

مجلة آراء

للدراستات الاقتصادية والادارية

J.A.E.A.S

مجلة أكاديمية دولية محكمة سداسية
تصدر دوريا عن معهد العلوم الاقتصادية،
التجارية وعلوم التسيير- المركز الجامعي بأفلو (الجزائر)

المجلد 01 العدد 02
2019



المجلد 01 العدد 02 ISSN: 2710-8848

Journal Araa

for economic & administrative studies

J.A.E.A.S

International peer-reviewed academic journal
published periodically by Institute of Economic Sciences,
Business and management sciences -University Center Aflou -Algeria

VOL 01 N° 02
2019



ISSN: 2710-8848 VOL 01 N° 02

ISSN: 2710-8848

المجلد 01 العدد 02 / 2019

مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والادارية

**المركز الجامعي بأفلو- الجزائر
معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير**



**مجلة آراء
للدراسات الاقتصادية والإدارية**

**مجلة أكاديمية دولية محكمة سداسية تصدر دوريا عن معهد العلوم الاقتصادية،
التجارية وعلوم التسيير- المركز الجامعي بأفلو (الجزائر)**

P-ISSN: 2710-8848

الكلمة الافتتاحية للمجلة

يتشرف السيد مدير مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية وهي مجلة علمية دولية محكمة سداسية تصدر عن معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير والعلوم المحاسبة والمالية بالمركز الجامعي أفلو، (الجزائر)، و تهتم بنشر الأبحاث والدراسات في ميدان العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

تشرف هيئة التحرير على استلام البحوث ومتابعة عملية تقييمها من طرف لجنة علمية مكونة من خبراء مختصين في ميدان تخصص المجلة من مختلف جامعات العالم.

تقدم المجلة خدمات النشر للأكاديميين والباحثين في ميدان العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير والمحاسبة والمالية والمتمثلة في تحكيم الأعمال المقدمة للنشر، تقدم نسخة إلكترونية مجانية لأصحاب البحوث المنشورة.

الهدف الأساسي لمجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية هو توفير خدمة النشر للباحثين والأكاديميين، ومشاركة الأبحاث المنشورة على موقعها مع كل الراغبين في المعرفة وتدعم سياسة المجلة البحوث ذات الجودة العالية التي تخضع بحوثهم للتحكيم السري وتعمل على توفيرها مجاناً من خلال موقع إلكتروني.

journal-araa@cu-aflou.dz

قواعد النشر في المجلة

- تخضع البحوث المقدمة إلى المجلة للتقويم والتحكيم حسب الأصول العلمية المتبعة.
- تُقبل البحوث باللغة العربية والإنجليزية والفرنسية.
- يكون البحث المقدم للمجلة مستوفياً شروط البحث العلمي من حيث الأصالة و الإحاطة والاستقصاء والإضافة المعرفية والمنهجية والتوثيق وسلامة اللغة ودقة التعبير وعلى الباحث مراعاة أسلوب البحث بحيث يكون موافقاً للقواعد اللغوية.
- أن لا يتجاوز البحث 20 صفحة مقاس (A4) باستخدام محرر النص العربي (2007 office word) ويخط Sakkal Majalla بحجم 14 بالنسبة للنص وبحجم 13 بالنسبة للأرقام في عرض النص) وبالأبعاد التالية بالسنتيمتر: علوي 2.4: H ، سفلي 2.4: B ، يمين 2.4: D ، يسار 2.4: G ، أعلى الصفحة 1.3: (En-tête) ، أسفل الصفحة 1.3: (Pied de page) النص الفرنسي يكون بخط Times New Romain بحجم 12.
- يرفق البحث بملخص باللغتين العربية والإنجليزية في حدود 8 أسطر.
- يشترط في عنوان البحث والكلمات الدالة أن تكون باللغتين العربية والإنجليزية، مرفقا بتصنيف (*Journal of Economic Literature* (JEL) Classification)، الصادر عن الجمعية الأمريكية للاقتصاد (*American Economic Association*) (<https://www.aeaweb.org/jel/guide/jel.php>)
- ألا يكون البحث قد سبق نشره على أي نحو كان أو تم إرساله للنشر في مجلة أخرى ويتعهد الباحث بذلك.
- يلتزم الباحث بعدم إرسال بحثه لأي جهة أخرى للنشر حتى يصله رد المجلة.
- يلتزم الباحث بإجراء تعديلات المحكمين على بحثه وفق التقارير المرسله إليه، وموافاة المجلة بنسخة معدلة في مدة لا تتجاوز 15 يوماً.
- لا يجوز للباحث أن يطلب عدم نشر بحثه بعد إرساله للتحكيم إلا لأسباب تقتنع بها هيئة التحرير.
- يرفق البحث بمعلومات تخص الباحث، تتضمن اسمه ودرجته العلمية، وتخصصه، ووظيفته والجهة التي يعمل بها، رقم هاتفه وبريده الإلكتروني.
- قرارات هيئة التحرير بشأن البحوث المقدمة إلى المجلة نهائية، وتحتفظ الهيئة بحقها في عدم إبداء مبررات لقراراتها.
- يتم ترتيب وتصنيف المراجع بالاعتماد على أسلوب (*American Psychological Association* (APA) ، كما هو موضح في الرابط:
<http://support.office.com/fr-fr/article/APA-MLA-Chicago-%E2%80%93-Mise-en-forme-automatique-de-bibliographies-405c207c-7070-42fa-91e7-eaf064b14dbb>
- يرسل البحث حصراً عبر بريد المجلة

journal-araa@cu-aflou.dz

هيئة المجلة

| | |
|---------------------------|----------------------|
| د. طهاري عبد الكريم | المدير الشرفي للمجلة |
| د. خلف الله بن يوسف | رئيس هيئة التحرير |
| د. حاج قويدر قورين | مساعد رئيس التحرير |
| د. عمارة البشير | مساعد رئيس التحرير |
| د. شنافي مولاي عبد القادر | مدير النشر |

هيئة المراجعة

| | |
|--------------------|---------------------|
| د. قطاف عبد القادر | المركز الجامعي أفلو |
| د. زاوي عيسي | المركز الجامعي أفلو |
| د. فتحي مولود | المركز الجامعي أفلو |
| د. طلحة أحمد | المركز الجامعي أفلو |
| د. بودرة فاطيمة | المركز الجامعي أفلو |
| د. هيلامي نبيلة | المركز الجامعي أفلو |
| د. شتوح دلال | المركز الجامعي أفلو |
| د. بربطل فاطمة | المركز الجامعي أفلو |
| د. عطية خديجة | المركز الجامعي أفلو |

أمانة المجلة

| | |
|---------------|---------------------|
| د. شنيحي حسين | المركز الجامعي أفلو |
|---------------|---------------------|

المركز الجامعي بأفلو- الجزائر
معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



ISSN: 2710-8848

المجلس العلمي للمجلة

| الاسم واللقب | الهيئة المستخدمة |
|------------------------------|---|
| أ.د خالد جمال شتيوي الجعارات | جامعة الشرق الاوسط الاردن |
| أ.د شاكر عبد موسى | جامعة البصرة العراق |
| أ.د شاشي عبد القادر | جامعة الزعيم اسطنبول |
| أ.د بوهراوة السعيد | الاكاديمية الدولية للبحث الاسلامي والمالي ماليزيا |
| أ.د غالب محمد محمد البستنحي | جامعة دار العلوم الاردن |
| أ.د احمد حسيني | جامعة مانشيستر بريطانيا |
| أ.د مروة زكي | جامعة عين شمس القاهرة |
| أ.د راجح خوني | جامعة محمد خيضر بسكرة |
| أ.د على سماي | جامعة د يحي فارس المدية |
| أ.د موسى سعادوي | جامعة د يحي فارس المدية |
| أ.د الياش شاهد | جامعة الشهيد حمة لخضر وادي سوف |
| أ.د عجيلة محمد | جامعة غرداية |
| أ.د مصيطفى عبد اللطيف | جامعة غرداية |
| أ.د بن سانية عبد الرحمان | جامعة غرداية |
| أ.د بلعور سليمان | جامعة غرداية |
| أ.د بوعبدلي احلام | جامعة غرداية |
| د.بن يوسف خلف الله | المركز الجامعي بأفلو |
| د. قورين حاج قويدر | جامعة حسية بن بوعلي بالشلف |
| د. زبير عياش | جامعة أم البواقي |
| د. عابد بوشية | جامعة ابن خلدون تيارت |
| د. بن يوسف أحمد | جامعة حسية بن بوعلي بالشلف |
| د. عبو عمر | جامعة حسية بن بوعلي بالشلف |
| د. دويس عبد القادر | جامعة ابن خلدون تيارت |
| د. ساجي فاطيمة | جامعة ابن خلدون تيارت |
| د. دفرور عبد المنعم | جامعة الشهيد حمة لخضر وادي سوف |
| د. محمد مسعودي | جامعة الشهيد حمة لخضر وادي سوف |
| د. مبارك بن زاير | جامعة طاهري محمد بشار |
| د. معاش قويدر | جامعة زيان عاشور الجلفة |
| د. كمال زيتوني | جامعة محمد بوضياف المسيلة |
| د. عبد المجيد تيمماوي | جامعة غرداية |
| د. رواني بوحفص | جامعة غرداية |
| د. عسول محمد | جامعة العربي بن امهيدي ام البواقي |
| د. البارود ام الخير | جامعة الجزائر 03 |
| د. لفايدة عبد الله | جامعة قسنطينة 02 |

المجلد 01 العدد 02 / 2019

| | |
|--------|--|
| 21-02 | 1- الوقف ودوره في التنمية الاقتصادية والاجتماعية - هنادي عز الدين سراج مكي - جامعة صباح الدين الزعيم - اسطنبول (تركيا) |
| 34-22 | 2- دور المراجعة الداخلية في تفعيل نظام الرقابة الداخلية في المؤسسة الاقتصادية - لويزة بهاز - جامعة غرداية، (الجزائر) - حورية عجيلة جامعة غرداية، (الجزائر) - صفية مصطفى جامعة غرداية، (الجزائر) |
| 47-35 | 3- دور النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية كنموذج لدعم الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المنظمات الجزائرية - الخامسة سايجي - جامعة العربي التبسي تبسة (الجزائر). - نوال هاني - جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر). - صونيا زحاف - جامعة العربي التبسي تبسة (الجزائر). |
| 60-48 | 4- رابطة دول جنوب شرق آسيا (الآسيان) - نموذج رائد في مجال مناطق التجارة الحرة - قادري فوزي - جامعة الجزائر 03 (الجزائر). - سليمان زواري فرحات - جامعة عبد الحفيظ بوصوف بميلة (الجزائر) - يزيد بلابل - جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر). |
| 69-61 | 5- أثر الصكوك الإسلامية في الرفع من كفاءة سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا - عزالدين شرون - جامعة 20 أوت 1955 (الجزائر) |
| 80-70 | 6- دور الابتكار التسويقي في تحسين أداء المؤسسة - دراسة حالة مؤسسة مواد التنظيف (Pinex) بعين الدفلى - حساني زينة - جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة عين الدفلى (الجزائر) - قويدر التومي إيمان - جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة عين الدفلى (الجزائر) |
| 91-80 | 7- أثر استراتيجيات التدريب على أداء العاملين في المؤسسات البترولية - دراسة ميدانية للمؤسسة الوطنية لخدمات الابار - وليد قرونقة - جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر) - نور الهدى محجوبي - جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر) - فاطمة الزهرة بن صغير - جامعة العربي التبسي تبسة (الجزائر) |
| 97-92 | 8- نماذج نساء مقاولات من ولاية شلف - مزريق عاشور - جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف (الجزائر) - وهيبة جزار - جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف (الجزائر) - رحمة عبد العزيز - جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف (الجزائر) |
| 109-98 | 9- العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن في المؤسسات الصناعية: دراسة حالة مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعرييج - عبد الحليم الحمزة - جامعة العربي التبسي (الجزائر) |
| | 10- L'INDICATEUR « ROI » POUR EVALUER L'EFFICACITE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE -ETUDE DE CAS DES ENTREPRISES AUSTRALIENNES 02-11 - MORTET Sabrina - université -Ahmed Zabana- Relizane (Algérie) - NADI Moufida - université -Ahmed Zabana- Relizane (Algérie) |
| | 11- L'ADOPTION DU SYSTÈME COMPTABLE FINANCIER EN ALGÉRIE RÉALITÉ ET OBSTACLES 12-22 - Chachoua Abdelhakim - Université de Médéa, (Algerie) - Ismail Amouri- Université de Médéa, (Algerie) - Saadaoui Mourad Messaoud - Université de Médéa, (Algerie) |

الوقف ودوره في التنمية الاقتصادية والاجتماعية THE ROLE OF WAQF ECONOMIC DEVELOPMENT AND SOCIAL

¹هنادي عز الدين سراج مكّي
¹جامعة صباح الدين الزعيم – اسطنبول (تركيا)

تاريخ النشر: 2019/12/31

تاريخ القبول: 2019/11/15

تاريخ الاستلام: 2019/10/13

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى بيان الدور الاقتصادي التنموي للوقف في المجتمع المسلم كما هدف إلى إبراز الدور الاجتماعي لمؤسسات الوقف في المجتمع. ونظراً لما يمثله نظام الوقف من أهمية من حيث حجم الممتلكات الوقفية في بعض البلدان المسلمة فإنه من المأمّل ان يكون للوقف دور في تمويل عدد من المشاريع ذات الأهمية في المجتمع. وحاولت الدراسة تحليل الدور الإيجابي الذي قد يلعبه الوقف في التنمية المجتمعية لمعالجة جيوب الفقر وتنمية المجتمعات المحلية. وخلصت الدراسة إلى أهمية الصناديق الوقفية في تمويل المشاريع الصغرى بأساليب تمويلية تتناسب مع التمويل الإسلامي للقيام بدور تنموي اقتصادي في المجتمع. الكلمات المفتاح: الوقف؛ الصناديق الوقفية؛ التنمية؛ التنمية الاجتماعية؛ الفقر. تصنيف JEL: O10 ; B55

Abstract:

This study aims to explain the economic developmental role of the endowment in the Muslim community, as well as to highlight the social role of endowment institutions in society. Because of the importance of the endowment system in terms of the size of endowment properties in some Muslim countries, it is hoped that the endowment will have a role in financing a number of projects of importance in society. The study attempted to analyze the positive role that the waqf might play in societal development to address poverty pockets and the development of local communities. The study concluded the importance of the endowment funds in financing micro projects by means of financing commensurate with Islamic finance to play an economic development role in society. **Keywords:** Waqf ;Endowment funds; development; social development; poverty. **Jel Classification Codes:** B55; O10

تمهيد

يعدّ الوقف بمفهومه الواسع أصدق تعبيراً وأوضح صورة لمفهوم الصدقة التطوعية الدائمة، بل له من الخصائص والمواصفات ما يميزه عن غيره وذلك لاتساع مجالاته والقدرة على تطوير أساليب التعامل به، وهذا ما كفل للمجتمع المسلم التراحم والتوادد بين أفرادها على مر العصور بمختلف مستوياتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي مرت بها الأمة الإسلامية خلال أربعة عشر قرناً ماضية. فما كان للحضارة الإسلامية أن تقوم وأن تمارس دورها في رفد الحضارة الإنسانية لولا الدور الفاعل والمؤثر للوقف الإسلامي في تمويل عملية بناء تلك الحضارة؛ باعتباره أحد أهم عناصر الدفع الذاتي التي اعتمدت عليها المجتمعات

* المؤلف المرسل: هنادي عز الدين سراج مكّي

المسلمة في تقديم نموذجها الحضاري للمجتمع الإنساني، غير أن ذلك الدور تراجع بشكل ملحوظ في غالب المجتمعات الإسلامية المعاصرة بسبب العديد من العوامل التي أعاققت التجربة الوقفية في تلك المجتمعات وأقعدتها عن القيام بذلك الدور المؤثر الذي اعتادت عليه.

ولأن الوقف هو بؤرة النهضة العلمية والفكرية للأمة الإسلامية على مدار القرون؛ فقد اتجهت الأنظار مرة أخرى إليه باعتباره البذرة الصحيحة لبداية النهضة الشاملة وذلك من خلال استحداث صيغ عصرية للعمل الوقفي لجميع مجالات الحياة، ولقد ساهم وقف النقود في ظهور إحدى أشكال المؤسسات الوقفية المعاصرة التي تعتمد على أسلوب الإدارة الحديثة والعمل المؤسسي المنظم ألا وهي الصناديق الوقفية.

تعدّ الصناديق الوقفية من الآليات والصيغ المستجدة التي يمكن للوقف من خلالها المساهمة في حل قضايا الفقر ومشكلاته في المجتمعات الإسلامية، فالصناديق الوقفية تمثل الإطار الأوسع لممارسة العمل الوقفي في إطار من المشاركة.

وتهدف الصناديق الوقفية إلى تجديد الدور التنموي للوقف وإحياء سنته بالدعوة إلى مشروعات تكون أقرب إلى مصالح الناس وأكثر تلبية لحاجاتهم في المجالات غير المدعومة حكومياً؛ لتعمل على تحقيق أعلى عائد تنموي، بالإضافة إلى تطوير العمل الخيري من خلال طرح نموذج جديد يحتذى به وتحقيق المشاركة الشعبية في الدعوة للوقف وإدارة مشروعاته.

تتمثل أهمية الدراسة في استجلاء:

- الدور العظيم الذي قد يلعبه الوقف في التنمية في المجتمعات الإسلامية إذا ما تم العمل بالأساليب والوسائل الحديثة لتطبيقه والتي تعد الصناديق الوقفية من بينها.
- إحياء الوقف وتفعيل دوره التنموي في المجتمعات الإسلامية لمعالجة الفقر.

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى ما يأتي:

- بيان الدور الاقتصادي التنموي للوقف في المجتمع المسلم
- إبراز الدور الاجتماعي لمؤسسات الوقف في المجتمع
- بيان دور نظام الوقف في تمويل المشاريع الصغرى والمتوسطة.

مشكلة البحث:

تحاول الدراسة الإجابة عن السؤال الآتي:

ما الدور الاقتصادي والاجتماعي التنموي لنظام الوقف في الإسلام؟

فرضيات البحث:

لوقف دور اقتصادي تنموي في المجتمع

لوقف دور في معالجة الإشكالات الاجتماعية في المجتمع

منهج الدراسة:

المنهج الاستقرائي: الاطلاع على عدد كبير من الدراسات ذات الصلة بالإطار العام للوقف.

المنهج الاستنباطي: لتحليل دور الوقف في تمويل المشروعات والتقليل من الفقر واستنتاج دوره في التنمية

الاجتماعية والاقتصادية.

الدراسات السابقة:

وقد تناولت عدد من الدراسات جانباً من هذا الموضوع مثل:

- دراسة بعنوان: دور الصناديق الوقفية في التنمية، حسين عبد المطلب الأسرح، وزارة التجارة والصناعة -مصر- مجلة بحوث إسلامية واجتماعية متقدمة- المجلد، 2 العدد 4، أكتوبر 2012م (سهم لنهضة علمية).
هدف البحث إلى دراسة الصناديق الوقفية كآلية لتمويل المشاريع وتنميتها بصفة خاصة وتنمية المجتمع بصفة عامة، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن الصناديق الوقفية تستمد مشروعيتها من وقف النقود؛ الذي قال بجوازه غير واحد من أهل العلم وتستثمر أمواله بصيغة المضاربة والمشاركة وغير ذلك.
كما أوصت الدراسة بضرورة تفعيل وسائل الإعلام المختلفة لتسهيل عملية الاستفادة من الصناديق الوقفية في مجال خلق فرص العمل وتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة بصفة خاصة.

- دراسة بعنوان: دور الصناديق الوقفية في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة مقارنة بين الكويت وماليزيا، سمية جعفر، رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2013-2014م.

هدفت الدراسة إلى إبراز الصناديق الوقفية كصيغة مبتكرة للعمل الوقفي كما هدفت إلى دراسة تجريبي الكويت وماليزيا فيما يختص بالصناديق الوقفية، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والتاريخي، بالإضافة إلى المنهج المقارن، وخلصت الدراسة إلى نتائج منها نجاح الصناديق الوقفية إلى حد كبير في تحقيق الغرض من إنشائها في كل من الكويت وماليزيا، وأوصت الدراسة بتهيئة الأنظمة والتشريعات اللازمة لإقامة الصناديق الوقفية.

ولتحقيق هدف البحث قسمت الباحثة الدراسة إلى المحاور الآتية:

- مفهوم الوقف وخصائصه وأهدافه ومقاصده:
- مفهوم التنمية وأساسياتها بالفكر الإقتصادي الإسلامي:
- العلاقة بين الوقف والتنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية:
- دور الصناديق الوقفية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية:

1. مفهوم الوقف وخصائصه وأهدافه ومقاصده:

1.1. الوقف في اللغة:

- عرف ابن منظور الوقف بقوله: الوقوف: خلاف الجلوس، والجمع وقف ووقوف، الوقف مصدر قولك وقفت، ووقفت الأرض على المساكين، وقفاً: بمعنى حبسها¹.
- وذكر الجوهري: واحتبست فرساً في سبيل الله أي وقفت، فهو محتبس وحببس (والجُبُسُ) بالضم ما وقفت².
- وعرفه الحسيني: الجُبُسُ: كل شيء وقفه صاحبه وقفاً محرماً لا يباع ولا يورث من نخل أو كرم أو غير هذا، كأرض أو مستقل يحبس أصله وتسبل غلته³.
- وقال الفيروز آبادي: الجُبُسُ: المنع ... والحببس من الخيل: الموقوف في سبيل الله، وتحببس الشيء: أن يبقى أصله ويجعل ثمره في سبيل الله⁴.

1.2. الوقف في الاصطلاح الفقهي:

اختلفت عبارات الفقهاء في تعريفهم للوقف شرعاً، وذلك تبعاً لاختلافهم في لزوم الوقف وعدم لزومه، ومصير العين الموقوفة بعد الوقف، وغير ذلك. وهذه طائفة من هذه التعريفات:

- فقد عرفه السرخسي الحنفي بأنه: حبس المملوك عند التملك من الغير، ويستخلص من هذا التعريف الآتي:⁵

(أ) لا بد أن يكون الواقف مالكا للعين المراد وقفها.

(ب) العين الموقوفة لا يمكن التصرف فيها عن طريق التصرفات الناقلة للملكية كالبيع وغيرها.

(ج) لا ينتهي ملك الواقف عن الوقف إلا أن يحكم به الحاكم أو يعلقه بموته.

- وعند الملكية عرفه صاحب حاشية العدوي الحبس: وهو بمعنى الوقف وهو إعطاء المنافع على سبيل التأييد⁶، ويقول ابن عرفة: الوقف هو: "إعطاء منفعة شيء مدة وجوده لازماً بقاءه في ملك معطيه ولو تقديراً"⁷ فتخرج عطية الذوات والعارية والمملوك⁸.

- عرفه الشريبي الشافعي بأنه (حبس مال يمكن الانتفاع به مع بقاء عينه بقصد التصرف في رقبته على مصرف مباح)⁹.

- وعرفه بن قدامة الحنبلي بأنه: تحبیس الأصل وتسبيل الثمرة¹⁰:

ويستخلص من هذا التعريف الآتي¹¹: أن يخرج المال من ملك الواقف إلى حكم ملك الله تعالى والتبرع بريعه ومنفعته على جهة الوقف.

1.3. التعريف المختار للوقف فقهما:

بالرجوع إلى تعريفات فقهاء المذاهب المذكورة يستخلص اتفاقهم حول: دور الوقف التعاوني والتعاضدي في كل ما ينفع الناس، وإيجاد مورد مستمر لتحقيق التكافل بحجز المنافع من سلع وخدمات؛ لتلبية احتياجات الجهات المستفيدة مما يؤدي ذلك إلى زيادة النمو الاقتصادي، وهذا هدف الاقتصاد الإسلامي؛ وقد يكون ما اختاره ابن قدامة هو الجامع لذلك والذي يوضح طبيعة الوقف وهدفه (بأنه تحبیس الأصل وتسبيل المنفعة)¹².

وقد لخص محمد أبو زهرة مختلف هذه المعاني التي جاءت بها التعاريف السابقة في تعريف جامع للوقف بقوله: (الوقف هو منع التصرف في رقبة العين التي يمكن الانتفاع بها مع بقاء عينها وجعل المنفعة لجهة من جهات الخير ابتداء وانتهاء).

1.4. تعريف الوقف في الاقتصاد

يعرف الوقف اقتصادياً بأنه: أسلوب ادخاري، استثماري، خيري طويل الأجل يساهم في تكوين رأس المال البشري وتنميته؛ كما يساعد في تأسيس البنية التحتية ورأس المال الاجتماعي، محققاً بذلك مبدأ التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع¹³.

أما منذر قحف فيعرف الوقف بقوله: "الوقف هو: حبس مؤبد ومؤقت، لمال للانتفاع المتكرر به أو بثمرته في وجه من وجوه البر العامة أو الخاصة". ويرى أن هذا التعريف يتناسب مع حقيقة الوقف القانونية وطبيعته الاقتصادية ودوره الاجتماعي وذلك من حيث إنه¹⁴:

(أ) صدقة جارية ما بقيت أو بقي أصلها.

(ب) يعبر عن جميع أشكال الوقف وأنواعه فهو حبس عن الاستهلاك الشخصي بما يعني أنه ينشئ رأس مال اقتصادي قادر على إنتاج المنافع.

ج) يقع الوقف على المال وهذا المال قد يكون ثابتاً أو منقولاً وقد يكون عيناً كالآلات والسيارات، وقد يكون نقداً كمال المضاربة أو الاقتراض، كما يمكن أن يكون منفعة متمولة مثل نقل المرضى أو منفعة أصل ثابت.

د) يشمل وجوه البر العامة الاجتماعية والاقتصادية.

1.5. خصائص الوقف

لوقف عدد من الخصائص أهمها:

بمجرد إنشاء الوقف فإن ملكيته تتحول إلى الله تعالى ولا يستطيع الواقف التصرف فيها بأي من التصرفات الناقلة للملكية. وهذا باتفاق الفقهاء، والوقف عمل إنساني إذ إنه يحافظ على إنسانية الإنسان ويدفع عنه ما قد يلحق به من عوز وفاقة، كما يتسم الوقف بالشمولية في أحكامه وتشريعاته فقد يشمل العناية بغير المسلم أيضاً.

كما يمتاز الوقف الإسلامي بالثبات والمرونة؛ لأنه مستمد من التشريع الرباني، كما أن مرونته تكمن في تطبيقه وفقاً للمقاصد الشرعية وهذا ما يجعله مواكباً لتطورات العصر ملبياً لاحتياجات المجتمع¹⁵.

1.6. مشروعية الوقف

- مشروعية الوقف من القرآن الكريم:

- قال تعالى: (لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ)¹⁶.

وجه الدلالة: يبين الله تعالى في هذه الآية عظم مكانة الصدقة والإنفاق في سبيل الله والوقف من صورته، بمعنى لن تنالوا التقوى حتى تتصدقوا.

- وقوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ)¹⁷

وجه الدلالة: تدل الآية على مشروعية الوقف بالبذل من ماله وقفاً، ووجوب السعي لإنفاق نعم الله والتصدق بها، وبذل الخير تطبيقاً لتوجيهاته سبحانه وتعالى.

- وقوله تعالى: (وَمَا تَقْدِمُوا أَنْفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرٌ وَأَعْظَمُ أَجْرًا وَاسْتَغْفِرُوا لِلَّذِينَ تَقْدِرُونَ عَلَيْهِمْ وَأَرْسِلُوا فِيهِمُ الْمُرْسَلِينَ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ)¹⁸

وجه الدلالة: يدخل الوقف في عموماً الآية أنه من الصدقات وتوضح كيفية مضاعفة ثواب المتصدق بعد الممات، جزاءً لمساعدته المحتاجين في الدنيا.

- مشروعية الوقف من السنة النبوية:

- عَنِ ابْنِ عُمَرَ، قَالَ: أَصَابَ عُمَرُ أَرْضًا بِحَيْرٍ، فَأَتَى النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَسْتَأْمِرُهُ فِيهَا، فَقَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِنِّي أَصَبْتُ أَرْضًا بِحَيْرٍ، لَمْ أَصِبْ مَالًا قَطُّ هُوَ أَنْفُسُ عِنْدِي مِنْهُ، فَمَا تَأْمُرُنِي بِهِ؟ قَالَ: «إِنْ شِئْتَ حَبَسْتَ أَصْلَهَا، وَتَصَدَّقْتَ بِهَا»¹⁹

وجه الدلالة: يدل الحديث على مشروعية الوقف وهو من أفضل الحسنات التي يتقرب بها الإنسان إلى خالقه سبحانه وتعالى للفوز بالجنة والنجاة من النار.

- قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «مَنْ اخْتَبَسَ فَرَسًا فِي سَبِيلِ اللَّهِ إِيْمَانًا بِاللَّهِ وَتَصَدِيقًا بِوَعْدِهِ، فَإِنَّ شِبَعَهُ وَرِيَّهُ وَرَوْتَهُ وَبَوْلَهُ فِي مِيزَانِهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ»²⁰.

وجه الدلالة: يدل الحديث على عظم مكانة الوقف، وعلى العبد أن يبادر بالإيقاف في سبيل الله، وفي الحديث دلالة على جواز وقف الحيوان.

- فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: (مَنْ يَشْتَرِي بِئْرَ رُومَةَ فَيَجْعَلْ دَلْوَهُ مَعَ دَلَاءِ الْمُسْلِمِينَ يَخَيْرَ لَهُ مِنْهَا فِي الْجَنَّةِ؟)²¹.

وجه الدلالة: حث الحديث المسلمين على ضرورة التصديق وبذل الخير لمساعدة المحتاجين ونفعهم، لتعود عليهم بالأجر والثواب في الآخرة.

وقال صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: (إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ إِلَّا مِنْ صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ أَوْ عِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ أَوْ وَلَدٍ صَالِحٍ يَدْعُو لَهُ)²².

وجه الدلالة: في الحديث توضيح لفضل وعظم مكانة الصدقة الجارية دون انقطاع وأنه في نعيم دائم وثواب متجدد إلى يوم القيامة.

1.7. الحكمة من مشروعية الوقف:

يعتبر الوقف من أهم مظاهر التضامن والتكافل الاجتماعي في الإسلام، وذلك بمنح المنفعة للموقوف عليه لتلبية احتياجاته امتثالاً لأوامر الله تعالى وتحقيقاً لمعنى الصدقة.

- الوقف عبادة وقربة يتقرب بها العبد إلى الله عز وجل عن طريق إنفاقه للمال الذي استخلف فيه²³.
- بقاء الخير واستمرار الثواب على العبد بعد انقطاع عمله من الدنيا.
- للوقف دور فاعل في معالجة الفقر وسد حاجة الذين أعتدتهم بعض الظروف عن تحقيق رغباتهم ومصالحهم فإن في أموال الأوقاف ما يقوم بذلك²⁴.
- توفير الأصول والموارد المالية الدائمة لتلبية احتياجات المجتمع وتجسيد قيم التضامن والتكافل بين أفراد المجتمع²⁵.
- الوقف الإسلامي أشبه ما يكون بإنشاء مؤسسة اقتصادية دائمة لكونها تستثمر للمستقبل وذلك ببناء القوة الإنتاجية²⁶.
- تحقيق رغبة العبد في حياته بإسعاد أحبائه وبعد مماته الفوز بالأجر والثواب.

المقصد العام للوقف:

- بما أن مقاصد الشريعة موضوعة لرعاية مصالح العباد؛ فالوقف من المقاصد الشرعية، وذلك بالتبرع بالمنفعة على جهات البر المختلفة، بقصد التقرب إلى الله سبحانه وتعالى.
- المقاصد الخاصة للوقف²⁷:

- في الوقف ضمان لبقاء المال ودوم الانتفاع به والاستفادة منه مدة طويلة لأن الشيء الموقوف محبوس مؤبداً على ما قصد له لا يجوز لأحد التصرف فيه.
- في الوقف برُّ بالموقوف عليه وقد حدثتنا الشريعة المطهرة عن البر ورغبت فيه، فبالبر تدوم صلة الناس وتنقطع البغضاء ويتحابون فيما بينهم.
- محافظة الوقف على المال وحمايته من الإسراف والتصرف فيه فيبقى المال وتستمر الاستفادة من ريعه ومن جريان أجره له، ومن تأمين مستقبل ذريته بإيجاد مورد ثابت يضمنه ويكون واقياً لهم عن الحاجة والفقر.
- الوقف على المساجد والمعاهد والمدارس والمشافي ودور العجزة والأيتام، كل هذا مما يضمن لهذه المرافق العامة بقاءها وصيانتها.

- أن الوقف من القربات التي يسري ثوابها للمحسنين في حياتهم الدنيا وبعد الموت جزاء بما قدمت أيديهم.

2. مفهوم التنمية وأساسياتها بالفكر الإقتصادي الإسلامي:

2.1. التنمية في اللغة والاصطلاح:

مشتقة من نما بمعنى زاد وكثر: يقال نما المال نمواً أي زاد، وأنماه ونماه أي زاده، فالتنمية على هذا تكون زيادة المال²⁸. ونميت تنمية إذا ألقيت عليها حطباً وذكيتها به. والنماء: الريع، والنامية من الإبل: السمينه²⁹.
التنمية في الاصطلاح:

التنمية من أكثر المفاهيم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والبشرية اتساعاً في عصرنا الحالي ولا سيما في دول العالم الثالث التي اتخذت منها مهياً للتقدم والرفق، ويستخدم اصطلاح التنمية بقصد الزيادة في رفع مستوى المجتمع اقتصادياً واجتماعياً³⁰.

لقد ارتبط مفهوم التنمية في خمسينيات القرن الماضي بالجانب الاقتصادي، وبهذه النظرة تسابق الناس على توفير أكبر قدر ممكن من الرفاهية المادية، والتي أصبحت المؤشر الرئيس على درجة التنمية، إلا أن هذا المفهوم أثبت فشله الواضح لعدم توجيه عوائد النمو الاقتصادي إلى أفراد المجتمع بل اكتفت به فئة محدودة، مما أدى إلى تفاقم مشكلة الفقر فأصبح الجانب الاقتصادي وسيلة من الوسائل التي تعمل على تحسين النواحي الاجتماعية في حياة الأفراد، أما في التسعينيات فقد تطور مفهوم التنمية ليشمل البعد الاجتماعي إلى جانب البعد الاقتصادي لإبراز عملية التنمية بمنحها بعداً إنسانياً وأصبح الإنسان هو مركز الاهتمام باعتباره المحور الرئيسي في التنمية³¹.

هذا وقد عرفت التنمية البشرية في تقرير التنمية البشرية عام 1990م الصادر من الأمم المتحدة على أنها: "العملية التي تهدف إلى توسيع الخيارات المتاحة أمام الناس وتركز تلك الخيارات الأساسية بالحصول على الموارد والإمكانات اللازمة لتحقيق مستوى معيشي كريم ولاثق، بالإضافة إلى خيارات ثانوية لتحسين أحوال المواطنين الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية وتمتعهم بالاحترام الذاتي، وضمان حقوقهم، ومن ثم إبعادهم عن الفقر"³².

أما مفهوم التنمية في إطاره التنموي الشامل فهو النمو المدروس على أسس علمية، والذي قيست أبعاده بمقاييس علمية سواء كانت تنمية شاملة أو متكاملة أو تنمية في إحدى الميادين الرئيسية مثل الميدان الاقتصادي أو السياسي أو الميادين الفرعية كالتنمية الزراعية أو التنمية الصناعية... إلخ³³.

2.2. أساسيات مفهوم التنمية في الفكر الإسلامي

التنمية عملية عقدية تتسم بالشمول والتوازن وتهدف إلى توفير حد الكفاية إلى جميع أفراد المجتمع.

أ- التنمية فريضة إسلامية:

التنمية جزء لا يتجزأ من الإسلام الذي قضى باستخلاف الله للإنسان في الأرض، ويقتضي واجب الخلافة تحقق التقدم للأفراد والمجتمع السيطرة على الموارد المتاحة في الكون، والتي سخرها الله سبحانه وتعالى لخدمته فقد قال الله عز وجل: (قَالُوا أُوذِينَا مِنْ قَبْلِ أَنْ تَأْتِيَنَا وَمِنْ بَعْدِ مَا جِئْتَنَا قَالَ عَسَىٰ رَبُّكُمْ أَنْ يُهَبِّلكَ عَدُوَّكُمْ وَيَسْتَخْلِفَکُمْ فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرَ كَيْفَ تَعْمَلُونَ)³⁴ والخلافة هي تنفيذ أوامر الله عز وجل في شتى المجالات، ومن هنا فإن التنمية فريضة إسلامية، فرضها الإسلام على الجماعة الإسلامية، وعلى الفرد المسلم وعلى الدولة المسلمة³⁵.

تقوم التنمية في الإسلام على أسس ثابتة من القرآن والسنة القولية والفعلية ويقول الحق سبحانه وتعالى:

(هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ دَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهَا وَإِلَيْهِ النُّشُورُ)³⁶، كما يقول جل شأنه: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ)³⁷

ب- الشمول والتوازن:

كذلك فإن التنمية الشاملة عملية مستمرة ومتصلة زمنياً فهي ليست فرضاً على جيل دون جيل، إنما هي عملية متصلة لا تتوقف، تكفل للمجتمع الإسلامي الاستقرار في ظل الظروف الأفضل للحياة الإنسانية. وعلى ذلك، فإن واجب التنمية فرض على كل الأجيال حتى يترك كل جيل للذي يليه وضعاً صالحاً لإقامة حياة طيبة، وقد أمر رسول الله صلى الله عليه وسلم: ببذل الجهد والعمل حتى إذا لم يكن للشخص فائدة قريبة منه، عن أنس بن مالك رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «إن قامت على أحدكم القيامة، وفي يده فسيلة فليغرسها»³⁸. فعلى كل جيل من أجيال المسلمين أن يحقق التنمية في عصره، ليقوم بواجب التكافل مع الأجيال التالية من الأمة³⁹.

وفي الاجتهاد عندما رفض الخليفة عمر بن الخطاب رضي الله عنه تقسيم أراضي الفتوح على من حضر القسمة، قائلاً: وماذا يبقى لمن بعد؟ فعلى كل جيل أن يهتم بمن يأتي بعده من الأجيال، فيحافظ على ما بيده من رؤوس أموال إنتاجية، ثم يقوم بتوسيعها وزيادتها من جهات مختلفة لتحقيق عائدات مؤجلة، كالاستثمار في رأس المال البشري⁴⁰.

2.3. هدف التنمية في الإسلام

يعمل الاقتصاد الإسلامي على تحقيق الرخاء الاقتصادي لأفراد المجتمع من خلال عمليات الإنتاج المتقدمة على أن يشمل هذا الرخاء كل فرد من أفراد المجتمع الإسلامي، وهو ما يعرف بتحقيق حد الكفاية لكل فرد من أفراد المجتمع ويضاف إلى هذا الهدف المادي، الهدف الأساسي للاقتصاد الإسلامي وهو استخدام المنجزات الاقتصادية في نشر المبادئ والقيم الإسلامية في المجتمع الإنساني⁴¹. ذلك لقوله تعالى: (وَالَّذِي خَلَقَ الْأَزْوَاجَ كُلَّهَا وَجَعَلَ لَكُم مِّنَ الْفُلْكِ وَالْأَنْعَامِ مَا تَرْكَبُونَ لِتَسْتَوُوا عَلَى ظُهُورِهِ ثُمَّ تَذْكُرُوا نِعْمَةَ رَبِّكُمْ إِذَا اسْتَوَيْتُمْ عَلَيْهِ وَتَقُولُوا سُبْحَانَ الَّذِي سَخَّرَ لَنَا هَذَا وَمَا كُنَّا لَهُ مُقْرِنِينَ)⁴².

توضح الآيات تسخير الله تعالى للفلك والأنعام - أي: وسائل النقل - وتقاس عليها مختلف الموارد لخدمة الإنسان، والهدف من التسخير هو إشباع الحاجات الاقتصادية للإنسان من خلال السيطرة التامة عليها، ومعنى هذه السيطرة تحقيق أقصى قدر من الرخاء الاقتصادي، بتطبيق ما أراده من مبادئ الخير والعدل والسلام والحق في مختلف أرجاء الأرض، من هذا فإن التنمية في الإسلام هي إحداث تطور حضاري شامل من خلال تفاعل متوازن بين العوامل الاقتصادية والاجتماعية والعقائدية، يؤدي إلى رفع مستوى حد الكفاية لكل الأفراد بشكل مستمر⁴³. فههدف التنمية في المفهوم الإسلامي ذو طابع حركي، فإن الكفاية تختلف باختلاف الساعات والأجر، ويعني ذلك ضرورة تحقيق مستويات متزايدة من الدخل الحقيقي، ومن عناصر القدرة الإنتاجية، إلى جانب مشاركة الدولة في إشباع الحاجات الأساسية لغير القادرين وتوفيرها للاستقرار والأمن الداخلي والخارجي⁴⁴.

3. العلاقة بين الوقف والتنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية:

يعد الوقف أحد المؤسسات الاقتصادية التي لعبت دوراً كبيراً في حياة المجتمعات الإسلامية في الماضي، لذا فإنه بالإمكان أن يلعب نفس الدور في الحاضر والمستقبل.

3.1. الوقف مؤسسة تنموية:

يرتبط مفهوم الوقف ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التنمية التي تعني ضرورة التغيير والتطوير والنماء في الموارد البشرية والمؤسسات الاقتصادية والاجتماعية وغيرها وتوجيهها نحو الأفضل، وهذا ما يتفق مع مضمون الوقف وحقيقته فهو عملية تنموية، وبحكم تعريفه، فهو يتضمن بناء الثروة الإنتاجية من خلال عملية استثمار حاضره تنظر بعين الإحسان للأجيال القادمة وتقوم على التضحية الآنية بفرضية استهلاكية مقابل تعظيم الثروة الإنتاجية الاجتماعية التي تعود خيراتها على مستقبل حياة المجتمع، ويكتسب الوقف صفة التنمية من دوره الكبير في مختلف

مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، والثقافية والبشرية، والتي ساعدت على نمو الحضارة الإسلامية وانتشارها.⁴⁵

ومع أهمية مشاركة الوقف في عملية التنمية إلا أن ذلك يجب ألا يكون فيه مبالغة بحيث يحجب الدور التنموي الذي يقوم به كل من القطاع الحكومي والقطاع الخاص بالتنمية عملية شاملة ومواكبة تتطلب عدة جهات لتتولى القيام بها من خلال ما توفره من أجهزة تشريعية وتخطيطية وتنفيذية وتمويلية.⁴⁶

والوقف بهذا المعنى هو بمثابة الإجابة العملية لذلك المجتمع عن جميع الإشكالات والحاجات والمستجدات التي تطرأ على حياته وتواجه تطوره وحركته التاريخية، وبذلك فهو قوة تعظم دور المجتمع في مواجهة قضاياها.⁴⁷ وتؤكد الشواهد التاريخية على ذلك الدور من خلال آلية الوقف الذي اتسعت مجالات عمله ونشاطه، لتشمل دور العبادة ومعاهد العلم والمكتبات العامة، والبحث العلمي، وكفالة الفقراء والرعاية الاجتماعية، وذلك على صعيد قطاع الخدمات الاجتماعية، حيث يتجه إلى تحسين صورة المجتمع المسلم من خلال تكافله وتعاضده في مواجهة المشكلات الاجتماعية التي تعكر صفوه، وتعيق حركته وتوجهه نحو أهدافه وغاياته الأسى.⁴⁸

أما على صعيد قطاع البنيات الأساسية فقد اشتملت مجالات عمل الوقف على حفر الآبار وشق القنوات وتعبيد الطرق، وتوفير مياه الشرب. وفي مجال القطاع الإنتاجي اشتمل نشاط الوقف على إقامة المراعي، ومشروعات الزراعة وتوفير مدخلاتها (البذور) فضلاً عن السفن والوكالات التجارية والنقود كونه مصدراً للتمويل وتقديم القروض الحسنة للذين يفتقرون إلى المحرك الأساس لكثير من الأنشطة الاقتصادية، وهو رأس المال، وهذه الأنشطة جميعها تعكس البعدين الاجتماعي والاقتصادي في مؤسسة الوقف، وإذا تنوع النشاط الوقفي واتسع وفقاً لنظام نشأ وتطور في ظل الحضارة الإسلامية، التي ساهم في بنائها، ليعطي ذلك النشاط في مختلف جوانب الحياة، الدينية منها والعملية والثقافية.⁴⁹

والمتابع لما يحصل في العالم الإسلامي خاصة منذ القرن الخامس عشر الهجري سيجد الاهتمام الملحوظ بقضايا الوقف والدعوة لإشراكه في عملية التنمية، لأثاره التنموية الملموسة على مستوى الأفراد والحكومات، والمتمثلة في وزرات الأوقاف والتي ينشط عملها في تفعيل دور الوقف وجعله من أولويات اهتماماتها مما يدل على أهمية الوقف في العملية التنموية وتدعيم إمكانياته واستثمار موارده، ونتيجة لهذا ينتظر من الوقف ليقدم دوراً كبيراً في تطوير الفكر الاقتصادي الإسلامي وإثراء المكتبة الاقتصادية الإسلامية، ولن يتحقق ذلك إلا باستمرار البحوث وإعداد المؤتمرات وإقامة المنتديات والملتقيات.⁵⁰

3.2. علاقة الوقف بالتنمية الاقتصادية:

لما كانت التنمية في بعدها الاقتصادي، تستهدف النهوض بموارد الدولة وحسن استخدامها بإقامة المشروعات الإنتاجية ورفع مستوى معيشة الأفراد، وخفض معدل البطالة وتحسين نمط توزيع الثروة والدخل، فإن هذا كله يدخل ضمن مقاصد وغايات النشاط الوقفي وممارساته.⁵¹ ويمكن إبراز ذلك على النحو الآتي:

أ- الوقف والنهوض بموارد الدولة الاقتصادية:

تتمثل الموارد الاقتصادية للدولة في الموارد البشرية والموارد الطبيعية، والنهوض بكليهما هو وسيلة التنمية وغايتها. فلن تتحقق التنمية الاقتصادية إلا بتنمية الموارد البشرية، وبالاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية. ويمكن للوقف أن ينهض بدور مؤثر في هذا الجانب، مثلما تؤكد ذلك شواهد التجربة الوقفية في تاريخ الدولة الإسلامية.⁵²

وبمتابعة مراحل التطور التاريخي للجانب الاقتصادي للوقف نجد أنه اتسم بسمه بارزة هي سمة النمو المستمر لأعيانه فطبيعة الوقف تجعل منه ثروة استثمارية متزايدة مع الزمن لأن أصله عبارة عن ثروة إنتاجية قابلة للاستثمار على سبيل التأييد، يحرم بيعه بغرض استهلاك قيمته أو الانتقاص منه والتعدي عليه، كما يمنع تعطيله عن الاستغلال أو الانتفاع منه، ذلك أن التاريخ حدثنا كثيراً عن المساهمات الفاعلة والمؤثرة للوقف في تنمية الموارد البشرية

للمجتمعات الإسلامية، عبر الحقب الزمنية المختلفة من خلال اهتمامه الكبير بالتعليم ومرافقه في المستويات كافة والخدمات الصحية ومرافقها بمختلف أشكالها (علاجية، وقائية، اصحاح بيئة). والمعروف عند خبراء التنمية أن تنمية الموارد البشرية التي هي أساس التقدم والتنمية، لا تتم إلا من خلال الاهتمام بحقلي التعليم والصحة. والمعروف أيضاً أن النهوض بهذين الحقلين، بما يمكنهما من أحداث تأثير في إطار التنمية البشرية يتطلب أموالاً كبيرة وإنفاقاً عالياً مثلما كان في الماضي مصدراً رئيساً ومعيناً لا ينضب لتمويل النشاط في هذين الحقلين المهمين، وذلك استناداً إلى اهتمام الإسلام بالصحة وضرورة المحافظة عليها⁵³.

بالنسبة للموارد الطبيعية، فإن إمكانية مساهمة الوقف في النهوض بها أمر وارد بشكل كلي، ومن أمثلة ذلك استزراع وتنمية الأراضي الصحراوية، وإحياء الأرض الموات، والاهتمام بالمراعي الطبيعية وتنميتها وتوسيع مساحتها، فضلاً عن الاهتمام بالثروة الحيوانية وبذل الرعاية لها وتنميتها. بالإضافة إلى ذلك يمكن للوقف أن يؤدي دوراً مقدراً في تنمية موارد المياه من خلال إقامة مشروعات حفظ مياه الأمطار وحفر الآبار⁵⁴.

ب- الوقف وتطوير البنيات التحتية⁵⁵:

إن أول ما ينصب عليه اهتمام الجهود التنموية هو تحديث وتطوير البنيات التحتية، باعتبارها المرحلة الأولى والأساس من مراحل التنمية. فبدون بنيات تحتية من طرق وجسور وقنوات ري ومصادر طاقة ووسائل نقل واتصال وغيرها من البنيات الأساسية التي تعرف بمشروعات المنافع العامة، كالمدارس والمستشفيات ومحطات المياه والكهرباء، لن يتمكن قطار التنمية من الانطلاق والسير في الاتجاه الصحيح.

هذه المشروعات يحتاج لتمويل كبير ولرأس مال أكبر مما تتطلب الخاصة، وهي مشروعات لا تدخل بشكل مباشر ضمن اهتمام القطاع الخاص الساعي إلى تعظيم عائداته وأرباحه وإنما يترك أمرها للتمويل الحكومي.

ج- الوقف وإقامة المشروعات الإنتاجية:

يدخل ضمن اهتمام وأهداف الجهود التنموية توسيع قاعدة الإنتاج وتنويعه، وذلك من خلال إقامة المشروعات الإنتاجية والمتنوعة، والتي من خلالها تتحقق وفرة في الإنتاج وتشغيل للموارد العاطلة وفي هذا الجانب يبرز للوقف دور اقتصادي آخر يمكن أن ينهض به ويساهم به في تحقيق التنمية الاقتصادية، كمساهمة الوقف في تطوير عدد من الصناعات مثل صناعات السجاد والعلطور والورق وغيرها⁵⁶.

3.3. علاقة الوقف بالتنمية الاجتماعية:

قبل ظهور الدولة في صورتها الحديثة وبروز مفاهيم دولة الرفاه الاجتماعي وتطبيقاتها على الواقع، وقبل التطور الحديث في المجتمع المدني وظهور مؤسساته والتشريعات التي تسمح لها بالنشاط والحركة في مجال التنمية الاجتماعية، كان الوقف هو الوعاء التنظيمي الأكثر استخداماً في تحقيق التنمية بمفهومها الشامل، وفي حشد الجهود لرفع مستوى حياة الفرد والجماعة⁵⁷.

وبالنسبة للأمة الإسلامية كان الوقف هو المؤسسة الأم في تمويل صناعة حضاراتها باعتباره أبرز نظم المجتمع الإسلامي في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية التي تعتبر وسيلة وغاية أي مشروع حضاري، وفي الغرب تطور نظام الوقف، الذي نقل إليه من المجتمعات الإسلامية، حتى صار هو القوة المجتمعية الأساس المؤسسة للحضارة الغربية، والرعاية لها. وذلك من خلال دعمها الكبير لمؤسسات التعليم والمراكز العلمية والبحثية⁵⁸.

وبالنظر المتأمل في التجربة الإسلامية، فيما يتعلق بالدور الفاعل للوقف في التأسيس الحضاري للأمة نجد أن آليات الوقف تنقسم إلى ثلاث، تخدم جميعها فكرة التنمية الاجتماعية والاقتصادية تتمثل في الآتي:

أ- الأوقاف التي تتأسس عليها الحضارة:

وهي تلك التي ركزت على الأركان الأساس للبناء الحضاري الإسلامي، من حيث تأسيس تلك الأركان ودعمها والمحافظة على استمراريتها. ومن ذلك الأوقاف التي تسخر في بناء مؤسسات التعليم، وفي دعم العلماء والبحث العلمي،

وتلك التي ينفق من ريعها لبناء مؤسسات العدل والقضاء، فالعلم والعدل هما أساس الحضارة، والحفاظ على استقلاليتها والزاهة فهما هو الذي يضمن تأثيرهما الإيجابي في التأسيس الحضاري لأي أمة، وما حدث في التجربة الإسلامية في بناء الحضارة من استقلالية مؤسسات العلم والعدل ينهض دليلاً واضحاً على هذا القول⁵⁹.

ب- الأوقاف المعنية بتحقيق الوظائف المجتمعية:

حيث يختص هذا النوع من الأوقاف بالقيام بوظائف اجتماعية من خلال إشباع حاجة المجتمع لبعض الخدمات التي تنشأ الحاجة إلى إشباعها بسبب التطور الذي يحدث في حياة المجتمع، أو بسبب ظهور مشكلات استجرت، أو نتيجة لقصور في أداء الدولة لتلك الخدمات وعجزها عن إشباع الحاجة إليها بشكل كاف. من ذلك المستشفيات دور الرعاية الصحية، ودعم الشرطة والجند والأبراج الحربية، ومنارات السفن إلى الشواطئ الآمنة، وغيرها مما تمس الحاجة إليه للمجتمع⁶⁰.

ج- أوقاف سد الحاجة الفردية والإنسانية:

وهي تلك التي تنصرف إلى سد بعض حاجات أفراد المجتمع في أمور بعينها، كالإعانة على الزواج، وتسلية المرضى، وتعويض عمال الخدمة المنزلية عن الأواني التي يتسببون في تلفها (وقف الأواني)، والرفق بالحيوان (مثل وقف مساقى الكلاب، ووقف الطيور). وهي كلها تعبر عن الاهتمام بتماسك المجتمع من خلال الاهتمام بالفرد وبمحيطه، وهذا في حد ذاته مسلك حضاري ينم عن قيمة حضارية⁶¹.

هذا التنوع في طبيعة الوقف وفي مجالات عمله هو الذي جعل منه وسيلة أساسية من وسائل الأمة الإسلامية لتحقيق مقاصد وجودها وحماية مصالحها وتنمية وتطوير أوضاعها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية حيث مثل الوقف في التجربة التاريخية للدولة الإسلامية المصدر الاستراتيجي الأول لتغطية أي نقص في حاجات الأمة وتحقيق أي وظيفة تعجز مؤسسات الدولة عن القيام بها أو تهملها لسبب أو لآخر⁶².

4. دور الصناديق الوقفية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية:

يتميز التمويل الإسلامي سواء في الصناديق الوقفية أو المصارف الإسلامية بأنه يقوم على أسس اجتماعية وأخلاقية وهذا ما يدفعه لتقديم عمليات التمويل والاستثمار وتفعيل نشاطه الاقتصادي بشكل يعكس التنمية على المجتمع ولتقديم مسيرة تنمية تؤدي إلى إنعاش الاقتصاد والإسهام بالقضاء على المشاكل الاقتصادية والاجتماعية من فقر وبطالة⁶³. وهذا يؤدي إلى تنمية اقتصادية واجتماعية.

4.1. معايير الفعالية التمويلية للصناديق الوقفية:

أ- معيار التوافق مع البيئة:

حيث يقضي هذا المعيار بأن فعالية أسلوب التمويل تتوقف على مدى توافم اسمه وغاياته مع طبيعة البيئة التي يطبق فيها من قيم وأنماط وما تحتويه من تراكيب اقتصادية، ونفسية، واجتماعية. إذ أن تحقق ذلك يجعل الجماعة تتقبل مضمون الأسلوب التمويلي وتتعاون على تحقيقه. ومقتضى هذا المعيار أنه من الأفضل أن يكون نموذج التمويل الاستثماري نابعاً من البيئة لا مستورداً لها من بيئة مغايرة، وهذا ما يمكن توافره في الصناديق الوقفية التي تتوافر فيها البيئة الملائمة لتطبيق الوقف والقيم والأعراف الإسلامية⁶⁴.

ب- معيار القدرة على تعبئة الموارد والتوظيف:

وذلك في مجال توفير فرص العمل، حيث كثرة الأوقاف وتنوعها كأراضي زراعية، محلات تجارية، ومدارس ومستشفيات وغيرها، مما استدعى إعداد هائلة من العاملين في مختلف الأنشطة وإتاحة فرص عمل لهم وكذلك تساهم الصناديق الوقفية على توفير فرص العمل وهيئتها بأسلوب غير مباشر مثل تزويد المجتمع بالعمالة المدربة والمؤهلة⁶⁵.

ج- معيار تحسين نمط توزيع الثروة والدخل:

من أهم مقاصد التنمية زيادة متوسط دخل الفرد ورفع مستوى معيشتة، ولن يتحقق ذلك إلا بتحسين نمط توزيع الثروة والدخل، فالتنمية ليست مجرد رفع كفاءة الإنتاج والتوسع فيه وتنويعه بما يحقق تراكم الثروة والدخل فقط، وإنما هي أيضاً عدالة في توزيع العائد منها. ذلك أن التنمية الشاملة في جوهرها ومعناها تقوم على ركيزتين هما: كفاءة الإنتاج وعدالة التوزيع⁶⁶.

وتساهم الصناديق الوقفية في تحقيق هذا المقصد من خلال الأثر التوزيعي للدخل والثروة متعدد الأبعاد الذي تمارسه فبمجرد إنشاء وإقامة هذه الصناديق يحدث التأثير في نمط ملكية الثروات القائم على الأموال الموقوفة والأموال الموقوفة عليه على حد سواء. كما أن الدخول النقدية والعينية التي تحصل عليها الفئات المستفيدة من هذه الصناديق تحدث بدورها تأثيراً إيجابياً في نمط توزيع الدخل⁶⁷.

4.2. تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تعمل الصناديق الوقفية على استثمار أموال الوقف ثم توجيهها لتمويل التنمية داخل المجتمع عن طريق تمويل المشاريع الإنتاجية والخدمية الأمر الذي يؤدي إلى تحسين السوق من خلال النشاطات الجديدة⁶⁸. وللوقف أثر إيجابي في تعبئة الموارد المالية بامتلاكها أصولاً كبيرة متنوعة وشاملة لمختلف صنوف المال وهذا يجعله قادراً على تخصيصها للمشاريع الإنتاجية وتمويل المشروعات المتناهية في الصغر للفقراء والحرفيين وذوي الدخل الأقل ومن ثم التخفيف من حدة البطالة في المجتمع خاصة إن استخدمت في نطاق واسع⁶⁹. وتلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دوراً مهماً في عملية التنمية، وقد أثبتت الإحصاءات أنها تمثل نحو 90% من إجمالي المؤسسات الأخرى في معظم اقتصاديات العالم، كما أنها توفر ما بين 40% و80% من إجمالي فرص العمل، وتدعم الناتج المحلي بنسب كبيرة في العديد من الدول، وأهم ما يميز هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة انخفاض طاقتها الإنتاجية وانخفاض رأس مالها. ومن هنا يمكن للصناديق الوقفية أن تشكل مورداً تمويلياً لها باستخدام الغرض الحسن أو وسائل التمويل الأخرى المناسبة⁷⁰.

أ- التمويل بالقرض الحسن:

الصناديق الوقفية قادرة على تجميع الأموال بغرض القرض لمن هو في حاجة إليها، ويتم ذلك بالضمانات والعقود الموثقة لينتفع بها مدة محددة، ثم يردها بلا زيادة لينتفع به غيره⁷¹. حيث يقوم الصندوق بتعبئة أموال الوقف عن طريق إصدار سندات أو صكوك وقفية، ثم توجيه الأموال الوقفية لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولا بد من استثمار أموال الصندوق بنسبة معينة لتجنب زوال الصندوق بسبب تأخير المقترض عن سداد القرض لسبب من الأسباب، وذلك بأن تخصص العوائد لمخصصات الديون غير المدفوعة، كما يمكن لإدارة الصندوق أخذ الضمانات على تلك القروض⁷².

ب- التمويل بالصبيغ المؤسسية:

يقوم الصندوق الوقفي بتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأساليب التمويل المؤسسي الملائمة لطبيعة نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق المشاركة، المضاربة، السلم، الاستصناع بحيث تستفيد منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالحصول على التمويل اللازم لمزاولة نشاطها، ويستفيد منها الصندوق بحصة من الأرباح التي تستخدم في زيادة رأس المال⁷³.

4.3. دور الصناديق الوقفية في تمويل المشاريع المتناهية الصغر ومحاربة الفقر:

المشاريع المصغرة هي مشاريع صغيرة تحتاج إلى استثمار بسيط لا تزيد قيمته عن 15 ألف دولار وهي قائمة أساساً من أجل الفئات الصغيرة في المجتمع، وعن طريق هذه المشاريع يمكن الحصول على مصدر رزق ومن ثم التمتع بدخل كاف ومستمر للطبقات الفقيرة العاطلة، وقد أثبتت بينت الدراسات والبحوث العلمية أهمية هذا التمويل المصغر في محاربة الفقر وتحسين دخل الفرد، ولقد كان لاهتمام الأوقاف التركية بالمشاريع المصغرة أثر عظيم، حيث

كانت هناك أوقاف نقدية مخصصة لتمويل أصحاب المهن والصناع والمزارعين والتجار عن طريق إقراضهم مبالغ لبدء مشاريعهم المهنية أو لشراء أدوات الإنتاج.⁷⁴

ويمكن للصناديق الوقفية المساهمة في تمويل المشاريع المتناهية الصغر من خلال إنشاء صندوق وقفي لتمويل المشاريع المتناهية الصغر ويتم تفعيله لتمويل المشاريع من خلال إقراض أصحاب المشروعات قروضاً حسنة على أن تعطي فترة سماح له، ومن أجل المحافظة على أموال الصندوق من التضخم والديون يحتمل المقترض نسبة من قيمة القرض في صورة مصاريف.⁷⁵

4.4. دور الصناديق الوقفية في التنمية الاجتماعية والثقافية:

ترسخ الصناديق الوقفية فكرة أن الوقف مؤسسة تكافلية تحقق العدالة الاجتماعية فهي تعمل على إعادة توزيع الثروات وتدويرها بفكرة مبتكرة، كما أنها تعمق مفهوم المسؤولية الاجتماعية من خلال المشاريع التي تتبناها وتفسح المجال للجميع للمشاركة في عملية التنمية.

أ- دور الصناديق الوقفية في محاربة الفقر:

يمكن للصناديق الوقفية محاربة الفقر عن طريق إقامة صندوق وقفي لرعاية الفقراء والذي تنشأ فكرته على تجميع الأصول الوقفية واستثمارها في أحد أوجه الاستثمار المتعددة مثل المساهمة في بعض المشروعات الناجحة، أو بشراء أسهم الشركات الناجحة، أو شراء عقارات، وأراضي زراعية وتأجيرها، ويمكن أن تكون محفظة استثمارية تحتوي على تشكيلة من كل هذه الاستثمارات مع مراعاة أن تغلب عليها جانب الاستثمار العقاري، مباني وأراضي للتأجير لأن العائد فيها يكون معروفاً ومضموناً، وعائد هذه الاستثمارات يصرف لصالح الفقراء في شكل إعانات (هذا الصندوق يمكن من محاربة الفقر بشكل نسبي لأن الأساس في محاربة الفقر هو تنمية رأس المال البشري وتأهيله)⁷⁶.

كما يمكن للصناديق الوقفية المساهمة في محاربة الفقر من خلال إقامة صندوق للرعاية الاجتماعية على أن توجه موارده لمكافحة الفقر عن طريق توفير بعض الخدمات العامة لمن لا يمكنهم الحصول عليها من الدولة كالتعليم والصحة ومياه الشرب النقية. ويمكن أن يكون للصندوق هدفان هما⁷⁷:

- إقامة صندوق مفتوح لإدخال أوقاف جديدة، الغرض منها: إنشاء المدارس والجامعات ومراكز البحوث.
- استثمار أموال الصندوق في مشاريع مربحة والإنفاق من عائدها على إقامة هذه المرافق.

ب- تفعيل الصناديق الوقفية في التنمية:

فكرة الصناديق الوقفية تقوم على إشراك الجميع في عملية التنمية من خلال السماح لجميع فئات المجتمع بالمشاركة في عملية الإيقاف بمبالغ يسيرة، بالإضافة إلى ذلك أن الصناديق الوقفية تمثل الإطار لتعاون مؤسسة الوقف مع مؤسسات المجتمع المدني، كما أن قرب هذه المؤسسات من المجتمع تساعد على التحديد الدقيق لاحتياجات المجتمع، كما أن هذه المؤسسات بحاجة إلى موارد بصورة مستدامة لتوسيع نشاطاتها في دعم التنمية، فإن للصناديق الوقفية إمكانية توفير هذه الموارد⁷⁸.

وبناء على ذلك يمكن القول بأن الصناديق الوقفية يمكن أن تغطي العديد من المجالات التي تخدم التنمية الشاملة داخل المجتمع.

4.5. مساهمة الصناديق الوقفية في حل بعض المشكلات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية المعاصرة:

تواجه كثير من الدول الإسلامية ومجتمعاتها، باعتبارها ضمن منظومة الدول النامية، عدة مشكلات وقضايا ذات طابع اقتصادي فقط، أو ذات طابع اقتصادي اجتماعي مزدوج. فمشكلات مثل عجز الموازنة العامة وارتفاع معدلات التضخم وتفاقم المديونية الخارجية، هي من المشكلات المزمنة التي تشكو منها كثير من اقتصاديات الدول في

العالم الإسلامي كما أن قضايا الفقر وتحقيق الأمن الغذائي هي من القضايا ذات البعدين الاقتصادي الاجتماعي التي تؤرق مضاجع المجتمعات المسلمة⁷⁹.

كل هذه القضايا يمكن للصناديق الوقفية أن تؤدي دوراً في معالجتها وأن تساهم في تخفيف حدتها، فبالنسبة لمشكلة عجز الموازنة العامة فإن مصدرها هو التوسع في الإنفاق الحكومي خاصة في مجال الصرف على الخدمات الاجتماعية (الصحة والتعليم)، وعلى الدعم الاجتماعي، وكذلك على إنشاء البنية الأساسية⁸⁰. ولما للوقف من دور كبير يمكن أن ينهض به في هذه المجالات وإذا حدث هذا فعلاً فإن من شأنه أن يخفف من حدة الضغط على الموازنة العامة وبالتالي يساهم في إزالة العجز المزمن فيها، والأمر نفسه ينطبق على مشكلة التضخم التي غالباً ما يكون مصدرها العجز في الموازنة العامة، فالتضخم ينجم عن محاولة سد ذلك العجز عن طريق التمويل بالعجز الذي يعني الاستدانة من الجهاز المصرفي وهو أمر محفوف بكثير من المخاطر⁸¹.

وبالنسبة لمشكلة الديون الخارجية للدول الإسلامية فإن الوقف يمكن أن يساهم في معالجتها من وجهين⁸²: الوجه الأول: تقليل الحاجة إلى اللجوء إلى الاستدانة من العالم الخارجي، فالذي ألبس كثيراً من الدول الإسلامية إلى طلب القروض الخارجية هو ضعف مصادر التمويل الداخلية للتنمية. فعن طريق استنفار طاقة المجتمع الإسلامي الخيرية في شكل صناديق وقفية في إطار برامج التنمية يمكن الاستغناء عن كثير من القروض الخارجية. أما الوجه الثاني فيتمثل في: إنشاء صندوق تساهم فيه جميع الدول الإسلامية يكون هدفه الأساس سداد الديون الخارجية لبعض الدول الإسلامية.

بالنسبة للقضايا الاجتماعية ذات الطابع الاقتصادي فإن دوراً مؤثراً للوقف يمكن أن يكون حاضراً في معالجتها، أو الحد من آثارها. فقضايا مثل البطالة والفقر ببعدهما الاقتصادي والاجتماعي إنما ترتبطان بدرجة كبيرة بقضية التخلف وانعدام التنمية. بالنسبة للبطالة التي هي مشكلة ناجمة عن انخفاض مستوى التشغيل في الاقتصاد القومي، فإن الوقف يمكن أن يساهم في حلها من خلال مشاركته الفعالة في عملية بناء القدرات عن طريق خدمات (التعليم، التدريب، الصحة) التي يقدمها لأفراد المجتمع، وعن طريق الصناديق الوقفية العديدة والمتنوعة التي يقوم بها في مختلف المجالات، ولأن مشكلة الفقر مرتبطة في جزء كبير منها بمشكلة البطالة، فإن حل مشكلة البطالة يؤدي إلى التخفيف من حدة الفقر⁸³.

بالنسبة لقضية الأمن الغذائي فهي تعد من القضايا والهموم الأساس والاستراتيجية لأي مجتمع، وهي ليست همماً تحمل عبئها الحكومات وحدها، وإنما هي هم مشترك بين الحكومة والمجتمع، لأن أي قصور في الأمن الغذائي إنما تصيب آثاره الخطيرة كل طرف منهما، وفي هذا الخصوص فإن الوقف هو أداة المجتمع التي من خلالها يمكن أن يساهم في تحقيق الأمن الغذائي عن طريق إقامة الصناديق الوقفية الإنتاجية الخيرية التي توفر للمجتمع شتى أنواع الغذاء⁸⁴.

الخلاصة:

نظام الوقف بطبيعته وخصائصه ومقاصده ما أهله لأن يكون له دور تنموي اجتماعي واقتصادي في المجتمع المسلم، فالوقف يمتاز بكونه أصلاً مثمراً قد يعود بفائدة جمة للجهة الموقوف عليها؛ التي قد تنتفع به استهلاكاً أو استثماراً وتنمية كما أن للوقف قدرة على تمويل المشروعات مما يؤهله للقيام بدور مهم في علاج الفقر في المجتمعات بأدوات تمويلية إسلامية.

الإحالات والمراجع:

⁽¹⁾ ابن منظور، محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين الأنصاري، لسان العرب، ط3، م6، (دار صادر، بيروت، 1414هـ)، فصل الواو، حرف التاء، 4898.

- ² الفارابي، أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري، *الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية*، ط4، م3، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، (دار العلم للملايين - بيروت، 1990م)، 915.
- (3) أبو الفيض، محمد المرتضى الحسيني الزبيدي، *تاج العروس من جواهر القاموس*، م15، التراث العربي، وزارة الإعلام - الكويت، 1975م، 522.
- (4) الفيروز آبادي، مجد الدين أبو ظاهر محمد بن يعقوب، *القاموس المحيط*، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، بإشراف: محمد نعيم العرقسوسي، ط8، (مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2005م)، 537.
- (5) السرخسي، محمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة، *المبسوط*، ط12، (دار المعرفة - بيروت، 1989م)، 27.
- (6) العدوي، أبو الحسن، علي بن أحمد بن مكرم الصعيدي (نسبة إلى بني عدي، بالقرب من منفلوط)، *حاشية العدوي على شرح كفاية الطالب الرباني*، تحقيق: يوسف الشيخ محمد البقاعي، م2، *دون تاريخ للطبع*، (دار الفكر، بيروت، 1994)، 263.
- (7) الرصاع، محمد بن قاسم الأنصاري، أبو عبد الله، *التونسي المالكي*، شرح حدود بن عرفة، الموسوم، الهداية الشافعية الكافية لبيان حقائق الإمام ابن عرفة الوافية، تحقيق: محمد أبو الأجنان، الطاهر المعموري، ط1، م1، (دار الغرب الإسلامي، بيروت- لبنان، 1993م)، 411.
- (8) الحطاب، شمس الدين أبو عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن الطرابلسي المغربي، *الرُعي المالكي*، مواهب الجليل في شرح مختصر خليل ومعه مختصر الشيخ خليل، ط3، م6، *دار الفكر-بيروت*، 1992م، ص18.
- (9) الشربيني، شمس الدين، محمد بن أحمد الخطيب الشافعي، *مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج*، تحقيق: علي محمد معوض- عادل أحمد عبد الموجود، م3، *كتاب الوقف*، (دار الكتب العلمية، -بيروت، 2000)، 522.
- (10) ابن قدامة، أبو محمد موفق الدين عبد الله بن أحمد بن محمد الجماعيلي المقدسي ثم الدمشقي الحنبلي، *المغني لابن قدامة*، م6، *كتاب الوقف والعطايا*، دون تاريخ للطبع، مكتبة القاهرة، 1968م، 3.
- (11) وهبة الزحيلي، رؤية اجتهادية في المسائل الفقهية المعاصرة للوقف، ط1، (دار المكتبة للطباعة والنشر والتوزيع، سورية- دمشق، 1997م)، 15.
- (12) موفق الدين بن قدامة، مرجع سابق، ص3.
- ¹³ /https://www.alukah.net/web/rommany/
- زيد بن محمد الرماني، "الوقف من منظور اقتصادي"، شبكة الألوكة- المواقع الشخصية، 21 / 9 / 2017م.
- (14) منذر قحف، *الوقف الإسلامي*، تطوره، إدارته، تنميته، ط1، (دار الفكر دمشق، 2000م)، 62.
- (15) خير الدين طالب، " خصائص الوقف في الشريعة الإسلامية " مجلة الجامعة العربية الأمريكية، جينين، فلسطين، م1، ع1،
https://www.aaup.edu/sites/default/files
2017 / 2 / 25م.
- (16) سورة آل عمران، الآية 92.
- (36) سورة البقرة، الآية 267.
- (18) سورة المزمل، الآية 20.
- (19) أخرجه الأئمة الستة، *فالبخاري في (أواخر الشهادات)*، ومسلم، وأبو داود في (الوصايا)، والترمذي، وابن ماجه في (الأحكام)، والنسائي في كتاب (الأحباب).
- ²⁰ أخرجه البخاري (213/2) وكذا النسائي (121/2)، وأحمد (374/2).
- (21) الترمذي، محمد بن عيسى بن سؤرة بن موسى بن الضحاک، أبو عيسى، *الجامع الكبير - سنن الترمذي*، تحقيق، بشار عواد معروف، م6، (كتاب المناقب، باب في مناقب عثمان بن عفان رضي الله عنه)، (7303)، 68.
- (22) أخرجه مسلم (1255/3)، كتاب (الوصية): باب ما يلحق الإنسان من الثواب، حديث (1631/14). *والبخاري في (الأدب المفرد) رقم (38)*، وأبو داود (131/2) كتاب (الأحكام)، باب الوقف، حديث (1376)، والنسائي (251/6).
- (23) مجلة وقفنا، الصفحة الرئيسية، 316$id=185:2014-08-06-04-45-47$<math>option=com_content</math>http://www.waqfuna.com/v2/index.php?</p>
</div>
<div data-bbox="660 662 893 676" data-label="Text">
<p>(24) حكمة مشروعية الوقف، دراسة المذاهب،</p>
</div>
<div data-bbox="423 678 889 692" data-label="Text">
<p>https://www.facebook.com/Derasat.almazhab.alshafe3eeee/posts/365146487014988</p>
</div>
<div data-bbox="109 693 893 725" data-label="Text">
<p>(25) عبد الرحمن معاشي، *البعد الاقتصادي للوقف الإسلامي*، رسالة ماجستير في الفقه والأصول، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، جامعة الحاج خضر، باتنة، الجزائر، 2005، 2006، ص41.</p>
</div>
<div data-bbox="564 727 893 742" data-label="Text">
<p>(26) منذر قحف، *الوقف وتنميته في المجتمع الإسلامي المعاصر*، ج1.</p>
</div>
<div data-bbox="502 743 893 758" data-label="Text">
<p>(27) محمد الكبيسي، *أحكام الوقف في الشريعة الإسلامية*، مرجع سابق، ص127.</p>
</div>
<div data-bbox="109 759 893 790" data-label="Text">
<p>(28) إبراهيم انيس، *عبد الحلیم منتصر، عطية الصوالحي، محمد خلف الله أحمد، المعجم الوسيط*، ط4، مجمع اللغة العربية: مكتبة الشروق الدولية، 2004، ص956.</p>
</div>
<div data-bbox="668 791 893 807" data-label="Text">
<p>(29) ابن منظور، مرجع سابق، م15، ص342.</p>
</div>
<div data-bbox="313 807 893 824" data-label="Text">
<p>(30) عبد الحميد محمد القاضي، *مقدمة في التنمية والتخطيط الاقتصادي*، دار الجامعات المصرية، القاهرة: 1975، ص6.</p>
</div>
<div data-bbox="109 823 893 857" data-label="Text">
<p>(31) محمد محمود حسن أبو قطيش، "دور الوقف في التنمية الاجتماعية المستدامة (دراسة حالة الأوقاف في الأردن)"(رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، العمل الاجتماعي، جمادي (2)، أب، 2002م).</p>
</div>
<div data-bbox="332 856 893 873" data-label="Text">
<p>(32) أحمد ماجد، "تقرير التنمية"، المعهد العربي للتخطيط 2016، (الكويت، البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة، 2016):15.</p>
</div>
<div data-bbox="401 873 893 890" data-label="Text">
<p>(33) عبد الهادي الجوهري وآخرون، *دراسات في التنمية*، ط1، الاجتماعية، (دار المعارف، القاهرة)، 108.</p>
</div>
<div data-bbox="735 890 893 906" data-label="Text">
<p>(34) سورة الأعراف، الآية 129.</p>
</div>
<div data-bbox="109 927 137 942" data-label="Page-Footer">
<p>19</p>
</div>
<div data-bbox="250 922 743 940" data-label="Page-Footer">
<p>مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية (JAEAS) / المجلد 01 العدد 02 سنة 2019</p>
</div>
<div data-bbox="437 938 561 954" data-label="Page-Footer">
<p>P-ISSN: 2710-8848</p>
</div>

- ³⁵ (مدحت مشهور، الزكاة، ط3، دار الفكر العربي، القاهرة 1973)، 110.
- ³⁶ (سورة الملك، الآية 15).
- ³⁷ (سورة البقرة، الآية 172).
- ³⁸ (رواه أحمد بن حنبل بأسناد صحيح في مسنده (3/191)، والبخاري في الأدب المفرد (479/371) باب اصطناع المال بأسناد صحيح علي شرط مسلم. أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني، مسند الامام أحمد بن حنبل، المحقق: شعيب الأرنؤوط – عادل مرشد وآخرون، اشراف: د. عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، ط1، 2001م، ص181، حديث رقم (195).
- ³⁹ (سعید محمد علي أحمد، " استراتيجیة الاستثمار الوقفي ودوره في التنمية الاقتصادية، دراسة تجربة الأوقاف في السودان"، (رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، قسم الاقتصاد، 2006م)، 126.
- ⁴⁰ (محمد لبتاجي، منهج عمر في التشريع الإسلامي، (دار الفكر العربي، 1970م)، 131.
- ⁴¹ (فرحات غول، بوقليع محمد، "الفقر وآليات معالجته من منظور إسلامي"، مجمع مداخلات المنتدى الدولي حول تقييم سياسات الإقلال من الفقر في الدول العربية في ظل العولمة، (جامعة الجزائر 8-9 ديسمبر، 2014م): 392.
- ⁴² سورة الزخرف، الآيات 12، 13.
- ⁴³ الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد الوضعي، <https://www.facebook.com/notes/amr-mohamed>
- ⁴⁴ (محمد قطب، منهج التربية الإسلامية، ط11، م1، (دار الشروق، القاهرة، 1983)، 31.30.
- ⁴⁵ (محمد الفاتح، محمود بشير، "مساهمة الوقف الخيري الإسلامي في التنمية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، قسم الدراسات النظرية، 2004، 198.
- ⁴⁶ (المصدر نفسه، ص199.
- ⁴⁷ (نصر محمد عارف، "الوقف والآخرة، جدلية العطاء والاحتواء والإلغاء"، مجلة (أوقاف)، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية بدولة الكويت"، ع2: 16.
- ⁴⁸ (المصدر نفسه، ص 17.
- ⁴⁹ (محمد عبد القادر محمد خير، إعادة تفعيل الدور التنموي للوقف (إمكانية وضروية)، (مركز التنوير المعرفي، سلسلة نقاشات التنوير (1)، الخرطوم، 2010)، 14.
- ⁵⁰ (إبراهيم البيومي غانم، "الوقف والصيغ المعاصرة للعمل الأهلي"، مجلة المجتمع، ع1438: 44-45.
- ⁵¹ (أحمد عوف محمد عبد الرحمن، "الوقف: السبيل إلى إصلاحه وصولاً إلى تفعيل دوره"، مجلة الأوقاف، (وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ع9، الكويت): 91.
- ⁵² (المصدر نفسه، ص92.
- ⁵³ (أحمد عوف محمد عبد الرحمن، "تفاصيل واقعية حول دور الوقف في الرعاية الصحية"، مجلة (أوقاف)، ع6، (الكويت 2004): 121.
- ⁵⁴ (البيومي إبراهيم، تجديد الوعي بنظام الوقف الإسلامي، مرجع سابق، ص 49-52.
- ⁵⁵ (المصدر نفسه، ص53.
- ⁵⁶ (أحمد عوف، تفاصيل واقعية، مرجع سابق، ص23، 30، 93.
- ⁵⁷ (أحمد عوف محمد عبد الرحمن، "الوقف السبيل إلى إصلاحه"، مرجع سابق، ص84.
- ⁵⁸ (حسين حسن شحاته، "استثمار أموال الوقف"، مجلة (أوقاف)، ع6، (وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت): 73.
- ⁵⁹ (محمد عبد القادر، تفعيل الوقف، مرجع سابق، ص 18.
- ⁶⁰ (نصر محمد عامر، مرجع سابق، ص 16-17-21-22.
- ⁶¹ (البيومي غانم، تجديد الوعي، مرجع سابق، 48.
- ⁶² (نصر محمد عامر، مرجع سابق، ص 11-12.
- ⁶³ (الهرش، أحمد فايز، الخصائص المميزة للمصارف الإسلامية وأثرها على عملية التمويل، مجلة دراسات- جامعة عمار تليجي الأغواط- الجزائر- العدد 62، يناير- 2018 (146-160)، ص 156.
- ⁶⁴ (شوقي أحمد دنيا، تمويل التنمية في الاقتصاد الإسلامي دراسة مقارنة، (مؤسسة الرسالة للنشر): 59-60.
- ⁶⁵ (محمود إبراهيم الخطيب، إثر الوقف في التنمية الاقتصادية، مؤتمر الأوقاف الأول، 1422هـ، (وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، 1422هـ): 114.
- ⁶⁶ (مالك سيد أحمد محمد، "الوقف ودوره في عملية التنمية في السودان" (رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الاقتصاد، 2005)، 210.
- ⁶⁷ (المصدر نفسه، ص211.
- ⁶⁸ (محمد الزحيلي، مرجع سابق، ص 5.
- ⁶⁹ (الهرش، أحمد فايز، التمويل الإسلامي المتناهي في الصغر وأثره في التنمية الاقتصادية، (مؤتمر مستجدات العلوم الشرعية) 30 – 31 تموز 2019، الجامعة الأردنية – عمان، ص 21.
- (70) الأسرج، الصناديق الوقفية كآلية، مرجع سابق، ص7.
- (71) محمد القرني، صناديق الوقف، مرجع سابق، ص 22.
- (72) الأسرج، مصدر سابق، ص 7.
- (73) بن منصور عبد الله كوديد سفيان، "معالجة الفقر والبطالة من خلال استثمار أموال الأوقاف- إشارة إلى الاستثمار الوقفي في الجزائر"، المنتدى الدولي الثاني حول المالية الإسلامية، تونس، (27-28-29/6/2013م): 7.
- (74) بن منصور عبد الله، كوديد، مرجع سابق، ص7.

- (75) حسين عبد المطلب، الوقف الإسلامي ودوره في التنمية، مرجع سابق، ص 27.
- (76) سعيد محمد علي أحمد" استراتيجية الاستثمار الوقفي ودوره في التنمية الاقتصادية (دراسة تجربة الأوقاف في السودان)" (رسالة ماجستير، جامعة أمدرمان الإسلامية كلية الاقتصاد، 2006)، 120.
- (77) سمية جعفر، مرجع سابق، 85.
- (78) فؤاد عبد الله العمر، إسهام الوقف في العمل الأهلي والتنمية الاجتماعية، ط2، سلسلة الدراسات الفائزة في مسابقة الكويت الدولية لأبحاث الوقف، 1999، (الكويت: الأمانة العامة للأوقاف، 2011): 185.
- (79) صالح موسى علي موسى" استراتيجية مكافحة الفقر وأثارها على التنمية المستدامة في السودان" (رسالة ماجستير، جامعة ام درمان الإسلامية، كلية الدراسات الاستراتيجية، 2011)، 105.
- ⁸⁰ محمد عبد القادر محمد خير، مرجع سابق، ص23.
- ⁸¹ صالح موسى، مرجع سابق، ص105.
- ⁸² سعيد محمد علي، مرجع سابق، ص 120.
- ⁸³ صالح موسى علي، مرجع سابق، ص 105.
- ⁸⁴ سعيد محمد علي، مرجع سابق، ص125.

دور المراجعة الداخلية في تفعيل نظام الرقابة الداخلية في المؤسسة الاقتصادية THE ROLE OF INTERNAL AUDIT IN ACTIVATING OF INTERNAL CONTROL SYSTEM

لويزة بهاز¹ ، حورية عجيلة^{2*} ، صفية مصطفى³

جامعة غرداية، (الجزائر)

تاريخ النشر: 2019/12/31

تاريخ القبول: 2019/10/17

تاريخ الاستلام: 2019/09/25

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة المراجعة الداخلية في تفعيل نظام الرقابة الداخلية بالمؤسسة الاقتصادية، وذلك من خلال معرفة أثر المراجعة الداخلية على نظام الرقابة الداخلي، وتوصلت الدراسة إلى أن المراجعة الداخلية ونظام الرقابة الداخلي كلا المفهومين متكاملين حيث يشتركان في أن أهدافهما إدارية ومالية على حد سواء، حيث أن نظام الرقابة يسعى إلى السيطرة على القواعد والإجراءات في المؤسسة، وفيما يخص لمراجعة الداخلية فهي آلية وظيفتها التحقق من عمل نظام عمل الرقابة الداخلي.

الكلمات المفتاح: مراجعة، داخلية؛ نظام، رقابة، داخلية.

تصنيف JEL: M42, H83, J53

Abstract:

This study aimed to identify the extent of the contribution of internal audit to the activation of the internal control system in the economic enterprise, to know the impact of internal audit on the internal control system, the study revealed that internal audit and the internal control system are complementary concepts, their objectives are administrative and financial, the control system aims to control the rules and procedures of the company in terms of internal audit, it is a mechanism whose function is to verify the work of the internal control work system.

Key words: internal audit, internal control system.

Keywords: internal audit, internal control system

Jel Classification Codes: M42, H83, J53

1- تمهيد :

إن مكانة وسمعة أي مؤسسة مرهونة بكفاءتها ومساهمتها في التنمية الاقتصادية، وكذا بمدى قدرتها على المنافسة وفرض وجودها في محيط يتسم بعدم الاستقرار والتغيير المستمر في مختلف المجالات التغيير المستمر في مختلف المجالات خصوصاً في الوقت الحالي.

وفي خضم هذه التغيرات لا يمكن أن تبقى المؤسسات الجزائرية بمعزل بل عليها مسيرة التطورات الحاصلة في محيطها من أجل المحافظة على بقائها وتحسين أدائها، لذلك صار لزاماً اليوم على المؤسسة ضرورة البحث لإيجاد وتطبيق وسائل وقائية لممارسة أعمالها، والمحافظة على أصولها والالتزامات القائمة عليها ويكون ذلك بتطبيق أساليب وإجراءات رقابية تعمل على إرساء سبل العمل التي تشرف على تصميمها إدارة العليا وتنفيذها في نظامها الداخلي لتوفير قدر مقبول من الثقة وتحقيق ما تصبوا إليه من أهداف، ومع كبر حجم المؤسسات وتعدد عملياتها التي تقوم

* المؤلف المرسل: حورية عجيلة، الإيميل: lbahaz05@gmail.com

بها أدى إلى زيادة الاهتمام بالوظيفة الرقابية للإدارة مما أصبح الحاجة للمراجعة الداخلية كمنشط رقابي مستقل يساعد الإدارة في القيام بوظيفتها بفاعلية وكفاءة ، وذلك من خلال تقييم مدى الالتزام بالسياسات والإجراءات الموضوعية وحماية الأصول والتحقق من دقة واكتمال السجلات المحاسبية. بل ذهب الاهتمام بالمراجعة الداخلية إلى أبعد من ذلك واتسع نطاق استخدامها، وأصبحت تستخدم كأداة لفحص وتقييم مدى فعالية الأساليب الرقابية ومد الإدارة العليا بمعلومات ذات مصداقية وصالحة لاتخاذ القرارات .

وعلى هذا الأساس فإن التساؤل الجوهرى يمكن صياغته على النحو التالي:

- إلى أي مدى يمكن تساهم المراجعة الداخلية في تفعيل نظام الرقابة الداخلية في المؤسسة الاقتصادية؟
أهمية البحث:

- ترجع أهمية هذه الدراسة إلى الحاجة الملحة للمؤسسة إلى نظام رقابي يساعد إدارة المؤسسة على تحمل مسؤولية وتحقيق الأهداف وتطبيق السياسات والإجراءات اللازمة والمحافظة على كيانها وضمان لها الاستمرار والنمو .
- بناء الإطار النظري للمراجعة الداخلية ومعرفة أثر على نظام الرقابة الداخلية.
أهداف البحث:

- محاولة إبراز دور المراجعة الداخلية وأهميتها كأداة تساهم في تفعيل نظام الرقابة الداخلية؛

- إبراز نظام الرقابة الداخلية، وأهميته كأحد الدعائم أساسية للمؤسسة.

منهج البحث: تماشياً وطبيعة البحث تما الاعتماد على المنهجين الوصفي والتحليلي المتعلق بالجانب النظري ، وذلك بمسح ما جاءت به الأدبيات المحاسبية المتعلقة بالموضوع ، وذلك من خلال الاعتماد على الأدوات التالية : الكتب والدراسات السابقة.

1 - ماهية المراجعة الداخلية: تعتبر المراجعة الداخلية وسيلة للعدر، الصراحة والدقة لمحاربة كل الغش والإهمال الأخطاء المهنية والمخالفات التي قد تحل بالأهداف المسطرة لذا سنتناول في هذا المبحث المراجعة الداخلية وذلك بالتطرق إلى كل من ماهية المراجعة الداخلية ، أهميتها أهدافها، معاييرها، وآلية أداء المراجعة الداخلية.

1 - ماهية المراجعة الداخلية:

تعتبر المراجعة الداخلية وسيلة للعدر، الصراحة والدقة لمحاربة كل الغش والإهمال الأخطاء المهنية والمخالفات التي قد تحل بالأهداف المسطرة لذا سنتناول في هذا المبحث المراجعة الداخلية وذلك بالتطرق إلى كل من ماهية المراجعة الداخلية ، أهميتها أهدافها، معاييرها، وآلية أداء المراجعة الداخلية.

قبل تعريف المراجعة الداخلية يجدر بنا أن نكون على دراية بالتطور التاريخي للمراجعة الداخلية .

1.1- تطور المراجعة الداخلية :

لقد تزايدت المراجعة الداخلية بصورة سريعة في الولايات المتحدة الأمريكية منذ نهاية الحرب العالمية الثانية وكذا عبر مختلف الدول الصناعية في بداية الستينات بصورة أو أخرى كانت المراجعة الداخلية موجودة في الإدارة العمومية الكبرى منذ زمن طويل ، بالإضافة إلى المؤسسات البنكية ، وكان تأسيس معهد المراجعين الدوليين " بنيويورك " لم يتم سوى سنة 1941 حيث جددت هذه المنظمة طبيعة هدف ومجالات العمل لوظيفة المراجعة الداخلية ، كما نجحت في خلق وحدة فعلية داخل الوظيفة ، احتوت هذه المنظمة سنة 1978 على 120 مجلساً موزعاً عبر مختلف أنحاء العالم و إعفاء هذه المنظمة الذين يعتبرون كمسؤولين لمصلحة المراجعة قد بلغ عددهم 16000 عضو ، للأسف فإن بعض المصالح قد اختفت فور إنشاءها وقد يعود ذلك لسوء تنظيمها أو لكونها أسست في وقت غير مناسب أو لممارستها لعمل مزدوج مع وظيفة أخرى ، أو لعدم وضوح أهدافها، وفيما يخص وظيفة المراجعة الداخلية

فقد شهدت تطورات عميقة كان دورها القيام بمراقبات الأمن بصورة أساسية في وسط غير مؤهل لانشغالات الرقابة الداخلية ودمج وسائل الرقابة الداخلية ضمن إجراءات معالجة العمليات كانت نتيجة تفويض الرقابة على مستوى المصالح العامة في حركة لامركزية، ودور المراجعة الداخلية سيكون بذلك التأكد من أن كل الوسائل الموضوعة تشتغل بصورة صحيحة بهذا نكون انتقلنا من الرقابة الفورية إلى تلك المراقبات ، وبصورة موازية فإن أهداف المراجعة الداخلية احترام قرارات المديرية العامة يضاف بالفعل بحيث أن المؤسسة التي لا تمتلك هيكلًا فعالًا في معرفة الخطر (محمد سمير الصبان وآخرون ، 1996 ، ص 42).

لقد سمحت هذه التطورات للمراجعين الحصول على الخبرة الكافية والأهلية مما حث الإدارات العامة بصورة طبيعية للجوء إليهم لمهما جديدة.

ولقد أولى المشرع الجزائري اهتماما كبيرا للمراجعة الداخلية ويظهر ذلك في القانون رقم 88-01 الصادر بتاريخ 12 جانفي 1988 و من خلال المواد (40-41) حيث نصت هذه المواد على (السعيد خلف ، 2012، ص 38).

المادة 40 : " يتعين على المؤسسات العمومية الاقتصادية تنظيم وتدعيم هياكل داخلية خاصة بالمراقبة في المؤسسة ، وتحسين باستمرار أنماطها سيرها وتسييرها".

المادة 41 : " تخضع المؤسسات العمومية الاقتصادية لتقييم اقتصادي دوري يقوم به جهاز مؤهل لهذا الغرض عن طريق التنظيم "يتعين من خلال هذه المواد نلاحظ أن المشرع ألزم المؤسسات بضرورة القيام بعمليات الهياكل وتقييم دوري للمؤسسات الاقتصادية الوطنية ، على ضرورة توفر المؤسسات على قسم المراجعة الداخلية.

2.1- تعريف المراجعة الداخلية :

التعريف الأول: حسب النظرية الكلاسيكية تتحمل المراجعة الداخلية جزءا من مسؤولية المراقبة بتفويض من الإدارة (محمد سمير الصبان وآخرون ، 996 ، ص 42).

التعريف الثاني : المراجعة الداخلية أداة مستقلة تعمل داخل مشروع للحكم والتقييم لخدمة أهداف الإدارة العليا في مجال الرقابة الداخلية عن طريق مراجعة العمليات المحاسبية التشغيلية الأخرى (أحمد نور ، 1992 ، ص 06).

التعريف الثالث : المراجعة الداخلية عملية منتظمة ومنهجية لجمع وتقييم الأدلة والقرائن بشكل موضوعي والتي تهتم بنتائج الأنشطة والأحداث الاقتصادية وذلك لتحديد مدى التوافق والتطبيق بين تلك النتائج والمعايير المقررة التبليغ الأطراف المعنية بالنتائج .

التعريف الرابع: كما عرفها معهد المدققين الداخليين (IIA) على أن المراجعة الداخلية "هي وظيفة تقييم مستقل تنشأ من داخل المؤسسة لفحص وتقييم كافة أنشطتها كخدمة للمؤسسة بهدف مساعدة موظفي المؤسسة للاضطلاع بمسئولياتهم بجدارة، حيث يقوم التدقيق الداخلي بتزويد الإدارة بالتحليلات والتقييمات والنصائح والإرشادات والمعلومات المتعلقة بالأنشطة التي تمت مراجعتها، ويتضمن هدف التدقيق الداخلي إيجاد نظام رقابة كفؤ بتكلفة معقولة" (أحمد محمد مخلوف ، 2007، ص 49)

كتعريف شامل للمراجعة الداخلية يمكننا القول بأنها وظيفة مستقلة للفحص والمراقبة بصفة دائمة داخل المؤسسة بحيث يقوم بها عضو دوريا بصدد تحديد توافق أو تطابق الإنجازات القائمة داخلها مع قراراتها وقوانينها و المعايير المتفق عليها سواء تمثلت في أعمال إدارية أو محاسبية .

3.1 - أهمية وأهداف المراجعة الداخلية :

أولاً : أهمية المراجعة الداخلية : تكمن أهمية المراجعة في كونها وسيلة لا غاية تهدف إلى خدمة العديد من الأطراف ذات العلاقة يمكن ذكرها على الشكل الآتي (نقاز أحمد ، 2007) :

- تدعيم الوظيفة الرقابية لإدارة المؤسسة ؛
 - كشف الأخطاء ومنع غش والانحرافات عن السياسات الموضوعية؛
 - مساعدة إدارة المؤسسة على معرفة النقائص الموجودة في نظام الرقابة الداخلي ؛
 - تخفيض التكاليف وذلك راجع إلى قلة تدخل المراجع الخارجي ؛
 - تساهم في اتخاذ قرارات الخاصة بالمستثمرين بشأن استثمار في المؤسسة أو عدم المغامرة بأموالهم ؛
 - محاولة تحسين الأداء الرقابي والمحافظة عليه .
- ثانياً : أهداف المراجعة الداخلية : إن أهداف المراجعة الداخلية كثيرة نذكر منها (عبد السلام الشتوي ، 1996 ، ص06):
- التقييم الدوري للسياسات المحاسبية والمالية وكل متعلقة به والتأكد من أنها تسير حسب الخطة الموضوعية ومعرفة انحراف حماية أموال المؤسسة؛
 - التقييم الدوري للسياسات الإدارية و الإجراءات التنفيذية المتعلقة بها و إبداء الرأي حيالها بغرض تحسينها لتحقيق أعلى كفاءة إدارية؛
 - التحقق من مدى الالتزام بسياسات وإجراءات الرقابة الداخلية ؛
 - التحقق من مدى كفاءة وفعالية الأداء داخل إدارات وأقسام المشروع ؛

4.1 - معايير وطريقة أداء المراجعة الداخلية

أولاً : معايير المراجعة الداخلية : تشمل المعايير المهنية الحديثة للمراجعة الداخلية الصادرة من مجمع المراجعين الداخليين على خمسة مجموعات من المعايير تغطي النواحي الرئيسية للمراجعة الداخلية وهي :

- معايير الاستقلال؛
 - معايير الحرفية المهنية؛
 - معايير نطاق العمل (الفحص) الميداني؛
 - معايير أداء وظيفية المراجعة الداخلية ؛
 - معايير إدارة قسم المراجعة الداخلية؛
- 1- الاستقلال: يجب أن يكون المراجع الداخلي مستقلاً عن الأنشطة التي يقوم بمراجعتها أي مستقلاً عن باقي الوظائف المتواجدة في المؤسسة، وهذا يتطلب ضرورة أن يكون الوضع التنظيمي لقسم المراجعة الداخلية كافياً بما يسمح بأداء المسؤوليات المنوطة بها، كما يجب أن يكون المراجع موضوعياً في أدائه لأعمال المراجعة ، وحسب هذا التقسيم تبين أنه تؤدي عملية المراجعة الداخلية بكل موضوعية وتعمل على التقليل من الفجوة بين تحقيق لأهداف المرجوة من المراجعة الداخلية وبين عدم تحقيقها، ويزيد بذلك من فاعلية عملية المراجعة الداخلية مما يؤدي إلى المساعدة وبصفة كبيرة الإدارة العليا في أداء مهامها مما يعني الوصول إلى اتخاذ قرارات سليمة وكذا تفعيل القرارات المتخذة مسبقاً(نقاز أحمد ، 2007 ، ص 51).
- 2- الحرفية المهنية: وتحتوي هذه المعايير على عدد من المعايير الفرعية وهي كالآتي (عبد الفتاح محمد الصحن وآخرون، 2006، ص ص270 272):

- يجب أن يتم أداء المراجعة الداخلية بحرفية وبعناية مهنية؛
 - يجب أن توفر إدارة المراجعة الداخلية تأكيداً بأن التقنية المهنية والخلفية التعليمية للمراجعين الداخليين في المستوى المقبول ومناسب لأداء مهامهم؛
 - يجب أن تمتلك إدارة المراجعة الداخلية للحصول على الخبرة والمهارات والنظم المطلوبة لأداء مسئوليات ومهام عملية المراجعة؛
 - يجب على المراجعين الداخليين أن يلتزموا بالمعايير المهنية للأداء والتزام بأخلاقيات المراجعة الداخلية الذي يشتمل على مجموعة من القيم الأخلاقية مثل الأمانة، الموضوعية، الولاء.
 - يجب على المراجع الداخلي الحفاظ والزيادة من تأهيله الفني والعلمي عن طريق التعلم المستمر.
 - يجب أن يكون المراجع الداخلي معرفة كافية حول الخصائص التي يتصف بها الغش والتلاعب وعن الآليات والطرق المستخدمة في ارتكاب الغش والتلاعب وأنواعه؛
 - إبلاغ الأفراد المسؤولين داخل المؤسسة عن مؤشرات التلاعب الكافية حول ارتكاب نواحي الغش والتلاعب وذلك للتوصية بمزيد من البحث والتحري .
- 3- نطاق العمل (الفحص) الميداني : تتمثل هذه المعايير على مجموعة من المعايير الفرعية وهي (عبد الفتاح محمد الصحن وآخرون، 2006 ، ص ص 270 272).
- أ- نطاق عمل المراجع الداخلي : لقد بين هذا المعيار ضرورة أن يشتمل نطاق عمل المراجع الداخلي على فحص وتقييم مدى دقة وفعالية نظام الرقابة الداخلية الخاص بالمؤسسة ودرجة جودة الأداء في تنفيذ المهام المطلوبة ، ولقد حدد هذا المعيار الأهداف الأساسية لهيكل الرقابة الداخلية التي تتمثل في :
- توفير المعلومات ذات درجة عالية من النزاهة والقابلية للاعتماد عليها ؛
 - الالتزام بالخطط والسياسات والإجراءات والقوانين ؛
 - الحماية المادية للأصول ؛
 - تحقيق وإنجاز الأهداف التشغيلية للأعمال والبرامج المختلفة.
- ب- نزاهة والقابلية للاعتماد على المعلومات : يجب أن يتأكد المراجع الداخلي من نزاهة وقابلية للاعتماد على المعلومات المالية والتشغيلية والوسائل المستخدمة في قياس وتصنيف والتقرير عن هذه المعلومات.
- ت-الالتزام بالقوانين واللوائح والحماية المادية للأصول : يجب أن يتأكد المراجع الداخلي أن الأنظمة الموجودة في المؤسسة تلتزم بالسياسات والقواعد ذات التأثير الهام على عمليات المؤسسة ، وذلك للتأكد من أن المؤسسة ملتزمة أم لا بتنفيذ السياسات والخطط والإجراءات والقواعد الموضوعية .
- ث- الاستخدام الفعال والاقتصادي للموارد : يجب أن يقيم المراجع الداخلي مدى الفعالية الاقتصادية في توظيف الموارد ويجب أن يلاحظ الإدارة مسنولة عن وضع معايير تشغيلية تحكم و تقيس الاستخدام الاقتصادي والفعال للموارد في حين أن المراجع الداخلي مسنول عن أربعة أمور وهي :
- يجب أن يتأكد المراجع الداخلي من وجود معايير تشغيلية لقياس الاستخدام الفعال والاقتصادي للموارد؛
 - أن المعايير التشغيلية الموضوعية مفهومة من جانب العاملين وهناك التزام بهذه المعايير من جانبهم؛
 - أن أي انحرافات عن المعايير التشغيلية يتم تحديدها وتحليلها وتوصيلها للأفراد المسؤولين لاتخاذ الإجراءات التصحيحية؛
 - التأكد من أن هناك إجراءات تصحيحية قد تم اتخاذها.

ج- وضع أهداف للعمليات التشغيلية و البرامج: يجب أن يقوم المراجع الداخلي بفحص العمليات التشغيلية و البرامج وذلك للتأكد من أن النتائج تتفق مع الأهداف الموضوعه ، للتأكد من أنه قد تم تنفيذها وفقا لما هو مخطط له . وقد أوضح ذلك المعيار أن الإدارة مسئولة عن وضع أهداف للبرامج المختلفة، ووضع وتنفيذ إجراءات الرقابية، وتحقيق النتائج المرغوب فيها . وتمثل مسئولية المراجع الداخلي في التأكد من أن هذه الأهداف تتفق مع أهداف المؤسسة ككل وأن هذه الأهداف قد تم تحقيقها.

4- معايير أداء وظيفة المراجعة الداخلية:

إن عمل المراجع الداخلي لابد أن يشمل تخطيط عملية المراجعة، وفحص وتقييم المعلومات و توصيل النتائج وعملية المتابعة، وتمثل هذه المعايير شرح لكافة المراحل المختلفة لعملية المراجعة الداخلية والتي تبدأ بعملية التخطيط وتنتهي بعملية المتابعة . وتشمل هذه المعايير على مجموعة من المعايير الفرعية التي تتمثل في(عبد الفتاح محمد الصحن وآخرون ، 1996 ، ص ص 281 284) :

أ- تخطيط المراجعة الداخلية: يجب أن يقوم المراجع الداخلي بتخطيط عملية المراجعة وتخطيط كل جزء من أجزاءها، وقد أوضح هذا المعيار أن عملية التخطيط يجب أن تكون موثقة و يجب أن تتم من خلال مجموعة من الخطوات وهي :

- تحديد أهداف ونطاق عمل المراجع الداخلي حيث يجب على المراجع الداخلي أن يحدد ما ينوي تحقيقه و إجراءات تحقيق ما ينويه ، كما يجب أن يحدد درجة الخطر المرتبطة بالأنشطة التي يراجعها .

- الحصول على معلومات تمثل الخلفية للأنشطة محل المراجعة مثل : أوراق عمل المراجعة في الفترات الماضية ؛

- تحديد الموارد اللازمة لأداء المراجعة؛

- التواصل مع كافة الأطراف التي تحتاج أن معلومات حول عملية المراجعة الداخلية؛

- إجراء استقصاء أو مسح في الموقع one- site محل المراجعة وذلك للحصول على ردود و تعليقات الأفراد الخاضعين للمراجعة حول المناطق التي تحتاج من المراجع الداخلي مزيد من الاهتمام و يجب أن يراعي المراجع الداخلي عند إجراءه هذا الاستقصاء أو المسح أن التركيز في هذا الاستقصاء سيختلف على حسب طبيعة عملية المراجعة؛

ب- فحص وتقييم المعلومات: ويعتبر هذا المعيار هو أكثر المعايير كما وصفه معهد المراجعين الداخليين، ولقد ألزام هذا المعيار المراجع الداخلي بضرورة جمع، تحليل ، تفسير و توثيق المعلومات وذلك لتدعيم نتائج عملية المراجعة ؛

ت- توصيل نتائج المراجعة الداخلية: لقد ألزام هذا المعيار المراجع الداخلي بضرورة توصيله لنتائج عملية المراجعة الداخلية التي قام بإجرائها، حيث يجب أن يتم إعداد تقرير في شكل مكتوب ، و يجب أن يكون موقعا وذلك بعد الانتهاء من عملية الفحص .

ث-المتابعة: يجب أن يتابع المراجع الداخلي عملية المراجعة الداخلية بعد إعداد تقريره النهائي عنها وذلك للتأكد من أن النتائج والتوصيات التي اقترحها قد تم اتخاذ إجراءات مناسبة تجاهها، حيث يجب أن يحدد المراجع الإجراءات التصحيحية اللازمة

لتصحيح أي نواحي قصوى، لذلك فإن المراجع الداخلي أن يتأكد أن هذه الإجراءات التصحيحية قد حققت النتائج المرغوبة أو أن الإدارة ومجلس الإدارة قد أخذت في الحسبان الخطر المصاحب لتجاهل هذه الإجراءات التصحيحية.

5- معايير إدارة قسم المراجعة: يجب أن يدير مدير المراجعة الداخلية إدارته بشكل سليم، حيث ألزم هذا المعيار مدير إدارة المراجعة الداخلية بضرورة القيام بما يلي :

- أن يحقق عمل إدارته الأهداف والمسئوليات التي وافقت و ترغب فيها الإدارة؛

- الاستخدام الكفء و الفعال للموارد الاقتصادية الخاصة بإدارته.
- أن عمل إدارة المراجعة الداخلية يتفق مع المعايير المهنية للمراجعة الداخلية التي نحن بصدد عرضها.
- وتشمل هذه المعايير على مجموعة من المعايير والتي تهدف إلى تحديد هدف و مسئولية إدارة المراجعة الداخلية ، مع بيان كيفية تخطيط المراجعة الداخلية ، وللعلاقة مع المراجعين الخارجيين مع ضرورة وضع إدارة المراجعة الداخلية لبرنامج لتأكيد الجودة وذلك من خلال المعايير التالية :
- يجب أن يكون لمدير إدارة المراجعة الداخلية نظاما أساسيا وقائمة بالأهداف والسلطات والمسئوليات لإدارة المراجعة الداخلية ؛
- يجب أن يضع مدير إدارة المراجعة الداخلية خطط لإدارته لتمكينها من تنفيذ المسئوليات الخاصة بعملية وضع الخطط لإدارة المراجعة الداخلية والتي تشمل (وضع الأهداف ، ووضع جداول عمل ، ووضع الموازنات المالية وتقارير للأنشطة).
- يجب على مدير المراجع وضع السياسات وإجراءات لإرشاد فريق عمل المراجعة لأداء عملهم ؛
- يجب يلتزم مدير إدارة المراجعة الداخلية بوضع برنامج لاختيار وتطوير الموارد البشرية لإدارة المراجعة الداخلية.
- ثانيا : طريقة أداء المراجعة الداخلية : تختلف طريقة أداء المراجع الداخلي تبعا لاختلاف طبيعة نشاط المؤسسة ونوعية المشكلات التي تؤثر على أداء عملياتها والنظام الإداري الذي يسير عليه ادارتها الا أن هناك عناصر مشتركة في أداء المراجع (الفتاح محمد الصحن وآخرون، 998 ، ص ص 192 193).
- 1- التحقيق : ويهدف التحقيق إلى التأكد من مدى صحة العمليات المحاسبية من حيث الدقة المحاسبية والمستندية وسلامة التوجيه المحاسبي وجمع الأدلة والقوانين التي تثبت صدق ما تتضمنه السجلات و ما يترتب عليه من أمانة البيانات المحاسبية وامكانية الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات ، ويستلزم التحقيق التفرقة بين الحقائق facts والآراء opinions حيث أن فوق أي استنتاج تتوقف على مدى اعتماده على الحقائق ، وطبقا لذلك فإن التحقيق يختص أساسا بالعمليات والحسابات ويعتبر عاملا مشتركا بين المراجعة الداخلية والخارجية الا أنه يتم تفصيليا و مستمرا على مدى العام ، فالمراجع الداخلي يستطيع مراجعة جميع عمليات البيع والشراء والنقدية أولا بأول مع مراجعة المخزون بصفة مستمرة بينما يعتمد المراجع الخارجي على العينات .
- 2- التحليل : ويقصد بالتحليل الفحص الانتقادي للسياسات الادارية وإجراءات الرقابة الداخلية والحسابات والاجراءات المحاسبية والمستندات والسجلات والتقارير التي تقع داخل نطاق الفحص ويتطلب اجراء المقارنات و الربط بين العلاقات مثل الربط بين الاستثمار وعائده بنسبة اجمالي الربح الى المبيعات نسبة بند المصروفات الى المبيعات إجمالي الربح . وكذلك التمعن يقصد اكتشاف الامور الشاذة مثل وجود مبلغ دائن في حساب أصل ويرتبط التحليل بالتحقق وليس هناك حد فاصل بينهما.
- 3- الالتزام : ويقصد بالالتزام بالسياسات الادارية المرسومة و أداء العمليات وفقا للطرق النظم و القرارات الادارية حتى يتحقق الانضباط بالتنظيم . فقد يتم التوصل الى نتائج مرضية ومع ذلك يهم الادارة معرفة ما إذا كانت هذه النتائج قد تحققت من خلال الممارسة المصرح بها وبما يتماشى مع السياسات يتعين عليه زيارة المواقع من وقت إلى آخر وعدم الاعتماد على الآخرين ، كما أن ادارة المراجعة الداخلية لا تقتصر على المحاسبين والمراجعين وانما يمكن تزود بقانونيين.
- 4- التقييم : وهو التقرير الشخصي الواعي من مدى كفاية وفعالية واقتصادية السياسات والاجراءات التي تسير عليها المؤسسة و ما لديها من تسهيلات وأفراد بقصد ترشيد الأداء و تطويره و يقتضي التقييم تجميع البيانات و المعلومات وتقصي الحقائق والاستعانة بأراء المسئولين واقتراحاتهم مع تقييم هذه الآراء والاقتراحات .

5- التقرير: يبرز التقرير الذي يقدم المراجع الداخلي المشكلة وأهميتها وطريقة معالجتها وما توصل إليها من نتائج وتوصيات .

ويفضل عرض التقرير على المسئول عن النشاط محل الفحص لتجنب تشويه الحقائق أو سواء تقدير عن بعض الأمور ، وتبليور قدرة المراجع الداخلي على العرض الواعي والواضح لنتائج ما قام به من فحص وتقصي .

II - ماهية نظام الرقابة الداخلية في المؤسسة الاقتصادية:

تسعى إدارة المؤسسة إلى إقامة نظام سليم للرقابة الداخلية، ومن مسؤولياتها المحافظة على هذا النظام والتأكد من سلامة تطبيقه، كما ينبغي عند تصميم و تقييم أي نظام للرقابة الداخلية يجب أخذ بعين الاعتبار مراعاة الظروف والمحددات وذلك للحماية البنود والعناصر التي يمكن أن تكون مجالاً للتلاعبات وذلك لتحقيق أهداف النظام السليم الذي يتوفر على مكونات وخصائص وإجراءات محددة

II -1 مفهوم وأهداف نظام الرقابة الداخلية في المؤسسة الاقتصادية :

أولاً : مفهوم نظام الرقابة الداخلية : توجد عدة تعاريف نذكر منه (بوظورة فضيلة ، 2007، ص19):

- تعريف منظمة الخبراء المحاسبين والمحاسبين المعتمدين الفرنسية "هو مجموعة الضمانات التي تساعد على التحكم في المؤسسة من أجل تحقيق الهدف المتعلق بضمان الحماية ، و الإبقاء الأصول و نوعية المعلومات ، وتطبيق تعليمات الإدارة وتحسين الأداء و يبرز ذلك بالتنظيم وتطبيق طرق و إجراءات نشاطات المؤسسة".
- تعريف لجنة طرق المراجعة المنبثقة عن المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين "يتمثل نظام الرقابة الداخلية في خطة تنظيمية ووسائل التنسيق و المقاييس المتبعة في المؤسسة بهدف حماية أصولها وضبط و مراجعة البيانات المحاسبية و التأكد من دقتها ومدى الاعتماد عليها وزيادة الكفاءة الإنتاجية ، وتشجيع العاملين للتمسك بالسياسات الإدارية الموضوعة .

ويمكن القول بأن نظام الرقابة الداخلية هو عبارة نظام داخلي يعمل على وضع خطط تنظيمية ، واستخدام السياسات و الطرق والإجراءات التي تهدف إلى التحكم في المؤسسة من خلال حماية أصول المؤسسة ، وضمان صحة ودقة البيانات المحاسبية و أي عملية تحقق تؤدي إلى تحقيق الثقة في المؤسسة.

ثانياً : أهداف نظام الرقابة الداخلية : تتمثل أهداف نظام الرقابة الداخلية فيما يلي(أحمد محمد مخلوف ، ص95، بتصريف) :

- حماية أصول المؤسسة من السرقة والضياع وسوء الاستعمال مثل المخزونات؛
- ضمان نوعية ودقة ومصداقية المعلومات؛
- احترام إجراءات وسياسات وذلك من خلال تطبيق الأوامر الإدارية ؛
- استغلال الأمثل للموارد المتاحة وتحسينها وزيادة الكفاءة وفعاليتها

II -2 أنواع ومكونات نظام الرقابة الداخلية :

أولاً : يتضح أن نظام الرقابة الداخلية ينطوي على شقين أساسيين وهما (حسام إبراهيم ، 2012 ، ص ص102 103):

1- الرقابة المحاسبية : وهي عبارة عن خطة تنظيمية و كل الطرق والوسائل و الإجراءات الهادفة إلى اختبار دقة البيانات وضمان صحة التقارير والقوائم المالية التي تتم مراجعتها و تتحقق هذه الرقابة عن طريق وجود خطط تحدد عناصر النشاط ، وكيفية القيام به تتطلب تحديد السياسات واللوائح التي يتم بواسطتها تنفيذ العمليات والتصرفات

المالية وتحديد اطار السلطة و المسئولية بصورة واضحة تضمن عدم التداخل في الاختصاصات و تضمن تعاون جميع المستويات في فروع النشاطات الداخلية لتحقيق الأهداف المخططة المرغوب فيها، وبفضل هذه الأساليب الرقابية يتم توضيح السلطة والمسؤولية المخولة لكل شخص وهذا ما يساهم في تحقيق الرقابة المحاسبية بكفاءة وفعالية.

2- الرقابة الإدارية : هي عبارة عن مجموعة الأساليب والإجراءات و خطة تنظيم التي تستهدف تحقيق أقصى كفاءة ممكنة ، وضمان الالتزام بالسياسات والإجراءات الموضوعة ، ويتم تحقيق الرقابة الإدارية من خلال الوسائل والإجراءات المتعلقة بالتخطيط متابعة تنفيذ الخطط بشكل مستمر، وبتوفر نظام رقابة إدارية في المؤسسة معد بطريقة سليمة علمية تستطيع كافة المستويات المسئولة من متابعة نشاط المراكز التابعة لها ، والتحقق من مدى التزام كل منهم بالمخطط لهم مقدما والمحدد في الموازنات التخطيطية بالمسئوليات. وما يمكن قوله أن نوعي الرقابة (المحاسبة والإدريية) يمثلان مجموعة من النظم الموضوعة والمحددة بمعرفة الإدارة العليا وينبغي توافرها معا بشكل مترابط ,حيث في ظلها يستطيع المنشأة من تحقيق الرقابة الداخلية الفعالة على كافة النشاطات وتوفير المعلومات الملائمة , التي تمكن من اتخاذ القرارات الرشيدة، وأيضا تحقيق العدالة في المساءلة عن النتائج ومن ثم تحقيق أهداف المنشأة بيسر وسهولة وطبقا لما هو مطلوب و مرغوب.

ثانيا : مكونات نظام الرقابة الداخلية

أن أي نظام قائم له مكونات يقوم عليها ويستند عليها المراجع في تقييم نظام الرقابة الداخلية للمؤسسة ، و يتكون في الغالب من خمسة مكونات تقسمها الإدارة من أجل تحقيق أهداف الرقابة الداخلية (عزوز ميلود ، 2007، ص 66 67 بتصرف).

- 1- محيط الرقابة : يمثل محيط الرقابة جوهر الرقابة الفعالة في المؤسسة ، فإذا كانت الإدارة العليا ترى أن الرقابة شيء هام ، سيدرك باقي الأفراد في المؤسسة ذلك وسيستجيبون لها من خلال تنفيذهم لإجراءات الرقابة المنصوص عليها ، وفي المقابل إذا لم تعطي الإدارة أهمية للرقابة ، فمن المؤكد أن أهداف الرقابة لن يتم تحقيقها .
- 2- تقدير الخطر: إن تقدير الخطر يعد جزء من تصميم نظام الرقابة الداخلية ، لتقليل الأخطاء والمخالفات ، ويهتم هذا العنصر المكون بتحديد و تحليل الأخطار المتعلقة بأهداف كل نشاط في المؤسسة والتعرف على احتمال حدوثها ومحاولة تخفيض حدة تأثيرها إلى مستويات منخفضة ، لذلك يتوجب على المؤسسة إتباع إجراءات رقابة خاصة بتقدير المخاطر وهذا المخاطر والتعرف عليها ومحاولة التقليل من حدتها .
- 3- أنشطة الرقابة :تعتبر من عناصر الرقابة في المؤسسة و يتخذ المراجع كأحد المعايير لتقييم فعالية نظام الرقابة الداخلية داخل المؤسسة محل المراجعة ، وتتمثل أساسا في الأنشطة التي يمارسها كل فرد و تسمح له بتسيير أعماله في إطار احترام المبادئ العامة لنظام الرقابة الداخلية المتبع .
- 4- الإعلام والاتصال : تعالج البيانات التي تنتجها المؤسسة البيانات الصادرة بالمحيط الخارجي من أجل إعطاء معلومات المرتبطة بمدى الاحترام للالتزامات القانونية والتشريعية كما أن هناك حاجة إلى اتصال داخلي فعال أفقيا على مختلف مصالح المؤسسة وعموديا على مختلف المستويات .
- 5- المتابعة (القيادة) : ويتمثل في المتابعة المستمرة والتقييم الدوري لمختلف مكونات النظام وتحديد مدى الالتزام بتنفيذ الرقابة في ظل التصميم الموضوع لها وتحديد إمكانية تعديلها بما يتلاءم و تغير الظروف المحيطة ، وأهم أداة يتم توصل عن طريقها إلى معلومات ، تخص الرقابة الداخلية وهي وظيفة المراجعة الداخلية في المؤسسة والتي يتمثل نشاطها في تقييم فعالية نظام الرقابة الداخلية للمؤسسة .

II - 3 خصائص نظام الرقابة الداخلية السليم:

توجد العديد من الخصائص والمتطلبات التي يجب أن تتوفر في نظام الرقابة ليكي تتم الاستفادة من خصائص الآتية (عزوز ميلود ، 2007، ص ص 66 67 بتصرف) :

1- الفعالية : يقصد بها استخدام نظام رقابة جيد ومتطور، يقوم على اكتشاف الأخطاء والانحرافات قبل وقوعها، ومعالجتها بطريقة تضمن عدم وجودها في المستقبل، بأقل تكلفة ممكنة وأسرع وقت من طرف القائمين بهذا العمل، من أجل تحقيق الهدف المرغوب فيه ؛

2- الموضوعية : يجب أن تتوفر الموضوعية في أساليب و أدوات الرقابية و ذلك للحكم على الأداء مما ينعكس على جودة التقارير المقدمة من طرف المراجع الحسابات :

3- الدقة : يجب أن يكون نظام الرقابة قادر على الحصول على معلومات دقيقة وكاملة عن الأداء و التأكد من مصدر المعلومات من خلال البيانات والسجلات المحاسبية ، والمتابعة المستمرة في اكتشاف الانحرافات من أجل حقيقة المركز المالي؛

4- المرونة : وهي التكيف مع المتغيرات المستجدة في المؤسسة ، وعليه يجب على المدير أن تتوفر لديه أساليب الرقابية من أجل ضبط التصرفات المختلفة لجميع المشاكل ؛

5- التوقيت المناسب : يجب على القائمين بمختلف الأنشطة الرقابية مراعاة الوقت خاصة القائمين بإعداد التقارير ، وذلك لتوصيل المعلومات في استغلالها في الوقت المناسب قبل أن تفقد المعلومة معناها وفائدتها .

6- توفير في النفقات : يساعد نظام الرقابة في الحد من الانحرافات وبالتالي تقليل من النفقات الضائعة والخسائر المرتبطة به ، لذا يجب أن يكون مردود النظام أكبر من تكاليفه .

7- الاستمرارية الملائمة : ونعني به اتفاق النظام الرقابي المقترح، مع حجم وطبيعة النشاط الذي تتم الرقابة عليه، فعندما تكون المؤسسة صغيرة، يفضل لها أسلوب رقابة بسيط، على عكس ذلك عندما يكون حجم المؤسسة كبير تطلب نظام أكثر تعقيدا وملائمة.

8- التكامل : يوضح تكامل النظم الرقابية إلى ضرورة استيعاب هذه النظم لجميع المعايير الخاصة كل الخطط التنظيمية ، بالإضافة يجب أن يكون هناك تكامل بين الخطط ذاتها.

III- دور المراجعة الداخلية في فعالية نظام الرقابة الداخلية:

III-1 دراسة وتقييم نظام الرقابة الداخلية

تعتبر المراجعة أداة قياس فاعلية الوسائل والإجراءات الرقابية المطبقة في المؤسسة ، ففي أي مؤسسة منظمة تنظيما جيدا لا بد من تتوافر على وسائل وإجراءات رقابية من أجل التأكد من أداء العمل التنفيذي الجيد والصحيح و فعالية النظام.

أولا : أساليب دراسة نظام الرقابة الداخلية

يستخدم المراجعون عدة طرق و أدوات لدراسة إجراءات نظام الرقابة الداخلية و التعرف عليها بهدف الحكم على فعالية أداء النظام في انتاج البيانات المحاسبية والمحافظة على أصول المؤسسة (عزوز ميلود ، 2007، ص76).

1- طريقة التقرير الوصفي : تقوم هذه الطريقة على وصف إجراءات الرقابة ، عن طريق شرح تدفق البيانات ، وعن طريق تحديد مراكز السلطة والمسؤولية لكل دورة عمليات ، حيث يقوم المراجع بوصف نظام الرقابة الداخلية ، بتتبع المناقشات مع أفراد المؤسسة فإنه يعد وصفا مكتوبا للنظام ، وتعتبر المرونة بمثابة الميزة الأولى لمذكرات وصف النظام ، حيث يمكن استخدام اللغة لوصف جميع الأنظمة ، و عليه فإن نجاح هذا الأسلوب يعتمد على قدرة المراجع في ممارسة مهنة الكتابة ، ويمكن أن يؤدي الوصف غير الجيد لنظام الرقابة الداخلية ، إلى سوء فهم للنظام ومن ثم يؤدي إلى تصميم غير صحيح وتطبيق غير صحيح لاختبارات الالتزام.

2- طريقة الاستقصاء : تقوم هذه الطريقة على إعداد قائمة أسئلة ، تغطي إجراءات الرقابة الداخلية لكل دورة عمليات ، والبيانات الواردة ويجب أن تصاغ هذه الأسئلة بطريقة تهدف إلى الاستفسار عن تفصيلات العمل ، وخطواته المتبعة في مركز النشاط و يراعى عند تصميم القائمة تحديد العلاقة بين أسئلة مختلفة ، بطريقة تمكن المراجع من مراعاة الاعتبارات التالية :

- إظهار مصادر المعلومات المستخدمة في الإجابة عن كل سؤال، والتحقيقات التي تتم للتأكد منها؛
- التفرقة بين نواحي الضعف البسيطة، ونواحي الضعف الجسيمة ، في إجراءات الرقابة الداخلية؛
- احتواءها على وصف تفصيلي ، لنواحي الضعف في إجراءات الرقابة الداخلية.

3- طريقة خرائط التدفق : إن خرائط التدفق هي عرض بياني لنشاط معين ولدورة عمليات محددة إن هذه الخرائط تمكن المدقق من تقويم إجراءات الرقابة الداخلية بطريقة مختصرة وفي فترة وجيزة نسبيا ، وتتميز خرائط التدفق عن طريق التقرير الوصفي وطريقة الاستبيان (الاستقصاء) بأنها توضح خط سير العمليات ، بين أجزاء النظام بطريقة بسيطة ، كما توضح الوسائل المستعملة في إدخال البيانات واستخراجها (يدويا ، آليا ، إلكترونيا) و أجهزة الإدخال والإخراج في حالة الأنظمة الآلية و الإلكترونية ، وتستخدم في إعداد خرائط الإجراءات .

ثانيا : دراسة وتقييم نظام الرقابة الداخلية

يمكن أن يتم تقييم نظام الرقابة الداخلية وفق المراحل التالية(عزوز ميلود ، 2007، ص76):

- دراسة شاملة لنظام الرقابة الداخلية : على المراجع أن يحقق المعرفة الكافية والفهم الجيد للنظام المحاسبي للمؤسسة وأساليب الرقابة المحاسبية الداخلية المرتبطة به ، ويجب أن يتم ذلك لأحد السببين :
- للتأكد من إجراءات الرقابة الداخلية المحاسبية ، كافية بدرجة يمكن الاعتماد عليها و بذلك يمكن تخطيط و تحديد طبيعة و توقيت وإطار الاختبارات التحليلية ؛
 - يساعد المراجع في تصميم الاختبارات التحليلية في حالة عدم كفاية إجراءات الرقابة الداخلية المحاسبية ، لدرجة يمكن الاعتماد عليها.

1- التقييم المبدئي لنظام الرقابة الداخلية : يقوم المراجع بعملية تقييم مبدئي لنظام الرقابة الداخلية وعليه يقوم المراجع بتحليل نظام الرقابة الداخلي من منظور ماهي مكونات النظام الجيد في التصميم ، ويقدم التقييم المبدئي للنظام أساسا لتحديد اختبارات الالتزام ، كما يسمح للمراجع بالتعرف على نقاط الضعف في النظام التي تساعد بدورها في تصميم إجراءات المراجعة اللاحقة ، وتوضح من خلالها جوانب الضعف وتحديد أنواع الأخطاء أو التلاعب المحتمل حدوثه نتيجة كل جانب ضعف أو خلل معين في النظام .

2- إجراء اختبارات المراجعة :يمكننا التمييز بين الاختبارات التي يتضمنها فكر المراجعة والدراسات من

الناحية المالية و النظرية ، وبين تلك الاختبارات التي تلقى مجالا واسعا في التطبيق نذكرها على النحو التالي :

- إجراءات المراجعة التحليلية: وهي تشمل تحليل المعادلات والاتجاهات، لأغراض المقارنة مع السنوات السابقة ، أو المقارنة بمعايير القطاع وتساعد هذه الاختبارات المراجع ، في فهم النشاط بدرجة أفضل والتعرف على المجالات التي تحتاج إلى فحص أكثر، وحينما تظهر الدراسة التحليلية نتائج تختلف اختلافا جوهريا عن توقع المراجع، فسوف تعتبر المتابعة باستخدام واحد من الاختبارات الأخرى أمرا ضروريا.

- اختبارات الالتزام: وتصمم هذه الاختبارات ، للتحقق من أن أساليب الرقابة تطبق بنفس الطريقة التي وضعت بها، وإذا اعتقد المراجع بعد عملية الاختبار أن أساليب الرقابة الداخلية تعمل بفاعلية، فإن ذلك يبرر له الاعتماد على النظام ، وبالتالي يقلل من اختبارات التحقق، وتهتم اختبارات الالتزام بثلاثة عوامل من أساليب الرقابة.

- تكرار القيام بإجراءات الرقابة الضرورية؛
- جودة تنفيذ إجراءات الرقابة؛
- الأفراد الذين يقومون بإجراءات الرقابة.

III - 2 مساهمة المراجعة الداخلية في تفعيل نظام الرقابة الداخلية

إن المراجعة الداخلية ونظام الرقابة الداخلية كلا المفهومين متكاملين حيث يشتركان في أن أهدافهما إدارية ومالية على حد سواء، حيث أن نظام الرقابة يسعى إلى السيطرة على القواعد والإجراءات في المؤسسة ، أما لمراجعة الداخلية فهي آلية وظيفتها التحقق من عمل نظام عمل الرقابة الداخلي.

و بما أن المراجع الداخلي يعمل داخل المؤسسة فهو يسعى أساسا لخدمة الإدارة في النقاط الآتية (أحمد نقاز 2007، ص ص 83 84 ، بتصرف):

- يسعى المراجع الداخلي للمراجعة مدى الالتزام بالسياسات واللوائح والقوانين و هذا ما يساهم في تقييم الأداء ومعرفة كفاءة وفعالية الأنشطة وبالتالي تحقيق أهداف المؤسسة ؛
 - تعتبر المراجعة الداخلية إحدى الأدوات الرقابية وبالتالي تساهم في تفعيل أنظمة الرقابة و ذلك لأنها تعمل على ضبط مسار الأداء الفعلي للوصول للأداء المخطط وهذا ما يلزم الإدارة الاعتماد عليها واتخاذ القرارات في هذا الشأن ؛
 - يعتبر المراجع الداخلي أحد العاملين بالمؤسسة و هذا ما يجعل المراجعة الداخلية على مدار أيام السنة وقربه من السجلات يجعله على دراية كاملة نسبيا بالمشكلات التي تلحق المؤسسة ؛
 - تحقيق أهداف الرقابية وذلك لأن المراجع تتوضح له الفرص والتهديد المعروضة ؛
 - مساهمة في ضمان التسيير الجيد للمعلومات وعملية الاتصال داخل المؤسسة ؛
- تحقيق التكامل وتنسيق بين الأنشطة الرقابية و مساهمة في تنفيذ التوجيهات القادمة من قبل الإدارة

IV - الخلاصة:

تتطور المراجعة بالتطورات الحاصلة على المستوى العالمي ، فأصبحت المراجعة الداخلية تعتبر كأداة مساعدة للمؤسسة في تقييم أداء أساليب والإجراءات الرقابية من خلال توفير المعلومة المطلوبة و في الوقت المناسب ، وكشف عن نقاط القوة والضعف وسد الثغرات القائمة من غش واختلاس وأخطاء، من شأنها أن تعرقل الوصول إلى تحقيق الأهداف المنشودة في المؤسسة وذلك لضمان البقاء والاستمرارية .

- تساهم المراجعة الداخلية في متابعة السياسات والإجراءات المختلفة ومحافظة على موارد المؤسسة ؛
- تعتمد المؤسسة على وظيفة المراجعة الداخلية في تفعيل نظام الرقابة أن المراجعة الداخلية أصبحت تمارس أنشطتها في مختلف أجزاء المؤسسة، حيث تراجع كافة العمليات الإدارية والمالية والتشغيلية، الأمر الذي يؤدي بوظيفة المراجعة الداخلية أن تكون على قدر واسع من التنظيم وتحديد المهام ، لذا على المؤسسة أن تهتم بذلك، وتعمل على إبراز أهم طرق الاتصال بين العاملين داخل المؤسسة وبين المراجعين الداخليين بهدف الوصول إلى الأهداف بصورة فعالة.
- تساعد المراجعة الداخلية في إيجاد الثغرات واقتراح الحلول الممكنة، كما تساعد على تنفيذ القرارات المتخذة بما يضمن فعالية وكفاءة هذه القرارات.

المقترحات:

اقترح بعض التوصيات التي قد تساهم في تفعيل دور المراجعة الداخلية وتحسين نظام الرقابة الداخلية ، وعلى هذا نورد فيما يلي:

- ضرورة اعتماد مراجعة داخلية فعالة، وهذا لما تحققه من فوائد من جراء اعتماد عليها.
- ضرورة الاهتمام بالمراجعة الداخلية في الجزائر من خلال العمل على إرساء معايير لها.
- ضرورة اهتمام المراجع الداخلي ومنحه أكبر الاستقلالية ليتم أداء عمله بعيدا عن الضغوط المختلفة التي يوجهه المراجع أثناء العمل .
- الاستفادة بقدر ما يمكن من التكامل الذي يجب أن يكون بين المراجع الداخلي والمراجع الخارجي، بما يحقق الأهداف المرسومة.

- الإحالات والمراجع :

الكتب :

- محمد سمير الصبان ، اسماعيل ابراهيم جمعة ، فتحي رزق السواقيراي ، الرقابة والمراجعة الداخلية مدخل نظري تطبيقي ، الدار الجامعية للنشر ، الإسكندرية ، مصر ، 1996 .
- أحمد نور ، مراجعة الحسابات ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، مصر ، 1992 .
- عبد الفتاح محمد الصحن وآخرون، الرقابة والمراجعة الداخلية الحديثة، الدار الجمعية ، جامعة الإسكندرية ، 2006.
- عبد السلام الشتوي ، المراجعة معايير وإجراءات ، دار النهضة العربية والنشر ، ط 4 بيروت ، لبنان ، 1996 .
- عبد الفتاح محمد الصحن وآخرون، الرقابة والمراجعة الداخلية على المستوى الجزئي والكلبي ، قسم المحاسبة والمراجعة ، جامعة الإسكندرية ، 1998.
- حسام إبراهيم ، تدقيق الحسابات بين النظرية والتطبيق ، دار البداية ناشرون وموزعون ، ط 1 ، عمان ، 2012.

المذكرات :

- السعيد خلف ، دور أجهزة الرقابة المباشرة في تطبيق مبادئ حوكمة الشركات ،، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير علوم التسيير ، كلية علوم الاقتصادية والتجارية والتسيير ، غ م ، جامعة ورقلة ، 2012.
- أحمد محمد مخلوف ، المراجعة الداخلية في ظل المعايير الدولية للمراجعة الداخلية في البنوك التجارية الأردنية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، كلية علوم الاقتصادية والتجارية والتسيير ، جامعة الجزائر ، 2007.
- نغاز أحمد ، دور المراجعة الداخلية في دعم و تفعيل القرار ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص مالية ومحاسبة ، كلية علوم الاقتصادية والتجارية والتسيير ، جامعة الأغواط ، 2007.
- بوطورة فضيلة ، دراسة وتقييم فعالية نظام الرقابة الداخلية في البنوك ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص علوم التسيير ، كلية علوم الاقتصادية والتجارية والتسيير ، جامعة المسيلة ، 2007.
- عزوز ميلود ، دور المراجعة في تقييم أداء نظام الرقابة الداخلية للمؤسسة الاقتصادية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات ، كلية علوم الاقتصادية والتجارية والتسيير ، جامعة سكيكدة ، 2007.

دور النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية كنموذج لدعم الذكاء الاقتصادي
في تحسين تنافسية المنظمات الجزائرية
**THE ROLE OF THE NATIONAL ECONOMIC INFORMATION SYSTEM AS A
MODEL TO SUPPORT ECONOMIC INTELLIGENCE IN IMPROVING THE
COMPETITIVENESS OF ALGERIAN ORGANIZATIONS**

الخامسة سايجي^{1*} ، نوال هاني² ، صونيا زحاف³

¹ جامعة العربي التبسي تبسة (الجزائر).

² جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر) ³ جامعة العربي التبسي تبسة (الجزائر)

تاريخ النشر: 2019/12/31

تاريخ القبول: 2019/11/07

تاريخ الاستلام: 2019/09/28

ملخص:

تعاني المنظمات الجزائرية من عدم توفر أنظمة الحماية بالقدر الكافي، بسبب فقدانها لعنصر المعلومة وآليات معالجتها وبالتالي عدم قدرتها على استغلالها في الوقت المناسب، وعجزها عن مراقبة التطورات الاقتصادية ومواكبتها، فهي بذلك تفتقد إلى سيولة المعلومات التي تمكنها من البحث والتطوير واتخاذ مختلف القرارات اللازمة، وبالتالي فإن أغلب المنظمات الجزائرية تفتقر إلى أنظمة الذكاء الاقتصادي، وفي هذا الإطار قامت الجزائر باتخاذ عدة إجراءات لدعم الذكاء الاقتصادي، ومنها إرساء نظام معلومات وطني باعتباره المصدر الأساسي للمعلومات التي من شأنها أن تدعم المنظمات الجزائرية، وتمكنها من تحسين تنافسياتها في الأسواق العالمية.

الكلمات المفتاح: ذكاء اقتصادي؛ معلومة اقتصادية؛ نظام وطني للمعلومات الاقتصادية؛ تنافسية المنظمات

تصنيف JEL: D08؛ L29

Abstract:

Algerian organizations are suffering from the lack of protection systems adequately, as a result of the loss of information and processing mechanisms. This lack impedes the information exploitation that's required in R&D and decision making in the appropriate time, as well as their inability to control and adapt with the economic changes. For this, there is a lack in most of Algerian organizations of economic intelligence. In this context, Algeria has taken several measures to support economic intelligence, in addition to establishing a national information system as a source of information that support Algerian organizations, and a means of improving the companies' competitiveness in the international markets.

Keywords: Economic intelligence; Economic information ; National economic information system; Competitive organizations

Jel Classification Codes : D08 ; L29

* المؤلف المرسل: الخامسة سايجي

I- تمهيد :

يشهد العصر الحديث تزايد المعلومات بشكل كبير، إذ تشير الدراسات الحديثة إلى أن العشر سنوات الأخيرة شهدت كما من المعلومات يعادل كمية المعلومات التي أنتجتها البشرية على مدى القرون المنصرمة، كما أن مصادر الحصول على المعلومات هي في ازدياد ونماء أيضا، حيث تركزت العديد من دراسات علم المعلومات على التحسين والتطوير في عملية فهم طبيعة المعلومات ومكوناتها وكيفية حصرها وتجميعها وتبويبها وتصنيفها وتحليلها بهدف الاستفادة منها بفعالية عالية، ولهذا فقد تزايد اهتمام الدول باستثمار الثروة المعلوماتية والاتجاه نحو إدارة المعلومات والمعارف بوصفها موردا حيويا وركيزة أساسية للتقدم بمختلف جوانبه.

وهذا ما دفع بجميع المنظمات إلى البحث عن الطرق الفعالة والتي تكفل لها بلوغ التفوق التنافسي ضمن قطاع هذا النشاط الذي تزاوله من خلال التركيز على تحقيق مزايا تنافسية، ويتم ذلك من خلال الاستفادة من المعارف والمعلومات والبحث عنها وإدارتها بذكاء بما يؤدي إلى تحقيق التقدم والتطور المستمر.

ففي ظل هذه التطورات الحديثة برز الذكاء الاقتصادي كشكل من أشكال الحس الاقتصادي الجيد، فحتى تستطيع منظمة الأعمال أن تنتج، تسوق وتبدع فهي تحتاج إلى معلومات دقيقة، كاملة وقابلة للاستغلال، فتحليل وتنظيم المعلومة أصبح عملا يتطلب الإلمام الجيد بما يدور في بيئة الأعمال، فأى منظمة تبحث عن طرق لمراقبة بيئتها وكشف الفرص والتهديدات الموجودة بها، ومختلف المعلومات المفيدة في اتخاذ القرارات التي تهم المنظمة، كما تسعى لحماية موارثها المعرفي وتدعيم قدرتها على الدفاع عليه، وهذا ما يستدعي توفر أنظمة معلوماتية توفر المعلومات المطلوبة.

وفي هذا الإطار يعتبر نظام المعلومات الوطني والذي يشمل عدة مراكز تعمل على إنتاج المعلومات الاقتصادية عن طريق جمع المعلومات وتخزينها ومعالجتها ونشرها، المصدر الرئيسي الذي يمد مختلف المنظمات والقطاعات بالمعلومات اللازمة، وبالتالي فهو يعتبر خطوة أساسية نحو تامين مقومات الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية وتحسين تنافسيته.

وانطلاقا مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية: كيف يمكن أن يساهم النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية في دعم الذكاء الاقتصادي من أجل تحسين تنافسية المنظمات الجزائرية ؟

1. ماهية النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية :

هو عبارة عن مجموعة مركبة من أنظمة معلومات فرعية، مستقلة ومنظمة، الهدف منها تزويد المستخدمين بالمعلومات المطلوبة في الوقت المناسب، وكذا دعم اتخاذ القرار على مختلف المستويات (كلي وجزئي)، وبالتالي فإن كل نظام فرعي من هذه الأنظمة مصمم بحيث يلبي احتياجات مجموعة من المستخدمين، فضلا عن تزويد الأنظمة الفرعية الأخرى، حيث إن كل نظام فرعي يستفيد من مخرجات الأنظمة الأخرى.

2.1. متطلبات إنشاء نظام وطني للمعلومة الاقتصادية:

يتطلب إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية عدة شروط يجب توفرها كي يستطيع أداء المهام المنوطة به على أكمل وجه، تتمثل فيما يلي:

1.2.1. وضع استراتيجية وطنية للمعلومات: وتكمن أهمية هذه الإستراتيجية فيما يلي:

- توفر قاعدة زمنية لمراقبة وتقويم مسار العمل وتقدمه، وتسمح بإعادة النظر باستمرار في الاستراتيجيات الفرعية قصد الاستجابة للتطورات الجديدة.
- تساعد في تحديد الاحتياجات العامة من المعلومات وفق مخططات مرحلية.

- تمكن من معرفة المتطلبات التمويلية لهذا النظام.

- تساعد في نشر ثقافة المعلومة كمورد استراتيجي. (دريس ورحيم، 2006)

2.2.1. تأمين إطار قانوني:

لا بد من وجود منظومة تشريعية خاصة بالإعلام تشمل على وجه الخصوص إلزامية الإفصاح بالنسبة لمختلف الهيئات والمؤسسات، وكذا الإجراءات القانونية المتعلقة باستخدام المعلومة. (رحيم، 2003)

3.2.1. توفر الموارد البشرية اللازمة لهذا النظام:

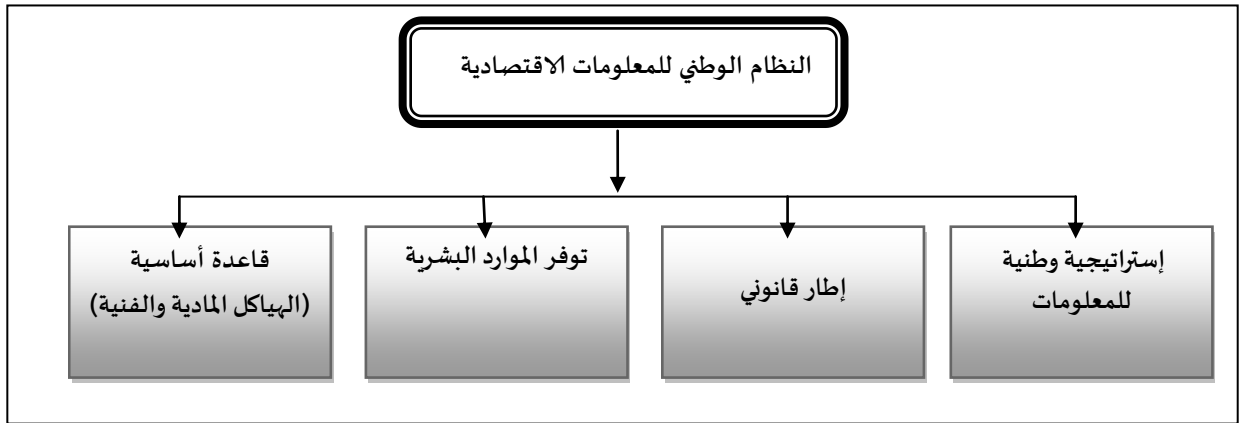
يتطلب إقامة مثل هذا النظام وجود كفاءات مختصة في مجال إدارة المعلومات، سواء من حيث طرق وأساليب الحصول عليها، وما يتطلبه ذلك من مهارة وكفاءة، أو من حيث التعامل معها تقنيا، بما يقتضيه ذلك من كفاءة في تخزينها وتبويبها، وكذا ما يحتاجه هذا النظام من مختصين في تفسير وتحليل هذه المعطيات، وبالتالي نشرها بالكيفية المناسبة حتى تفي بالغرض من وجودها. (CNES, 2004)

4.2.1. توفير قاعدة أساسية من الهياكل المادية والفنية:

ونقصد بها المباني اللائقة والتجهيزات الضرورية المتطورة والبرامج المعدة لمعالجة المعلومات، وكذا ضرورة وجود شبكة ربط معلوماتية متطورة، ليس فحسب شبكة الإنترنت، بل أيضا شبكة الربط ما بين مختلف الأنظمة الفرعية، لاسيما منها ذات الصلة الوطنية. وعلى سبيل المثال نتحدث في مجال التعليم العالي على شبكة المكتبات الجامعية الجزائرية. (دريس ورحيم، 2006)

و يمكن توضيح هذه النقاط من خلال الشكل اللاحق، والذي يمثل الركائز التي يمكن من خلالها إقامة نظام وطني للمعلومات على أسس صحيحة ومنتينة:

الشكل (1): متطلبات إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية



المصدر: من إعداد الباحثين

3.1. مكونات النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية:

بالنظر إلى تعريف النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية نجد أنه يتكون من مجموعة من المراكز والهيئات، والتي يمكن تقسيمها وتبويبها على النحو التالي: (بلوناس و بوزيدي، 2012)

1.3.1. نظام المعلومات الإحصائية:

حيث يعتبر النواة الأساسية التي يمكن من خلالها تجسيد النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية، وهذا النظام هو عبارة عن "مجموعة من عمليات جمع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات المرتبطة بمجال معين، والذي يعتبر كأداة لاتخاذ القرار"، وهذه العمليات تأخذ الشكل الرقمي للمعلومات المجمع أو المنشورة، وأبرز الهيئات الممثلة لهذا النظام :

- المراكز الوطنية للإحصاء.
- المراكز الفرعية التابعة للمركز الوطني للإحصاء أو التابعة للوزارات.
- البنوك المركزية.
- المراكز المتخصصة الأهلية (الخاصة).

2.3.1. نظام المعلومات المحاسبية:

يعني هذا النظام أساسا بالمعلومات المتعلقة بنشاط الأعوان الاقتصاديين خلال الدورة المالية، والتي يصدر عنها كم من المعلومات يمكن تجميعها وتحليلها وتخزينها، ومن ثمة نشرها، ليتسنى للمهتمين بها الاستفادة منها. ويعتبر نظام المحاسبة الوطنية جوهر هذا النظام، والذي هو عبارة عن "أداة للملاحظة وتحليل للحياة الاقتصادية في آن واحد، ويرمي إلى معرفة مجموع القنوات الاقتصادية وارتباطاتها، ويسمح بتكميم وتسجيل كل العمليات ذات الطابع الاقتصادي التي تمت خلال فترة زمنية معينة في بلد معين، كل ذلك في إطار محاسبي مشترك و دقيق، و يمكن أن يمثل هذا النظام كل من:

- الجهات الجبائية التي تحصل على المعلومات من خلال ما يخوله لها القانون من إلزامية التصريح المحاسبي بالنسبة للمؤسسات.
- المؤسسات المالية (البنوك، مراكز التامين، صناديق الضمان الاجتماعي، الخ)، وما تشترطه من معلومات للتعامل مع أي مؤسسة.
- المؤسسات الاقتصادية (الخاصة والعمومية)، والتي تملك نشرات خاصة بها يمكن أن تصدرها دوريا لتمكن المهتمين (مساهمين، دارسين... الخ) من معرفة وضعياتها المالية.

3.3.1. نظام المعلومات التسيرية:

ويتضمن كل المعلومات الصادرة عن الهيئات الإدارية والمتعلقة أساسا بالقوانين واللوائح والتنظيمات الجديدة أو الامتيازات المقدمة أو الاستثناءات المعلنة، ويمكن أن يعبر عن هذا النظام كل من:

- الوزارات المعنية (المالية، السياحة، الزراعة، الصناعة... الخ).
- المديرية التابعة للوزارة (جهوية أو محلية).
- المراكز المختصة والجمعيات المهنية.
- مراكز البحث والتوثيق: وتتمثل في مجموع المخابر المكلفة بالبحث، سواء كانت هذه المخابر مستقلة أو تابعة للجامعات أو للمدارس العليا أو للمعاهد المتخصصة، كما ينطوي تحت هذا العنصر كل من المكتبات الوطنية أو المكتبات التابعة للجامعات أو لغيرها، بالإضافة إلى كل مراكز التوثيق . (Dahman, 2005)

4.3.1. أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

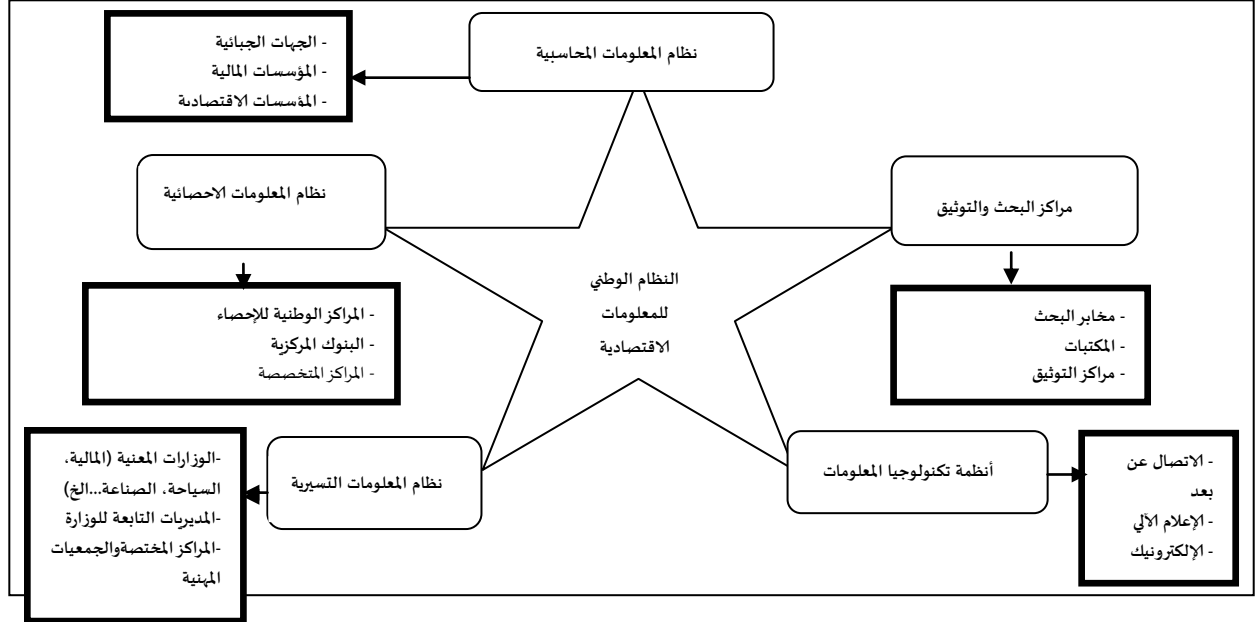
يشير مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال إلى ثلاثة مجالات فنية : (Djeflat, 2005)

- الاتصال عن بعد
- الإعلام الآلي (المعلوماتية).
- الإلكترونيك وتقاعتهما.

و تفاعل هذه العناصر يستوجب دعم وتطوير مجموعة من الوسائل من خطوط الهاتف، أجهزة الكمبيوتر، البرامج المعلوماتية، شبكات الانترنت... الخ.

وعليه، يعتبر هذا النظام المحرك الرئيسي للنظام الوطني للمعلومات الاقتصادية، وذلك لما يوفره من مزايا شتى، لعل أهمها سرعة الاتصال والتوصيل (الإعلام)، والشكل اللاحق يمثل مختلف مكونات النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية:

الشكل (2): مكونات النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية



المصدر: من اعداد الباحثين

4.1. أهمية النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية في دعم المنظمات:

وجود مثل هذا النظام يسمح بتوفير عدد من المعلومات التي من شأنها أن تدعم هذه المؤسسات وتساعد في عدة مجالات: (رحيم، 2003)

- يوفر لها هذا النظام معلومات عن القطاع التي تشتغل فيه، وبالتالي الحصول على معلومات تخص فرص الاستثمار والمنافسة.
- يوفر لها معلومات عن السوق، ومنه معرفة إمكانية التوسع وكميات الإنتاج الواجب توفيرها.
- يوفر لها معلومات عن الدخل الفردي، وبالتالي معرفة مستوى الأسعار المقبول، وكذا اتجاه أذواق المستهلكين.
- يوفر لها معلومات عن الامتيازات القانونية الخاصة بقطاع المؤسسات، وبالتالي الاستفادة من هذه الامتيازات.

2. أهمية الذكاء الاقتصادي في تدعيم التنافسية :

يعتبر مصطلح الذكاء الاقتصادي من المصطلحات التي ظهرت كنتيجة لظهور اقتصاد المعرفة وسوف نتعرض ببعض من التفصيل إلى بعض تعاريفه، نشأته، خصائصه ومراحل.

1.1. تعريف الذكاء الاقتصادي:

أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي كان سنة 1994 من طرف Martre مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا، حيث تم تعريفه على أنه "مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة وبث المعلومة المفيدة للأعوان والمتدخلين الاقتصاديين لصياغة إستراتيجياتهم".

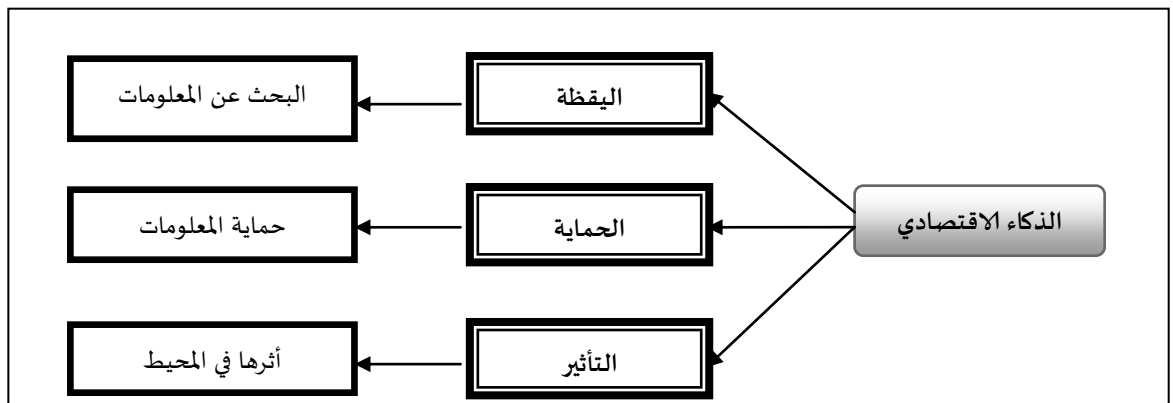
ونظرا لضرورة اعتماد مدير المنظمة لإستراتيجية تطوير منتج جديد، الاستثمار في سوق جديد، تحسين المردودية ، معرفة منافسيه ، أخذ القرار الصائب في الوقت المناسب... الخ ، فإن الأمر يتطلب فهم المحيط الذي يتسع ويتعدد باستمرار. ففي هذا الإطار تعتبر المعلومة مادة أولية أساسية للإدارة الجيدة للمنظمة. (خليل وبوعبدلي، 2005) كما يعرف الذكاء الاقتصادي على أنه "مجموعة من الوسائل البشرية و التقنية التي يتم وضعها للوصول إلى تطور مؤسسة اقتصادية ما، ويتعداه حتى يشمل اقتصاد بلد ما.

إنّ الذكاء الاقتصادي بعبارة أخرى، يهتم بكل ما يُجرى و يفعل في الأسواق. إنه نظام كامل تتوحد فيه التقنيات والكفاءات البشرية، إن التحدي المفروض اليوم هو الوصول إلى المعلومة الصحيحة وليس التقريبية قبل الآخرين، لأنها تساعد على حل المشاكل و الوقاية، بأخذ القرارات المناسبة وسبق المنافس وتطوير أساليب العمل والمنتوج في وقت وجيز. (ديلي، 2008) وبالتالي فهو عامل أساسي للمنافسة.

2.2. عناصر الذكاء الاقتصادي:

يتألف نظام الذكاء الاقتصادي من ثلاث نظم مترابطة ومتكاملة. (بودرامة، 2012) وهي ممثلة في الشكل التالي:

الشكل (3): عناصر الذكاء الاقتصادي



Source: Boudjema. M, intelligence économique: concept, définitions, et mode opératoire, séminaire des sensibilisations à l'intelligence économique et à la veille stratégique, alger-hotel el aurassi, Algérie, le 23/12/2008, p8.

1.2.2. اليقظة الاستراتيجية: تلعب اليقظة الإستراتيجية دورا متكاملًا في نظام الذكاء الاقتصادي، حيث يمكن تلخيص دورها في أربعة وظائف وهي:

- التوقع وهو توقعات لنشاط المنافسين أو تغيرات المحيط.
- الاكتشاف: اكتشاف منافسين جدد أو محتملين، والمنظمات التي يمكن شرائها أو التي يمكن إقامة شراكة معها من أجل التطوير، اكتشاف فرص في السوق.
- المراقبة: مراقبة تطورات عرض المنتجات في السوق، التطورات التكنولوجية أو طرق الإنتاج التي تسمح أو تستهدف النشاط، التنظيمات التي تغير في إطار النشاط.

- التعلم: تعلم خصائص الأسواق الجديدة، أخطاء ونجاح الآخرين (المنافسين)، مما يسهل تقدير المشاريع، وضع أسلوب جديد للتسيير أو بناء نظرة موحدة للمسيرين.

2.2.2. الحماية: إن هدف الذكاء الاقتصادي هو الحفاظ على المعلومة من أخطار التجسس واقتحام نظام المعلومات ومن أخطاء الإهمال وعدم الكفاءة كحذف البيانات أو إتلافها.

3.2.2. التأثير: التأثير هو استخدام المعلومة بطريقة تمكن المنظمة من العمل على بيئتها لجعلها أكثر ملائمة لتحقيق أهدافها الإستراتيجية ومواجهة التيارات التي قد تكون ضارة.

3.2. خصائص الذكاء الاقتصادي:

يهتم الذكاء الاقتصادي بدراسة التفاعل التكتيكي و الاستراتيجي بين كافة مستويات النشاط المعنية به انطلاقا بداية من القاعدة(المستوى الداخلي للمؤسسة) مرورا بالمستويات الوسيطة (الجماعات المحلية) وصولا إلى المستويات الوطنية (الاستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز اتخاذ القرار في الدولة) ثم المستويات المتعددة الجنسيات(المجمعات المتعددة الجنسيات)أو الدولية (استراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة).

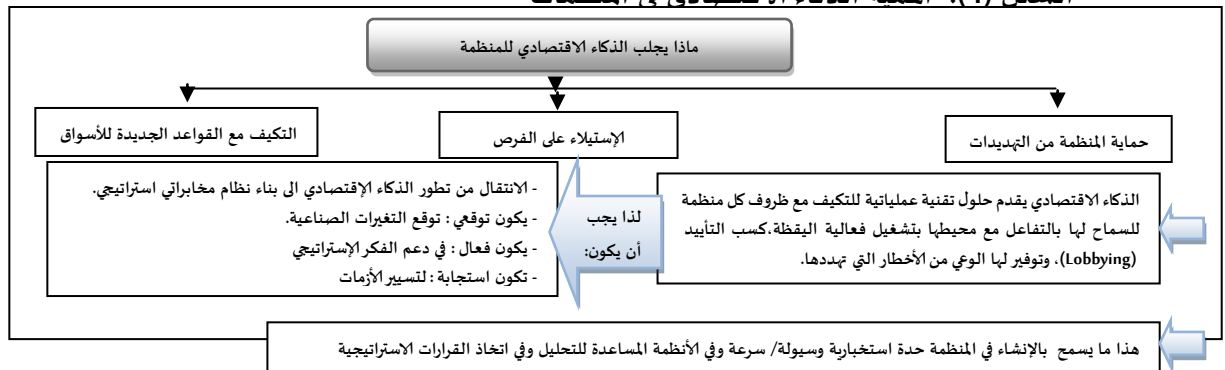
ومن بين الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي نذكر ما يلي : (عبد الكريم، 2012)

- الاستخدام الاستراتيجي و التكتيكي للمعلومة ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات.
- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين.
- وجود علاقات قوية بين المؤسسات و الجامعات و الإدارات المركزية والمحلية.
- تشكيل جماعات الضغط والتأثير.
- إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية والجيوسياسية.
- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية.

4.2. دور الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المنظمات:

إن للذكاء الاقتصادي أهمية كبيرة في بقاء وتوسع نشاط المنظمات في ظل اشتداد حدة المنافسة وسرعة التطور التكنولوجي، خاصة مع ما يصيب الاقتصاد العالمي اليوم من جراء الأزمة المالية العالمية الحديثة، وبالتالي يوفر الحماية للمنظمة من التهديدات الخارجية، ويمكنها من استغلال الفرص قبل منافسها، وكذا التكيف مع مختلف التغيرات الخارجية، والشكل التالي يوضح أهمية الذكاء الاقتصادي بالنسبة للمنظمة.

الشكل (4): أهمية الذكاء الاقتصادي في المنظمات



source: Nabila Sahnoune, Introduction à la démarche d'Intelligence économique dans l'entreprise, Séminaire de sensibilisation à l'intelligence économique et à la veille stratégique, Alger _ Hôtel El Aurassi, Alger, le 23.12.2008, p 03.

إن توظيف استخدام التكنولوجيا في عالم الأعمال بالشكل الصحيح والفعال يساعد في تحقيق أهداف المنظمات، وذلك من خلال قوة المعلومات التي تعتبر مكونا أساسيا وأحد الأصول بهدف الوصول إلى اقتصاد المعرفة الذي يعتمد على إنتاج وتوزيع واستخدام المعارف والمعلومات، وتحويل البيانات من مجرد أرقام إلى معلومات ومعارف لمساعدة صناع القرار باتخاذ القرارات الصائبة والإستراتيجية التي تنعكس بشكل جوهري على أسلوب وعمل هذه المنظمات من أجل تحقيق ربحية أكبر في مجتمع أكثر تنافسية.

إن الذكاء الاقتصادي يكتسب أهمية خاصة نتيجة لما تشهده بيئات العمل من تغير سريع في البيانات التي تحتفظها المنظمات والمعلومات التي تنتجها، وفي آليات اتخاذ القرار وتعاضم المنافسة على المستويات المحلية والدولية، مما يفرض المزيد من التحديات التي تستدعي توظيف برامج ذكية تساعد في مراقبة أداء العمل وتحديد التغيرات التي يجب إجراؤها، وفي تحديد موقع المنظمة من الأهداف والاستراتيجيات التي وضعتها لنفسها.

إن الانتقال إلى مجتمع المعرفة يمثل طموحا استثنائيا لدى جميع المجتمعات بهدف الاستثمار الأفضل للموارد وخلق حالة تفاعلية بين جميع مكونات المجتمع وربط الأدوات التقنية المستخدمة لبناء نظم المعلومات في قطاع الأعمال مع الأدوات المساعدة في اتخاذ القرارات من أجل بناء استراتيجيات الأعمال اعتمادا على المعلومات والمعارف.

كما تظهر أهمية تطبيقات ذكاء الأعمال بالنسبة لمختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية في الانتقال من مجرد بناء الأنظمة المعلوماتية في المنظمات إلى تحليل الأعمال عن طريق تجميع المعلومات عن العمليات التي تقوم بها كالتسويق والبيع وأنشطة الخدمات وسلوك العملاء وأنظمة الموردين.

كما تلعب تطبيقات الذكاء الاقتصادي دورا هاما في مساعدة المنظمات على وضع استراتيجياتها المستقبلية والوصول إلى تحقيقها، واستخدام هذا النوع من التطبيقات لمواجهة تحديات عالم الأعمال، كما تمكن من دراسة المعلومات المتعلقة بمختلف المتعاملين الاقتصاديين. (الدردي، 2010)

3. مساهمة النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية في تنمية الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية:

1.3. غياب المعلومة في المنظمات الجزائرية:

تعاني المنظمات الجزائرية من عدة صعوبات، ولعل من بين أهم هذه المشاكل نجد مشكل نقص المعلومات اللازمة والمفيدة في اتخاذ القرارات وذلك على عدة مستويات ومن عدة أوجه، ونوضح ذلك فيما يلي: (عبد الكريم، 2012)

1.1.3. ندرة المعلومات المتعلقة بسوق العمل: حيث نسجل غياب أرقام أو إحصائيات أو معطيات عن سوق العمل في الجزائر بالشكل المطلوب، فلا توجد مثلا أرقام أو معطيات دقيقة عن طالبي العمل تكون منظمة بشكل تبين من خلالها طبيعة طالب العمل من حيث الشهادة، السن، الجنس... الخ، كما أنه في المقابل لا توجد بيانات كافية عن المهتمين بالتوظيف، وإن وجدت فإنها تكون متفرقة في شكل إعلانات عن التوظيف لا أكثر.

2.1.3. ندرة المعلومات المتعلقة بفرص الاستثمار: فمن الطبيعي أن يبني أي شخص قراره الاستثماري على عدد من المعطيات، والتي تظهر إمكانات وفرص الاستثمار، وغياب مثل هذه المعطيات يؤدي لا محالة إلى اضمحلال الفكر الاستثماري.

3.1.3. نقص المعلومات المتعلقة بالمحيط المحلي (الوطني): حيث يفتقر صاحب المشروع (كفكرة) أو المنظمة (كواقع) إلى معلومات لا مناص منها منها لاتخاذ قرار الاستثمار، ونذكر في هذا الصدد، على سبيل المثال، تقلبات الأسعار، حجم القدرة الشرائية، الامتيازات القانونية، حجم العرض في سوق العمل ونوعيته، المنافسين الحاليين (المحليين والأجانبين)، المنافسين المحتملين، الخ. ومن شأن نظام المعلومات الوطني توفير مثل هذه المعلومات.

4.1.3. نقص المعلومات المتعلقة بالمحيط الأجنبي (الدولي): يشكل غياب مثل هذه المعلومات، والتي تحمل بعدا استراتيجيا، خطرا يهدد المنظمات الجزائرية خاصة الصغيرة والمتوسطة، فنقص المعطيات والبيانات عن المنافس الأجنبي

يعني الدخول في معركة ضد منافس مجهول، قد يعرف عنك الكثير دون ان تعرف عنه سوى القليل، وهو ما يؤدي الى الصدمة، مما يسبب انهيارا وتراجعا للمؤسسات المحلية، وهذا ما تخشى الجزائر من حدوثه في إطار الانضمام إلى الاقتصاد الدولي في شكله الإقليمي (اتفاقية الشراكة الأوروبيةمتوسطية) أو في شكله العالمي (المنظمة العالمية للتجارة).
5.1.3. نقص المعلومات المتعلقة بالخدمات التسويقية: حيث يجد أصحاب المنظمات الجزائرية، صعوبة في التعرف على الخدمات التسويقية المتاحة، كأماكن المعارض وتواريخها، واشترطات الجودة في الأسواق المحلية وكذا الخارجية، كما تفتقر المنظمات الجزائرية وخاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على وجه الخصوص، إلى هيئات متخصصة في دراسة السوق وسلوك المستهلك.

6.1.3. نقص المعلومات الخاصة بمصادر الآلات والتجهيزات ذات التكنولوجيا المتطورة: ويدفع هذا النقص المنظمات الجزائرية إلى توفير هذه الوسائل بأيسر الطرق وأقربها، كما يتضمن هذا النقص أيضا عدم الدراية بالتكاليف وإضاعة الوقت في البحث عن أنسب الأسعار، وبالتالي فإن هذا غياب هذا المصدر المهم من مصادر المعلومات يترك المنظمات الجزائرية تعمل بأدوات أقل تنافسية وأكبر تكلفة، وهو ما يحول بينها وبين تحقيق أهدافها.

وتسعى المنظمات الجزائرية إلى مواكبة التطورات التكنولوجية من أجل الوقوف أمام المنافسة، خاصة منها الأجنبية، ولا سبيل إلى ذلك إلا البحث عن المعلومات المتعلقة بهذا الجانب، وبالمقابل يشكل غيابها عائقا أمام تطور هذه المؤسسات.

7.1.3. عدو وجود هيئات (مراكز) متخصصة في تحليل المعلومات ونشرها: إن توفر المعلومات والبيانات في شكلها الخام قد يشكل في حد ذاته مشكلة في بعض الأحيان، فالخبرة القليلة التي يتمتع بها أصحاب المنظمات الجزائرية عادة لا تمكنهم من فهم واستغلال هذه البيانات والمعطيات أحسن استغلال، مما يوجب عليهم البحث عن مغزى هذه البيانات ومدلولاتها في شكل مبسط أو بنوع من الشرح والتحليل، ولن يتأتى ذلك إلا بوجود هيئات ومراكز متخصصة في تحليل ونشر هذه البيانات.

2.3. أهمية إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية لدعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية:

نظرا لل صعوبات السابق ذكرها والتي تعاني منها اغلب المنظمات الجزائرية، فقد عملت الجزائر على بناء نظام وطني للمعلومات الاقتصادية والذي يشمل:

1.2.3. نظام المعلومات الإحصائية: ممثلا بالديوان الوطني للإحصائيات وهو مؤسسة عمومية تتولى القيام بالمهام التالية: (ons, 2013)

- إنتاج المعلومات الإحصائية التي يمكن استخدامها وتسمح بتنمية البلاد، وتطور الحياة الاقتصادية والاجتماعية.
 - يدرس ويعد ويقترح القواعد المتعلقة بإقامة منظومة وطنية إحصائية، وتعزيزها وتوسيعها ومتابعة تنفيذ تطبيقها.
 - يوحد التعاريف الإحصائية وتصنيفاتها ومفاهيمها، وينسق المناهج الإحصائية ووسائلها وأشغالها لدى جميع المتعاملين في هذا الميدان، كما يوحد الفهارس والرموز الإحصائية ويوفق بينها.
 - يقوم بحساب المؤشرات الرئيسية الاقتصادية والاجتماعية والأرقام الاستدلالية، بما في ذلك المتعلقة منها بالأسعار.
 - ينظم ويشجع نشر الإعلام الإحصائي لدى السلطات العمومية ويعد حوليات ومنشورات إحصائية.
- 2.2.3. نظام المعلومات التجارية والاستثمارية: ويتمثل في:

- الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة: وتقوم بإنتاج ونشر مجموعة من المعلومات عن التجارة والصناعة في الجزائر، وتوجه هذه المعلومات أساسا إلى أصحاب المنظمات والمستثمرين في الجزائر. (caci, 2013)

- المركز الوطني للإعلام الآلي والإحصائيات: وهو مركز تابع للمديرية العامة للجمارك وهو مكلف بإعداد الإحصائيات المتعلقة بالتجارة الخارجية للجزائر.

- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار: وهي وكالة تابعة لرئاسة الحكومة مكلفة أساسا بالبحث والدراسة وتقديم المقترحات والآراء من أجل ترقية وتطوير الاستثمار في الجزائر. (andi, 2013)

- نظام المعلومات العلمية والوثائقية: ويتمثل في :

✓ مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني: وهو هيئة عمومية ذات طابع علمي وتقني تعمل تحت وصاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وتستند أنشطته على البحث والتنمية في مجال معالجة البيانات والعلوم التوثيقية والخدمات، البحث والتطوير في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والشبكات والإعلام الآلي التطبيقي، كما أنه مسؤول عن خدمة الانترنت (الاتصال بالشبكة، الاشتراك..). (cerist, 2013)

✓ المركز الوطني للإعلام والوثائق الاقتصادية: ويعمل على جمع وتصنيف الدراسات ذات الطابع الاقتصادي كما يقوم بتنسيق كل الجهود التي تسعى إلى إنشاء وتطوير مراكز المعلومات والوثائق الاقتصادية. وتكمن أهمية هذا النظام بالنسبة للمنظمات الجزائرية من خلال مستويين اثنين هما:

• الأول على المستوى الجزئي: وذلك من أجل دعم المنظمات الجزائرية بالمعلومات اللازمة، حيث تعتبر المعلومة بمثابة السراج المضيء لمسارها.

• أما الثاني فيكون على المستوى الكلي: وذلك من أجل تأهيل المنظمات الجزائرية والوصول بها إلى مصاف المنظمات العالمية.

4. استراتيجية صياغة الذكاء الاقتصادي في تنمية تنافسية المنظمات الجزائرية:

1.4. عوائق إقامة نظام الذكاء الاقتصادي في الجزائر:

بين العوامل المعيقة لإقامة نظام للذكاء الاقتصادي يمكن ذكر خمسة عوامل أساسية هي :

- العوامل الوسائلية والفنية.

- العوامل المتعلقة بالسياسات العامة.

- العوامل المرتبطة بنظام الحاكمية في أجهزة الدولة والمؤسسات.

- العوامل الثقافية.

- العوامل المرتبطة بالموارد البشرية في البلاد.

فعلى المستوى الثقافي، إن ما يلفت الانتباه هو إشارة التقرير لوجود بعض المقومات التي تميز الفرد الجزائري أثناء أدائه لمهامه كالاتصال الشفوي الذي أثبت نجاعته مقابل الاتصال الكتابي، وكذا ميل هذا الفرد نحو تشكيل الفرق الصغيرة الأمر الذي يساهم في تفادي النزاعات التنظيمية ومقاومة التغيير.

وعلى مستوى الموارد البشرية، فهناك قناعة تامة بضرورة تكوين وتأهيل والمحافظة على الموارد البشرية المتاحة في مجال الذكاء الاقتصادي. إضافة إلى ضرورة تفعيل دور نشاط البحث والتطوير في المؤسسات الاقتصادية والإدارية بما يتماشى وتحسين تنافسيها داخليا وخارجيا.

2.4. مقومات الذكاء الاقتصادي في الجزائر:

ولتتمين مقومات الذكاء الاقتصادي في الجزائر وإتاحة الفرصة لباقي الأعوان الاقتصاديين والاجتماعيين للمشاركة في صياغة إستراتيجية وطنية لإرساء عمليات الذكاء الاقتصادي والدراسات الإستراتيجية على المدى القصير. نقترح ماييلي: (تير، 2013)

1.2.4. دعم الشفافية والنشر: على الإدارات العامة والمؤسسات الاقتصادية معالجة كميات البيانات الهائلة المتوفرة لديها معالجة ذكية واستخراج مختلف المعارف الخفية التي تميز الظواهر والسلوكيات. ومن واجب هذه الهيئات العمل على نشر المعلومات التي تخص الجمهور بمختلف شرائحه بصفة هادفة واقتصادية، وتشجع التعاون بين المؤسسات وذلك للقضاء على ظواهر حجب المعلومات، واستغلالها كمصدر للسلطة. وتقع هذه المسؤولية أساسا على مشرفي المؤسسات الكبرى والمستثمرين والمساهمين والقادة الإداريين.

2.2.4. تطوير البرامج البيداغوجية: من واجب الجامعات ومؤسسات التعليم العالي والتكوين المهني تطوير البرامج البيداغوجية وتحسينها وفقا لما يتطلبه محيط المؤسسات. ويراعى في ذلك انفتاح هذه البرامج للمعرفة والتعليم النوعي وفقا لما هو جاري به العمل في البلدان المتقدمة من حيث الكفاءة، والغرض من ذلك هو تكريس سلوك البحث عن المعلومات و تقييمها واستخدامها أحسن استخدام، ولن يتأت ذلك إلا باستغلال كافة فرص التعاون المتاحة بين الجامعات ومراكز التكوين المحلية والأجنبية في إطار الشراكة الأور متوسطة (اتفاقية برشلونة 1995)، واتفاقيات الشراكة مع الاتحاد الأوروبي (2001) وباقي اتفاقيات التعاون الدولية في مجال التكوين والتدريب.

3.2.4. تفعيل دور الغرف التجارية والمصالح الاقتصادية للدولة والجمعيات المهنية والنقابية: تحوز هذه الهيئات على كميات هامة من المعلومات ووسائل التكوين تمكنها من لعب دور فعال في تحسين المردودية والتنوعية وإعادة تأهيل أفرادها. ويضعها دورها كحلقة أساسية في سلسلة الاستثمار والمقاولة في مصب اهتمام طالبي المعلومات الاقتصادية والاجتماعية والجغرافية. إلا أنه من الأساسي تحديد إستراتيجية لتنسيق نشاط هذه الهيئات ودعم تدخلاتها على المستوى القومي، الإقليمي والعالمي.

4.2.4. شبكات البنوك والمؤسسات المالية الدولية: تعتبر هذه المؤسسات سلاح ذو حدين، يتمثل الحد الأول في كونها مؤسسات مهيكلية للإقليم عن طريق شبكة الوكالات التي تحوزها ، مما يساعد في التكفل باحتياجات الجمهور المتعددة وتقييم الخدمات المختلفة وبناء قواعد وبنوك بيانات هائلة يمكن استخدامها في تحديد الاستراتيجيات التسويقية. أما الحد الثاني فيتمثل في قدرتها على تمويل مشاريع الذكاء الاقتصادي والشراكة فيها ودعمها ماديا، الأمر الذي يسهل دخول أسواق جديدة وكسب زبائن أقل ما يقال عنهم أنهم مريحون للمؤسسة.

5.2.4. هيئات دعم وتنمية الاستثمار: عمدت الدولة إلى إنشاء وكالة لترقية دعم ومتابعة الاستثمارات بهدف تفعيل سياسة الدولة في ميدان الاستثمار سميت سابقا بوكالة دعم ومتابعة الاستثمار وانطلاقا من 2001 بالوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار وهي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية وبالاستقلالية المالية، وهي موضوعة تحت وصاية رئاسة الحكومة. تنحصر مهمة هذه الوكالة في تقييم المشاريع واتخاذ قرار منح المنافع المنصوص عليها في قانون ترقية الاستثمارات. كما هدف المشرع من خلال إنشائها إلى تقديم المساعدة الفعلية للمستثمرين في مختلف مراحل إنجاز مشاريعهم الاستثمارية.

6.2.4. هيئات دعم وتنمية الاستثمار: تتمثل المهمة الأساسية للمصالح الإحصائية، الجبائية والمالية والتجارية للدولة في القيام بحملات إعلامية تتميز بالجدية والاستمرارية تجاه مستخدمي المعلومات الاقتصادية والاجتماعية. كما ان كل من الأساتذة والباحثين والصحفيين مطالبين بالمساهمة في إعداد مثل هذه النشاطات وإيصالها إلى جمهور الطلبة المتدربين والممارسين. إلا أن الأمر المهم هو تكوين أفراد هذه المصالح في مجال الذكاء الاقتصادي وإدارة المعرفة وأنظمة المعلومات، واستخدام الكفاءات في كافة مراحل إدارة الشؤون العامة.

II - الخلاصة:

من خلال ما سبق تم التوصل إلى النتائج التالية:

- يعتبر نظام المعلومات الوطني والذي يشمل عدة مراكز تعمل على إنتاج المعلومات الاقتصادية (جمع المعلومات، تخزينها، معالجتها، نشرها)، المصدر الرئيسي الذي يمد مختلف المنظمات بالمعلومات اللازمة من اجل اتخاذ مختلف القرارات.
- يعتبر نظام المعلومات الوطني خطوة أساسية نحو تامين مقومات الذكاء الاقتصادي في المنظمات وتحسين تنافسيته.
- الذكاء الاقتصادي هو نظام يشمل مجموعة من التطبيقات والتكنولوجيات التي من شأنها جمع المعلومات وتحليلها ونشرها لاتخاذ القرارات، وهو يتكون من ثلاث عناصر أساسية تتمثل في اليقظة الإستراتيجية، الحماية والتأثير.
- يكتسي الذكاء الاقتصادي أهمية بالغة كونه يساهم في حماية المنظمة من التهديدات ويمكنها من معرفة الفرص واقتناصها، كما تستطيع بواسطته أن تتكيف مع قواعد السوق، الأمر الذي ينعكس ايجابا على تنافسيته وتحقيق أهدافها، كما يعتبر أداة للتطوير والإبداع، فالذكاء الاقتصادي يعتبر أقوى وسيلة معرفية متاحة تحت تصرف المنظمة.
- يعتبر مفهوم الذكاء الاقتصادي مدخلا أساسيا لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية.
- تعاني الجزائر من تأخر مستواها التكنولوجي والتنافسي حيث تعرف تأخر نسبيا في مجال الذكاء الاقتصادي، إضافة إلى تدني المستوى التكنولوجي وغياب الثقافة المعلوماتية ونقص البحث والتطوير لدى أغلب المنظمات الجزائرية، كما تعاني من مشكل نقص المعلومات في مختلف المجالات.
- قصد تعزيز الذكاء الاقتصادي في الجزائر ورغبة من الدولة الجزائرية في حل مشكل نقص المعلومات فقد قامت بإنشاء نظام وطني للمعلومات الاقتصادية من خلال عدة مراكز معلوماتية تضمن تدفق المعلومات إلى مختلف المتعاملين الاقتصاديين.
- ومن أجل تامين مقومات الذكاء الاقتصادي قامت الجزائر بمجموعة من الإجراءات نحو ترسيخ الذكاء الاقتصادي لما توفره من مزايا ومعلومات من شأنها أن تدعم هذه المنظمات وتساعد في عدة مجالات، كما أنها تساهم في تأهيل المنظمات الجزائرية وتحسين تنافسيته في الأسواق العالمية.

- الإحالات والمراجع :

1. الدردري، (2010)، ندوة وطنية حول تطبيقات ذكاء الأعمال، الوكالة العربية السورية للأنباء، تاريخ الاطلاع 2013، على الموقع الالكتروني <http://www.sana.sy/ara> :
2. حسين رحيم، (2003)، نظام للمعلومات الوطني كأداة لدعم الشفافية وترشيد القرار مع تحليل مقارن ل(ONS,CERIST) في الجزائر و(IDSC) في مصر، الملتقى الدولي حول الشفافية ونجاعة الأداء للإندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي، جامعة الجزائر، الجزائر.
3. رضا تير، (2013)، دور الذكاء الاقتصادي في إرساء آليات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير: واقعه وأفاقه في الجزائر، على الموقع الالكتروني: <http://www.csla.dz>.
4. سهام عبد الكريم، (2012)، سياسات دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة، الأردن.
5. عبد الرزاق خليل، وأحلام بوعبدلي، (2005)، الذكاء الإقتصادي في خدمة منظمة الأعمال، المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، جامعة الزيتونة، الأردن.
6. عبد الله بلوناس، و لمجد بوزيدي، (2012)، دور الذكاء الاقتصادي في دعم المعلومة الاستراتيجية (مع الإشارة إلى الحالة الجزائرية)، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة، الأردن.
7. مسعود ديلي، (2008)، الذكاء الاقتصادي والعمل الضغطي: الحروب الخفية، مدارات، جريدة القدس (6061).

8. مصطفى بودرامة، (2012)، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين تنافسية المشروعات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر حول ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة، الأردن.
9. يحيى دريس، و حسين رحيم، (2006)، أهمية إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية في دعم وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (حالة الجزائر)، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، الجزائر.
10. Dahman, M,(2005), le système national d'information économique: élément pour une modélisation global, séminaire SNIE état et perspectives,SERIST, université Alger, Alger.
11. Djeflat, A, (2005), mondialisation des nouvelles technologie de l'information et de la communication et politique sociale, revue des sciences sociale .
12. CNES,(2004) , les exigences du mutation du système d' information économique et social contrubtion au débat national, projet de rapport.
13. cer caci, (2013) , www.caci.dz.
14. Ist,(2013) , www.cerist.dz.
15. Andi, (2013) , www.andi.dz.
16. Ons , (2013),www.ons.dz.

رابطة دول جنوب شرق آسيا (الآسيان) – نموذج رائد في مجال مناطق التجارة الحرة- ASSOCIATION OF SOUTHEAST ASIAN NATIONS (ASEAN)- A PIONEERING MODEL IN THE FIELD OF FREE TRADE ZONES

قادري فوزي^{1*}، سليمان زواري فرحات²، يزيد بلابل³

¹ جامعة الجزائر 03 (الجزائر).

² جامعة عبد الحفيظ بوالصوف (ميلة) ³ جامعة قاصدي مرباح (ورقلة).

تاريخ النشر: 2019/12/31

تاريخ القبول: 2019/10/12

تاريخ الاستلام: 2019/09/14

ملخص:

تعتبر رابطة الآسيان نموذجا ناجحا لتجارب الاندماج الإقليمي لمجموعة من الدول النامية وتقدم تجربة متماسكة للعمل الإقليمي المشترك، والتي على الرغم من التباينات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وخاصة الانقسامات العرقية والدينية بين دول الرابطة لحظة إعلان تأسيسها استطاعت أن تتحسس طريقها نحو المزيد من التعاون في المجالات المختلفة وتسرع عملية التنمية الاقتصادية والتقدم الاجتماعي وتتفادى المنازعات والاضطرابات الأمنية في المنطقة. الكلمات المفتاح: الآسيان؛ مناطق التجارة الحرة؛ الاندماج الإقليمي؛ التنمية الاقتصادية. تصنيف JEL: F15؛ F130؛ O1.

Abstract:

The ASEAN Association is a successful model for the regional integration experiences of a group of developing countries and provides a coherent experience for joint regional action, which despite economic, political and social differences, especially ethnic and religious divisions between the countries of the Association at the moment of the founding declaration, was able to sense its path towards more cooperation in various fields and speed up the process Economic development and social progress and avoiding security conflicts and unrest in the region.

Keywords: ASEAN; Free Trade Zones; Regional Integration; Economic Development

Jel Classification Codes: F130 ; F15 ; O1.

- I تمهيد :

تتميز دول الآسيان بأنها دول صغيرة ومتوسطة ذات اقتصاد مفتوح، وتصنف في الاقتصاد العالمي أنها دول تجارية وتملك نسبا مرتفعة من الإنتاج المخصص للتجارة مقارنة مع مثيلاتها من الدول، حيث تُعتبر التجارة المحرك الأساسي للنمو بالنسبة لجميع دول المنطقة تقريبا، وشكّل انفتاح هذه الدول واعتمادها على سياسات تنمية الصادرات أحد العوامل الأساسية التي ساعدتها على اكتساب حصص متزايدة في التجارة.

- II نشأة وتطور كتل "الآسيان" اتحاد جنوب شرق آسيا:

أنشئت رابطة الآسيان بموجب إعلان بانكوك بتاريخ 08 أوت 1967 وذلك كنوع من الحلف السياسي لمواجهة المد الشيوعي في جنوب شرق آسيا، غير أنه مع مرور الوقت أصبحت الرابطة تهتم أكثر فأكثر بالتعاوف في مجالات أوسع (سياسيًا، اقتصاديًا، أمنيًا وثقافيًا)، وضمت الرابطة في البداية خمس دول هي ماليزيا، أندونيسيا، سنغافورة، الفلبين وتايلندا، ثم انضمت إليها كل من بروناي في جانفي 1984

* فوزي قادري: الإيميل: kadfaw@gmail.com.

وفيتنام في جويلية 1995 ، لاوس ومينمار في 1997 وأخيرا كمبوديا في 30 أفريل 1999، وتعتبر ماليزيا من أهم المتحمسين لهذا التكتل الذي بدأ يُركّز على التعاون الاقتصادي الإقليمي فيما بين الدول الأعضاء، في مجال توحيد سياسات التصنيع، تحرير التجارة البينية على أساس قوائم سلعية وتنفيذ سياسات وطنية لإحلال الواردات وحماية الصناعات الناشئة خاصة بعد الأضرار الشديدة التي لحقت بها نظرا للحماية المُطبقة من طرف الدول المُتقدمة كأمريكا وأوربا اتجاه صادرات تلك الدول. (عبد الوهاب، رميدي؛ علي، خالفي، 2009)

بالرغم من أن الرابطة كانت اقتصادية بحتة إلا أن الجانب السياسي والأمني بدأ بالظهور بسبب التطورات السياسية التي عاصرتها هذه الدول مع بداية سبعينيات القرن الماضي كتنامي القوة العسكرية الفيتنامية بعد غزوها لكمبوديا، إلى جانب ظهور محدودية التواجد العسكري الأمريكي في المنطقة. لذا جاءت أهداف ومبادئ الرابطة معبرة عن هذا الإدماج بين الجانب السياسي الجانب الاقتصادي، فعلى مستوى الأهداف ركزت على أهمية التعاون الاقتصادي فيما بين دول الرابطة أما على مستوى المبادئ فقد أبرزت أهمية انتشار السلام والاستقرار في المنطقة.

ظلت الآسيان منظمة إقليمية محدودة الفعالية إلى أن أخذت طريقها الجدي نحو تحقيق مزيد من الفعالية على المستويين الإقليمي والدولي، وهو ما تحقق في اجتماع بالي بأندونيسيا عام 1976 بحضور رؤساء دول وحكومات الدول الخمس المؤسسة - الفلبين، تايلاند، سنغافورة، أندونيسيا ماليزيا - وفي الاجتماع الثاني في عام 1977 حيث شكل هذان الاجتماعان نقطة تحول في تاريخ الرابطة فقد فرضت القضايا السياسية والأمنية نفسها، ومن هنا أخذت الرابطة على عاتقها مسألة تجاوز و مواجهة ما بين أعضائها من تناقضات والاتفاق على عدة مبادئ تشكل التوجهات العامة للسياسة الخارجية لدول الرابطة.

مع بداية التسعينيات من القرن الماضي اتجهت الرابطة إلى إنشاء شبكة هائلة من المؤسسات فضلا عن تدعيم العلاقات الاقتصادية والثقافية على إعلان سنغافورة على النحو الذي جعلها أكبر أقاليم العالم الثالث ازدهاراً في عام 1992، (صلاح الدين، 2007) تم التوقيع لإنشاء منطقة التجارة الحرة لدول الآسيان، بهدف الوصول بالتعريف الجمركية إلى صفر بالمائة، وحددت أهدافها بحيث تشمل تحرير التجارة في منطقة الآسيان وصولاً إلى إسقاط الحواجز غير الجمركية وجذب الاستثمارات الأجنبية، تكييف الرابطة مع الأوضاع الاقتصادية الدولية،

إلى جانب التعاون الاقتصادي شهد التعاون السياسي والأمني تطوراً كبيراً سنة 2000 عندما عقدت الرابطة أكبر منتدى أمني في قارة آسيا بتايلاند تم من خلاله مناقشة عدة قضايا منها: صناعة الصواريخ وانتشار الأسلحة النووية والصراعات في المحيط الهادي، وقضايا أخرى متعلقة بالصراعات في المنطقة، وشاركت في هذا المنتدى بالإضافة إلى دول الرابطة دول أخرى لها اهتمامات أمنية كأستراليا، كندا، الصين، الهند وكوريا الجنوبية.

أما عن الأعضاء الحاليين فإن الرابطة اليوم بانضمام باكستان ونيوزيلندا والصين يصبح الآسيان بذلك أكبر منطقة تجارة حرة في العالم تغطي سوقاً، استهلاكياً قوامه أكثر من مليار وسبعمئة مليون نسمة، وتحقق للصين تبادلاً تجارياً يفوق المليار دولار سنوياً (عفيفي، 2005)، كما تسعى رابطة

الآسيان كذلك إلى دعوة اليابان وكوريا الجنوبية للانضمام لاحقاً، ما يعني أنها ليست تكتل اقتصادي مغلق قاصر على دول الجنوب الآسيوي، وإنما يعد تكتلا مفتوحا يقبل في عضويته دولاً أخرى من جنوب شرق آسيا وهو ما يمهد السبيل إلى اتساع نطاق هذا التكتل الاقتصادي الآسيوي.

III- مبادئ وأهداف الآسيان:

فيما يخصّ المبادئ التي قامت عليها الرابطة، فإن معاهدة الصداقة والتعاون الموقعة في قمة الرابطة المنعقدة في مدينة بالي الأندونيسية في 24 فيفري 1976 قد وضعت المبادئ التي تحكم العلاقات بين الدول الأعضاء والتي تمثلت في: (جاد، 1995)

- عدم دعوة القوى الخارجية للتدخل في صراعات المنطقة وحلها في إطار الرابطة.
 - الاحترام المتبادل للسيادة والهوية الوطنية لجميع الدول الأعضاء،
 - احترام الاستقلال والسلامة الإقليمية.
 - حق كلّ دولة في تسيير شؤونها الداخلية دون تدخل أطراف خارجية أو باقي الدول الأعضاء،
 - معالجة الخلافات والنزاعات التي يُمكن أن تنشأ بين الأطراف المتعاقدة بطرق سليمة،
 - التخلي عن التهديد واستعمال القوة،
 - التعاون الفعال بين مختلف الدول الأعضاء.
- كما حدّد إعلان بانكوك أهداف الرابطة كما يلي:
- تسريع العمل الاقتصادي والتقدم الاجتماعي والثقافي في المنطقة عن طريق بذل الجهد المشتركة وتشجيع التعاون الجهوي بين الدول الأعضاء،
 - تعزيز الدراسات حول إقليم جنوب شرق آسيا،
 - الحفاظ على درجة عالية من التعاون الايجابي مع المنظمات الدولية والإقليمية،
 - تبادل المساعدات في مجال التدريب، والبحوث العمية والمهنية والتقنية.
 - تشجيع السلام والاستقرار الإقليميين وذلك من خلال احترام العمالة في المنطقة وتطبيق القانون في العلاقات البينية والالتزام بمبادئ ميثاق الأمم المتحدة.
- بالإضافة إلى أن إنشاء رابطة الآسيان يحقق عدة أهداف لخدمة المصالح الإستراتيجية للولايات المتحدة (محمود، 1994)، والتي من أبرزها: (STOCKES & AHO, A996)
- الحد من نفوذ النشاط الاقتصادي الياباني الآخذ في النمو.
 - حصار البؤر الشيوعية في محاولة لتطويق فيتنام والإتحاد السوفيتي فيما عرف حينئذ بسياسة الحصار (التطويق).
 - دعم التكامل الإقليمي بين الدول الموالية والصديقة عبر الاستثمارات المشتركة والتعاون الاقتصادي.

الملاحظ أن الدول الخمسة المؤسسة لهذه الرابطة لم تحدد أهدافا صريحة للتكامل الاقتصادي، وفضلت منهجا تعاونيا كما لم تحدد جدولا زمنيا محددا لتجسيد مراحل التكامل وذلك بسبب أن الهدف

الأساسي الذي أنشئت من أجله كان سياسيًا بالدرجة الأولى، ثم تطورت المفاهيم بتغيّر الظروف وتم إنشاء رابطة التجارة الحرة التي شكّلت إحدى الدعامات الأساسية للتكامل الاقتصادي في جنوب شرق آسيا.

IV - أهمية تكتل رابطة الآسيان:

يمكن تلخيص أهم الملاحظات التي تعبر عن أهمية الرابطة من خلال ما يلي: (جاد، 1995)

– الدور الآسيوي يتنامى في العلاقات الاقتصادية الدولية، وعلى الأخص منذ حقبة التسعينيات من القرن الماضي. فاليابان تمثل أكبر ثنائي عملاق اقتصادي في العالم بعد الـ.وم.أ، بل يرجح الخبراء والمحللون أن يكون القرن الحادي والعشرين هو قرن آسيا بقيادة اليابان أو الصين أو كليهما. فمعدلات النمو العالمية التي لا تقل عن 8% التي يشهدها العملاق الصيني منذ مطلع التسعينيات من القرن الماضي لخير دليل على انطلاق هذا العملاق واحتلاله لمكانة مرموقة في الاقتصاد العالمي، وقدرته المتزايدة على لعب دور متنامي في العلاقات الاقتصادية الدولية.

– اتساع نطاق المخاوف الآسيوية في ضوء الاقتراح الأمريكي الذي طرح في "منتدى دافوس" في جوان 2003 باستعداد الـ.وم.أ لإقامة منطقة تجارة حرة مع دول منطقة الشرق الأوسط في غضون 10 سنوات.

– تتجه دول رابطة الآسيان إلى الإسراع في تفعيل منطقة التجارة الحرة بينها في ضوء اتفاق 34 دولة في قمة كيبك الكندية في أبريل 2001 على إقامة منطقة تجارة حرة بين الأمريكيتين، وترجع مخاوف الدول الأعضاء في الآسيان من هذا التحرك الأمريكي إلى أن منطقة التجارة الحرة الأمريكية تضيق الخناق على دول القارة الآسيوية وتخلق مناخا اقتصاديا مغايراً يحد من دخول منتجاتها إلى أمريكا الجنوبية والشمالية.

– تمثل منطقة التجارة الحرة داخل حدود رابطة الآسيان أكبر تجمع اقتصادي في العالم بأسره من زاوية عدد المستهلكين، وهو الأمر الذي يسهم كثيراً في تحقيق وفورات اقتصادية كبرى من خلال تخفيض التكاليف، ويسهل حركة انتقال السلع والأشخاص داخل المنطقة ويزيد بالتالي من قدرتها التنافسية داخل تجمع الآسيان وخارجه، بل إن فتح الباب أمام عضوية كل من اليابان وكوريا الجنوبية إنما يمثل علامة بارزة على طريق توسع دائرة التجارة البينية داخل التكتل، ويحقق بذلك التوقعات القائلة بأن القرن الحادي والعشرين هو قرن القارة الآسيوية.

– لقد أصبحت رابطة دول الآسيان واحدة من الكتل الاقتصادية والتجارية المؤثرة في العالم فمن خلال العقدين الماضيين حققت الدول الخمس المؤسسة للرابطة نموا اقتصاديا كبيرا حيث تعتبر دول الآسيان من أكبر المصدرين الخمس للسلع الزراعية على الأقل إذ أن تايلاند وفيتنام تصدران 60% من تجارة العالم من الأرز وتصدر تايلاند وماليزيا وأندونيسيا أكثر من 80% من تجارة المطاط العالمية غير أن الأزمة المالية الآسيوية عام 1997 وجهت ضربة قاسمة لاقتصاديات الآسيان حيث انخفض النمو الاقتصادي فقد كانت الرابطة تستقطب 60% من مجمل الاستثمارات المتدفقة على آسيا وذلك قبل عام 1997 وتراجعت هذه النسبة إلى 20% فقط في الوقت الراهن ومن الأهمية القول أن دول الآسيان اعتبرت خلال 30 عاما من وجودها انجح منظمة إقليمية لدول نامية، في حين قيمة التجارة البينية لدول الآسيان تقدر بـ 166.1 مليار دولار وهو ما يمثل نسبة 22% من التجارة البينية إلى التجارة الخارجية.

أما عن رؤية الرابطة لعام 2020، تتضمن تطلع الرابطة لأن تكون منطقة سلام وحرية وحياد تزول فيها أسباب الصراع وتحل الخلافات بالطرق السلمية، تساهم فيها الموارد البشرية والطبيعية في التنمية والرفاهية للجميع وكممبر تسوده الديمقراطية وأن تتحول إلى مشاركة في التنمية تنطوي على تكامل أوثق داخل الإقليم وتحقيق اندماج أمتن وتكامل اقتصادي يضيق الفجوة بين مستويات التنمية للدول الأعضاء مع التأكيد على بقاء نظام التبادل عادلا ومنفتحا، وبلوغ تنافسية عالمية. وتعهدت بالعمل على تحقيق الاستقرار الاقتصادي الكلي والمالي بالتشاور حول السياسات الاقتصادية الكلية والمالية، وعلى تعزيز التعاون والتكامل الاقتصاديين وذلك من خلال: (الإمام، 2004)

- استكمال منطقة التجارة الحرة وتسريع تحرير تجارة الخدمات، إقامة منطقة الآسيان للاستثمار بحلول 2010 وتحرير تدفق رأس المال بحلول 2020،
- تكتيف وتوسيع نطاق التعاون، تجميع وتوسيع الروابط الإقليمية الخارجية، تعزيز نظام التجارة متعدد الأطراف، تعزيز دور قطاع الأعمال كمحرك للتنمية.

الخلاصة أن إشكالية الصلة بين التعاون الاقتصادي وتوسع الاعتماد المتبادل بين مجموعة الآسيان من جهة وقضايا الأمن وسياسته من جهة أخرى هذا هو التحدي البارز لدول الآسيان والرأي السائد هو أن التحسن في التعاون الاقتصادي ينعكس على التعاون السياسي والأمني إلا أن هذا الاستنتاج لا يوجد له ما يعززه في الواقع إذ أن قضايا السياسة والأمن تبقى الأقرب إضافة إلى قضية السيادة والمشاعر الوطنية كما أن متخذي القرار يهتمون ويقلقون على أمور الأمن أكثر من قلقهم على تعثر سياسات الاقتصاد والتنمية.

7- مجالات التعاون بين الدول الأعضاء في الآسيان:

تنقسم مجالات التعاون القائم بين الدول الأعضاء في الرابطة إلى تعاون اقتصادي وتعاون سياسي كما يلي:

1. التعاون الاقتصادي:

بالرغم من أن التعاون الاقتصادي بين دول الآسيان قد بدأ في إطار ضيق ومحدود، لنشاطات متعلقة بالغذاء والطاقة والنقل وأجهزة الاتصال والزراعة والسياحة فحقق التعاون بينهم احتياطي غذائي آسيوي، إلا أن البداية الحقيقية لآليات التعاون الاقتصادي جاءت في الوقت الذي عقدت في قمة "بالي" باندونيسيا عام 1976 وتم تشكيل ثلاث لجان رئيسية هي:

- معاهدة التجارة التفضيلية (الدولة الأولى بالرعاية) P.T.AS.

- المشروعات الصناعية (للآسيان) A.I.P.S.

- المنطقة الصناعية المغلقة.

وقد عنيت الاتفاقية الأولى بجعل حرية التجارة مكفولة بين دول المنطقة (أي بجعل الدول الأعضاء منطقة تجارة حرة مغلقة)، وتكفلت الثانية والثالثة بالتعاون الصناعي. (Seiji & Miguel, 1989)

وفي أعقاب القمة ذاتها وبناء على الاتفاقات المتبعة اتفق وزراء اقتصاد دول الآسيان على توزيع المشروعات الصناعية على الدول الأعضاء.

وفي عام 1977 وافق وزراء الاقتصاد على المشروعات المختارة فيما عدا الفلبين التي استبدلت المشروع الذي أجبر عام 1979 بمشروع آخر لإنتاج الورق، كما غيرت الفلبين مشروعها ثانية واستبدلته بثالث لتصنيع النحاس وأجازه وزراء اقتصاد الآسيان عام 1982.

ووفقا لاتفاق الأفضلية التجارية، اتفق على إضافة (50) منتجا في كل جولة من المفاوضات، كما وافق وزراء الاقتصاد على إعفاء كل صفقة تقل قيمتها عن خمسة آلاف دولار من الرسوم الجمركية. وبعد ذلك بعامين وصلت هذه القيمة إلى عشرة ملايين وبعد ذلك استبدلت "الآسيان" المفاوضات متعددة الأطراف الجماعية بالمفاوضات الثنائية، وفيما يتعلق بالتخفيضات الجمركية على المنتجات غير الزراعية التي يصل التخفيض فيها إلى 50 %، فقد وصلت فائدة هذه المنتجات عام 1983 إلى (12) ألف منتج. (جاد، 1995)

2. التعاون السياسي:

أثرت ظروف النشأة والتطور على دور الآسيان السياسي حيث ركز قادة الدول الأعضاء في الآسيان جهودهم على دعم التعاون الاقتصادي والصناعي والتجاري أساسا دون الانصراف إلى الشؤون السياسية.

لكن نظرا لعدم إمكانية الفصل بين ما هو سياسي وما هو اقتصادي عمليا، فقد اضطر الآسيان إلى الخوض في المسائل السياسية التي بدأت بتأكيد وزراء الخارجية على حياد المنطقة وظهر مفهوم منطقة السلام والحرية والحياد "Zone of Peace, Freedom and Neutrality" وسيطر هذا المفهوم (Zopfan) على الاجتماع الوزاري الرابع للآسيان في مارس 1971، وكذا اجتماع وزراء الخارجية في نوفمبر 1971 وسعى وزراء الخارجية إلى إصدار إعلان عن عزمهم السعي إلى جعل هذا المفهوم جزءا من السياسة الرسمية للرابطة كما سعت في إطار نشاطها السياسي إلى إجراء حوارات مع الجماعة الأوروبية (1972) وأستراليا (1974) ونيوزيلندا (1975) وكندا واليابان والولايات المتحدة (1977) في إطار من التقسيم حيث تكفل كل عضو من الرابطة بالإشراف على الحوار مع قوة من القوى الدولية، وقد غطت هذه الحوارات جوانب متعددة من التعاون التنموي والمساعدات الفنية ومشروعات الأبحاث والتجارة. (ماجدة، 1995)

إلا أنه يجدر القول أن أعظم الأدوار السياسية التي لعبها الآسيان هو ذلك الدور المتعلق بقضية كمبوديا التي تفجرت على أثر الغزو الفيتنامي لكمبوديا في كانون أول / ديسمبر 1978، إذ تحركت الآسيان و أدانت الغزو كما وقفت إلى جوار الصين ضد الاتحاد السوفيتي الذي بدأ مؤيدا للغزو، وعلى أثر تحركات الآسيان والدعم الأمريكي لها، نجحت في استصدار قرارات من مجلس الأمن تطالب فيتنام بالانسحاب من كمبوديا، وكانت نتيجة ذلك عقد مؤتمر للأمم المتحدة حول كمبوديا في نيويورك عام 1981 كما تمسكت بضرورة حضور الفئات الأربعة الممثلة للشعب الكمبودي.

بالرغم من أن المؤتمر انتهى إلى صدور بيان ختامي ذو طابع توفيقى حرص على التوفيق بين مطالب الآسيان من جهة ومطالب الصين من جهة أخرى حيث أكد على ضرورة انسحاب القوات الأجنبية وإجراء انتخابات حرة تحت إشراف الأمم المتحدة، إلا أن جهود الآسيان لم تفقر إذ استمرت خلال عقد الثمانينات في تبني سياسة متماسكة إزاء القضية، وقد تمثل ذلك في عدد من الإجراءات كان منها مشروع

السلام الذي قدمته الرابطة في الاجتماع السنوي (بانكوك) في تموز / يوليو 1988 الذي ارتكز على وقف إطلاق النار و انسحاب القوات الفيتنامية على ثلاثة مراحل ونزع سلاح الفصائل الكمبودية على مرحلتين و تشكيل حكومة انتقالية و إجراء انتخابات عامة تحت إشراف دولي. (جاد، 1995)

كما دعت الرابطة منظمة دول عدم الانحياز في 18/04/1986 إلى مساندة مواقف الرابطة في جهودها لتسوية القضية الكمبودية. وانتهت بدخول الرابطة في مفاوضات مباشرة مع فيتنام واقترحت تشكيل مجلس دولي أعلى من القوى المعارضة يشغل مقعد كمبوديا في الأمم المتحدة.

VI- أهم المؤشرات الاقتصادية لدول رابطة الآسيان:

تزايد معدلات النمو الاقتصادي في دول رابطة الآسيان وازدياد مساهمتها في التجارة الدولية يجعلها تتميز عن الاقتصاديات النامية: (الامام، 2004)

- النمو السريع في المنتجات الزراعية.
- ارتفاع معدلات نمو الإنتاجية.
- معدلات مرتفعة في نمو رأس المال المادي والبشري.
- ارتفاع نمو الصادرات من السلع المصنعة.
- انخفاض نسبة التفاوت في الدخل وانخفاض معدلات الفقر.
- زيادة نسبة المدخرات المحلية والاستثمارية.

ويمكن أن نعطي بعض المؤشرات الخاصة برابطة الآسيان كما يلي: (عبد الوهاب، رميدي، علي، خالفي، 2009)

1. تعداد السكان:

فيقدر بحوالي 453,9 مليون نسمة لدول الآسيان لسنة 2002 و 1294,9 مليون نسمة للصين وبالتالي تصبح رابطة دول الآسيان أكبر التكتلات الاقتصادية في العالم من حيث تعداد السكان والتي تعد سوفا لأكثر من 1,7 مليار نسمة.

2. الناتج المحلي الإجمالي:

يصل إلى 1266,1 مليار دولار في الصين سنة 2002، أي بمعدل نمو سنوي 8 % للفترة 2001-2002 أما بالنسبة لدول الآسيان مجتمعة فبلغ نحو 200 مليار دولار، كما نلاحظ أيضا معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في فيتنام وكمبوديا ب 7,1 % و 4,5 % على التوالي وهذا النمو يدل على زيادة الإنتاجية خاصة في المجال الزراعي وتفعيل رأس المال المادي والبشري، إضافة إلى الامتيازات التي تقدمها الحكومات لتشجيع التصدير وجذب المشروعات الاستثمارية الأجنبية.

3. التجارة الخارجية:

يلاحظ أن تكتل رابطة جنوب شرق آسيا يزداد دوره في التجارة العالمية بشكل مطرد، بدليل أنه بعد أن كانت صادراته تمثل حوالي 3,1 % من إجمالي الصادرات في العالم عام 1987 وحوالي 11,3 % من إجمالي صادرات الدول النامية، فقد وصلت هذه الصادرات إلى حوالي 5,2 % من إجمالي الصادرات في العالم وحوالي 16,8 % من إجمالي صادرات الدول النامية سنة 2003 ، وقد وصل إجمالي صادرات رابطة الآسيان إلى جانب الصين ما يقارب 763 مليار دولار لسنة 2003 أما بالنسبة للواردات فبلغت 1076,3 مليار دولار، وكانت أكبر النسب مسجلة في كل من الصين بـ 377 مليار دولار وتصديرا و 134,61 مليار دولار استيرادا. (عبد الحميد، 2003)

- أما حجم التجارة الخارجية للصين بلغ 988,86 مليار عام 2003 في حين بلغ لدول رابطة الآسيان نحو 877,7 مليار دولار عام 2003.

- اعتماد دول الآسيان على التصدير، أدخلها في موقف شديد الصعوبة خاصة في ظل تزايد إجراءات الحماية الأوروبية والأمريكية والذي خفض معدل نمو صادرات دول آسيا من 35 % - 37 % في السبعينيات إلى 10 % - 15 % في الثمانينات من القرن الماضي مما أوجب عليها تفعيل التجارة البينية. (الحماقي، 2004)

4. التجارة البينية:

فحققت تطورا في بداية السبعينات حيث زادت حصة الصادرات البينية من 15,3 % سنة 1967 إلى 19,1 % سنة 1980 ، أما الواردات فزادت من 9,9 % إلى 12,5 %، إلا أنه يلاحظ تراجع في التجارة البينية في المنتصف الثاني من الثمانينات ويعود هذا التراجع إلى اعتماد دول الرابطة على سياسات صناعية لإحلال الواردات وحماية الصناعة الناشئة من المنافسة الخارجية وتطبيق سياسات حمائية في إطار التجمع وتحرير التجارة البينية على أساس سلع معينة ومحددة وتجنب التحرير الشامل للتجارة في بداية التسعينيات، فتراوحت حصة الصادرات البينية لرابطة الآسيان في إجمالي صادراتها بين 15 % و 18 % خلال الفترة 1980-1990 ، بينما تراوحت حصة الصادرات من حوالي 14 % سنة 1980 إلى 11 % عام 1990.

وفي بداية التسعينيات، وعندما بدأت دول رابطة الآسيان إعطاء اهتمام لتحرير التجارة والذي ساهم في تطوير التجارة البينية، حيث تراوحت حصة الصادرات البينية بين 18 % إلى 21 % في الفترة 1990-2001، أما بالنسبة للواردات فتراوحت بنفس النسبة ولنفس الفترة، فنصيب سنغافورة من الصادرات لعام 2000 بلغ حوالي 37 %، و 22 % بالنسبة لماليزيا. أما بالنسبة للواردات فبلغت نسبة 43 % في سنغافورة و 21 % لماليزيا، ويعود هذا الارتفاع في النسب إلى إتباع سياسة التوسع في التصدير. (الامام، 2004)

VII - العلاقات الخارجية للآسيان:

كأمثلة عن أبرز وأهم العلاقات الخارجية لدول الآسيان نجد ما يلي: (عواد شرعة، 1999)

1. مع المجموعة الأوروبية:

تشكل الجماعة الأوروبية النموذج النظري المحتذى لدى دول رابطة الآسيان، ولذا كان من الطبيعي أن يسعى هؤلاء ومنذ البداية إلى دعم علاقاتهم بالمجموعة الأوروبية، وأسفر هذا السعي على توقيع اتفاق للتعاون بين الآسيان والمجموعة الأوروبية في مارس 1980 وكذلك تم تشكيل لجنة مشتركة عقدت اجتماعها الأولى في العاصمة الفلبينية (مانيبلا) في نوفمبر 1980، وأصبح الاجتماع سنويا بعد ذلك،

ووضعت اللجنة برنامجا للتعاون العملي والتكنولوجي، وفي ديسمبر 1983 تم تشكيل مجلس رجال الأعمال من الآسيان والمجموعة الأوروبية وذلك لتحديد المشروعات المشتركة التي يساهم فيها أو يقوم بها رجال أعمال أوروبيون.

في أكتوبر 1985 عقد الاجتماع لوزراء الشؤون الاقتصادية للآسيان والمجموعة الأوروبية، ووافق على تشجيع الاستثمارات الأوروبية في دول رابطة الآسيان وقدرت الاستثمارات الأوروبية في ذلك الوقت بنحو 13% من إجمالي الاستثمارات الأجنبية في المنطقة، وذلك مقابل (28%) لليابان و (17%) للولايات المتحدة.

في عام 1987 أنشئت لجان استثمارية مشتركة في جميع عواصم رابطة الآسيان ومع بداية تحرك المجموعة الأوروبية نحو تحقيق الوحدة، عقد وزراء خارجية رابطة الآسيان اجتماعا في فبراير 1990 لمناقشة الآثار المحتملة للوحدة الأوروبية على رابطة الآسيان، لاسيما في ظل المخاوف التي طرحها الرابطة حول ما يمكن أن يوضع من قيود على صادراتهم إلى دول الاتحاد الأوروبي وكذلك لبحث الآثار المترتبة على اتجاه المجموعة الأوروبية إلى توجيه الشطر الأكبر من الاهتمام والمساعدات إلى دول شرق أوروبا تحولها نحو اقتصاد السوق.

2. مع اليابان:

يمكن القول بأن ثمة عوامل كثيرة سياسية واقتصادية وجغرافية كانت بمثابة المحددات لعلاقة الآسيان باليابان فالوزن الاقتصادي الضخم لليابان، والجوار الجغرافي والتشابه في الأنظمة الاقتصادية استدعى حدوث تعاون بين الآسيان واليابان وهو الأمر الذي تفهمه كلا الطرفين فأسفر عن تشكيل الجمعية اليابانية الآسيانية لمناقشة القضايا ذات الاهتمام المشترك مثل التجارة، والاستثمارات ونقل التكنولوجيا. وفي عام 1981 بدأت اليابان بتقديم دعمها لرابطة الآسيان، وهو الدعم الذي تزايد عام 1983 لكل من اندونيسيا وماليزيا وتايلاند.

وفي عام 1987 أنشأت اليابان صندوق تمويل التنمية في الآسيان برأسمال قدره مليارا دولار، وفي ماي 1991 أسفرت المفاوضات بين الطرفين عن إعلان اليابان استمرارها في دعم وتشجيع النمو الاقتصادي لدول الآسيان والبحث عن إطار مشترك لمناقشة القضايا السياسية والأمنية في المنطقة. (الباز، 1994)

3. مع كوريا الجنوبية:

وجد التعاون الاقتصادي بين الآسيان من جهة وكوريا الجنوبية من جهة أخرى عددا من الأسباب والمبررات أهمها يتعلق بمشاكل مشتركة مثل ارتفاع تكاليف الطاقة خاصة في كوريا وكساد الطلب على الصادرات وتهديد الحماية العالمية. (ماجد، 1997)

وكذلك هناك أسباب سياسية وأمنية منها سعى الآسيان إلى تقوية علاقتها بكوريا الجنوبية لتجد موطن قدم لها في قضية شبه الجزيرة الكورية لضمان عدم تفجر الصراع في هذه القضية، وهذه الأسباب دفعت الآسيان إلى قبول كوريا كعضو مراقب في اجتماع وزراء الخارجية في جويلية 1991.

وقد أقامت كوريا علاقات جيدة مع الآسيان منذ إنشائه إلا أن هذه العلاقة ظلت إلى عام 1975 تتميز بأميرين:

التنافس مع كوريا الشمالية وذلك في إطار المنافسة العالمية بين الكوريتين للحصول على الشرعية الدولية والاعتراف العالمي. أولوية العلاقات الثنائية مع كل دولة من دول الآسيان على العلاقة مع الآسيان كوحدة متكاملة، إلا أن العلاقات أخذت منعطفا جديدا ابتداء من منتصف السبعينيات مع زيارات عدد من الكوريين الرسميين لدول الآسيان وكذا زيارات مسئولين من الآسيان لكوريا الجنوبية.

وباللقاء الضوء على تطور العلاقات التجارية بين كوريا والآسيان في فترة الحرب الباردة يتضح - كما تشير البيانات والإحصاءات - النمو السريع في تجارة كوريا مع الآسيان حيث وصلت عام 1980 إلى (2610) مليون دولار أمريكي وهو رقم أعلى بخمس مرات من الرقم المتحقق عام 1975 والذي كان (508) مليون دولار أمريكي، كما أن نسبة تجارة كوريا إلى مجمل التجارة العالمية وصلت في العام نفسه إلى (6,58%) زيادة أكثر من (1,5%) عن عام 1975 وهو جانب من الأرقام التي توضح عمق العلاقات التجارية بين الطرفين.

وفي الفترة التي أعقبت الحرب الباردة نمت العلاقات بين الطرفين الأمر الذي أدى إلى إقامة ما سمي Sectoral Dialogue Patnership الذي قاد إلى حوار شراكة كامل بينهما في عام 1991. كما نمت تجارة كوريا مع الآسيان بصورة ملحوظة عام 1980 إلى 1993 فارتفع نصيب الآسيان مع تجارة كوريا 6,6% عام 1980 إلى 10% عام 1993، وبالمثل زادت صادرات الآسيان لكوريا بمعدل سنوي بلغ حوالي 12,6% على حين زادت الواردات إلى 6,17% سنويا في الفترة من 1980 إلى 1993، وهو الأمر الذي توضحه الجداول الملحقة مع التركيب النوعي للصادرات والواردات الكورية من وإلى الآسيان.

VIII - تحديات جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في رابطة الآسيان:

تعتبر الآسيان إحدى التكتلات الاقتصادية المهمة الذي بنت استراتيجياتها على التوجه إلى الخارج بالإضافة إلى إيجاد روابط تجارية متينة بين الدول الأعضاء وذلك من خلال تحرير التجارة بين الدول الأعضاء وتجاوزها ليشمل قطاعات أكثر أهمية، كتحرير تجارة الخدمات، والتعاون في الميدان النقدي والمالي، بالإضافة إلى إيجاد روابط أكثر متانة في مجال الاستثمار، وذلك من خلال إنشاء منطقة استثمار حرة سنة 1998 تهدف إلى تنمية الاستثمارات الأجنبية وذلك بإلغاء الحواجز في أجل أقصاه 2010، بالنسبة للمستثمرين من الرابطة وبالنسبة لكافة المستثمرين في أجل أقصاه 2020 وذلك بغية فتح جميع القطاعات في وجه المستثمر الأجنبي، إلغاء الحماية تدريجيا ومنح ال معاملة الوطنية أنيا لكل المستثمرين مع تبسيط آليات وإجراءات الاستثمار وزيادة فرص وصولهم إلى قطاع الصناعات، كما تم وضع مخطط للتعاون الصناعي لتشجيع التنمية الصناعية داخل منطقة وذلك من خلال تقاسم الموارد ورأس المال.

وبموجب المخطط يمكن لشركتين أو أكثر من الدول الأعضاء داخل المنطقة أن تتجر فيما بينها برسوم جمركية منخفضة على أساس تفضيلي وتتمتع بإجازة المحتوى المحلي وإزالة القيود غير جمركية أخرى، والغاية منها تشجيع أنشطة التصنيع المشتركة التي تتيح وف رات الحجم وخفض تكاليف

المدخلات، ويعتبر هذا حجر الزاوية في نجاح التنمية الإقليمية للرابطة، وقد نفذت استراتيجيات التنمية الصناعية من خلال تجارة إقليمية أكثر تحرراً وليس عن طريق الحماية. (الإسكوا، 2002)

وبالإضافة إلى ذلك عمدت دول رابطة الآسيان على التفاوض على تحرير الخدمات البينية الإقليمية، ولقد مكنت الالتزامات التي تم اتخاذها في هذا الشأن من تحرير التجارة في القطاعات ذات الأولوية مثل النقل الجوي، الخدمات المقدمة إلى مقاولات الإنشاء والتعمير، الخدمات المالية، النقل البحري، الاتصالات اللاسلكية والسلكية، بالإضافة إلى التوقيع على عدة اتفاقيات تشتمل التعاون في مجال حقوق الملكية، التعاون النقدي والمالي وإنشاء سوق للسندات الإقليمية ولقد ساهم ذلك في توسيع نطاق السوق الإقليمية وتعزيز الوعي بالمنطقة الفرعية التي تمثلها بلدان الرابطة وزيادة جاذبيتها للاستثمار الدولي، كما ساهم توسيع نطاق الرابطة ليشمل كل من الصين، كوريا واليابان بما يعرف بتجمع " آسيان +3" إلى توسيع نطاق السوق وتوسيع مجالات التعاون خاصة في المجال النقدي والمالي الذي أسس ما يعرف بسوق السندات الإقليمية الذي يلعب دوراً محورياً في تشجيع الاستثمار داخل الرابطة.

هذا من جهة ومن جهة أخرى ساهمت الإجراءات والسياسات المتخذة على المستوى الوطني بصورة كبيرة في زيادة التدفقات الاستثمارية داخل رابطة الآسيان، فالدول الأعضاء وبالإضافة إلى الإجراءات المتخذة على مستوى التكتل عمدت إلى تكييف سياساتها بما يستجيب للتغيرات الدولية من أجل جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وذلك من خلال: (بيج)

- إنشاء بنية أساسية مكملة للاستثمار الخاص بطريقة لم يسبق لها مثيل في بقية الدول النامية؛
- اتباع مزيج من السياسات الضريبية وكل ما يتعلق بالأسعار النسبية للسلع الرأسمالية المتحققة وذلك عن طريق الحفاظ على رسوم جمركية منخفضة من السلع المستوردة؛
- استعمال الكبح المالي ويعني الحفاظ على معدلات الودائع والإقراض بأدنى من مستوى السوق كما هو الحال في ماليزيا وتايوان وتايلندا؛
- إصلاح الجهاز المصرفي والمالي وذلك بتحرير الحساب الجاري وحساب رأس المال.

كما قامت غالبية الدول الأعضاء في الرابطة بتعزيز الشفافية عملية الحصول على المعلومات الاقتصادية في المنطقة وتحليل العلاقة بين النفاذ الشفاف إلى المعلومات المتعلقة بالأعمال وتخفيف من الفساد، كما حرصت حكومات دول رابطة الآسيان تحقيق استقرار في أسعار الصرف لعملائها وتحقيق الاستقرار السياسي والحفاظ على معدلات تضخم مقبولة باتباعها سياسات نقدية ومالية منتقاة بدقة بما يخدم اقتصاداتها ونتيجة لذلك، ارتفعت خلال السنوات الماضية حصة الاستثمار الأجنبي المباشر فيما بين بلدان الرابطة من الاستثمار الأجنبي المباشر الإجمالي الوافد إليها إلى 11 % من إجمالي التدفقات العالمية سنة 2011 مقابل 2 % سنة 2000 وبالإضافة إلى ذلك، ففيما يتعلق بالاستثمار الأجنبي المباشر كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي، يدعم الاتجاه السائد في تدفقات الاستثمار التقييم الإيجابي لفعالية التكامل الإقليمي ومنطقة الاستثمار لرابطة الآسيان.

وفي الأخير نشير إن إقبال حكومات الدول على اتفاقيات التكامل الإقليمي باعتبارها حلاً سحرياً لمشكلات الاستثمار ليس أمراً مضموناً، لأنّ الواقع يثبت عكس ذلك، فاجتذاب الاستثمار يحتاج إلى أكثر من مجرد تسهيلات على الحدود بل يتطلب بيئة قانونية وتنظيمية مناسبة تساعد على تدفق رؤوس الأموال

الأجنبية وتساهم في خلق العائدات المواتية التي يمكن أن تساهم في رفع العائدات المتوقعة وتخفيض التكاليف عن الاستثمارات المنتظرة وهذا ما نوجزه في العناصر التالية:

- الخلفية المؤسسية أو مناخ الاستثمار والتي تضم المعوقات المحلية للاستثمار الخارجي المباشر السياسات التقييدية المتعلقة بالاستثمار، وتكاليف المعاملات المتعلقة بالخدمات المالية والنقل والأعباء الإدارية.
- توفر الموارد البشرية، فتوفر اليد العاملة الرخيصة والمؤهلة أصبحت ميزة جذابة للمستثمرين العالميين وخاصة للمواقع الفنية والمتوسطة.
- وجود شركات محلية ذات كفاءة التي يمكن أن تساهم في مواجهة متطلبات نجاح الاستثمار الأجنبي.
- الحوافز المالية مثل الإعفاءات الضريبية والدعم.

IX - الخلاصة:

رغم ما حققته الآسيان من انجازات إلى أنها لا زالت تواجهها بعض المعوقات أبرزها كيفية إنضاج هذا التكتل الاقتصادي في مواجهة تداعيات العولمة ومجابهة مصالح الكتل السياسية والاقتصادية، التي تحاول اختراق قارة آسيا لتأسيس موطئ قدم فيها، إما للاستثمار أو للهيمنة على مواردها، بالإضافة إلى تحدي التنافس الدولي باتجاه الآسيان والشراكة معها، وعليه فالآسيان لم تحركها مصالح الآخرين بل إن مصالحها الإقليمية وضعتها في إستراتيجية ليتم التحرك بموجها في مواجهة القوى التي تحاول خلق جسور معها لمجابهة قوى أخرى، إلا أن دول الآسيان لا تريد خسارة أي من الطرفين بل حاولت الرابطة أن تقف في وسط الميزان.

- الإحالات والمراجع:

4. Seiji , M., & Miguel, P. (1989). Lessons in development a comparative study of Asia and Lozin America Sen Francisco. International center of economic Growth.
5. STOCKES, B., & AHO, C. M. (A996). Asian regionalism and U.S. interests. Korea in FOCUS ? , 4(4), 122-139.
6. أحمد إبراهيم محمود. (أكتوبر، 1994). التحولات الاستراتيجية وإشكاليات الصراع والأمن في جنوب شرق آسيا. مجلة الدراسات السياسية الدولية، العدد 118، 192.
7. الإسكوا. (2002). منطقة التجارة العربية الكبرى - إلى أين نحن ذاهبون. نيويورك، الو.م.أ: الأمم المتحدة.
8. أمين الحماتي. (2004). التطور الاقتصادي. مصر: كلية التجارة - جامعة عين الشمس.
9. تجربة الآسيان في التعاون الاقليمي سلسلة أوراق آسيوية العدد 23-0522
10. حسن السيسى صلاح الدين. (2007). النظم والمنظمات الإقليمية والدولية. مصر: دار الفكر العربي.
11. جون بيج. (بلا تاريخ). معجزة بلدان جنوب شرق آسيا - البناء أساس للنمو. مجلة التمويل والتنمية، مجلد 31(عدد 1)، 3.
12. سامي حاتم عفيفي. (2005). الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية - التكتلات الاقتصادية بين التنظير والتطبيق. القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
13. صلاح الدين حسن السيسى. (2007). النظم والمنظمات الإقليمية والدولية. مصر: دار الفكر العربي.
14. عبد المطلب عبد الحميد. (2003). النظام الاقتصادي العالمي وأفاقه المستقبلية بعد أحداث 11 سبتمبر (الإصدار ط 1). القاهرة، مصر: مجموعة النيل العربية.
15. عبد الوهاب رميدي، وعلي خالفي. (بلا تاريخ). رابطة دول جنوب شرق آسيا (الآسيان): نموذج الدول النامية للإقليمية المنفتحة. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السادس، 81.
16. عبد الوهاب، رميدي، علي، خالفي. (2009). رابطة دول جنوب شرق آسيا (الآسيان)-نموذج الدول النامية الإقليمية المنفتحة. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، صفحة 81.
17. علي صالح ماجد. (1997). كوريا والتعاون الاقليمي. مؤتمر السياسة الخارجية الكورية (الصفحات 10-13). القاهرة: مركز الدراسات الآسيوية - جامعة القاهرة.

18. علي عواد شرعة. (1999). الآسيان وتجربة التعاون الاقليمي -دراسة في مقومات التجربة وتحديات وامكانيات الاستفادة منها. المجلة الجزائرية في الأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية، الصفحات 63-88.
19. عماد جاد. (1995). الاندماج الاقليمي في آسيا (تجربة الآسيان). القاهرة، مصر: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية.
20. عماد جاد. (1995). الاندماج الاقليمي في آسيا (تجربة الآسيان). القاهرة، مصر: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية.
21. عماد جاد. (1995). الاندماج الاقليمي في آسيا (تجربة الآسيان). القاهرة، مصر: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية.
22. عماد جاد. (1995). الاندماج الاقليمي في آسيا (تجربة الآسيان). القاهرة، مصر: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية.
23. محمد حمود الامام. (2004). تجارب التكامل العالمية ومعزاهها لتكامل العربي (الإصدار ط 1). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
24. محمد محمود الإمام. (2004). تجارب التكامل العالمية ومعزاهها لتكامل العربي (الإصدار ط 1). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
25. محمد ش. ب. (n.d.). قمة آسيان -كيان واحد لعشر دول عام 2020 جامعة بترا، ماليزيا.
26. محمود الباز. (1994). التكتلات الاقتصادية الكبرى والدور الذي تلعبه في توزيع موازين القوى. ندوة النظام الدولي الجديد وتحديات العالم العربي (صفحة 22). القاهرة: مركز الدراسات الحضارية.

أثر الصكوك الإسلامية في الرفع من كفاءة سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا THE IMPACT OF ISLAMIC SUKUK ON RAISING THE EFFICIENCY OF THE ISLAMIC CAPITAL MARKET IN MALAYSIA

عزالدين شرون¹

¹ جامعة 20 أوت 1955 (الجزائر)

تاريخ النشر: 2019/12/31

تاريخ القبول: 2019/10/29

تاريخ الاستلام: 2019/10/11

ملخص:

هدفت هذه الدراسة لتوضيح أثر الصكوك الإسلامية في تطور وكفاءة السوق المالي الماليزي، وذلك من خلال العديد من المؤشرات التي تم دراستها خلال فترة زمنية من (2001-2016). وتم التوصل إلى كون سوق رأس المال الماليزي يعتبر من بين أهم الأسواق الرائدة في مجال صناعة الصكوك الإسلامية مما ساهم في تطوير السوق نظرا للترابط الموجود بين هذه الأداة وكفاءة سوق رأس المال الماليزي. الكلمات المفتاح: الصكوك الإسلامية، سوق رأس المال الماليزي، كفاءة السوق. تصنيف JEL : G3 ؛ H5

Abstract:

This study aimed to clarify the effect of Islamic Sukuk on raising the efficiency and activity of the Malaysian financial market, through several indicators that were studied during a period of time (2001-2016).

It was concluded that the Malaysian capital market is considered among the most important leading markets in the Islamic Sukuk industry, which contributed to the development of the market due to the interconnection between this tool and the efficiency of the Malaysian capital market.

Key words: Islamic sukuk, Malaysian capital market, market efficiency.

Jel Classification Codes : G3 ؛ H5

I- تمهيد :

تشهد الأدوات المالية الإسلامية انتشارا وازدهارا واسعا، ومن أبرز هذه الأدوات الصكوك الإسلامية التي ظهرت كبديل شرعي للسندات التقليدية التي تقوم على أساس الفائدة الربوية والمحرمة شرعا لقوله تعالى: **لَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ**** (البقرة، الآية 275).

أولا: مفهوم الصكوك الإسلامية.

يعتبر مصطلح الصكوك الإسلامية حديث الاستعمال، حيث تمكنت من استقطاب العديد من المستثمرين، ومن أجل إبراز هذا المفهوم بدقة، سيتم التطرق إلى ما يلي:

* عزالدين شرون: الإيميل: a.cherroun@univ-skikda.dz .

1- مفهوم التصكيك الإسلامي.

سيتم التطرق في هذا العنصر إلى تعريف التصكيك الإسلامي والفرق بينه وبين التوريق التقليدي، وأهم أطرافه.

1-1- تعريف التصكيك الإسلامي.

"تسمى عملية إصدار الصكوك الإسلامية بالتصكيك، وكان يطلق عليها في البداية أيضا مصطلحي التوريق والتسنيدي، وهو النهج الذي مشى عليه المعيار رقم (17) الصادر عن هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية، حيث ورد فيه أن التوريق يطلق عليه التصكيك والتسنيدي، غير أن البيان الختامي لندوة البركة الثانية والعشرون 1423 هـ/ 2002 م، أوصى باختيار تسمية التصكيك بديلا عن مصطلح التوريق"، (ناصر وبن زيد، 2014، ص3)

وقد اصطلح الفقهاء تسمية عمليات التوريق في الإطار الإسلامي بعملية التصكيك لسببين هما: (فتح الرحمان، 2008، ص ص:4.5)

أ. التصكيك هي كلمة مشتقة من كلمة صكوك والتي جاءت كبديل شرعي للسندات التقليدية والتي تعتمد في تعاملاتها على المدائنة والربا المحرمة شرعا.

ب. كلمة التوريق في الفكر المالي التقليدي قائمة بصفة أساسية على مكون الديون، من خلال تحويل تلك الديون إلى أوراق مالية قابلة للتداول في الأسواق المالية وهو ما ينهي عنه الشرع في التبادل.

وتأسيسا على ما سبق يمكن تعريف التصكيك على أنه "عبارة عن عملية تحويل الأصول المقبولة شرعا إلى صكوك مالية مفصولة الذمة المالية عن الجهة المنشئة لها وقابلة للتداول في سوق مالية شريطة أن يكون محلها غالبا أعيانا، وذات آجال محددة بعائد غير محدد أو محدد ولكن ليس خاليا من المخاطر". (فتح الرحمان، 2008، ص5)

أو كما جاء في قرار مجمع الفقه الإسلامي الدولي رقم 178 (4/19) من أن التصكيك هو "إصدار وثائق أو شهادات مالية متساوية القيمة تمثل حصصا شائعة في ملكية موجودات (أعيان أو منافع أو حقوق أو خليط من الأعيان والمنافع والنقود، والديون قائمة فعلا أو سيتم إنشاؤها من حصيلة الاكتتاب وفق عقد شرعي وتأخذ أحكامه". (مجمع الفقه الإسلامي، د.س.ن، د.ص)

2-1- الفرق بين التصكيك الإسلامي والتوريق التقليدي.

مصطلح التوريق: "ويطلق عليه أيضاً التسنيدي (على أساس أن الأوراق التي تصدر هي السندات) وهو الترجمة العربية لكلمة Securitization التي تعني عملية تحويل القروض إلى أوراق مالية قابلة للتداول، والمشتقة من كلمة Security أي ورقة مالية، وعمليات التوريق هي عبارة عن تحويل قيمة الأصول أو الموجودات المطلوب توريقها إلى أوراق مالية (سندات) وبيعها للجمهور لتمثل وثيقة إثبات ملكية شائعة في الأصل المطلوب توريقه". (عمر، د.س.ن، ص ص:2.3)

والتصكيك الإسلامي شأنه شأن أي معاملات أخرى منضبطة بأحكام الشريعة الإسلامية، مما يجعله يختلف عن التوريق التقليدي في عدة نقاط أساسية يمكن توضيحها من خلال الجدول التالي:

هنالك أوجه اختلاف بين التصكيك الإسلامي والتوريق التقليدي يمكن القول أن كل من التصكيك الإسلامي والتوريق التقليدي عبارة عن تحويل أصول مالية قابلة للتداول، لكن الفرق يكمن في أن التوريق التقليدي يركز على قروض وديون قائمة على سعر الفائدة، أما التصكيك الإسلامي يركز على أعيان ومنافع أو خليط منهما والتي تكون مقيدة بأحكام وضوابط شرعية صادرة عن هيئة رقابية شرعية، والتوريق التقليدي غير جائز شرعا لأن العائد فيه يكون ثابت ومحدد من قبل كما أن المخاطر الناتجة عنه يتحملها المستثمرون لوحدهم، كما أن هذه الأوراق المالية جميعها قابلة للتداول، على عكس التصكيك الإسلامي الذي يتم العمل فيه وفق قاعدة الغنم بالغرم، كما أن تداول هذه الصكوك يكون حسب الأصول المصككة.

3-1- أطراف عملية التصكيك.

تضم عملية التصكيك أطرافاً عدة وهذه الأطراف هي: (ناصر وبين زيد، 2014، ص 3:5)

- المصدر الأصلي (originator): ويطلق عليه عدة تسميات أخرى مثل جهة الإصدار، أو الجهة المنشئة (منشئ الأصل)، أو مالك الأصل وفي كل الحالات المعنى واحد ويدل على الجهة المحتاجة للسيولة، والتي تقوم بتصكيك أصولها من أجل الحصول على السيولة، وذلك من خلال تشكيل ما يسمى بمحفظة التصكيك التي تضم جميع الأصول المتنوعة المراد تصكيكها، ومن ثم يتم بيع تلك الأصول (محفظة التصكيك) إلى الشركة ذات الغرض الخاص (SPV)، ويتحصل في مقابل ذلك على مقابلها نقداً، أي أن مصدر الصك هو المستفيد من حصيلة إصداره، أي المستخدم لحصيلة إصدار الصك هو طالب التمويل؛
- وكيل الإصدار: وهو الجهة التي أعطي لها التفويض بإنشاء وبيع الأوراق المالية (الصكوك) للمستثمرين (حملة الصكوك)، وهي من يتولى إدارة الموجودات المملوكة لحملة الصكوك نيابة عنهم، وغالباً ما تكون هذه الشركة مؤسسة مالية متخصصة (SPV) Special Purpose Vehicle وذلك مقابل أجر؛
- حملة الصكوك (المستثمرون): قد يدخل حملة الصكوك في هذا العقد مباشرة أو قد ينوب عنهم غيرهم، وهم المستثمرون الذين يستخدمون أموالهم في شراء هذه الصكوك أو الاكتتاب فيها، وهم طرف العقد الشرعي الذي تصدر الصكوك على أساسه؛ (حسان، د.س.ن، ص 3:4)
- محفظة التصكيك: وهي أهم جزء في عملية التصكيك بمختلف أطرافها، وهي عبارة عن وعاء استثماري يضم أصولاً متنوعة تم تصكيكها لصالح المنشئ بهدف الحصول على السيولة لتمويل إنشاء مشروع استثماري جديد أو توسيع وتطوير مشروع قائم وفق صيغ التمويل الإسلامية، حيث يتم تحصيل العائد على محفظة الصكوك هذه وإيداعها بحساب خاص يستخدم لسداد مستحقات حملة الصكوك في تواريخ الاستحقاق؛
- هيئة الرقابة الشرعية: وهي الطرف المهم في عملية التصكيك الإسلامي، حيث تعمل هيئات الرقابة الشرعية على دراسة الأحكام الشرعية المتعلقة بإصدار الصكوك الإسلامية في ما يخص إصدارها وهيكلتها ومستنداتها

وكيفية الاكتتاب فيها، حيث تعرض جميع المشاريع المقرر الدخول فيها على هيئة الرقابة الشرعية لتصدر في النهاية القرار فيما إذا كانت هذه المشاريع متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية أم لا:

- أمين الاستثمار: عبارة عن وسيط مالي (مؤسسة)، تعمل على حفظ وثائق وحقوق وضمانات حملة الصكوك باعتبارها وكيلاً عنهم وذلك مقابل أجر، (مرزوق، 2016، ص4) حيث يستطيع حملة الصكوك إنهاء خدماته في أي وقت بصفتهم الموكلين له.

II - الطريقة والأدوات :

1- الطريقة.

من أجل هذه الدراسة تم اختيار سوق رأس المال الماليزي، ودراسة حجم إصداراتها من الصكوك الإسلامية، فتم اتخاذ المؤشرات الرئيسية لهذه السوق المالية والشركات المدرجة فيها والمتوافقة مع الشريعة. تطور مؤشر قيمة الصكوك المتداولة. ومن ثم تحليل تطور مؤشر معدل دوران الصكوك الإسلامية في سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا.

2- الأدوات.

تنطلق هذه الدراسة من جمع المعطيات حول سوق رأس المال الماليزي. وتتمثل هذه المعطيات تحديداً في حجم السوق والشركات المدرجة فيها، والمؤشرات العامة لهذه السوق وكذا حجم إصداراتها من الصكوك خلال فترة الدراسة (2016/2001).

لوقوف على أثر الصكوك الإسلامية في سوق رأس المال الماليزي، حيث يمثل سوق رأس المال الماليزي المتغير التابع، والصكوك الإسلامية متغير مستقل. وللوصول إلى تبيان الأثر تم تحليل المعطيات التي تم الاستعانة بها في الدراسة.

III- النتائج ومناقشتها :

سنقوم بدراسة أثر الصكوك الإسلامية في كفاءة سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا، من خلال دراسة بعض المؤشرات المتعلقة بالسوق.

أولاً: مؤشرات حجم السوق.

وتتمثل هذه المؤشرات في عدد الشركات المدرجة ومؤشر القيمة السوقية (معدل رسملة السوق).

1- عدد الشركات المدرجة.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01)، أن عدد الشركات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية المدرجة في بورصة ماليزيا في نمو مستمر، حيث بلغت عدد الشركات الإسلامية في ماليزيا في عام 2001 نحو 640 شركة إسلامية من أصل 820 شركة كلية، أي أن الشركات الإسلامية المدرجة في بورصة ماليزيا تسيطر على إجمالي الشركات المدرجة وهذا راجع للأدوات المالية الإسلامية المختلفة المصدرة في ماليزيا وخاصة الصكوك الإسلامية التي تلعب دور مهم في تطوير سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا، وباعتبار وأن ماليزيا هي رائدة الصيرفة الإسلامية في العالم، وظل عدد الشركات الإسلامية المدرجة في نمو مستمر حيث بلغت أقصى عدد لها سنة 2006 بنحو 886 شركة إسلامية من أصل 1029 شركة، ثم

بدأت بالتراجع بشكل طفيف جدا في السنوات الموالية لـ 2006 لتستقر عند أرقام متقاربة وذلك حتى سنة 2012، ثم بدأت بالتراجع من جديد خلال 2013، 2014، 2015، 2016 لتسجل نحو 671 شركة إسلامية من أصل 904 شركة سنة 2016، وهذا قد يمكن لحدوث زيادة في إصدار الأدوات المالية الأخرى (غير المتوافقة مع الشريعة الإسلامية).

2- مؤشر القيمة السوقية (معدل رسملة السوق).

معدل رسملة السوق (القيمة السوقية) يعكس مستوى النشاط، فارتفاع هذا المؤشر يدل على ارتفاع مستوى السوق (كبر السوق) سواء من حيث زيادة عدد الأسهم والشركات المدرجة فيه. (فيجل، 2015، ص250)

ومن خلال عرضنا لتطور رسملة سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا إلى رسملة السوق ككل، نلاحظ أن رسملة السوق الإسلامي إلى رسملة السوق ككل تفوق النصف في كل سنوات الدراسة. حيث أن أقل نسبة تم تسجيلها هي 59.97% سنة 2003، وهذا يمكن إرجاعه إلى تفوق عدد الشركات الإسلامية على عدد الشركات التقليدية المدرجة، نتيجة لتنوع الأدوات المالية الإسلامية المصدرة في ماليزيا بما في ذلك الصكوك الإسلامية التي تعتبر من أهم الأدوات المالية الإسلامية المصدرة في ماليزيا.

ثانيا: مؤشر حجم التداول (قيمة الصكوك المتداولة).

مؤشر حجم التداول يعكس سيولة السوق الماليزية، وسيولة السوق الماليزية تؤدي إلى توفير السيولة في الاقتصاد ككل. (فيجل، 2015، ص253)

ونلاحظ من خلال الجدول (3) أن حجم الصكوك المتداولة في سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا في زيادة مستمرة خلال الفترة من 2001-2016 حيث بلغت سنة 2001 قيمة 13.5 مليون رينجيت ماليزي لتبلغ أقصى قيمة لها سنة 2007 بقيمة 122.102 مليون رينجيت ماليزي لتبدأ في التراجع بعد ذلك لتستقر عند قيمة 63.728 مليون رينجيت ماليزي سنة 2016. وهذا التطور في حجم التداول يدل على الدور الكبير الذي تلعبه الصكوك الإسلامية في سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا، كما يمكن إرجاعه إلى الجهود التي قامت بها الحكومة الماليزية في سبيل تشجيع الإقبال على الصكوك والتخطيط لجعل ماليزيا مركزا دوليا للتمويل الإسلامي.

ثالثا: مؤشر معدل دوران الصكوك الإسلامية.

يعد هذا المؤشر من المؤشرات المهمة والمعتمدة في أغلب الدراسات المالية، ويشير إلى سيولة السوق المالية أيضا، وكذلك يشير إلى مستوى تكاليف إتمام الصفقات والمعاملات داخل السوق، بوصفه يمثل قيمة الصكوك المتداولة (أحجام التداول) إلى القيمة السوقية، فإذا ما ارتفعت قيمة الصكوك المتداولة بمعدلات أكبر من ارتفاع القيمة السوقية تعاطمت قيمة هذا المؤشر ويشير بدوره إلى ارتفاع درجة السيولة للسوق المالية. (فيجل، 2015، ص253)

نلاحظ من خلال الجدول (4)، أن مؤشر معدل دوران الصكوك في ماليزيا خلال الفترة من 2001-2013 شهد زيادة ملحوظة خلال الفترة من 2001-2007، حيث بلغ المؤشر أقصى قيمة له في 2007 بنسبة 17.25% بعد أن كانت نسبته في 2001 تقدر بـ 4.56%.

وبداية من سنة 2008 بدأ المؤشر في التذبذب حيث لم يأخذ أي اتجاه معين خلال الفترة من 2008-2013.

وعند مقارنة معدل دوران الصك بين الفترة 2001-2013 نلاحظ أنه قد ارتفع وكان أهم إرتفاع له سنة 2007، وهو ما يعكس نتيجة توفر السيولة في سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا.

IV- الخلاصة:

بعد دراستنا لدولة ماليزيا وتجربتها في مجال الصكوك الإسلامية، يتضح لنا أن ماليزيا تعتبر رائدة العمل المصرفي الإسلامي، وخاصة في مجال الصكوك الإسلامية حيث أظهرت جدارتها في هذا المجال، حيث تسيطر ماليزيا لوحدها على أكثر من نصف الإصدارات العالمية.

- الصكوك الإسلامية هي عبارة أداة مالية جاءت كبديل شرعي للسندات التقليدية والتي تقوم أساسا على سعر الفائدة المحرم شرعا، وهي عبارة عن أوراق مالية متساوية القيمة تمثل حصصا شائعة في ملكية أعيان أو منافع أو خدمات أو موجودات في نشاط أو مشروع استثماري معين، ويشارك حملة الصكوك في الأرباح والخسائر الناتجة عن الموجودات التي تمثلها؛

- تلعب الصكوك الإسلامية دور كبير في تطوير أسواق رأس المال، وذلك من خلال مد هذه السوق بتشكيلة متنوعة من الأدوات المالية الإسلامية، مما يؤدي إلى تطور السوق واتساعه؛

- سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا هو عبارة عن سوق تتوفر فيه فرص الاستثمار للشركات المدرجة والتمويل المتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية والخالي من جميع المحظورات المحرمة شرعا كالربا، القمار والغرر؛

- تلعب هيئة الصكوك الإسلامية الماليزية دورا هاما في تطوير سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا وذلك من خلال توفير كل ما يتعلق بتطوير سوق رأس المال الإسلامي، بالإضافة إلى التخطيط للوصول بماليزيا كمركز دولي لسوق رأس المال الإسلامي وتوفير البنية القانونية والرقابية لحماية المتعاملين في سوق رأس المال الإسلامي؛

- الشركات الإسلامية المدرجة في بورصة ماليزيا تفوق نصف العدد الكلي للشركات المدرجة خلال طول فترة الدراسة وذلك بسبب الأدوات المالية الإسلامية المتداولة فيها وخاصة الصكوك الإسلامية؛

- يتميز سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا بالكبر والاتساع حيث أن رسملة السوق الإسلامي إلى رسملة السوق ككل تفوق النصف خلال كل سنوات الدراسة.

- ملاحق :

الجدول (1) : تطور عدد الشركات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية المدرجة في بورصة ماليزيا إلى العدد الإجمالي للشركات المدرجة خلال الفترة من 2001-2016.

| السنوات | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|-----|------|--------|--------|-------|-------|------|------|------|---|
| 846 | 855 | 853 | 886 | 857 | 787 | 722 | 684 | 640 | عدد الشركات المدرجة في بورصة ماليزيا المتوافقة مع الشريعة الإسلامية |
| 959 | 980 | 991 | 1029 | 1011 | 949 | 891 | 855 | 820 | العدد الإجمالي للشركات المدرجة |
| %88 | %87 | 86% | 86.1% | 84.8% | 83% | 81% | 80% | 78% | النسبة المئوية لعدد الشركات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية المدرجة |
| | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | السنوات |
| | | 671 | 667 | 673 | 650 | 817 | 839 | 846 | عدد الشركات المدرجة في بورصة ماليزيا المتوافقة مع الشريعة الإسلامية |
| | | 904 | 903 | 906 | 911 | 923 | 946 | 961 | العدد الإجمالي للشركات المدرجة |
| | | %74.23 | %73.86 | %74.3 | %71.4 | %89 | %89 | %88 | النسبة المئوية لعدد الشركات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية المدرجة |

المصدر: - عبد الحميد فيجل، مرجع سبق ذكره، ص: 249.

Securities commission malaysia, annual report (2006, p : 6-47), (2008, p : 6-56), (2009, p : 6-52), (2011, p : 6-55), (2012, p : 6-63), (2014, p : 146), (2015, p : 171), (2016, p : 199).

الجدول (2) : رسملة سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا .

| | | | | | | | | | | | | | |
|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|--------|-------|-------|------|---|
| 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | 2004 | 2003 | 2002 | 2001 | السنوات |
| 1702 | 1466 | 1285 | 1275 | 999 | 664 | 1106 | 848.7 | 695.3 | 722.04 | 640.3 | 481.6 | 465 | رسملة سوق للأوراق المالية ككل (بلون رينجت ماليزي) |
| 1072 | 938 | 810 | 803 | 639 | 425 | 708 | 548 | 440 | 448 | 384 | 289 | 296 | رسملة سوق رأس المال الإسلامي (بليون رينجت) |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4.56 | 3.28 | 2.04 | 9.97 | 0 | 3.65 | رسملة سوق رأس المال الإسلامي إلى رسملة السوق الكلي% |

المصدر: عبد الحميد فيجل، مرجع سبق ذكره، ص: 250.

الجدول (3) : تطور مؤشر قيمة الصكوك المتداول في سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا للفترة 2001-2016.

الوحدة: مليون رينجت ماليزي

| | | | | | | | | | | |
|--------|--------|---------|--------|--------|-------|------|------|------|--------|---|
| 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | 2004 | 2003 | 2002 | 2001 | | |
| 11 | 47 | 60 | 64 | 77 | 49 | 31 | 34 | - | العدد | الصكوك الإسلامية |
| 33.955 | 43.234 | 122.102 | 42.018 | 43.317 | 15.16 | 12 | 17.6 | 13.5 | القيمة | |
| 34 | 99 | 120 | 116 | 127 | 124 | 118 | 171 | - | العدد | إجمالي الصكوك الموافق عليها من طرف هيئة الأوراق المالية |

| الماليزية | القيمة | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 158.802 | 139.991 | 57.485 |
|---|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|
| الصكوك الإسلامية | العدد | 26 | 45 | 41 | 51 | 49 | 31 | 32 | | | |
| | القيمة | 40.328 | 82.403 | 71.091 | 99.129 | 96.070 | 56.834 | 63.729 | | | |
| إجمالي الصكوك الموافق عليها من طرف هيئة الأوراق المالية الماليزية | العدد | 59 | 85 | 81 | 88 | 80 | 50 | 56 | | | |
| | القيمة | 63.853 | 112.330 | 103.299 | 148.074 | 138.146 | 118.464 | 140.989 | | | |

-Securities commission, annual report (2001, p : 1-45), (2002, p :2-26), (2004, p : 2-43), (2006, p : 6-38), (2008, p : 6-47), (2009, p : 6-45), (2011, p : 6-46), (2012, p : 6-55), (2014, p : 136), (2015, p : 159) ; (2016, p : 187).

الجدول (4): تطور مؤشر معدل دوران الصكوك الإسلامية في سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا خلال الفترة من 2001-2013.

الوحدة: مليون رينجت ماليزي

| السنوات | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|------|------|------|-------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| قيمة الصكوك المتداولة | 13.5 | 17.6 | 12 | 15.16 | 43.317 | 42.018 | 122.102 | 43.234 | 33.955 | 40.328 | 82.403 | 71.091 | 99.129 |
| القيمة السوقية | 296 | 289 | 384 | 448 | 440 | 548 | 708 | 425 | 639 | 803 | 810 | 938 | 1072 |
| قيمة الصكوك المتداولة إلى القيمة السوقية% | 4.56 | 6.09 | 3.13 | 3.38 | 9.84 | 7.67 | 17.25 | 10.17 | 5.31 | 5.02 | 10.17 | 7.58 | 9.25 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على المعطيات السابقة.

- الإحالات والمراجع :

- القرآن الكريم.
- سليمان ناصر، ربيعة بن زيد، (5 - 6 ماي 2014)، الصكوك الإسلامية كأداة لتمويل التنمية الاقتصادية ومدى إمكانية الاستفادة منها في الجزائر، المؤتمر الدولي حول: منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية والصناعة المالية الإسلامية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بالتعاون مع الأكاديمية العالمية للبحوث الشرعية ماليزيا، جامعة فرحات عباس سطيف 1.
- فتح الرحمن علي محمد الصالح، (2008)، دور الصكوك الإسلامية في تمويل المشروعات التنموية، ورقة عمل مقدمة لمنتدى الصيرفة الإسلامية، بيروت، لبنان.
- فيجل عبد الحميد، (2015)، تقييم دور الصكوك الإسلامية في تطوير السوق المالي الإسلامي لرأس المال-التجربة الماليزية نموذجاً-، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: الأسواق المالية والبورصات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
- قرار مجمع الفقه الإسلامي الدولي رقم 178 (4/19)، الصكوك الإسلامية (التوريق) وتطبيقاتها المعاصرة وتداولها، على الرابط التالي: <http://www.iifa-aifi.org/2300.html>.
- محمد عبد الحليم عمر، الصكوك الإسلامية (التوريق) وتطبيقاتها المعاصرة وتداولها، مجمع الفقه الإسلامي الدولي، الدورة التاسعة عشرة، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة.
- حسين حامد حسان، أدوات التمويل الإسلامية الصكوك بديلاً عن القروض بفائدة، الهيئة الشرعية العليا للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، الإمارات العربية المتحدة.
- آمال مرزوق، (12- 13 أبريل 2016)، مداخلة بعنوان الصكوك ودورها في تفعيل الأسواق المالية الإسلامية، الملتقى الدولي الثالث للصناعة المالية: إشكالية إدماج المنتجات المالية الإسلامية في السوق المالي الجزائري، المدرسة العليا للتجارة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، يومي ، الجزائر.

دور الابتكار التسويقي في تحسين أداء المؤسسة - دراسة حالة مؤسسة

مواد التنظيف (Pinex) بعين الدفلى

THE ROLE OF MARKETING INNOVATION IN IMPROVING THE PERFORMANCE OF THE ORGANIZATION - CASE STUDY OF CLEANING MATERIALS (PINEX) AIN DEFLA

حساني زينة¹ ، قويدر التومي إيمان²،

¹ جامعة الجبالي بونعامة بخميس مليانة عين الدفلى (الجزائر)

² جامعة الجبالي بونعامة بخميس مليانة عين الدفلى (الجزائر)

تاريخ النشر: 2019/12/31

تاريخ القبول: 2019/11/18

تاريخ الاستلام: 2019/08/25

ملخص:

يعتبر الابتكار أحد أهم المصادر ولا يقل أهمية عن باقي الأنشطة في المؤسسة لما له من دور كبير في التوصل للمنتجات الجديدة والأسواق والتقنيات، وهو الطريق الذي يحقق لنا التميز في المجال التسويقي. للابتكار التسويقي القدرة على خلق مزيج تسويقي متكامل لتنمية أداء المؤسسة. ومن خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها على مستوى مؤسسة مواد التنظيف Pinex بعين الدفلى ، خلصنا إلى أن الابتكار التسويقي هو مفتاح البقاء للمؤسسة في ظل التغيرات للتلاؤم والتكيف، وكذا يمكن المؤسسة من امتلاك ميزة تنافسية من خلال إدخال التحسينات الجديدة من جهة ومن جهة أخرى فهو يساهم في توسيع تشكيلة المنتجات مما يعني تحسين أداء المؤسسة.

الكلمات المفتاحية : ابتكار؛ ابتكار تسويقي؛ أداء المؤسسة.

تصنيف JEL : O31 ;M31 P17 ;.

Abstract: :

Innovation is one of the most important sources and is no less important than the rest of the organization's activities as it plays an important role in the development of new products, markets and technologies and is to achieve excellence in marketing. For marketing innovation, the ability to create an integrated marketing mix to improve business performance. Through the field study we undertook at Pinex Ain Defla cleaning products organization, we concluded that the catalog of innovation is the survival of the institution in light of the changes in the key to compatibility and tuning, as well as can the company to have a competitive advantage by introducing further improvements on the one hand and secondly, it contributes By expanding the product line, which means improving performance of the company.

Keywords. Innovation; marketing innovation; enterprise performance.

Jel Classification Codes : O31 ;M31 ;P17.

I- تمهيد :

في العصر الحالي أصبح ما يميز بيئة الأعمال هو التغير خاصة في ظل المنافسة ، حيث أصبحت الأسواق أكثر تعقيدا، فبات من الصعب على المؤسسة أن تحقق أهدافها، والحل الوحيد لمواجهة هذا التغير والتكيف معه عن طريق التميز في عدة مجالات إدارية إنتاجية تسويقية...، للتميز عدة مصادر والابتكار أحد أهم مصادره ولا يقل قيمة وكفاءة عن أي مصدر آخر لما له من دور كبير في التوصل إلى منتجات ، أسواق، تقنيات، وأساليب جديدة، ليصبح هو

حساني زينة: الإيميل znahassani02@gmail.com

النشاط الأكثر أهمية في المؤسسات الذي ينتهي إلى المستقبل عندما تكون كل أنشطة ومنتجات المؤسسة تنتهي إلى الماضي. ويعتبر التميز في المجال التسويقي أحد أهم مجالاته، حيث أن للابتكار التسويقي أوجه ومداخل عديدة، لخلق مزيج تسويقي متكامل والقيام بأنشطة تسويقية ابتكارية تساهم في تطوير وتنمية أداء المؤسسة. على هذا الأساس فإن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تواجه مثل هذا التحدي خاصة مع تخلي الدولة عن سياسة الدعم، مما يحتم على المؤسسات الراغبة في البقاء والنمو أن تتبنى استراتيجية ابتكارية للتميز.

من خلال ما سبق نطرح التساؤل التالي:

ما مدى تأثير الابتكار التسويقي في مجال المنتجات كأحد أهم جوانب الابتكار التسويقي في تحسين أداء المؤسسة؟
إن هذه الإشكالية تقودنا إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما المقصود بالابتكار في مجال المنتجات؟

- ماهي أهمية الابتكار التسويقي في مجال المنتجات؟

- كيف يؤثر الابتكار في المنتجات على أداء المؤسسة؟

الفرضيات:

إن الفرضيات التي اعتمدها كأساس ومنطلق لمناقشة موضوع البحث تمثلت فيما يلي:

- الابتكار في مجال المنتجات هو توسيع تشكيلة منتجاتها حيث أن التوجه نحو الابتكار التسويقي في هذا المجال هو التوجه نحو التنوع في تشكيلة منتجات المؤسسة وبتكاليف زائدة وبالتالي يمكن للمؤسسة إرضاء مستهلكين جدد.
- إن كل منتج له دورة حياة يولد يعيش ثم يموت، ويعمل الابتكار التسويقي في مجال المنتجات على إطالة هذه الدورة.
- يمكن للمؤسسة من خلال تبني مدخل الابتكار التسويقي وتحسينها في مجال المنتجات من المحافظة على استقرار مبيعاتها وزيادتها وتحقيق رضا المستهلك.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الكشف عن مفهوم الابتكار التسويقي وخاصة في مجال المنتجات والآثار الإيجابية الناتجة عن ممارسة العملية الابتكارية في هذا المجال، وتنمية وتطوير وتحسين أداء المؤسسة وتوسيع مجالها التنافسي.

أهداف الدراسة:

إن هدفنا في تناول هذا الموضوع هو إبراز أهمية الابتكار التسويقي في مجال المنتجات على تحسين الأداء التسويقي بشكل خاص والأداء الكلي للمؤسسة بشكل عام. ومحاولة لإحداث الوعي لأصحاب القرار في المؤسسات والمسيرين لأهمية وجدوى الابتكار في التسويق.

الدراسات السابقة:

1- خلوط الزهرة، التسويق الابتكاري و أثره على بناء ولاء الزبون ، مذكرة ماجستير، علوم تجارية، تسويق، جامعة بومرداس، 2014/2013، توصلت هذه الدراسة إلى أن التسويق الابتكاري أحد مفاتيح النجاح وتحقيق الريادة والتميز في السوق في ظل الظروف المتغيرة التي تميز بيئة الأعمال الحالية، من خلال قدرته على تقديم خدمات ومنتجات مبتكرة تتلاءم و تتكيف مع الحاجات والرغبات المتغيرة والمتجددة للمستهلكين.

2- د. أحمد مجدل، الابتكار التسويقي و دوره في ترقية أداء المنشأة الاقتصادية ، مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية ، العدد العاشر، جامعة بسكرة، ديسمبر، 2011. خلصت هذه الدراسة إلى أن أداء المنشأة ككل يتأثر بحالة الابتكار التسويقي و هذا ما يعزز دور التسويق و حالة التجديد والابتكار التي تقوم بها المنشأة في تعظيم نتائج الأداء فيها.

3- محمد سليمان، الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء النمو، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، تسويق ، جامعة المسيلة، 2006. خلصت هذه الدراسة إلى أن الابتكار التسويقي أصبح أهم وسيلة في يد المؤسسة من أجل البقاء في بيئة دائمة التغير حيث المشكلة لا تكمن في كيفية خلق العميل و إنما في

كيفية المحافظة عليه في ظل الظروف المتغيرة و الابتكار التسويقي له دور مهم في حل المشكلة واكتشافه لحاجات كامنة وإيجاد استخدامات جديدة للمنتج الحالي و يمكن امتلاك ميزة تنافسية ولو مؤقتة من خلال ابتكار تسويقي في مجال المنتجات.

1 - ماهية الابتكار والابتكار التسويقي في مجال المنتجات:

أولاً: تعريف الابتكار

حاز مفهوم الابتكار على اهتمام العديد من كتاب خلال السنوات الأخيرة، حسب روشكا وألكسندر، فإن الابتكار عملية معقدة جدا ذات وجوه وأبعاد متعددة (أبو النصر، 2002، ص90)، وترى راوية حسن ان الابتكار هو تنمية وتطبيق الأفكار الجديدة في المؤسسة وهنا كلمة تنمية شاملة فهي تغطي كل شيء من الفكرة الجديدة إلى إدراك الفكرة إلى جلبها إلى المنظمة ثم تطبيقها (حسن، 2001، ص393). ويعرف نجم عبود نجم: أن الابتكار هو قدرة الشركة على التوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق.

ثانياً: الابتكار التسويقي في مجال المنتجات

الابتكار التسويقي مفهوم واسع حيث يعني الابتكار في جميع أوجه النشاط التسويقي وبالتالي فهو غير مقتصر على مجال معين في التسويق كالابتكار في مجال المنتج او في مجال الإعلان فقط، وإنما هو يشمل جميع المجالات التسويقية الأخرى ويمس كل الأنشطة المرتبطة بتوجيه المنتج من الصانع إلى المستخدم النهائي (Lambain, 1993, p281). ويعرف أيضا أنه وضع أفكار جديدة أو غير تقليدية في الممارسات التسويقية وهذا يعني ان أي ابتكار تسويقي ينطلق من فكرة جديدة ولا يتوقف عند حد توليد أو إيجاد فكرة جديدة وإنما يتعدى ذلك إلى وضع هذه الفكرة موضع التطبيق العملي ويعرف على انه الاستغلال الناجح للأفكار الجديدة (أبو جمعة، 2003، ص04). بالطبع في مجال التسويق.

ثالثاً: مفهوم أداء المؤسسة

يقصد بالأداء بصفة عامة درجة النجاح التي تحققها المؤسسة في إنجاز الأهداف المحددة مسبقاً، وكما يعرف الأداء على أنه " درجة بلوغ الفرد أو الفريق أو المنظمة لأهداف المخططة بكفاءة وفعالية (سيد مصطفى، 2002، ص415)، " وحسب هذا التعريف نجد أن الأداء يعني تأدية أو القيام بعمل وجهد أو نشاط من طرف فرد فريق أو مؤسسة من أجل تحقيق هدف معين، حيث يتم الحكم عليه في الأخير بأنه جيد، كفى، أمثل..... كما نجد هذا التعريف يربط الأداء بالفعالية، والكفاءة والواقع أن هناك عديد من الدراسات تحاول الربط الأداء بين الفاعلية والكفاءة سواء على المستوى الاستراتيجي أو على المستوى التشغيلي حيث أنه لا يمكن الحكم على أداء المؤسسة التي تمكنت من بلوغ أهدافها بأنه جيد إذا كان ذلك قد كلفها كثير من الموارد مقارنة بمثيلاتها (مزهودة، 2001، ص88).

رابعاً: أثر الابتكار التسويقي في مجال المنتجات على الأداء التسويقي

يعبر الابتكار التسويقي للمنتجات عن قدرة المؤسسة على خلق فرص متعددة للنمو والاستمرار في السوق من خلال تحقيق الربحية وزيادة المبيعات، من خلال خفض التكاليف، حيث نجد أن الأكثر ابتكاراً هو الأكثر قدرة على خلق أسواق جديدة وتحويل التهديدات إلى فرص مستقبلية يستطيع الاستفادة منها، وسنحاول في هذا المبحث إبراز أثر الابتكار التسويقي في مجال المنتجات على مجموعة من المؤشرات كالربحية وحجم المبيعات والتكاليف وكذا دورة حياة المنتج إضافة إلى محاولة كسب رضا الزبون.

خامساً: -أثر الابتكار على الربحية

هناك علاقة جد مهمة بين الربح والابتكار، حيث يعتبر الابتكار أحد العوامل المؤثرة على الربحية بل هناك ما يسمى بالربح الابتكاري، وهو الربح الناتج عن الابتكار ولقد تبين أن الربح الابتكاري يأتي من كل جوانب عمل المؤسسة أكان إنتاجياً أم مالياً أو تسويقياً أو متعلق بوظائف الإدارة، أي أن جميع نشاطات المؤسسة من الممكن أن تساهم في تحقيق الربح الابتكاري، وبصفة عامة فإن نجاح المؤسسة في زيادة كفاءتها في كل الجوانب السابقة أو في بعضها خلال

الفترة الزمنية موضوع البحث، سيساهم في تنمية الربح الابتكاري الذي تحققه المؤسسة (عبد الحسين الفضل، 2003، ص336). وما ستركز عليه هنا هو الجانب التسويقي والابتكار فيه وما يتولد عليه من آثار على زيادة الربحية.

سادسا: أثر الابتكار على خفض التكلفة وزيادة المبيعات

إن تقديم نفس المنتج ولكن بسعر أقل بسبب تخفيض تكلفة إنتاجية نهائية يعتبر من وجهة نظر تسويقية منتج جديد معتمد على عملية التحسين الذي يدخل ضمن المفهوم الواسع للابتكار، وهذا ما يمثل الاتجاه من أعلى إلى أسفل في عملية التحسين من خلال إزالة كل أنواع الهدر في الموارد في العملية الحالية أو المنتج الحالي، حيث يمكن للمؤسسة من خلال الابتكار أن تخفض التكلفة من خلال مواد أولية أقل أو عملية تكنولوجية أكثر إنتاجية أو من خلال الكفاءة التسويقية في الابتكار و/أو تقديم منتج جديد، ولكن بتكلفة أقل قد ينعكس ذلك على تقليل التكلفة النهائية للمنتج خاصة إذا قلنا بأن، 50% من الإنفاق الخاص بالمنتج ينفق على العملية التسويقية ووسطاء التوزيع المختلفين وهذا ما يجعل المؤسسة التي تتبنى الإتجاه الإبتكاري في التسويق قادرة على خفض السعر إلى مستوى دون السعر الإعتيادي في السوق، مما يجعلها قادرة

سابعاً: أثر الإبتكار على دورة حياة المنتج

من المعروف أن الأرباح تبدأ من مرحلة النمو وتكون في حدها الأقصى في مرحلتي النمو و النضج تنعكس على تدفق المبيعات ومن ثم تحقيق الأرباح لفترة أطول ، ويعد الإبتكار من خلال المدخل التحسيني أهم الإستراتيجيات التي يمكن أن تتبعها المؤسسة لإطالة حياة المنتج وهذا هو واقع العلاقة المهمة. إضافة مزايا جديدة أو محسنة إلى العملية الحالية أو المنتج الحالي أو إضافة سمة جديدة أو أكثر لمنتج جديد مثل تحسين التصميم أو تسهيل استخدامه أو مدى ملائمته للغرض من استعماله بالنسبة للزبون...إلخ، تدخل ضمن الإبتكار - التحسين، وهذا ما يسمى بالتحسين بالإتجاه من الأسفل إلى الأعلى(عام الدين أمين، 2002، ص165) ،

ثامناً: اثر الإبتكار على رضا المستهلك

إن تبني المؤسسة لإستراتيجية التنوع في منتجاتها يعني قيامها بإدخال خطوط منتجات إضافية جديدة للخطوط الحالية التي تتعامل فيها المؤسسة، وهذا يعتبر إبتكار على الأقل من منظور التسويق ويقودنا الحديث هنا أيضا للحديث عن الإستراتيجية الفرعية وهي التشكيل، حيث يعني إضافة شكل جديد من المنتجات الحالية التي تقوم المؤسسة بإنتاجها أو التعامل فيها مثل (أحجام مختلفة بالنسبة للثلاجة)، بالرغم من أن هذا التغير الذي قد يعتبره البعض طفيف، فإنه يعتبر ابتكار من منظور التسويقي، وبالتالي فإن الإتجاه نحو التنوع والتشكيل هو التوجه نحو الإبتكار على الأقل من وجهة نظر التسويق.

إن كل من إستراتيجية التنوع والتشكيل تدخلان ضمن إستراتيجية توسيع مزيج المنتجات حيث أن التنوع يؤدي إلى إتساع مزيج المنتجات والذي بدوره يؤدي إلى إتساع مزيج المنتجات والذي بدوره يؤدي إلى :

تحقيق سمعة طيبة للمنظمة وتقديم منتجات تلي حاجات المستهلكين

-أما التشكيل فإنه يؤدي إلى عمق خطوط الإنتاج وبالتالي تحقيق:

الوصول على قطاعات سوقية جديدة وتلبية الإحتياجات المتباينة للمستهلكين

إن التنوع والتشكيل يؤديان إلى إرضاء أكبر قدر من المستهلكين بالإضافة إلى تحسين سمعة المؤسسة وكل هذا لن يتحقق إلا من خلال تبني المؤسسة لإستراتيجية تسويقية ابتكارية عند قيامها بتقديم منتجات جديدة إلى السوق، فالتنوع الزائد عن الحاجة يولد تكاليف لا مبرر لها أما التبسيط فإنه ينتج عنه صرف مستهلكين محتملين (عصام الدين أمين، 2002، ص250) .

II - دراسة استطلاعية لأثر الابتكار التسويقي على أداء المؤسسة (دراسة حالة Pinex مواد التنظيف)

1.1. الطريقة والأدوات :

يمكن من خلال دراسة حالة المؤسسة اكتشاف طبيعة الابتكار التسويقي في مجال المنتجات وأثره على تحسين أداء المؤسسة. وهذه الدراسة تطلبت مجموعة من الأدوات لجمع المعلومات والبيانات حول مؤسسة Pinex لمواد التنظيف

المقابلة: من بين الوسائل المستخدمة لمعرفة آلية الابتكار للمنتجات الجديدة و مختلف الاستراتيجيات التي تستخدمها المؤسسة حيث تم إجراء المقابلة المباشرة مع المسؤولين و المسير و تم تقديم أسئلة في شكل حوار .
ميدان الدراسة: سنحاول التعرف على نشأة مؤسسة Pinex ، فهي مؤسسة خاصة ذات مسؤولية محدودة مختصة بإنتاج مواد التنظيف تأسست في 2012، مقرها في ولاية عين الدفلى منطقة بن نغلان (01). قدرة إنتاج المؤسسة هي 5000 لتر يوميا ، عدد العمال هو بمعدل 30 عامل ، و من علامات منتجاتها المتداولة في السوق ORYX و BEC منها ماء جافيل، مطهر ومزيل الروائح ، صابون سائل، غسيل الأرضيات، سائل منظف الأواني عطر الليمون و التفاح ، سائل منظف للملابس الملونة و السوداء هذا طور الإنجاز إضافة إلى تغيير الزجاجات من حجم صغير إلى حجم عائلي، ومن اللون الأبيض و الأصفر، استيراد مواد من الخارج و تجربتها للاستفادة من المزايا التي تكتسبها حتى تطبقها المؤسسة لتحقيق أهدافها وخاصة التسويقية و هذا بالاعتماد على مهندسي دولة في الكيمياء .

III- النتائج ومناقشتها :

بالإضافة إلى المقابلة فقد اعتمدنا على أسلوب الاستبيان لجمع البيانات وفق مجموعة من الأسئلة للوصول إلى المعلومات الضرورية لنفي أو تأكيد الفرضيات المراد اختبارها. وقسمنا الاستبيان على محورين محور خاص بالوصف خصائص العينة ومحو حول أثر الابتكار التسويقي على الأداء . وتم توزيعه على القائمين في المؤسسة من إطارات وموظفين بلغ عددهم 27 فردا.

لقد تم استخدام أسلوب الإحصاء التحليلي الذي يتناسب مع أهداف الدراسة، وذلك لاختبار الفرضيات، ووصف العلاقة بين المتغيرات المستقلة، من جهة والمتغيرات المستقلة من جهة أخرى وذلك من خلال استخدام الحزمة الإحصائية SPSS لمعالجة البيانات وتحليلها واستخراج نتائج الدراسة، وقد تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية التي ناسبته متغيرات الدراسة المختلفة على النحو التالي.

تمت عملية تبويب وتحليل البيانات المتحصل عليها من الاستمارات الصالحة للتحليل عن طريق تحويل البيانات الوصفية إلى بيانات كمية، وذلك بترميز الإجابات وتفرغها يدويا في جداول أعدت لذلك، وتحليلها باستخدام:-
الجنس:

الجدول رقم (01) : توزيع أفراد العينة حسب الجنس

| النسبة | التكرارات | الإجابات |
|--------|-----------|----------|
| 96.3 % | 26 | ذكر |
| 3.7 % | 1 | أنثى |
| 100 % | 27 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على نتائج الاستبيان

يتبين من الجدول أن نسبة الذكور ونسبة الإناث غير متقاربة، نظرا لنوع العمل والمنطقة فهو يتطلب رجال أكثر من النساء، خاصة وأن طبيعة العمل بالمصنع لا تستطيع المرأة القيام بها، وكذلك منطقة تواجد المصنع فهي معزولة عن وسط المدينة فهي تناسب الرجل أكثر.

-الوظيفة:

الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

| الوظيفة | التكرار | النسبة |
|--------------------------------|---------|--------|
| مدير | 1 | 3.7 % |
| موظف بقسم الإنتاج | 10 | 37 % |
| موظف بقسم المالية والمحاسبة | 3 | 11.1 % |
| موظف بقسم المبيعات ورجال البيع | 9 | 33.3 % |
| موظف بقسم البحث والتطوير | 4 | 14.8 % |
| المجموع | 27 | 100 % |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (02) نستطيع أن نقول أن أغلبية الأفراد هم بقسم الإنتاج بنسبة 37%، وتلها قسم المبيعات ورجال البيع، وقسم البحث والتطوير 14.8%، أما قسم المالية والمحاسبة 11.1%.

-الفئة العمرية:

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب السن

| الفئة العمرية | التكرارات | النسبة |
|------------------|-----------|--------|
| أقل من 30 سنة | 10 | 37 % |
| من 30 إلى 40 سنة | 6 | 22.3 % |
| أكثر من 40 سنة | 11 | 40.7 % |
| المجموع | 27 | 100 % |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ أغلب أفراد العينة المدروسة من الموظفين ينتمون إلى الفئتين (أقل من 30 سنة، أكبر من 40 سنة) بنسب متقاربة 37%- و 40.7% على الترتيب، وهذا ما يعكس طبيعة المؤسسة التي تعتمد على طاقات ذات خبرة في مجال العمل، وتعتمد أيضا على الشباب من أجل مواكبة مجريات العصر والاستفادة من قدراتهم المتطورة.

-المستوى الدراسي:

الجدول رقم (04): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

| المستوى الدراسي | التكرارات | النسبة |
|-----------------|-----------|--------|
| متوسط | 3 | 11.1 % |
| ثانوي | 12 | 44.4 % |
| جامعي | 12 | 44.4 % |
| المجموع | 27 | 100 % |

المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (04) يتبين لنا أن المستوى الدراسي الغالب هو المستوى الجامعي والثانوي، بنسبة 44.4% وهذا ما يناسب طبيعة المؤسسة لأن المؤسسات من هذا النوع عليها الاعتماد على طاقات وكفاءات عالية من أجل تحسين الإنتاجية وتقديم خدمات ذات جودة، مواجهة المنافسة الشديدة في السوق، والمستوى المتوسط 11.1% وهذا دليل على أن المؤسسة تعطي فرص عمل متنوعة.

-درجة الأهمية بالابتكار:

الجدول رقم (05): أهمية الابتكار في المؤسسة

| الإجابات | التكرار | النسبة |
|-------------------|---------|--------|
| لا تعطي أي اهتمام | 0 | 0% |
| ضعيفة | 2 | 7.4% |
| أهمية متوسطة | 6 | 22.2% |
| تعطي أهمية كبيرة | 19 | 70.4% |
| المجموع | 27 | 100% |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (05) نلاحظ أن المؤسسة تعطي أهمية كبيرة للإبتكار، حيث ظهرت تلك الدرجة من الأهمية بنسبة 70.4%، في حين ظهرت الفئة التي ترى أن المؤسسة تعطي أهمية متوسطة للإبتكار بنسبة 22.2%، وعليه يمكن القول أن المؤسسة تعتمد على الابتكار للحفاظ على مكانتها في السوق.

-الأسلوب الإبتكاري:

الجدول رقم (06): الأسلوب الإبتكاري الذي يحقق أرباح للمؤسسة

| المجموع | | النسبة | التكرارات | الإجابات | |
|---------|---------|--------|-----------|----------|-----------------------------|
| النسبة | التكرار | | | | |
| 100% | 27 | 81.5 | 22 | نعم | التغيير في العبوة والتغليف |
| | | | | لا | |
| 100% | 27 | 37 | 10 | نعم | التخفيض في حجم (وزن المنتج) |
| | | | | لا | |
| 100% | 27 | 63 | 17 | نعم | التغيير في تركيبة المنتج |
| | | | | لا | |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (06) نلاحظ أن المستجوبين أجابوا على أكثر من إجابة في هذا السؤال، حيث نلاحظ أن الذين اختاروا الإجابة الأولى 81.5%، ونسبة 63% من الذين أجابوا بأن المؤسسة تعتمد على التغيير في حجم المنتج، أي أن الأسلوبين الأكثر اعتمادا في المؤسسة هما التغيير في العبوة والتغليف، والتغيير في تركيبة المنتج.

-توضيح أثر الابتكار:

الجدول رقم (07): هل الأسلوب الابتكاري يزيد في التكاليف

| الإجابات | التكرار | النسبة |
|----------|---------|--------|
| نعم | 27 | 100% |
| لا | 0 | 0% |
| المجموع | 27 | 100% |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن كل المجيبين أي 100% في رأيهم أن الابتكار يؤدي إلى زيادة التكاليف، ولكن ان الأسلوب الإبتكاري يعزز قدرة المؤسسة على الإستمرار في السوق ويحقق لها أرباح على المدى البعيد ويساهم في استمرارية المؤسسة لهذا فهي تتبع الأسلوب الابتكاري رغم أنه يزيد من التكاليف.

-دورة حياة المنتج:

الجدول رقم (08): هل المنتج يمر بعدة مراحل خلال دورة حياته

| النسبة | التكرارات | الإجابات |
|--------|-----------|----------|
| 100 % | 27 | نعم |
| 0 % | 0 | لا |
| 100 % | 27 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستمارة

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن كل المجيبين أي نسبة 100% أجابوا أن المنتج يمر بعدة مراحل خلال دورة حياته، وهذا ما يؤكد لنا اعتمادهم على الأسلوب الابتكاري خاصة في الحالة التي تصبح فيها مبيعات المنتج تنخفض أي مرحلة الانحدار.

-القرارات التسويقية المناسبة لإطالة دورة حياة المنتج:

الجدول رقم (09): القرارات التسويقية المناسبة لبقاء المنتج

| المجموع | | النسبة | التكرارات | الإجابات | |
|---------|-----------|--------|-----------|----------|------------------|
| النسبة | التكرارات | | | | |
| 100% | 27 | 12.2 | 6 | نعم | تغيير سعر المنتج |
| | | 77.8 | 21 | لا | |
| 100% | 27 | 88.9 | 24 | نعم | تطوير المنتج |
| | | 11.1 | 3 | لا | |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج الإستبيان

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن المجيبين أجابو على أكثر من إجابة في هذا السؤال هناك 88.9% من المجيبين يرون أن القرار التسويقي المناسب لبقاء المنتج هو تطوير المنتج، أي أن الأسلوب المتبع في المؤسسة أكثر هو تطوير المنتج.

-استراتيجية تحسين المنتجات:

الجدول رقم (10): تحسين المنتجات استراتيجية التي تتبعها المؤسسة لإطالة دورة حياة المنتج

| النسبة | التكرار | الإجابات |
|--------|---------|----------|
| 96.3 % | 26 | نعم |
| 3.7 % | 1 | لا |
| 100 % | 27 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن هناك نسبة 96.3% تؤكد أن الاستراتيجية المتبعة من قبل المؤسسة لإطالة دورة حياة المنتج هي تحسين المنتج، هذا ما يدل على أن المؤسسة تعتمد على الابتكار التحسيني.

-حرص المركب على تحسين المنتجات:

الجدول رقم (12): يحرص المركب على الإبتكار في إستحداث وتقديم المنتجات وتحسينها

| النسبة | التكرار | الإجابات |
|--------|---------|----------|
| 59.3 % | 16 | دائما |
| 37 % | 10 | أحيانا |
| 3.7 % | 1 | أبدا |
| 100 % | 27 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج الإستبيان

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن نسبة الإجابات دائما هي 59.3%، مما يدل على حرص المؤسسة على تحسين منتجاتها وتطويرها باستمرار وهو الهدف الأساسي في المؤسسة، أما بالنسبة للفئة التي تنفي أو التي أجابت أحيانا فهذا راجع لأن المؤسسة لديها فترة لم تستحدث في منتجاتها.

-أهمية دراسة السوق وطلبات العملاء:

الجدول رقم (13): أهمية دراسة السوق وطلبات العملاء لتحقيق رغباتهم واحتياجاتهم

| النسبة | التكرارات | الإجابات |
|--------|-----------|---------------|
| 3.7 % | 1 | لا تعطي أهمية |
| 14.8 % | 4 | ضعيفة |
| 29.6 % | 8 | متوسطة |
| 51.9 % | 14 | كبيرة |
| 100 % | 27 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج الإستمارة

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن المؤسسة تعطي أهمية كبيرة لتحقيق رغبات واحتياجات العملاء وهذا بنسبة 51%، وهناك 29% من المؤسسة يعطي أهمية متوسطة لمثل هذه الدراسات، ويتبين لنا أن المؤسسة تقوم بدراسات حول احتياجات ورغبات العملاء وتقوم بتجسيدها على أرض الواقع من خلال تقديم منتجات جديدة أو تحسين منتجات قديم وبأسعار معقولة.

-درجة مساهمة استراتيجية التنوع:

الجدول رقم (14): مدى مساهمة استراتيجية التنوع المنتجات في تعزيز رضا المستهلك

| النسبة | التكرارات | الإجابات |
|--------|-----------|----------|
| 11.1 % | 3 | ضعيف |
| 22.2 % | 6 | متوسط |
| 66.7 % | 18 | كبير |
| 100 % | 27 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج الإستبيان

حسب نتائج الجدول (14) يتبين لنا أن 66.7% من الإجابات هي أن الهدف من إستراتيجية التنوع في المنتجات هو تحقيق رضا المستهلك، وذلك من خلال توسيع تشكيلة منتجاته.

-إستراتيجية التنوع في المؤسسة:

الجدول رقم (15): إعتداده المؤسسة على التنوع في المنتجات

| النسبة | التكرارات | الإجابات |
|--------|-----------|----------|
| % 100 | 27 | نعم |
| %0 | 0 | لا |
| % 100 | 27 | المجموع |

المصدر: من إعداده الطالبين بالإعتداده على نتائج الإستبيان

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (15) أن كل المجيبين أي نسبة 100% تؤكد إعتداده المؤسسة على التنوع في المنتجات، وهذا من خلال التنوع في أحجام منتجاته وتسوقه لعلامتين مختلفتين.
-طريقة التنوع:

الجدول رقم (16): الطريقة المعتمدة في إستراتيجية التنوع في المؤسسة

| المجموع | | النسبة | التكرارات | الإجابات | |
|---------|-----------|--------|-----------|----------|----------------------------|
| النسبة | التكرارات | | | | |
| %100 | 27 | 44.4 | 12 | نعم | التنوع في حجم (وزن) المنتج |
| | | 55.6 | 15 | لا | |
| %100 | 27 | 66.7 | 18 | نعم | التنوع في تعبئة المنتج |
| | | 33.3 | 9 | لا | |
| %100 | 27 | 63 | 17 | نعم | التنوع في تركيبة المنتج |
| | | 37 | 10 | لا | |

المصدر: من إعداده الطالبين بالإعتداده على نتائج الاستبيان

من الجدول رقم (16) ومن خلال الإجابات يتضح لنا أن المؤسسة تعتمد على أكثر من إستراتيجية للتنوع في منتجاتها وخاصة وأن معظم المجيبين أجابوا على أكثر من إجابة واحدة، نلاحظ أن نسبة 66.7% أن المؤسسة تعتمد على التنوع في تعبئة المنتج، و التنوع في التركيبة وحجم المنتج بنسب متفاوتة 63% و 44.4% على التوالي، أي أن المؤسسة تعتمد على أكثر من إستراتيجية في التنوع.

- الخلاصة:

قمنا من خلال هذه الدراسة بالبحث عن مدى تأثير الابتكار التسويقي في مجال المنتجات على تحسين أداء المؤسسة، كما حاولنا تحديد ضرورته في المؤسسة محل الدراسة الميدانية التي قمنا بها من أجل إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي، خاصة أن هذه المؤسسة تعمل في قطاع يتميز بالمنافسة الشديدة لذلك تهتم بتقديم ما يتناسب مع ما يريده المستهلك وبشكل أفضل من المنافسين وهذا هو الهدف من الابتكار التسويقي، وقد تم التأكد من صحة الفرضيات في الجانب التطبيقي من خلال إجابات التي تحصلنا عليه، حيث كان علينا التعرف على جميع المفاهيم الأساسية المرتبطة بالابتكار التسويقي في مجال المنتجات، مما مكننا التعمق أكثر في مجال بحثنا والخروج بالنتائج:

- إن الابتكار التسويقي هو مفتاح البقاء للمؤسسة في ظل البيئة المتغيرة من خلال قدرته على تكيف المنتج ليتلاءم مع التغيرات الجديدة التي حدثت لحاجات ورغبات المستهلكين، من خلال قيام بالتحسينات التي تجعل المنتج يتناسب مع حاجاتهم ورغباتهم، توجه نحو التنوع في تشكيلة منتجات المؤسسة و بتكاليف زائدة وبالتالي يمكن للمؤسسة إرضاء مستهلكين جدد. وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.

- الابتكار التسويقي في مجال المنتجات يمكن المؤسسة من امتلاك ميزة تسويقية تعمل على إطالة من عمر منتجاتها، حيث يتم إعادة إدخال تحسينات جديدة تمكن من إطالة عمر المنتج، وقد لاحظنا هذا أيضا في مؤسسة Pinex مواد التنظيف حيث قامت بتحسينات على المنتج الذي سمح بانطلاق المبيعات من جديد. وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

- الإبتكار التسويقي في مجال المنتجات يؤدي إلى إتساع في تشكيلة منتجات المؤسسة مما يعكس قدرتها في الاستجابة لقطاعات سوقية جديدة وهذا ما يعني المحافظة على إستقرار مبيعاتها وزيادتها وتحقيق رضا المستهلك وهذا ما حدث في المؤسسة حيث غيرت في العبوات لونا وشكلا وحجما مثل ماء الجافيل ومعطر الارضيات وغسيل الاواني السائل، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.

-الآفاق:

بناء على ما تقدم ذكره فقد توصلنا للاقتراحات التالية:

- يجب على المؤسسة أيجاد توازن في الابتكار بين مختلف مجالات التسويق وعدم التركيز على عنصر واحد فقط؛
- يجب الاستفادة من خبرات المؤسسات الناجحة في المجال الابتكاري والاحتكاك بها بغية المضي قدما وتحقيق الأهداف المنشودة؛

- لابد للمؤسسة من استغلال الابتكار التسويقي نحو التكلفة الأقل وذلك بإدراج التكنولوجيا.

- الإحالات والمراجع:

-المراجع باللغة العربية:

- أبو علفة عصام الدين أمين، 2002، التسويق (المفاهيم والاستراتيجيات النظرية والتطبيق)، الجزء الأول، مؤسسة حورس الدولية، مصر.
- أحمد سيد مصطفى، 2002، دارة البشر (الأصول والمهارات)، بدون ذكر دار النشر، مصر.
- راوية حسن، 2001، سلوك المنظمات، الدار الجامعية، الاسكندرية.
- عبد المليك مزهودة، 2001، الأداء بين الكفاءة والفعالية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الأول، جامعة بسكرة، الجزائر،
- مدحت أبو النصر، 2002، تنمية القدرات الابتكارية لدى الفرد والمنظمة، مجموعة النيل العربية، مصر،
- مؤيد عبد الحسين الفضل، 2003، رضا صاحب أبو الحمد، أساسيات اقتصاديات الأعمال، دار المناهج، عمان، الأردن،
- نعيم حافظ أبو جمعة، 2003، التسويق الابتكاري، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر

-المراجع باللغة الأجنبية:

- Jaen Jacques lambain, **le marketing strategique**, 2 eme edition , ediscience intenational, 1993,p281.

**أثر استراتيجية التدريب على أداء العاملين في المؤسسات البترولية – دراسة ميدانية
للمؤسسة الوطنية لخدمات الآبار**
**THE EFFECT OF THE TRAINING STRATEGY ON THE PERFORMANCE OF
WORKERS IN THE OIL INSTITUTIONS - A FIELD STUDY FOR THE
NATIONAL WELL SERVICES CORPORATION**

وليد قرونقة^{1*}، نور الهدى محجوبي²، فاطمة الزهرة بن صغير³
1, 2: جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)
3: جامعة العربي التبسي تبسة (الجزائر)

تاريخ النشر: 2019/12/31

تاريخ القبول: 2019/10/23

تاريخ الاستلام: 2019/09/19

ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة استراتيجية التدريب في تحسين أداء العاملين في المؤسسات البترولية بصفة عامة، والمؤسسة الوطنية لخدمات الآبار بصفة خاصة باعتبار هذه الأخير هي محل الدراسة الميدانية، وذلك من خلال التطرق إلى محورين أساسيين، حيث يشمل المحور الأول الإطار النظري لاستراتيجية التدريب وأداء العاملين (مفاهيم عامة) والمحور الثاني خصص للتطرق إلى واقع استراتيجية التدريب بالمؤسسة الوطنية لخدمات الآبار ENSP. كما تم الاعتماد في هذه الدراسة على مجموعة التقارير الإحصائية التي تصدرها المؤسسة سنويا وذلك للفترة الممتدة من سنة 2008-2015، بالإضافة إلى استعمال المقابلة مع مسير مصلحة الموارد البشرية بالمؤسسة توصلت أهم نتائج الدراسة ومن خلال المقابلة التي تم إجرائها مع مسير مصلحة الموارد البشرية أن المؤسسة تسعى دائما لوضع استراتيجية تدريبية وفق مشاريعها واستثماراتها وأهدافها المستقبلية، كما أن المؤسسة لم تقع في إشكالية الاحتياج للموارد البشرية عند اقتناءها لآليات جديدة أو الانطلاق في نشاط جديد، أما بخصوص تحديد الاحتياجات التدريبية فإن المؤسسة تسعى إلى إعطائها أهمية كبيرة وهي قادرة على تحديدها بدقة، وذلك من خلال الرقابة على أداء العامل وكذلك من خلال المقارنة بين القدرات والمهارات الحالية للعاملين ومتطلبات الوظيفة المراد تنفيذها.

الكلمات المفتاح: استراتيجية، تدريب، أداء العاملين، مؤسسات بترولية، ENSP.

تصنيف JEL: P3؛ F5؛ F53

Abstract :

The study aims at identifying the contribution of the training strategy in improving the performance of workers in petroleum institutions in general and the National Institute for wells services in particular as the latter is the field of study by addressing two main axes. The first axis includes the conceptual framework of the training strategy and The performance of the workers (general concepts) and the second axis was devoted to address the reality of the training strategy of the national institution of wells services.

E study also relied on the group of statistical reports issued by the companies annually for the period 2008-2015, in addition to the use of the interview with the human resources department of the institution.

The most important results of the study, and through the interview conducted with the human resources department, that the institution is always seeking to develop a training strategy according to its projects and investments and future goals, and the institution did not fall into the problem of the need for human resources when acquiring new mechanisms or starting a new activity, With regard to the identification of training needs, the institution seeks to give them great importance and is able to identify them accurately, through the control of the performance of the worker, as well as through a comparison between the capabilities and skills of the current staff and the requirements of the job to be implemented;

Keywords : strategy, training, performance of employees, petroleum companies, ENSP

Jel Classification Codes : P3 ; F5 ; F53

I- تمهيد :

في ظل التغيرات الحاصلة والمتسارعة التي تواجهها جميع المؤسسات باختلاف أنواعها وأشكالها فإن تحقيق فاعلية الأداء في المؤسسات الاقتصادية لم يعد يتوقّف فقط على ما لديها من إمكانياتٍ وموارد، سواءً مادية وفنية ومالية وبشرية وتنظيمية، وإنما تتحدد الفعالية التنظيمية بدرجةٍ أساسية بقدرة المؤسسات على تعظيم الاستفادة من الموارد والإمكانيات المختلفة بصفةٍ عامة، ومن مواردها البشرية بصفةٍ خاصة.

ولقد أصبح لزامًا على المؤسسات الاقتصادية التي ترغب في البقاء أن تسعى جاهدةً لتحقيق مزايا تنافسية، ومن أهم المجالات التي يمكن أن تحقّق المؤسسة من خلالها ميزةً تنافسية هي مواردها البشرية التي تعتبر من أهم موارد المؤسسة، كما أنها هي مصدر كل نجاحٍ إذا تمّ تسييرها بشكلٍ جيد. لذلك لم يعد التسيير التقليدي للموارد البشرية مقبولاً أو كافيًا لتحقيق الميزة التنافسية في ظل سرعة التغيرات وكثرة التحديات التي تواجه المؤسسة، بل أصبح لزامًا على المؤسسة أن تسيّر مواردها البشرية التي أصبحت موردًا استراتيجيًا وفق منظورٍ استراتيجي.

إن إدراك المؤسسات لأهمية التحولات ومتطلبات التكيف معها، زاد من التركيز الاستراتيجي على نظم تسيير الموارد البشرية؛ باعتبارها من أكثر الوظائف في المؤسسة تأثرًا بتلك التغيرات، بحكم أنها مسؤولة عن مختلف الأنشطة المرتبطة بالموارد المتاحة بالمؤسسة؛ لذا يجب إجراء التعديلات الملائمة على استراتيجيات وسياسات الموارد البشرية؛ لضمان تكييفٍ إيجابي للمؤسسة، يساهم في تقوية نقاط القوة بالمؤسسة، وتدنية جوانب ضعفها، كما يساهم في استغلال الفرص البيئية، ويقلّل من مخاطر التهديدات المحتملة فيها.

ويمثّل التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية نظامًا يهدف إلى تحقيق الاستثمار الفعال للموارد البشرية وتنميتها؛ من أجل تحسين أداء الموارد البشرية للمؤسسة؛ ولقد تزايدت في الآونة الأخيرة الحاجة إلى استراتيجية فعالة للموارد البشرية بالمؤسسة؛ حتى يكون لها أكثر معرفة ومهارة وقدرة وكفاءة والتزام؛ ولن يتحقّق هذا إلا من خلال تنمية وتدريب الموارد البشرية وفق استراتيجية محكمة.

من هذا المنطلق تبرز لنا معالم إشكالية الدراسة والمتمثلة في سؤال التالي:

إلى أي مدى يمكن لإستراتيجية التدريب ان تساهم في تحسين أداء العاملين بالمؤسسات البترولية ؟ وفيما يتمثل أثر هذه الاستراتيجية على المؤسسة الوطنية لخدمات الابار؟

هيكل الدراسة: بغية معالجة الموضوع محل الدراسة، فقد تم تقسيمه إلى محورين رئيسين هما:

المحور الأول: الاطار النظري لإستراتيجية التدريب وأداء العاملين؛

المحور الثاني: واقع إستراتيجية التدريب وأداء العاملين في المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP.

1. المحور الأول: الاطار النظري لإستراتيجية التدريب وأداء العاملين

يحضى موضوع استراتيجية تدريب الموارد البشرية بأهمية قصوى لدى جميع المؤسسات على اختلاف أنواعها وأشكالها، وذلك لاعتبار المورد البشري من أهم الموارد التي تساهم في نجاح أي مؤسسة وذلك من خلال بناء مهارة وكفاءة الافراد وتغيير معارفهم وزيادة معلوماتهم. وتعمل جميع المؤسسات على انجاح استراتيجيتها التدريبية وذلك بتوفير العديد من الامكانيات المادية، المالية والبشرية.

1-1 ماهية الاستراتيجية والتدريب: نعرج على تعريف الاستراتيجية والتدريب فيما يلي:

أ- تعريف الاستراتيجية: الاستراتيجية مصطلح مشتق من الكلمة اليونانية (strategos) وهي تتكون من مقطعين (stratus) والتي تعني الجيش و(egos) والتي تعني فن القيادة وبالتالي فهي تعني فن قيادة الجيش.

ولقد استعمل مصطلح الاستراتيجية في تخصصات مختلفة بغير الاستعمال الاصلي للمصطلح في سياقه العسكري، حيث استعمل في مجال الاعمال لدلالة على فن الادارة والقيادة، والسبب في ذلك يعود الى التغير في بيئة الاعمال

وتحولها من بيئة أعمال مستقرة الى بيئة سريعة التغير وشديدة المنافسة، مما يتطلب من الوحدات الاقتصادية وضع الخطط الشاملة لمواجهة المنافسة الشرسة من الوحدات الاقتصادية الأخرى². وفي ما يلي نعرض أهم التعاريف الخاصة بالإستراتيجية :

- **التعريف الأول:** "هي تحديد الغايات الأساسية طويلة الأمد للمنظمة، وتبني طرق التصرف وتخصيص الموارد الضرورية لتحقيق الغايات"³.

- **التعريف الثاني:** "هي عبارة عن خطة موضوعة، تحدد سياقات وسبل التصرف وهي حيلة أو خدعة تتمثل في مناورة للالتفاف حول المنافسين، وهي نموذج مترابط الأجزاء من خلال السلوك المعتمد للوصول إلى وضع أو مركز مستقر في البيئة، وفي النهاية فهي منظور فكري يعطي القدرة على رؤية وإدراك الأشياء وفقا لعلاقتها الصحيحة"⁴.

ومن خلال التعريفين السابقين نستنتج أن الإستراتيجية هي تصور للحالة التي تكون عليها المؤسسة في المستقبل في ظل البيئة التي تنتمي إليها، وذلك من خلال الاستغلال الأمثل للموارد، خاصة النادرة منها والمعرفية بهدف تحقيق الأهداف والغايات الشمولية المراد الوصول إليها.

ب- **تعريف التدريب:** يعتبر التدريب من بين الطرق ذات أهمية بالغة في مجال تطوير كفاءة العاملين في شتى المجالات المختلفة، وفي كافة المؤسسات على اختلاف أنواعها. فمهما اجتمعنا في اختيار الأفراد، فإنهم في حاجة لرفع كفاءتهم العلمية والمهارية وإكسابهم مهارات ومعلومات جديدة تساهم في زيادة قدراتهم على اداءهم لمهامهم الوظيفية الحالية والمستقبلية. وفي ما يلي نعرض أهم التعاريف الخاصة بالتدريب:

- **التعريف الأول:** "هو تحفيز الموظفين والاحتفاظ بهم، وهو فرصة لمواصلة النمو والتطور، والهدف منه هو معرفة تلك المهارات التي يحملها الموظف واستغلالها في خدمة المؤسسة"⁵.

- **التعريف الثاني:** "هو أحد الوسائل المرافقة للموظف أو لفريق العمل في وقت محدد، ويهدف إلى تطوير الامكانيات والمهارات التي يحملها الموظف"⁶.

من خلال التعريفين السابقين نستنتج أن التدريب هو عملية أساسية تضمن اكتساب المهارات والمفاهيم وقواعد المعرفة المحددة في مجالات معينة، يهدف إلى رفع قدرات العاملين ومهاراتهم لأداء وظائفهم الحالية والمستقبلية بطريقة جيدة، بالإضافة إلى كونه محاولة لزيادة وعي العاملين بأهداف المؤسسة التي يعملون بها.

ج- **خطوات اعداد استراتيجيه التدريب:** تمر عملية اعداد استراتيجيه التدريب بالمرحل التالية⁷:

- تحليل استراتيجيه المؤسسة وما تتضمنه من أهداف ومهام وسياسات؛

- تحليل ودراسة البيئة الداخلية للمؤسسة من حيث الوضع الحالي للمؤسسة، معدل دوران العمل وكفاءة القوى العاملة؛

- تحليل ودراسة البيئة الخارجية للمؤسسة من حيث الظروف والاتجاهات الاقتصادية، التطور التكنولوجي، العوامل الديمغرافية، الأنظمة الحكومية والمنافسة؛

- اعداد وصياغة استراتيجيه التدريب وما تتضمنه من سياسات وبرامج وموازنات بشكل يساهم في التكامل مع اسراتيجيه المؤسسة؛

- مراجعة الخطة الاستراتيجية للتدريب عند حدوث تغيرات في البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة. حيث تساهم استراتيجيه التدريب في صقل مهارات الافراد من ذوي القدرات الابداعية، وكذلك تعمل على تحديد احتياجات المؤسسة من مهارات وسلوكيات معارف مطلوبة من حيث العدد والكم وبشكل يتناسب مع التطلعات الاستراتيجية للمؤسسة.

1-2 مفهوم الأداء وأنواعه

أ- مفهوم الأداء: يوجد هناك عدة تعريفات للأداء نذكر أهمها:

-التعريف الأول: "هو الكيفية التي تستخدم بها الوحدة الإنتاجية مواردها المادية والبشرية في سبيل تحقيق الأهداف المحددة"⁸.

-التعريف الثاني: "هو قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها طويلة الأمد والمتمثلة في استمرار نشاطها والبقاء في سوقها في ظل احتدام المنافسة"⁹.

-التعريف الثالث: "هو الدرجة أو النسبة من الأهداف التي تحققها المؤسسة"¹⁰.

ومن خلال التعاريف السابقة الذكر نجد أن الأداء له مصطلحات مرتبطة وذات علاقة متصلة به ألا وهي: 11:

- الكفاءة: وهي تمثل الاستخدام الأمثل للموارد، وتحسب بطريقة الموالية؛

$$\text{الكفاءة} = \frac{\text{النتائج المحققة/ الموارد المستخدمة}}{\text{المخرجات / المدخلات}}$$

- الفعالية: وهي مدى تحقيق أهداف المؤسسة، وتحسب بطريقة الموالية؛

$$\text{الفعالية} = \frac{\text{النتائج المحققة}}{\text{الأهداف}}$$

$$\text{ومنه فإن الأداء يساوي الكفاءة} \times \text{الفعالية}$$

الإنتاجية: وهي عبارة عن النسبة بين المبيعات أو صافي الأرباح (المخرجات) وبين التكاليف المستخدمة لقطاع معين من نشاط الأعمال¹²، وتحسب بطريقة الموالية.

$$\text{الإنتاجية} = \text{الكفاءة} + \text{الفعالية}$$

ب- أنواع الأداء: يصنف الأداء وفق معايير معينة، وهي تتمثل في الجدول الآتي:

الجدول رقم (1): أنواع الأداء حسب معايير معينة

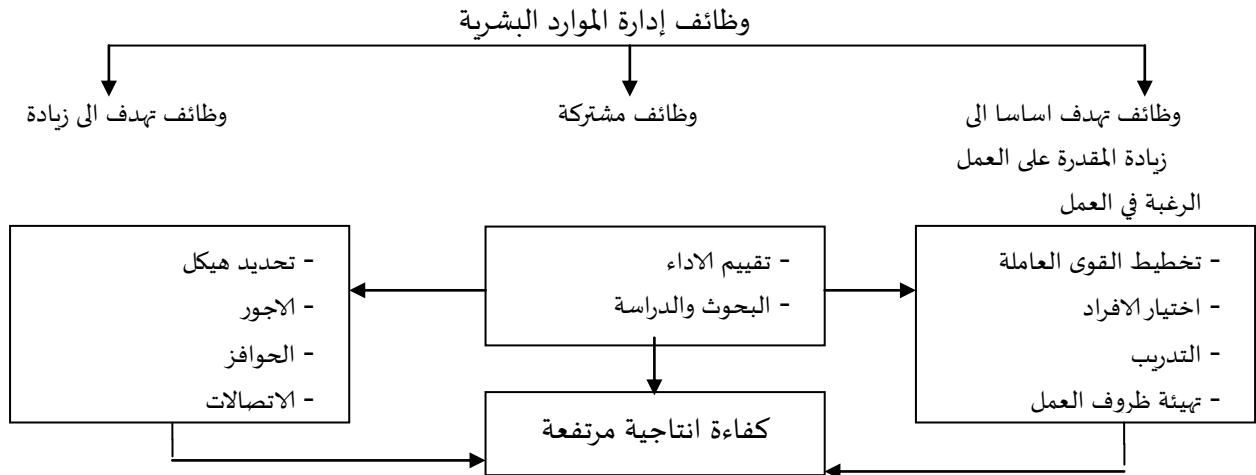
| حسب معيار الوظيفة | حسب معيار الشمولية | حسب معيار المصدر |
|---|---|--|
| 1. أداء الوظيفة المالية: والمتمثل في : قدرة المؤسسة على تحقيق التوازن المالي وبناء هيكل مالي فعال بالإضافة إلى تحقيق المردودية وتعظيم العائد على الاستثمار | 1.الأداء الكلي: وهو الذي يتجسد في الإنجازات التي ساهمت كل الوظائف الفرعية للمؤسسة في تحقيقها، دون استثناء جزء أو عنصر في تحقيقها؛ | 1.الأداء الداخلي: وهو الأداء الناتج عن مختلف الأداءات الجزئية والمتمثلة في أداء الموارد البشرية في المؤسسة والأداء التقني الذي يتعلق بجانب الاستثمارات، والأداء المالي الخاص بالإمكانات المالية المستعملة؛ |
| 2.أداء وظيفة الإنتاج: ويتحقق عندما: تحقق المؤسسة إنتاجية مرتفعة مقارنة بالمؤسسات الأخرى. كإنتاج منتجات بجودة عالية وتكاليف أقل، تخفيض التعطيلات الناتجة عن تعطل الآلات أو التأخر في تلبية الطلبات؛ | 2.الأداء الجزئي: وهو الذي يتحقق على مستوى الأنظمة الفرعية للمؤسسة والوظائف الأساسية. | 2.الأداء الخارجي: وهو الأداء الناتج عن التغيرات التي تحدث في المحيط الخارجي للمؤسسة |
| 3.أداء وظيفة الأفراد: يعتبر المورد البشري هو جوهر أداء أي وظيفة زمن خلاله تم تحريك الموارد الأخرى وتوجيهها بما يسمح بتحقيق أهداف المؤسسة، مهما كان موقعهم أو مستواهم الوظيفي؛ | | |
| 4.أداء وظيفة التسويق (الأداء التسويقي): يتحدد هذا الأداء من خلال مجموعة من المؤشرات المتعلقة بوظيفة التسويق منها حجم المبيعات، الحصة السوقية، رضا العملاء.... وسيتم التعرض لهذا الأداء بالتفصيل في الفرع الموالي. | | |

المصدر: من إعداد الباحثين إعمادا على محمد سليمان، "الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة"، مذكرة ماجستير غير منشورة، فرع علوم تسويق، تخصص تسويق، جامعة المسيلة، 2007/2006، ص 117- 119.

3-1- علاقة استراتيجيات التدريب بأداء العاملين

تعد إدارة الموارد البشرية إدارة متكاملة تتكون من وظائف متخصصة يتعلق بعضها ببعض الآخر، وأن سياسة معينة للأفراد يتوقف نجاحها على السياسات الأخرى للأفراد ومدى اتساقها معها وارتباطها بها وتداخلها فيها، لذلك يعتبر تقييم الأداء بمثابة مراجعة أو متابعة لبقيّة سياسات الأفراد فتستطيع الإدارة مثلا أن تحكم من خلاله على مدى نجاح سياسة الإختيار لأن التقييم يفصح عما إذا كان الشخص المناسب مكلف بالوظيفة التي توافق ميوله وتتفق مع قدراته وتناسب مع مؤهلاته وتندمج مع مستوى طموحه. ويمكن للإدارة أيضا أن تقرر مدى سلامة الاختبارات التي تجربها للعاملين، وهل تظهر قدراتهم وتعطي معلومات كافية عن تقدمهم في وظائفهم ونجاحهم فيها ومقابلتهم المستويات الموضوعية، وتستطيع أن تقيم برامج تدريب التي تعطى لموظفيها وما إذا كانت هذه البرامج كافية لتنمية مهارات هؤلاء الموظفين وصقل قدراتهم وخلق العادات المناسبة للوظائف التي يؤدونها وتقوية العلاقات بينهم وبين الموظفين الآخرين كما تستدل على قدرة المشرفين على قيادة رؤوسهم وتوجيههم وخصوصا إذا تضمنت عملية التقييم تقييما متبادلا بين المشرفين ومروؤسيهم فإن ذلك يلقي الضوء على فاعلية الأسلوب الذي يتبعه المشرف مع عماله، وما إذا كانت هناك نواحي قوة أو قصور، وتبين الإدارة كذلك ما إذا كان نظام الحوافر مناسباً ومشجعا لحاجات الأفراد، أو ما إذا كان هناك نقص فيه بحيث لم يدفع العاملين لبذل الجهد المطلوب¹³.

الشكل رقم (1): علاقة وظائف إدارة الموارد البشرية بما فيها التدريب وعملية تقييم الاداء



المصدر: على سلمي، "إدارة الافراد والكفاءة الانتاجية"، مكتبة غريب، مصر، 1985 ص46

من خلال الشكل رقم (1) يعتبر التدريب نشاط ضروري تقوم به المؤسسات وتوليه اهتمام كبيرا، ومن خلاله يتم تزويد الأفراد بمعلومات ومهارات وسلوكيات لتحقيق إستراتيجية المؤسسة خاصة وهي تعمل في ظل بيئة شديدة التغيير والشيء الثابت فيها هو التغيير، مما اجبر المؤسسات على ضرورة إيجاد توافق بين هذه المستجدات الحاصلة في بيئتها ومهارات وسلوكيات أفرادها أي أصبح لزاما عليها أن تهتم بالبحث على البرامج التدريبية المناسبة واختيار المدربين والمتدربين المناسبين واختيار الطريقة المثلى لتلقين تلك المهارات الجديدة.

ويظهر تأثير التدريب على أداء العاملين من خلال :

- رفع مستوى أداء العاملين وتحسينه كما ونوعا؛
- بعث سلوكيات جديدة في الأفراد تتوافق وإستراتيجية المؤسسة؛
- تقوية الروح المعنوية للأفراد؛
- تقوية العلاقات الإنسانية بين الأفراد وترشيد توجهاتهم؛
- تنمية شعور العاملين بالولاء التنظيمي؛
- تخفيض معدلات كل من الغياب ودوران العمل؛

- إكساب العمل طرق البحث والإبداع؛
- المساهمة في إدارة المعرفة داخل المؤسسة14.
- II - الطريقة والأدوات :**

- من أجل دراسة إشكالية الورقة، والتطرق لمختلف أبعادها، تم الاعتماد في المحور الأول (الجانب النظري) على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بغية استيعاب الإطار النظري للموضوع وفهم مختلف مكوناته وأبعاده.
- كما تم الاعتماد في المحور الثاني (النتائج ومناقشتها) على منهج دراسة الحالة، وذلك من أجل إسقاط الدراسة النظرية على واقع المؤسسات البترولية، مع أخذ عينة تتمثل في المؤسسة الوطنية لخدمات الآبار.
- III- النتائج ومناقشتها :**

نعرض مؤشرات قياس استراتيجيات التدريب وأداء العاملين في المؤسسة الوطنية لخدمات الآبار ENSP خلال فترة الدراسة الممتدة بعشر سنوات (2006-2015)، وكذلك تحليل معطيات وبيانات المؤسسة محل الدراسة حول استراتيجيات التدريب وتبييت أهميتها في تحسين أداء العاملين. حيث تتمثل مؤشرات إستراتيجية تدريب المورد البشري (عدد العمال، عدد المتدربين، تكاليف التدريب، موازنة التدريب والكتلة الاجرية)، ومؤشر أداء العاملين يتمثل في (إنتاجية العامل المتدرب).
أولاً- مؤشرات استراتيجيات التدريب:

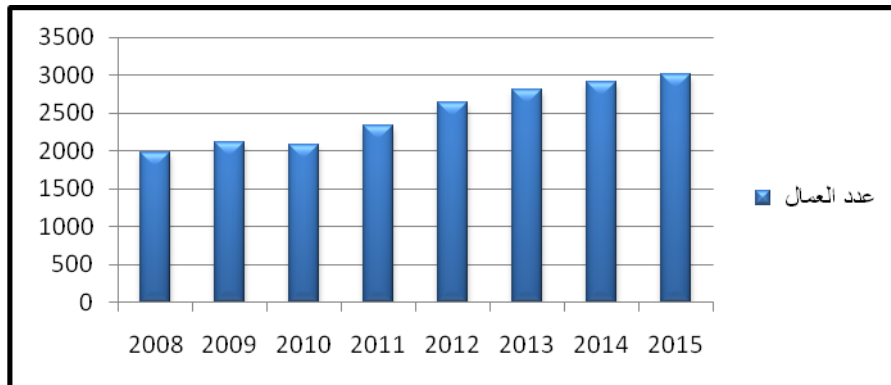
- 1- تطور عدد العمال في المؤسسة الوطنية لخدمات الآبار ENSP:
جدول رقم (2): تطور عدد العمال خلال الفترة 2008-2015

الوحدة: عامل

| السنوات | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| عدد العمال | 1983 | 2120 | 2087 | 2323 | 2623 | 2814 | 2907 | 3010 |
| النسبة % | / | 7 | -2 | 12 | 13 | 7 | 3 | 4 |

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على وثائق المؤسسة الوطنية لخدمات الآبار ENSP

الشكل رقم (2): تطور عدد العمال خلال الفترة 2008-2015



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على وثائق المؤسسة الوطنية لخدمات الآبار ENSP

نلاحظ من خلال الجدول والشكل اعلاه أن المؤسسة شهدت تذبذب في عدد العمال، حيث شهدت سنتي 2008 و2009 نموًا في مستويات التوظيف قدر بحوالي 7%، لتشهد مباشرة بعدها سنة 2010 انخفاضًا قدر بـ 2%، رغم ارتفاع سعر النفط في تلك السنة والذي وصل إلى حوالي 98 دولارًا للبرميل. أما بخصوص سنة 2011 فشهدت نموًا قدر بـ 12% ويعود السبب في ذلك إلى قيام المؤسسة بزيادة معدلات التوظيف رغم العدد الكبير من العمالة المتوفرة لديها، وتلك الزيادة كانت بسبب ارتفاع سعر النفط والذي وصل إلى 112 دولارًا للبرميل في

تلك السنة، أي توفر مبالغ مالية كبيرة والكفيلة بتسديد مستحقات العمال الجدد، وكذلك بسبب ارتفاع معدل البطالة في المنطقة.

ولتشهد بعد ذلك السنوات الموالية 2012، 2013، 2014 و2015 انخفاضا في مستويات التوظيف وهذا راجع إلى انخفاض مستوى أسعار النفط.

2- تطور عدد المتدربين في المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP:

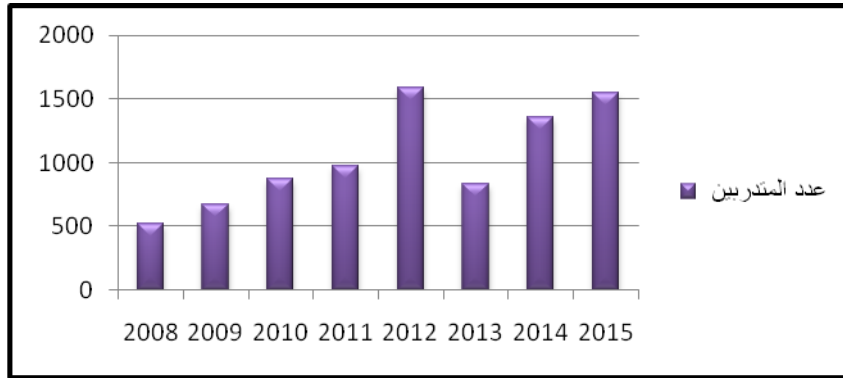
جدول رقم (3): تطور عدد المتدربين خلال الفترة 2015-2008

الوحدة: عامل متدرب

| السنوات | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| عدد العمال | 1983 | 2120 | 2087 | 2323 | 2623 | 2814 | 2907 | 3010 |
| عدد العمال المتدربين | 520 | 675 | 871 | 970 | 1592 | 833 | 1356 | 1550 |
| نسبة المتدربين % | 26 | 32 | 41.7 | 41.7 | 60.6 | 29.6 | 46.6 | 51.4 |

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على وثائق المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP

الشكل رقم (3): تطور عدد المتدربين خلال الفترة 2015-2008



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على وثائق المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن المؤسسة شهدت ارتفاعا في نسبة المتدربين خلال الثماني سنوات (فترة الدراسة)، حيث سجلت المؤسسة أعلى نسبة لها في سنة 2012 و 2015 قدرت بحوالي 60% و 51% على التوالي حيث نجد أن أغلب هذه التدريبات كانت مخصصة للتقنيين وكانت تتمحور تدريباتهم حول التكنولوجيا الحديثة وسبل الوقاية والسلامة من حوادث العمل.

3- تكاليف التدريب في المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP:

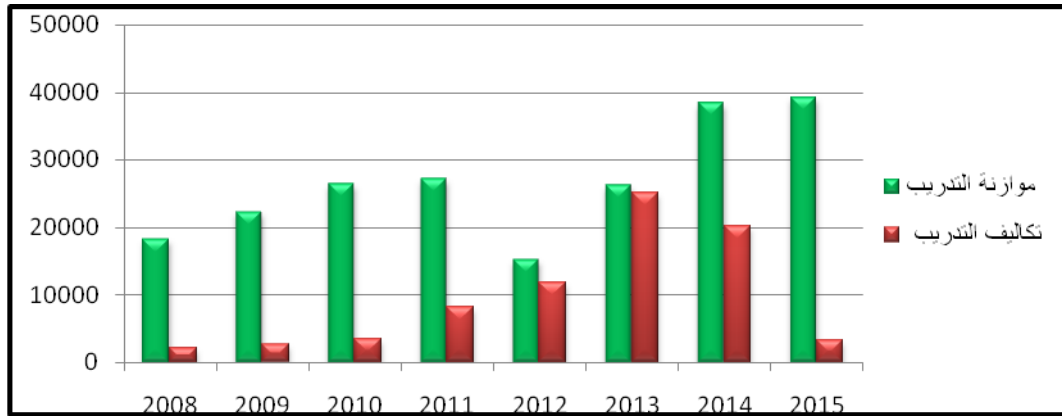
جدول رقم (4): يوضح تطور تكاليف التدريب خلال الفترة 2015-2008

الوحدة: مليون دينار جزائري

| السنوات | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| موازنة التدريب (الهدف) | 182375 | 222841 | 263864 | 271485 | 151926 | 261846 | 383344 | 392373 |
| تكاليف التدريب (المحقق) | 21349 | 26345 | 35147 | 81193 | 118978 | 250567 | 201745 | 33436 |
| نسبة تحقيق الهدف | 12 | 12 | 13 | 30 | 78 | 96 | 53 | 9 |

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على وثائق المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP

الشكل رقم (4): تطور تكاليف التدريب خلال الفترة 2008-2015



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على وثائق المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP

نلاحظ من خلال الجدول والشكل اعلاه أن المؤسسة لم تحقق الموازنة بنسبة 100% خلال الثماني سنوات الماضية 2008-2015، حيث حققت المؤسسة أعلى نسبة سنة 2013 بنسبة 96%، كما نلاحظ أن المؤسسة سجلت أضعف نتيجة في سنة 2015 بنسبة 9% وذلك بسبب تخلي المؤسسة عن الاساتذة الاجانب المتعاقدين.

4- الكتلة الأجرية ورقم الاعمال في المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP

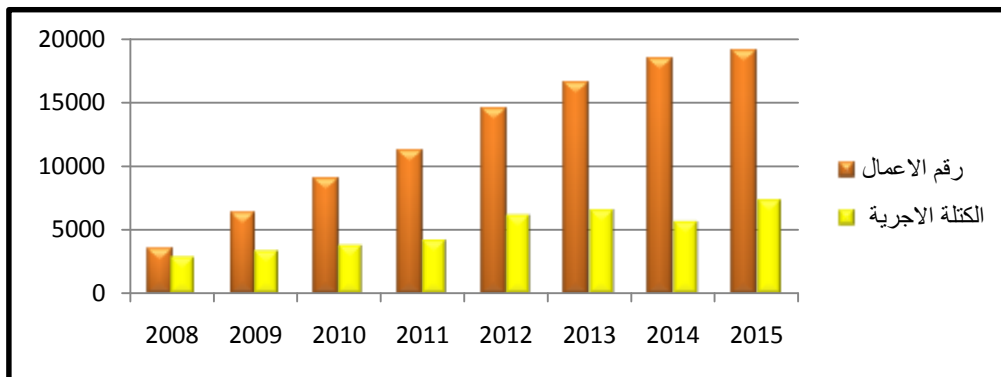
الجدول رقم (5): تطور الكتلة الاجرية ورقم الاعمال خلال الفترة 2008-2015

الوحدة : مليون دينار جزائري

| السنوات | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-----------------------------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| الكتلة الاجرية | 2853 | 3315 | 3740 | 4146 | 6018 | 6428 | 5527 | 7182 |
| رقم الاعمال | 3449 | 6205 | 8960 | 11189 | 14469 | 16504 | 18367 | 19001 |
| الكتلة الاجرية/ رقم الاعمال | 82 | 53% | 41% | 37% | 41% | 39% | 30% | 37% |

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على وثائق المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP

الشكل رقم (5): تطور رقم الأعمال والكتلة الأجرية خلال الفترة 2008-2015



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على وثائق المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP

نلاحظ من خلال الجدول والشكل اعلاه أن الكتلة الاجرية في المؤسسة عرفت ارتفاعا منذ سنة 2008 إلى سنة 2013 حيث وصلت في سنة 2013 إلى 6428 مليون دينار جزائري وذلك راجع للتحسن الكبير الذي شهده نظام الاجور في تلك

الفترة، كما شهدت سنتي 2014 انخفاض وصل إلى 5527 مليون دينار جزائري، وذلك بسبب سياسة المؤسسة والرامية إلى المحافظة على نفس مستوى الأجور وذلك بسبب تدهور سعر النفط في السداسي الثاني من سنة 2014. ثم عاودت الكتلة الاجرية الارتفاع في سنة 2015 لتصل إلى ما يقارب 7182 مليون دينار جزائري وذلك بسبب سياسة التحفيز التي انتهجتها المؤسسة للحفاظ على عمالها من المغادرة والاستقالة. أما بالنسبة للكتلة الاجرية ورقم الاعمال فقد تجاوزت الهدف في السنوات الخمس الاخرى، إذ أن هدف المؤسسة هو أن تكون نسبة الكتلة الاجرية من رقم الاعمال تتراوح ما بين 30 و35% وذلك حسب قانون المؤسسة. 5- تكاليف التدريب والكتلة الاجرية ورقم الاعمال في المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP:

الجدول رقم (6): تطور عدد العمال خلال الفترة 2015-2008

| السنوات | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| رقم الاعمال | 20559 | 24869 | 27903 | 31162 | 34422 | 34773 | 38974 | 45539 | 53429 | 51709 |
| الكتلة الاجرية | 6339 | 6657 | 7007 | 6352 | 9563 | 14909 | 14874 | 14626 | 17990 | 18856 |
| تكاليف التدريب | 397 | 458 | 382 | 387 | 392.5 | 342.1 | 329 | 92.1 | 201.3 | 501.6 |
| تكاليف التدريب /رقم الاعمال | 1.93 | 1.84 | 1.36 | 1.24 | 1.14 | 0.98 | 0.84 | 0.20 | 0.37 | 0.97 |
| تكاليف التدريب /الكتلة الاجرية | 6.26 | 6.87 | 5.45 | 6.09 | 4.10 | 2.29 | 2.21 | 0.62 | 1.11 | 2.66 |

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على وثائق المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن نسبة تكاليف التدريب الى رقم الاعمال لم تتجاوز 1% خلال سنوات 2008 – 2012 وهي نسبة غير مقبولة عالميا، لأن المجال المحدد عالميا لهذا المؤشر يتراوح ما بين 1% و5%. أما في سنتي 2013 و2014 فشهدت النسبة تجاوز الـ1%. وعليه يمكن القول أن النسبة في هاته السنتي هي نسبة مقبولة، وذلك كون أن تكاليف التدريب شهدت ارتفاعا بالمقارنة مع النمو الصغير لرقم الاعمال، ثم لتشهد سنة 2015 تراجع لهذه النسبة حيث وصلت إلى 0.18% وذلك بسبب الارتفاع الكبير لرقم الاعمال والنمو الطفيف لتكاليف التدريب.

ثانيا- مؤشر أداء العاملين

1- انتاجية العامل في المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP:

الجدول رقم (7): يوضح انتاجية العامل المدرب خلال الفترة 2015-2008

| السنوات | قيمة الانتاج | اجمالي عدد العمال | عدد المتدربين | انتاجية العامل | انتاجية العامل المدرب |
|---------|--------------|-------------------|---------------|----------------|-----------------------|
| 2008 | 167397 | 2120 | 520 | 7.89608 | 32.19173 |
| 2009 | 246736 | 1983 | 675 | 12.44256 | 36.55348 |
| 2010 | 196255 | 2087 | 871 | 9.40368 | 22.53214 |
| 2011 | 256800 | 2336 | 970 | 10.99315 | 26.47422 |
| 2012 | 335346 | 2636 | 1592 | 12.72177 | 21.06444 |
| 2013 | 195527 | 2814 | 833 | 6.94836 | 23.47262 |
| 2014 | 114232 | 2907 | 1356 | 3.92954 | 8.42418 |
| 2015 | 118254 | 3010 | 1550 | 3.92870 | 7.62929 |

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على وثائق المؤسسة الوطنية لخدمات الابار ENSP

نلاحظ من خلال الجدول رقم اعلاه أن انتاجية العامل المدرب أكبر من انتاجية العامل العادي في المؤسسة، حيث وصلت إلى أعلى نسبة لها سنة 2009 وذلك بسبب حجم الانتاج الكبير، وهذا ما يفسر أن التدريب يساهم في تغطية العجز في الأداء، ويعمل كذلك على زيادة انتاج المؤسسة كما له دور كبير في تخفيض تكاليف الانتاج. وبذلك نستنتج أن التدريب له دور بالغ الأهمية في تحسين أداء المؤسسة وزيادة انتاجية العامل.

IV- الخلاصة:

مما سبق نستنتج أن تقييم الأداء يساهم في تحديد الاحتياجات التدريبية بشكل عالي من الدقة ومن ثم تصميم البرامج التدريبية، التي تتناسب وإلى حد كبير مع هذه الاحتياجات، فتصميم البرامج التدريبية يعتمد على عمليات التحليل والنتائج التي تخرج بها عملية تقييم الأداء. من خلال الدراسة الميدانية تم التوصل إلى النتائج التالية:

- تبين من خلال المقابلة التي تم إجرائها مع مسيرو مصلحة الموارد البشرية أن المؤسسة تسعى دائماً لوضع استراتيجية تدريبية وفق مشاريعها واستثماراتها وأهدافها المستقبلية؛
- لم تقع المؤسسة في اشكالية الاحتياج للموارد البشرية عند اقتناءها لآليات جديدة أو الانطلاق في نشاط جديد؛
- بخصوص تحديد الاحتياجات التدريبية فإن المؤسسة تسعى إلى إعطائها أهمية كبيرة وهي قادرة على تحديدها بدقة، وذلك من خلال الرقابة على أداء العامل وكذلك من خلال المقارنة بين القدرات والمهارات الحالية للعاملين ومتطلبات الوظيفة المراد تنفيذها؛

1. تتم عملية تحديد الاحتياجات التدريبية من خلال إرسال استمارات تحديد الاحتياجات ثم تأتي مرحلة تجميع تلك الاستمارات، ثم تشكيل لجنة على مستوى المديرية العامة بالمؤسسة لدراسة الاستمارات، وعلى كل مسؤول توضيح وتفسير أسباب تحديد هذه الاحتياجات والملاحظ من هذه العملية أنها جيدة لكنها غير فعالة وذلك بسبب أن رئيس المصلحة هو الذي يناقش الاحتياجات التدريبية ولكن المطلوب أن الرئيس أو المشرف المباشر على العامل هو الذي يقوم بوضع الاحتياجات التدريبية ومناقشتها مع رئيس المصلحة، ثم ترفع للإدارة العامة؛

- تتم عملية تصميم التدريب بناء على المشاكل والعراقيل التي تعاني منها المؤسسة وبالتالي فإن عملية التصميم لا تقوم بها المؤسسة الأم سونطراكل تقوم بها المؤسسة الوطنية لخدمات الابار؛
- تقييم المؤسسة العملية التدريبية بعد ستة أشهر من العمل، والعمل الإيجابي في هذه المؤسسة هو أن استمارات التقييم تسترد كلها وبنسبة 100%، وهذا راجع لصرامة وحزم مديرية الموارد البشرية في هذا الصدد.

- الإحالات والمراجع :

- 1 Chantal Bussenault, Martine Prete « organisation et gestion de l'entreprise tome2 structures, décision, stratégie » vuibert, 1999, p153
- 2 مشتاق كامل فرج – استعمال تحديد التكلفة المستهدفة في تنفيذ استراتيجية مواجهة – مقال، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 18 العدد 67، جامعة بغداد، ص9
- 3 Alfred chandler « stratégies et structures de l'entreprise » dans h Heyvaert-stratégie et innovation dans l'entreprise- thèse d'état science économique, université catholique de louvain 1972, p198
- 4 Irén foghievini – organisation et gestion de l'entreprise- aegne, paris, 4 édition, 1998, p47
- 5 Susan M health field – training and developement employee motivation and retention –the lama laboratory animal management association , 2008 , p 20
- 6 David Duchamp et Loris Guery – la gestion des ressource humaines – 1édition , impression&brochage SEPEC , France 2013. p 102

- 7 ابو دولة وآخرون — واقع عملية الربط والتكامل ما بين استراتيجية المنظمة واستراتيجية ادارة الموارد البشرية — مقال، ابحاث اليرموك، المجلد 20، العدد 4، 2004
- 8 عبد الملّك مزهودة، الأداء بين الكفاءة والفاعلية " مفهوم وتقييم"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الأول، بسكرة، 2001، ص 87
- 9 الداوي الشيخ، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء، مجلة الباحث، العدد 07، جامعة ورقلة، 2010/2009، ص 218
- شادلي شوقي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة " حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية 10الجزائر"، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2008/2007، ص 80.
- 11 إلهام يحياوي، الجودة كمدخل لتحسين الأداء الإنتاجي للمؤسسة الصناعية الجزائرية، مجلة الباحث، العدد 5، جامعة ورقلة، 2007، ص 46
- 12 علاء الغرباوي وآخرون، التسويق المعاصر، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 275.
- 13 عمارين عيشي — دور تقييم أداء العاملين في تحديد الاحتياجات التدريبية مع دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل الكهربائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006، ص 108 109
- 14 أفريد خميلي — التدريب كمدخل لتحسين أداء الموارد البشرية مع دراسة حالة مجمع صيدال فرع فرمال بعنابة- مقال، منشور، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ام البواقي، 2014، ص 73.

نماذج نساء مقاولات من ولاية شلف MODELS OF WOMEN ENTREPRENEURS FROM CHLEF PROVINCE

¹ مزريق عاشور، ² وهيبة جزار ³ رحمة عبد العزيز
جامعة حسينية بن بوعلي بالشلف (الجزائر)

تاريخ النشر: 2019/12/31

تاريخ القبول: 2019/12/16

تاريخ الاستلام: 2019/11/02

الملخص:

تهدف دراستنا إلى إعطاء المرأة المقاوله حقها من الدراسة والبحث فالتعريف بالمرأة المقاوله في الجزائر وفي ولاية شلف على الخصوص كان هدفنا الأساسي التعرف على مقومات عملها وطريقة تفكيرها وكيفية ولوجها الأسواق المحلية وتسييرها لمنشآتها كل هذه العوامل تؤثر تأثيرا مباشرا على المرأة المقاوله في المستوى المحلي توصلنا إلى أن المرأة المقاوله على المستوى المحلي تعاني العديد من الصعوبات والعراقيل التي هي عادة ما تكون اجتماعية أكثر من الاقتصادية فسبل الدعم المادي تخطتها المرأة المقاوله في ولاية شلف وتعرفت على هيئات الدعم والمساندة لتستغل الفرصة وتبني مشاريع ذات قيمة على مستوى الولاية تشبع حاجة اجتماعية معينة فساهمت المرأة المقاوله في توفير مناصب شغل ومنتجات محلية ذات جودة بل وامتلكت الأسواق المحلية في نشاطات محددة

الكلمات المفتاحية: المقاوله، المرأة المقاوله، المرأة المقولة في ولاية شلف

تصنيف JEL : M1,125

Abstract:

Our study aims to give women entrepreneurs their right to study and research, and the definition of women who are engaged in business in Algeria and in the state of Chlef in particular our main objective was to identify the components of their work, their thinking, how they are made available and how existing markets and their processes are functioning, all of which directly affect women entrepreneurs at the field level

We have found that women employed at the local level suffer many difficulties and obstacles that are usually more social than economic The means of material support were passed by women entrepreneurs in the state of Chlef, and they introduced support and support bodies to take advantage of the opportunity and build valuable projects at the state level Saturation of a particular social need Women engaged in job creation And quality local products The current markets were owned in specific activities

Key words: Entrepreneurship, entrepreneurial women, and talking women in the state of Chlef

Jel Classification Codes : M1,125

مقدمة:

لطالما كان الاهتمام بالمرأة وأعمالها من ميادين البحث الخصبة وزاد ذلك ثراء إهتمامها المختلفة وانجازاتها غير المتوقعة فأبهرت العالم في كل المجالات من صحة وتعليم وقضاء لتدخل روح المنافسة الاقتصادية وتميز وتتنوع بألقاب غير متوقعة فالدخول في عالم الاقتصاد مغامرة مليئة بالمخاطر والعراقيل لا يتفوق فيها إلا المبدع المتميز الريادي وعادة ما صاحبت هذه الصفات شخصية المرأة فمن طبيعة خلقها محبة للتغيير والتميز والابتكار هذا ما أهلها إلى خوض حرب المقاوله بدون خوف أو تردد

* جزار وهيبة، الاميل : w.djezzar@univ-chlef.dz

المرأة المقاولة ومهما اختلفت خبراتها و قدراتها التعليمية تبقى الروح المزروعة داخلها المحبة للتحدي والانتصار هي أساس النجاح و التفوق خاصة في مجتمعاتنا المحلية المتميزة بالذكورة العارمة فتواجه المرأة المقاولة في مجتمعاتنا صراعات عديدة من إثبات للذات و محاربة المنافسين و جودة في الإنتاج فالقليل منهم من تستطيع إكمال الحرب وتحتاج المرأة في هذه المغامرة وبشكل كبير إلى الدعم المعنوي اكر من المادي انطلاقا مما سبق نطرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى استطاعت المرأة المقاولة إثبات نفسها في ولاية شلف ؟
ولإثراء البحث قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما ماهية المرأة المقاولة ؟
- ما مسارتطور المرأة المقاولة في الجزائر ؟
- هل هناك نماذج ناجحة للمرأة المقاولة على مستوى ولاية شلف ؟
- وللإجابة على التساؤلات اقترحنا التقسيمات التالية لورقتنا البحثية:

أولا: مفاهيم عامة عن المقاولة النسوية

ثانيا: تطور الاهتمام بالمقاولة النسوية في الجزائر

ثالثا: نماذج عن مقاولات نسوية في ولاية شلف

أولا: مفاهيم عامة عن المقاولة النسوية

لظالما كان المرأة دور فعال في الاقتصاد و في تبني الأفكار الجديدة و طالما كانت السبابة للتغيير الفعال و المؤثر في المجتمع و الاقتصاد وتبني المرأة للمقاولة ليس بالشيء الغريب عن طبيعة المرأة فمنذ القدم كانت المرأة مساهمة في التجارة و في الحياة الاقتصادية بفكرها و استثماراتها الصغيرة.

1- ماهية المقاولة النسوية:

يمكن تعريف المرأة المقاولة بأنها: " المرأة التي تكون لوحدها أو برفقة شريك أو عدة شركاء، وقامت بتأسيس أو شراء أو ورثت مؤسسة، حيث تتحمل مسؤولياتها المالية، الإدارية والاجتماعية، وهي تساهم يوميا في تسييرها الجاري (...).، كما أنها شخص يتحمل المخاطر المالية لإنشاء أو الحصول على مؤسسة، وتديرها بطريقة إبداعية وذلك عن طريق تطوير منتجات جديدة ودخول أسواق جديدة (féminin, 2000, p. 09)

ولقد جاء في كتاب "Jeanne Halladay" إن المرأة المقاولة هي المرأة التي تختار إنشاء مؤسسة لحسابها الخاص و تقوم بتنظيم و إدارة مواردها الخاصة و تحمل المخاطر الكامنة في القيام بذلك على أمل كسب الربح في نهاية المطاف مما سبق نستنتج أن المرأة المقاولة هي المرأة التي تتمتع بالطموح و الرغبة في إنشاء منظمة خاصة بها تحقق فيها أفكارها و تترجم فيها طرق التسيير و الإدارة التي تتمتع بها بهدف خلق الثروة و اشبع الحاجات المختلفة للمجتمع

2- الفرق بين المرأة المقاولة و الرجل المقاول:

يظهر الفرق بين المقاولة النسوية و الرجالية من خلال ثلاث عناصر رئيسية وهي الصفات الشخصية للمقاول (ة)، خصائص المؤسسة، طرق التسيير المتبعة نلخص الفروقات في الجدول التالي:

جدول رقم 01: الفرق بين المقاولة النسوية و المقاولة الرجالية

| صفات المرأة المقاولة مقارنة بالرجل المقاول | خصائص المؤسسات المسيرة من المرأة مقارنة بالرجل | طرق التسيير المتبعة من طرف المرأة مقارنة بالرجل |
|---|--|---|
| -اقل سنا -تلتحق بالمقاولة بعد قضاء فترة طويلة من | -اقل سنا وحجما -تمركز النشاط في القطاعات منخفضة | تفضل الهيكل التنظيمي الأفقي -نمط تسييري مرن |

| | | |
|---|---|---|
| <p>-تشجيع المشاركة</p> <p>-تقاسم السلطة والمعلومة مع غير</p> <p>-لديها قدرات تفاوضية عالية</p> <p>-تقوم بتحقيق الأهداف الشخصية والاجتماعية بالدرجة الأولى</p> <p>-أكثر حفاظا على الموارد وتوفير</p> | <p>النمو</p> <p>-ليس فيها شركاء</p> <p>-أطول بقاء</p> <p>-اقل نجاحا</p> <p>-مردودية ونمو متماثل</p> | <p>البطالة أو المكوث بالبيت أو مواجهة</p> <p>مشاكل في عملها السابق</p> <p>-اقل كفاءة</p> <p>-اقل خبرة في تسيير المؤسسات</p> <p>-اقل خبرة في مجال النشاط</p> <p>-اقل كفاءة على المستوى المالي أو</p> <p>المقاولاتي</p> |
|---|---|---|

المصدر: إيمان ببة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة للتمكين الاقتصادي للمرأة في الجزائر، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، ص: 58

يكمن الفرق بين المقاولاتية والأعمال الصغيرة والمتوسطة من خلال ثلاثة عناصر هي الإبداع: يرتكز نجاح المقاولات على الإبداع، بينما تميل المنظمات الصغيرة إلى الإنتاج بالطريقة التي تؤسسها، وهذا لا يعني أنها لا تعمل شيئا جديدا ولكنها تميل إلى المحلية.

-إمكانية النمو: المقاولات تملك علاقة قوية مع إمكانية النمو، أكثر من الأعمال الصغيرة. الأهداف الإستراتيجية، يملك المشروع المقاولي أهداف إستراتيجية ترتبط بالنمو، تطوير السوق، الحصة السوقية، المركز السوقى بينما تملك المشروعات الصغيرة والمتوسطة بعض الأهداف تكون عادة مرتبطة بالمبيعات وبعض الأهداف المالية. (خذري، 2013، صفحة 05)

3- خصائص المرأة المقاول: تتميز المرأة المقاول بمجموعة من الخصائص نذكر منها :



المصدر: من إعداد طاقم البحث بالاعتماد على مراجع مختلفة (محمد جودت، شلوف فريدة، لفقيه حمزة)

ثانيا: تطور الاهتمام بالمقاولات النسوية في الجزائر:

عندما يتعلق الأمر بالمقاولات النسوية فقد لوحظ أنه بالرغم من كون المرأة مارست منذ القدم النشاط التجاري والإنتاجي بشكل عام، إلا أن الدراسات التي أفردت حيزا خاصا يتناول طبيعة المقاولات التي أنشأتها كانت قليلة، ناهيك عن السعي لاستخلاص مقاربات تحليلية خاصة بها.

فلم يزد عدد المقالات العلمية التي تناولت المقاولات النسائية في سنة 2001 عن 400 مقالة، وهو عدد ضئيل لا يتعدى (5%) من مجموع المقالات التي تناولت الموضوع ليس في سنة 2001 إنما قبل ذلك بـ 10 سنوات،

حيث أشار برويار Bruyart في مقال نشره سنة 1993 أن عدد المقالات التي كتبت عن المقاومة بشكل عام بلغ في سنة 1993 أكثر من 8000 مقالة (قاللة، 25-27 فيفري 2013، صفحة 23)

وعلى غرار باقي الدول مرت المرأة الجزائرية بمراحل عدة لوصولها إلى مفهوم المقاومة المتعارف عليه حاليا فقد مرت ب:
1-مرحلة ما قبل الاستقلال: المرأة في المجتمع التقليدي الجزائري سواء من الأرياف أو حتى في المدن كانت مقولة و لكن ليس بالخصائص و المفاهيم المعروفة اليوم لأنها كانت تنتج تسير و تدبر داخل البيت من اجل خدمة أسرتها و مجتمعها و ليس البحث عن إثبات الذات و الاستقلالية المالية لان هذا يتنافى مع العادات و تقاليد المجتمع التقليدي (بوعزيز، 2000، صفحة 23)

غير انه خلال حرب التحرير(1954-1962) ساهمت الظروف الاستعمارية القاهرة في تغيير أذهان المجتمع فأصبح خروج المرأة للعمل أكثر من ضرورة لإعالة أفراد أسرتها ومن اجل لقمة العيش خاصة بعد التحاق اغلب الرجال بالثورة التحريرية ناهيك عن التحاق فئة كبيرة من النساء بصفوف جيش التحرير غير مبالية بالقيم و العادات المفروضة آنذاك و تطورت مشاركتها في الثورة فنشأت أول منظمة نسائية مع بدء التحرير تابعة إلى الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات و انطبعت هذه الحركة بطابع الثورة و تأثرت بتكوينها الإيديولوجي (شلوف، 2009، صفحة 12)

2-مرحلة ما بعد الاستقلال: جاء في الميثاق الوطني لسنة 1986 وقبله الميثاق الوطني لسنة 1976 (أن الثورة الجزائرية إذ تعمل اليوم على تجسيد تطلعاتها بتوفير الشروط الموضوعية التي تساعد على أن تتبوأ المرأة مكانتها في المجتمع لتهدف إلى تمكينها من الاندماج الفعلي في مسيرة التنمية حتى تضمن مساهمة ملايين النساء الجزائريات الآتي يشكلن طاقة هائلة للاقتصاد الوطني) (شلوف، 2009، صفحة 46)

من هنا يظهر لنا اهتمام الدولة الجزائرية بالطاقات الكامنة للمرأة الجزائرية ووجوب استغلالها على أكمل وجه و استمرت القوانين و الأنظمة و التشريعات المؤيدة لإدماج المرأة في الاقتصاد الوطني و المشجعة لمشاركتها في التنمية الوطنية مع الاحترام للعادات و التقاليد و الأسس الدينية و مع تحول الاقتصاد الجزائري و الاستغناء عن الاشتراكية و التحول للرأس مالية حاربت المرأة الجزائرية لبقائها و استمرارها فرغم ما جاء به دستور 1989 من انفتاح و صدور قوانين عمل جديدة

المرأة التي في ظل هذه الظروف كانت و لا تزال تعمل من اجل فرض نفسها كمواطنة كاملة الحقوق وذلك يرجع إلى زيادة وعيها و ارتفاع مستواها الثقافي و التعليمي فوجدت المرأة في اغلب قطاعات اليوم وحتى القطاعات التي كانت حكرا على الرجال في التعليم و الصحة، التجارة و اليوم تقتحم مجال المقاومة محاولة التوفيق بين نشاطها و محيطها الأسري (شلوف، 2009، صفحة 47)

3- الإصلاحات الأخيرة في الجزائر لدمج المرأة في المقاومة:

الإصلاحات الاقتصادية التي قامت بها الدولة صبت و بشكل كبير انضمام المرأة لمجال الأعمال وذلك من خلال تشجيع فرص الاستثمار و القضاء على البطالة النسوية من خلال جملة من القوانين و الأنظمة للهوض بالاقتصاد الوطني و الابتعاد عن الاعتماد الكلي للثروة النفطية و منها الأمر 03/01 المتعلق بتطوير الاستثمار المؤرخ في 20 اوت 2001 و القانون 18/01 القانون التوجيهي لترقية المؤسسة الصغيرة و المتوسطة وغيرها بالإضافة إلى القوانين التي تنظم كيفية تسيير الأجهزة التي استحدثتها الدولة من اجل دعم الشباب منها الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ) الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM) و الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC)

ثالثا: نماذج عن مقولات نسوية في ولاية شلف:

تبنّت النساء الشلفيات المقاومة كغيرهن من النساء الجزائريات و رفعت شعار التحدي على المستوى المحلي أملة للوصول للمنافسة الوطنية و من بين النماذج الناجحة نذكر:

1- مؤسسة صغيرة لإنتاج أغذية الأنعام و الدواجن للسيدة مداني نادية:

السيدة مداني نادية امرأة متزوجة و أم لثلاث أولاد تعاني من إعاقة على مستوى الرجل اختارت العودة للوطن بعد أن كانت في فرنسا والانطلاق في مشروعها ببلدها الأم بعد تقلدها لمناصب حكومية على مستوى المسالخ بصفتها متخصصة في طب الحيوانات قررت الابتعاد عن النشاط الحكومي وخوض حرب المقاومة برفقة زوجها تقول السيدة مداني انه لا طالما راودها حلم المشروع الخاص و الاستقلالية بعملها لوحدها منذ أن كانت في الغربية إلا أنها لم تستطع الانطلاق فيها إلا بعد أن لاقت الدعم المعنوي في وطنها الأم إلا أنها لم تجد الطريق المفروش بالحير مثلما ذكرت بل واجهت العديد من العراقيل و الصعوبات وبدأت أول خطواتها بالتوجه إلى الصندوق الوطني للتامين عن البطالة cnac سنة 2013 وتقديم ملفها مرفقا بالدراسات و الطلبات اللازمة للانطلاق في مؤسستها وفي غرار ثلاثة أشهر تحصلت على الموافقة و الدعم المادي للانطلاق في إنشاء مؤسستها في منطقة عين مران في ولاية شلف بدأت بإنتاج أغذية الحيوانات و الدواجن خاصة بآلات جزائرية الصنع و أيدي جزائرية لتصبح الآن الممول الرئيسي للأغذية الحيوانات و الدواجن في الولاية فتعتبر السيدة مداني من النماذج الناجحة للتحدي فحصلت على شهادة شرفية في الصالون الوطني للتشغيل (سلام 2014) المنعقد في 19-25 فيفري 2014 في الصنوبر البحري - الجزائر العاصمة لقاء ما قدمته من منتجات ذات نوعية جيدة و تفاني في العمل و الاداء.

2- المؤسسة الصغيرة لإنتاج العجائن التقليدية للسيدة سليمة:

السيدة سليمة سيدة من ولاية شلف ذات مستوى تعليمي متوسط قررت الاعتماد على نفسها و التوجه إلى عالم الشغل بعد مرورها بتجربة طلاق مريرة ففي غرفة صغيرة في بيت والدها في منطقة أولاد محمد افتتحت السيدة سليمة مؤسستها الصغيرة لإنتاج العجائن التقليدية (رشته -قطايف) بعد حصولها على دعم من الصندوق الوطني للتامين عن البطالة cnac بيد عاملة واحدة تمثلت في شخصها و بأدوات بسيطة جدا من مروحات و آلات عجن بسيطة و تقول السيدة سليمة انه في بداية مشوارها الاستثماري كانت تحمل منتجاتها و تستخدم النقل العمومي في توزيعها على محلات صناعة الحلويات في الولاية للتوصل الآن إلى أن تكون المنتج و الموزع الوحيد في ولاية شلف للعجائن التقليدية و يعمل الآن في مؤسستها خمسة أشخاص بالإضافة إلى اقتنائها وسيلة نقل و توسيعها لمحل عملها فالسيدة سليمة على حسب أقوالها لم تحارب المجتمع فقط بل حاربت النظرة السلبية للمطلقة و للمرأة غير المتعلمة و أثبتت أن المقاوله روح و إرادة و حققت اسمها في مجتمع لم يرحمها

3- المؤسسة الصغيرة روضة الأنيق للسيدة قاسي فوزية:

قررت السيدة فوزية افتتاح مؤسستها الصغيرة روضة الأنيق بعد ما مسته من مشاكل للنساء العاملات وحتى الماكثات في البيوت من ناحية تأهيل أبنائهم و تحضيرهم للمدرسة الابتدائية فقررت السيدة فوزية افتتاح روضة الأنيق لكن ليس أي روضة حملت روضتها روح المقاوله بإحداثها لأفكار جديدة لم تسبقها إليها مثيلاتها على مستوى الولاية فضمنت خدمات الروضة كامل اليوم وفي أيام العطل مع برامج تعليمية و تكوينية للطفل من لغات أجنبية و تربية دينية بالإضافة إلى المرافقة النفسية و الطبية لأبنائها كما تسممهم السيدة فوزية في لقاء مع السيدة تقول أنني توجهت إلى الصندوق الوطني للتامين عن البطالة cnac و تحصلت على دعم مالي وصل إلى 4.000.000.00 دج للانطلاق في مؤسستها باختيار المكان المناسب و تهيئته و توفير النقل و تأهيل و تكوين اليد العاملة المناسبة حاليا السيدة فوزية انتشلت ثلاث وعشرون شخصا من البطالة لتأطير مائتين طفل و أصبحت من الروضات المطلوبة و بشدة من الأمهات على مستوى الولاية .

4- المؤسسة الصغيرة للصناعة التقليدية للسيدة بوسنة فاطمة:

السيدة فاطمة امرأة من ولاية شلف استغلت مهارتها وموهبتها في الخياطة للتوجه إلى الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM) لولاية شلف لتستفيد من قرض مصغر لتفتتح ورشها الأولى على مستوى الولاية لتمتص عددا معتبرا من البطالة فتيات راغبات في العمل و لا يجدن الفرصة لتكامل مشوارها في وسط سوق مليء بالمنافسة خاصة

في الخياطة التقليدية النسوية إلا أنها تميزت بمنتجاتها ذات الجودة العالية و دمجها لعنصر الحداثة في تصاميمها فلاقى رضا زبوناتها وولائهم لورشتها التي طورتها و أصبحت مؤسسة صغيرة متخصصة في إنتاج المنتجات التقليدية لم تكتفي السيدة فاطمة بمشروع واحد بل بعد دفعها لمستحقات القرض الذي تحصلت عليه بادرت بطلب قرض آخر لإنشاء مؤسسة صغيرة لصناعة الحلويات التقليدية و قوبلت من طرف الوكالة الوطنية للقرض المصغر (ANGEM) بالقبول نظرا لسيرتها المهنية الطيبة و تسعى السيدة فاطمة بهذا المشروع إلى دعم يد عاملة و إنقاص البطالة في الولاية بالإضافة إلى ذلك تقول السيدة فاطمة أنها تسعى إلى دمج المشروعين في مشروع واحد أساسه إنتاج جميع المنتجات التقليدية وهذا تكون المؤسسة الصغيرة الوحيدة على مستوى الولاية الموفرة لجميع المنتجات التقليدية.

الخاتمة:

إن موضوع المقولاتية النسوية موضوع حاز على الاهتمام الواسع من مختلف الأطراف لما حققه من ايجابية للمجتمع و من امتصاص للبطالة و استطاعت المرأة أن تثبت نفسها في هذا المجال و تحقق التغيير و تفرض أفكارها و تكتسح أسواقا كانت حكرًا على الرجال هذا التميز الذي نالته المرأة حقق لها الاستدامة و الزبائن الأوفياء و التسيير الجيد لمؤسستها و المرأة الشلفية على غرار المرأة الجزائرية فبكل ما مرت به من ظروف و معاناة لم تزدها إلا قوة و إلهامًا على النجاح و التميز فرغم المشاركات القليلة في الاقتصاد المحلي إلا أنها أثبتت النجاح و التفوق في مجالات نستطيع القول عنها اغلها تستهدف زبائن من نفس جنسها .

التوصيات:

من خلال دراستنا لتجارب نسوية توصلنا الى التوصيات التالية:

-التشجيع و الدعم المعنوي للمرأة المقاوله

-تنظيم الصالونات و المنتقيات على المستوى المحلي لدعم المرأة و تشجيع المقاوله الشلفية للمشاركة في الاحتفالات الوطنية

-تدريب و تأهيل النساء و توعيتهم بالجانب المقولاتي إضافة إلى التكوين و فتح قنوات التواصل مع الطالبات خاصة

المصادر و المراجع:

1-توفيق آخرون خذري. (2013). المقاوله كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية -المسارات و المحددات. ملتقى وطني حول واقع و آفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر. الجزائر

2-لفقيه حمزة تقي، 2009، البرامج التكوينية لدعم المقاوله، مذكرة تخرج ماجستير، جامعة بومرداس، الجزائر

3-فريدة شلوف. (2009). المرأة المقاوله في الجزائر. جامعة قسنطينة-الجزائر، مذكرة ماجستير، قسم علم الاجتماع، تخصص تنمية و تسيير موارد بشرية .

4-محمد جودت ناصر، غسان العمري، 2011، قياس خصائص الريادة لدى طلبة الدراسات العليا في ادارة اعمال الريادية، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية، الاردن، المجلد 27، العدد 4

5-محمد سليم قلالة. (25-27 فيفري 2013). المقاوله النسوية: اطار نظري و مفاهيمي. المؤتمر الرابع لمنظمة المرأة العربية المقاوله و ريادة الاعمال النسائية في العالم العربي قيادة و تنمية. الجزائر.

6-يحيى بوعزيز. (2000). المرأة الجزائرية و حركة الاصلاح النسوية العربية . عين مليلة -الجزائر: دار الهدى.

7- féminin, R. d.-c. *lés défis de entrepreneures*. Quebec.

8- <https://www.facebook.com/cnacchlef/>

9- <https://www.facebook.com/ANGEM-Chlef->

العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن في المؤسسات الصناعية: دراسة حالة مؤسسة كوندور للإلكترونيك

بولاية برج بوعريريج

FACTORS DETERMINING THE APPLICATION OF MASS CUSTOMIZATION STRATEGIES ACCORDING TO THE SPECIFICATIONS REQUIRED BY CUSTOMERS IN INDUSTRIAL ESTABLISHMENTS: CASE STUDY OF THE CONDOR ELECTRONIC ESTABLISHMENT IN BORDJ BOU ARRERIDJ

¹ عبد الحليم الحمزة

¹ جامعة العربي التبسي (الجزائر)

تاريخ النشر: 2019/12/31

تاريخ القبول: 2019/11/28

تاريخ الاستلام: 2019/11/04

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المتطلبات اللازمة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعريريج، كما وهدفت إلى تحديد مدى تأثير العوامل التالية على تطبيق هذه الاستراتيجيات (رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم، مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن، توافر إدارة علاقات زبائن لدى المؤسسة، تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن)، ولجمع البيانات المتعلقة بالدراسة ومتغيراتها، تم الاعتماد على تصميم استبيان لغرض قياس متغيرات من النوع الترتيبي، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج حيث إن معرفة المديرين المعنيين في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعريريج بالعوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن عالية فيما يتعلق بتوافر إدارة علاقات زبائن لدى المؤسسة، وكذلك بمستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن، بينما كانت هذه المعرفة بدرجة متوسطة لعوامل: تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن، مدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم. الكلمات المفتاح: استراتيجيات تشكيل المنتج؛ نمط استهلاكي؛ تفضيلات الزبائن؛ كوندور.

تصنيف JEL : M30 ; M31

Abstract:

This study aims of at identify the requirements to apply product formation strategies according to the specifications required by customers at the Condor Electronic Establishment in Bordj Bou Arreridj, and to determine the impact of the following factors on the application of these strategies (customers desire to buy products that are formed according to their requests, the level of configuration required in the product by customers, availability of customer relationship management, changing consumer style). To collect data related to the study and its variables questionnaire was used for the purpose of measuring ordinal type variables.

The study found a number of results. The knowledge of the managers involved in the Condor Electronic Establishment in Bordj Bou Arreridj at the factors determining the application of mass customization strategies according to the specifications required by customers is high regarding the availability of customer relationship management, While this knowledge was medium for the factors: changing consumer style, the extent customers desire to buy products that are formed according to their requests.

Keywords: Mass customization strategy ; consumption style ; customer preferences ; Condor.

Jel Classification Codes : M30 ; M31

I- تمهيد :

يعتبر تبني استراتيجيات تسويقية ذات خصائص ابتكارية، توجهها سائدا لدى شركات الأعمال، في ظل ما تشهده بيئة الأعمال من تنافس حاد، أسهم في إفرازه العديد من العوامل وعلى رأسها التقدم التكنولوجي وتكنولوجيا المعلومات واستخداماتها كقواعد أساسية في إدارة وتسيير وظائف منظمات الأعمال بشكل عام والتسويق بشكل خاص، بالإضافة إلى ازدياد وعي الزبائن، والتغير المستمر في أذواقهم وتفضيلاتهم، والتنامي المستمر في الطلب على السلع والخدمات، وخصوصا تلك التي تدرك من قبل الزبون على أنها عالية الجودة.

إن انتهاج استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات التي يطلبها الزبائن يمثل مرحلة متقدمة في تطبيق مفهوم التسويق الحديث، فالأمر هنا لا يقف عند تبني رغبات وتفضيلات الزبائن، بل يتعداه إلى إمكانية تشكيل المنتج وفقا للرغبات الخاصة بهم، ولكون الاستراتيجيات المشار إليها تمثل الاستجابة الحتمية للتغير في الأسواق، فقد أصبحت تطبق على نطاق واسع فهي الإستراتيجية التي يمكن أن تكون بديلا للإنتاج النمطي أو تعمل معه جنبا إلى جنب، ذلك أنه لم يعد بمقدور المنتج النمطي، الذي يعمل أصلا في ظل تشابه أذواق المستهلكين، وثبات نسبي في الطلب على السلع والخدمات، تلبية كافة الرغبات في أسواق تتصف بتغير في النمط الاستهلاكي ناتج عن التباين في الأذواق والطلبات، وتنام مستمر في تشكيلة المنتجات، ومن هنا فقد أصبحت الحاجة ماسة إلى تبني استراتيجيات تسويقية، تدير وبشكل استباقي عمليات تشكيل المنتج من خلال قوالب إنتاجية مختلفة تغطي إلى حد كبير رغبات وأذواق الزبائن، وتزيد من إدراكهم لقيمة المنتج.

تتمحور أبعاد هذه الدراسة في الكشف عن مدى معرفة الإدارة في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعريج بالعوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، وبيان أثر تلك العوامل على تطبيق الاستراتيجيات موضوع الدراسة.

- مشكلة الدراسة:

من خلال عدد من المقابلات مع مديري التسويق، الإنتاج، وتصميم المنتج، والبحث والتطوير في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعريج في جوان 2018 تبين عدم وجود معرفة كافية من قبل الإدارات المعنية بتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن في مؤسسة كوندور بمتطلبات تطبيق هذه الاستراتيجيات، والذي قد ينجم عنه عدم قدرة المؤسسة المشار إليها على تطبيق تلك الاستراتيجيات.

وعموما تتمثل مشكلة الدراسة فيما يلي:

ما مدى معرفة الإدارات المعنية بتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعريج بمتطلبات تطبيق هذه الاستراتيجيات، وأثر هذه العوامل (متطلبات التطبيق) على تطبيق تلك المؤسسة للاستراتيجيات المشار إليها.

ينبثق من المشكلة الرئيسة الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى معرفة المديرين المعنيين بتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعريج بمتطلبات تطبيق تلك الاستراتيجيات في مؤسستهم ؟
- هل يوجد أثر لرغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن ؟
- هل يوجد أثر لمستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن ؟
- هل هناك أثر لتوافر إدارة علاقات زبائن لدى المؤسسة على تطبيقها لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن ؟
- هل يوجد أثر لتغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن ؟

- فرضيات الدراسة:

تم تصميم الدراسة الميدانية لاختبار فرضية رئيسة يتفرع عنها مجموعة من الفرضيات الفرعية وهي على

النحو التالي:

الفرضية الرئيسية (H0): لا يوجد أثر للعوامل التالية مجتمعة: مدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم، مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن، توافر إدارة علاقات زبائن لدى الشركة، تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن، على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

ويتفرع عنها الفرضيات التالية:

الفرضية الفرعية الأولى (H01):

لا يوجد أثر لرغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

الفرضية الفرعية الثانية (H02):

لا يوجد أثر لمستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

الفرضية الفرعية الثالثة (H03):

لا يوجد أثر لتوافر إدارة علاقات زبائن لدى المؤسسة على تطبيقها لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

الفرضية الفرعية الرابعة (H04):

لا يوجد أثر لتغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

- أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى ما يلي:

- التعرف على مفهوم وأجزاء ومكونات استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن في الأدب التسويقي.

- التعرف على الدعامات والمرتكزات اللازم توفرها مسبقا لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

- تفحص الجانب المعرفي لدى مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعريبيج للشروط الواجب توافرها مسبقا لدى هذه المؤسسة لتطبيق الاستراتيجيات المشار إليها.

- تفحص أثر عدد من المتغيرات على تطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعريبيج.

1. التعرف باستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن:

وردت في أوعية الفكر الإداري والتسويقي بصفة خاصة عدد من التعريفات لمفهوم استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات التي يرغب فيها الزبائن، وقد دارت كلها حول المضامين التالية:

- فقد عرفها رايمبا بأنها إمكانية استخدام مرونة العمليات الإنتاجية، والهيكل التنظيمية للشركة في إنتاج منتجات متنوعة تلي الحاجات الفردية للزبائن بأسعار تعادل أسعار المنتجات المتشابهة¹.

- وقد عرفها سكجلستاد بأنها الموقف أو الحالة التي يمكن الوصول من خلالها إلى عدد كبير من الزبائن تماما كما هو الوضع السائد في الاقتصاد الصناعي، وبنفس الوقت أن تتم تلبية طلباتهم وحاجاتهم الفردية كما

يحصل تماما في الأسواق التي تقدم منتجاتها بناء على طلبات الزبون الفردية².

- وقد ربط جبانغ بين الإنتاج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن وخدمة شريحة سوقية بفاعلية وتحقيق الربحية للشركة، عندما أشار إلى أنه الجهد المبذول للوصول إلى شريحة سوقية بفاعلية وربحية، حيث يتوقف مدى فاعلية وربحية الشركة على ما إذا كانت تعتمد التوجه التسويقي المعتمد على المواصفات المحددة من قبل الزبائن، وعلى حجم شريحة مثالي، حيث إن حجم الشريحة يعتمد بدوره على وضع السوق من جهة، وموارد المنظمة من الجهة الأخرى³.

- ويعرفها كوتلر بأنها ذلك النمط من الإنتاج، الذي يتلاءم، ويتناسب مع الحاجات الخاصة لكل عميل، وتمارسه شركات تركز وتؤقلم عروضها واتصالاتها، لتناسب عملاءها وتتوافق مع حاجاتهم وأذواقهم⁴.

- ويشير سانتونن في تعريف آخر إلى أنها قدرة الزبائن على اختيار وطلب الحصول على منتجات تم تشكيلها خصوصا لتتوافق مع حاجاتهم وأذواقهم ورغباتهم وأن عليهم اختيار ما يريدون من بين عدد من الخيارات لتلبية حاجاتهم المحددة⁵.

- وفي تعريف آخر لبابيرز وآخرين أشاروا إلى أنها استراتيجيات أعمال معقدة تهدف إلى إنتاج السلع وتقديم الخدمات على مستوى واسع بحيث تشكل السلع والخدمات لتتوافق مع الحاجات الفردية لكل زبون بكفاية الإنتاج النمطي⁶.

- وقد عرفها هارت على أنها إستراتيجية الأعمال التي تقوم على تقديم أي شي يريده الزبائن من سلع وخدمات، وفي أي وقت يريده، وبأي طريقة ممكنة⁷.

- وقد أشار كل من بيرالت ومكارثي إلى أنها الإنتاج اعتمادا على طلبات فردية محددة مسبقا من قبل الزبائن ويتم ذلك من خص تكييف مبادئ الإنتاج النمطي لتتوافق مع المتطلبات والحاجات المتباينة والمتنامية للفرد، وخدمة أجزاء محددة من السوق لتلبية الحاجات المختلفة للزبائن كأفراد، فالشركة التي تقوم على خدمة الأفراد الموجودين ضمن أسواقها المستهدفة تحاول تحقيق الميزة التنافسية من خلال إيجاد الطرق الكفيلة بتخفيض التكلفة حتى تقدم للزبون أفضل الخيارات وأكثرها عددا⁸.

- أما ايقان وثوماس فقد عرفها على أنها توجيه الشركات المنتجة لعملياتها الإنتاجية بما يمكنها من الاستجابة للتغير والتنامي في حاجات الزبون من خلال سيناريو أن الفرد هو السوق المستهدف، وهذا ناتج عن الديناميكية العالية لأنماط الطلب على المنتجات في الأسواق، ونمو التنافس الابتكاري بين المنتجين، وظهور حاجات جديدة لدى الزبائن تؤدي إلى تجزئة الأسواق إلى أجزاء أصغر فأصغر، مما يدفع الشركات إلى تبني إستراتيجية التركيز على أجزاء محددة من السوق بسبب الاختلافات في تفضيلات العملاء، إضافة إلى العوامل الأخرى⁹.

2. متطلبات تطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن:

يدور جدل في الكتابات التسويقية منذ أمد بعيد نسبيا، حول مضمون ومتطلبات تطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، لكن ازدياد التطبيق الفعلي لهذه الاستراتيجيات لم يكن واضحا وجليا في قطاع الأعمال إلا منذ بضعة سنوات، ويعود السبب في ذلك إلى عدم وجود تكنولوجيا معلومات فعالة آنذاك يمكنها التعامل مع التدفق الهائل للمعلومات التي تلزم لتطبيق هذه الاستراتيجيات¹⁰.

إذ يعتبر الحصول على المعلومات ومعالجتها من أكثر العوامل أهمية في تطبيق هذه الاستراتيجيات، وعلى عكس الإنتاج النمطي فإن تطبيق الاستراتيجيات مجال البحث يتطلب معلومات حول أمانى ورغبات كل شخص من الزبون، حيث تتم ترجمة هذه الرغبات والحاجات والأمانى إلى مواصفات منتج محددة، وذلك بعد تلقي المنتج للمعلومات المتعلقة بالحاجات الفردية للزبون عبر الانترنت أو قناة الاتصال المباشرة أو حتى من خلال المتجر، وقد دعا زبكن هذه العملية بالاستنتاج وهي الآلية التي تتعلق بالتفاعل مع الزبائن والحصول على معلومات معينة بغية تحديد وترجمة حاجات ورغبات الزبون إلى مواصفات منتج محددة، ومع أن الحصول على المعلومات عن حاجات

ورغبات وطلبات الزبائن ومعالجتها يمكن اعتباره بحق، العامل الأهم في نجاح تطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، لكن تحقيق الأداء المنشود يعتمد كذلك على متطلبات أخرى مكتملة¹¹. وأهم هذه المتطلبات ما يلي¹²:

- القولية: تتضمن هذه العملية هندسة أو فن بناء المنتج من خلال تصميم قوالب بعدد مواصفات المنتج التي تلي وتغطي حاجات ورغبات الزبائن المختلفة في شرائح السوق المستهدف، ويستنتج من ذلك أن أنظمة الإنتاج هذه تقوم على أساس تشكيلة من قوالب الإنتاج، ومرونة في العملية الإنتاجية، بحيث يمكن إجراء التغييرات الفورية والسريعة وإحلال قالب إنتاجي محل آخر كلما استدعت الضرورة ذلك؛

- محدودية الإمكانيات: لا تهدف استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، إلى تلبية رغبات كافة الزبائن، وتقديم كل شيء لكل شخص، فالشركات المنتجة لا تقوم بتشكيل المنتج الذي يتوافق ويتلاءم مع حاجات كل زبون لكنها تقوم بتصميم عدد من قوالب الإنتاج التي قد تصل في بعض الشركات إلى المئات بحيث تغطي حاجات ورغبات وتفضيلات شرائح سوقية محددة، تتشابه في طريقة حياتها، ومستهدفة من قبل الشركة المنتجة، ويتم هذا بعد إجراء دراسات وأبحاث سوقية، واختيار الشرائح السوقية التي سيتم خدمتها مراعية في ذلك إمكانيات الشركة؛

- النمطية في العمليات الإنتاجية: ترتبط استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، بتحقيق النمطية في العمليات الإنتاجية، إذ أن مثل هذه النمطية والروتينية في سير العمل، وأداء الأعمال اليومية، سيمكن من تحقيق اقتصاديات الحجم؛

- استخدام أنظمة المعلومات: تحتل المعلومات أهمية كبرى في تطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، ومن هنا فإن الشركة المنتجة تركز المعلومات التي يتم جمعها والحصول عليها من السوق لغايات ثلاث: تشكيل المنتج بالمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن المتواجدين في شرائح السوق المختلفة، تتبع طلب السوق على المنتجات، وإدارة العلاقات مع الزبائن، إن كل هذه النشاطات تتصف بالحاجة إلى كم هائل من المعلومات مقارنة مع الإنتاج النمطي، فالبحث للتعرف على رغبات وحاجات الزبائن الفردية وتحديدها، وتشكيل المنتج بما يتوافق ورغبات كل فرد من الزبائن، وتحويل مواصفات المنتج إلى منتج مصنع، والتوزيع المباشر للسلع، ولا بد من الإشارة هنا أن تكنولوجيا الإنترنت تسهل جمع واستخدام كميات كبيرة من البيانات المتعلقة بكل فرد من الزبائن، في حالة أغلب المنتجات، ويتم ذلك من خلال السماح بالتفاعل بين الزبون والمنتج بوساطة الربط عبر الشبكات الالكترونية، فالتجارة الالكترونية خصوصا تساعد إلى حد كبير في تخفيض تكلفة المعلومات، وتبسيط وزيادة فعالية علاقات الاتصال بين الزبائن والمنتجين.

II - الطريقة والأدوات :

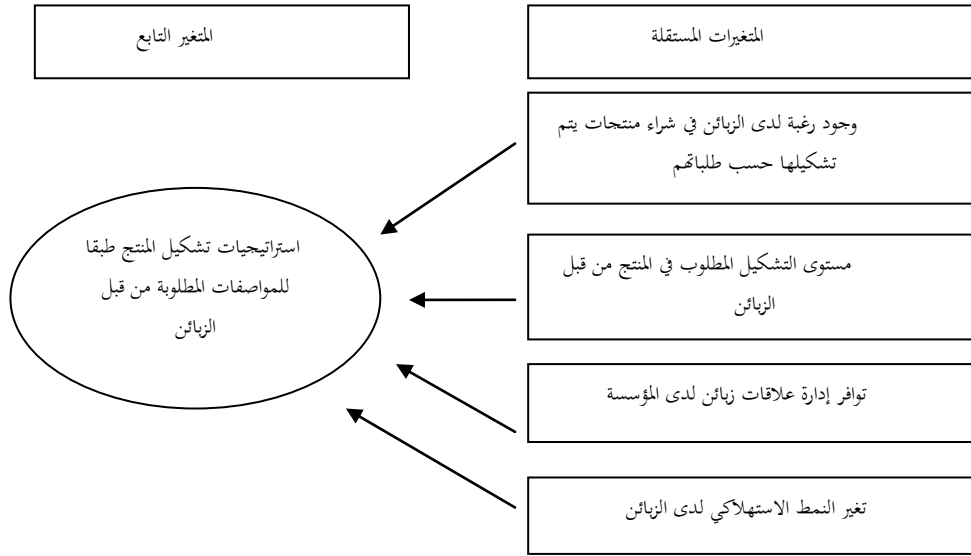
- مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من مديري: التسويق، الإنتاج، تصميم المنتج، والبحث والتطوير، في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعريج، وعددهم 18 مديرا تم اختيارهم بطريقة قصدية باعتبارهم المديرين المعنيين بتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، ويمكن اعتبار المديرين المشار إليهم سابقا، وحدة التحليل التي تم اعتمادها في هذه الدراسة.

- نموذج ومتغيرات الدراسة:

في ضوء عناصر المشكلة وأهداف الدراسة وفرضياتها فإن التصور العام لنموذج الدراسة والذي يوضح العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع يظهر من خلال الشكل رقم (1).

الشكل 1: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحث.

- أدوات جمع البيانات:

لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة ومتغيراتها، تم الاعتماد على تصميم استبيان لغرض قياس متغيرات من النوع الترتيبي، وقد شمل الاستبيان على محورين هما:

- المحور الأول: يقيس مدى توافر عدد من العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، ويتكون من الأبعاد التالية:
البعد الأول: مدى وجود رغبة لدى الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم، وقد تم تغطيته من خلال الفقرات من 1 إلى 7.

البعد الثاني: مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن، وقد تم تغطيته من خلال الفقرات من 8 إلى 11.

البعد الثالث: توافر إدارة علاقات زبائن لدى المؤسسة، وقد تم تغطيته من خلال الفقرات من 12 إلى 18.
البعد الرابع: تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن، وقد تم تغطيته من خلال الفقرات من 19 إلى 23.
- المحور الثاني: يقيس درجة تطبيق الشركة الصناعية لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن ويتكون من الأبعاد التالية:

البعد الأول: الإستراتيجية التجميلية، وقد تم تغطيتها من خلال الفقرات من 24 إلى 28.

البعد الثاني: الإستراتيجية التشاركية، وقد تم تغطيتها من خلال الفقرات من 29 إلى 31.

البعد الثالث: الإستراتيجية التكميلية، وقد تم تغطيتها من خلال الفقرات من 32 إلى 34.

البعد الرابع: الإستراتيجية الشفافة، وقد تم تغطيتها من خلال الفقرات من 35 إلى 37.

هذا وقد تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي لقياس محاور الاستبيان.

- مصادر الحصول على البيانات:

تم الاعتماد على مصدرين رئيسين لجمع البيانات اللازمة لهذه الدراسة: مصادر البيانات الثانوية: وشملت، المراجع والأدبيات والدوريات ذات العلاقة بالدراسة بهدف توضيح المفاهيم الأساسية وأبعادها المختلفة والتعرف على أهم الدراسات التي تناولت الموضوع.

مصادر البيانات الأولية: تصميم استبيان يهدف جمع البيانات من المديرين المعنيين، حول مدى معرفتهم لعدد من العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن لدى مؤسستهم، حيث تم في شهر سبتمبر 2019 توزيع عدد من الاستبيانات على المديرين المتوفرين في المؤسسة، وقد تكون الاستبيان من بيانات تتعلق بموضوع الدراسة: (قياس مدى معرفة المديرين المعنيين بالدراسة في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعرييج لعدد من العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن).

- أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة واختبار صدق الأداة وثباتها:

لكون الدراسة وصفية تحليلية، ولغرض تحليل البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة واختبار الفرضيات، فقد تم الاستعانة ببرنامج (Sps.20)، حيث وظفت الدراسة المؤشرات والأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات المتوفرة والملائمة لها، والتي تراوحت بين الإحصاء الوصفي، والإحصاء الاستدلالي، وهي كالاتي:

- الإحصاء الوصفي (المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية) لوصف مدى معرفة المديرين المعنيين بالعوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.
- تحليل الانحدار المتعدد بهدف اختبار أثر كل المتغيرات المستقلة مجتمعة على المتغير التابع في آن واحد (الفرضية الرئيسية)، وسيشمل ذلك اختبار أثر مستويات المتغير المستقل في أسئلة الدراسة على المتغير التابع.
- صدق الأداة وتعني قدرة استبيان الدراسة على قياس المتغيرات التي صمم الاستبيان من أجل قياسها، وقد تم عرض الاستبيان على عدد من المختصين في الدراسات التسويقية بهدف التأكد من صدق الأداة.
- ثبات الأداة وتشير إلى مدى الحصول على النتائج نفسها في حال إعادة القياس في ظل توافر ظروف مشابهة للظروف التي تمت فيها الدراسة باستخدام نفس الأداة، وقد تم استخدام مقياس ألفا كرونباخ لتحديد درجة ثبات الأداة، حيث بلغت نتيجة الاختبار (0.909) وهي نسبة أعلى من الحد المقبول وهو (0.60) حسب نتائج برنامج Sps.

III- النتائج ومناقشتها :

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة:

يتم هنا تناول نتائج اختبار الفرضية الرئيسية، وما انبثق عنها من فرضيات فرعية وتحليلها، ومناقشتها، وقد تم التحليل الإحصائي في إطار المديرين في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعرييج، الذين أجابوا عن الاستبيانات الموزعة وعددها (18)، من أجل تحديد العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن باستخدام مقياس ليكارت الخماسي، فقد تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول رقم (1) يبين نتائج إجابات أفراد الدراسة.

الجدول 1: العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، من خلال

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لدرجة الموافقة على متغيرات الدراسة

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعرييج |
|-------------------|-----------------|---|
| 0.53408 | 4.22 | توافر إدارة علاقات زبائن لدى الشركة |
| 0.53230 | 4.03 | مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن |
| 0.54366 | 3.80 | تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن |
| 0.50379 | 3.57 | مدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم |
| 0.52846 | 3.91 | المتوسط الحسابي العام |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على البيانات التي تم جمعها من الدراسة الميدانية.

تشير نتائج التحليل الإحصائي في الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد الدراسة المتعلقة بمدى معرفة العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن مجتمعة، قد بلغت ما نسبته (3.91) وبانحراف معياري قدره (0.52846)، أما الأهمية النسبية لكل عامل من العوامل المشار إليها مرتبة تنازليا فقد جاءت على النحو التالي: توافر إدارة علاقات زبائن لدى المؤسسة بمتوسط حسابي (4.22) وبانحراف معياري (0.53408)، تلاه في الأهمية مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن بمتوسط حسابي (4.03) وبانحراف معياري (0.53230)، ثم تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن بمتوسط حسابي (3.80) وبانحراف معياري (0.54366)، أما العامل الذي جاء في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية فقد كان مدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم بمتوسط حسابي (3.57) وبانحراف معياري (0.50379).

- نتائج اختبار الفرضيات:

- الفرضية الرئيسية H0: لا يوجد أثر للعوامل التالية مجتمعة: مدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم، مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن، توافر إدارة علاقات زبائن لدى الشركة، تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن، على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، واختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد وكانت النتائج على النحو الموضح في الجدول رقم (2) أدناه:

الجدول 2: نتائج تحليل الانحدار المتعدد المتعلق بأثر العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات

المطلوبة من قبل الزبائن مجتمعة

| Sig | t | Standardized Coefficients | Unstandardized Coefficients | | Model 1 |
|-------|--------|---------------------------|-----------------------------|------------|---|
| | | | B | Std. Error | |
| | | Beta | | | (Constant) |
| 0.507 | -0.666 | | 0.417 | -0.277 | |
| 0.005 | 2.874 | 0.227 | 0.101 | 0.289 | مدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم |
| 0.048 | 1.991 | 0.165 | 0.100 | 0.199 | مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن |
| 0.029 | 2.200 | 0.224 | 0.122 | 0.269 | توافر إدارة علاقات زبائن لدى الشركة |
| 0.385 | 0.872 | 0.080 | 0.108 | 0.094 | تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS.

ويبدو واضحا من البيانات الواردة في الجدول أعلاه، أن هناك ثلاثة من العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن كانت ذات أثر على تطبيق المؤسسة للاستراتيجيات المشار إليها، فقد شكل متغير (مدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم) المتغير الأكبر أثرا على تطبيق المؤسسة للاستراتيجيات المشار إليها، حيث بلغت قيمة معامل هذا المتغير المستقل (Beta) المقابلة له (0.227) بدلالة إحصائية مقدارها (0.005)، وقد تلاه في الأثر متغير (توافر إدارة علاقات زبائن لدى الشركة)، حيث بلغت قيمة معامل هذا المتغير المستقل (Beta) المقابلة له (0.224) بدلالة إحصائية مقدارها (0.029) ثم تلاه في الأثر متغير (مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن)، حيث بلغت قيمة معامل هذا المتغير المستقل (Beta) المقابلة له (0.165) بدلالة إحصائية مقدارها (0.048)، أما المتغير الرابع وهو متغير (النمط الاستهلاكي لدى الزبائن) فلم يكن ذو دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05)، وهو بالتالي ليس ذو أثر على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، مما يعني قبول الفرضية العدمية (Ho) التي تنص على عدم وجود

أثر للعوامل التالية مجتمعة (مدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم، مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن، توافر إدارة علاقات زبائن لدى الشركة، تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن)، على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

- الفرضية الفرعية الأولى H01: لا يوجد أثر لرغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

ولاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام نتائج تحليل الانحدار المتعدد وكانت النتائج على النحو الموضح في الجدول رقم (2) أعلاه.

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (2) أعلاه، أن متغير مدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم، كان ذو أثر على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، حيث بلغت قيمة معامل هذا المتغير المستقل (Beta) المقابلة له (0.227) بدلالة إحصائية مقدارها (0.005)، مما يعني رفض الفرضية العدمية (H01) التي تنص على عدم وجود أثر لمدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لهذا العامل، وقد تم قياس هذا المتغير من خلال عدد من العبارات (انظر الملحق رقم (1)).

- الفرضية الفرعية الثانية H02: لا يوجد أثر لمستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

ولاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام نتائج تحليل الانحدار المتعدد وكانت النتائج على النحو الموضح في الجدول رقم (2) أعلاه.

يبدو واضحا من البيانات الواردة في الجدول (2) أعلاه، أن متغير مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن، كان ذو أثر على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، حيث بلغت قيمة معامل هذا المتغير المستقل (Beta) المقابلة له (0.165) بدلالة إحصائية مقدارها (0.048)، مما يعني رفض الفرضية العدمية (H02) التي تنص على عدم وجود أثر لمستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لهذا العامل، وقد تم قياس هذا المتغير من خلال عدد من العبارات، (انظر الملحق رقم (1)).

- الفرضية الفرعية الثالثة H03: لا يوجد أثر لتوافر إدارة علاقات زبائن لدى المؤسسة على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

ولاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام نتائج تحليل الانحدار المتعدد وكانت النتائج على النحو الموضح في الجدول رقم (2) أعلاه.

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (2) أعلاه، أن متغير إدارة علاقات الزبائن، كان ذو أثر على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، حيث بلغت قيمة معامل هذا المتغير المستقل (Beta) المقابلة له (0.224) بدلالة إحصائية مقدارها (0.029)، مما يعني رفض الفرضية العدمية (H03) التي تنص على عدم وجود أثر لتوافر إدارة علاقات زبائن لدى المؤسسة على تطبيقها لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لهذا العامل، وقد تم قياس هذا المتغير من خلال عدد من العبارات، (انظر الملحق رقم (1)).

- الفرضية الفرعية الرابعة H04: لا يوجد أثر لتغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

ولاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام نتائج تحليل الانحدار المتعدد وكانت النتائج على النحو الموضح في الجدول رقم (2) أعلاه.

يبدو واضحا من البيانات الواردة في الجدول رقم (2) أعلاه، أن متغير تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن، لم يكن ذو أثر على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، حيث بلغت قيمة معامل هذا المتغير المستقل (Beta) المقابلة له (0.080) بدلالة إحصائية مقدارها (0.385)، مما يعني قبول الفرضية العدمية (H04) التي تنص على عدم وجود أثر لتغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن على تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن، ورفض الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لهذا العامل، وقد تم قياس هذا المتغير من خلال عدد من العبارات، (انظر الملحق رقم (1)).

IV- الخلاصة:

في نهاية هذا البحث تم التوصل إلى الاستنتاجات الرئيسية التالية التي تمثل حوصلة الأفكار المتوصل إليها سابقا كما يلي:

- إن معرفة المديرين المعنيين في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعرييج بالعوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن وهي: توافر إدارة علاقات زبائن لدى الشركة، مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن، كانت عالية، بينما كانت هذه المعرفة بدرجة متوسطة لعوامل: تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن، مدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم، وتشير هذه النتيجة إلى أن معرفة المديرين المعنيين بتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعرييج لمتطلبات تطبيقها كان مقبولا، لكنه دون المستوى المأمول، وإلى أن حاجة هؤلاء المديرين إلى معرفة المزيد عن هذه المتطلبات، سواء التي شملتها الدراسة الحالية أو تلك التي لم تشملها لا تزال قائمة.

- يوجد أثر لمتغير مدى رغبة الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم، على تطبيق مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعرييج، لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

- يوجد أثر لمتغير توافر إدارة علاقات زبائن لدى المؤسسة، على تطبيق مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعرييج، لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

- يوجد أثر لمتغير مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن على تطبيق مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعرييج لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

- لا يوجد أثر لمتغير تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن على تطبيق مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعرييج، لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن.

في ظل ما تشهده بيئة الأعمال من تنافس حاد، أسهم في إفرازه العديد من العوامل وعلى رأسها التقدم التكنولوجي وتكنولوجيا المعلومات، بالإضافة إلى ازدياد وعي الزبائن، والتغير المستمر في أذواقهم وتفضيلاتهم، والتنامي المستمر في الطلب على السلع والخدمات، وخصوصا تلك التي تدرك من قبل الزبون على أنها عالية الجودة يعتبر تبني استراتيجيات تسويقية ذات خصائص ابتكارية، توجهها سائدا لدى شركات الأعمال.

بناء على نتائج اختبار الفرضيات وتحليل النتائج، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- أن تعطى العملية التسويقية، المزيد من الاهتمام، من لدن مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعرييج، ويمكن أن يبرز مثل هذا الاهتمام في إجراء بحوث متخصصة في القضايا التسويقية الساخنة، وإعادة تأهيل وتدريب الكوادر البشرية المسؤولة عن الأنشطة التسويقية:

- أن تقوم مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعريج بدراسات لمدى رغبة زبائنها في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم، مستخدمة في ذلك مختلف أساليب البحث العلمي؛
- اطلاع المديرين المختصين في مؤسسة كوندور للإلكترونيك بولاية برج بوعريج على تجارب الشركات الأجنبية الرائدة في مجال تطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن وأسباب نجاحها.
- ملاحق :

استبيان الدراسة

المحور الأول: مدى إدراك عدد من العوامل المحددة لتطبيق استراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن

| الرقم | الفقرة | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|--|--|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| وجود رغبة لدى الزبائن في شراء منتجات يتم تشكيلها حسب طلباتهم | | | | | | |
| (1) | يرغب الزبائن في وجود تشكيلة سلعية واسعة من نفس المنتج | | | | | |
| (2) | تختلف الحاجات والرغبات الاستهلاكية من زبون لآخر | | | | | |
| (3) | يتولى الزبون بنفسه إجراء تعديلات على ما يشتريه من منتجات المؤسسة لتتوافق مع رغبته الخاصة | | | | | |
| (4) | يعهد الزبون إلى الآخرين بإجراء تعديلات على ما يشتريه من منتجات المؤسسة لتتوافق مع رغبته | | | | | |
| (5) | يفضل الزبائن منتجات المؤسسة على منتجات المنافسين الذين يبيعون منتجاتهم بأسعار أدنى إذا ما توفر لدى المؤسسة ما يلي رغباتهم الخاصة من تلك المنتجات | | | | | |
| (6) | يتقبل زبائن المؤسسة فترات زمنية طويلة نسبيا لتسلم المنتج ذي المواصفات التي تلي رغباتهم الخاصة | | | | | |
| (7) | يتقبل زبائن المؤسسة دفع أسعار أعلى من أسعار المنتجات النمطية مقابل حصولهم على منتج يلي رغباتهم الخاصة | | | | | |
| مستوى التشكيل المطلوب في المنتج من قبل الزبائن | | | | | | |
| (8) | يستهدف زبائن المؤسسة الحاليون المنفعة الأساسية من المنتج عند شراء منتجات المؤسسة | | | | | |
| (9) | تعتبر الخصائص المميزة للمنتج هي محددات اختيار الزبائن لمنتجات المؤسسة | | | | | |
| (10) | يستهدف الزبائن المتعاملين مع منتجات المؤسسة جوهر المنتج عند الشراء | | | | | |
| (11) | يستهدف الزبائن المتعاملون مع منتجات المؤسسة الخدمات المصاحبة للمنتج عند الشراء | | | | | |
| توافر إدارة علاقات زبائن لدى المؤسسة | | | | | | |
| (12) | تتمتع المؤسسة ببناء علاقة مع الزبائن على المدى البعيد | | | | | |
| (13) | تحرص المؤسسة على معرفة حاجات ورغبات كل زبون من وقت لآخر | | | | | |
| (14) | تحرص المؤسسة على تقديم النصح والإرشاد لزبائنها عندما يطلبون ذلك | | | | | |
| (15) | يتوافر لدى المؤسسة كادر وظيفي ذو قدرات ترويجية عالية | | | | | |
| (16) | يتوافر لدى المؤسسة كادر وظيفي ذو قدرات بيعية عالية | | | | | |
| (17) | يتوافر لدى المؤسسة نظام اتصال فعال يمكن موظفي من اتصال المؤسسة من الاتصال بالزبائن بسهولة ويسر | | | | | |
| (18) | تحرص المؤسسة على تلبية الخدمات التي يطلبها الزبون دون إبطاء | | | | | |
| تغير النمط الاستهلاكي لدى الزبائن | | | | | | |
| (19) | مستوى التغير في أذواق وتفضيلات وطلبات الزبائن عال | | | | | |
| (20) | يتصف التغير بالطلب على منتجات المؤسسة بالسرعة | | | | | |
| (21) | يتصف الطلب على منتجات المؤسسة بالتجانس (يرغب زبائني وبشكل أساسي نفس المنتجات) | | | | | |
| (22) | يمكن التنبؤ بالطلب على منتجات المؤسسة | | | | | |
| (23) | جودة منتجات المؤسسة تشكل الأساس في شراء الزبائن لها | | | | | |

المحور الثاني: درجة تطبيق المؤسسة لاستراتيجيات تشكيل المنتج طبقا للمواصفات المطلوبة من قبل الزبائن

| الرقم | الفقرة | دائما | غالبا | أحيانا | نادرا | لا يحصل |
|-------|--------|-------|-------|--------|-------|---------|
| | | | | | | ل |

| الإستراتيجية التجميلية | | | | | |
|------------------------|--|--|--|--|---|
| | | | | | (24) تراعي المؤسسة عند الإنتاج تفضيلات زبائنها المتعلقة بلون المنتج |
| | | | | | (25) تراعي المؤسسة عند الإنتاج تفضيلات زبائنها المتعلقة بشكل المنتج |
| | | | | | (26) تراعي المؤسسة عند الإنتاج تفضيلات زبائنها المتعلقة باستخدام المنتج |
| | | | | | (27) تراعي المؤسسة تفضيلات زبائنها المتعلقة بخدمات ما بعد البيع |
| | | | | | (28) تراعي المؤسسة عند الإنتاج تفضيلات زبائنها المتعلقة بغلاف المنتج |
| الإستراتيجية المشاركة | | | | | |
| | | | | | (29) يطلب من الزبائن تحديد تفضيلاتهم بدقة من خلال الحضور إلى المؤسسة وإشراكهم في العملية الإنتاجية |
| | | | | | (30) تتجاوز المؤسسة زبائنها عبر وسائل الاتصال المختلفة ليحددوا تفضيلاتهم بدقة |
| | | | | | (31) توجه المؤسسة زبائنها إلى تصميم المنتج المطلوب في موقعها على شبكة الانترنت |
| الإستراتيجية التكوينية | | | | | |
| | | | | | (32) تركز المؤسسة عند الإنتاج على زيادة التشكيلة من نفس المنتج لزيادة عدد البدائل أمام زبائنها |
| | | | | | (33) تقدم المؤسسة منتجاتاً نمطية قابلة للتعديل من قبل الزبائن أنفسهم |
| | | | | | (34) تقدم المؤسسة منتجاتاً نمطية قابلة للتعديل من قبل الآخرين بناء على طلب الزبائن أنفسهم |
| الإستراتيجية الشفافة | | | | | |
| | | | | | (35) تقوم المؤسسة من خلال قنوات الخدمة المختلفة بجمع المعلومات الوافية والمناسبة عن زبائنها وخاصة ما تعلق منها بأذواقهم وحاجاتهم ورغباتهم |
| | | | | | (36) يتم تحليل وتصنيف وتخزين المعلومات التي تم جمعها عن زبائن المؤسسة واسترجاعها وقت الحاجة |
| | | | | | (37) تقوم المؤسسة بإجراء تشكيل المنتج المطلوب لمختلف شرائح السوق اعتماداً على المعلومات التي تم جمعها وتصنيفها وتخزينها |

- الإحالات والمراجع :

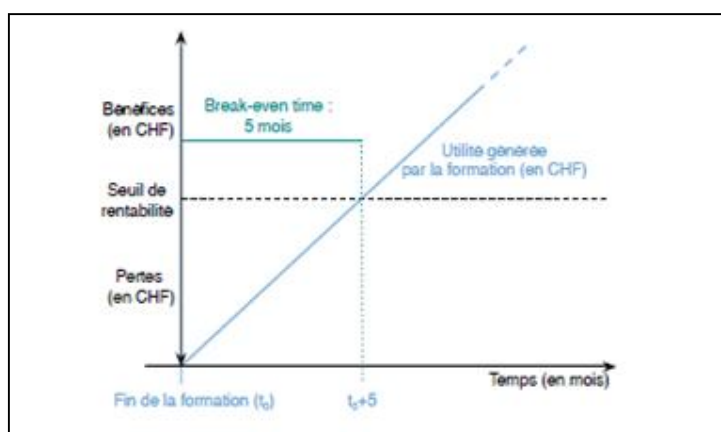
- ¹ نظام موسى سويدان وسمير عزيز العبادي (2011). تسويق الأعمال: التسويق الصناعي. الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع. ص. 42.
- ² دودين أحمد يوسف (2011). إدارة التسويق المعاصر. الأردن: الأكاديميون للنشر والتوزيع. ص. 17.
- ³ العمررضوان المحمود (2005). مبادئ التسويق. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع. ص. 19.
- ⁴ عاطف زاهر عبد الرحيم (2009). مفاهيم تسويقية حديثة. الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع. ص. 54.
- ⁵ أبو جليل محمد منصور وآخرين (2014). المفاهيم التسويقية الحديثة وأساليبها. الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع. ص. 29.
- ⁶ رائد محمد عبد ربه (2013). أسس التسويق الحديث. الأردن: دار الجنادرية للنشر والتوزيع. ص. 43.
- ⁷ بلحيم إبراهيم (2010). أسس التسويق. الجزائر: دار الخلدونية للنشر والطباعة والتوزيع. ص. 32.
- ⁸ الطويل أكرم أحمد والعبادي علي وليد (2013). إدارة سلسلة التجهيز وأبعاد إستراتيجية العمليات والأداء التسويقي. الأردن: دار الحامد للنشر و التوزيع. ص. 21.
- ⁹ العمررضوان المحمود (2005). مبادئ التسويق. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع. ص. 19.
- ¹⁰ محمود جاسم محمد الصميدعي (2010). إستراتيجيات التسويق: مدخل كمي وتحليلي. الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع. ص. 11.
- ¹¹ قادري محمد الطاهر وميلود زيد الخير (2015). مدخل إلى عالم الاتصالات التسويقية. لبنان: مكتبة حسن العصرية للطباعة والنشر والتوزيع. ص. 39.
- ¹² المجموعة العربية للتدريب والنشر (2013). التميز في فن البيع والتسويق ووسائل تحقيقه. مصر. ص. 12.

| | | | | |
|---|-------|-----------------------------|--|------|
| Kodak Australasia (Fabrication) | 2000 | Formation opérateur | Hausse de la productivité | 256% |
| QR (Queensland Rail) (Transport ferroviaire) | 14800 | Economie du carburant | Réduction de la consommation de carburant Réduction des forces entre les rames et la carrosserie | 30% |
| Target Australia (Commerce détail) | 23000 | Inventaire des modes de vie | Augmentation des ventes Réduction du roulement du personnel | 980% |

Source : Maurice Gosselin/le rendement de la formation de la main-d'oeuvre en entreprise p29

Références :

- 1- <http://www.cersa.org/formation-professionnelle-cest-quoi/> (consulté Février 2019)
- 2- Bahouch Katiba, Boujihane Salma/L'impact de la formation professionnelle continue sur le développement des compétences chez les salariés de SONATRACH /DRGB/ <http://www.univ-bejaia.dz/dspace/bitstream/handle/>
- 3- élaboration des programmes d'études professionnelles/cadre générale, cadre technique/bibliothèque nationale du Québec 2002/http://www.education.gouv.qc.ca/fileadmin/site_web/documents/dpse/formation_professionnelle/Elaboration_des_programmes_d_etudes_professionnellea.pdf
- 4- Amélie Bernier, M.Sc./ Évaluation du rendement de la formation au sein des entreprises : une comparaison entre le Québec et l'Ontario Document # 2/ Modèles d'évaluation du rendement de la formation et évaluation du rendement de la formation dans les entreprises Rapport final Rapport soumis au Programme de subvention à la recherche appliquée (PSRA) Emploi-Québec - Projet no 2813-7923
- 5- Daniel Beaupré, Julie Cloutier/ L'évaluation du rendement de la formation : État des lieux, Université du Québec à Montréal
- 6- Yves Chochard/ Les Variables Influençant le Rendement des Formations Managériales Une Étude de Cas Multiple Suisse par la Méthode de l'Analyse de l'Utilité Thèse de doctorat présentée à la Faculté des Sciences économiques et sociales de l'Université de Fribourg (Suisse)
- 7- Un investissement rentable « Mettre l'investissement en formation en rapport avec les résultats d'entreprise et l'économie »/ apprentissage et le milieu de travail centre de savoir / avril 2007
- 8- Maurice Gosselin/le rendement de la formation de la main-d'oeuvre en entreprise : une recension des écrits/ Université Laval, Québec



Source : Yves Chochoard/ Les Variables Influençant le Rendement des Formations Managériales Une Étude de Cas Multiple Suisse par la Méthode de l'Analyse de l'Utilité / page : 81

Tableau 1 : Niveau de mesure et données associés

| Niveau de mesure | Type de données |
|------------------|--|
| Niveau 1 | Les réactions, la satisfaction et les actions planifiées (objectif 1 de la formation : motivation à apprendre) |
| Niveau 2 | Le perfectionnement au niveau des qualités, connaissances et perceptions (objectif 2 de la formation : apprentissage) |
| Niveau 3 | Les changements et progrès dans l'application des nouvelles qualités, etc. (objectif 3 de la formation : transfert d'apprentissage) |
| Niveau 4 | L'impact organisationnel (résultat, conséquence) directement lié à la formation (conséquences du transfert d'apprentissage : résultats organisationnels) |
| Niveau 5 | Le calcul du ROI : valeur monétaire obtenue en comparant les coûts de la formation et les bénéfices organisationnels qui en résultent |

+ 6e type de données = bénéfices intangibles

Source : Daniel Beaupré, Julie Cloutier/ L'évaluation du rendement de la formation : État des lieux, Université du Québec à Montréal

Tableau 2 : Faits saillants de l'étude de cas sur les répercussions sur l'entreprise/RINCVÉR, Australie

| Etude de cas | Employés | Type de formation | Élément de mesure | RI estimé |
|---|----------|-------------------------------|---|-----------|
| Australia-New Zealand Direct Line (Transport de marchandises) | 300 | Leadership personnel efficace | Augmentation de la productivité, réduction des coûts de réparation, d'entreposage et de main-d'oeuvre | 323% |
| Franklin's (Commerce détail) | 27000 | Formation initiale | Réduction des coûts de l'orientation au travail | 1000% |
| Huntsman Chemical Company (Fabrication) | 400 | Formation en sécurité | Amélioration de la sécurité Réduction des primes d'assurance | 1277% |

probablement des estimations consolidées moins élevées, puisque tous les coûts ont pu être déterminés, mais pas tous les bénéfices ».

Le rapport précise toutefois que « le fait que le RI soit positif et [statistiquement] significatif dans toutes les études de cas réalisées ne signifie pas nécessairement que la formation s'accompagne toujours d'un rendement positif ». Cela ne signifie pas non plus que la formation sera toujours intéressante ni que tous les programmes de formation instaurés dans ces organisations généreront toujours un RI positif. Cela indique plutôt, selon l'étude, qu'« un programme de formation bien conçu et bien dispensé peut générer des rendements significatifs et constituera probablement un investissement intéressant vis-à-vis d'autres formes d'investissement ».

- Dans le cas de Kodak Australia, la hausse de la productivité découlant de la formation des opérateurs a entraîné un rendement de 256 % de l'investissement en formation. Cela signifie que chaque dollar dépensé dans la formation est revenu à l'entreprise, accompagné d'un bénéfice net de 2,56 \$. Il est intéressant de noter que même si le RI constitue l'un des meilleurs critères de référence pour mesurer l'efficacité d'un investissement en formation, il n'est pas toujours facile de comparer les RI obtenus d'une entreprise à l'autre ou d'un programme à l'autre.
- De façon significative, plusieurs des études de cas australiennes, y compris celles de la Huntsman Chemical Company et de l'Australia-New Zealand Direct Line (ANZDL), ont noté des avantages qualitatifs après la formation, qui s'ajoutaient aux résultats financiers positifs. Dans le cas de la Huntsman Chemical Company, le rapport indiquait des avantages non monétaires importants tirés de la formation sur la sécurité. L'un des résultats déterminants signalés constituait l'amélioration, grâce à une baisse des accidents de travail, de la qualité de la vie des employés, au travail comme en dehors, du fait d'avoir évité toute blessure physique.
- l'étude de l'ANZDL souligne l'importance des résultats qualitatifs obtenus grâce à son programme efficace sur les compétences en leadership. Les participants disent avoir retiré de leur formation une série de bénéfices dits « intangibles », incluant une meilleure estime de soi, une confiance accrue dans ses moyens et une plus grande efficacité personnelle. Comme l'illustrent les citations de participants suivantes, les entretiens réalisés au cours d'études de cas peuvent servir à saisir des changements qualitatifs importants, tels que la confiance en soi, la façon de se percevoir et l'épanouissement personnel : « je me sens plus motivé et j'ai plus envie d'atteindre les objectifs », « Je suis devenue plus habile et confiante pour réaliser des projets. » « Je suis plus organisé, j'arrive mieux à définir mes objectifs et je pense de façon plus positive– vraiment! »

Conclusion :

Le seul moyen crédible pour développer les ressources humaines au sein d'un organisme est la formation professionnelle, mais avant d'engager un plan de formation réussi il faut d'abord connaître les vrais besoins de l'entreprise.

L'évaluation de l'efficacité d'une formation professionnelle est très nécessaire et indispensable pour garantir sa rentabilité pour l'entreprise et en même temps justifier le temps et les coûts de ce programme de formation. L'indice « RI » est l'un des moyens qui permet d'évaluer les bénéfices qui peuvent être tirés d'une formation.

L'étude de cas montre que les rendements qu'une entreprise tire de la formation peuvent être exceptionnellement élevés, surtout si la formation est très spécialisée, dispensée rapidement et liée à l'introduction de nouvelles technologies ou formes de travail. Ce genre de formation est rentable, même si le roulement du personnel est élevé.

- Annexes :

Fig N°=01 : Le break-even time d'une formation : illustration

L'estimation de cette valeur nécessite d'admettre un effet de la formation cumulatif et linéaire dans le temps, une hypothèse déjà envisagée dans de précédentes recherches (p. ex., Baldwin et Ford, 1988 ; Mathieu et Leonard, 1987).

L'utilisation de cet indicateur permet ainsi à l'évaluateur de donner une vision dynamique de l'évolution du rendement d'une formation(*voir la Figure N°=1*)

Le ratio bénéfices-coûts (BCR)

Un autre indicateur du rendement de la formation que l'on retrouve assez fréquemment dans la littérature est le ratio « bénéfices-coûts » (BCR) qui se calcule de la manière suivante:

$$BCR = \frac{\text{bénéfices de la formation}}{\text{coûts de la formation}}$$

Cet indicateur a la particularité de ne pas exprimer le rendement sous forme de valeur monétaire, mais sous forme d'unités. Par exemple, un ratio BCR de 1.5 signifie que la formation a produit des bénéfices représentant une fois et demie ses coûts de mise en œuvre. Ce ratio est toujours positif et peut prendre des valeurs allant de zéro à l'infini. En revanche, un BCR inférieur à 1.00 signifie que les bénéfices sont inférieurs aux coûts de la formation et que donc la formation a entraîné des pertes. Notons que Gosselin (2005) décrit dans son rapport un ratio similaire, le ratio de Shepherd (1999), qui consiste à multiplier le ratio BCR par 100%. Tous les investissements obtenant un résultat inférieur à 100% entraînent alors des pertes. Enfin, une formation peut atteindre un niveau de rendement très élevé. Par exemple, dans son étude auprès de 50 entreprises montréalaises, Benabou (1995) observe un BCR de la formation se situant entre 1.1 et 46,3 pour 82% d'entre elles.

Le retour sur investissement (ROI)⁷

Le retour sur investissement (ROI) est un indicateur initialement développé par la société Du Pont en 1919 afin de contrôler l'efficacité de ses activités financières décentralisées (Wang et al., 2002), puis progressivement utilisé en GRH pour mesurer les impacts des actions de développement du capital humain.

Sous l'impulsion des travaux de Phillips (1994, 1997), il est aujourd'hui considéré comme le ratio le plus utilisé pour représenter le rendement d'une formation (Burkett, 2005a). Il se calcule de la manière suivante :

$$ROI = \frac{\text{bénéfices de la formation} - \text{coûts de formation}}{\text{coûts de la formation}} \times 100\%$$

Le ROI donne ainsi une indication plus claire sur le résultat de l'investissement que ne le fait le ratio BCR : si le ROI est positif, la formation a été remboursée et a produit des bénéfices ; si le ROI est nul, la formation a été entièrement remboursée mais n'a produit aucun bénéfice ; si le ROI est négatif, la formation a entraîné des pertes.

Pour conclure, ajoutons que toutes les équations présentées ci-dessus n'indiquent pas comment prendre en considération la variable temps ou durée des bénéfices dans le calcul du rendement de la formation .

3- Etude de cas des entreprises Australiennes⁸:

On va prendre l'exemple de quelques entreprises suite à une étude qui a été faite par Dr Chris Doucouliagos, doyen de la Deakin University School of Economics, et Dr Pasquale Sgro, également de la Deakin, qui ont mesuré divers éléments de mesure commerciaux, de la hausse de la productivité et des ventes à la réduction du roulement du personnel, de la consommation de carburant et des coûts de formation. Les recherches ont révélé des rendements très divers tirés de la formation comme le montre le tableau N°=1 (voir l'annexe) :

D'après les résultats de ses études on peut conclure des rendements significatifs qui peuvent être tiré de la formation et quels que soient le type d'industrie, la forme ou la structure de l'entreprise ou la nature des opérations commerciales ». De manière significative, les chercheurs remarquent les RI réalisés concrètement par les entreprises participantes pourraient être encore plus importants que les résultats l'indiquent. Selon eux, « les RI constituent

4. calculer la valeur monétaire des bénéfices obtenus.

Abondant dans le même sens, Burkett (2005) ajoute également :

- 1) l'accroissement de la correspondance entre la formation dispensée et les besoins d'affaires,
- 2) l'accroissement de l'efficacité de la formation que ce soit sur le plan de sa conception, de son développement et de sa prestation,
- 3) l'amélioration de la valeur de l'apprentissage et du développement des organisations et
- 4) l'engagement des membres des groupes internes.

En revanche, le calcul du retour sur l'investissement poserait des problèmes de taille liés, notamment, à sa faisabilité, à sa complexité et ses coûts ainsi qu'à sa fiabilité. Par exemple, Barrett et Hövels (1998) soutiennent que la disponibilité limitée des données, la dépréciation des qualifications acquises ainsi que la perte de ses qualifications (en raison de la mobilité interne et du roulement de personnel) réduisent les possibilités de déterminer le flux des bénéfices dans la durée, terme nécessaire au calcul du ratio coûts-bénéfices. Pour Nagel (2002), il s'agit d'un processus complexe, long et coûteux, notamment parce qu'il exige la participation des différents acteurs de l'entreprise (participants à la formation, formateurs, gestionnaires, superviseurs, etc.).

De plus, selon lui, la présence de différents facteurs agissant sur la performance de l'organisation rendrait difficile d'isoler les effets uniquement attribuables à la formation, ce qui menacerait la fiabilité de l'estimation du retour sur l'investissement calculée⁵.

3-2 Les indicateurs du rendement de la formation⁶

Nous passons ici en revue les indicateurs du rendement que l'on retrouve habituellement dans la littérature sur le rendement de la formation.

3-2-1 : Le bénéfice net :

Un premier indicateur du rendement de la formation est le bénéfice net, défini par Saks et Haccoun (2007, p.347) comme la différence entre le gain de performance produit par une formation et le coût de cette formation. Ainsi le bénéfice net correspond en quelque sorte à la valeur ajoutée de la formation, soit ce qu'elle a apporté à l'entreprise une fois les coûts de la formation remboursés. Il se calcule simplement de la manière suivante :

$$\text{Bénéfices nets} = \text{bénéfices de la formation} - \text{coûts de la formation}$$

Remarquons que, contrairement à d'autres indicateurs, le bénéfice net s'exprime en valeur monétaire.

3.2.2 L'utilité nette ΔU :

La notion d'utilité de la formation fait référence aux bénéfices de la formation exprimés sur la base des compétences développées par les participants puis transférées au travail. L'utilité nette de la formation correspond donc à ses bénéfices nets, mais exprimés à partir du gain de compétences qu'elle a produit. Son calcul s'effectue de la manière suivante :

$$\Delta U = \text{utilité de la formation} - \text{coûts de la formation}$$

Le break-even time :

Quelques travaux académiques abordent la question de la durée de l'effet de la formation ainsi que de la variation de son rendement dans le temps (Morrow et al., 1997 ; Mathieu et Leonard, 1987). A ce sujet, Morrow, Jarrett et Rupinski ont recours dans leur étude au break-even time, un indicateur mettant en relation l'utilité de la formation avec le temps écoulé après la fin de la formation.

Le break-even time correspond à une durée : il s'agit du temps nécessaire à la formation pour atteindre le seuil de rentabilité ou, autrement dit, le temps nécessaire pour que la valeur de l'effet de la formation, exprimée en utilité, contrebalance entièrement ses coûts. Plus sa valeur est élevée, plus la formation mettra du temps à devenir rentable. A l'inverse, plus elle est faible, plus la formation recouvrira rapidement ses coûts. La figure 14 illustre une situation où une formation atteint son break-even time après 5 mois.

Le modèle du retour sur l'investissement (ROI model) est présenté par son auteur, Phillips (1996), comme une amélioration du modèle de Kirkpatrick et cela, par l'ajout d'un 5e niveau d'évaluation de la formation en termes de retour sur l'investissement (ROI). Avant de présenter ce modèle de façon détaillée, il convient de définir brièvement le concept de ROI.

✓ **Niveau 1 : Évaluer les réactions et la planification des actions**

Il s'agit de mesurer la satisfaction des participants à l'égard de la formation. L'objectif poursuivi consiste à s'assurer que la formation a suscité l'intérêt des participants et que ceux-ci étaient motivés à apprendre.

✓ **Niveau 2 : Évaluer l'apprentissage de connaissances et de qualités**

Suite à la formation, il s'agit de mesurer l'amélioration des connaissances et l'apprentissage de nouvelles habiletés et attitudes. Déjà à ce niveau, l'évaluation de la formation est plus délicate et laborieuse. L'évaluation du niveau des connaissances acquises peut être effectuée à l'aide de tests auxquels les participants sont soumis avant et après la formation.

✓ **Niveau 3 : Évaluer l'utilisation des apprentissages et/ou les changements du comportement en milieu de travail**

Il s'agit ici d'évaluer le transfert d'apprentissage en mesurant les changements relatifs au rendement au travail. On mesure ainsi le degré d'application des connaissances, habiletés et attitudes au travail en vue de déterminer si elles sont régulièrement utilisées par les participants au cours des opérations de production. À ce niveau, il est très difficile de savoir à quel moment les changements comportementaux surviennent. Par conséquent, le choix quant aux moments d'évaluation, à leur fréquence et à la méthode d'évaluation à utiliser pose souvent des problèmes.

✓ **Niveau 4 : Évaluer les résultats, les conséquences et/ou les impacts de la formation**

Il s'agit de mesurer les bénéfices résultant de la formation à l'échelle de l'organisation. Plusieurs indicateurs de bénéfices sont considérés, par exemple, les ventes, la productivité, les coûts de production, la mobilité du personnel et la qualité des produits et services. Or, traduire les bénéfices obtenus en termes financiers et isoler les bénéfices uniquement attribuables à la formation posent des difficultés.

Durant les années 1920, les premiers numéros du Harvard Business Review (HBR) présentent le ROI comme un outil émergent permettant d'obtenir une valeur des résultats des investissements.

Plus récemment, le concept a été appliqué à tous les types d'investissement, dont la formation et l'éducation. Le concept de ROI correspond à une valeur monétaire calculée en mettant en rapport les coûts de l'intervention de formation et les bénéfices qui en découlent. Bien que le ROI puisse être exprimé de différentes manières, il est généralement présenté en termes de pourcentage (formule du ROI) ou de ratio coûts/bénéfices. Il permet donc de connaître le bénéfice que rapporte chaque dollar investi dans la formation. Il constituerait donc un outil décisionnel de premier ordre. (*voir tableau N°1*)

Le modèle du retour sur l'investissement de Phillips implique l'évaluation de six types de données : cinq types de données correspondant respectivement aux cinq différents niveaux de mesure (incluant les quatre niveaux du modèle de Kirkpatrick), et un 6e type de données représentant les bénéfices intangibles.

La littérature ne fait pas consensus quant à la pertinence d'utiliser le retour sur l'investissement pour évaluer le rendement de la formation. Les chercheurs ont traité de la question en faisant ressortir les avantages et les inconvénients de cette mesure de rendement. Ainsi, selon Munoz et Munoz (2000), le modèle de Phillips (1996) tire sa force des diverses actions que doivent entreprendre les organisations pour parvenir à calculer le ROI :

1. envisager la formation dans une perspective stratégique,
2. planifier l'évaluation de la formation en identifiant, notamment, des mesures de bénéfices,
3. utiliser une variété de méthodes de collecte de données,

- lui faire connaître ses droits et responsabilités comme travailleur.
- **Favoriser l'évolution de la personne et l'approfondissement de savoirs professionnels, soit :**
 - lui permettre de développer son autonomie et sa capacité d'apprendre ainsi que d'acquérir des méthodes de travail ;
 - lui permettre de comprendre les principes sous-jacents aux techniques et aux technologies utilisées;
 - lui permettre de développer sa faculté d'expression, sa créativité, son sens de l'initiative et son esprit d'entreprise ;
 - lui permettre d'adopter des attitudes essentielles à son succès professionnel, de développer son sens des responsabilités et de viser l'excellence.
- **Favoriser la mobilité professionnelle de la personne, soit :**
 - lui permettre d'adopter une attitude positive à l'égard des changements;
 - lui permettre de se donner des moyens pour gérer sa carrière, notamment par la sensibilisation à l'entrepreneuriat. Le premier de ces buts généraux détermine l'essentiel de la formation professionnelle. Cependant, comme elle doit assurer un apprentissage suffisamment solide et complet, la formation professionnelle initiale vise les quatre buts généraux, même si le premier occupe une place prépondérante.

2- Le rendement de la formation professionnelle :

2-1 Que signifie « rendement de la formation » ?

Lorsqu'on discute de l'évaluation du rendement (ou des résultats) de la formation au sein des entreprises, il s'agit de voir comment la formation a contribué à l'efficacité de l'organisation en tentant, le plus possible, dans le cadre d'une approche coûts/bénéfices, de quantifier les résultats de la formation en des termes monétaires. Dans ce sens, Rivard (2000) présente dans son ouvrage une définition du rendement de la formation que nous trouvons pertinente :

« *L'évaluation de la formation renvoie à l'analyse des rendements obtenus au regard des investissements effectués* ». Ford et al. (1997 : 365) proposent, quant à eux, que la définition du rendement de la formation soit « étendue ou élargie » afin d'y inclure les notions de rendement individuel et de rendement organisationnel.

Ainsi, bien que la littérature recensée mette de l'avant les effets positifs de la formation au sein des organisations, il ne semble pas y avoir de relation clairement définie entre les coûts et les bénéfices de la formation.⁴

2-2 LES MODELES D'EVALUATION :

Il existe une multitude de modèles pouvant guider l'évaluateur dans son étude d'une formation. Parmi lesquels :

2-2-1 : LE MODÈLE DE KIRKPATRICK

Depuis 1959, le modèle prédominant d'évaluation de la formation est le modèle à quatre niveaux de Kirkpatrick. Il est devenu un standard pour la mesure de l'efficacité de la formation.

Profondément enraciné dans les trois objectifs de la formation (motivation à apprendre, apprentissage, transfert d'apprentissage), ce modèle stipule que toute évaluation de la formation devrait reposer sur une analyse rigoureuse des réactions des participants à l'égard de la formation (niveau 1), des apprentissages (niveau 2), des comportements en milieu de travail (niveau 3) et des résultats organisationnels (niveau 4). En bref, les trois premiers niveaux du modèle de Kirkpatrick concernent l'évaluation de l'efficacité de la formation, alors que le dernier niveau concerne les bénéfices que retire l'organisation de la formation. La mesure de ces bénéfices est primordiale puisqu'elle constitue l'un des deux termes entrant dans le calcul du rendement de la formation. Notons à cet égard que le modèle de Kirkpatrick s'étend jusqu'à la mesure des bénéfices de la formation, mais reste toutefois muet au sujet des coûts de la formation et, par conséquent, du rendement de la formation.

2-2-2 : LE MODÈLE DU RETOUR SUR L'INVESTISSEMENT DE PHILLIPS (1996)

1-2 Les types de la formation professionnelle:

Selon les objectifs de la formation qu'ils soient individuels ou collectifs, on peut distinguer plusieurs types de formation qui répondent à des besoins divers et qui correspondent à tous type de travail, mais aussi à tous type de travailleurs. Ces types de formations sont :

1-2-1 : Type1 : *Le perfectionnement professionnel* :

« Est entendue par perfectionnement professionnel toute action de formation visent à une adaptation permanente du travailleur à son poste de travail compte tenu des exigences dictées par l'évolution technologique et ceci par une amélioration des connaissances et capacités des travailleur »

On trouve alors que le perfectionnement professionnel suit le changement et l'évaluation technologique, pour faire adapter en permanence les travailleurs d'une organisation à ces changements, dans le but l'amélioration de leurs capacités.

1-2-2 : Type2 : *Le recyclage* :

« Toute action de formation visant à une adaptation permanente du travailleur à son poste de travail dont les taches sont différentes de celles de son poste initial, même niveau de qualification ».

Par cette définition, le recyclage, c'est de faire adapter un travailleur à des nouvelles tâches, pour un nouveau poste qu'il occupera.

1-2-3 : Type3 : *La formation continue* :

vise à améliorer les compétences individuelles et collectives des travailleurs, et l'adaptation de leurs qualifications aux besoins de l'entreprise, accroître la maîtrise du travail pour la main d'œuvre et son adaptation aux changements technologiques pour qu'elle suit la progression de son travail. La formation continue, suit les changements dans le monde de travail, elle essaye d'adapter le salarié dans chaque entreprise à ce changement.

1-2-4 Type4 : *La formation sur le tas (site)*:

Ce type de formation s'exerce sur le poste de travail lui-même « l'atelier ou' le bureau est considère comme lieu d'apprentissage, les personnes concernées par la formation observent les pratiques des autres qu'ont pour mission de rectifier les erreurs et de montrer les bonnes opérations à effectuer ».²

La formation sur le tas, s'exerce sur le poste de travail dont il occupe le travailleur à former, et qui se fait par l'observation de la pratique des autres travailleurs, ou' par l'apprentissage d'un travailleur déjà former toujours sur le poste de travailleur à former.

Ce qui signifie que, la formation est assurée par l'un des travailleurs de l'entreprise (un collègue, un travailleur ancien, un chef des travailleurs dans un service...etc.) et cette formation donnée elle doit être en rapport avec le travail du poste occupée pour le travailleur à former, parce que selon LOIC.C : « les cadres ou les agents de maîtrise sont incités à devenir formateurs et à transmettre leurs connaissances et leurs savoir-faire aux collaborateurs de l'entreprise ».

1-2 : Buts généraux de la formation professionnelle³

Les buts généraux traduisent les résultats globaux attendus de la formation professionnelle. On trouve ci-dessous les quatre grands buts de la formation professionnelle accompagnés de précisions qui permettront d'en mieux saisir la portée.

Rendre la personne efficace dans l'exercice d'un métier, soit :

- lui permettre, dès l'entrée sur le marché du travail, de jouer les rôles, d'exercer les fonctions et d'exécuter les tâches et les activités associées à un métier ;
- lui permettre d'évoluer adéquatement dans un milieu de travail (ce qui implique des connaissances et des habiletés techniques et technologiques en matière de communication, de résolution de problèmes, de prise de décisions, d'éthique, de santé et de sécurité, etc.).

Favoriser l'intégration de la personne à la vie professionnelle, soit :

- lui faire connaître le marché du travail en général ainsi que le contexte particulier du métier choisi

place privilégiée et centrale dans un ensemble large et diversifié de modalités d'acquisition et de développement des compétences et des capacités organisationnelles.

La formation professionnelle est considérée comme un investissement de grande importance à côté des investissements en équipements puisqu'elle est le facteur le plus déterminant quant à la survie et à la pérennité des organisations. En effet, la formation professionnelle est le moyen le plus efficace pour développer les ressources humaines afin que les entreprises gagnent en compétitivité, en performance et en rentabilité dans un monde animé par une rude concurrence. L'évaluation de l'efficacité de la formation professionnelle est devenue une nécessité évidente. N'importe quelle organisation que ce soit une entreprise, administration, ou autre ne peut se contenter de " former pour former ", par ce que la formation coûte cher et prend du temps. Plus encore que pour un investissement matériel, il est important de connaître ou de situer le retour d'investissement de la formation pour être sûr de sa rentabilité pour l'organisation.

A travers notre communication on vise de répondre à la question suivante :

- Comment peut-on évaluer le rendement d'une formation professionnelle ?

Pour ce faire nous allons suivre le plan suivant :

- 1- Le cadre conceptuel de la formation professionnelle ;
- 2- Le rendement de la formation professionnelle ;
- 3- L'étude de cas de quelques entreprises Australiennes.

1- Le cadre conceptuel de la formation professionnelle :

1-1 Définition

La formation professionnelle est définie comme étant une formation permettant à un individu d'acquérir les connaissances spécifiques et le savoir-faire dont il a besoin pour exercer un métier. Elle est traditionnellement associée à l'apprentissage d'un métier, basé sur la pratique et la maîtrise de la technique plutôt que sur la théorie et l'abstraction conceptuelle.

La formation professionnelle peut donc s'adresser à un adolescent, désireux de s'orienter vers un métier bien défini. Il s'agit d'une formation professionnelle qui se fait au sein des lycées professionnels ou lycées techniques ou encore de centre de formation d'apprentis. Les élèves reçoivent en alternance des enseignements généraux et des enseignements technologiques ou professionnels, relatifs au métier choisi.

La formation professionnelle peut s'adresser également à un adulte qui souhaite approfondir ses connaissances, ses compétences ou ses aptitudes professionnelles, dans le but d'élever sa qualification et d'évoluer dans sa carrière ou de se réorienter vers une nouvelle activité professionnelle. Il s'agit de la formation professionnelle continue qui avantage les salariés ou les demandeurs d'emploi. De même, pour le cas du salarié, la formation peut se décider sur son initiative ou sur celle de l'employeur.¹

⇒ **Approches essentielles qui la définissent:**

1-1-1 Une approche économique :

Pour cette approche l'entreprise s'investit dans la formation afin que les travailleurs acquièrent des nouvelles compétences et connaissances, et par la suite attend comme contrepartie un accroissement de sa productivité et de sa compétitivité dans le marché de travail et c'est ça ce qu'on appelle : l'investissement au ressource immatériels (le capitale humain).

1-1-2 Une approche psychologique :

« La formation est un partage entre un projet individuel fondé sur des attentes et d'intérêt économique de l'entreprise lié à la nation d'investissement ». cela veut dire que la formation est un partage entre deux parties, l'entreprise et le salarié tous les deux visent à atteindre ces objectifs à travers cette formation

1-1-3 Une approche sociologique :

La formation devient un outil de socialisation des individus (intégration des nouveaux salariés). elle devient un facteur de développement de la culture organisationnelle. Parce que à travers cette formation le salarié est en contact avec le nouveau environnement de travail, mais. Aussi avec le nouveau groupe de travail.

L'INDICATEUR « ROI » POUR EVALUER L'EFFICACITE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE -ETUDE DE CAS DES ENTREPRISES AUSTRALIENNES –
THE "ROI" INDICATOR TO ASSESS THE EFFECTIVENESS OF VOCATIONAL TRAINING - CASE STUD OF AUSTRALIAN COMPANIES

MORTET Sabrina ¹, NADI Moufida ²,
 université –Ahmed Zabana- Relizane (Algérie),

Received: 16/09/2019

Accepted: 07/12/2019

Published:31/12/2019

Résumé :

La formation professionnelle est considérée comme un investissement de grande importance à côté des investissements en équipements puisqu'elle est le facteur le plus déterminant quant à la survie et à pérennité des organisations. En effet, la formation professionnelle est le moyen le plus efficace pour développer les ressources humaines afin que les entreprises gagnent en compétitivité, en performance et en rentabilité dans un monde animé par une rude concurrence. L'évaluation de l'efficacité de la formation professionnelle est devenue une nécessité évidente. N'importe quelle organisation que ce soit une entreprise, administration, ou autre ne peut se contenter de " former pour former ", par ce que la formation coûte cher et prend du temps. Plus encore que pour un investissement matériel, il est important de connaître ou de situer le retour d'investissement de la formation pour être sûr de sa rentabilité pour l'organisation. L'objectif de ce papier est de comprendre comment évaluer le rendement d'une formation professionnelle à travers le ROI. Et pour mieux comprendre ce ratio, on va prendre l'exemple des entreprises australiennes comme étude de cas.

Mots-clés : formation professionnelle, ressources humaines, ROI

Codes de classification Jel : M12; M53.

الملخص:

يعتبر التدريب المهني استثمارا ذو أهمية كبيرة مثله مثل الاستثمار في التجهيزات، لأنه يعتبر العامل المحدد لبقاء المنظمات. وفي الواقع، فإن التدريب المهني يعتبر الوسيلة الأكثر فعالية من أجل تطوير الموارد البشرية حتى تحظى المؤسسة بالتنافسية، الأداء و المردودية في عالم يحركه المنافسة الشديدة. وقد أصبح من الضروري تقييم فعالية التدريب لأي منظمة كانت سواء مؤسسة أو ادارة لأنه لا يمكن أن نكتفي بالتكوين من أجل التكوين، لأن هذا الأخير يكلف غالبا و يتطلب وقت. و أكثر من الاستثمار المادي فإنه من الضروري معرفة العائد من الاستثمار في التدريب حيث نتأكد من مردوديته على المؤسسة. والهدف من هذا المقال هو معرفة كيف يتم تقييم العائد من الاستثمار في التدريب المهني. ولفهم هذه النسبة سنعمد على تجربة المؤسسات الأسترالية في حسابه.

الكلمات المفتاحية: التدريب المهني، الموارد البشرية، عائد الاستثمار في التكوين.

تصنيف jel: M12, M53

I- Introduction :

Nous vivons actuellement des mutations sans précédent à tous les niveaux technologiques, organisationnel et environnementales ce qui insiste les entreprises à promouvoir ses ressources afin de s'adapter aux nouveaux contextes. Face à un besoin de développement continue des compétences et des connaissance pour s'adapter le plus rapidement possible aux changement dans un contexte où les connaissances seront très vite dépassées , la formation occupe une

* MORTET Sabri, sabrinemortet@gmail.com

plus assidue et organisée pour apporter leur contribution à la vulgarisation et au développement du SCF.

- ü l'aménagement de certaines normes comptables dont l'application est impossible et par la simplification de normes complexes.
- ü Organisation de séminaires périodiques pour évaluer le système comptable financier.
- ü Facilité la modification des textes législatifs comptables.
- ü Adaptation des lois avec les principes du nouveau référentiel comptable (code fiscale, code commerce...)
- ü Développer le marché boursier algérien (bourse d'Alger)
- ü Créer une passerelle entre les académiques et les professionnels de la comptabilité on Organisant des séminaires et des journées d'études.
- ü Clarification des textes législatifs comptables.

Références :

1. algerie. (2007, novembre 25). article 5 de la loi 07-11 portant système comptable et financier. 3.
2. algerie. (2007, novembre 25). article 5 loi 07-11 portant système comptable financier. 3.
3. algerie. (2007, novembre 25). loi N° 07-11 portant système comptable et financier.
4. belkherroubi, H. (2011). convergence des systèmes d'information comptables: integration à la globalisation financière développement et containtes d'un processus. université d'oran.
5. delcoure, N., & huff, K. (2015). determinants of IFRS voluntary adoption in emerging and frontier markets. *business* , 43-54.
6. ikhlef, m. (2018, mai 14). le système comptable financier évaluation et proposition de révision. 13.
7. sonatrach. (2008). cour sur le système comptable et financier.
8. zehri, F., & chouaibi, J. (2013). adoption determinants of the international accounting standards IAS/IFRS by the developing countries. *economics finance and administrative science* , 56-62.

- Impliquer l'université dans le processus d'évaluation et de révision du système comptable financier, compte tenu du manque de passerelles entre les professionnels et les universitaires
- Mettre en place un système de normalisation pour l'amélioration annuelle du système comptable financier
- Organisation de séminaires périodiques, tous les deux ou trois ans, pour évaluer le système comptable financier.
- Mettre l'accent sur la rationalisation et la flexibilité du système comptable financier, en facilitant par exemple le processus de modification des textes législatifs comptables, par des décisions.

IV- Conclusion:

Depuis le lancement du système comptable financier en janvier 2010, la mise en place d'un plan d'actions devant le porter pour le vulgariser n'a pas suivi. Le SCF tel qu'il est conçu par les pouvoirs publics algériens est compatible avec les normes IAS/IFRS. Il est inspiré des normes IAS/IFRS (2004).

La loi n° 07-11 du 25 novembre 2007 portant SCF a été promulguée ; Ce n'est qu'en 2010 que le nouveau système comptable financier a été officiellement mis en œuvre. Ce nouveau référentiel comptable inspiré des normes IAS IFRS et dont l'objectif est destiné au remplacement de l'ancien Plan Comptable National (PCN) a quasiment stagné depuis sa mise en œuvre alors que les normes IAS/IFRS ont connu une évolution significative en rapport Avec le développement de l'économie mondiale (modification de 150 normes depuis 2004 à ce jour). D'aucuns pensent que le SCF est très nettement en retrait au regard de l'essor qu'ont connues les IFRS applicables aujourd'hui du fait que le Conseil National de la Comptabilité (CNC), de création récente, et à qui il échoit le développement et la gestion du nouveau référentiel, ne pouvait, à sa décharge, en un temps aussi court, faire évoluer le SCF au même rythme que le référentiel (IFRS) international et ce pour plusieurs raisons dont l'essentiels (ikhlef, 2018):

- ü Au retard accusé dans la mise à niveau du SCF par rapport aux IFRS actuellement en vigueur, vient s'ajouter la transposition que d'aucuns estiment précipitée sur un environnement économique qui n'est pas encore prêt à recevoir un tel système même perfectible. L'environnement économique et financier caractérisé par une économie informelle qui obère de manière significative le PNB, le marché financier étant encore à ses balbutiements
- ü Le SCF a introduit de nouveaux principes d'évaluation tels « la juste valeur » et le « coût amorti ». De tels concepts nouveaux ne figuraient pas dans l'environnement culturel des professionnels de la comptabilité algériens.
- ü La Bourse d'Alger tarde à décoller en raison de l'absence d'un marché financier actif.
- ü l'extrême faiblesse du niveau des formateurs aux nouvelles normes.

Recommandations :

- ü Des actions de vulgarisation doivent être engagées de manière soutenue pour familiariser les professionnels avec ces nouvelles notions.
- ü Des actions de formation d'envergure doivent être engagées de manière structurée en direction des formateurs et des apprenants. Des institutions tels l'Ordre des Experts comptables, la Chambre Nationale des Commissaires aux Comptes et les instituts de formation dans les domaines comptables et financiers doivent être sollicités de manière

- L'attitude souvent conservatrice des dirigeants (refus de changement)
- l'absence de marché dynamique et efficient, (la précarité du marché boursier algérien. incapable de fournir des prix de marché pour la plupart des actifs devant être évalués à la juste valeur).
- L'ambiguïté des exigences préconisées par le SCF 2010. (le SCF algérien est largement basé sur la notion de coût historique. La juste valeur n'y figure que comme un référentiel supplémentaire.).
- les coûts élevés des recours aux experts spécialisés en évaluation des biens.

8 l'amortissement par composants

D'après la majorité des interviewés, les méthodes d'application de l'amortissement par composant connaissent des difficultés sur le plan comptable. Notamment dans l'appréciation du niveau de décomposition, de ce fait il est nécessaire que le normalisateur Comptable Algérien clarifie les règles en matière d'application de cette méthode d'amortissement

9 états du lieu du système comptable financier

Les propos tenus par les interviewées portent des jugements ayant trait à l'évaluation du SCF après neuf années d'application par les entreprises algériennes. « Malgré que le SCF a apporté une nouvelle culture, Il n'y a pas une grande différence entre lui et le PCN. Les grands principes du PCN sont toujours maintenus, et la différence majeure réside dans la forme des états financiers » autrement dit il n'y a pas de changements majeurs entre le PCN et le SCF. Juste un changement de nomenclature comptable » Pour les états financiers, certains interviewés ne voient pas ou est leur utilité. « Le TFT (tableau des flux de trésorerie) n'est pas utile, d'ailleurs l'entreprise a toujours établi des situations de trésorerie périodiques ».

D'une autre part Il existe toujours une relation liée entre la comptabilité et la fiscalité d'une manière explicite dans l'article 6 de la loi de finance complémentaire de 2009 qui précise que « les entreprises doivent respecter les définitions édictées par le système comptable financier, sous réserve que celles-ci ne soient pas incompatibles avec les règles fiscales applicables pour l'assiette de l'impôt.

Les personnes interrogées se concertent sur le fait que « Le SCF demeure toujours ambigu. Certaines de ces dispositions ne sont pas claires Il s'agit d'un système qui s'inspire d'un référentiel international qui évolue davantage. De ce fait, « Il ne doit pas connaître le même sort que le PCN qui ne s'est pas conformé avec l'environnement comptable de l'Algérie »

Ce qui est confirmé par le dernier Séminaire sur l'évaluation et la révision du système comptable financier tenu à l'hôtel el awrassi, le 21/01/2019. Qui s'est soldé par plusieurs suggestions dont l'essentiel :

- Proposer la création d'un comité chargé d'adapter le système comptable financier à chaque changement de normes comptables internationales
- Créer des espaces d'échange et de discussion entre tous les acteurs de la profession comptable sur le thème de l'évaluation et de la révision du système comptable financier.
- Bénéficier d'études liées au système comptable financier, réalisées à la fois par des étrangers et par les universitaires algériens.
- proposer l'application des normes comptables internationales spécifiques au PME, puisque le tissu économique algérien est composé à 95% de ces entreprises, et l'application du reste des normes aux grandes entreprises ou à celles cotées en bourse,
- rendre la formation obligatoire pour les exerçants de la profession comptable.
- Simplification de l'application du système comptable financier, puisque le tissu économique algérien est constitué à 95% de petites et moyennes entreprises.
- Prise en compte du coût d'application des normes avec des décisions économiques,

2 les effets de la première application du SCF

La première application du SCF par les entités a eu plusieurs impacts. « Un impact humain suite à la formation du personnel en SCF et un impact organisationnel dû à la substitution de l'ancien logiciel par un autre logiciel qui est adapté aux nouvelles exigences du SCF ». Ces deux impacts ont occasionné un troisième impact d'ordre financier. « Lors du passage au SCF les entités ont subi des coûts supplémentaires nécessaires pour se faire accompagner par un expert-comptable et former.

3 utilisateurs des états financiers

Pour la majorité des interviewés, les utilisateurs des états financiers n'accordent pas une grande importance aux annexes, dont la tenue est obligatoire. « Les notes annexes sont timidement tenues. Les mêmes commentaires sont repris chaque année à l'exception des données chiffrées ». Ce qui veut dire que les parties externes ne sont pas intéressées par cet état financier »

En ce qui concerne l'administration fiscale, cette dernière n'accordent pas beaucoup d'importance aux TFT¹ et TVCP², elle se contente du bilan et du TCR³ pour des objectifs purement fiscales.

4 constitutions de provisions

L'analyse des entretiens montrent que les entités éprouvent d'énormes difficultés quant à la constitution de la provision pour indemnité de départ à la retraite en raison de son calcul qui repose sur des méthodes actuarielles complexes. Et des données fiables difficile à recueillir (l'absence d'un taux d'actualisation officiel et de statistiques probantes, pour la détermination du taux de mortalité, par exemple) Ce qui peut altérer la sincérité des états financiers.

5 impôts différés

L'analyse des entretiens montrent que La majorité des entreprises algériennes trouvent des grandes difficultés dans la détermination des décalages temporels qui génèrent l'impôt différé, hors la constatation de cet impôt chez quelques entreprises public étatique comme l'OPGI se limite à des cas de la provision des congés payés et la provision d'indemnité de départ à la retraite les autres cas comme l'écart de réévaluation ne sont pas prise en compte, ce qui ne permet pas de refléter l'image fidèle de la situation financière de l'entreprise en question.

6 contrat de location financement

Dans les opérations de crédit-bail, le crédit-bailleur est fiscalement le propriétaire du bien loué. A ce titre, il est autorisé à pratiquer l'amortissement de ces actifs, le crédit-preneur est considéré comme locataire et peut déduire les loyers versés de l'assiette de l'impôt sur le bénéfice. Ce qui ne concorde pas avec le principe de prééminence de la réalité économique sur l'apparence juridique.

7 la juste valeur

la majorité des interlocuteurs (interviewés) indiquent que la juste valeur n'est appliquée comme méthode d'évaluation que lorsqu'elle est exigée par une société mère implantée à l'étranger. Et s'accordent aussi sur plusieurs éléments qui freinent l'application de la juste valeur par l'entreprise algérienne dont l'essentiel :

- La subjectivité des estimations de la juste valeur, pour leur manque de fiabilité et d'objectivité car elle est liée au jugement professionnel des préparateurs des états financiers

¹ Tableau de flux de trésorerie

² Tableau de variation de capitaux propres

³ Tableau de compte résultat

2 2-2 fonctionnements des comptes

Le plan de comptes de l'entreprise donne la nomenclature des comptes à utiliser, définit leur contenu et précise les règles particulières de fonctionnement par référence aux règles générales présentées dans la norme générale. Cette partie présente les règles de fonctionnement de chaque compte à deux chiffres.

Les petites entités dont le chiffre d'affaires, l'effectif et l'activité ne dépassent pas des seuils déterminés peuvent tenir une comptabilité financière simplifiée (algerie,2007)

3 évaluations du SCF depuis son lancement

Neuf années après sa date de mise en vigueur, le SCF fait l'objet de plusieurs critiques dues aux difficultés rencontrées par les entités lors de son application. Ce qui justifie la nécessité de son adaptation pratique et de sa mise à jour.

Il demeure indispensable donc, d'étudier la réalité de l'application du SCF par les entreprises, dans le but d'identifier ses points faibles. Les difficultés d'application du SCF sont dues à la non maîtrise de certaines de ses normes et la non adaptation d'autres normes au contexte de l'économie algérienne.

II- Méthodes et Matériels :

Notre étude empirique a été réalisée à travers une approche qualitative au moyen d'entretiens avec des dirigeants de cabinets comptables (experts comptables, et commissaires aux comptes) et des cadres au niveau de l'administration fiscale. Les résultats de la recherche sont exploités pour concevoir les modalités de la revue du SCF à la lumière des normes du référentiel international IAS/IFRS qui s'adaptent largement avec l'environnement comptable de l'Algérie.

Nous avons défini dix cabinets pour interviewer leurs dirigeants comptables et six cadres de l'administration fiscale. Nous avons réussi à prendre rendez-vous avec les dirigeants de cinq cabinets et quatre cadres de l'administration fiscale les autres se sont excusés pour motif de congé annuel.

Des entretiens ont été menés, en face à face, pendant la période juin 2019 –juillet 2019. Ils ont duré de 40 minutes à une heure selon les personnes interviewées.

Un guide d'entretien constitué d'une série de thème a été utilisé, les entretiens ont ensuite été retranscrits sous format Word.

III-Résultats et Discussion :

L'objectif de la recherche est d'utiliser les résultats pour évaluer le SCF, et cerner les obstacles qui empêchent son application par l'entreprise algérienne, et proposer des pistes pour son amélioration.

Les résultats de la recherche sont présentés en fonction des thèmes abordées avec les interviewés.

1 passage du PCN au SCF

Pour la majorité des interviewés « le passage au SCF s'est limité à la translation des comptes PCN vers les comptes SCF»

Le SCF est dépourvu d'une norme traitant son adoption pour la première fois. Ce qui a posé plusieurs difficultés aux entreprises lors du passage au SCF. A défaut de règles précises régissant le passage au SCF, il s'est déroulé dans des conditions difficiles. L'instruction et les notes méthodologiques émanant du SCF liées au passage sont incomplètes et elles sont venues très tardivement. Cela n'a pas facilité la tâche aux entreprises pour mieux réussir le passage au SCF »

A partir de ces principes on distingue que le S.C.F a introduit un nouveau principe c'est celui de la prééminence de la réalité économique sur l'apparence juridique, on peut conclure que le nouveau plan comptable privilégie en quelque sorte les propriétaires et investisseurs concernant l'information financière.

2-1-1-2 les caractéristiques qualitatives de l'information financière

Pour les besoins de la prise de décision, les états financiers doivent garantir la transparence sur la réalité de l'entité en présentant une information complète et utile. Cette information doit répondre aux caractéristiques suivantes :

- pertinence : une information est pertinente lorsqu'elle influence les décisions économiques des utilisateurs des états financiers.
- fiabilité,
- comparabilité,
- intelligibilité : compréhensible par les utilisateurs,
- coût historique,

2-2 nomenclatures et le fonctionnement des comptes

Le nouveau système comptable financier contient une nomenclature de compte obligatoire qui peut aider à l'adoption d'une information financière conforme aux normes internationales.

2 2-1 nomenclatures des comptes

Chaque entité établit au moins un plan de comptes qui doit être adapté à sa structure, son activité, et ses besoins en information de gestion. Le compte est la plus petite unité retenue pour le classement et l'enregistrement des mouvements comptables (sonatrach, 2008), Les comptes sont regroupés en catégories homogènes appelées classe. Il existe deux catégories de classe de comptes

- classe de comptes de situation (bilanciels)
- classe de comptes de gestion

Un résumé du plan de comptes présentant pour chaque classe la liste des comptes à deux chiffres constitue le cadre comptable dont l'application est obligatoire pour toutes les entités quelle que soit leur activité et quelle que soit leur taille sauf dispositions spécifiques les concernant. A l'intérieur de ce cadre, les entités ont la possibilité d'ouvrir toutes les subdivisions nécessaires pour répondre à leurs besoins. Une nomenclature de comptes à trois chiffres ou plus correspondant à une ventilation des charges par nature est également proposée. Les opérations relatives au bilan sont réparties en cinq classes de comptes qualifiées de comptes de bilan. Le cadre comptable de ces comptes de bilan est le suivant :

§ Classe 1 Comptes de capitaux ;

§ Classe 2 Comptes d'immobilisations ;

§ Classe 3 Comptes de stocks et en-cours ;

§ Classe 4 Comptes de tiers ;

§ Classe 5 Comptes financiers.

Les opérations relatives au compte de résultat sont réparties en deux classes de comptes qualifiées de comptes de gestion. Le cadre comptable de ces comptes est le suivant:

§ Classe 6 Comptes de charges.

§ Classe 7 Comptes de produits.

Les classes 0, 8 et 9 non utilisées au niveau du cadre comptable peuvent être utilisés librement par les entités pour le suivi de leur comptabilité de gestion, de leurs engagements financiers hors bilan, ou d'éventuels comptes spéciaux qui n'auraient pas leur place dans les comptes de classes 1 à 7.

Le SCF définit la comptabilité comme un « système d'organisation de l'information financière » permettant de saisir, classer, évaluer, Enregistrer des données de base chiffrées et présenter des états reflétant une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de l'entité à la date de clôture des comptes. Dans ce contexte le cadre conceptuel à trois objectifs :

- ü Introduire les concepts qui sont à la base de la préparation et de la présentation des états financiers (conventions et principes comptables à respecter et caractéristiques qualitatives de l'information financières).
- ü Constitue une référence pour l'établissement de nouvelles normes.
- ü Facilite l'interprétation des normes comptables et l'appréhension d'opérations ou d'événements non explicitement prévus par la réglementation comptable.

Le cadre conceptuel Algérien définit les utilisateurs des états financiers comme suit :

- ü Les dirigeants et les différentes structures internes de l'entreprise.
- ü Les fournisseurs de capitaux (propriétaires, banques, autres bailleurs...)
- ü L'administration et autre institution dotées de pouvoirs de réglementation et de contrôle (administration fiscale, statistiques nationales...)
- ü Les autres partenaires de l'entité tels que les assureurs, les salariés, les fournisseurs ou les clients.
- ü Les autres groupes d'intérêts y compris le public de façon générale.

L'on remarque que le cadre conceptuel algérien n'indique pas clairement quels sont les utilisateurs privilégiés de l'information financière comme l'indique celui de l'IASB qui désigne les investisseurs et les créanciers comme utilisateurs privilégiés.

Les états financiers comprennent (article 32 du décret d'application du 26 mai 2008)

- le bilan,
- le compte de résultats,
- le tableau des flux de trésorerie,
- le tableau de variations des capitaux propres,
- l'annexe (précisant les règles et méthodes comptables utilisées et fournissant des compléments d'information sur le bilan et le compte de résultat).

Le S.C.F à introduit deux états financiers qui ne figuraient pas dans le P.C.N: le tableau de variation des capitaux propres et le tableau des flux de trésorerie, pour cela il s'est inspiré du référentiel de l'IASB.

2-1-1 les principes comptables fondamentaux et les caractéristiques qualitatives de l'information financière

2-1-1-1 les principes comptables fondamentaux

Le SCF algérien comprend un cadre conceptuel, des normes comptables et une nomenclature des comptes permettant l'établissement des états financiers sur la base des principes comptables généralement reconnus et notamment (article 6 de la loi du 25 novembre 2007) :

- comptabilité d'engagement : effets des transactions ou autres événements sont comptabilisés quand ils se produisent (comptabilité d'exercice)
- continuité d'exploitation : les états financiers sont normalement préparés selon l'hypothèse qu'une entreprise est en situation de continuité d'exploitation
- prééminence de la réalité économique sur l'apparence juridique
- périodicité (durée d'exercice comptable 12 mois)
- indépendance des exercices
- la prudence (éviter de transférer sur l'avenir les incertitudes d'aujourd'hui)
- la permanence des méthodes
- l'image fidèle

entreprises conforme aux nouvelles données économiques et aux nouveaux opérateurs économiques.

Le conseil national de comptabilité a opté pour l'élaboration d'un nouveau référentiel comptable inspiré des normes internationales. Lors de sa réunion le 5 septembre 2001 et fait le choix des normes comptables internationales (IAS/IFRS) qui seront la référence pour le prochain référentiel comptable algérien.

1-2 La planification de la conversion du plan comptable

A fin de préparer au mieux la conversion du plan comptable et a fin de toucher tout les types de sociétés et préparer leur intégration aux nouvelles normes IFRS, ces sociétés ont été subdivisées en trois catégorie comme suit :

- Ü A- les grandes entreprises qui sont contrôlées par la Direction des Grandes Entreprises (DGE)
- Ü B- les Petites & Moyennes Entreprises qui sont contrôlées par les centres des impôts (CDI).
- Ü C- les Très Petites Entreprises composées de personne physique ou moral dont le chiffre d'affaire annuel ne dépasse pas 3.000.000 DA, et qui sont contrôlées par les centres de proximité des impôts (CPI).

1-3 sensibilisations et formation des formateurs

Le Ministre des Finances a mis en place un plan d'actions sous forme de séminaires de sensibilisation et de formation professionnelles, afin de préparer au mieux l'intégration de tout le personnel comptable et financier.

La programmation, dans le temps et dans l'espace, de la formation et la mise à niveau de l'ensemble des professionnelles à été faite en commençant d'abord par :

- les responsables de cabinets et des grandes institutions ;
- les directeurs financiers et comptables des grandes compagnies ;
- Les responsables comptables des entreprises moyennes ;
- L'intégration dans la formation tant au niveau universitaire qu'au niveau des autres secteurs du programme lié aux normes internationales et leur application dans le contexte national.

Afin, d'adopter aux mieux son plan d'actions, le Ministre des Finances a mis en place un dispositif pour résoudre les problèmes rencontrés lors de l'application du **SCF** par les entreprises, leur suivi et la mise à jour de façon régulière des évolutions des normes internationales. C'est le **CNC** qui prendra en charge cette mise à jour en fonction des évolutions internationales, en mettant en place un organe qui prendra en charge cette mission. Cet organe sera chargé de l'application du nouveau **SCF** et sa mise à jour.

2. le système comptable financier (SCF) :

L'Algérie comme d'autres pays francophones tels que la Tunisie et le Maroc par exemple, a fait évoluer son système comptable en adoptant d'une part, un cadre conceptuel explicite par référence au cadre comptable de l'IASB, et d'autre part, en conservant un plan comptable. Le SCF algérien peut donc être considéré comme un système comptable hybride c'est-à-dire en partie anglo-saxon par son cadre conceptuel explicite, et continental francophone par son plan comptable.

Le nouveau système comptable financier comprend donc deux parties, la première partie traite du cadre conceptuel, de l'organisation de la comptabilité, des règles d'évaluation et des états financiers, tandis que la deuxième partie porte sur la nomenclature et le fonctionnement des comptes.

1.

2-1 Le cadre conceptuel et les états financiers:

supplémentaires : le niveau de gouvernance imposé aux entreprises et le niveau de protection des investisseurs.

En Algérie, après l'adoption de l'économie de marché, plusieurs réformes économiques et financières ont été amorcées, et d'autres sont en cours de réalisation. Dans le domaine de la comptabilité, l'adoption des normes internationales de comptabilités (IAS/IFRS) a été faite à travers le passage du plan comptable national (PCN) au système comptable financier (SCF) par la loi (algerie, 2007), qui est rentré en application le 01 janvier 2010. Cette adoption avait un double objectif, celui d'améliorer la tenue et la pratique de la comptabilité et en même temps, de rapprocher la comptabilité nationale de la comptabilité internationale, ce qui permettrait de faciliter la lecture des états financiers des entreprises algériennes par les étrangers (investisseurs, organismes internationaux ...)

L'Algérie a élaboré un nouveau système comptable appelé Système Comptable Financier (SCF) mis en œuvre à partir de 2010. Le SCF remplace le Plan Comptable National (PCN) de 1975. Le SCF comprend un cadre conceptuel explicite inspiré du référentiel comptable international de l'IASB, et un plan comptable d'inspiration française. En retenant le cas du SCF algérien, la question de recherche de ce papier est la suivante : qu'elle est l'état du lieu de système comptable financier neuf ans après son adoption, et qu'elles sont les obstacles qui empêchent son application par les entreprises algériennes.

1. le passage Du Plan Comptable National au Système Comptable Financier :

L'ensemble des entreprises algériennes, quelque soit leur nature ou leur taille ont reconduit Le plan comptable général français de 1957 jusqu'à fin 1975 (belkherroubi, 2011), Cette année a connu la naissance d'un nouveau dispositif réglementaire encadrant la comptabilité De l'Algérie qui est le Plan Comptable National.

Dans le cadre de la transition d'une économie planifiée à une économie de marché, l'Algérie A entrepris une série de réformes économiques, tel que la privatisation, le processus d'adhésion À l'OMC, la création de marché financier,...etc. Pour que les entreprises reflètent une image en cohérence avec le contexte économique du pays, une réforme des pratiques comptables s'impose.

Ainsi, le 25 Novembre 2007, une nouvelle loi sous le numéro 07-11 portant sur le système comptable financier fut promulguée, qui constitue une rupture avec l'ancien système (PCN 1975), et modifie Radicalement le fond ainsi que la forme, la manière de production et de présentation de l'information financière par les entreprises algériennes.

Dans ce nouveau référentiel comptable inspiré des normes IAS/IFRS et du modèle anglo-saxon, on ne parle plus de comptabilité générale, mais de comptabilité financière qui peut être définie comme « système d'organisation de l'information Financière permettant de saisir, classer, évaluer et enregistrer des données de base chiffrées, et présenter des états reflétant une image fidèle de la situation financière et patrimoniale, de la performance et de la trésorerie de l'entité, à la fin de l'exercice »(algerie, 2007)

Parmi les axes du SCF qui constitue le point de rupture avec le PCN, on trouve :

- L'existence d'un cadre conceptuel qui définit les hypothèses de base, les principes comptables et les caractéristiques qualitatives de l'information financière.
- L'adoption de la juste valeur comme mode d'évaluation
- L'application du principe : Prééminence de la réalité économique sur l'apparence juridique

1-1 La démarche d'adoption du SCF

À partir du deuxième trimestre 2001, le processus de réforme a commencé autour du système de comptabilité nationale, financé par la Banque mondiale.

Ce processus a été confié à de nombreux experts français (CNC français) et en coopération avec le Conseil national de la comptabilité (CNC), sous la tutelle du ministère des Finances, chargé de développer le plan comptable national (PCN) 35-75 en une nouvelle comptabilité des

L'ADOPTION DU SYSTÈME COMPTABLE FINANCIER EN ALGÉRIE RÉALITÉ ET OBSTACLES

THE ADOPTION OF THE FINANCIAL ACCOUNTING SYSTEM IN ALGERIA REALITY AND OBSTACLES

Chachoua Abdelhakim^{1,*}, Ismail Amouri², Saadaoui Mourad Messaoud³
Université de Médéa, (Algerie)

Received: 28/10/2019

Accepted: 17/12/2019

Published:31/12/2019

Résumé :

L'objectif de cette feuille de recherche est de mettre le point sur le système comptable financier neuf ans après son adoption par l'état algérien, et de cerner ainsi les obstacles qui empêchent son application par les entreprises algériennes, nous avons opté pour la méthode d'entretien direct avec des dirigeants de cabinets comptables et des cadres au niveau de l'administration fiscale, les résultats de notre étude montre qu'il n'y a pas une grande différence entre le SCF et le PCN. Les grands principes du PCN sont toujours maintenus, et la différence majeure réside dans la forme des états financiers, et que Les difficultés d'application du SCF sont dues à la non maîtrise de certaines de ses normes, la non adaptation d'autres normes au contexte de l'économie algérienne et l'absence de marché dynamique et efficient.

Mots-clés : système comptable financier; réformes comptables; normes comptables internationales;

Codes de classification Jel : M490; M480.

Abstract:

The objective of this research sheet is to update the financial accounting system nine years after its adoption by the Algerian state, and to identify the obstacles that prevent its application by Algerian companies, we opted for the method of direct interview with heads of accounting firms and executives at the FISC administration level, the results of our study show that there is not a big difference between the SCF and the PCN. The main principles of the PCN are still maintained, and the major difference is in the form of the financial statements, and that the difficulties of application of the SCF are due to the lack of control of some of its standards, the non-adaptation of other standards to the context of the Algerian economy and the absence of a dynamic and efficient market.

Keywords: financial accounting system; accounting reforms; international accounting standards;

Jel Classification Codes : M490; M480

I- Introduction :

La diffusion croissante des normes comptables internationales IAS-IFRS a conduit à des recherches sur la question des déterminants de l'adoption de ces normes comptables internationales. (zehri & chouaibi, 2013), font une synthèse des recherches et identifient sept principaux déterminants de l'adoption des IFRS dans les pays développés : la relation de proximité à la culture anglo-saxonne, le dynamisme économique du pays, l'existence d'un marché financier et son ouverture sur l'étranger, le niveau de formation des professionnels de la comptabilité, l'ouverture du pays à la mondialisation, la législation en vigueur, le niveau de liberté et de stabilité politiques. (delcoure & huff, 2015), retiennent deux autres déterminants

Chachoua Abdelhakim mail : hachoua.abdelhakim@univ-medea.dz

University Center Aflou ~ Algeria
Institute of Economic Sciences,
Business and management sciences



Journal Araa
for economic & administrative studies

International peer-reviewed academic journal published periodically by
Institute of Economic Sciences, Business and management sciences -University Center Aflou - Algeria

P-ISSN: 2710-8848