based imitation*) : les organisations imitent les pratiques profitables et bénéfiques.

Ces trois modes d'imitation sont des imitations sélectives. Ils peuvent se combiner. En effet, les organisations peuvent imiter par exemple les pratiques réussies (imitation de profit) mais seulement celles qui sont utilisées par les organisations réussies (imitations de caractéristiques) comme c'est le cas pour les pratiques de benchmarking.

En économie, l'agent dominant (ou l'entreprise dominante) paraît être la meilleure cible de l'imitation notamment dans la théorie des jeux²³. C'est ce qui confirme la vision des autres travaux sur la cible de l'imitation.

Les résultats de la théorie des jeux et de la prise de décision montrent que l'imitation n'est pas toujours une action rationnelle. L'imitation peut être non justifiée dans certains cas, mais globalement, l'imitation est sélective. Elle cible les firmes leaders, performantes ou réussies, avec un accès supérieur en termes d'informations et de ressources. Dans ce cas, elle vise à acquérir le même succès et/ou améliorer la légitimité. Elle peut également viser les

avantages du second entrant. En général, les imitateurs copient en fonction de la fréquence des actions engagées par les autres firmes ; les actions qui garantissent le succès ou le profit²⁴.

2. L'INNOVATION DANS LES SERVICES

Nous présentons ci-après les concepts clés de notre recherche à savoir : le concept de service ainsi que l'innovation dans les services.

2.1. Le concept de services

Au niveau mondial, le secteur des services a subi des changements spectaculaires depuis des décennies. Le management des services a pris ainsi une place considérable que ce soit dans les économies développées qu'émergentes.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette évolution : le changement des modes de régulation publique (la réglementation touche les niveaux de prix, les contraintes géographiques concernant les stratégies de distribution, etc.), initié aux Etats-Unis à la fin des années 70, ouvrant la voie à de nouvelles activités de services ; l'assouplissement des règles édictées par les syndicats professionnels notamment les censures sur la publicité et les activités de promotion ; la privatisation a conduit à une restructuration du secteur avec la baisse des coûts et un recentrage sur le marché²⁵ ; l'informatisation et les TIC ; l'internationalisation des entreprises de services ; la création de sociétés de fournisseurs de services par des sociétés réputées (dans l'informatique ou l'automobile) qui ont ajouté des services annexes ou supplémentaires pour soutenir leurs ventes telles que les conseils, le crédit, le transport et la livraison, l'installation, la formation ou l'entretien, etc. ; l'impact du mouvement en faveur de la qualité des services, le développement de l'externalisation, etc.

Selon leurs fonctions et le l'objet donc que l'entreprise leur assigne, il est possible de distinguer quatre types de services²⁶:

1. Les services-fonctions permettent la coordination des ressources, des compétences et/ou des opérations. Ils sont fournis par la structure pour la conception, la finalisation et la mise en œuvre de l'offre sur le marché. Ce sont des services qui caractérisent une entreprise par rapport à une autre ; ils se développent selon l'histoire et les processus d'apprentissage spécifiques à chaque firme. Ce type de service contribue à l'organisation et à la réalisation du service-produit ou de l'activité de l'entreprise comme c'est le cas des activités de la R&D, la production, le marketing, les tâches de décisions ou d'encadrement, etc.
2. Les services-outils résultent de l'usage d'instruments (comme les méthodes, les logiciels, les enquêtes, les bases de données, les normes, etc.) pour la captation, la production et/ou la diffusion d'informations vers l'environnement interne ou externe de l'entreprise. Leur finalité réside dans la maîtrise des conditions de conception, d'organisation et de réalisation du service.
3. Les services-relations sont le résultat de l'interaction entre l'entreprise et son réseau de clients, de fournisseurs et de distributeurs. Ils recouvrent ainsi l'ensemble des caractéristiques relationnelles entre l'entreprise et ce réseau (contractuel ou informel). Leur objectif est l'amélioration la perception de la prestation par le client, la captation des idées et des connaissances de l'environnement externe ainsi que l'amélioration de la réalisation du service grâce à l'instauration d'un environnement interne favorable et des relations externes privilégiées (l'information, le conseil, la maintenance, les activités de négociation, de co-conception avec les fournisseurs ou les distributeurs, etc.).

4. Les services-produits ont pour objectif de répondre efficacement à la demande soit à travers la satisfaction d'un besoin identifié ou la résolution de problèmes spécifiques. Ils constituent ainsi le cœur de l'offre de l'entreprise et se caractérisent par un ensemble de caractéristiques intrinsèques, de spécifications techniques et de conditions opérationnelles de réalisation d'une prestation.

Ces quatre types de services peuvent interagir. La frontière entre eux est parfois floue.

2.2. L'innovation dans les services

Les entreprises industrielles alimentent régulièrement le secteur des services en innovations de produits ou de processus. Les entreprises de services ne sont pas uniquement des consommateurs en termes de nouvelles technologies (des innovations de produits ou de process dues aux TIC). Elles produisent aussi diverses innovations que ce soit par le développement de nouveaux services destinés aux particuliers ou aux entreprises, l'amélioration des services existants ou leur personnalisation, etc. Les relations qu'entretiennent les entreprises de services avec les entreprises industrielles ne sont donc pas aussi simples que l'on croit souvent. Les entreprises de services constituent incontestablement l'une des sources majeures d'inspiration et d'innovations dans l'industrie²⁷.

La différence entre les innovations de services et les innovations technologiques réside en premier lieu dans la source d'idées. Tandis que les innovations technologiques découlent d'un processus de R&D formalisé visant la constitution d'un ensemble de connaissances scientifiques et techniques, les innovations de services se basent sur le développement de compétences organisationnelles et commerciales.

Les innovations de services se concrétisent en grande partie dans la relation client-prestataire de services ainsi que dans les caractéristiques propres du produit-service fourni. Les innovations de services, comme les innovations technologiques, peuvent porter sur des caractéristiques, des fonctionnalités ou de nouveaux usages. Elles se caractérisent par certaines spécificités. Elles sont immatérielles ou intangibles, de caractère conceptuel. Elles recouvrent aussi une dimension relationnelle au niveau de leur élaboration, de leur consommation ou utilisation.

Il est possible de distinguer trois natures des innovations de services selon leur localisation dans l'entreprise ainsi que leur point d'impact : les innovations organisationnelles, les innovations commerciales et les innovations mixtes. Ces trois catégories d'innovations peuvent s'introduire au niveau de chaque type de services.

Tableau n°2 : Nature et localisation des innovations de services.

Localisation	Nature dominante de l'innovation		
	Organisationnelle	Mixte	Commerciale
Fonction	Nouvel organigramme Nouvelles forme de contrôle Nouvelle répartition des responsabilités Nouveaux lieux et modalités de décision	Nouvelle fonction de gestion de la relation avec les distributeurs ou les fournisseurs	
Outil	Nouvelles méthodes internes Nouveaux tableaux de bord Nouveaux indicateurs Nouveaux mécanismes de motivation et d'incitation	Introduction de logiciels d'aide à la vente Mesure de la satisfaction des clients Nouveau système de remontée d'information commerciale Publicité sur le lieu de vente Nouveaux outils de marketing direct Nouveaux supports de vente	
Produit			Nouveau concept de produit-service Nouvelle caractéristique du produit-service ou de son conditionnement Amélioration et/ou recombinaison des caractéristiques du produit-service
Relation	Nouvelles formes de coordination et de gestion des interfaces entre les différentes structures de la firme (concertation, échanges d'informations, ajustement mutuel, etc.)	Nouvelles modalités de gestion de la relation avec les clients, en amont (perception de la demande et des attentes, prospects), et en aval (gestion des réclamations, des contentieux, etc.)	Nouvelles caractéristiques de la réalisation de la prestation au contact du client (services d'accueil, de conseil, d'information, d'assistance, etc.)

Source : d'après A. Hamdouch et E. Samuelides, 2000, p11.

Selon leur degré de nouveauté, il est possible de distinguer trois types d'innovations de services:

1. Les innovations de caractéristiques : c'est la forme la plus fréquente d'innovations dans les services. L'entreprise introduit une caractéristique à un service existant ou crée une nouvelle caractéristique pour un service donné.
2. Les innovations par combinaison de caractéristiques (appelée aussi innovation architecturale) prennent deux formes. La première consiste en la recombinaison des caractéristiques déjà existantes dans une prestation donnée. La 2^{ème} consiste à associer des caractéristiques existantes incorporées jusque-là dans des services différents, de façon nouvelle.
3. Les innovations globales résultant d'un nouveau concept de service avec des caractéristiques nouvelles sur le marché voire inédites.

3. L'ENQUETE SUR LE TERRAIN

Rappelons que l'objectif de ce travail est de discuter de l'imitation dans le cadre de la concurrence et d'établir ses liens avec l'innovation en nous basant sur certaines assertions théoriques dans le cadre des innovations de services. L'objectif spécifique poursuivi est de déterminer l'objet, la cible et le profil de l'imitateur. Le secteur des télécommunications mobiles se caractérise par une compétitivité élevée ainsi qu'un consommateur sans cesse en quête de nouveautés.

Le marché des télécommunications mobiles est très concurrentiel essentiellement pour trois raisons. La première est que la concurrence porte sur un marché en croissance, non mature, par la conquête de nouvelles parts de marché (attraction de nouveaux clients) et la fidélisation des abonnés actuels. La seconde raison tient du fait de la non-existence de barrières à l'entrée dans ce type de secteur. Les nouvelles technologies sont accessibles à tout opérateur. La 3^{ème} raison tient du fait que les stratégies des firmes découlent de leur aptitude à maîtriser, anticiper et influencer et/ou s'adapter aux contraintes et opportunités soutenues par les évolutions environnementales (notamment la miniaturisation des terminaux, l'interconnexion avec Internet, la convergence des réseaux, la boucle locale mobile, etc).

Le cadre conceptuel de base de ce travail a permis de comprendre les concepts clés de notre travail. La méthodologie poursuivie repose sur une analyse du suivi des innovations et de leurs imitations dans la presse écrite.

3.1. Présentation du secteur des télécommunications mobiles en Algérie

Le développement du téléphone mobile a été spectaculaire, le nombre d'abonnés dans le monde est passé de 16 millions en 1991 à plus de 6,8 milliards fin 2013 et est en développement continu dans tous les continents.

La CNUCED classe l'Algérie au 5^{ème} rang en Afrique concernant la pénétration de la téléphonie mobile en 2012, derrière le Nigéria, l'Egypte, l'Afrique du Sud et le Maroc.

Tableau n°3 : Répartition du marché de la téléphonie en Algérie

	Téléphonie fixe	Téléphonie mobile
Nombre d'abonnés (en millions)	3,317	39,517
Part de marché	7,7%	92,3%

Source : ARPT (décembre, 2013)

Au 31 décembre 2013, l'Algérie compte 39.517.045 d'abonnés de téléphone mobile. Le tableau suivant présente les trois opérateurs de téléphonie mobile présents en Algérie.

Tableau n°4 : Présentation des opérateurs de téléphonie mobile en Algérie.

Mobilis	Djezzy	Ooredoo
La naissance d'Algérie Telecom a été consacrée par la loi 2000/03 ²⁸ . Mobilis est opérationnel depuis janvier 2003.	Installé en Algérie en juillet 2001, devenu opérationnel en février 2002.	Installé en Algérie grâce à une licence obtenue en décembre 2003, devenu opérationnel le 25 août 2004.
Algérie télécom est une société par actions à capitaux publics. Slogan « Mobilis, et tout le monde parle ». Mobilis, filiale d'Algérie Telecom.	Slogan « Djezzy, eich la vie » Filiale du groupe Orascom Telecom Algérie, membre du groupe égyptien Orascom dont les principaux actionnaires sont la famille Sawiris.	Slogan(s) « Je l'aime et j'aime qui l'aime » Ooredoo est la marque commerciale de Wataniya Telecom Algérie, filiale de Wataniya Telecom Koweït dont Qtel est l'actionnaire majoritaire depuis mars 2007.

Source : établi par nous-mêmes à partir des données des opérateurs.

Les trois opérateurs enregistrent ensemble un parc qui dépasse les 39 millions d'abonnés, ce qui représente une croissance annuelle de 54%. Cette croissance provient intégralement de la diversification des formules Prépayé et les avantages des promotions entamées par les opérateurs tout au long de l'année, notamment en période de fêtes.

Tableau n°5 : L'évolution du parc des abonnés de chaque opérateur entre 2003 et 2013 (en milliers)

Désignation	Opérateur	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nombre d'abonnés (en milliers)	ATM	1 176	4 908	7 476	9 693	7 704	10 079	9 446	10 623	12 451	12 451
	OTA	3 418	7 277	10 531	13 382	14 109	14 618	15 087	16 595	17 846	17 574
	WTA	288	1 477	2 991	4 487	5 219	8 033	8 246	8 505	9 126	9 491

Source : établi par nous-mêmes à partir des données et des bulletins de l'ARPT.

A propos des moyennes des acquisitions enregistrées, les derniers chiffres indiquent :

Tableau n°6 : Les parts de marché des opérateurs mobiles en Algérie (2013)

Opérateurs	Nombre d'abonnés	Parts de marché
ATM	12 451 373	31,51%
OTA	17 574 149	44,47%
WTA	9 491 423	24,02%
Total	39 517 045	100%

Source : établi par nous-mêmes à partir des données et des bulletins de l'ARPT.

Le secteur des télécommunications mobiles fait apparaître un flux continu d'innovations variées. Une vue rapide du secteur montre l'importance et la variété des innovations dans les activités de services. Cette variété vient du fait de la concurrence acharnée que se livrent les trois opérateurs de téléphonie mobile présents sur le marché (Djezzy, Mobilis et Ooredoo).

L'intensité de la concurrence montre le désir de chaque opérateur de s'approprier des parts du marché jeune, très concentrée, et en croissance exponentielle à travers différentes innovations. Etant donné la difficulté de s'approprier ce type d'innovation par les outils traditionnels de protection (tels que les brevets ou la marque), l'imitation rapide de la part des concurrents s'installe comme une pratique courante dans le secteur et apparaît comme une contrainte majeure pour les innovateurs les poussant à un renouvellement permanent de leur offre.

3.2. L'imitation dans le secteur des télécommunications mobiles en Algérie

Avant de présenter et d'analyser les résultats de notre investigation sur le terrain, il faudra tout d'abord, rappeler les grands axes qui soutiennent cette recherche : nous tentons par le biais de cette recherche d'étudier trois thèmes concernant la question de l'imitation :

1. L'étude de la cible de l'imitation ainsi que le profil de l'entreprise imitatrice.
2. L'objet de l'imitation (l'élément imité dans le nouveau produit).
3. Les conditions ou les circonstances de l'imitation, les incitations à imiter ainsi que les arguments de l'imitation.

Tout d'abord, et à propos de la cible de l'imitation ainsi que le profil de l'imitateur, nous avons remarqué que les trois opérateurs se copient mutuellement. Le first-mover (ou le

premier attaquant), lance son innovation sur le marché et les suiveurs commencent à lancer leurs copies. Il n'y a donc pas de distinction ni d'opposition entre les positions d'innovateur et d'imitateur. Les opérateurs de téléphonie mobile en Algérie, alternent entre les deux stratégies parfois même les adoptent conjointement sur des produits/services différents.

Les innovations de services dans les télécommunications mobiles s'inscrivent dans une logique systémique et temporelle dans laquelle chaque innovation singulière ne constitue qu'un maillon de la dynamique globale d'innovation de l'opérateur.

Ensuite, et à propos de l'objet de l'imitation, nous avons analysé ici les innovations commerciales. L'objet de l'imitation varie selon l'innovation copiée. Il faut ainsi souligner que, quelle que soit leur forme, les innovations commerciales sont rarement reproduites à l'identique. L'imitation donne généralement l'occasion au suiveur d'introduire lui-même de nouvelles caractéristiques lui permettant de se différencier de l'offre originel et, partant, d'apparaître lui-même aux yeux des clients comme innovateur et non pas comme suiveur.

L'imitation dans le secteur étudié s'accompagne souvent d'innovations d'amélioration qui peuvent prendre essentiellement deux formes :

- L'ajout d'une nouvelle caractéristique à l'innovation introduite par le first-mover ;
- Une adaptation de cette innovation.

Ces innovations d'amélioration sont à leur tour souvent imitées par les concurrents, y compris par l'initiateur de la nouvelle idée.

En 3^{ème} lieu, et à propos du « pourquoi imiter ? », nous avons remarqué que c'est la logique de préemption du marché des télécommunications mobiles en Algérie, qui anime l'incitation à imiter. En effet, le secteur est caractérisé par une course-poursuite permanente entre innovations et imitations, poussée par la logique de préemption de la demande.

La préemption de parts de marché par l'innovation-imitation constitue, pour les trois opérateurs, non pas un choix stratégique, mais plutôt une contrainte. La croissance du marché, et donc sa saturation à échéance de quelques années, fait que l'innovateur bénéficie toujours d'un avantage plus ou moins substantiel sur ses concurrents. Ainsi, le principe de la préemption se trouve ici appliqué dans ce contexte²⁹.

Dans cette perspective, chacun des trois opérateurs cherche à introduire des innovations commerciales pour se forger une image et asseoir son pouvoir sur le marché.

Enfin, et à propos du délai d'imitation, nous avons relevé un rythme rapide d'introduction d'innovations commerciales (par l'innovateur) et un rythme soutenu d'imitations de la part des concurrents. Le tableau ci-après montre que le délai de réaction de la part des concurrents face à l'innovation commerciale est de quelques mois.

Tableau n°7 : L'imitation dans le secteur des télécommunications en Algérie.

Innovations commerciales	Imitations et améliorations des innovations commerciales initiales
Offres et promotions	<u>Juillet 2007</u> : Mobilis annonce le lancement de sa promotion spécial été 2007 « les nuits Bleues de Mobilis à Mobilis ». <u>En 2008</u> , lancement de « Millenium » de Djezzy, communications gratuites et sans limites tous les soirs & week-end vers le réseau OTA. <u>Juin 2008</u> : Nedjma (Ooredoo aujourd'hui) lance son offre d'appels « l'illimité », des appels illimités 24h/24, 7j/7.
Blackberry	<u>Octobre 2006</u> : lancement de Blackberry de Djezzy. <u>Septembre 2007</u> : Mobilis commercialise les terminaux sans fils Blackberry.
Personnalisation de la tonalité	<u>Juin 2006</u> : lancement de Ranati chez Djezzy pour faire écouter aux personnes qui vous appellent de la musique, de la voix ou encore du son. <u>Février 2008</u> : Mobilis annonce le lancement de Naghmati
Internet mobile	<u>Février 2005</u> : Mobilis annonce le lancement de son offre GPRS « Mobi + ». <u>Juin 2005</u> : lancement du GPRS et de l'EDGE (Internet mobile et illimité avec clé USB) chez Djezzy. <u>Septembre 2007</u> : Nedjma propose l'Internet mobile avec son « pack N'ternet ». <u>Janvier 2008</u> : Mobilis lance la clé «Mobicconnect », l'offre Internet mobile de 236 kilo bits/seconde. <u>Mai 2009</u> : Djezzy lance « Djezzy Connect », l'accès à internet simplement en la connectant à un ordinateur.
Rechargement électronique de crédit	<u>Juin 2005</u> : lancement de Flexy chez Djezzy. <u>Juillet 2006</u> : Nedjma lance « Storm » <u>Août 2007</u> : Mobilis lance « Arsseli »
Transfert de crédit entre mobiles	<u>Juin 2005</u> : Djezzy lance Crédit SOS <u>Septembre 2006</u> : Mobilis lance Sellekni <u>Juillet 2008</u> : Nedjma lance Stormili
Carte prépayée	<u>Août 2002</u> : lancement de la carte prépayée pour la 1 ^{ère} fois en Algérie par Djezzy. <u>Février 2004</u> : lancement de Mobilis la carte. <u>Mars 2005</u> : Mobilis annonce le lancement de sa nouvelle offre prépayée « Mobilight ».
Rester informé	<u>2006</u> : Clip+ de Djezzy permet de rester informé des appels en absences même téléphone éteint ou hors champs <u>Mai 2007</u> : lancement de Dima de Nedjma <u>Avril 2008</u> : lancement du 644 de Mobilis
Portail Web (multimédia mobile)	<u>Janvier 2008</u> : Nedjma lance Zhoo <u>Juin 2009</u> : Djezzy lance Yalla
Informations (news, horoscope, foot, etc.)	<u>Mai 2007</u> : lancement de Nedjmanet <u>Octobre 2008</u> : Scoop de djezzy <u>Octobre 2008</u> : Sms infos de Mobilis

Selon le caractère des innovations introduites, il est possible de distinguer entre les rythmes de l'imitation. Ainsi, on relève que c'est au niveau des innovations de caractéristiques (tarification à la seconde, heures creuses/heures pleines, etc.) que les innovateurs sont les plus

vulnérables face aux comportements d'imitation. Il se passe en effet tout au plus quelques semaines entre l'introduction de la nouvelle caractéristique et son appropriation par les concurrents. A contrario, les innovations portant sur de nouvelles formules commerciales comme le forfait, le pack, ou la carte prépayée, sont elles aussi systématiquement imitées, mais avec des décalages temporels plus étendus pouvant recouvrir plusieurs mois.

Cette différence dans les rythmes d'imitation des innovations s'explique aisément. L'imitation d'innovations de caractéristiques ne nécessite que des ajustements marginaux de l'offre des suiveurs, alors que les nouvelles formules commerciales, par nature plus complexes et requérant une logistique plus lourde, nécessitent au contraire pour les acteurs du secteur des aménagements substantiels de leur organisation et de leurs relations avec les fournisseurs d'équipements et les distributeurs.

CONCLUSION

L'objectif global de ce travail est de comprendre et d'éclairer le phénomène d'imitation, tester son importance pour l'entreprise qui imite (par la notion d'avantage concurrentiel), pour le consommateur et pour le système économique en général. L'objectif spécifique poursuivi est de démontrer l'existence et la persistance de l'imitation dans différents secteurs, présenter ses caractéristiques et ses incitations.

L'analyse du secteur des télécommunications mobiles proposée dans cet article a révélé la dynamique d'innovation qui semble bien se situer au cœur des processus concurrentiels à l'œuvre dans les secteurs de services en forte croissance. Le jeu concurrentiel se structure autour du couple innovation/imitation poussé par une logique de préemption du marché.

La synthèse des résultats a permis de relever tout d'abord, la difficulté d'établir le profil-type de l'imitateur. Ainsi, les trois opérateurs présents sur le marché, se succèdent les positions d'innovateurs et d'imitateurs. Parfois, ils le sont simultanément sur des produits différents. Ce constat contredit certains apports théoriques qui collent l'image de l'imitateur avec celle d'une PME, sans capacité financière ou humaine, avec une position marginale sur le marché. L'imitation est souvent perçue comme une activité dépourvue d'originalité, passive et irrationnelle. Dans le cadre du secteur étudié, l'imitation se révèle non pas seulement comme un moteur de diffusion des innovations sur le secteur tout entier, mais aussi comme une stratégie permettant de garder sa position sur le marché grâce à l'introduction d'améliorations sur l'innovation.

La trajectoire organisationnelle et commerciale de chaque opérateur semble le résultat de combinaisons singulières de facteurs historiques et stratégiques :

- ✓ Ainsi, pour Mobilis (l'opérateur « historique »), la stratégie s'appuie sur une gestion de la culture historique de monopole de la maison-mère Algérie Télécom avec une nécessité permanente de s'adapter aux nouvelles technologies face à l'agressivité commerciale des concurrents ;
- ✓ Djezzy, filiale du Groupe OTA, est entrée grâce à la diversification majeure de la maison-mère (Orascom). L'opérateur a acquis la place de leader sur le marché et bénéficié des opportunités dans un marché en pleine croissance par une stratégie de différenciation, qui semble continue afin de garder sa position concurrentielle.
- ✓ Pour Ooredoo, la culture de challenger dans la téléphonie mobile a permis à l'opérateur de se forger de plus en plus, une place dans un nouveau secteur en croissance vertigineuse avec une concurrence accrue. La politique de communication, plus

précisément de sponsoring, poursuivie par l'opérateur semble donner ses fruits puisque ses parts de marché de l'opérateur ne cessent d'augmenter.

Les trajectoires de chaque opérateur reposent sur des bases de compétences initiales (notamment l'expérience ou les compétences techniques et logistiques, la connaissance des activités de réseaux, le dynamisme commercial, la culture d'adaptation à l'évolution du marché, etc.) distinctives spécifiques à chaque opérateur. Chaque opérateur tente ainsi de gérer sa capacité d'innovation dans les services de télécommunications mobiles en tenant compte des innovations introduites par les concurrents.

L'analyse de l'évolution de l'offre des différents opérateurs de télécommunications mobiles en Algérie, montre la capacité différenciée de chacun d'eux à générer des innovations de services tout en adaptant son offre et son organisation aux innovations et aux stratégies concurrentes. Cette stratégie semble reposer sur une gestion spécifique des processus d'innovation où chaque innovation ne constitue qu'un maillon de la dynamique globale d'innovation de l'opérateur. Ce processus est loin d'être fermé sur lui-même. En effet, les trajectoires d'innovations sont interdépendantes au sein de la dynamique sectorielle.

Il existe un large consensus dans la littérature sur le fait que l'innovation est une source d'avantage concurrentiel d'une firme. Il ne s'agit pas ici de contredire cette assertion mais de la compléter. En effet, si la trajectoire d'innovation spécifique à chaque firme constitue bien une condition essentielle de son avantage concurrentiel, l'imitation d'une innovation par les concurrents, constitue à son tour à la fois :

- ✓ Une source d'inspiration pour la réalisation d'innovations d'amélioration ou de recombinaison ;
- ✓ Une incitation constante au développement d'innovations.

La dynamique de concurrence par l'innovation prend un tour d'autant plus acéré que les évolutions technologiques et/ou réglementaires sont extrêmement rapides, sous la surveillance assidue de l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications (ARPT).

Dans ce contexte, les opérateurs sont contraints tout à la fois d'innover dans leur organisation pour absorber ces évolutions et les utiliser à leur avantage, ainsi qu'innover en permanence dans le contenu de leur offre pour continuer à participer au jeu de préemption de la croissance de la demande qui caractérise ce secteur. Les recherches futures devraient analyser en profondeur les innovations introduites par les opérateurs de téléphonie mobiles, en élargissant le champ d'étude aux autres innovations à savoir les innovations organisationnelles et mixtes. La recherche sur l'innovation et l'imitation constitue un champ d'étude encore fertile.

NOTES ET REFERENCES :

- 1 Bourdon, « La crise de la sociologie », Librairies Droz, Paris, 1971.
- 2 Bolton M.K, Imitation versus Innovation: lessons to be learned from the Japanese, *Organizational Dynamics*, volume 21, n° 3, winter 1993.
- 3 Debourse J-P., La firme créatrice. Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, USTL, IAE de Lille, 1970.
- 4 Baize D., De la contrefaçon à l'imitation. *Revue Française de Gestion*, juillet/août 1999.
- 5 Quiers-Valette S., Apprentissage collectif et incitations : une approche par l'apprentissage gestuel. *Revue Economique*, volume 50, n°05, septembre 1999, pp-1029-1052.
- 6 Pavitt K., Sectoral patterns of technical change : towards a taxonomy and a theory. *Research Policy*, n°13, 1984, pp343-373.
- 7 Le produit peut imposer son aspect (ses caractéristiques techniques, ses dimensions, sa forme). L'imitation peut être inhérente à la nature du produit.
- 8 La normalisation peut être la cause des ressemblances entre les produits. Dans le cas de produits soumis à une réglementation et similaires dans leurs dimensions et leurs formes, la jurisprudence ne peut pas intervenir.
- 9 La mode est une habitude collective. Ce phénomène est accentué dans certains secteurs tels que la confection ou la joaillerie où le design est important. Ces nouveautés dues à la mode sont de courte durée, donc rapidement obsolètes. Les droits de propriété industrielle restent impuissants dans ces cas où la ressemblance est engendrée par une tendance, une vague de mode.
- 10 Kapferer J-N., Les marques : capital de l'entreprise. Les Editions d'Organisation, Paris, 1991.
- 11 L'intensité de la concurrence est fonction de plusieurs facteurs et qui sont : la concentration de l'industrie, les barrières à la sortie, les barrières à l'entrée, les conditions de la demande et les caractéristiques du produit. Un environnement concurrentiel est celui où la demande est forte, les barrières à l'entrée sont substantielles avec une grande concentration.
- 12 L'incitation à imiter est inversement liée aux cash-flows qui peuvent être générés par les processus technologiques actuels des concurrents.
- 13 En absence d'information, l'imitation devient rationnelle parce qu'elle cherche à réduire le risque face à la concurrence. Dans le cas d'une information asymétrique, un agent imite un autre agent plus informé que lui puisqu'il a entamé une action (A. Orléan, 1986). Dans ce contexte, A. Banerjee (1992) a présenté un modèle où les individus imitent dans l'espoir que l'individu observé a plus d'informations.
- 14 Banerjee A.V., A simple model of herd behaviour. *Quarterly journal of economics*. Volume CVII. August 1992, Issue 03.
- 14 Charue-Duboc F., Des Savoirs en Actions : Contributions de la Recherche en Gestion. Editions l'Harmattan, Paris, 1995.
- 15 Bikhchandani S., D. Hirshleifer et I. Welch, Learning from the behaviour of others ; conformity, fads, and informal cascades. *Journal of Economic Perspectives*, 01May 1998, n°12, pp151-170.
- 16 Schumpeter J.A., Théorie de l'évolution économique ; recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture. Traduit de l'allemand par J-J. Anstett. Edition Dalloz, Paris, 1999 c1926.
- 17 Alchian A., Uncertainty, evolution and economic theory. *Journal of Political Economy*, pp211-221, June 1950.
- 18 Hill C., Strategies for Exploiting Technological Innovations; When and when not to licence ? *Organization Science*, volume 3, n° 03, August 1992.
- 19 Leboulanger C. et F. Perdrieu-Maudrière, L'industrie de la contrefaçon ; de l'imitation à l'innovation. EMS (Editions Management et Sociétés), 2000.

- 20 Golaz E., L'imitation Servile des Produits et de leur Présentation. Etude Comparée des Droits Français, Allemand, Belge et Suisse. Librairie Droz, Paris, 1992.
- 21 Haveman H.A., Follow the leader: mimetic isomorphism and entry into new markets. *Administration Science Quarterly*, volume 38, n°04, décembre 1993, pp593-627.
- 22 Haunschild R.P. et A.S. Miner, Modes of inter-organizational imitation: the effects of outcome salience and uncertainty. *Administration Science Quarterly*, n°42, 1997, pp472-500.
- 23 Squintani F. et J. Välimäki, Imitation and Experimentation in a changing environment. Discussion paper for Northwestern University n°1275. Center for Mathematical Studies in Economics and management sciences. October, 1999.
- 24 Bensebaa F., Actions stratégique et réactions des entreprises. *Management*, volume 03, n°02, 2000, pp57-79.
- 25 Comme c'est le cas des compagnies aériennes ou du secteur des télécoms. La combinaison entre le facteur précédent et la privatisation a engendré de remarquables changements dans les services à travers la baisse des prix, l'enrichissement de l'offre, etc.
- 26 Hamdouch A. et E. Samuelides, Nature et dynamique des innovations dans les entreprises de services: une analyse à partir des innovations organisationnelles et commerciales dans les services de télécommunications mobiles en France. *Cahiers de la MSE*, n°2000, 19 février 2000.
- 27 Gadrey J., Gallouj F., Weinstein O., "New modes of innovation: how services benefit industry", *International Journal of Service Industries Management*, vol. 6, n° 3, 1995.
- Bancel Charensol L., "Nouvelles technologies de l'Information et de la Communication et systèmes de production dans les services", *Economies et Sociétés, série Economie et Gestion des Services*, n° 1, 1999.
- 28 Loi des postes et télécommunication qui sépare notamment les activités postales de celles des télécommunications.
- 29 Le principe général de la préemption est "ce qui est pris n'est plus à prendre" (au taux et au délai de résiliation potentiel près).



Kasdi Merbah University Ouargla

Algerian Review of economic development ARED

*A semi-annual peer-reviewed academic journal
Published by Kasdi Merbah University Ouargla*

*Concerned with publishing the researches and studies in the field
of economic and commercial sciences and management*

(Numbre 02 june 2015)

ردمد : ISSN 5302/2392

أيداع القانوني رقم : Dépôt légal N° 5483/2014

Algerian Review of economic development ARED

Director: Pr Ahmed Bouterfaya

Edition Director:Dr Khelifa Abdelkader

Editor In chief:Dr nawal ben ammara

Assistant Editor in Chief: Dr. Abdelhak bentafat

Board of Editors

Dr. Gherib Boularbah	Dr.ahmed ramzi siagh	Dr.Cherifa refaa	Dr. Mohamed Zergoune
Dr. Larbi atia	Dr. Med Lahcene Allaoui	Dr. El Hadj Araba	Dr. Amina mekhfi
Dr. Samir Bellal	Dr. Abedrazak moulai	Dr.Boualem Bouammar	Dr. Rachid menasria

Advisory Board:

Prof. Salah salhi (University of Sétif 1, Algeria)
Prof. Brahim Bekhti(University of Ouargla, Algeria)
Prof. Med Abdel halim omar (TaibahUniversity, Saudi Arabia)
Prof. Abdelmadjid Keddi(University of Algiers 03, Algeria)
Prof. Ilyes Bensaci (University of Ouargla, Algeria)
Prof. Ammar Ammari (University of Sétif 1, Algeria)
Prof. Med Djoumoui Korrichi (University of Algiers 03, Algeria)
Prof.Abdel Moneim Med Taieb (Sudan Academy For Banking &Financial Sciences, Sudan)
Prof. Madani Benbelghit (University of Ouargla, Algeria)
Prof. Said Bouhéraoua (International Shari'ah Research Academy for Islamic Finance, Malaysia)
Prof. Mohamed Touhami Touaher (University of Algiers 03, Algeria)
Prof. Messaoud Seddiki (University of Ouargla, Algeria)
Prof.Omar El kttani (Mohammed V Agdal Of Rabat , Morocco)
Prof. Mohamed Kouidri (University of Laghouat, Algeria)
Prof.Ali Kassab(University of Algiers 03, Algeria)
Prof.Tarek Hammad Abdelal (Université Ain Shams,Egypt)
Prof.Nacer Selimane (University of Ouargla, Algeria)
Prof.Tidjani Berregui (University of Sétif 1, Algeria)
Prof.Haouari Souissi (University of Ouargla, Algeria)
Prof.Khalil Mahmoud Alrifai(Al-Balqa Applied University, Jordan)
Prof.Ilham Yahiaoui (University of Batna, Algeria)
Prof. Med Hamza Ben Grina (University of Ouargla, Algeria)
Prof. Messaoud Boudhiaf(University of El Manar, Tunisia)
Prof. Abdelghani Dadene (University of Ouargla, Algeria)
Prof.Nacer Youcef (International Islamic University, Malaysia)
Prof. Taieb Daoudi (University of biskra, Algeria)
Prof. Omar Azaoui (University of Ouargla, Algeria)
Prof.Hamdi Abed Eladim (Sadat Academy For Management Sciences, Egypt)
Prof. Abedwahab Dadene (University of Ouargla, Algeria)
Prof. Mohamed Saad(University of Bristol,Uk)
Prof.Aissa Baheddi (University of Ouargla, Algeria)
Prof. Dhaher Shaher Alqashi (Jadara University, Jordan)
Prof. Mohamed Chikhi (University of Ouargla, Algeria)
Prof.Malika Zeghib (University of Constantine 2, Algeria)
Prof.Hicham Hourri (University of Nice, France)
Prof. Mohamed Oudhabdji (Université Cadi Ayyad, Morocco)
Prof. Ahmed Lamaa (University of Ouargla, Algeria)
Prof. Mordjan Mohamed(International Shari'ah Research Academy for Islamic Finance, Malaysia)
Prof.Ahmed Ben aichaoui (University of Ouargla, Algeria)
Prof .Bachir Mazouz (canada)

معلومات الاتصال بالمجلة

جامعة قاصدي مرباح ورقلة - الجزائر -

مخبر متطلبات تأهيل وتنمية الاقتصاديات النامية في ظل الانفتاح الاقتصادي العالمي

موقع الانترنت: <http://revues.univ-ouargla.dz/index.php/acceill/algerian-review-of-economic-development>

البريد الالكتروني : revue.lepem@gmail.com

Overview

ARED review, founded in 2014, is peer-reviewed academic review published semi-annually by the faculty of economic and commercial sciences and management in coordination with the laboratory of the rehabilitation and development requirements of the developing economies under the global economic openness.

The editorial line of the review is based on the study of the institutional reforms importance and proposes policies to strengthen the institutions and governance principles and mechanisms, and developing the regulatory frameworks that support the investment opportunities, and rehabilitation of the developing economies for the challenges and implications of globalization.

The review is concerned with the publication of theoretical and applied researches and studies in the fields of economic, commercial sciences and management and publishing the critical studies of various modern Arabic and foreign publications. The review welcomes the researchers contributions in three languages: Arabic, English and French.

Indexing & Archiving

Algerian Review of economic development is indexed in following international databases:



<http://pakacademicsearch.com/publishers>



<http://generalimpactfactor.com/searchresults.php>



http://indianscience.in/pubs/journalDetails.php?journal_id=709



<http://theopendirectory.org/index.php/246-algerian-review-of-economic-development-ared>



<http://www.daj.org/journal-detail.php?jid=133>



<http://www.researchbib.com/?action=editLogin&url=%2F%3Faction%3DviewJournalDetails%26issn%3D21701121%26uid%3Dr4eca5>



<https://pbn.nauka.gov.pl/journals/49607>



<http://www.publishersglobal.com/directory/publisher-profile/21987/>



<http://www.uifactor.org/JournalDetails.aspx?jid=3649>



<http://www.journalqer.com/index.php?numBegin=11&num=11&begin=90&af=naj>



<http://www.drji.org/Search.aspx?q=REVUE%20DES%20SCIENCES%20SOCIALES%20ET%20HUMAINE&id=0>



<http://www.journalindex.net/?qi=Revue+des+Sciences+ Sociales+et+Humaines>
<http://eiop.or.at/cgi-bin/eurolink.pl?keywords=Algerian+Review+of+Economic+Development+%28ARED%29&cmd=Quick+Search>



<http://miar.ub.edu/ISSN/5302-2392>



<http://www.iseek.com/iseek/search.html?l=en&query=Algerian+Review+of+Economic+Development+%28ARED%29&sbl=2&bk=&spc=&as=UR0vWpEqOuOAJqjhb82xBfdO7UBFyO1Q>



<http://www.bing.com/search?q=Revue+des+Sciences+Sociales+et+Humaines&qsn&form=QBLH&filt=all&pq=revue+des+sciences+social es+et+humaines&sc=0-0&sp=-1&sk=>



<http://www.jourinfo.com/Journals/ARED.html>



<http://oaji.net/journal-detail.html?number=1606>



[http://www.entireweb.com/#q=Algerian+Review+of+Economic+Development+\(ARED\)&of=0&md=web&ts=1421824241256](http://www.entireweb.com/#q=Algerian+Review+of+Economic+Development+(ARED)&of=0&md=web&ts=1421824241256)



http://gaudeamusacademia.com/groups/6554195:Group:62932?xg_source=msg_appr_group



<http://www.israjif.org/single.php?did=2392-5302>



<http://www.efita.org/Agriculture/Agribusiness/Algerian-Review-of-Economic-Development-ARED-details-31050.html>



<http://revues.univ-ouargla.dz/images/banners/ASTimages/besniesimages/index/Ca.PNG>



<http://www.scipio.ro/home>



<http://www.citefactor.org/journal/index/12096/algerian-review-of-economic-development-ared#.VYp4xILtO1t>



<http://impactfactor.pl/czasopisma/28914>



http://www.cosmosimpactfactor.com/page/journals_details/51.html



http://www.researchimpactfactor.com/applied_journal_list.php

The review publishing rules

1- Manuscripts should be submitted as email attachments in Microsoft Word RTF format to the following address: revue.lepem@gmail.com , and should not exceed 20 pages including sources, footnotes, tables and diagrams. The page numbers and subtitle should also be sequenced and clear, For Arabic text a 12 pts Simplified Arabic font and English or French text a 11 pts New Times Roman font should be used.

2- Page margins must be: up and down 2.54 cm, 2.6 cm right, and left 1.5 cm and 0.88 line spacing.

3- A list of footnotes and referrals references and sources must be at the end of research, and numbered sequentially as contained in the text.

4- Publishing material should be documented as follows:

- Books: Author(s), Title, Publisher, Place of Publication, Edition, Year of publication, pages number.
- Review: Author (s), Title of article, Journal name (Place of Publication). Volume number (Issue or part number), page numbers.
- Website: Author (s), Title of article , Browsing date , full website address .

5- All manuscripts must include two abstract one of which in English. The abstract must not be more than 10 lines and at least five keywords as the order of their appearance in the manuscript.

6- Articles submitted for publication are subjected to a double-blind, peer review process.

7- The editorial board is entitled to do some formal amendments that deem necessary in the submitted article without affecting the article content.

8- The Review is not binding to inform the researcher for any violation of the publishing rules. The published or unpublished articles will not be returned to their respective owners.

9- The contents of the published articles do not reflect the official opinion of the review, but it represents the opinions of their respective owners.

10- Submissions and correspondences with the review are via the following Email: revue.lepem@gmail.com

Algerian Review of economic development ARED

(*Nombre 02 June 2015*)

Sommaire

L'innovation et l'imitation dans les télécommunications mobiles en Algérie Ghalia BENYAHIA-TAIBI & Imân BENZIANE	1
La problématique de la création des petites et moyennes entreprises en Algérie Kafia BERRAH & Moussa BOURIF.....	19
Climat des IDE et le marché du travail au niveau du monde réalité et perspective Abdelkader GUENDOZ & Zahira BEDJAQUI & Leila KHAOUANI	29
The financial market environment: the new role of the central bank Mohammed BOUTOUBA & Najib BENSLIMANE.....	39

L'innovation et l'imitation dans les télécommunications mobiles en Algérie Innovation and imitation in mobile telecommunications in Algeria

Ghalia BENYAHIA-TAIBI

Maître de conférences A, Université d'Oran

g.taibi@yahoo.fr

Imân BENZIANE

Professeur, Université de Batna

iman_benziane@yahoo.fr

Résumé :

L'objectif de ce travail est de discuter de l'imitation dans le cadre de la concurrence et établir ses liens avec l'innovation. L'imitation est un concept répandu dans notre langage habituel, sauf qu'il est souvent mal défini ou plutôt confondu avec d'autres concepts cédant la place à un flou conceptuel. Cette confusion indique le besoin d'identifier les caractéristiques de l'imitation (« qu'est-ce que l'imitation ? »), et la réponse à la question « pourquoi imiter ? » justifiant le recours à l'imitation. Ces éléments seront complétés par l'étude de l'objet de l'imitation (« qui est imité? », « qu'est-ce qu'on imite ? ») dans la littérature existante. Le terrain d'analyse est le secteur la téléphonie mobile en Algérie. Les trois opérateurs (Djezzy, Mobilis et Ooredoo) se disputent le secteur dans un marché en pleine expansion avec un immense potentiel pour les nouvelles technologies.

Mots-clés : Imitation, Pourquoi imiter, la cible et le profil de l'imitateur, les innovations de services, le secteur de télécommunications mobiles en Algérie.

Abstract:

The objective of this work is to discuss imitation as part of the competition and establish its relationship with innovation. Imitation is a concept used in our ordinary language, but it is often poorly defined or rather confused with other concepts. This confusion indicates the need to identify the characteristics of imitation ("what is imitation?"), and the answer to the question "why to imitate?" Through analysis of different incentives, arguments and the circumstances of the imitator, who justify the use of imitation. These items will be complemented by studying the subject of imitation ("What do we imitate? ") in the literature. To test our hypotheses, we consider the case of mobile telephony in Algeria. The three operators (Djezzy, Mobilis and Ooredoo) competing sector in a growing market with immense potential for new technologies

Keywords : Imitation, why to imitate, the target and profile imitator, innovation services, the mobile telecommunications sector in Algeria.

INTRODUCTION

L'imitation est un concept répandu dans notre langage habituel, sauf qu'il est souvent mal défini ou plutôt confondu avec d'autres concepts cédant la place à un flou conceptuel. En effet, « la notion n'est pas aussi naïve, donc d'accès aussi facile qu'on le croit généralement »¹.

La présente recherche propose les contours d'une analyse stratégique de la dynamique concurrentielle innovation/imitation et surtout une analyse profonde des comportements mimétiques, leur rationalité, leurs explications et/ou leurs déterminants. Cette problématique s'inscrit dans le cadre général qui considère l'imitation en tant qu'une stratégie, un mode de concurrence inter-firmes. L'objet se situe au croisement de plusieurs disciplines : sociologie, économie industrielle, stratégie et management des entreprises, etc.

La mise en relation du concept d'imitation avec les notions d'avantages concurrentiels et de performance, passe par l'analyse de trois interrogations fondamentales :

1. « **Qui imite ?** », « **qui est imité ?** » : c'est l'étude de la cible de l'imitation ainsi que le profil de l'entreprise imitatrice.
2. « **Quoi imiter ?** » ou « **qu'est ce qu'on imite ?** » : c'est l'objet de l'imitation (l'élément imité dans le nouveau produit).
3. « **Pourquoi imiter ?** » : c'est les conditions ou les circonstances de l'imitation, les incitations à imiter ainsi que les arguments de l'imitation.

Cette recherche est une tentative de fertilisation de la thématique de l'imitation ; une fertilisation croisée avec l'innovation mais pas totalement dépendante. Le cadre général de base pose ainsi le dilemme innovation/imitation dans les comportements des firmes et sa relation avec l'avantage concurrentiel. Nous prenons le cas du secteur des télécommunications mobiles en Algérie.

Le secteur des télécommunications mobiles est en progression continue surtout après l'entrée en force d'Orascom Telecom à travers son opérateur Djazzy et le lancement de Ooredoo (Watanya Telecom Algérie) dans le jeu de la concurrence. Les trois opérateurs (l'opérateur national Mobilis, Djazzy et Ooredoo) se partagent un marché en plein boom. Les perspectives s'annoncent prometteuses surtout avec le développement de nouvelles technologies en matière de téléphonie mobile.

Les innovations font florès dans le secteur mais les imitations se suivent et se succèdent aussi. Nous mettons ainsi en évidence, dans ce travail, le caractère mimétique des comportements des opérateurs de téléphonie mobile et la dynamique de diffusion des innovations de services. L'examen des nouveautés apparues dans un secteur en expansion rapide, souligne la logique d'innovation-imitation qui structure la dynamique concurrentielle dans ce type de services. En résumé, nous montrerons qu'il n'est pas aussi évident de déterminer la cible des imitateurs ni le profil-type de l'imitateur.

La structure de ce travail est la suivante : nous présenterons en premier lieu le concept d'imitation du point de vue caractéristiques et approche théorique. En second lieu, nous parlerons de l'innovation dans le secteur des services en général pour introduire par la suite le cas du secteur des télécommunications mobiles. Enfin, une conclusion résumera nos résultats et déductions.

1. L'IMITATION : APPROCHE THEORIQUE

1.1. Définitions

L'imitation est à première vue, un ensemble de comportements individuels présentant des corrélations. Issue de la biologie, l'imitation définit dans cette discipline le comportement de certains animaux qui se protègent en imitant leur environnement avec leur couleur et leur forme. De là, on peut déduire que l'imitation fait référence au concept d'adaptation. C'est un comportement référentiel. On décrit péjorativement les imitateurs comme étant des contrefacteurs, des clones, des pirates ou même pire, comme des bandits².

Les synonymes donnés à l'imitation sont nombreux : caricature, parodie, mimique, copie, reproduction, plagiat, contrefaçon, faux, contagion, comportement moutonnier, piratage, transplantation, généralisation, diffusion, me-too, etc. Dès lors, ses antonymes peuvent être : la création, l'originalité, l'authenticité, l'innovation, l'invention, la nouveauté, etc.

L'imitation, ses synonymes et ses déclinaisons ont leur place dans les études économiques, les études sur l'économie de développement, mais aussi en sciences humaines et sociales et en droit. Le concept d'imitation reste cependant peu structuré.

Le droit est sans doute l'une des disciplines qui donnent une vision assez claire du concept. Il précise ce qu'est l'imitation et le dommage subi ainsi que les sanctions d'une telle activité. L'imitation peut porter sur les signes distinctifs, sur la publicité ou sur la présentation externe d'une œuvre présentant une certaine originalité. La condamnation de l'imitation est conditionnée par l'existence d'un risque de confusion. Dans le cadre de la liberté du commerce et de l'industrie, le droit précise également les frontières à ne pas dépasser par les concurrents. Il donne droit à l'imitateur dans certains cas comme par exemple, en cas de bonne foi (qui reste à prouver).

Nous adoptons la définition de J-P. Debourse³, selon laquelle l'imitation de l'innovation est la mise au point d'un produit ou d'un procédé semblable à celui qui fait l'objet de l'innovation. Elle comporte, comme l'innovation, différents degrés qui vont de la copie pure et simple, à la mise au point d'une quasi-innovation. C'est sans doute la définition la plus claire et la plus synthétique de l'imitation.

Selon le degré de nouveauté de l'imitation, la similitude avec l'innovation ou le degré de copie réalisée, il est possible de distinguer entre deux types d'imitation ; l'imitation réflexive et l'imitation copie.

L'imitation réflexive (intelligente ou créatrice) a pour but la conquête de parts de marché, la fidélisation des clients actuels ou l'attrait de nouveaux clients ainsi que le développement de l'image de l'entreprise. Elle reprend le concept du produit ainsi que la fonction principale. Ce type d'imitation peut avoir des effets négatifs sur « l'avantage concurrentiel » de la firme innovatrice⁴. Il peut mener à d'énormes profits pour la firme imitatrice ainsi qu'à une puissance et une montée de la notoriété de cette firme. L'imitation réflexive peut être soutenue par de fortes campagnes publicitaires, la mobilisation du service après-vente et même des pratiques pour la fidélisation de la clientèle.

Prouver l'imitation réflexive est long, difficile et coûteux surtout parce qu'il ne s'agit pas d'une reproduction totale de l'originel. La confusion ne peut être prouvée puisque la copie est distinguée par ses propres caractéristiques notamment esthétiques. Elle porte la marque de l'entreprise qui l'a fabriquée. Ce type d'imitation remet ainsi en cause les outils de protection de la propriété industrielle puisqu'il n'est souvent pas condamné par les tribunaux.

L'imitation copie est une copie intégrale d'une innovation ; une copie pure et simple. Elle porte sur le packaging et la marque de la cible. L'imitateur reprend les caractéristiques du produit originel (fonctionnelles et techniques). Son objectif c'est le profit à court terme. Le tableau suivant résume la différence entre les deux types d'imitation.

Tableau n° 1 : Les stratégies compétitives de développement d'une nouvelle connaissance

Points de distinction	Imitation réflexive	Imitation pure (contrefaçon)
Le processus d'apprentissage impliqué	Learning by watching : Apprendre en surveillant ou par l'observation avec adaptation et modification de l'originel.	Simple transfert
La source majeure de la connaissance	Interne et externe (combinaison)	Externe
Le type de connaissances	Il existe celles qui sont entièrement nouvelles et celles qui sont nouvelles pour la firme.	Nouvelles pour la firme
Le type d'actifs utilisés	Génériques en premier, puis ils tendent à se spécialiser	Génériques
Les investissements en R&D	Modérés	Faibles voire nuls
Le flux d'informations	Des deux cotés (interne et externe)	D'un seul coté (externe)
La loi à travers : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le statut à l'égard de la loi ▪ Les moyens de lutte 	Flou : la preuve est plus difficile Moins connus, moins efficaces	Illégale Connus et de plus en plus efficaces
Le produit à travers : <ul style="list-style-type: none"> ▪ La qualité de la copie ▪ Les caractéristiques copiées du produit 	Egale ou supérieure Fonctionnelle, technologique	Inférieure, Extérieures, esthétiques, marque, logo, forme, couleur, etc.
Le copieur à travers : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le statut du copieur ▪ L'attitude du copieur vis-à-vis du consommateur ▪ Les objectifs du copieur ▪ Les horizons du copieur 	Peut devenir un concurrent direct Faire arbitrer Parts de marché, notoriété, gains financiers à long terme Moyen ou long terme	Parasite Tromper Gains financiers à court terme Court terme
Le copié à travers : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les préjudices pour le copié ▪ L'impact sur l'avantage concurrentiel du copié 	Position concurrentielle atteinte. Préjudices financiers en conséquence. Peut être important	Essentiellement financiers Peu important

Source : Inspiré de M.K. Bolton (1993) et D. Baize (1997).

L'imitation économise sur les coûts de prise de décision ainsi que sur ceux de la R&D et de la recherche d'informations. Les activités se déroulent dans le temps c'est ce qui fait l'incertitude. Dans des circonstances de non information, et non connaissance, imiter serait la seule stratégie rationnelle⁵.

Trouver le meilleur choix parmi un ensemble d'alternatives consomme du temps et des ressources. Comme pour l'innovation, imiter ce qui existe prend du temps, c'est coûteux, et induit un certain degré d'incertitude. L'imitation n'est pas évidente puisque l'accès à l'information n'est pas forcément facile et gratuit⁶.

Lorsqu'une innovation est diffusée, il faut toujours un certain temps pour que les imitateurs s'en informent et décident ou non de l'imiter. Des études portant sur le processus de la diffusion ont montré que l'adoption se faisait d'abord lentement puis elle s'accélérait.

Le poids du retard d'imitation ainsi que son coût peut être influencé par les obstacles

pour obtenir l'information, dus à des éléments tels que le processus de production, le temps nécessaire à l'apprentissage même après l'obtention de l'information, l'étendue ou le nombre des grandes firmes ou des multinationales dans l'industrie, etc. D'autres facteurs peuvent expliquer le coût et le délai d'imitation : le secret, l'imperfection de la connaissance obtenue par l'imitateur et le savoir-faire de l'innovateur. Les capacités de l'imitateur lui-même, ses ressources et ses aptitudes, jouent un rôle dominant dans la détermination des coûts et des délais d'imitation.

L'impossibilité de maintenir son avantage concurrentiel durablement relève presque de l'évidence. Un nombre croissant d'industries connaît aujourd'hui des cycles de produits rapides parce que les nouvelles idées sont de plus en plus faciles à copier. L'imitation est considérée ici comme une diffusion inter-firmes intra-industrie. C'est un mécanisme de transmission, un vecteur de diffusion.

Trop de lois strictes sur la propriété industrielle contraignant l'imitation, peut tuer l'innovation. En effet, la forte protection peut avoir des effets négatifs sur le développement d'un secteur donné mais aussi sur le taux d'innovations. Les régimes à fortes protections des innovations contraignent les entreprises capables d'apporter des améliorations sur l'innovation ce qui peut ralentir le progrès global. J. Mokyra montré que la stagnation de la Grande-Bretagne au début du 20^{ème} siècle était due aux freins mis par les industriels, les innovateurs des générations précédentes, à l'entrée de nouveaux acteurs dans l'industrie. Les barrières à l'entrée peuvent ainsi engendrer la stagnation de l'industrie et du système économique en général, par l'étouffement de la concurrence et des occasions d'innover.

L'innovation et l'imitation sont deux stratégies risquées puisqu'elles projettent la firme sur de nouveaux types de comportements dont elle n'a au mieux qu'une connaissance théorique et dont elle ignore la dimension tacite. C'est souvent le cas où la firme va réaliser une nouveauté loin de son passé et son expérience.

1.2. Pourquoi imiter ? Les arguments, les circonstances et les incitations à imiter

Pour répondre à la question « pourquoi imiter ? », plusieurs champs de réponse peuvent intervenir. Nous distinguons entre :

1.2.a. Les arguments de l'imitation

Ce sont les facteurs explicatifs de l'imitation ou ses déterminants, les facteurs qui sont indépendants de la situation de l'imitateur. Tel est le cas de la nécessité fonctionnelle ou technique⁷, la normalisation⁸ ou la mode⁹. Les réglementations produisent aussi la ressemblance, les banques, les études de marchés et les technologies aussi¹⁰.

1.2.b. Les circonstances de l'imitation

Ce sont les conditions dans lesquelles se trouvent les entreprises potentiellement imitatrices. Ces facteurs sont dépendants de la situation de l'imitateur et sont en relation avec l'environnement de l'imitateur ou l'imitateur lui-même. *Les circonstances de l'imitateur relatives à l'environnement* sont : l'intensité de la concurrence¹¹, les profits (ou les cash flows) dégagés par les activités actuelles de l'entreprise¹², l'absence d'information¹³, le risque¹⁴ et l'incertitude¹⁵.

L'imitation permet ainsi de minimiser le risque dans un environnement d'incertitude. Tant que les rivaux se suivent, aucune de leurs situations ne peut ni s'améliorer ni se détériorer. Les capacités concurrentielles, grâce à l'imitation, restent dans la balance.

Les circonstances relatives à l'imitateur lui-même sont diverses aussi. Pour J-A. Schumpeter¹⁶, les entrepreneurs qui ont plus de talent innove. C'est une race rare d'hommes. Les autres entrepreneurs les suivent parce qu'ils ne possèdent pas le même talent. Le manque d'inspiration, de financement, l'incapacité créative et l'incapacité de projeter le futur sont les circonstances dans lesquelles une entreprise peut se trouver, et qui peuvent la pousser à imiter. L'imitateur peut manquer de conviction pour se différencier des autres. La crainte d'être seul à avoir tort ou un optimisme communicatif peuvent également être à la source des imitations.

1.2.c. Les incitations à imiter

Les incitations à imiter sont les facteurs qui incitent les firmes à imiter et qui sont fonction de l'entreprise innovatrice. Ils sont relatifs à l'innovation et ce qu'elle engendre ainsi que les avantages de l'imitation.

Le succès et la réussite d'une innovation paraît être la principale incitation qui attire les imitateurs. Plusieurs chercheurs concordent sur cette idée. Selon J.A Schumpeter, les imitateurs sont attirés par le succès de l'innovation. Ainsi, l'innovation réussie suscite les imitateurs pour deux raisons : réaliser des profits et encourir moins de risques. L'imitateur trouvera également moins de difficultés de financement.

Selon A. Alchian¹⁷, les firmes imitent ce qui a réussi. Les profits les incitent. C. Hill¹⁸ avance aussi l'argument des profits dégagés par l'innovation. L'imitateur est attiré par les rentes de l'innovation et veut s'approprier une part de ces rentes. Les chercheurs dans la théorie des jeux (Offerman T., J. Sonnemans, Ruebeck C.S., Schlag) ont également concordé sur l'idée que l'imitateur est attiré par le succès de l'innovation.

L'imitation n'est pas toujours expliquée par des incitations, des circonstances ou des arguments. Les travaux du nouvel institutionnalisme ont montré qu'une entreprise peut imiter parce qu'elle croit que le marché attend d'elle ce type de comportement. Elle peut aussi imiter pour suivre un mouvement, une tendance. Si la majorité des firmes optent pour le même choix et adoptent la même stratégie, l'entreprise se trouve obligée de suivre. C'est ce qu'on va détailler dans ce qui suit.

1.3. L'objet et la cible de l'imitation

Par l'objet de l'imitation, nous faisons allusion à ce qui est imité (l'élément imité dans le produit ou « qu'est ce qu'on imite ? »). Par la cible de l'imitation, nous faisons référence aux caractéristiques de l'entreprise imitée (« qui est imité ? »).

L'objet et la cible sont en relation avec la question du « pourquoi imiter ? ». Ils prouvent que l'imitation peut être un comportement sélectif. L'imitation des actes d'autrui ou des productions d'autrui est une pratique assez courante. Pour une entreprise, l'objet de l'imitation peut être¹⁹:

1. L'entreprise elle-même : son nom commercial ou sa dénomination sociale ;
2. Ses produits ou ses services ;
3. Les signes permettant de distinguer ses produits ou services ;
4. Son savoir-faire ;
5. Ses publicités ;

Il est possible de copier les produits et leurs présentations, les prestations matérielles (programmes d'ordinateurs, émissions télévisées, enregistrements sonores, etc), les moyens publicitaires (affiches, film, spot télé ou radio, encart publicitaire, etc), les dénominations sociales, les titres d'œuvres littéraires, des journaux et des périodiques²⁰.

Différents travaux dans différentes disciplines, ont tenté de déterminer la cible de l'imitation et ses caractéristiques. Pour les théoriciens évolutionnistes les firmes imitent la firme leader, la meilleure firme, celle qui a réussi. La vision évolutionniste postule que les actions engagées permettent aux firmes d'apprendre à partir du repérage des organisations les plus efficaces qui sont sélectionnées par l'environnement.

Pour le nouvel institutionnalisme, un modèle de légitimité est construit par les firmes « leaders ».

Les entreprises tendent à adopter des comportements similaires en suivant les firmes leaders qui sont les acteurs « centraux » du marché. Le canal de contagion peut être la notoriété et la réputation de la firme imitée.

La convergence vers un modèle dans un secteur donné est poussée par le besoin de légitimité. Les décisions adoptées par le grand nombre de firmes acquièrent aussi une certaine légitimité.

Les études de H. Haveman²¹ ont révélé que les organisations à grands profits servent de modèles à toutes les autres organisations.

La présence d'acteurs réussis sur un nouveau marché légitime ce marché et le rend plus attractif aux entrants potentiels.

En fonction de la base de l'imitation, trois modes d'imitation apparaissent²²:

- L'imitation basée sur la fréquence d'utilisation (*frequency-based imitation*) : c'est le cas où les organisations adoptent les pratiques qui sont les plus « utilisées » par d'autres organisations. Les imitateurs comptent ainsi sur la prédominance par la fréquence comme indicateur de la valeur de la pratique imitée. Cette pratique sera utilisée jusqu'à ce que les organisations prouvent la fiabilité d'une autre stratégie ou une pratique, par la fréquence de son utilisation.
- L'imitation basée sur les caractéristiques (*trait-based imitation*) : les imitateurs sélectionnent les pratiques utilisées par les organisations qui ont des traits caractérisant : la grande taille, la réussite, les grands statuts, la position centrale. C'est aussi des firmes avec un accès supérieur en matière d'informations et de ressources. Cette imitation satisfait aussi le besoin de légitimité selon le nouvel institutionnalisme.
- L'imitation basée sur le profit (*outcome-based imitation*) : les organisations imitent les pratiques profitables et bénéfiques.

Ces trois modes d'imitation sont des imitations sélectives. Ils peuvent se combiner. En effet, les organisations peuvent imiter par exemple les pratiques réussies (imitation de profit) mais seulement celles qui sont utilisées par les organisations réussies (imitations de caractéristiques) comme c'est le cas pour les pratiques de benchmarking.

En économie, l'agent dominant (ou l'entreprise dominante) paraît être la meilleure cible de l'imitation notamment dans la théorie des jeux²³. C'est ce qui confirme la vision des autres travaux sur la cible de l'imitation.

Les résultats de la théorie des jeux et de la prise de décision montrent que l'imitation n'est pas toujours une action rationnelle. L'imitation peut être non justifiée dans certains cas, mais globalement, l'imitation est sélective. Elle cible les firmes leaders, performantes ou réussies, avec un accès supérieur en termes d'informations et de ressources. Dans ce cas, elle vise à acquérir le même succès et/ou améliorer la légitimité. Elle peut également viser les

avantages du second entrant. En général, les imitateurs copient en fonction de la fréquence des actions engagées par les autres firmes ; les actions qui garantissent le succès ou le profit²⁴.

2. L'INNOVATION DANS LES SERVICES

Nous présentons ci-après les concepts clés de notre recherche à savoir : le concept de service ainsi que l'innovation dans les services.

2.1. Le concept de services

Au niveau mondial, le secteur des services a subi des changements spectaculaires depuis des décennies. Le management des services a pris ainsi une place considérable que ce soit dans les économies développées qu'émergentes.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette évolution : le changement des modes de régulation publique (la réglementation touche les niveaux de prix, les contraintes géographiques concernant les stratégies de distribution, etc.), initié aux Etats-Unis à la fin des années 70, ouvrant la voie à de nouvelles activités de services ; l'assouplissement des règles édictées par les syndicats professionnels notamment les censures sur la publicité et les activités de promotion ; la privatisation a conduit à une restructuration du secteur avec la baisse des coûts et un recentrage sur le marché²⁵ ; l'informatisation et les TIC ; l'internationalisation des entreprises de services ; la création de sociétés de fournisseurs de services par des sociétés réputées (dans l'informatique ou l'automobile) qui ont ajouté des services annexes ou supplémentaires pour soutenir leurs ventes telles que les conseils, le crédit, le transport et la livraison, l'installation, la formation ou l'entretien, etc. ; l'impact du mouvement en faveur de la qualité des services, le développement de l'externalisation, etc.

Selon leurs fonctions et le l'objet donc que l'entreprise leur assigne, il est possible de distinguer quatre types de services²⁶:

1. Les services-fonctions permettent la coordination des ressources, des compétences et/ou des opérations. Ils sont fournis par la structure pour la conception, la finalisation et la mise en œuvre de l'offre sur le marché. Ce sont des services qui caractérisent une entreprise par rapport à une autre ; ils se développent selon l'histoire et les processus d'apprentissage spécifiques à chaque firme. Ce type de service contribue à l'organisation et à la réalisation du service-produit ou de l'activité de l'entreprise comme c'est le cas des activités de la R&D, la production, le marketing, les tâches de décisions ou d'encadrement, etc.
2. Les services-outils résultent de l'usage d'instruments (comme les méthodes, les logiciels, les enquêtes, les bases de données, les normes, etc.) pour la captation, la production et/ou la diffusion d'informations vers l'environnement interne ou externe de l'entreprise. Leur finalité réside dans la maîtrise des conditions de conception, d'organisation et de réalisation du service.
3. Les services-relations sont le résultat de l'interaction entre l'entreprise et son réseau de clients, de fournisseurs et de distributeurs. Ils recouvrent ainsi l'ensemble des caractéristiques relationnelles entre l'entreprise et ce réseau (contractuel ou informel). Leur objectif est l'amélioration la perception de la prestation par le client, la captation des idées et des connaissances de l'environnement externe ainsi que l'amélioration de la réalisation du service grâce à l'instauration d'un environnement interne favorable et des relations externes privilégiées (l'information, le conseil, la maintenance, les activités de négociation, de co-conception avec les fournisseurs ou les distributeurs, etc.).

4. Les services-produits ont pour objectif de répondre efficacement à la demande soit à travers la satisfaction d'un besoin identifié ou la résolution de problèmes spécifiques. Ils constituent ainsi le cœur de l'offre de l'entreprise et se caractérisent par un ensemble de caractéristiques intrinsèques, de spécifications techniques et de conditions opérationnelles de réalisation d'une prestation.

Ces quatre types de services peuvent interagir. La frontière entre eux est parfois floue.

2.2. L'innovation dans les services

Les entreprises industrielles alimentent régulièrement le secteur des services en innovations de produits ou de processus. Les entreprises de services ne sont pas uniquement des consommateurs en termes de nouvelles technologies (des innovations de produits ou de process dues aux TIC). Elles produisent aussi diverses innovations que ce soit par le développement de nouveaux services destinés aux particuliers ou aux entreprises, l'amélioration des services existants ou leur personnalisation, etc. Les relations qu'entretiennent les entreprises de services avec les entreprises industrielles ne sont donc pas aussi simples que l'on croit souvent. Les entreprises de services constituent incontestablement l'une des sources majeures d'inspiration et d'innovations dans l'industrie²⁷.

La différence entre les innovations de services et les innovations technologiques réside en premier lieu dans la source d'idées. Tandis que les innovations technologiques découlent d'un processus de R&D formalisé visant la constitution d'un ensemble de connaissances scientifiques et techniques, les innovations de services se basent sur le développement de compétences organisationnelles et commerciales.

Les innovations de services se concrétisent en grande partie dans la relation client-prestataire de services ainsi que dans les caractéristiques propres du produit-service fourni. Les innovations de services, comme les innovations technologiques, peuvent porter sur des caractéristiques, des fonctionnalités ou de nouveaux usages. Elles se caractérisent par certaines spécificités. Elles sont immatérielles ou intangibles, de caractère conceptuel. Elles recouvrent aussi une dimension relationnelle au niveau de leur élaboration, de leur consommation ou utilisation.

Il est possible de distinguer trois natures des innovations de services selon leur localisation dans l'entreprise ainsi que leur point d'impact : les innovations organisationnelles, les innovations commerciales et les innovations mixtes. Ces trois catégories d'innovations peuvent s'introduire au niveau de chaque type de services.

Tableau n°2 : Nature et localisation des innovations de services.

Localisation	Nature dominante de l'innovation		
	Organisationnelle	Mixte	Commerciale
Fonction	Nouvel organigramme Nouvelles forme de contrôle Nouvelle répartition des responsabilités Nouveaux lieux et modalités de décision	Nouvelle fonction de gestion de la relation avec les distributeurs ou les fournisseurs	
Outil	Nouvelles méthodes internes Nouveaux tableaux de bord Nouveaux indicateurs Nouveaux mécanismes de motivation et d'incitation	Introduction de logiciels d'aide à la vente Mesure de la satisfaction des clients Nouveau système de remontée d'information commerciale Publicité sur le lieu de vente Nouveaux outils de marketing direct Nouveaux supports de vente	
Produit			Nouveau concept de produit-service Nouvelle caractéristique du produit-service ou de son conditionnement Amélioration et/ou recombinaison des caractéristiques du produit-service
Relation	Nouvelles formes de coordination et de gestion des interfaces entre les différentes structures de la firme (concertation, échanges d'informations, ajustement mutuel, etc.)	Nouvelles modalités de gestion de la relation avec les clients, en amont (perception de la demande et des attentes, prospects), et en aval (gestion des réclamations, des contentieux, etc.)	Nouvelles caractéristiques de la réalisation de la prestation au contact du client (services d'accueil, de conseil, d'information, d'assistance, etc.)

Source : d'après A. Hamdouch et E. Samuelides, 2000, p11.

Selon leur degré de nouveauté, il est possible de distinguer trois types d'innovations de services:

1. Les innovations de caractéristiques : c'est la forme la plus fréquente d'innovations dans les services. L'entreprise introduit une caractéristique à un service existant ou crée une nouvelle caractéristique pour un service donné.
2. Les innovations par combinaison de caractéristiques (appelée aussi innovation architecturale) prennent deux formes. La première consiste en la recombinaison des caractéristiques déjà existantes dans une prestation donnée. La 2^{ème} consiste à associer des caractéristiques existantes incorporées jusque-là dans des services différents, de façon nouvelle.
3. Les innovations globales résultant d'un nouveau concept de service avec des caractéristiques nouvelles sur le marché voire inédites.

3. L'ENQUETE SUR LE TERRAIN

Rappelons que l'objectif de ce travail est de discuter de l'imitation dans le cadre de la concurrence et d'établir ses liens avec l'innovation en nous basant sur certaines assertions théoriques dans le cadre des innovations de services. L'objectif spécifique poursuivi est de déterminer l'objet, la cible et le profil de l'imitateur. Le secteur des télécommunications mobiles se caractérise par une compétitivité élevée ainsi qu'un consommateur sans cesse en quête de nouveautés.

Le marché des télécommunications mobiles est très concurrentiel essentiellement pour trois raisons. La première est que la concurrence porte sur un marché en croissance, non mature, par la conquête de nouvelles parts de marché (attraction de nouveaux clients) et la fidélisation des abonnés actuels. La seconde raison tient du fait de la non-existence de barrières à l'entrée dans ce type de secteur. Les nouvelles technologies sont accessibles à tout opérateur. La 3^{ème} raison tient du fait que les stratégies des firmes découlent de leur aptitude à maîtriser, anticiper et influencer et/ou s'adapter aux contraintes et opportunités soutenues par les évolutions environnementales (notamment la miniaturisation des terminaux, l'interconnexion avec Internet, la convergence des réseaux, la boucle locale mobile, etc).

Le cadre conceptuel de base de ce travail a permis de comprendre les concepts clés de notre travail. La méthodologie poursuivie repose sur une analyse du suivi des innovations et de leurs imitations dans la presse écrite.

3.1. Présentation du secteur des télécommunications mobiles en Algérie

Le développement du téléphone mobile a été spectaculaire, le nombre d'abonnés dans le monde est passé de 16 millions en 1991 à plus de 6,8 milliards fin 2013 et est en développement continu dans tous les continents.

La CNUCED classe l'Algérie au 5^{ème} rang en Afrique concernant la pénétration de la téléphonie mobile en 2012, derrière le Nigéria, l'Egypte, l'Afrique du Sud et le Maroc.

Tableau n°3 : Répartition du marché de la téléphonie en Algérie

	Téléphonie fixe	Téléphonie mobile
Nombre d'abonnés (en millions)	3,317	39,517
Part de marché	7,7%	92,3%

Source : ARPT (décembre, 2013)

Au 31 décembre 2013, l'Algérie compte 39.517.045 d'abonnés de téléphone mobile. Le tableau suivant présente les trois opérateurs de téléphonie mobile présents en Algérie.

Tableau n°4 : Présentation des opérateurs de téléphonie mobile en Algérie.

Mobilis	Djezzy	Ooredoo
La naissance d'Algérie Telecom a été consacrée par la loi 2000/03 ²⁸ . Mobilis est opérationnel depuis janvier 2003.	Installé en Algérie en juillet 2001, devenu opérationnel en février 2002.	Installé en Algérie grâce à une licence obtenue en décembre 2003, devenu opérationnel le 25 août 2004.
Algérie télécom est une société par actions à capitaux publics. Slogan « Mobilis, et tout le monde parle ». Mobilis, filiale d'Algérie Telecom.	Slogan « Djezzy, eich la vie » Filiale du groupe Orascom Telecom Algérie, membre du groupe égyptien Orascom dont les principaux actionnaires sont la famille Sawiris.	Slogan(s) « Je l'aime et j'aime qui l'aime » Ooredoo est la marque commerciale de Wataniya Telecom Algérie, filiale de Wataniya Telecom Koweït dont Qtel est l'actionnaire majoritaire depuis mars 2007.

Source : établi par nous-mêmes à partir des données des opérateurs.

Les trois opérateurs enregistrent ensemble un parc qui dépasse les 39 millions d'abonnés, ce qui représente une croissance annuelle de 54%. Cette croissance provient intégralement de la diversification des formules Prépayé et les avantages des promotions entamées par les opérateurs tout au long de l'année, notamment en période de fêtes.

Tableau n°5 : L'évolution du parc des abonnés de chaque opérateur entre 2003 et 2013 (en milliers)

Désignation	Opérateur	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nombre d'abonnés (en milliers)	ATM	1 176	4 908	7 476	9 693	7 704	10 079	9 446	10 623	12 451	12 451
	OTA	3 418	7 277	10 531	13 382	14 109	14 618	15 087	16 595	17 846	17 574
	WTA	288	1 477	2 991	4 487	5 219	8 033	8 246	8 505	9 126	9 491

Source : établi par nous-mêmes à partir des données et des bulletins de l'ARPT.

A propos des moyennes des acquisitions enregistrées, les derniers chiffres indiquent :

Tableau n°6 : Les parts de marché des opérateurs mobiles en Algérie (2013)

Opérateurs	Nombre d'abonnés	Parts de marché
ATM	12 451 373	31,51%
OTA	17 574 149	44,47%
WTA	9 491 423	24,02%
Total	39 517 045	100%

Source : établi par nous-mêmes à partir des données et des bulletins de l'ARPT.

Le secteur des télécommunications mobiles fait apparaître un flux continu d'innovations variées. Une vue rapide du secteur montre l'importance et la variété des innovations dans les activités de services. Cette variété vient du fait de la concurrence acharnée que se livrent les trois opérateurs de téléphonie mobile présents sur le marché (Djezzy, Mobilis et Ooredoo).

L'intensité de la concurrence montre le désir de chaque opérateur de s'approprier des parts du marché jeune, très concentrée, et en croissance exponentielle à travers différentes innovations. Etant donné la difficulté de s'approprier ce type d'innovation par les outils traditionnels de protection (tels que les brevets ou la marque), l'imitation rapide de la part des concurrents s'installe comme une pratique courante dans le secteur et apparaît comme une contrainte majeure pour les innovateurs les poussant à un renouvellement permanent de leur offre.

3.2. L'imitation dans le secteur des télécommunications mobiles en Algérie

Avant de présenter et d'analyser les résultats de notre investigation sur le terrain, il faudra tout d'abord, rappeler les grands axes qui soutiennent cette recherche : nous tentons par le biais de cette recherche d'étudier trois thèmes concernant la question de l'imitation :

1. L'étude de la cible de l'imitation ainsi que le profil de l'entreprise imitatrice.
2. L'objet de l'imitation (l'élément imité dans le nouveau produit).
3. Les conditions ou les circonstances de l'imitation, les incitations à imiter ainsi que les arguments de l'imitation.

Tout d'abord, et à propos de la cible de l'imitation ainsi que le profil de l'imitateur, nous avons remarqué que les trois opérateurs se copient mutuellement. Le first-mover (ou le

premier attaquant), lance son innovation sur le marché et les suiveurs commencent à lancer leurs copies. Il n'y a donc pas de distinction ni d'opposition entre les positions d'innovateur et d'imitateur. Les opérateurs de téléphonie mobile en Algérie, alternent entre les deux stratégies parfois même les adoptent conjointement sur des produits/services différents.

Les innovations de services dans les télécommunications mobiles s'inscrivent dans une logique systémique et temporelle dans laquelle chaque innovation singulière ne constitue qu'un maillon de la dynamique globale d'innovation de l'opérateur.

Ensuite, et à propos de l'objet de l'imitation, nous avons analysé ici les innovations commerciales. L'objet de l'imitation varie selon l'innovation copiée. Il faut ainsi souligner que, quelle que soit leur forme, les innovations commerciales sont rarement reproduites à l'identique. L'imitation donne généralement l'occasion au suiveur d'introduire lui-même de nouvelles caractéristiques lui permettant de se différencier de l'offre originel et, partant, d'apparaître lui-même aux yeux des clients comme innovateur et non pas comme suiveur.

L'imitation dans le secteur étudié s'accompagne souvent d'innovations d'amélioration qui peuvent prendre essentiellement deux formes :

- L'ajout d'une nouvelle caractéristique à l'innovation introduite par le first-mover ;
- Une adaptation de cette innovation.

Ces innovations d'amélioration sont à leur tour souvent imitées par les concurrents, y compris par l'initiateur de la nouvelle idée.

En 3^{ème} lieu, et à propos du « pourquoi imiter ? », nous avons remarqué que c'est la logique de préemption du marché des télécommunications mobiles en Algérie, qui anime l'incitation à imiter. En effet, le secteur est caractérisé par une course-poursuite permanente entre innovations et imitations, poussée par la logique de préemption de la demande.

La préemption de parts de marché par l'innovation-imitation constitue, pour les trois opérateurs, non pas un choix stratégique, mais plutôt une contrainte. La croissance du marché, et donc sa saturation à échéance de quelques années, fait que l'innovateur bénéficie toujours d'un avantage plus ou moins substantiel sur ses concurrents. Ainsi, le principe de la préemption se trouve ici appliqué dans ce contexte²⁹.

Dans cette perspective, chacun des trois opérateurs cherche à introduire des innovations commerciales pour se forger une image et asseoir son pouvoir sur le marché.

Enfin, et à propos du délai d'imitation, nous avons relevé un rythme rapide d'introduction d'innovations commerciales (par l'innovateur) et un rythme soutenu d'imitations de la part des concurrents. Le tableau ci-après montre que le délai de réaction de la part des concurrents face à l'innovation commerciale est de quelques mois.

Tableau n°7 : L'imitation dans le secteur des télécommunications en Algérie.

Innovations commerciales	Imitations et améliorations des innovations commerciales initiales
Offres et promotions	<u>Juillet 2007</u> : Mobilis annonce le lancement de sa promotion spécial été 2007 « les nuits Bleues de Mobilis à Mobilis ». <u>En 2008</u> , lancement de « Millenium » de Djezzy, communications gratuites et sans limites tous les soirs & week-end vers le réseau OTA. <u>Juin 2008</u> : Nedjma (Ooredoo aujourd'hui) lance son offre d'appels « l'illimité », des appels illimités 24h/24, 7j/7.
Blackberry	<u>Octobre 2006</u> : lancement de Blackberry de Djezzy. <u>Septembre 2007</u> : Mobilis commercialise les terminaux sans fils Blackberry.
Personnalisation de la tonalité	<u>Juin 2006</u> : lancement de Ranati chez Djezzy pour faire écouter aux personnes qui vous appellent de la musique, de la voix ou encore du son. <u>Février 2008</u> : Mobilis annonce le lancement de Naghmati
Internet mobile	<u>Février 2005</u> : Mobilis annonce le lancement de son offre GPRS « Mobi + ». <u>Juin 2005</u> : lancement du GPRS et de l'EDGE (Internet mobile et illimité avec clé USB) chez Djezzy. <u>Septembre 2007</u> : Nedjma propose l'Internet mobile avec son « pack N'ternet ». <u>Janvier 2008</u> : Mobilis lance la clé «Mobicconnect », l'offre Internet mobile de 236 kilo bits/seconde. <u>Mai 2009</u> : Djezzy lance « Djezzy Connect », l'accès à internet simplement en la connectant à un ordinateur.
Rechargement électronique de crédit	<u>Juin 2005</u> : lancement de Flexy chez Djezzy. <u>Juillet 2006</u> : Nedjma lance « Storm » <u>Août 2007</u> : Mobilis lance « Arsseli »
Transfert de crédit entre mobiles	<u>Juin 2005</u> : Djezzy lance Crédit SOS <u>Septembre 2006</u> : Mobilis lance Sellekni <u>Juillet 2008</u> : Nedjma lance Stormili
Carte prépayée	<u>Août 2002</u> : lancement de la carte prépayée pour la 1 ^{ère} fois en Algérie par Djezzy. <u>Février 2004</u> : lancement de Mobilis la carte. <u>Mars 2005</u> : Mobilis annonce le lancement de sa nouvelle offre prépayée « Mobilight ».
Rester informé	<u>2006</u> : Clip+ de Djezzy permet de rester informé des appels en absences même téléphone éteint ou hors champs <u>Mai 2007</u> : lancement de Dima de Nedjma <u>Avril 2008</u> : lancement du 644 de Mobilis
Portail Web (multimédia mobile)	<u>Janvier 2008</u> : Nedjma lance Zhoo <u>Juin 2009</u> : Djezzy lance Yalla
Informations (news, horoscope, foot, etc.)	<u>Mai 2007</u> : lancement de Nedjmanet <u>Octobre 2008</u> : Scoop de djezzy <u>Octobre 2008</u> : Sms infos de Mobilis

Selon le caractère des innovations introduites, il est possible de distinguer entre les rythmes de l'imitation. Ainsi, on relève que c'est au niveau des innovations de caractéristiques (tarification à la seconde, heures creuses/heures pleines, etc.) que les innovateurs sont les plus

vulnérables face aux comportements d'imitation. Il se passe en effet tout au plus quelques semaines entre l'introduction de la nouvelle caractéristique et son appropriation par les concurrents. A contrario, les innovations portant sur de nouvelles formules commerciales comme le forfait, le pack, ou la carte prépayée, sont elles aussi systématiquement imitées, mais avec des décalages temporels plus étendus pouvant recouvrir plusieurs mois.

Cette différence dans les rythmes d'imitation des innovations s'explique aisément. L'imitation d'innovations de caractéristiques ne nécessite que des ajustements marginaux de l'offre des suiveurs, alors que les nouvelles formules commerciales, par nature plus complexes et requérant une logistique plus lourde, nécessitent au contraire pour les acteurs du secteur des aménagements substantiels de leur organisation et de leurs relations avec les fournisseurs d'équipements et les distributeurs.

CONCLUSION

L'objectif global de ce travail est de comprendre et d'éclairer le phénomène d'imitation, tester son importance pour l'entreprise qui imite (par la notion d'avantage concurrentiel), pour le consommateur et pour le système économique en général. L'objectif spécifique poursuivi est de démontrer l'existence et la persistance de l'imitation dans différents secteurs, présenter ses caractéristiques et ses incitations.

L'analyse du secteur des télécommunications mobiles proposée dans cet article a révélé la dynamique d'innovation qui semble bien se situer au cœur des processus concurrentiels à l'œuvre dans les secteurs de services en forte croissance. Le jeu concurrentiel se structure autour du couple innovation/imitation poussé par une logique de préemption du marché.

La synthèse des résultats a permis de relever tout d'abord, la difficulté d'établir le profil-type de l'imitateur. Ainsi, les trois opérateurs présents sur le marché, se succèdent les positions d'innovateurs et d'imitateurs. Parfois, ils le sont simultanément sur des produits différents. Ce constat contredit certains apports théoriques qui collent l'image de l'imitateur avec celle d'une PME, sans capacité financière ou humaine, avec une position marginale sur le marché. L'imitation est souvent perçue comme une activité dépourvue d'originalité, passive et irrationnelle. Dans le cadre du secteur étudié, l'imitation se révèle non pas seulement comme un moteur de diffusion des innovations sur le secteur tout entier, mais aussi comme une stratégie permettant de garder sa position sur le marché grâce à l'introduction d'améliorations sur l'innovation.

La trajectoire organisationnelle et commerciale de chaque opérateur semble le résultat de combinaisons singulières de facteurs historiques et stratégiques :

- ✓ Ainsi, pour Mobilis (l'opérateur « historique »), la stratégie s'appuie sur une gestion de la culture historique de monopole de la maison-mère Algérie Télécom avec une nécessité permanente de s'adapter aux nouvelles technologies face à l'agressivité commerciale des concurrents ;
- ✓ Djezzy, filiale du Groupe OTA, est entrée grâce à la diversification majeure de la maison-mère (Orascom). L'opérateur a acquis la place de leader sur le marché et bénéficié des opportunités dans un marché en pleine croissance par une stratégie de différenciation, qui semble continue afin de garder sa position concurrentielle.
- ✓ Pour Ooredoo, la culture de challenger dans la téléphonie mobile a permis à l'opérateur de se forger de plus en plus, une place dans un nouveau secteur en croissance vertigineuse avec une concurrence accrue. La politique de communication, plus

précisément de sponsoring, poursuivie par l'opérateur semble donner ses fruits puisque ses parts de marché de l'opérateur ne cessent d'augmenter.

Les trajectoires de chaque opérateur reposent sur des bases de compétences initiales (notamment l'expérience ou les compétences techniques et logistiques, la connaissance des activités de réseaux, le dynamisme commercial, la culture d'adaptation à l'évolution du marché, etc.) distinctives spécifiques à chaque opérateur. Chaque opérateur tente ainsi de gérer sa capacité d'innovation dans les services de télécommunications mobiles en tenant compte des innovations introduites par les concurrents.

L'analyse de l'évolution de l'offre des différents opérateurs de télécommunications mobiles en Algérie, montre la capacité différenciée de chacun d'eux à générer des innovations de services tout en adaptant son offre et son organisation aux innovations et aux stratégies concurrentes. Cette stratégie semble reposer sur une gestion spécifique des processus d'innovation où chaque innovation ne constitue qu'un maillon de la dynamique globale d'innovation de l'opérateur. Ce processus est loin d'être fermé sur lui-même. En effet, les trajectoires d'innovations sont interdépendantes au sein de la dynamique sectorielle.

Il existe un large consensus dans la littérature sur le fait que l'innovation est une source d'avantage concurrentiel d'une firme. Il ne s'agit pas ici de contredire cette assertion mais de la compléter. En effet, si la trajectoire d'innovation spécifique à chaque firme constitue bien une condition essentielle de son avantage concurrentiel, l'imitation d'une innovation par les concurrents, constitue à son tour à la fois :

- ✓ Une source d'inspiration pour la réalisation d'innovations d'amélioration ou de recombinaison ;
- ✓ Une incitation constante au développement d'innovations.

La dynamique de concurrence par l'innovation prend un tour d'autant plus acéré que les évolutions technologiques et/ou réglementaires sont extrêmement rapides, sous la surveillance assidue de l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications (ARPT).

Dans ce contexte, les opérateurs sont contraints tout à la fois d'innover dans leur organisation pour absorber ces évolutions et les utiliser à leur avantage, ainsi qu'innover en permanence dans le contenu de leur offre pour continuer à participer au jeu de préemption de la croissance de la demande qui caractérise ce secteur. Les recherches futures devraient analyser en profondeur les innovations introduites par les opérateurs de téléphonie mobiles, en élargissant le champ d'étude aux autres innovations à savoir les innovations organisationnelles et mixtes. La recherche sur l'innovation et l'imitation constitue un champ d'étude encore fertile.

NOTES ET REFERENCES :

- 1 Bourdon, « La crise de la sociologie », Librairies Droz, Paris, 1971.
- 2 Bolton M.K, Imitation versus Innovation: lessons to be learned from the Japanese, *Organizational Dynamics*, volume 21, n° 3, winter 1993.
- 3 Debourse J-P., La firme créatrice. Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, USTL, IAE de Lille, 1970.
- 4 Baize D., De la contrefaçon à l'imitation. *Revue Française de Gestion*, juillet/août 1999.
- 5 Quiers-Valette S., Apprentissage collectif et incitations : une approche par l'apprentissage gestuel. *Revue Economique*, volume 50, n°05, septembre 1999, pp-1029-1052.
- 6 Pavitt K., Sectoral patterns of technical change : towards a taxonomy and a theory. *Research Policy*, n°13, 1984, pp343-373.
- 7 Le produit peut imposer son aspect (ses caractéristiques techniques, ses dimensions, sa forme). L'imitation peut être inhérente à la nature du produit.
- 8 La normalisation peut être la cause des ressemblances entre les produits. Dans le cas de produits soumis à une réglementation et similaires dans leurs dimensions et leurs formes, la jurisprudence ne peut pas intervenir.
- 9 La mode est une habitude collective. Ce phénomène est accentué dans certains secteurs tels que la confection ou la joaillerie où le design est important. Ces nouveautés dues à la mode sont de courte durée, donc rapidement obsolètes. Les droits de propriété industrielle restent impuissants dans ces cas où la ressemblance est engendrée par une tendance, une vague de mode.
- 10 Kapferer J-N., Les marques : capital de l'entreprise. Les Editions d'Organisation, Paris, 1991.
- 11 L'intensité de la concurrence est fonction de plusieurs facteurs et qui sont : la concentration de l'industrie, les barrières à la sortie, les barrières à l'entrée, les conditions de la demande et les caractéristiques du produit. Un environnement concurrentiel est celui où la demande est forte, les barrières à l'entrée sont substantielles avec une grande concentration.
- 12 L'incitation à imiter est inversement liée aux cash-flows qui peuvent être générés par les processus technologiques actuels des concurrents.
- 13 En absence d'information, l'imitation devient rationnelle parce qu'elle cherche à réduire le risque face à la concurrence. Dans le cas d'une information asymétrique, un agent imite un autre agent plus informé que lui puisqu'il a entamé une action (A. Orléan, 1986). Dans ce contexte, A. Banerjee (1992) a présenté un modèle où les individus imitent dans l'espoir que l'individu observé a plus d'informations.
- 14 Banerjee A.V., A simple model of herd behaviour. *Quarterly journal of economics*. Volume CVII. August 1992, Issue 03.
- 14 Charue-Duboc F., Des Savoirs en Actions : Contributions de la Recherche en Gestion. Editions l'Harmattan, Paris, 1995.
- 15 Bikhchandani S., D. Hirshleifer et I. Welch, Learning from the behaviour of others ; conformity, fads, and informal cascades. *Journal of Economic Perspectives*, 01May 1998, n°12, pp151-170.
- 16 Schumpeter J.A., Théorie de l'évolution économique ; recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture. Traduit de l'allemand par J-J. Anstett. Edition Dalloz, Paris, 1999 c1926.
- 17 Alchian A., Uncertainty, evolution and economic theory. *Journal of Political Economy*, pp211-221, June 1950.
- 18 Hill C., Strategies for Exploiting Technological Innovations; When and when not to licence ? *Organization Science*, volume 3, n° 03, August 1992.
- 19 Leboulanger C. et F. Perdrieu-Maudrière, L'industrie de la contrefaçon ; de l'imitation à l'innovation. EMS (Editions Management et Sociétés), 2000.

- 20 Golaz E., L'imitation Servile des Produits et de leur Présentation. Etude Comparée des Droits Français, Allemand, Belge et Suisse. Librairie Droz, Paris, 1992.
- 21 Haveman H.A., Follow the leader: mimetic isomorphism and entry into new markets. *Administration Science Quarterly*, volume 38, n°04, décembre 1993, pp593-627.
- 22 Haunschild R.P. et A.S. Miner, Modes of inter-organizational imitation: the effects of outcome salience and uncertainty. *Administration Science Quarterly*, n°42, 1997, pp472-500.
- 23 Squintani F. et J. Välimäki, Imitation and Experimentation in a changing environment. Discussion paper for Northwestern University n°1275. Center for Mathematical Studies in Economics and management sciences. October, 1999.
- 24 Bensebaa F., Actions stratégique et réactions des entreprises. *Management*, volume 03, n°02, 2000, pp57-79.
- 25 Comme c'est le cas des compagnies aériennes ou du secteur des télécoms. La combinaison entre le facteur précédent et la privatisation a engendré de remarquables changements dans les services à travers la baisse des prix, l'enrichissement de l'offre, etc.
- 26 Hamdouch A. et E. Samuelides, Nature et dynamique des innovations dans les entreprises de services: une analyse à partir des innovations organisationnelles et commerciales dans les services de télécommunications mobiles en France. *Cahiers de la MSE*, n°2000, 19 février 2000.
- 27 Gadrey J., Gallouj F., Weinstein O., "New modes of innovation: how services benefit industry", *International Journal of Service Industries Management*, vol. 6, n° 3, 1995.
- Bancel Charensol L., "Nouvelles technologies de l'Information et de la Communication et systèmes de production dans les services", *Economies et Sociétés, série Economie et Gestion des Services*, n° 1, 1999.
- 28 Loi des postes et télécommunication qui sépare notamment les activités postales de celles des télécommunications.
- 29 Le principe général de la préemption est "ce qui est pris n'est plus à prendre" (au taux et au délai de résiliation potentiel près).

La problématique de la création des petites et moyennes entreprises en Algérie

The problem of the creation of small and medium-sized enterprises in Algeria

Kafia BERRAH

Université Abderrahmane MIRA
de Béjaïa, Algérie
E-mail : ecokafia@yahoo.fr

Moussa BOURIF

Université Abderrahmane MIRA de
Béjaïa, Algérie
E-mail : Bourifmossa@yahoo.fr

Résumé:

La promotion du secteur des PME en Algérie est considérée comme un vecteur de croissance, un générateur d'emplois, et un moteur de progrès socio-économique. Nonobstant ces faits, les jeunes entrepreneurs algériens ou ceux au moins ayant mieux préparé leur esprit de création éprouvent énormément d'obstacles qu'ils rencontrent et qui se répercutent négativement sur leurs comportements dans la prise de décision dans la réalisation de leurs projets d'investissements.

L'objet du présent article est d'essayer de circonscrire l'état des lieux de la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie et exhiber les différentes contraintes de création des entreprises, qui représentent un frein réel au démarrage de l'entreprise.

Mots-clés: Petites et moyennes entreprises, création d'entreprises, dispositifs de soutien, contraintes de création

Abstract:

The promotion of the sector of the sme (small and medium-sized enterprise) in Algeria is considered as a vector of growth, a generator of jobs, and an engine of socioeconomic progress.

In spite of these facts, the Algerian entrepreneurs or those at least having better prepared their spirit of creation feel a great deal of obstacles, That they meet and which echo negatively on the behavior in the decision-making in the realization of their projects of investments.

The object of the present article is to try to confine the current situation of the promotion of the entrepreneurship in Algeria, and present the various constraints of creation of companies, which represent a real brake to the starting up of the company.

Keywords: Small and medium-sized enterprises, creation of companies, devices of support, constraints of creation of companies.

Introduction

La meilleure façon de relancer la croissance économique dans un pays comme le notre est de faire participer aux activités économiques le plus grand nombre d'individus. Agissant selon ses propres capacités, chacun pourra créer et faire jouer toutes les synergies économiques et institutionnelles.

La création d'entreprises demeure le domaine parfait afin de regrouper entre les forces et potentialités des jeunes créateurs ainsi que l'expérience et la volonté des institutions économiques à rétablir la situation économique et sociale dans notre pays. La réussite d'une politique de création d'entreprises dépend inévitablement de ces deux faits et leur devenir dans le temps et dans l'espace. Particulièrement dans ce cadre, la création des PME semble être de plus en plus une vérité première mais non encore suffisamment mise en valeur. Les PME semblent être, à vrai dire, les entités économiques les plus faciles à créer, les plus dynamiques et potentiellement les unités qui réussissent le mieux à promouvoir le tissu économique.

En effet, jusqu'à la fin des années quatre vingt, les PME ont été marginalisées ; elles ont évolué dans un environnement totalement défavorable, et étaient concentrées sur des activités de transformation courante et à très faibles intensité technologique. Ce n'est qu'à l'entame des réformes économiques au début des années quatre vingt dix, notamment en 1993¹, la création des PME en Algérie a commencé réellement à élargir. Les statistiques officielles montrent que la population des PME a dépassé la barre de 700000 unités à la fin 2012². Cet essor s'explique notamment par les différents dispositifs mis en place par l'Etat depuis une dizaine d'années, en matière d'aide à la création, de financement, de mise à niveau

Nonobstant ces faits, les jeunes entrepreneurs algériens ou ceux au moins ayant mieux préparé leur esprit de création éprouvent énormément d'obstacles qui limitent leur volonté de créer leur propre projet³. En outre, selon les résultats du ministère des PME, la création d'entreprises par habitat est loin de se rivaliser avec ses voisins. La moyenne actuelle est de 10 PME pour 1000 habitants, ce qui demeure encore insuffisant; la bonne norme serait de 45 PME/1000.

Cet état des lieux nous interpelle à s'interroger sur les raisons qui sont à l'origine des faibles résultats enregistrés en matière de création d'entreprises en Algérie et ce malgré les différents programmes d'appuis au secteur de la PME-PMI et l'ensemble des dispositifs mis en place (ANSEJ, ANGEM, ANDI, CNAC).

Dans le présent article, nous étudierons la problématique de la promotion de petites et moyennes entreprises en Algérie, nous commencerons par l'étude de l'esprit de la création d'entreprises, puis nous présenterons quelques repères historiques sur l'évolution institutionnelle de la PME en Algérie, de la période de l'économie administrée à la période de l'ouverture à l'économie de marché. Après, nous essayerons de présenter quelques dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises en Algérie et les autres structures d'appui et d'accompagnement. Enfin, nous présenterons les contraintes à la faible création d'entreprise en Algérie.

1- L'esprit d'entreprise et la création d'entreprises

Comme le souligne Julien et Marchesnay : « la conséquence logique est que l'esprit d'entreprise suscite la création d'entreprise »⁴ Ainsi, le résultat ultime de l'esprit d'entreprise est la création d'entreprise. Plusieurs auteurs affirment que la notion de création est la caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat. Outre, l'entrepreneur est celui qui crée une entreprise grâce à l'apport de capitaux et à l'innovation, laquelle est considérée comme le

moteur de l'entrepreneuriat. En d'autres termes, créer une entreprise est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat et très souvent sont vu de façon synonymique.

Dans cet ordre d'idées, l'entrepreneuriat apparaît comme un ensemble de comportements visant la création d'une nouvelle entreprise. En outre, l'entrepreneuriat prospère dans un milieu favorable. Le potentiel entrepreneurial ne peut s'exprimer que lorsque les circonstances de l'environnement s'y prêtent. Il requiert une culture entrepreneuriale perceptible dans l'enseignement scolaire et dans des modèles issus de l'environnement familial ou du voisinage. Sa manifestation présuppose aussi une culture locale, des valeurs religieuses, une organisation sociale, un régime politique et un contexte légal et réglementaire appropriés.

Fondamentalement, la création d'une nouvelle entreprise représente une décision prise par un ou plusieurs entrepreneurs. Julien (2000), de son côté, identifie trois conditions susceptibles de mener à la création d'entreprise : l'entrepreneur doit y croire ; le milieu doit l'appuyer et le soutenir financièrement ; et l'environnement doit lui apporter une aide matérielle et immatérielle.

En outre l'esprit d'entreprise et le besoin de réussite sont considérés comme la substantifique moelle de la mentalité entrepreneuriale. À la source de cet esprit se trouve le besoin de réussite, qui n'est pas la chose la mieux partagée au monde. En fait, la réussite personnelle varie souvent d'une génération à l'autre, d'une société à l'autre, d'une époque à l'autre. Sans être un phénomène héréditaire, la motivation s'explique par les conditions du milieu social.

Il est bien clair que le processus de création d'entreprise part de l'identification des besoins, de la détermination des objectifs, de l'analyse des moyens, de l'influence de l'environnement et de leur perception, de l'esprit d'entreprise ainsi que de la ferme volonté de réussir.

Il s'avère donc que les comportements qui consistent à créer une entreprise s'expliquent par l'analyse des forces qui les régissent. Or, le moteur de toute action est la motivation, celle qui pousse la personne à atteindre les objectifs qu'elle s'est fixée. L'origine des motivations est à la fois interne et externe.

Par une rétroaction, les actions une fois accomplies réagissent sur les valeurs dont elles sont le produit, ainsi que les perceptions de l'environnement. Le sentiment d'avoir agi en conformité avec ses valeurs confirme, s'il en est besoin, de leur pertinence. L'acteur ou l'agent est satisfait du travail accompli; il a une autre vision de lui-même, et de ce fait, il a de l'entregent. Il y a une cohérence entre les valeurs admises et les valeurs vécues. Également, il se révèle à son entourage; il répond à l'attente de son milieu proche parce que ses valeurs sont généralement acceptées et partagées par sa communauté.

2- L'évolution de l'environnement institutionnel de la PME en Algérie

Le développement industriel en Algérie est passé par plusieurs périodes en harmonie avec l'évolution économique et surtout politique du pays. Cette évolution d'ensemble correspond la succession de deux modèles industriels distincts depuis l'indépendance à nos jours : le modèle productif fondé sur la grande entreprise publique et celui fondé sur les petites et moyennes entreprises, essentiellement privées.

Les décennies après l'indépendance peuvent être subdivisées en trois grandes périodes : de 1962 à 1982, de 1982 à 1993, de 1993 à nos jours. L'année 1982 revêt un caractère extrêmement important car elle débute l'ère de l'encouragement de l'investissement et de l'initiative privée nationale en Algérie. Mais, c'est en 1988 que se dessine un ensemble de réformes économiques et institutionnelles suite à la crise économique et sociale ayant pour cause la baisse des recettes pétrolières et l'endettement excessif du pays.

La période de 1962 à 1982 s'est caractérisée sur le plan politique par une économie planifiée de type socialiste et sur le plan économique par la prédominance de la grande

entreprise étatique et la focalisation des investissements sur les industries lourdes susceptibles d'entraîner le développement de toute l'économie dans son sillage. Les grandes sociétés nationales ont été la base du modèle d'industrialisation et du développement de l'économie algérienne alors que l'entreprise privée et, à travers elle, les petites et moyennes entreprises étaient tenues à l'écart de ce mouvement d'industrialisation, et leurs actions étaient strictement contrôlées par « l'Etat entrepreneur »⁵ avec l'exigence d'un agrément pour toute opération d'investissement. Le secteur privé se limitait à l'investissement dans les petites industries de transformation avec des perspectives et des choix économiques réduits. A cette époque, l'essor de la grande entreprise publique se conjugue avec le frein du secteur privé, accusé d'exploitation et d'aggravation des inégalités sociales. Malgré ces entraves, « durant toute cette période, l'entreprise privée continue à se développer par ses propres moyens (crédits bancaires très sélectifs et aides de l'Etat inexistantes), dans l'industrie manufacturière et le bâtiment tout en demeurant de dimension limitée. »⁶. En effet, SADI⁷ note que le rythme moyen de création d'entreprises privées durant la période allant de 1962 à 1982 était de 600 unités environ par an. Les secteurs ciblés sont ceux qui ne nécessitent aucune maîtrise technologique et font appel à une main d'œuvre non qualifiée et surtout rentable à très court terme.

Durant la deuxième période, de 1982 à 1993, un bilan de l'économie algérienne visant à définir les prévisions d'un développement économique et social durant les années 80 est établi. Selon ce bilan, les réformes profondes de l'économie algérienne sont devenues plus que nécessaires. Le constat des résultats non suffisants de la stratégie algérienne de développement, selon le modèle des industries industrialisantes, a poussé les décideurs à repenser les orientations économiques du pays. L'année 1982 est un début de rupture avec la conception précédente en matière de développement industriel. En effet, la loi n° 82 - 11 du 21- 08-82, relative à l'investissement économique privé national, a marqué l'avènement d'une ère de réhabilitation de l'entreprise privée. Ce texte a marqué le début d'ouverture de la politique économique à l'initiative privée tout en gardant la nécessité d'un agrément préalable obligatoire. Il est accompagné de la création de l'Office pour l'orientation, le suivi et la coordination de l'investissement privé national. En 1988, la loi 88-25 est promulguée⁸ pour clarifier les modalités d'orientation des investissements privés, suivie en 1990 par une autre loi (loi 90-10) relative à la monnaie et au crédit, qui, en matière d'investissement privé, a introduit le principe de la liberté de l'investissement étranger et a institué le conseil de la monnaie et du crédit en le chargeant de la mission d'agrément des projets d'investissement, publics ou privés. Ainsi, ce n'est qu'avec le début des années 90 que le secteur privé est reconnu pleinement par les pouvoirs publics, en lui attribuant un rôle à jouer dans le développement économique du pays.

L'apogée des efforts entrepris dans le sentier de la libéralisation économique a culminé avec la promulgation du code d'investissement de 1993⁹ qui a consacré la liberté d'entreprendre tant pour les opérateurs privés nationaux qu'étrangers. En plus, il a prévu la création d'une « Agence de promotion, de soutien et de suivi des investissements », remplacée en 2001 par l'ANDI¹⁰ « Agence nationale de développement de l'investissement » sous forme de guichet unique décentralisé pour être au service des promoteurs industriels dans le cadre de la promulgation d'un nouveau code des investissements en Algérie. Ce nouveau code des investissements de 1993 a eu des conséquences notables sur l'expansion et la dynamique du secteur privé : « Depuis l'avènement des réformes économiques en 1988 et, avec la promulgation d'un nouveau code des investissements plus libéral en 1993, reconnaissant l'importance d'un secteur privé solide et en développement comme un instrument de croissance et d'allègement de la pauvreté, le poids et la configuration du secteur privé ont totalement changé.»¹¹

La période de 1993 à nos jours a vu des actions en faveur du désengagement de l'Etat du fonctionnement de l'économie à travers la privatisation des entreprises publiques, mesure qui confirme l'importance de plus en plus accordée au secteur privé. Avant la privatisation proprement dite, l'Algérie a eu d'abord recours à la privatisation des formes de gestion, c'est-à-dire à une autonomie de gestion de l'entreprise publique qui reste néanmoins propriété de l'Etat. Les fonds de participation créés à cet effet sont des agents fiduciaires de l'Etat chargés de gérer le portefeuille des actions en capital détenues par l'Etat sur les entreprises. Au total, huit fonds de participation spécialisés par branche d'activité, sont créés et ont fonctionné pendant six ans jusqu'à leur remise en cause en 1995 avec la promulgation de la loi sur les capitaux marchands de l'Etat¹² qui a institué les holdings publics en remplacement des fonds de participation, et la loi sur la privatisation¹³. Onze holdings publics à vocation nationale et cinq à vocation régionale sont créés et jouissent en droit des attributs de la propriété. Ils sont constitués sur la base de filières industrielles où l'Algérie était supposée avoir des avantages comparatifs.

La comparaison entre cette organisation des capitaux marchands de l'Etat avec celle reposant sur les ex- fonds de participation permet de relever trois grandes différences¹⁴ :

- a. L'entreprise publique a beaucoup plus d'autonomie que dans l'ancienne organisation : les ventes d'actifs physiques et financiers, anciennement interdites, sont possibles.
- b. Contrairement aux fonds de participation, le holding est doté de tous les attributs du propriétaire et constitue en droit le seul interlocuteur de l'entreprise publique.
- c. Les portefeuilles des holdings sont constitués sur la base d'objectifs de stratégie de relance du développement et non pas, comme l'ont été les Fonds de participation, sur la base d'objectifs principalement de viabilité financière par compensations réciproques entre entreprises publiques.

La privatisation des entreprises publiques en Algérie est faite selon plusieurs modes allant d'une cession d'actifs à des repreneurs privés, des reprises par les salariés et des partenariats à une privatisation partielle ou totale. Les résultats des opérations de privatisation (2001- Août 2008), tous modes confondus font état de 458 entreprises publiques privatisées¹⁵. La poursuite des efforts de privatisation du secteur public n'est pas sans effet sur les entreprises privées. ISLI (2005), note que « la privatisation des entreprises publiques sera d'un impact direct pour la promotion de l'entreprise privée avec notamment les possibilités de reprise des activités ainsi privatisées et l'entrée sur le marché de nouveaux promoteurs constitués de cadres libérés par la privatisation ou la dissolution de leur entreprise publique. »¹⁶. En somme, à partir des années 90 et surtout sous l'effet des contraintes de l'ajustement structurel mené par notre pays en collaboration avec le FMI et la banque mondiale, la privatisation est devenue le maître-mot des réformes économiques jusqu'à être qualifiée par BENDIB de « mot à la mode au même titre que l'économie de marché. »¹⁷

L'environnement institutionnel des entreprises s'est enrichi en 2001 par une loi d'orientation sur la promotion de la PME¹⁸ qui comprend, outre des principes généraux, la définition des PME et de la politique d'aide et de soutien de l'Etat à cette catégorie d'entreprises. Les objectifs essentiels de cette loi sont de faciliter l'accès des PME aux services et avantages prévus dans le dispositif de soutien, de favoriser l'implantation des sites d'accueil au profit des PME, d'encourager l'émergence de nouvelle PME, de promouvoir le tissu de PME productives, de favoriser la créativité et l'innovation, d'encourager l'exportation des biens et services et de promouvoir la diffusion de l'information sur la PME.

Dans ce cadre, différentes mesures publiques sont mises en place en Algérie pour soutenir le développement des PME/PMI et représentent des efforts indéniables pour la promotion de ces entreprises. Mais, beaucoup reste à faire ou à parfaire dans ce sens¹⁹

Ce tour d'horizon non exhaustif de l'évolution du cadre institutionnel des entreprises et de l'économie algérienne permet de souligner le poids réservé au privé selon les grandes

périodes. Ce cadre inachevé de réformes institutionnelles a eu comme conséquence notable la renaissance de la PME à dominance privée sur la scène économique.

Dans le cadre de la coopération internationale, des organismes sont chargés de la coordination et la mobilisation des financements et des crédits alloués aux PME, afin de les stimuler à diversifier leurs activités et s'orienter vers les exportations hors hydrocarbures. A cet effet, un Conseil National de la Promotion de la sous-traitance a été instauré, il prend en charge l'information économique et statistique par l'établissement d'un système d'information. Il vise le développement de la recherche dans le domaine de la PME, ainsi que l'élargissement de la concertation avec le mouvement associatif du monde de l'entreprise.

Ainsi, à partir les années 2003, le poids de la création des PME a nettement augmenté comme le montre le tableau ci- dessus.

Tableau 1: Evolution de la création des PME en Algérie durant 2003-2012

Année	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2011	2012
Nombre de PME	208737	226227	246716	270545	294612	322013	346500	501453	700000

Source : Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement.

D'après le tableau, nous pouvons dire à première vue que la création d'entreprises a globalement et nettement évolué dans le temps. Les statistiques disponibles indiquent que plus de la moitié des PME ont été créés entre 2003-2007, suite à la loi d'orientation sur les PME en 2001. Durant l'année 2012 le nombre des PME a connu une évolution remarquable, et a enregistré le nombre de 700000 entreprises créées. Cette évolution revient à la création de plusieurs agences, telles que l'ANSEJ, l'ANDI, l'ANGEM et la CNAC qui s'est vu confiée un nouveau rôle, celui d'aide à la création d'entreprises. En plus de ces agences, il y'a eu la création d'une agence chargée de la mise à niveau des entreprises, dénommée ANDPME, et les autres structures d'appui, que nous les détaillerons dans la section suivante.

3- Présentation de quelques dispositifs et structures d'aide et de soutien à la création d'entreprise en Algérie

Plusieurs acteurs sont impliqués dans la création et le développement des PME, parmi eux nous présentons les principaux acteurs :

- **Agence Nationale de Développement des Investissements « ANDI » :** C'est une agence cantonné dans le domaine des investissements et en relation avec les administrations et organismes. Elle contribue à alléger les démarches administratives relatives au lancement des projets d'investissement à travers un guichet unique décentralisé au niveau local. Ce dernier regroupe l'ensemble des administrations concernées par l'investissement. Il est doté de pouvoirs réels pour fournir toutes les prestations nécessaires à la concrétisation des investissements. Cette agence gère en collaboration avec le Conseil National d'Investissement, le Fonds d'appui à l'investissement, qui est destiné pour la prise en charge des dépenses partielles ou globales engagées pour l'amélioration des infrastructures environnantes de l'investissement (arrivées d'électricité, de gaz, d'eau, les routes, les réseaux d'assainissement). Ce fonds est consacré particulièrement aux projets localisés dans les zones à développer et ceux soumis à convention;

- **Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeune « ANSEJ »**
Créée en 1996²⁰, l'ANSEJ est une institution publique chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement des jeunes chômeurs porteurs d'idée de projet de création d'entreprise. A travers les étapes de création et d'extension de son entreprise, le jeune promoteur bénéficie d'assistance à titre gracieux, d'avantages fiscaux (exonération de TVA et abattement sur les droits de douane en phase de réalisation et exonération d'impôts en phase d'exploitation), d'aides financières (Prêt Non Rémunéré – bonification des intérêts bancaires).
- **Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit « ANGEM »** : L'ANGEM est créée conformément aux dispositions de l'article 7 du décret présidentiel n° 04-13 du 22 janvier 2004 relatif au dispositif du Micro-crédit. le seul dispositif en Algérie qui accorde des prêts à des catégories de citoyens sans revenus et/ou disposant de petits revenus instables et irréguliers, leur permettant l'achat d'un petit équipement ou de matière première pour exercer une activité ou un métier, il vise à leur intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services, y compris à domicile, dont le montant des investissements est fixé à cinquante mille dinars (50 000 DA) minimum et ne saurait dépassé les quatre cent mille dinars (400 000 DA), remboursable dans un délai de 12 à 60 mois (1 à 5 ans)
- **Caisse Nationale d'Assurance Chômage « CNAC »** : Créée en 1994²¹, en tant qu'institution publique de sécurité sociale, (sous tutelle du Ministère de l'Emploi, du Travail et de la Sécurité Sociale), elle avait pour vocation d'amortir les effets sociaux consécutifs aux licenciements massifs de travailleurs salariés du secteur économique décidés en application du plan d'ajustement structurel (PAS), à partir de 2004 et dans le cadre du Plan de soutien à la croissance économique et en l'application du décret présidentiel n° 03-514 du 30 décembre 2003 relatif au soutien à la création d'activités par les chômeurs, la CNAC s'est consacrée en priorité à la mise en œuvre du dispositif visant à favoriser la création d'activités de production de biens et de services par les chômeurs promoteurs âgés de trente cinq (35) à cinquante (50) ans, dont le montant des investissements prévus par le décret ne saurait dépasser cinq (5) millions de dinars. En plus des dispositifs de création d'entreprises, les pouvoirs publics ont promulgué à partir des années 2000 d'autres structures de suivi et d'appui au PME, que nous énumérons dans les points suivants.
- **L'Agence National de Développement de la PME (ANDPME)** : Elle est crée par le décret exécutif n ° 05- 165 du 3 mai 2005, elle est pour mission principale, la mise en œuvre de la politique nationale de la promotion et de développement de la petite et moyenne entreprise.
- **Le Fonds de Garantie des Crédits aux PME (FGAR)** : Le FGAR est un organisme public sous tutelle du ministère de la petite et moyennes entreprise et de l'artisanat, il est crée par décret exécutif n°373-02 du 11.11.2002 en application de la loi d'orientation sur les PME. Il est pour mission d'intervenir dans l'octroi de garanties en faveur des PME réalisant des investissements en matière de création et extension d'entreprises, rénovation des équipements et prise de participation. il couvre un taux du solde du capital du crédit consenti par la banque, ce pourcentage est établi pour chaque projet selon le coût et le risque et il est plafonné à un maximum de **80%** du crédit. Le montant minimal de la garantie par projet est de 5 millions DA et le montant maximal est de 50 millions DA, pour une durée maximale fixé à sept (07) ans pour un crédit d'investissement classique et dix (10) ans pour un crédit bail (leasing).
- **La Caisse de Garantie de Crédits d'Investissement (CGCI-PME)** : Cette Caisse est créée par le décret présidentiel n°04-134 du 19 avril 2004, elle a pour objet de garantir le remboursement d'emprunts bancaires contractés par les PME au titre du financement d'investissements productifs de biens et de services portant sur la création et l'extension

ainsi que le renouvellement de l'équipement de l'entreprise. Le niveau maximum de crédits éligibles à la garantie est de cinquante (50) millions de dinars²².

- **Les pépinières d'entreprises²³ et les centres de facilitations :**

Ce sont des structure d'accueil et de développement des entreprises naissantes, ayants pour mission d'accompagner les nouveaux promoteurs jusqu'à maturation de leurs projets.

Dans le domaine du financement des entreprises, de nouveaux instruments financiers ont été développés au cours de l'année 2006 et mis à la disposition des PME tels que : les fonds de garanties de crédits spécifiques à des filières d'activités innovantes; les crédits à long terme pour la restructuration de ces entreprises, destinés à l'achat d'appareils, d'équipements et de l'immobilier; les crédits pour leur stabilité, leur permettant d'améliorer leurs fonctions stratégiques (production, commercialisation, développement technologique) et d'atténuer les effets néfastes engendrés par les réformes structurelles ou par les catastrophes naturelles.

4- Contraintes de création des petites et moyennes entreprises en Algérie

Malgré la multiplicité des dispositifs et structures d'appui à la création d'entreprises, les résultats restent mitigés avec un grand nombre de création met en partie dans le secteur informel. L'entrepreneuriat algérien reste toujours en recul par rapport aux pays voisins.

L'ampleur des entraves que rencontrent les entrepreneurs algériens est sans aucun doute le seul phénomène susceptible de nous renseigner sur le déroulement, la pratique et la réalisation effective d'un projet de création d'entreprise.

Nous citons, en premier lieu, les difficultés d'ordre administratif qui bloquent pour longtemps le processus de création d'entreprise. En effet, la complexité et la lenteur des procédures nécessaire pour la préparation des dossiers de demande soit de crédit soit d'autorisation d'exercer ou même de contrat de bail,... découragent l'initiative privée et limitent, par conséquent, la volonté des entrepreneurs débutants. Ces derniers finissent également par se trouver devant une multiplicité des pièces à fournir et dont la préparation ou l'obtention suppose aussi et à nouveau la sollicitation auprès d'une autre administration publique, ce qui nous amène dans un cercle vicieux sans issue.

La multiplicité des services à contacter est un autre exemple à donner au sujet des difficultés administratives, mais il ne représente en fait qu'une conséquence logique de la décentralisation de la décision à ce niveau ainsi que l'absence d'une unité institutionnelle ou économique dont la responsabilité permettra de trancher dans ce genre de décision.

En deuxième lieu, il y a lieu de parler des entraves relatives au problème de financement qui, quant à lui, fait défaut et coûte encore cher pour les jeunes créateurs. A cet égard, les jeunes entrepreneurs souffrent énormément du manque de collaboration et de l'absence d'intégration des banques qui, elles, se trouvent réticentes à l'égard des premiers et se méfient de l'important "risque" qu'ils représentent. C'est ainsi que le poids des garanties demandées par les banques jouent son rôle en bloquant le processus de création dans sa racine.

L'indisponibilité des locaux et des terrains à des prix raisonnables d'une part, le coût des investissements à entreprendre notamment dans les premières étapes de réalisation d'autre part, ainsi que le coût financier et les frais de douane que suppose de l'autre côté, l'accès aux biens d'équipement font que le créateur-entrepreneur voit alourdir ses responsabilités matérielles et financières. Ceci diminue par conséquent ses motivations et mène le processus à l'échec.

Nous pouvons citer, en troisième lieu, la complexité de façon générale d'un processus tel que celui de la création et du montage d'une entreprise du fait essentiellement de l'effort à déployer et des tâches à accomplir.

En outre, l'organisation du tissu économique algérien et l'incohérence des marchés n'encouragent pas de nouveaux entrepreneurs à s'y intégrer sans difficultés. Le cas est beaucoup plus inquiétant ici puisque nous parlons de jeunes dont l'expérience est aussi faible. Généralement, les futurs créateurs tentent leur chance dans ce domaine aussi vague et

compliqué sans avoir une formation adéquate de gérants-créateurs qui est amplement recommandée dans le domaine des affaires.

Ajoutons à ceci, les obstacles d'ordre macro-économique particulièrement les préparatifs à l'ouverture et la libéralisation de l'économie algérienne esquissée il y a quelques années, la forte concurrence des entreprises bien placées sur le marché que se soit nationales ou étrangères, ...

Conclusion

Parvenus au terme de ce travail, il convient de dire que si la création d'entreprises est en soi une politique de développement et de croissance économique elle n'est, cependant, que faiblement et inefficacement encouragée.

D'un côté, la politique économique semble être insuffisante et incapable de répondre aux besoins des nouveaux jeunes créateurs. Malgré les progrès réalisés, les mesures économiques mises en œuvre sont discordantes et éparpillées. Diverses politiques ont été créées pour remplacer d'autres et en éliminant tacitement leur effet. C'est ainsi que la continuité entre elles paraissait difficile puisque généralement se sont de nouvelles considérations qui rentrent en jeu.

D'un autre côté, les jeunes créateurs sont mal et faiblement préparés pour une réalisation plus sûre de leur projet. Ces derniers manquent, en effet, d'esprit d'entreprise, de volonté réelle, de conviction en leurs caractéristiques et de persévérance dans leurs actes. Ainsi, face à un environnement économique non propice et un contexte politique peu encourageant, les jeunes promoteurs terminent leur tentative par rencontrer d'énormes difficultés qui drainent par conséquent leur projet vers l'échec.

A ce titre la pertinence de création des entreprises s'oblige les pouvoirs publics à redynamiser les organismes de soutien. Cette redynamisation doit faire l'objet d'une réflexion qui prendra en charge la définition du rôle de ces organismes, l'organisation des relations entre eux et entre les entreprises, les doter de moyens adéquats leur permettant d'accomplir leurs missions. Il s'agit aussi de procéder au classement des buts et évaluer de manière continue les performances en même temps, les outils employés et les firmes ayant bénéficié des appuis d'accompagnement. L'appui de l'État « devrait permettre le développement de la compétitivité des PME en intervenant : sur les sources et la qualité de l'information technologique et commerciale internationale; au niveau des opportunités ou de l'adéquation des technologies offertes aux entreprises; et en coopération avec les autres paliers de gouvernement, pour soutenir ou développer les conditions favorables micro et macro-économique pour leur appropriation »

De même, le succès d'un processus de création d'entreprise doit être obligatoirement lié à l'émergence d'entrepreneurs animés du goût du risque afin de pouvoir penser d'abord et entamer ensuite le processus de démarrage de leur propre entreprise et sont appelés ainsi à ce qu'ils soient confiant et disposent d'une grande volonté de changer, de créer et d'innover.

Notes et références

- ¹ Décrit législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion des PME.
- ² Les données de ministère de la PME et de l'artisanat, direction des systèmes d'information et des statistiques, bulletins d'information économique.
- ³ Nombreuses enquêtes ont été menées par les étudiants de la faculté des sciences économiques et sciences de gestion de l'université de Bejaïa (Algérie) distribuées aux entreprises de différentes wilayas (Béjaïa, Tizi ouazou, Bouira).
- ⁴ JULIEN, P-A, MARCHESNAY, M *L'entrepreneuriat*, Edition Economica, Paris (1996), Page 23.
- ⁵ ISLIM .A, La création d'entreprise en Algérie, Les Cahiers du CREAD n°73, 2005. P 60
- ⁶ ISLIM .A, La création d'entreprise en Algérie, Les Cahiers du CREAD n°73, 2005, p.60.
- ⁷ SADI. N. A, La privatisation des entreprises publiques en Algérie. Objectifs, Modalités et Enjeux. OPU, 2006, p. 30.
- ⁸ Qui se substitue à la loi 82-13 relative à la constitution et au fonctionnement des sociétés d'économies mixtes.
- ⁹ Décret législatif 93-12 du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement.
- ¹⁰ L'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001 amende le décret ci-dessus et remplace l'APSI par l'ANDI.
- ¹¹ SADI. N. A, La privatisation des entreprises publiques en Algérie. Objectifs, Modalités et Enjeux. OPU, 2006, p. 30.
- ¹² Ordonnance 95-25 du 25 Septembre 1995. (Révisée en 2001).
- ¹³ Ordonnance 95-22 du 26 Août 1995. (Amendée partiellement en 1997 puis révisée complètement en 2001.)
- ¹⁴ SADI.N.A, La privatisation des entreprises publiques en Algérie. Objectifs, Modalités et Enjeux. OPU, 2006, p. 57.
- ¹⁵ BENDIFF. H, Le processus de privatisation en Algérie: Stratégie, Bilan et Perspectives, Forum Economique, le 24 septembre 2008, Lausanne (Suisse).
- ¹⁶ ISLIM.A, La création d'entreprise en Algérie, Les Cahiers du CREAD n°73, 2005, p.66.
- ¹⁷ BENDIB.R, l'Etat rentier en crise. Eléments pour une économie politique de la transition en Algérie, OPU, 2006, p.13.
- ¹⁸ La loi 01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (PME).
- ¹⁹ ZORELLI.M.A, Mesures de soutien public et développement de territoires par PME/PMI en Algérie, Colloque International : « Création d'entreprises et territoires », Tamanrasset, Décembre 2006.
- ²⁰ Décret exécutif n°96-296 du 08 décembre 1996 fixant les statuts de l'ANSEJ .
- ²¹ Décret exécutif n°94-188 du 06 Juillet 1994 portant statut de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage, publié dans le JO n° 44 du 07 Juillet 1994.
- ²² À noter que les crédits réalisés dans le secteur de l'agriculture et les crédits pour les activités commerciales ainsi que les crédits à la consommation ne sont pas éligibles à la garantie de la caisse.
- ²³ Les pépinières sont destinées beaucoup plus à aider et accompagner les PME de services.

Climat des IDE et le marché du travail au niveau du monde réalité et perspective

Climate of the IDE and the labor market at the international level reality and Prospect

Abdelkader GUENDOZ

Faculté des sciences
économiques
Centre universitaire de Bechar
guendouz_abd @ yahoo.fr

Zahira BEDJAOUI

Faculté des sciences
économiques
Université de Tlemcen, Algérie
bedjaoui.zou@ gmail.com

Leila KHAOUANI

Faculté des sciences économiques
Université de Tlemcen, Algérie
lilas_kh101@ yahoo.fr

Résumé :

Aujourd'hui les investissements directs étrangers sont en plein dynamisme. D'une zone à l'autre, le constat est fait. Les entreprises s'internationalisent de plus en plus, tout en franchissant de nouvelles frontières ; De nombreux pays mettent en œuvre des politiques d'une très grande ampleur pour s'y adapter. Cet article a pour objectif de nous éclairer sur l'évolution mondiale des IDE, leurs enjeux, leurs perspectives, les expériences et les politiques de quelques pays, leurs impacts et de déterminer quelques mesures à prendre en matière de politique économique et d'emploi.

Mots-clés : flux IDE, destinations des IDE, provenances des IDE, marché du travail, création de l'emploi.

Abstract:

Today foreign direct investments are in full dynamism. From one area to another. The observation is made. Companies are becoming more and more internationalized, while crossing new frontiers. Many countries implement a number of policies to be adapted to this. The aim of this article is to enlighten us on the global changing of FDI, their issues, their perspectives, the experiences and policies in some countries, their impacts and to determine some measures on economic policy and employment.

Keywords: flow IDE, destinations of FDI, sources of FDI, labor market, creation of employment.

Introduction :

Depuis quelques décennies, la mondialisation l'engagement de quelques pays à la privatisation on fait que plusieurs pays se sont dirigés vers les investissements directs étrangers.

L'action gouvernementale estime, par le biais de ces investissements, apporter une prospérité à l'activité économique, améliorer la compétitivité des entreprises tout en augmentant leur nombre, accroître l'offre d'emploi ce qui permet la diminution du chômage et par la suite la réduction de la pauvreté.

Plusieurs auteurs (comme Caves, Dunning, Graham et Krugman) conçoivent les IDE comme facteur qui peut : fournir aux pays d'accueil des ressources spéciales, le savoir-faire, l'accès à des réseaux internationaux de production et de distribution, transférer de la technologie, et enfin accroître la formation du capital et la création d'emplois ¹.

De ce dernier effet, les pays sous-développés peuvent développer leur marché de travail, en attirant plus d'IDE, ce qui demeure une opportunité à saisir. Toutefois, le marché de travail dans ces pays connaît des distorsions et des rigidités, pouvant constituer des contraintes et entraves freinantes pour un maximum de profit, éventuellement tiré des IDE.

Les questions que nous nous posons sont:

Est- ce que les IDE peuvent contribuer au développement économique et à la promotion du marché du travail ?

Cette contribution est-elle la même pour tous les pays ?

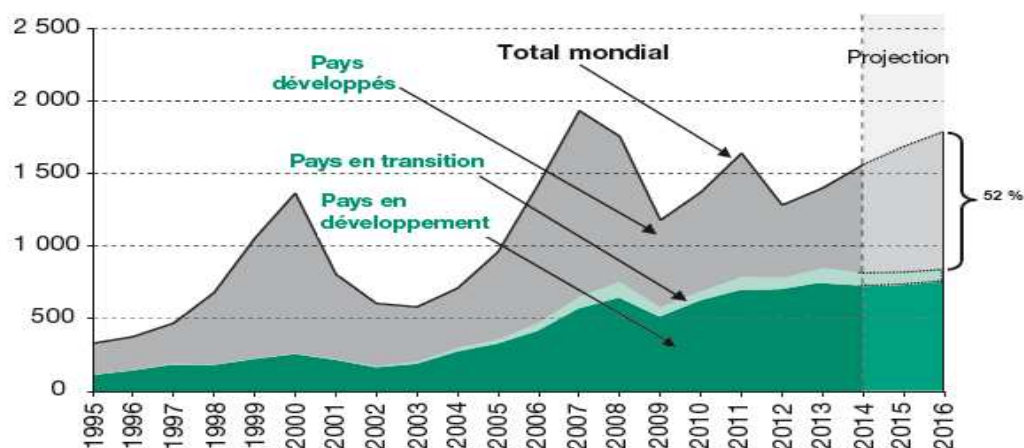
Le but de cet articles est de :

- contribuer à l'amélioration des connaissances sur les conditions de promotion des investissements directs étrangers ;
- de faire le bilan des investissements directs étrangers mondiaux;
- de dégager les facteurs qui expliquent la faiblesse des investissements directs étrangers dans certains pays ;
- de montrer leur impact sur la création de l'emploi.

1- Les flux des IDE, vue d'ensemble

De 1980 à 2005², les flux des IDE dans le monde sont passés de 55 271,9913 millions de dollars US à 916 276,6 ; soit une augmentation de plus de 86 1004 millions de dollars US. En 2005 elles ont augmenté de 29% contre 38% en 2006 (1306 milliards de dollars). Cette augmentation a été largement le fruit de la libéralisation des échanges et des investissements, ainsi que de l'évolution des technologies de l'information et de la communication.

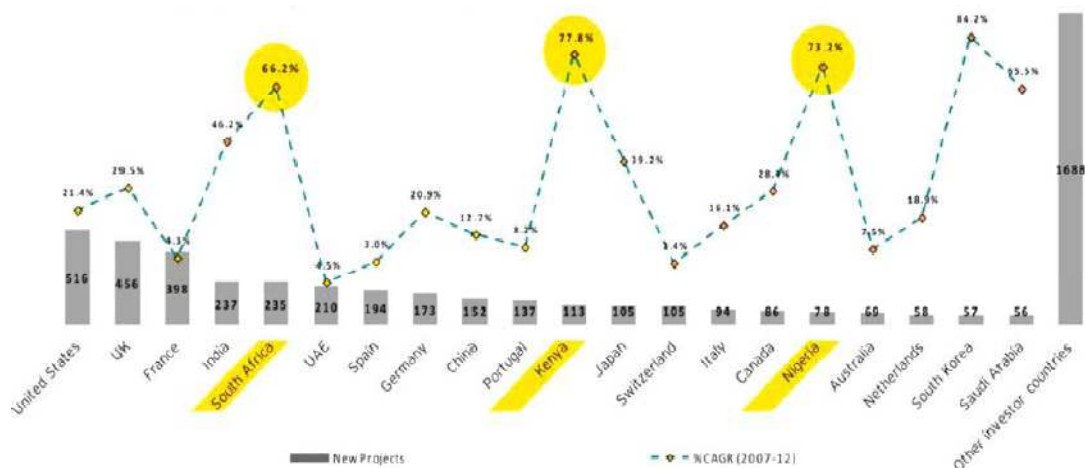
Figure 01 : Entrées d'IDE à l'échelle mondiale et par catégorie de pays 1995-2013 et projection 2014-2016(En milliards de dollars)



Source: Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble. CNUCED 2014.

Mais ces résultats enregistrés dans de nombreux pays (développés, en développement et les pays en transition de l'Europe), vont être perturbé par la crise de 2007. En effet les parts vont transmuter : la part d'investissement des pays en développement et en transition va atteindre 48% en 2008, par contre celle des pays développées ce voit baissé (29% pour 2008 contre 45% en 2006). En dépit de la crise les IDE vont atteindre consécutivement pour les années 2010, 2011, 2012,2013 : 1240, 1500, 1350,1450 milliards de dollars. (Voir graphe N°01). Ces pays en développement on pu résister à la crise de 2007 qui a sévit au fait que leur système financiers était moins emmêlés au système bancaire des pays développés.

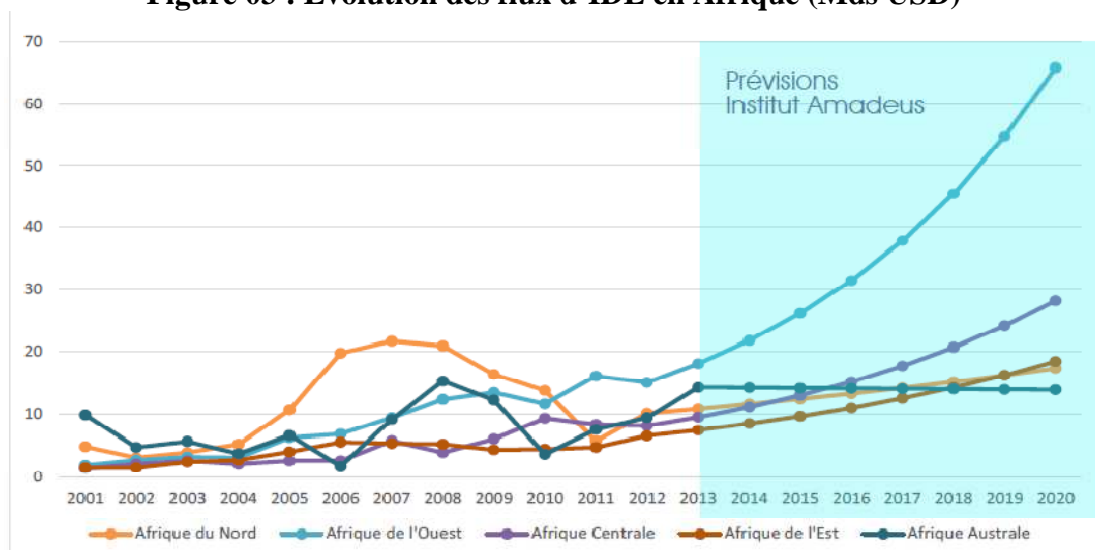
Figure 02 : Evolution des projets IDE par pays (2007-2012)



source : fdi Markets, Ernest & Young Analysis

Les IDE entrants pour les économies du continent africain ont atteint le seuil de 30% soit 671,958 millions de dollars US en 2005, alors qu'ils étaient de 400,351885 en 1980. En 2006 ils ont doublé atteignant 36 milliards de dollars pour ensuite atteindre 53 milliards de dollars en 2007. Malgré la crise les investissements à destination de l'Afrique ont augmenté de 63%.

Figure 03 : Evolution des flux d'IDE en Afrique (Mds USD)



Source : Estimation et prévisions Institut Amadeus : données CNUCED 2012

Les flux d'IDE à destination de l'Afrique sont tombés de 72 milliards de dollars EU en 2008 à 59 milliards de dollars EU en 2009, soit une baisse de 19 % par rapport à 2008, en raison de la crise financière et économique. En 2009, la part de l'Afrique était à de 5,27%, contre 27% pour l'Asie.

La majeure de cet IDE est affectée à l'exploitation des ressources naturelles (projets pétroliers, gaziers et miniers).

Malgré ce taux, les investissements en Afrique restent supérieurs à ceux qui ont précédé le pic de 2008. Mais après ce recul les IDE ont repris en 2012 puisqu'ils s'estiment à 49.7 Milliards USD soit une hausse de 16%.

Selon une étude faite par Africa Attractiveness Survey d'Ernst & Young 2013, auprès de 500 chefs d'entreprise, 86 % des répondants qui ont une présence établie sur le continent pensent que l'attractivité de l'Afrique en tant que lieu pour faire des affaires continuera à augmenter. Ils ont classé l'Afrique seconde destination d'investissement après l'Asie.

Pour cette dernière c'est l'optimisme des chefs d'entreprises, l'amélioration du climat d'investissement et les efforts de libéralisation qui ont fait d'elle la principale destination des investissements directs étrangers. En Asie par exemple, le montant de flux des IDE en destination des pays en développement était de 199 553,637 millions de dollars US en 2005, contre seulement 662,682076 millions de dollars US pour 1980. Ils atteindront 249 milliards de dollars en 2007. L'Asie reste la première région d'accueil de l'investissement étranger direct (IDE) au niveau mondial, puisqu'elle reçoit près de 30 % des flux d'IDE mondiaux, d'après le *Rapport sur l'investissement dans le monde 2014* de la CNUCED. Le total des flux d'IDE à destination des pays en développement d'Asie (à l'exception des pays d'Asie occidentale) s'élevait à 382 milliards de dollars des États-Unis en 2013, soit 4 % de plus qu'en 2012.

D'autres organisations au niveau régional ANIMA (réseau euro-méditerranéen d'agences de promotion de l'investissement) font le diagnostic des évolutions en matière des IDE au niveau euro-méditerranéen.

Selon cette entité, les pays MEDA-10 (Algérie, Chypre, Egypte, Israël, Liban, Maroc, Autorité Palestinienne, Syrie, Tunisie, Turquie) ont réalisé des résultats assez considérables en termes de montants annoncés. De 13738 millions USD en 2003, les flux IDE ont touché le seuil de 57595 millions USD en 2006. La Turquie, Israël et l'Egypte, chapotent la liste des pays de la région avec 46296 millions USD en 2006.

Mais Les IDE vont diminuer pour quelques pays du Med, vue la situation politique de certains pays comme l'Egypte, la Tunisie et la Syrie et la Lybie Voir Tableau N° 01 et 02 :

Tableau 01 : Flux des IDE entrants pour chaque pays Med (Millions USD) 2001-2007

Région/pays	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Algérie	1 196	1 065	634	882	1 081	1 795	1 665
Egypte	510	647	237	2 157	5 376	11 578	11 600
Israël	3 562	1 651	3 901	2 002	4 881	14 729	9 998
Jordanie	180	122	443	816	1 774	3 219	1 835
Liban	1 451	1 336	2 977	1 993	2 791	2 739	2 845
Maroc	2 808	481	2 314	895	1 653	2 450	2 577
A. Palestine	19	9	18	49	47	19	21
Syrie	110	115	180	275	500	600	885
Tunisie	7242	2278	1283	1540	7281	477	7 028
Turquie	3 352	1 133	1 751	2 785	10 031	19 989	22 029
Med 10	20 430	8 837	13 738	13 394	35 415	57 595	60 483
Libye	-113	145	143	357	1 038	2 013	2 541

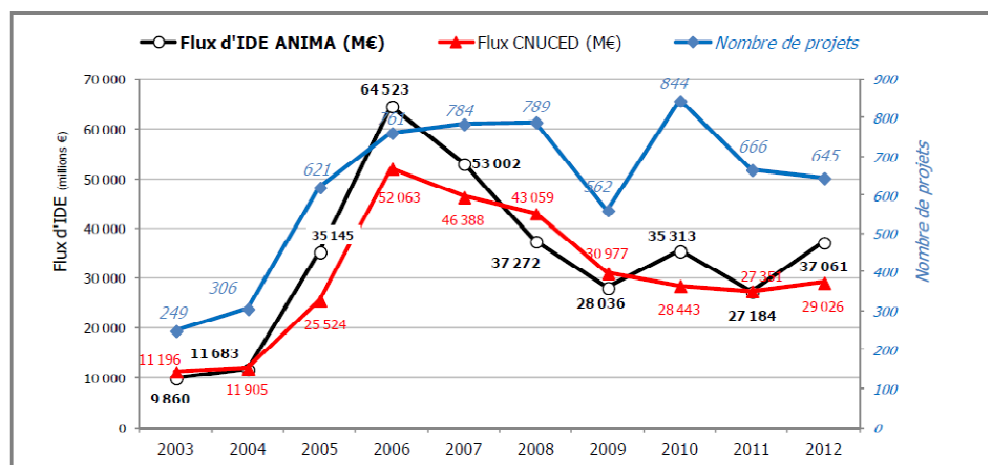
Source : Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble. CNUCED 2008.

Tableau 02 : Flux des IDE entrants pour chaque pays Med (Millions USD) 2008-2012

	Investissements Directs Etrangers en Millions de Dollars				
Années	2008	2009	2010	2011	2012
Maroc	2487	1952	1574	2568	2836
Egypte	9495	6712	6386	-483	2798
Soudan	2601	1816	2064	2692	2466
Tunisie	2759	1688	1513	1148	1918
Algérie	2593	2746	2264	2571	1484
Lybie	3180	3310	1909	-	-
Afrique du Nord	23114	18224	15709	8496	11502
Afrique	58894	52964	43582	47598	50041

Source : Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble. CNUCED 2013.

Pour l'année 2012 nous remarquons une légère hausse, il passe de -483 (2011) pour l'Egypte à 2798 Millions USD (2012). Globalement les IDE pour les pays Med passent de 64590 Millions USD en 2011 à 73045 millions USD en 2012.³

Figure 04: Evolutions des montants et nombre de projets d'IDE annoncés (2003-2012)

Source : ANIMA-MIPO et CNUCED convertis en €

Mais cette reprise est surtout due aux investisseurs Russe, indien, chinois. Selon le rapport fait par la CNUCED 2013, la Chine est la 2ème destination des flux d'IDE dans le monde. C'est l'un des pays les plus attractives pour les compagnies transnationales pour ces deux dernières années 2013-2015. Après avoir chuté en 2009 sous l'effet de la récession mondiale, les flux d'IDE sont repartis à la hausse puisqu'en 2013, les IDE réalisés ont augmenté de plus de 5% en valeur par rapport à 2012.

Par contre la part des investisseurs Européens s'est vue restreinte de 45% à 26% de la part des marchés.⁴

Cette retraite est une erreur stratégique, car la Méditerranée présente des avantages tels que : la proximité des marchés qui croissent plus vite que ceux de l'Europe, une main d'œuvre qualifiée et compétitive, un accès à des sources d'énergie variées, un positionnement au cœur d'un tiers des routes commerciales maritimes et des marchés considérables en matières d'opportunités.

Quant à l'Algérie, elle affiche de bons résultats pour les années 2008 à 2011 par rapport aux années précédentes⁵. Puisque pour les années 2003 à 2007 ils variaient entre une fourchette de 634 à 1665 Million USD, par contre pour les années 2008 à 2011 nous remarquons une légère remontée ils atteignent 2593 en 2008 contre 2571 millions USD en 2011. Par contre pour 2012 ils s'ajustent à 1484 millions USD, ils ont diminué de -42% par

rapport à l'année 2011. Cette baisse est imputable à un climat d'affaire mondial défavorable pour les IDE, puisque ces derniers ont baissé de -18.2% à l'année 2011. Mais malgré cette baisse les stocks d'IDE en Algérie ont progressé fin 2012 (+7% par rapport à 2012). Voir tableau suivant :

Tableau 03 : Evolution du stocks d'IDE en Afrique du Nord (MUSD,2007-2012)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Part dans le total régional en 2012
Algérie	11606	14199	6945	19209	21780	23264	11.8%
Total régional	134850	153224	171937	184902	186656	196818	100%

Source : Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble : CNUCED 2013.

Ces IDE se font par le biais des Firmes multinationales ; ces dernières se développent d'une manière ahurissante par l'implantation de filiales un peu partout dans le monde. Beaucoup des économistes vantent les effets bénéfiques des IDE grâce à ceux que peuvent permettre les nouveaux capitaux en matière de technologie, de nouveaux marchés, le développement local. Mais que peut-on dire des répercussions de ces IDE sur les marchés de travail ? Sont-ils vraiment bénéfique pour les pays d'accueil ?

2- IDE-Création d'emplois Des opportunités avec prudence

Les gouvernements se forcent à mettre en place des nouvelles politiques et d'adapter les dispositifs (déjà existant) pour faire venir les IDE, ceci pour les différents avantages qu'ils représentent. La création d'emplois demeure un des objectifs les plus ciblés.

Aux Etats-Unis, la présence des firmes multinationales d'origine européenne a résulté 4, 3 millions de salariés, avec 600 000 pour les entreprises françaises.⁶

A leur tour, les IDE américains en Europe ont généré un résultat très proche, avec 4,2 millions d'emplois créés, ce qui représente 43 % du total en 2002. Ainsi, les implantations américaines en Europe engendrent des emplois d'un rythme très impressionnant, soit une moyenne de plus de 40 000 emplois par an, pour la période 2002-2005.

Pas loin de ce continent, la rive sud de la méditerranée demeure très loin de ces performances. Les records en matière de création d'emplois, sont au seuil de 2000 dans les pays du Maghreb. En 2004, le Maroc était premier concernant l'absorption de la main-d'œuvre à travers les IDE. En 2010 plus de 175 000 emplois directs (contre 93 000 en 2009) qui ont été créés par les IDE et plus près de 585 000 emplois indirects.

Cependant, et en comparaison avec les autres résultats de la région, ce constat peut être qualifié d'exceptionnel. A titre d'exemple, le plus haut niveau enregistré en Tunisie était 1 000 emplois⁷. En 2013 ils engendré plus de 8286 emplois voir tableau suivant :

Tableau 04 : flux d'IDE en Tunisie et nombre d'emploi Par pays d'origine (2013)

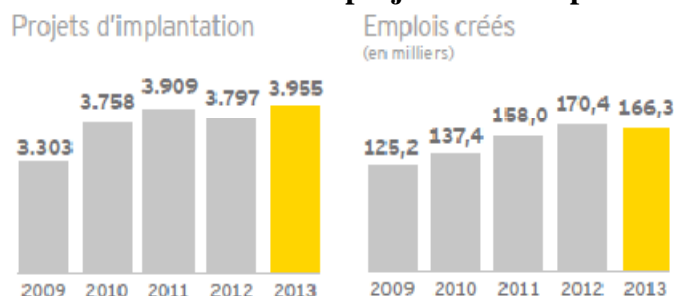
Flux des IDE au cours de 2013 par pays d'origine (primeinvest.tunisie.gov.tn)										
Objet Pays	Création			Extension			Total			
	Nb Projets	IDE	Emplois	Nb Projets	IDE	Emplois	Nb Projets	IDE	Emplois	
France	131	69,6	2 767	86	191,5	1 205	217	261,0	3 992	
Autriche	3	0,0	13	4	247,2	10	7	247,2	23	
Canada	3	0,3	85	9	216,9	0	12	217,3	85	
Royaume-Uni	6	1,1	125	20	201,2	31	26	202,3	156	
Australie	-	-	-	4	163,1	1	4	163,1	1	
Italie	128	39,5	1 325	47	116,3	678	175	155,8	2 003	
Qatar	1	0,1	0	2	145,2	0	3	145,4	0	
Allemagne	17	6,2	929	17	57,1	319	34	63,4	1 248	
Indonésie	-	-	-	1	40,3	0	1	40,3	0	
Émirats Arabes Unis	2	0,7	26	7	38,7	65	9	39,4	91	
Espagne	8	10,2	169	13	78,4	75	21	38,6	244	
Inde	3	33,7	524	1	2,8	10	4	36,3	534	
Suisse	11	3,0	136	8	76,3	367	19	29,3	493	
États-Unis	4	0,2	2	16	27,4	127	20	27,6	129	
Pays-Bas	5	8,0	85	9	14,1	202	14	22,0	287	
Libye	17	1,6	87	5	17,7	4	22	19,2	51	
Koweït	1	0,0	0	5	18,3	58	6	18,3	58	
Luxembourg	2	1,8	61	1	13,1	113	6	15,2	204	
Suède	-	-	-	4	13,1	71	4	13,1	71	
Belgique	15	1,1	311	6	7,7	198	21	9,1	509	
Portugal	3	2,0	1	1	0,1	5	4	2,1	6	
Turquie	8	1,3	158	-	-	-	8	1,3	158	

Source : FIPA 2014 Tunisie

Par contre en Algérie le nombre d'emploi s'élevait à 750 seulement pour l'année 2004. Selon l'ANDI au total 31 projets ont été inscrit durant les six premiers mois de l'année 2013 contre 17 en 2012, générant ainsi 7385 emplois.

Un retour sur le poids des IDE dans la création d'emplois, montre l'abîme existant entre les deux régions. Les investissements étrangers en Europe ont créé jusqu'à 125.2 milliers d'emplois en 2009 contre 166.3 milliers d'emplois en 2013.

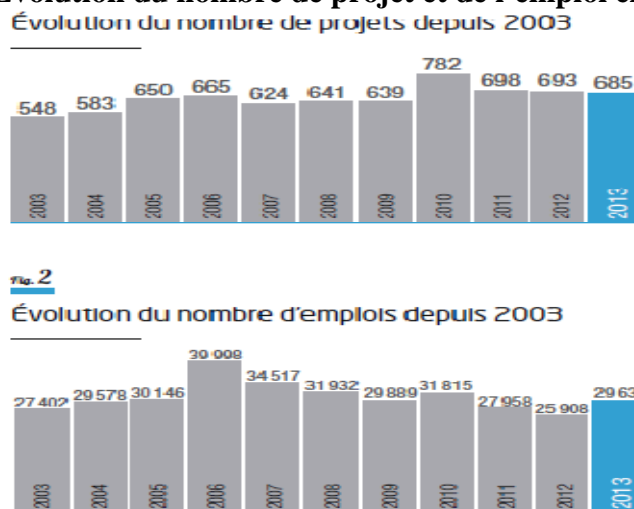
Figure 05 : Evolution du nombre de projet et de l'emploi en Europe 2009-2013



Source : Ey attractiveness Survey 2014

si nous prenons l'exemple de la France nous remarquons que le nombre de projets diminuent après l'année 2010 par contre le nombre a vu un pic en 2006 mais après la crise de 2007 il y a un léger recul.

Figure 06 : Evolution du nombre de projet et de l'emploi en France 2003-2013



Source : AFII 2014

Les différences révélées pour la création d'emploi, peut mettre en cause la faiblesse des IDE en destination des pays sous-développés vue le climat d'investissement (La Banque Mondiale définit le climat de l'investissement comme « l'ensemble des facteurs propres à la localisation de l'entreprise, qui influent sur les opportunités de marché ou le désir des entreprises d'investir à des fins productives, de créer des emplois et de développer leurs activités ») défavorable.

3- Facteurs clés pour la prise de décision des Investissements

La prise de décision de l'investissement, est souvent fonction des facteurs relevant de ces domaines. Une entreprise n'intègre une économie sauf si elle est considérée comme libre. Généralement, les IDE s'orientent vers des pays où les restrictions (à vocation politique ou judiciaire) sont en bas niveau. Selon l'indice de liberté économique du 2014, les pays sous-développés occupent les derniers rangs⁸. La Suisse demeure en 2014 le pays le plus libre

économiquement en Europe. Elle se maintient en quatrième place mondiale, derrière Hong Kong, Singapour et la Nouvelle-Zélande. Parmi les dix pays les plus libres sur la plan économique, Hong Kong (8,98 points), Singapour et la Nouvelle-Zélande Corée du Sud au 33e (7,46). L'Algérie a été classé au 146^{ème} rang en 2015.⁹

Tableau 05 : Indice de liberté économique 2015 (les 10 premiers pays)

Rank	Country	Overall	change
1	Hong Kong	89.6	-0.5
2	Singapore	89.4	0.0
3	New Zealand	82.1	0.9
4	Australia	81.4	-0.6
5	Switzerland	80.5	-1.1
6	Canada	79.1	-1.1
7	Chile	78.5	-0.2
8	Estonia	76.8	0.9
9	Ireland	76.6	0.4
10	Mauritius	76.4	-0.1

Source : The Heritage Foundation 2015. <http://www.heritage.org/index/>

Toutefois, la liberté économique a l'allure d'un aspect générique, auquel s'ajoutent d'autres éléments. Les IDE prêtent beaucoup d'importance à tout ce qui concerne la stabilité politique, l'application des lois et réglementations, ainsi que les autres composantes de la gouvernance.¹⁰

La rigidité du financement et la médiocrité des infrastructures viennent s'ajouter aux aspects d'un climat d'affaire défavorable dans une grande partie des pays sous-développés.

figure 07 : Doing Business 2015

Doing Business 2015	
Top 10 des pays dans le monde, selon le climat des affaires 1) Singapour. Note : 88,27 2) Nouvelle-Zélande Note : 86,91 3) Hong-Kong Note : 84,97 4) Danemark Note : 84,20 5) République de Corée Note : 83,40 6) Norvège Note : 82,40 7) États-Unis Note : 81,98 8) Royaume-Uni Note : 80,96 9) Finlande Note : 80,83 10) Australie Note : 80,66 Top 10 des pays africains dans le Doing Business 2015 28) Île Maurice Note : 74,81 43) Afrique du Sud Note : 71,08 46) Rwanda Note : 70,47 60) Tunisie Note : 67,35 70) Ghana Note : 65,24 71) Maroc Note : 65,06 74) Botswana Note : 64,87 85) Seychelles Note : 63,16 88) Namibie Note : 62,81 110) Swaziland Note : 59,77	Les pays de la Cemap (Afrique centrale) dans le Doing Business 2015 144) Gabon Note : 53,43 158) Cameroun Note : 49,85 165) Guinée équatoriale Note : 49,01 178) République du Congo Note : 43,29 185) Tchad Note : 37,25 187) République centrafricaine Note : 34,47 Les pays de la Cedeao (Afrique de l'Ouest) dans le Doing Business 2015 -Gambie (138 ^{ème}) -Sierra Leone (140 ^{ème}) -Mali (146 ^{ème}) -Côte d'Ivoire (147 ^{ème}) -Togo (149 ^{ème}) -Bénin (151 ^{ème}) -Sénégal (161 ^{ème}) -Burkina Faso (167 ^{ème}) -Niger (168 ^{ème}) -Guinée (169 ^{ème}) -Nigeria (170 ^{ème}) -Liberia (174 ^{ème}) -Guinée-Bissau (179 ^{ème})

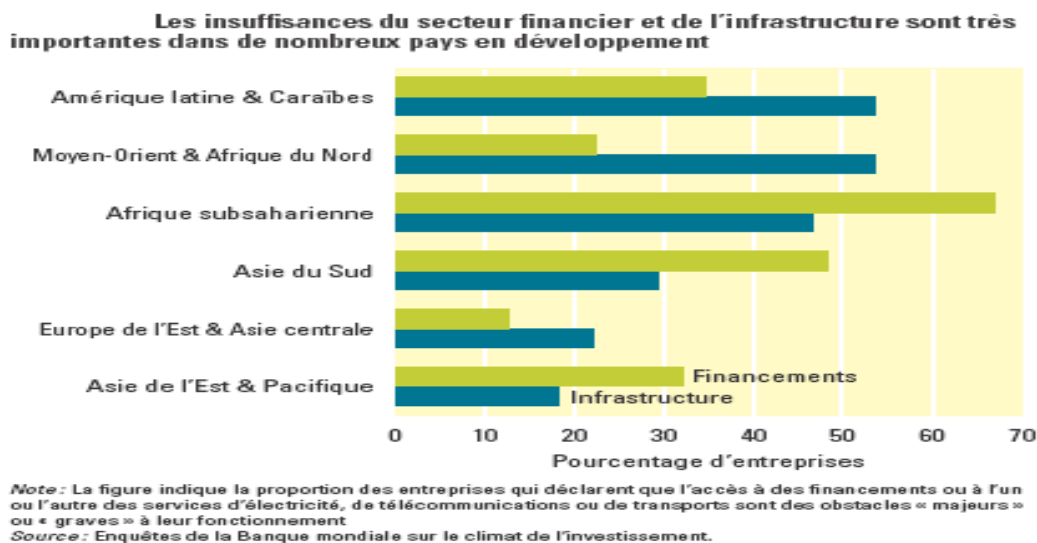
Source : www.dzentreprise.net

Tableau 6 : Classement de l'Algérie en 2012 par indicateur

	Facilité de faire des affaires	Création entreprise	Octroi de permis de construire	Transfert de propriété	Obtention de prêts	Protection des investissements	Paiement des impôts
2004	136	150	113	165	138	74	168
2012	148	153	118	167	150	79	164

Source : Doing business 2015

Les obstacles confrontés par les entreprises sont très divers. Les démarches administratives s'accomplissent avec une lenteur remarquable. Les délais l'immatriculation des nouvelles entreprises, peuvent aller jusqu'à 100 jours en Inde, et dépasser les 200 jours à Haïti ; alors qu'en Australie une telle manœuvre ne dure que 2 jours.

figure 08 : insuffisance du secteur financier et infrastructure par proportion

Source: Enquêtes de la banque mondiale sur le climat de l'investissement

Quant au marché du travail, la décadence est son caractère marquant dans les pays sous-

développés. La première des difficultés est la réglementation du travail. Certaines procédures comme l'embauche des travailleurs locaux ou étrangers, les coûts de licenciement, les limitations du temps du travail pour les employés temporaires, ainsi que les démarches liées à la formation des travailleurs et la question des salaires, présentent en général les contraintes saillantes de carte régissant le monde du travail dans les pays sous-développés.

La qualité du facteur « travail » contribue à sont tour au dysfonctionnement du marché en question. Nombreux pays souffre de l'étendue de l'analphabétisme et l'inadéquation du système d'enseignement et de la formation, alors que la quasi-totalité des entreprises étrangères conditionnent le recrutement et l'embauche par la possession des qualifications, plus au moins élevées.

Le nombre des analphabètes dans des pays comme le Burkina Faso, atteint des seuils alarmants. L'ensemble de la population active comprend 81% des gens qui ignorent tant la lecture que l'écriture. En milieu rural ce taux bondit à 91%, alors que chez les femmes ce pourcentage est de 86%.¹¹

Une ventilation des individus ayant reçu un enseignement ou formation, selon les différents niveaux atteints, dévoile les carences de cette couche de la société. Sauf 1% des scolarisés ont pu atteindre un niveau supérieur, et plus que le niveau est élevé plus le pourcentage est diminué : 9% pour l'éducation primaire, contre 8 % pour l'éducation secondaire.

Même si la classe active de la société possède quelques qualifications, trouver un travail n'est pas toujours facile. La faiblesse de circulation de l'information dans le marché, vient s'ajouter aux autres entraves précitées. Dans les pays sous-développés, les demandeurs d'emploi s'appuient sur des réseaux bien typiques : liens familiaux et des amis, par voie de la presse, et une participation très faible des agences d'emploi privées ou publiques.

En sens inverse, les entreprises ont des embarras à trouver un travailleur qualifié ou non qualifier. Au Pérou, la tâche de recruter un employé peut prendre jusqu'à 23 semaines pour un travailleur qualifié, et 11 semaines pour un travailleur qui n'est qualifié. Dans d'autres pays, tels que la Tanzanie et le Pakistan, ces durées sont de 2 à 6 semaines.

Ces difficultés et entraves qui freinent la génération de l'emploi dans les pays sous-développés, suscitent beaucoup de réflexions concernant les moyens d'intervention pour en apporter le remède.

Conclusion et recommandations

Le climat des affaires et des investissements à changé ces dernières années. Il ressort que l'attractivité des pays en voie de développement à changé. Cette attractivité est en nette amélioration. Mais cependant les avantages qu'elle procure se répartissent différemment entre les pays, ceci malgré tous les efforts qui ont été consenties par plusieurs pays (entre autre l'Algérie).

Près de 60 % des IDE entrant se concentrent en Amérique du Nord, en Europe et au Japon. Les Pays en développement en appellent donc 40 %. Les États-Unis recueillent trois fois plus d'IDE que l'ensemble des PVD. La Chine devient le deuxième État d'accueil avec 12% du stock mondial. En matière d'emploi les statistiques montrent largement la disparité entre les pays. Le nombre de chômeurs a augmenté de 5 millions de personnes en 2013, 31.8 millions de travailleurs ont perdus leurs emplois après la crise de 2007. Malgré l'attraction des IDE nous pouvons conclure que la création d'emploi dans le monde reste peu probante.

Les gouvernements et les décideurs dans ces pays sont appelés à :

- Améliorer la qualité de la gouvernance, toute en veillant sur le respect et l'application de la loi, ainsi que la réduction de la corruption. Cela peut augmenter les Flux IDE en montant et en nombre de projets, un fait qui intensifie sans doute le nombre d'emplois créés.
- Instaurer une coopération régionale et internationale, pour diminuer les effets indésirables des politiques prises isolément, à savoir : l'augmentation d'une concurrence atroce en matière d'attractivité des IDE, ainsi que les risques des délocalisations éventuelles.
- Adapter les systèmes d'enseignements et de formation professionnelle à l'offre d'emploi, afin de minimiser l'inadéquation des qualifications.
- Encourager la formation au sein des firmes étrangères, ce qui permet aux travailleurs d'acquérir des qualifications de très haute qualité. Un fait qui peut avoir des effets positifs en cas d'immigration de ces travailleurs vers les entreprises locales.
- Favoriser un partenariat entre ces firmes et les établissements professionnels.

Notes et Références :

- 1-Alaya, M., investissement direct étranger et croissance économique : le cas de la Tunisie, CEMAFI, université de Nice Sophia Antipolis, 2004.
- 2- CNUCED, Rapport Annuel. Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble, 2006 (Voir <http://www.cnuCED.org>)
- 3-Henry, P. & Saint-Laurent, Les investissements directs étrangers (IDE) dans la région MEDA, ANIMA-AFII, notes & documents n° 23, 2006.
- 4- Hatem, F., Les tendances de l'investissement international en Europe par pays et régions d'origine (2002-2005)', AFII, notes et études, 2006.
- 5- CNUCED, Rapport sur l'investissement dans le monde ; Vue d'ensemble , Evolution du stocks d'IDE en Afrique du Nord, 2013.
- 6- Vergnaud, E. Investissements directs étrangers : analyse des tendances récentes, conjoncture, BNP Paribas, Paris, 2006.
- 7- Christiansen, H. & Bertrand, A. Tendances et évolution récente de l'investissement direct étranger, Direction des affaires financières et des entreprises, OCDE, 2004.
- 8- The Héritage Foundation, Indice de liberté économique, 2015, (<http://www.heritage.org/index/>)
- 9- la banque, doing business, groupe de mesurer la réglementation des affaires classement de l'Algérie par indicateur, 2015.
- 10- Karamer, C. Le casse-tête de l'investissement en Asie, Finances & Développement, FMI, 2006.
- 11- Banque mondiale, BENIN : Une évaluation du Climat des Investissements, Washington DC, 2006.

The financial market environment: the new role of the central bank

L'environnement du marché financier : le nouveau rôle de la banque centrale

Mohammed BOUTOUBA
University of Relizane, Algérie
boutoubaamed@gmail.com

Najib BENSLIMANE
University of Relizane, Algérie
nadjib.bens@yahoo.fr

Abstract:

The consensus of the pre-crisis 2008 on the central bank's role is shredded because of the results of its strategies and levels of intervention, which inadvertently, created the conditions leading up to the current credit crisis. Unfortunately, when we turn to the economic orthodoxy for an opinion on what went wrong and how we can fix it we find there is not even an established framework by which we can discuss the issue.

This work paper aims to show how the central bank role (which is the epicenter of the financial system) has radically changed in order to respond to the current financial crisis constraints, focusing on the central banking before this crisis, secondly the new role of the central bank as a monitor of financial stability (not only a monetary one) with an action combined with its government to implement a growth and development strategy.

Keywords: new role of central bank, leaning strategy, cleaning strategy, macro-prudential regulation and supervision, financial stability.

Resumé:

Le consensus de l'avant crise de 2008 sur le rôle de la banque centrale est déchiqueté en raison des résultats de ses stratégies et ses niveaux d'intervention, qui, par inadvertance, ont créé les conditions qui ont mené à la crise actuelle du crédit. Malheureusement, quand nous nous tournons vers l'orthodoxie économique pour une opinion sur ce qui s'est passé et comment nous pouvons le corriger. Nous constatons qu'il n'est même pas un cadre établi par lequel nous pouvons discuter de la question.

Ce document de travail vise à montrer le changement radicale du rôle de la banque centrale (qui est l'épicentre du système financier) pour répondre aux contraintes actuelles de la crise financière, en se concentrant sur le rôle de la banque centrale avant cette crise, d'autre part, son nouveau rôle en tant que moniteur de stabilité financière (et non seulement de la politique monétaire) et ce en action combinée avec son gouvernement pour mettre en œuvre une stratégie de croissance et de développement.

Mots-clés : nouveau rôle de la banque central, Stratégie du Lean, Stratégie du nettoyage, la supervision et la réglementation macro-prudentiel, Stabilité financière.

Introduction:

Until the beginning of the second half of the twenty-first century's first decade, scientists and central banks had arrived to a consensus about most elements of monetary policy strategy and prudential supervision of the financial System. Then, starting in August 2007, the world was shocked by the description “once-in-a-century credit tsunami.” by Alan Greenspan, former Chairman of the Federal Reserve. The credit tsunami not only had strongly shaken the world economy, resulting in the most severe worldwide economic contraction since the Great Depression, but has also put in doubt the basic policy strategies used to manage the economy. However, with the collapse of Lehman Brothers bank in September 2008, the world of central banking changed forever. The worldwide financial crisis revealed that some of the basic assumptions related to the central bank consensus were no longer tenable, requiring a major rethinking on what the role of the central bank should be. As a necessity, a reformulation of the regulation and supervision of the financial system (macro-prudential regulation and supervision) clearly appear the risk of the entire financial system through a systems approach, rather than simply the level of risk at the financial micro-level (financial institutions), which represents a powerful political tool to support a stable economic growth.

1- The Friedman school and central banks :

The Efficient Market Hypothesis of Milton Friedman leads to only one conclusion is that central banks distorted financial markets and should be abolished. If markets are self-optimising, then free market forces should be allowed to set interest rates. Banks should be permitted to lend and borrow on whatever terms they deem appropriate, guided only by the market forces of the supply and demand for capital.

In an interview shortly before his death, Friedman was asked: ‘...would it be preferable to abolish the Fed entirely and just have government stick to a monetary growth rule?’. Friedman replied: ‘Yes, it’s preferable, and there’s no chance at all of it happening. (Reason magazine, 2006). Apparently, Friedman’s position on central banking looks radical.

Today’s economic orthodoxy parrots Friedman’s reverence of free markets, but does not apply his intellectual rigor in extrapolating what efficient markets imply about the role of central banking.

1.1- The conditions of the Efficient Market:

The most important condition for markets to operate efficiently is that they be left alone, free to operate without interference or manipulation. If market prices are pushed around and manipulated by external forces, for example by government interference, then the markets cannot be expected to behave as efficient markets should (Paul Woolley, 2010). In addition, we can summarize these conditions as follows:

1. Asset price bubbles do not exist; the prices of all assets are always correct;
2. Markets, when left alone, will converge to a steady equilibrium state;
3. That equilibrium state will be the optimum state;
4. Individual asset price movements are unpredictable;
5. However, the distributions of asset price movements are predictable.

1.2- criticisms to efficient markets friedman's view:

Many others think that financial markets as friedman's view cannot work well in the real world except by chance because:

1. There are many equilibrium;

2. Only one of them is Pareto efficient;

3. For all other equilibrium, the whims of market participants cause the welfare of the young to vary substantially in a way that they would prefer to avoid, if given the choice. (Farmer, Venditti, 2012).

2- The Keynes/Minsky school Hypothesis of Financial Instability:

Hyman P. Minsky developed an original business cycle theory based on a Financial conception of economic fluctuations, and more specifically, on the 'Financial Instability Hypothesis' (FIH) (Minsky, 1986). This theory is mainly based on the succession of two phases during the business cycle: first, a process of transition toward greater financial fragility of the economy which builds up in the expansionary phase; second, the transition from a financially fragile situation to a situation of recession and then of large amplitude economic crisis.

Minsky's commentators usually point out two central features characterizing his business cycle theory. First, his approach is considered as a continuation of the theory of economic fluctuations developed by Keynes in the General Theory (Keynes, 1973). Minsky indeed developed an approach where one could recognize the main themes developed by the Keynesian fundamentalists: the role of uncertainty and the behaviors it generates, the dynamic instability of market economies, the role of money and liquidity preference. The second often pointed out feature is the endogenous nature of his approach of fluctuations. For most commentators, the FIH is based on the behaviors of private economic agents which endogenously create processes of Financial and economic instability.

2.1- Central banks role according to Minsky's view:

In Minsky's approach, stabilizing economic activity, that is, setting new initial conditions in order to contain the amplitude of time series, is essentially the concern of the government, and of the central bank.

Minsky views budget deficits and interventions by the central bank as lender-of-last-resort as extremely effective instruments for stabilizing economic fluctuations. Even if full employment is not achieved, these instruments help to limit the drop in income and in liquidity during economic recessions and during the onset of a financial crisis.

The main purpose of this type of intervention is to offset debt-deflation phenomena or the different forms of financial instability that market economies experience. For Minsky these phenomena also emphasize the need for an extended interpretation of the role of lender of last resort. This is why he distinguishes three aspects of this type of intervention (Minsky, 1986). First, when funds are lacking in the money market (a situation generally synonymous with substantial falls in the value of the claims agents exchange for liquidity), the central bank must intervene by increasing the amount of money in circulation. Second, during the financial restructuring period that follows a crisis, the central bank must take care to favor recourse to long-term rather than short-term borrowing by acting accordingly on interest rates. Finally,

the central bank is responsible for guiding the development of the financial system, both through regulations and banking system surveillance, in order to restrain speculative banking (excessive reliance on liability management in particular).

The inclusion of the role of institutional mechanisms implies that Minsky's theory does not simply describe the cycle as an endogenous mechanical phenomenon, as a succession of phases of the following sort: increase of financial fragility → financial crisis → gradual return to more safe and sound finance.

A central bank takes interest in financial markets, in major part, because markets serve as allocators of capital. Capital is allocated productively in rational markets since prices which equal intrinsic values send correct signals as to where capital should be allocated. But capital is misallocated in bubbles, when prices deviate from intrinsic values. Free markets are best if they result in rational markets, but central bank intervention, such as popping bubbles, might be called for in markets which are not rational (Shefrin, Statman, 2011).

3- The monetary policy before the 2008 financial crisis:

The crisis poses serious challenges to the conventional, pre-crisis views and approaches of central banks and other financial supervisors.

3.1- Central bank role Before the Crisis:

The science of monetary policy had several implications for the strategy of monetary policy, some of which were generally agreed to by almost all central bankers and others which were accepted by most central bankers, but for which there was not complete consensus.

3.1.1- Flexible Inflation as a goal:

The monetary policy strategy that follows from the eight principles of the new neoclassical synthesis is referred to in the academic literature as "flexible inflation targeting" (Svensson, 1997). It involves a strong, credible commitment by the central bank to stabilize

inflation in the long-run, often at an explicit numerical level, but also allows for the central bank to pursue policies to stabilize output around its natural rate level in the short run.

Many central banks that have an independent monetary policy follow the general principles of flexible inflation targeting, they do have very different approaches to the communication strategy surrounding it. Some central banks have announced an explicit numerical inflation objective and treat it as a target and these are classified as full-fledged inflation targeters, while others are reluctant to be so explicit.

such as practical case, the Federal Reserve has arrived to a consensus decision to stabilize inflation, but was not being disposed to announce an explicit inflation objective. Instead, the Federal Reserve reports on the individual FOMC members' projection of inflation in the long-term under adequate monetary policy. In effect, the Fed provides the long-term inflation objective for each FOMC member, but has not requested that the members agree on a common objective for inflation. The Federal Reserve has therefore not yet espoused an inflation objective agreement, but it does not make belong to the inflation targeting camp. However, the FOMC members long-term inflation projections all are defined in a strict range between 1 ½ and 2%, and so they are not far from committing to a specific inflation objective and not very large modifications in their communication strategy would move them to the inflation targeting camp (Mishkin, 2008).

the European Central Bank was being disposed to announce an explicit numerical inflation objective, but are unfavorable to treat it as a target because they believe that this would not give them sufficient flexibility. They are reluctant to be classified as inflation targeters because they believe that the use of the word “target” might lead the public to expect them to hit the inflation targets too precisely or over too specific a horizon.

Central banks adhere to the eight principles of the new neoclassical synthesis and were ready to carry the same independent monetary policy to stabilize inflation in the long term, despite their different communicative strategic approaches. The role of reducing inflation and the output gap inter-temporally led to qualify a central bank of flexible inflation targeter, which is the qualification of the majority of central banks (Svensson, 2002).

3.1.2- Risk Management and Certainty Equivalence:

Temporal non-response-to-shock strategy of certainty equivalent of the optimal policy under the assumptions of the linear quadratic framework will disorient the optimal monetary policy from the role of risk management. Furthermore, when financial market participants and wage and price setters are relatively forward-looking, the optimal policy under commitment is characterized by considerable inertia, which is commonly referred to as gradualism. (Woodford, 2003).

A reasonable approximation of how the optimal monetary policy operates in relatively normal circumstances can be provided by a linear-quadratic framework, but the presence of a small risk brings up the lack of policy in this context. This is why central banks have conducted uncomfortably this policy under a certainty equivalence strategy. Linearity can not express all economic phenomena because of their dynamic behavior (Kim, Morley, and Piger, 2005). Secondly, the incidence minimizing of worst-probabilities can not be guaranteed by using a quadratic objective function

3.1.3- Financial Stability Policy and Monetary Policy: the Dichotomy

A serious negative impact on the economy resulted from a high financial disruptions were expected by central banks, even before the crisis. This is why many central banks had published monetary policy and Financial Stability Reports simultaneously to think about an eventual financial system threats. Nonetheless, the general equilibrium modeling frameworks at central banks did not incorporate financial frictions as a major source of business cycle fluctuations. This naturally led to a dichotomy between monetary policy and financial stability policy in which these two types of policies are conducted separately. Monetary policy instruments would focus on minimizing inflation and output gaps. It would then be up to prudential regulation and supervision to prevent excessive risk taking that could promote financial instability (Joon-Ho H. and all, 2011).

3.1.4- (Central banks - Asset Price Bubbles) debate: Leaning or Cleaning:

An active debate in central banks before the crisis focused on how central banks should respond to potential asset price bubbles. Because asset prices are a central element in the transmission mechanisms of monetary policy, the theory of optimal monetary policy requires that monetary policy responds to asset prices in order to obtain good outcomes in terms of inflation and output. Hence, the issue of how monetary policy might respond to asset-price movements is whether it should respond at all but whether it should respond over and above the response called for in terms of objectives to stabilize inflation and employment. Another way of stating the issue is whether monetary policy should try to pop, or slow the growth of possibly developing asset-price bubbles to minimize damage to the economy when these

bubbles burst? Alternatively, should the monetary authorities not respond directly to possible asset price bubbles, but instead should respond to asset price declines only after a bubble bursts to stabilize both output and inflation? These two positions have been characterized as *leaning* against asset price bubbles versus *cleaning* up after the bubble bursts and so the debate over what to do about asset price bubbles has been characterized as the “lean” versus “clean” debate (FREDERIC S . M, 2010).

Inappropriate investments can be resulted from asset prices' departure from fundamentals, and that can causes negative effects on the economy. In addition, big economic activity declines have followed bubbles bursting during economic history (Dupor, 2005).

before the crisis, economists and central banks thought that the use of a lean strategy led to slowing, stopping the bubble's growth or to have a less severe bursting of the bubble by raising interest rates, which would generate good outcomes and smallest economy damage. (Borio ,2002), and (White ,2004).

(Greenspan, 2002) was convinced that monetary policy should clean up after bubbles burst. There are several elements of this argument.

First, bubbles are difficult to detect, because the central bank does not have an informational advantage over private markets, to act before the formation of a bubble.

Second, Market participants expect high rates of return from buying assets, so the bubble can not be restrained by raising interest rates. bubbles are started from normal conditions to arrive to abnormal conditions, therefore ,this monetary policy tool can not work effectively.

Third, Monetary policy actions are a very blunt instrument, therefore it can't make differences between asset infected by bubble and the other one.

The bottom line from this analysis was that the cost of leaning strategy is very higher than the cleaning one. This monetary policy focuses on stabilizing inflation and employment and neglects the asset price bubbles.

Before the crisis, the cleaning strategy has a big influence on the central banking world; however, the prominent opposition is that of the Bank of England. It argued for raising interest rates more than could be justified in terms of the Bank of England's objectives for inflation over its normal policy horizon (Bank of England, 2004). it is convinced that the risks that high house-price appreciation and the rapid accumulation of household debt would be reduced by elevating interest rates which would lead to an abrupt adjustment process, with serious negative consequences for the economy. It extends the horizon over which inflation is brought back to target, in order to prevent a buildup of financial imbalances (King, 2004).

3.2- The role of central banks after the crisis:

The current financial crisis has revealed three primordial lessons which are essential for the central banks' future role in crisis prevention and resolution.

First, the financial instability accelerates the contagion risks, especially in financially integrated market (the euro area).

Second, the cleaning monetary policy has a high cost compared to the leaning one, because of the arbitrary materialization of financial instabilities which lead to intense recessionary that carry risks for medium-term price stability.

And third, the previous policy measures taken by both of national authorities and central banks were not enough to deal with the accumulation of risks and imbalances that didn't let possibility to keep the financial stability. As well as, the stable macroeconomic environment with stable prices is not a sufficient to let it.

Consequently, the post-crisis period requires a new role of central banks as stability guardians and crisis managers.

3.2.1- The future role of central banks: financial stability and supervision:

The importance of financial stability for central banks has been acknowledged in the European Treaty. The ESCB (*The European System of Central Banks*) shall contribute to the smooth conduct of policies pursued by the competent authorities relating to the prudential supervision of credit institutions and the stability of the financial system.(Article 127/5, European Treaty).

The ECB has already taken over some tasks in European macro-prudential supervision which was established with the European Systemic Risk Board (ESRB) in January 2011. The ECB is an integral part of the ESRB, providing analytical, statistical and administrative support. This is a clear recognition of the important role that central banks have gained over time in monitoring financial stability and the acquired stock of financial market expertise. In principle, the active use of macro-prudential policy could provide a new array of previous policy instruments which can lean against financial imbalances and asset bubbles.

The recent events in the crisis have revealed vulnerabilities in the monetary union, reflecting an incomplete financial architecture. Two prominent examples are the sudden and large reversals of financing flows and the degree by which banks and their own sovereign have become intertwined. Effectively, these developments endanger the financial stability in the euro area as a whole. Neither the financial resources of some member states nor the institutional framework proved adequate to solve the problems on the level of the member states. Therefore we are invited to rethink elements of the financial architecture at the European level, including the tasks of the central bank.

A future European financial architecture will include a fully-fledged financial market union which rests on three pillars.

-First, a banking supervisory authority with sufficient instruments and competencies to implement on a level playing field the regulatory framework. This authority should in particular have the competence to order the closure and the resolution of non-viable institutions. The resolution of non-viable banks should no longer be a rare exception. For that, the best example is the 464 banks that were closed in USA since 2008.

-Second, a resolution authority and a coherent regulatory framework for the resolution of systemically important banks. The costs of a resolution shall ultimately be borne by a fund. This fund needs to be financed by the financial sector itself to unwind systemically relevant financial institutions without relying on public finances and ultimately taxpayers' money.

-Third, deposit insurance should be organized or at least further harmonized.

The banking supervision can only work efficiently if it has access to the relevant information, for example on the deposits. It can only act effectively if it has the adequate instruments in its toolbox, such as the closure of a non-viable bank.

However, there is several conditions should be fulfilled:

-Firstly, any new task in banking supervision may not prejudice price stability as our primary objective. Monetary policy and banking supervision have to be kept separate. This calls for separate decision making bodies within the institution. 14 out of 17 national central banks in the euro area engage in banking supervisory today already without any negative impact on their monetary policy mandate.

-Secondly, the Central Banks' independence may not be impaired by the new task. Monetary policy by definition is independent. Banking supervision by its very nature is not. It must be subject to parliamentary and judicial control. We're open to this request to show accountability to the parliament and the council of ministers.

-Thirdly, the Central Banks must be equipped with all instruments it needs to perform banking supervision effectively and efficiently. The Central Banks will only engage in banking supervision if it gets a comprehensive tool box.

The implementation of a banking supervision is closely linked to the possibility of direct banking recapitalization via a technological database system (like the ESM: European Stability Mechanism) in the future and should not least therefore be advanced without undue delay. However, the task is complex and banking supervision in itself is too important to present solutions under time pressure that will not work in practice. We should therefore take the time it takes to get it right.

3.2.2- Real economy, financial stability and monetary policy:

Having reviewed the additional tasks that central banks are asked to take over, a question regards the implications for the practice of monetary policy. The crisis has clearly demonstrated how essential financial stability is for the effective conduct of monetary policy. Financial market developments have always been an integral part of monetary policy considerations and have influenced the design of non-standard measures. However, monetary analysis and financial market analysis should play an even greater role for the conduct of monetary policy – particularly with regard to financial imbalances and financial fragilities. There are three main areas to incorporate the lessons from the crisis.

First, the world is faced with the fact that the smooth functioning of the financial sector is key for macroeconomic outcomes and monetary policy transmission. We saw that adverse financial conditions can have strong and impairing effects on the effectiveness of monetary policy. Academia and central banks have already taken up this research agenda and macroeconomic models and monetary policy assessments are refined in that regard. For instance, the work by Cúrdia and Woodford (2010) has provided an important advancement by introducing central bank balance sheet considerations into the New-Keynesian framework. Corsetti *et al.* (2012) complemented this with interlinkages between the sovereign and the real economy. Moreover, many new modeling approaches now account for liquidity and credit constraints in macroeconomic models. Still, the links and the channels between the financial sector, the real economy and their ultimate impact on output and inflation still leaves many questions open addressed for central bankers and academics.

Second, the two-pillar monetary policy strategy foresees that we take into account monetary and credit developments – particularly to ensure a medium- to long-run orientation. Over time monetary analysis at the Central Banks has been continuously refined and deepened. In the crisis it was crucial to better gauge short-term risks from financial flows and imbalances. And also in the future, its scope and methodology needs to be kept continuously

updated. In particular, the analysis should encompass not only a detailed understanding of banks' behavior, but also developments in the shadow banking sector as provider of private sector liquidity. In order to conduct these types of analyses detailed data on financial intermediaries and their transactions is crucial.

And third, a flexible framework to implement monetary policy has allowed us to react swiftly to the instabilities during the crisis. In fact, most of non-standard measures have focused on providing adequate liquidity to financial institutions and did not require changes to operational framework. The adjustments were merely on the parameters of the existing framework.

Yet, the provision of liquidity by central banks needs to be linked to a clear assessment of solvency of the counterparties. Only by being able to distinguish solvent from insolvent financial institutions can central banks continue to fulfill their mandate of being lenders of last resort to the financial system. Detailed information on the health of financial institutions and the capacity of the central bank to resolve insolvent banks would ensure that liquidity provision is kept to the circle of solvent banks.

3.2.3- Financial instability:

The present crisis is a new reminder of the inadequacy of the theoretical framework of the gap between conventional theory – based on the hypothesis of efficiency, rationality, neutrality and self-regulating market mechanisms – and actual experience.

The most developed countries of the world are shocked because at the epicenter of the crisis are the most sophisticated and “deep” financial systems of them. Thus, financial dysfunction can no longer be attributed to underdeveloped financial institutions or governance shortcomings, which were commonly considered to be the cause of the repeated financial crises in developing and transition economies in the 1980s and 1990s. There is now increasing recognition of the need to reintroduce the notion of financial instability in the theoretical framework (Borio, 2013; Blanchard, 2013). The causes of the repeated financial crises lie in the very nature of finance, because they have followed fairly similar patterns, regardless of where and when they have occurred. The intrinsically stable supposed markets are not destabilized by the External shocks and occasional mismanagement which may accentuate financial vulnerability or trigger a financial crash (Reinhart and Rogoff, 2009). The goods markets, where suppliers and purchasers are clearly distinct and where some material factors (e.g. productivity, costs and stocks) set limits to price movements. In financial markets, such limits are much scarcer or simply do not exist. It's not the case for the financial markets that do not function like the goods markets, which produced this recurrent financial instability (Aglietta and Brand, 2013). Unlike in other markets, most agents can be buyers as well as sellers in financial markets. This may lead to “manias”, when most investors anticipate price increases and buyers outnumber sellers, followed by “panics”, when prices are expected to fall and buyers disappear from the market. On financial markets, unlike other markets, rising prices encourage – rather than discourage – demand for financial assets, and the opposite is true when demand is falling, thus leading to overshooting. Investors can maximize their gains by incurring debt: when the expected gains are higher than the cost of the debt, higher leveraging increases the ratio of profits to capital. If borrowers are able to provide collateral in the form of financial assets that are rising in price, lenders will be willing to meet their demand for credit. And as that credit is partly used for buying more financial assets, their prices will continue to increase, thereby feeding back the whole process and inflating a speculative bubble. In other words, there is a close correlation between credit supply and demand: they both grow in parallel during expansionary phases and validate the

increase in asset prices, with no endogenous adjustment forces in the financial markets to stop the process (Aglietta and Brand, 2013).

The perception that financial markets are inherently unstable and potentially irrational challenges the orthodox view that they are essentially not only stable and efficient themselves, but also help to stabilize the economy as a whole. In that view, access to credit is supposed to smooth expenditure, as non-financial agents can borrow during bad times and repay their debts during good times. Financial markets are therefore seen as playing a countercyclical role.

3.2.4- Credit for Money:

The higher fixed capital formation can not be only linked to savings, which can lead to the idea of the importance of the provision of credit compared to the money one. (Stiglitz, 2013). Credit expansion creates deposits, and consequently money, and not the other way around.

This contrasts with the monetarist tradition that assumes that “high-powered money” issued by central banks determines the amount of credit and other monetary aggregates – an assumption that has been invalidated by recent experience, which shows how massive money creation by a central bank can have little, if any, impact in terms of increasing credit to the private sector. More importantly, by focusing excessively on the quantity of money, economists and monetary authorities have given less importance to how it should be utilized. Money is not neutral, in particular because it is not distributed evenly among all economic actors when it is created. Oversimplified monetarist views of monetary creation miss this essential point, and yet the view of Cantillon and Wicksell and others is the opposite.

3.2.5- Central banks remit broadening:

The broadening of central banks remits as well as the diversification of the types and the number of the instruments which they should be used, including for macro-prudential regulation and for keeping track of what is being financed in the economy, and policy coordination between central banks and other economic authorities help to achieve the goal of financial stability. All this requires a reassessment of the idea that central banks must maintain their independence (Blanchard, 2013). The rationale for their independence was to keep them free from political pressures as they implemented their (supposedly) technical responsibility of controlling inflation. Even in cases where their mandate was limited to one single goal (monetary stability) with one single instrument (policy interest rates), their “technical” nature was debatable. With the progressive broadening of their mandate and their use of more instruments (already under way), they have assumed wider responsibilities in a comprehensive approach to macroeconomic and financial policy.

The current financial crisis revealed the need to have another look at the role of central banks, as well as the concept of their “independence” to guarantee the sole task of ensuring stability of prices of goods and services. This need has never been more evident than during this crisis. The crisis obliged central banks to take more and more unconventional measures, which highlighted the gap between the theoretical basis for the concept of central bank independence and the need, derived from experience, to involve the monetary authorities in efforts to stabilize financial markets in the interests of the economy as a whole. The **traditional** view holds that the private financial sector is efficient, even to the extent of being able to ease the impact of shocks on the real economy. The assumptions that financial institutions always have correct information about current and future economic developments,

and that the government mismanagement leads to financial crises, were the reason-base to exclude the possibility of mismanagement by financial institutions and markets. The Central bank independence from government did not prevent the financial crisis, as it is confirmed by the present crisis which has turned that hypothesis upside down, as it was caused by the private sector. as a consequence, the central banks must combine their action with their governments, in order to response to the crisis, and giving help to financial institutions considered “too big to fail” in order to arrive to financial rescue of them.

A further step forward would be to accept that central banks must play an active role in the implementation of a growth and development strategy. Monetary stability, in the sense of price stability, is insufficient to secure stable financial conditions for the real economy. Moreover, financial stability depends on the performance of the real sector of the economy, because, in severe crisis situations, banks have tended to accumulate non-performing loans and eventually fail. Thus, supporting economic growth should not be considered merely a supplementary responsibility of central banks; it constitutes the very basis of financial and monetary stability.

Conclusion:

The current financial crisis requires some fundamental reviewing about the detailed elements of monetary policy strategy. It is now recognized that the financial sector plays a very prominent role in the macro economy and makes it highly nonlinear at times. This requires that we abandon the linear-quadratic framework for defining how to conduct monetary policy when there is a financial disruption. There is now a very important case for a risk management framework that factors in tail risks that can produce very adverse outcomes for the economy. There are policy options that can complement traditional tools of bank regulation and the tools of monetary policy in reining in the excesses in the financial system. Macro-prudential policies aim to constrain excessive growth in lending during booms, and thereby attain both a more viable long-term growth in lending. So, monetary policy is to lean against credit bubbles (but not asset-price bubbles per se), rather than just cleaning up after the bubble has burst. Using monetary policy to contribute in realizing the financial stability goals and research on the best credit conditions monitoring so that its decisions to use monetary policy to restrict excessive risk are based on the correct information will be the priority for research in the future. The financial crisis has made it clear that the interactions between the financial sector and the aggregate economy imply that monetary policy and financial stability policy are strongly interfered. To facilitate that and in addition to the new macro-prudential regulation and supervision (as it is suggested by the bank of England), the central bank should orient commercial banks to finance sectors of the real economy, in action combined with its government to implement a growth and development strategy.

Notes and References:

Books:

- 1- Paul Woolley, Why are financial markets so inefficient and exploitative – and a suggested remedy , THE Future of finance And the theory that underpins it, The LSE Report, London School of Economics and Political Science. (2010).
- 2- Hersh Shefrin, Meir Statman, Behavioral Finance in the Financial Crisis: Market Efficiency, Minsky, and Keynes, Santa Clara University, USA. (November 2011),
- 3-Minsky H.P. Stabilizing an Unstable Economy, Yale University press, New Haven. (1986),
- 4- Svensson, Lars E.O. “Monetary Policy and Real Stabilization”, in Rethinking Stabilization Policy, Federal Reserve Bank of Kansas City Jackson Hole Symposium, (2002), pp 261-312.
- 5- Woodford, Michael, *Interest and Prices: Foundations of a Theory of Monetary Policy*. Princeton: Princeton University Press, (2003).

6- Curdia, Vasco and Michael Woodford, "Conventional and Unconventional Monetary Policy," Federal Reserve Bank of St. Louis *Review* (July/August) (2010), pp229-264.

7- Aglietta M and B rand T, Un New Deal pour l'Europe. Paris, O dile Jacob, (2013).

Review:

3- Farmer, Roger E A, Carine Nourry and Alain Venditti, "The Inefficient Markets Hypothesis: Why Financial Markets Do Not Work Well in the Real World", CEPR Discussion Paper No. 9283. (2012).

6-Keynes, J.M. The General Theory of Employment, Interest and Money, 1936, reprinted in The Collected Writings of John Maynard Keynes, Vol. VII, Mac Millan, London. (1973).

7- Svensson, Lars E.O. "Optimal Inflation Targets, 'Conservative' Central Banks, and Linear Inflation Contracts," *American Economic Review*, vol. 87 (March, 1997), pp 98-114.

11- Kim, Chang-Jin, James Morley, and Jeremy Piger "Nonlinearity and the Permanent Effects of Recessions," *Journal of Applied Econometrics*, vol. 20 (no. 2), (2005), pp. 291-309.

12- Dupor, Bill (2005). "Stabilizing Non-fundamental Asset Price Movements under Discretion and Limited Information," *Journal of Monetary Economics*, vol. 52 (May), pp. 27-47.

13- Borio, Claudio, and Philip Lowe, "Asset Prices, Financial and Monetary Stability: Exploring the Nexus," BIS Working Paper 114 (Basel: Bank for International Settlements, July 2002).

15- Greenspan, Alan, "Opening Remarks," Federal Reserve Bank of Kansas City Economic Symposium *Rethinking Stabilization Policy*, (2002), pp1-10.

16- Bank of England, MPC Minutes, January, p 8; March, p 9; April, p 9; and August, (2004), p 9.

21- Reinhart C and Rogoff K, This Time is Different. Eight Centuries of Financial Folly. Princeton, NJ, (2009). Princeton University Press.

24-Joon-Ho Hahm, Frederic S. Mishkin, Hyun Song Shin, and Kwanho Shin, Macroprudential Policies in Open Emerging Economies, ASIA'S Role in the Post-Crisis Global Economy, Asia Economic Policy Conference, south KOREA, 2011.

25-Frererics . M, Monetary Policy Strategy, 6th ECB Central Banking Conference, Frankfurt, November 18-19, 2010.

Website:

1- Reason magazine "Can we Bank on the Federal Reserve" November 2006,

<http://www.reason.com/news/show/38384.html>.

8- Mishkin, Frederic S. A Whither Federal Reserve Communication, a speech delivered at the Peterson Institute for International Economics, Washington, DC, (July 28, 2008) (www.federalreserve.gov/newsevents/speech/mishkin20080728a.htm)

14- White, William; "Making Macroprudential Concerns Operational," speech delivered at a Financial Stability Symposium organized by the Netherlands Bank, Amsterdam, October 26 (2004)., www.bis.org/speeches/sp041026.htm.

17-King, Mervyn, Remarks made in a panel discussion on Alan Greenspan's speech on Risk and Uncertainty in Monetary Policy delivered at the American Economic Association Annual Meeting in San Diego, January (2004),

www.bankofengland.co.uk/publications/speeches/2004/speech209.pdf.

19- Borio C, Macroeconomic and the financial cycle: Hamlet without the Prince? Voexu, 2 February (2013).; available at: www.voxeu.org.

20- Blanchard O, Rethinking macroeconomic policy. Voexu, 9 May (2013). www.voxeu.org.

23- Stiglitz J, The lessons of the North Atlantic crisis for economic theory and policy. Voexu, 9 May (2013), available at: www.voxeu.org.