

جامعة عباس لغرور خنشلة

ABBÈS LAGHROUR UNIVERSITY OF KHENCHELA



ISSN 2571-9866
EISSN 2661-7854

الإيداع القانوني مارس 2017

الاصيل



Legal deposit : march 2017

ISSN 2571-9866
EISSN 2661-7854

مجلة الأصيل
للبحوث الاقتصادية و الإدارية

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية و الإدارية

EL ACIL
Journal
for Economic and
Administrative Research

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL , ISSUED BY THE FACULTY OF ECONOMIC
-AND COMMERCIAL SCIENCES AND MANAGEMENT SCIENCES
.ABBÈS LAGHROUR UNIVERSITY OF KHENCHELA

مجلة علمية دولية محكمة نصف سنوية
تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

المجلد : 07
العدد : 01
أفريل 2023

EL ACIL

Volume : 07
Number : 01
April 2023

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية

مجلة علمية دولية محكمة نصف سنوية تصدر عن
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
جامعة عباس لغرور خنشلة

المدير الشرفي للمجلة

أ.د. عبد الواحد شالة مدير الجامعة

رئيس التحرير

أ.د. ليلى بن منصور

أمانة المجلة:

السيدة: رزيقة سلامي

السيدة: محبوبة سعدي

Volume: 7
Number:1

المجلد:7
العدد:1

أفريل 2023
April 2023

فريق تحرير المجلة

رئيس التحرير
 أ.د. ليليا بن منصور

المحررون المساعدون

أ.د. طارق الصدراوي جامعة المهديّة-تونس	أ.د. رايح خوني جامعة بسكرة-الجزائر	د.عجالي دلال جامعة خنشلة-الجزائر
د.ايمان الصالحين احمد بوزهب جامعة عمر المختار-ليبيا	أ.د. نعيمة غلاب جامعة قسنطينة2-الجزائر	د. شامية بن عباس جامعة خنشلة-الجزائر
د. عطوش هشام جامعة محمد الخامس الرباط-المغرب	أ.د. زبير عياش جامعة أم البواقي-الجزائر	د. وهيبة قحام جامعة سكيكدة-الجزائر
د.ماجد قاسم السياني جامعة العلوم والتكنولوجيا - اليمن	د.نوفل سمايلي جامعة تبسة-الجزائر	أ.د. وسيلة السبتي جامعة بسكرة-الجزائر
د. مصطفى محمود عبد السلام جامعة أم القرى -العربية السعودية	أ.د. كايا سيد علي كمال جامعة تولوز-فرنسا-	د.فضيلة بوطورة جامعة تبسة-الجزائر
د.ولد حام الطالب مصطفى جامعة نواكشوط العصرية	د.القوصي همام جامعة حلب - سوريا	أ.د.عزيزحموي جامعة فاس -المغرب
د. شفيق باكور المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير طنجة-المغرب	د.سملاي يحضيه جامعة الملك فيصل - السعودية	د.جمال لعامرة جامعة طيبة -السعودية
د.سمية محمد مصطفى محمد الامين جامعة كسلا - السودان	د. محمد كنوش الجامعة التركية-تركيا	د. مونيا بن عبد الله جامعة تولون-فرنسا-
د.أميرة السيد عبد الحميد الجندي جامعة الأزهر -مصر	د. فيصل فرحي جامعة مونتريال-كندا-	د . يوسف نصري الجامعة الإسلامية العالمية ماليزيا
عبد القادر محمد منصور منصور جامعة الأقصى غزة -فلسطين	د.اوكيل عمار جامعة السلطان قابوس -عمان	د.جبريل وائل محمد جامعة عمر المختار- ليبيا

تقديم المجلة

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية:مجلة علمية دولية ، محكمة نصف سنوية مجانية لا تهدف إلى الربح، ذات وصول مفتوح، تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة عباس لغرور خنشلة منذ سنة2017، ذات التقييم الدولي EISSN:2661-7854,ISSN:2571-9866 وإيداع قانوني: مارس2017 ، تهتم بنشر البحوث والدراسات العلمية الأكاديمية الأصيلة، التي لم يسبق نشرها في ميدان العلوم: الاقتصادية، التجارية، التسييرية الإدارية، وكل العلوم ذات الصلة، باللغات: العربية، الفرنسية والإنجليزية .
تنشر أعداد المجلة في وقتها بشكلي الكتروني وورقي وهي متاحة للتحميل.

موقع المجلة على البوابة الجزائرية للمجلات العلمية

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/462>

الموقع الالكتروني للمجلة:

<http://www.univ-khenchela.dz/revueAcile/index.html>

البريد الالكتروني للمجلة:

revue.elacil2017@gmail.com

revu.eco@univ-khenchela.dz

أخلاقيات النشر

تنشر مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية المقالات العلمية الأصيلة والمحكمة، بهدف توفير جودة عالية لقراءها من خلال الالتزام بمبادئ مدونة أخلاقيات النشر ومنع الممارسات الخاطئة. تصنف المدونة الأخلاقية ضمن لجنة أخلاقيات النشر وهي الأساس المرشد للمؤلفين والباحثين والأطراف الأخرى في نشر المقالات بالمجلة، بحيث تسعى المجلة لوضع معايير موحدة للسلوك وتسهر المجلة على ان يقبل الجميع بقوانين المدونة الأخلاقية اتفاقا، وبذلك فهي ملتزمة تماما بالحرص على تطبيقها في ظل القبول بالمسؤولية والوفاء بالواجبات والمسؤوليات المسندة لكل طرف:

1. مسؤولية الناشر:

- قرار النشر: يجب مراعاة حقوق الطبع وحقوق الاقتباس من الأعمال العلمية السابقة، بغرض حفظ حقوق الآخرين عند نشر المقالات بالمجلة، ويعتبر رئيس التحرير مسؤولا عن قرار النشر والطبع ويستند في ذلك إلى سياسة المجلة والتقييد بالمتطلبات القانونية للنشر، خاصة فيما يتعلق بالتشهير أو القذف أو انتهاك حقوق النشر والطبع أو القرصنة، كما يمكن لرئيس التحرير استشارة أعضاء هيئة التحرير أو المراجعين في اتخاذ القرار.

- النزاهة: يضمن رئيس التحرير بأن يتم تقييم محتوى كل مقال مقدم للنشر بغض النظر عن الجنس، الأصل، الاعتقاد الديني، المواطنة أو الانتماء السياسي للمؤلف.

- السرية: يجب أن تكون المعلومات الخاصة بمؤلفي المقالات سرية للغاية وأن يحافظ عليها من قبل كل الأشخاص الذين يمكنهم الاطلاع عليها، مثل رئيس التحرير، أعضاء هيئة التحرير، أو أي عضو له علاقة بالتحرير والنشر وباقي الأطراف الأخرى المؤتمنة حسب ما تتطلب عملية التحكيم.

- الموافقة الصريحة: لا يمكن استخدام أو الاستفادة من نتائج أبحاث الآخرين المتعلقة بالمقالات غير القابلة للنشر دون تصريح أو إذن خطي من مؤلفها.

2. مسؤولية المحكم:

- المساهمة في قرار النشر: يساعد المحكم (المراجع) رئيس التحرير وهيئة التحرير في اتخاذ قرار النشر وكذلك مساعدة المؤلف في تحسين المقال وتصويبه.

- سرعة الخدمة والتقييد بالآجال: على المحكم (المراجع) المبادرة والسرعة في القيام بتقييم المقال المرسل إليه حسب المنصة ASJP في الآجال المحددة، وإذا تعذر ذلك بعد الاطلاع الأولي على المقال ووجد أن موضوع المقال خارج عن نطاق تخصصه عليه بالضغط على أيقونة رفض التحكيم.

- السرية: يجب أن تكون كل معلومات المقال سرية بالنسبة للمحكم، أن يسعى المحكم على سريتها ولا يمكن الإفصاح عنها أو مناقشة محتواها من أي طرف باستثناء المرخص لهم من طرف رئيس التحرير.

- الموضوعية: على المحكم إثبات مراجعته وتقييمه للأبحاث الموجهة إليه بالحجج والأدلة الموضوعية، وأن يتجنب التحكيم على أساس بيان وجهة نظره الشخصية، الذوق الشخصي، العنصرية، المذهبي وغيره.

- تحديد المصادر: على المحكم محاولة إيجاد المصادر والمراجع المتعلقة بالموضوع (المقال) والتي لم يدرجها المؤلف في قائمة الهوامش، وأي نص أو فقرة مأخوذة من أعمال أخرى منشورة سابقا يجب وضعها في قائمة الهوامش، بشكل صحيح، وعلى المحكم إبلاغ رئيس التحرير وإنذاره بأي أعمال متماثلة أو متشابهة أو متداخلة مع العمل قيد التحكيم.

- تعارض المصالح: على المحكم عدم تحكيم المقالات لأهداف شخصية، أي لا يجب عليه قبول تحكيم المقالات التي عن طريقها يمكن أن تكون هناك مصالح لأشخاص أو المؤسسات أو يلاحظ فيها علاقات شخصية.

3. مسؤولية المؤلف:

- معايير الإعداد: على المؤلف تقديم بحث أصيل وعرضه بدقة وموضوعية، بشكل علمي متناسق يطابق مواصفات المقالات المحكمة سواء من حيث اللغة أو الشكل أو المضمون وذلك وفق معايير وسياسة النشر في المجلة، وتبيان المعطيات بشكل صحيح، وذلك عن طريق: الإحالة الكاملة ومراعاة حقوق الآخرين في المقال، وتجنب إظهار المواضيع الحساسة وغير الأخلاقية، الذوقية، الشخصية، العرقية، المذهبية، المعلومات المزيفة وغير الصحيحة وترجمة أعمال الآخرين بدون ذكر مصدر الاقتباس في المقال.

- الأصالة والقرصنة: على المؤلف إثبات أصالة عمله وأي اقتباس أو إستعمال فقرات أو كلمات الآخرين، يجب تهميشه بطريقة مناسبة وصحيحة، ومجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية تحتفظ بحق استخدام برامج القرصنة للأعمال المقدمة للنشر.

- إعادة النشر: لا يمكن للمؤلف تقديم العمل نفسه (المقال) لأكثر من مجلة أو مؤتمر، وفعل ذلك يعتبر سلوك غير أخلاقي وغير مقبول.

- الوصول للمعطيات والاحتفاظ بها: على المؤلف الاحتفاظ بالبيانات الخاصة التي استخدمها في مقاله وتقديمها عند الطلب من قبل هيئة التحرير أو المراجع.

- الإفصاح: على المؤلف الإفصاح عن أي تضارب للمصالح، مالي أو غيره والذي قد يؤثر على نتائج البحث وتفسيرها، ويجب الإفصاح مصدر كل دعم مالي لمشروع مقاله.

- مؤلفي المقال: ينبغي حصر (عدد) مؤلفي المقال أو أولئك المساهمين بشكل كبير وواضح سواء من حيث التصميم، التنفيذ والتفسير، مع ضرورة تحديد المؤلف المسؤول عن المقال وهو الذي يؤدي دورا كبيرا في إعداد المقال والتخطيط له، أما بقية المؤلفين يذكرون أيضا في المقال على أنهم مساهمون فيه فعلا، ويجب أن يتأكد المؤلف الأصلي للمقال من وجود الأسماء والمعلومات الخاصة بجميع المؤلفين، وعدم إدراج أسماء آخرين لغير المؤلفين للمقال، كما يجب أن يطلع المؤلفون بأجمعهم عن المقال جيدا وأن يتفقوا صراحة على ما ورد في محتواه ونشره بذلك الشكل المطلوب في قالب المجلة الذي يتم تحميله عن طريق المنصة ASJP.

- الإحالات والمراجع: يلتزم صاحب المقال بذكر الإحالات بشكل مناسب ويجب أن تشمل الإحالة ذكر كل الكتب، المنشورات، والمواقع الإلكترونية وسائر أبحاث الأشخاص في قائمة الإحالات والمراجع، المقتبس منها أو المشار إليها في نص المقال.

- الإبلاغ عن الأخطاء: على المؤلف إذا تنبه أو اكتشف إلى وجود خطأ جوهري وعدم الدقة في جزئيات مقاله في أي زمن أن يشعر فوراً رئيس تحرير المجلة أو الناشر ويتعاون لتصحيح الخطأ.

دليل المؤلفين

1. تقديم المقالات:

ندعو الباحثين الراغبين في نشر مقالاتهم في " مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية"، الاطلاع على: تعليمات للمؤلفين" و " دليل للمؤلفين" عبر الصفحة المخصصة للمجلة على منصة المجلات العلمية الجزائرية ASJP، وذلك من خلال رابط المجلة:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/462>

ولتقديم المقالات المقترحة للنشر، على المؤلف النقر على أيقونة: " إرسال مقال" الموجودة بقائمة الاختيارات على يسار الشاشة بصيغة **Word** . في رابط المجلة:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/462>

إذا كان لدى المؤلف حساب من قبل (اسم مستخدم/ كلمة مرور) للدخول إلى مساحة. " مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية" فعليه النقر على الخيار " دخول ". وإن لم يكن لديه حساب فعليه تسجيل نفسه في المنصة بالنقر على الخيار " تسجيل"، وهذا حتى يتسنى له إرسال مقاله ومتابعته عبر المنصة.

2. المبادئ التوجيهية للمؤلف:

- على المؤلف قراءة وإتباع التوجيهات والتوصيات بدقة.
- يحق لرئيس التحرير إعادة المقالات التي لا تتوفر فيها التوجيهات و التوصيات. المطلوبة.

3. عملية تقييم وتحكيم المقالات:

أولاً: يتم فحص المقالات بشكل سري وفي مرحلة قبل التقييم للتحقق من مدى استيفائها لشروط النشر واحترامها لنموذج قالب المجلة وكذلك مدى تطابقها مع تخصص المجلة، إذا كان القرار سلبياً يتم رفض المقال على المنصة مع إعلام صاحب المقال بسبب الرفض. يمكن للمؤلف إعادة إرساله مع الأخذ بعين الاعتبار التوصيات المقدمة.

ثانياً: إذا كان المقال مؤهلاً (تم إعداده وفق نموذج قالب المجلة ومستوفياً لشروط النشر ويقع ضمن تخصص المجلة)، يتم إرساله في حالة مشفرة من طرف رئيس التحرير إلى مراجعين اثنين أو إرساله للمحرر المساعد ذي الاختصاص، والذي بدوره سيقدمه إلى مراجعين اثنين في شبكته. في الحالتين سيتولى المراجعون مسؤولية تحكيم المقال وفقاً لاستمارة تقييم موحدة متوفرة على المنصة ASJP بشكل إلزامي.

ثالثاً: إذا كان التقريرين المقدمين من طرف المراجعين إيجابيين وفي صالح النشر، يرسلان إلى المؤلف بعد إخفاء هوية المحكمين، والذي يقوم بالتعديلات المطلوبة إن وجدت (سواء تعديلات في الشكل أو المضمون). أما إن كان أحد التقريرين سلبياً، يرسل المقال إلى مراجع ثالث للتحكيم والفصل في قرار النشر من عدمه.

رابعاً. بعد استلام المقال في شكله المعدل، يفحص من طرف هيئة التحرير للتحقق من أن التعديلات المطلوبة قد التزم بها المؤلف، ثم يرسل للمراجعين لغرض التأكد. وإن اتضح إن المؤلف لم يلتزم بالتعديلات المطلوبة، يتم إرساله ثانية لأصحابه للتعديل مرة ثانية مع تحديد الآجال (72 ساعة)، وإلا سيتم رفض المقال. في حالة قبول المقال ترسل النسخة النهائية إلى أمانة المجلة للنشر .

4. فترة تقييم المقال:

تمنح فترة تقييم تقدر بشهر واحد(30 يوماً)، وقد تكون أطول.

5. إعداد مقال:

من أجل النشر في " مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية"، على المؤلف تحميل نموذج مقال المجلة (Template)، يحمل من حساب المجلة بالمنصة من قسم "تعليمات للمؤلفين".

6. الاطلاع على دليل المؤلف:

لتحميل ملف دليل المؤلف يجب الضغط على أيقونة دليل المؤلف، وهو ملف يوضح طريقة إرسال مقال، كما يتضمن حقوق المؤلف الخاص بالمجلة، ويتضمن أيضاً خطاب تعهد يوقع من طرف صاحب المقال.

7. إرسال المقال:

بعد إعداد المقال وفق قالب المجلة، نقوم بإرساله وذلك عن طريق النقر على أيقونة "إرسال مقال"، حيث تظهر إستمارة للملء تتضمن مختلف البيانات الخاصة بالمقال وبالمؤلفين، بعد ملء كل المعلومات وتحميل ملف المقال على المنصة، يتم الضغط على أيقونة "إرسال مقال" الموجودة أسفل إستمارة المعلومات.

8. متابعة عملية تقييم المقال عبر المنصة:

1.8. إشعار باستلام المقال: في حالة نجاح عملية إرسال المقال على المنصة تظهر رسالة على الشاشة تبين ذلك؛

2.8. إشعار برفض المقال: إذا تبين أن المقال لا يحترم قالب المجلة وشروط النشر، يتم إشعار المؤلف برفض المقال؛

3.8. متابعة وضعية المقال: ممكن للمؤلف الدخول إلى المنصة من خلال حسابه ومتابعة وضعية مقاله مرحلة بمرحلة وذلك بالضغط على أيقونة " المقالات" ثم الضغط على أيقونة " المقالات المرسلة" ، يظهر جدول يحمل كل تفاصيل المقال.

- في حالة قبول المقال، ترفق المادة المقدمة للنشر بخطاب التعهد الذي يمكن تحميله من مساحة المجلة بالمنصة، وهذا الخطاب مدرج في ملف مضغوط موجود تحت البند " دليل للمؤلف".

9. نشر المقال على المنصة:

بمجرد قبول المقال للنشر يعلم المؤلف بذلك عن طريق رسالة الكترونية يتم دعوته من خلالها إلى الولوج إلى حسابه على المنصة و إدراج المراجع المعتمدة في المقال وفقاً للإطار المحدد من طرف منصة المجلات العلمية الجزائرية ASJP. في حالة عدم إدراج المراجع لا يمكن نشر المقال المقبول.

10. خطوات إدراج المراجع عبر المنصة:

لإدراج المراجع عبر المنصة يجب إتباع الخطوات الآتية:

- أدخل على حسابك بالمنصة ثم اضغط على أيقونة المقالات؛

- ثم أدخل على قائمة المقالات المقبولة؛

- لبدء عملية إدخال المراجع اضغط على أيقونة مراجع؛

- تظهر لك شاشة، اضغط على أيقونة "إضافة مرجع"؛

- يجب تحديد نوع المرجع حسب قائمة الخيارات الممنوحة لك (مقال، ملتحق، أطروحة، كتاب، فصل كتاب،

صفحة ويب)؛

- بعد الضغط على نوع المرجع، يجب إستكمال جميع المعلومات الخاصة به التي تظهر على الشاشة، بعده قم

بالضغط على أيقونة "أضف"، وهكذا حتى إستكمال جميع المراجع المدرجة في المقال؛

- إذا أكملت عملية إدراج جميع المراجع وكنت متأكدا من ذلك وبطريقة صحيحة، اضغط على أيقونة "إنهاء"؛



- في هذه المرحلة تكون قد أنهيت العملية ويكون الرمز الموضوع على أيقونة مراجع قد تغير: من

وهذا يظهر لرئيس التحرير أنك أكملت عملية إدراج المراجع من أجل التأكد من صحتها ومطابقتها للمراجع الموجودة

في المقال؛

- بعد قبولها من طرف رئيس التحرير يمكن برمجت المقال للنشر، وإن كانت غير صحيحة وغير مطابقة لما هو

موجود في المقال، يقوم رئيس التحرير برفضها، وتعاد العملية من جديد.

11. سياسة الانتحال:

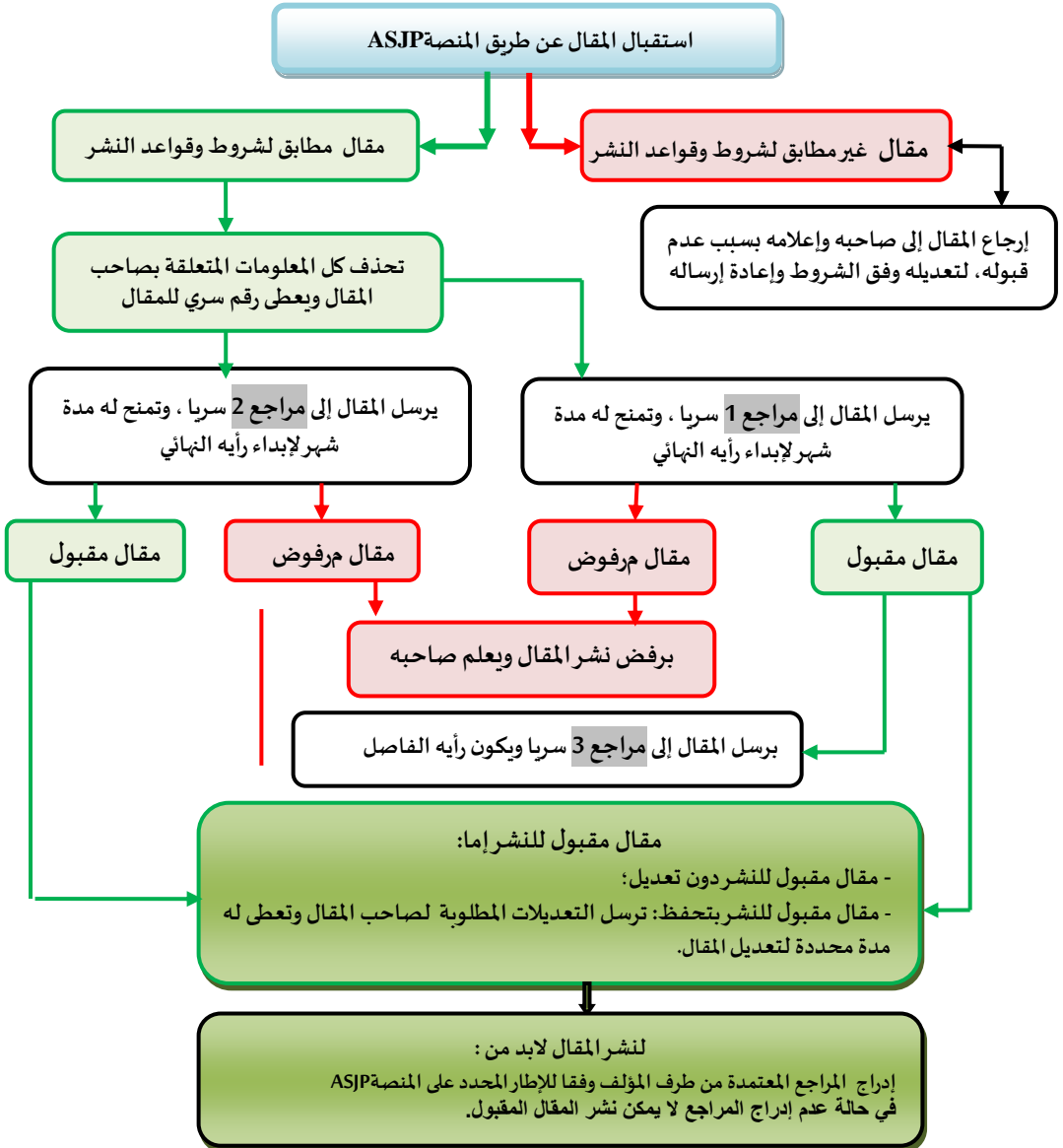
تشكل السرقة العلمية، بجميع أشكالها سلوكاً غير أخلاقي للمجلة. ولا يتم قبول أي خرق لهذه القاعدة. ولن

يتم قبول أي مقال آخر للمؤلف الذي قام بالانتحال.

مخطط توضيحي لمراحل تقييم ونشر مقال

يتم استلام جميع المقالات حصريا على المنصة الوطنية للمجلات ASJP: كما يلي

- 1- يجب التسجيل في المنصة وفتح حساب على الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/signup>
- 2- الدخول إلى موقع المجلة في المنصة على الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/462>
- 3- إرسال المقال على شكل word من الخانة المخصصة لذلك.
- 4- يتابع مراحل استلام وتقييم مقالة عبر حسابه في المنصة.
- 5- تمر عملية استلام وتقييم المقالات بالمراحل الآتية:



كلمة العدد

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين ،
المبعوث رحمة للعالمين، محمد وعلى آله وصحبه أجمعين . أما بعد :

يسر هيئة التحرير أن تقدم لكم المجلد:7، العدد:1 أبريل2023 من مجلة الأصيل
للبحوث الاقتصادية والإدارية،

كما نتقدم بالشكر الجزيل لأسرة المجلة من مساعدي رئيس التحرير والمراجعين لما
قدموه ويقدمونه من عطاء متميز في سبيل الارتقاء بالمجلة واختيار أفضل المقالات،
وعلى التعاون الرائع لإخراج هذا العدد في شكله النهائي، كما نشكر كل الباحثين الذين
ساهموا بمقالاتهم ومواضيعهم العلمية التي أثرت صفحات المجلة.

وتجدد هيئة التحرير دعوتها لكل الباحثين والأكاديميين للمساهمة بمقالاتهم
وأبحاثهم العلمية للنشر في أعدادنا القادمة وذلك عن طريق البوابة الالكترونية
للمجلات العلمية الجزائرية على رابط المجلة:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/462>

والله من وراء القصد وهو يهدي السبيل.....

هيئة التحرير

فهرس المحتويات

الصفحة	عنوان المقال	
(36. 17)	<p>The role of human resource management in achieving institutional excellence in assurance organizations</p> <p>Sahbi Djamel Eddine, Belguidoum Sabah <i>Abbes Laghrour University of Khenchela- Algeria</i></p>	01
(50. 37)	<p>The Turkish Experience in the Localization of the Automotive Industry: Strategy, Implications and Results</p> <p>Talem Ali <i>University Of Tiaret, Algeria</i> Hambli Zouhair <i>University Of Oum El Bouaghi-,Algeria</i></p>	02
(76. 51)	<p>Les déterminants de la défaillance des PME en Algérie : Une modélisation quantitative basée sur les systèmes experts</p> <p>Helimi Sarra, <i>University of,Tebessa- Algeria</i> Metarref Aouatef, <i>University of Annaba- Algeria</i> Bahloul Latifa, <i>University of ,Tebessa- Algeria</i></p>	03
(94. 77)	<p>The adoption of total quality management in Algerian economic institution -a case study el sewedy cables-</p> <p>Fatma Zohra Medani , wafa djebblahi <i>University of Khemis miliana- Algeria</i></p>	04
(112. 95)	<p>Political stability, Financial Crises and the Finance-Growth Nexus: Evidence from MENA Region</p> <p>Kaouthar Gazdar <i>College of Islamic Economics and Finance- (Umm Al -Qura University- KSA)</i> <i>Faculty of Economic Sciences and Management of Sousse</i> <i>(University of Sousse, Tunisia)</i></p>	05
(126. 113)	<p>Evaluating the Chinese Economic Engagements in Africa, Case Study of the Special Economic Zones and Foreign Direct Investments</p> <p>Zeyneb Sidamor , Insaf Benamrane , Bousaid Yamina <i>University, Adrar- Algeria</i></p>	06
(152 .127)	<p>The 2025 master plan for tourism development in Algeria between reality and outlooks- Econometric study</p> <p>Ahlem Soudani , Hayette Boulakhrouf <i>University of 8 mai 1945 guelma, Algeria</i> Samia kharkhache <i>University of Mohammed Boudiaf,M'sila-,Algeria</i></p>	07

(168.153)	Analyzing efficiency of banks in Algeria using stochastic frontier analysis Adel Achi , Boumediene Beroual <i>University of Batna 1- Algeria</i>	08
(188.169)	Les préalables à l'émergence d'une « véritable » dynamique entrepreneuriale en Algérie Boughidene Rachid <i>Université A. Mira de Bejaia- Algérie</i>	09
(210.189)	دوران العمل الطوعي للكفاءات وأثره على استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية: حالة "أن سي آي روية" رياض بن غبريد <i>مركز البحث في الاقتصاد المطبق من أجل التنمية_الجزائر</i>	10
(230.211)	أهمية المؤسسات الناشئة الجزائرية في تعزيز مكانة الإقتصاد البنفسجي قسوري إنصاف ، عبة فريد <i>جامعة محمد خيضر بسكرة -الجزائر</i>	11
(248.231)	دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) في تحسين جودة الخدمة العمومية دراسة عينية من مكاتب بريد الجزائر في ولاية برج بوعريج فسوزي قدوج ، نور الدين نوي ، حسين بركاتي <i>جامعة محمد بوضياف،المسيلة_الجزائر</i>	12
(262.249)	تحقيق الأمن الاقتصادي وفق المنظور الاقتصادي الإسلامي رمزي زعيمي <i>جامعة عباس لغرور خنشلة-الجزائر</i> أحمد رشاد مرداسي ، صبرينة بوطبة <i>المركز الجامعي مرسلبي عبد الله تيبازة-الجزائر</i>	13
(282.263)	التأمين التكافلي كبديل للتأمين التجاري في الجزائر-دراسة حالة شركة سلامة للتأمينات الجزائر- مسموس رضوان ، بورايو هاجر أميرة <i>جامعة لوئيسي علي البلدية 2 _الجزائر</i>	14
(300.283)	أثر توليد المعرفة على بناء الذاكرة التنظيمية -دراسة حالة مؤسسة سيدار الحجار عناية- كوال روفيا ، بوقظيمة فؤاد <i>جامعة باتنة 1 الحاج لخضر_الجزائر</i>	15
(318.301)	حوكمة تكنولوجيا المعلومات - تقنية الكوبيت 5 أمودجا - فوريش زكرياء ، بلعيد عبد الله <i>جامعة عباس لغرور خنشلة - الجزائر-</i>	16

(334.319)	<p>دور زيادة الأعمال الرقمية في تحسين الخدمات شركتي علي بابا و أمازون أمودجا توفيق حناشي ، فارس قاطر، صالح محرز جامعة تبسة _ الجزائر</p>	17
(352.335)	<p>أثر الأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسة من خلال الإبداع التنظيمي - دراسة حالة المؤسسات الناشئة بالجزائر- رحمة زيفد ، صبري مقيمح جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر</p>	18
(370.353)	<p>السياحة الرياضية في قطر: تجربة رائدة في الشرق الأوسط والعالم عروود وردة ، العايب سهام جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل-الجزائر</p>	19
(388.371)	<p>أثر وظيفة البحث و التطوير في المؤسسة على القيمة المدركة للعملاء دراسة حالة مخابر فينوس لمواد التجميل-الجزائر- بن خالد جميلة ، بوكفة حمزة جامعة أم البواقي-الجزائر-</p>	20
(410.389)	<p>تحليل وقياس أثرالنمو الاقتصادي على معدل البطالة في الجزائر باستخدام نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL للفترة(1990-2021) نوة بن يوسف جامعة محمد بوضياف ،المسيلة _ الجزائر</p>	21
(428.411)	<p>المزيج التسويقي الوردي وتأثيره على الصورة الذهنية لمنتجات Johnson & Johnson _دراسة عينة من الأمهات الجزائريات_ سهام طرشاني ، أسماء سي علي جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف _الجزائر وافية زاير جامعة لونييسي علي، البليلة2_ الجزائر</p>	22
(448.429)	<p>علاقة الاستراتيجيات التسويقية برضا السائح في الجزائر دراسة ميدانية - الجزائر العاصمة- يوسفي إمان ، جامعة سطيف1_ الجزائر عداد رشيدة، جامعة الجزائر3_ الجزائر بلقاضي آسيا، جامعة سطيف1_ الجزائر</p>	23
(464.449)	<p>سبل تفعيل السياحة في مدينة قسنطينة غلاب نعيمة ، زغيب مليكة جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2-الجزائر</p>	24
(482.465)	<p>تأثير المرافقة المقاولاتية على أداء المؤسسات - دراسة قياسية للوكالة الوطنية لتسيير القروض المصغر فرع بشار الوالي فاطمة ، بن شلاط مصطفى ، بحوصي مجدوب جامعة طاهر محمد بشار _الجزائر</p>	25

(500.483)	قيم المواطنة الذكية وتحديات الرقمنة في الامارات العربية المتحدة جميل هاجر ، مجاوي هادية جامعة عباس لغرور خنشلة- الجزائر	26
(524.501)	الصيرفة الإسلامية كمقاربة لتعزيز الشمول المالي وتحقيق التنمية المستدامة في الدول العربية قلي محمد جامعة بومرداس-الجزائر	27
(544.525)	دور تبني المسؤولية الاجتماعية ضمن برامج التسويق الاجتماعي في تحسين الصور الذهنية لمنظمات الأعمال - شركة TOYOTA أتمودجا - داود قليل جامعة عباس لغرور خنشلة-الجزائر	28
(564.545)	العوامل المؤثرة في ممارسة تمهيد الدخل: حالة بعض الشركات الجزائرية بن طبولة أشواق ، كيموش بلال جامعة 20 أوت - سكيكدة -الجزائر	29
(582.565)	المدرسة و دورها في نشر التربية البيئية وفاء حديدان جامعة باتنة1-الجزائر	30
(600.583)	دور الاستثمارات السياحية في دعم الاقتصاد الوطني دراسة تحليلية تقييمية لحالة الجزائر خلال الفترة(2021-2015) زهية قرامطية جامعة لوئيسي على البلدة2-الجزائر	31
(620.601)	استخدام الخيار الاستراتيجي كأداة لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية محمد ناصر خان ، عبد الحق رايس جامعة بسكرة-الجزائر	32
(640.621)	أثر المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي في تحقيق القيمة المدركة للعميل الفندقي زيدان زيان ، بوعلي سفيان جامعة فرحات عباس سطيف1 - الجزائر	33
(658.641)	دراسة تحليلية لكيفية إدارة نفايات EPH-KAIS ومدى مطابقتها مع نظام الإدارة البيئية الايزو 14001. راضية مكرسي ، رفيق نزاري ، عماد الدين مصباح جامعة عباس لغرور خنشلة-الجزائر	34
(676.659)	تحديات بنك الجزائر بعد جائحة كوفيد19 أحلام معيزي جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس-الجزائر	35
(692.677)	دراسة قياسية لأثر تنوع الصادرات على ميزان المدفوعات الجزائري خلال الفترة 1995-2021 زكرياء مسعودي ، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي-الجزائر فيروز شريط ، جامعة الشيخ العربي التبسي-الجزائر	36

(710.693)	أثر الإدارة الالكترونية على تحسين الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري -وكالة 406 بقسنطينة- صراح بن لحرش جامعة أم البواقي-الجزائر-	37
(732.711)	تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الأداء الوظيفي دراسة ميدانية بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية -جامعة خنشلة بغزو جميلة جامعة عباس لغرور خنشلة-الجزائر	38
(750.733)	أهمية توجه الجزائر نحو نظام تشغيل المركبات بغاز البترول المميع GPL/C في ظل ارتفاع أسعار البنزين و الديزل سليمان كعوان جامعة 20 أوت - سكيكدة-الجزائر	39
(770.751)	رؤية التنمية المستدامة 2030، بين فرص التحول الحكومي ومواجهة الفساد حليمة شابي ، جامعة باجي مختار- عنابة- الجزائر أحسين عثمان، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي-الجزائر	40
(788.771)	الاستثمار الفلاحي عن طريق استغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة في الجزائر: دراسة حالة ولاية تبسة محمد بوهلال جامعة العربي التبسي تبسة - الجزائر	41
(808.789)	مساهمة الاتصالات التسويقية المبتكرة في توجيه قرار اختيار المستهلك للمؤسسة الصحية- دراسة حالة مصحة نجمة الشرق بولاية قسنطينة ليندة صديق ، عبدالله لفايدة جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2 _ الجزائر	42
(826.809)	أثر إعادة تقييم التثبيبات العينية في ضبط رأس مال شركة المساهمة في السياق الجزائري (دراسة حالة شركة المساهمة سيراميس SPA CERAMISS) رقيق عبد المالك ، رقيق عبد المالك جامعة معسكر-الجزائر	43
(845.827)	دور إدارة المعرفة في تعزيز جودة التعليم العالي دراسة حالة قسم هندسة النقل بجامعة الاخوة منتوري -قسنطينة 1 رحمة نابي جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي-الجزائر	44

The role of human resource management in achieving institutional excellence in assurance organizations

دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق التميز المؤسسي في مؤسسات التأمين

*Sahbi Djamel Eddine

Laboratory name: enterprise incubators
and local development

Abbes Laghrour University Of Khenchela- Algeria
sahbi.djameleddine@univ-khenchela.dz

Belguidoum Sabah

Laboratory name: enterprise incubators
and local development

Abbes Laghrour University Of Khenchela- Algeria
belguidoum.sabah@univ-khenchela.dz

Received:14/11/2022

Accepted:31/03/2023

Published:30/04/2023

Abstract:

The study aims to examine the role of human resource management in achieving institutional excellence in the assurance organizations in state of Oum El Bouaghi. The descriptive analytical methods were used; the research community included all the administrative managers. A sample random of 34 employees was selected to represent the research community. The primary data were collected using a questionnaire. The questionnaire's validity and reliability ascertained. The findings shows that there is statistically significant impact of human resource management dimensions on institutional excellence. The study recommends giving more importance to compensation and rewards.

Keywords: Human Resource Management, Institutional excellence, Recruitment and Selection, Training.

JEL classifications codes : M12, L1

Résumé:

l'étude vise à identifier le rôle de la gestion des ressources humaines dans l'atteinte de l'excellence organisationnelle dans les organisations d'assurances de l'état d'Oum El Bouaghi. Les méthodes descriptives analytiques ont été utilisées. La communauté de la recherche comprenait tous les responsables administratifs, Un échantillon aléatoire a été sélectionné pour représenter la communauté de la recherche. Les données ont été recueillies à l'aide d'un questionnaire. Les résultats montrent qu'il existe un impact statistiquement significatif des dimensions de la gestion des ressources humaines sur l'excellence organisationnelle. L'étude recommande d'accorder plus d'importance à la rémunération et aux récompenses.

Mots clés : Gestion de Ressources Humains, Excellence institutionnel, Recrutement et Sélection, Entraînement

JEL classification : M12, L1

* Corresponding author

1. Introduction.

In light of highly competitive and changing business environment. Imposed by globalization and tremendous technological development and successive innovations. Which put business organizations in front of challenges, where the survival and continuity of business organizations depends on the extent of their uniqueness and distinction from the rest of the competitors. In a manner that, achieve the interests of all stakeholders, and guarantees them, a competitive ability that, enable them to occupy a strong competitive position that help them to withstand the various competitive forces.

Thus, institutional excellence has become the endeavor of all business excellence of all types and patterns. Which, considered as a philosophy and a modern management approach based in excellence on all practices, operations and activities of the organization. Through, the effective integrated and simultaneous exploitation of all the resources of the organization, allowing the creation of a unique value that, allow making it possible to satisfy the needs of all parts. Within a framework of a culture of learning, creativity and continuous improvement.

Human resource are considered one of the most valuable and most important assets within the organization, being to the necessary and essential resource for the efficient exploitation of all other resources, and the necessary condition to ensure the smooth running of all its activities and operations. Given the importance of this resource to reach the highest levels of efficiency and effectiveness. Business organization pay great attention to this resource and constantly seek to develop effective administrative practices and methods. That guarantee them to attract, develop, keep the best talents and competences, to ensure the effectiveness in performance, in order to achieve institutional excellence, which, is an urgent necessity for business organization, in light of the great changes taken place in the business environment today.

Through the foregoing, we pose the following main problem: **What is the role of human resource management in achieving institutional excellence in assurance organizations in the state of Oum El Bouaghi?**

In order to answer the problem of the study, the following hypotheses were relied on:

Main Hypothesis: There is a statistically significant relationship between human resource management and institutional excellence in assurance organizations in the state of Oum El Bouaghi.

Branching out from the main hypothesis are the following sub-hypotheses:

Sub-H01: There is a statistically significant relationship between recruitment and selection and institutional excellence in assurance organizations in the state of Oum El Bouaghi.

Sub-H02: There is a statistically significant relationship between training and institutional excellence in assurance organizations in the state of Oum El Bouaghi.

Sub-H03: There is a statistically significant relationship between compensation and rewards and institutional excellence in assurance organizations in the state of Oum El Bouaghi.

Sub-H04: There is a statistically significant relationship between career development and institutional excellence in the assurance organizational in the state of Oum El Bouaghi.

1.1.Objectives of the Study: The study aims to

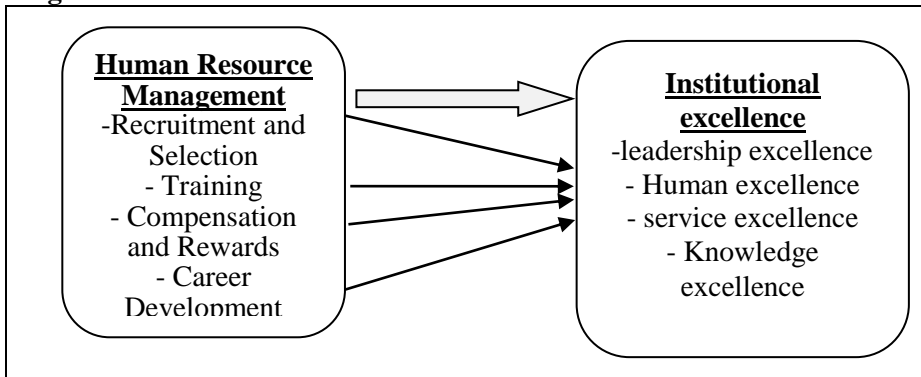
- Understand the theoretical aspects of human resource management and institutional excellence.
- Identifying the level of importance of human resource management and institutional excellence in the organizations under study.
- Identifying the contribution of human resource management (recruitment and selection, training, compensation and rewards, career development) in achieving institutional excellence.

1.2.Study methodology:

The study use the descriptive analytical approach-using questionnaire to collect data, the community of the study included all the administrative managers of the assurance organizations in the stat of Oum El Bouaghi. In this study, 42 questionnaires were distributed. The total valid returned questionnaires were 34, **which the number of** the study sample. The data were analyzed by (SPSS) version 25. The validity and reliability of the questionnaire were confirmed by Cronbach's Alpha coefficient. The results indicates that Cronbach's Alpha for all variable was equal to 0.959. the normality of the distribution was also confirmed by Kolmogorov-

Smirnov test. The results indicate that the test was equal to 0.148, which is significant at the level of significance 0.05.

Fig 1. Research model



1.3. Previous studies:

-(Aburummana, Salleha, Omara, & Abadib, 2020), **the impact of human resource management and career satisfaction on employee's turnover intention.** The study aims to examine the impact of human resource practices (compensations, performance appraisal, promotion, training and development) on employee's turnover intention and the mediating role of career satisfaction and the mediating role of career satisfaction, the study adopted the quantitative research method based on survey questionnaire. The questionnaire gathered from 394 employees located in 25 banks in Jordan. The study used the PLS-SEM to get results and teste the hypotheses. The study found that human HRM practices negatively impact employees turnover, and career satisfaction partially mediated the relationship between HRM practices and employees turnover intention.

- (Al-Abbadi, 2018), **impact of human resource management practices on organizational commitment of the employees of commercial banks in Jordan.** The study aims to examinethe impact of human resource management practices on organizational commitment of the employees of commercial banks in Jordan. The study was based on questionnaire as a data collection tool, sample of 425 employees were selected to represent the study population. The study used SPSS to achieve itsobjectives and teste hypotheses. The study results showed that human resource management practices

(staffing, training and development, compensation, and performance appraisal) had a significant and positive effect on the employees' commitment of commercial banks in Jordan.

- (Mohamed, et al., 2018). **Effect of institutional excellence and employee performance on organizational productivity within healthcare sector in the UAE.** The study aimed to assess the impact of institutional excellence and employee performance on organizational productivity within healthcare sector in the UAE. The data was collected from 256 employees of the health authority Abu Dhabi and analyzed using Structural Equation modeling (SEM). Via Smart PLS 3.0. The study found that institutional excellence have a positive impact on organizational productivity.

- (Arbab & Mahdi, 2018). **Human resource management practices and institutional excellence in public organizations.** The study aimed to study the impact of human resource management practices on institutional excellence in Sudanese public organizations. The descriptive and analytical methods were used. The statistical population included all employees in Sudanese public organizations. A random sample of 245 employees was selected to represent the research community. The primary data were collected using the questionnaire and analyzed using SPSS. The results showed that there is statistically significant effect of the dimensions of human resource management practices on the dimensions of institutional excellence in Sudanese public organizations.

2. Human resource management

Human resource are the key function of any organization that is responsible for the people dimension of the organization also responsible for getting competent people, training them, getting them to perform at best effort, and providing mechanisms to ensure that these employees maintain their productive affiliation with the organization (Arbab & Mahdi, 2018, pp. 10-11).

2.1. Human resource management definition

As result of the vital role-plays within the organization, human resource management gained a great importance among the main functions of the organization. And there is no doubt that the developments taking place in this concept and the differences in viewpoints among researchers made defining a unified definition of human resource management very complex and difficult matter.

However, it generally describes ways of managing people, which all firms must do regardless of size or type (Atkinson, Lupton, Kynighou, & Val , 2021, p. 451).

Table 1 represents some definitions of human resource management

Table 1. Human resource management definition

Author	Definition
Mahapatro 2010	Is a process of bringing people and organizations together so the goals of each other are met. It is a part of the management process, which is concerned with the management of human resource in organization. It tries to secure the best from people by winning their wholehearted cooperation (Mahapatro, 2010, p. 03).
Fong 2011	The productive use of people in achieving the organization's strategic business objectives (Fong, Ooi, Rahman, & Chong, 2011, p. 705).
Newman 2014	The strategic integration of human resource practices into management and development of employees (Newman & Sheikh , 2014, p. 414).
Yeganegi 2018	Is the process of working with people in a way that these people and their organizations achieve their full potential, even when change, acquiring new skills, accepting new responsibilities and a new form of relations are acquired (Yeganegi & Tajdani, 2018, p. 25).
Chong 2020	Is a strategic approach to managing employment relations which emphasizes the leveraging people's capabilities is critical to achieving competitive advantage (Chong, Ngolob, & . Palaoag, 2020, p. 121).

Source:Prepared by the Authors

Through the previous definitions. human resource management can be defined as a set of administrative decisions and procedures that aim to provide the organization's needs of human resource in the right quantity and type at the right time, and influence the type of relationship that binds the organization with its employees, to reach the optimum utilization of resource and achieve various organizational goals.

2.2. The Importance of Human Resource Management

Among all the assets of an organization, human resource is the most significant and precious asset, which is essential for healthy operation of all other resources of the organization (Fenech, Baguant, & Ivanov, 2019, p. 2).The importance of human resource management for the organization can be summarized in the following points:

- Human resource management is a strategic asset to firms contributing to the competitive advantage of the company(Fenech, Baguant, & Ivanov, 2019, p. 2)
- Human resource management has the capacity of influencing the organizational behavior of the employees, and by the mean of which, it ensure the achievement of the corporate objectives.
- Human resource management positively influences firm performance, which lead to organizational commitment (Mehwish, Abeera, Tania, & Aideed, 2019, p. 01).
- Investing in human resource management could yield long-term financial benefits for organization, as employees would prefer to stay in the company rather than move to other companies or competitors if they are motivated (Chong, Ngolob, & . Palaoag, 2020, p. 121).

2.3. Human resource management practices

Human resource management practices have been defined as “a set of distinct but interrelated activities, functions and processes that are directed at attracting, developing and maintaining (or disposing) a firm’s human resources”(Aburummana, Salleha, Omara, & Abadib, 2020, p. 643). Human resource practices are the primary means by which firms can influence and shape the skills, attitudes, and behaviors of individuals to achieve the organizational goals(Al-Abbad, 2018, p. 12)through hiring, socializing and developing a firm’s pool of human. (Fong, Ooi, Rahman, & Chong, 2011, p. 706). Human resource management practices in many organizations are mostly involved in operations, systems and issue setting compensation, development of individuals and recruiting.

(Aburummana, Salleha, Omara, & Abadib, 2020, p. 643)

Table.2 represents the most important practices of human resource management

Table 2. Human resource management practices

Practice	Definition
Recruitment and selection	Recruitment is the process of discovering or selecting and hiring the best-qualified candidate. (Pshdar, et al., 2021, p. 01) Selection is a process of evaluating and interviewing for a particular job and selecting the right position. Selection is a process of hiring suitable people for a job who can successfully perform the job. (Pshdar, et al., 2021, p. 02)
Training	It is intended to provide individuals with specialized professional knowledge related to their work and methods of best performance to improve their skills and abilities.(Arbab & Mahdi, 2018, p. 14)
Compensation and rewards	Is a performance-based variable paying system integrates individual and teamwork performance, thus allowing for obtaining many benefit (Gope, Elia, & Passiante, 2018, p. 662)
Career development	Career development is an employment activity that helps employees plan their future career in the company so that the company and the employees concerned can develop themselves optimally. (Niati, Siregar, & Prayoga, 2021, p. 2386)

Source: prepared by the researchers

3. Institutional excellence

Excellence concept is a holistic and comprehensive, in the sense that it cannot portray excellence of an organization in a particular area, while the performance breaks down in the other areas, equilibrium and tangles marked by two characteristics of excellence in the various sectors of the organization, which includes the two dimensions of the modern management axes: real management objective is the pursuit of excellence, and the other that everything that comes from the management of the business: the decisions, adopted systems and events are characterized by excellence, they are two sides for the same coin, cannot be achieved one without the other. (Al Hilal, Mazen J, Youssef M, & Samy S, 2017, p. 22)

3.1. Institutional excellence definition

Institutional excellence refers to the highest degree of performance; achieving excellence is largely dependent on the commitment of all the people within the organization, as well as the application of particular management tools, techniques and practices. (Amalnick & Zadeh, 2017, p. 58)

Table.3 represents some definitions of institutional excellence

Table 3. Institutional excellence definition

Researcher	Definition
Moullin 2007	Institutional excellence is outstanding practice of managers in managing organizations and delivering value for customers and other stakeholders. (Moullin, 2007, p. 182)
Husain 2010	Is a set of organizational properties that organization must observe to have successful business (Hussain, Khalid, & Waheed, 2010, p. 40)
Anonymous 2016	Is an ongoing effort to establish an internal framework of standards and processes intended to engage and motivate employees to deliver products and services that fulfill customer requirement within business expectations (Mohamed, et al., 2018, p. 6200).
Lasrado 2020	Is implies an ability of an organization to excel or achieve superior performance by focusing on key pillars that are key component of business excellence. (Lasrado & kassem, 2020, p. 174)

Source: prepared by the authors

Through the previous definitions. Institutional excellence can be defined as the integration of a set of excellent decisions, practices and resources, in order to achieve superior levels of performance that satisfy all stakeholders.

3.2. Importance of Institutional excellence

The institutional excellence as a concept has been within the center of management theory and practices (AlHalaseh & Al-Rawadyeh, 2020, p. 17). Institutional excellence a comprehensive and integrated concept. It is a reflection of the thought and development of management. The concept of excellence was created to express the need to a comprehensive approach. That, combine the elements of building organizations on a superior basis that achieves their abilities in facing the changes and external conditions surrounding them, achieves full coherence and consistency among its own components, and invest their competencies excel in market and bring benefits to stakeholders, employees and customers(Jumaah, 2019, p. 2901)

Institutional excellence is an essential component of the business concept that drive to developed outcomes. Institutional excellence is related to the integrated approach to managing the company's performance, which lead to the provision of progressive value to continuously, hence, participating in firm sustainability, growing firm effectiveness and capacities and organizational and personal learning.(Alhih, Tambi, & Yusof, 2020, p. 624)

3.3. Dimensions of Institutional excellence

Institutional excellence is a set of dimensions; the most important dimensions of institutional excellence are represented in the following figure as follow.

Fig 2. Dimensions of institutional excellence



Source: prepared by the authors

a- Leadership Excellence : The ability of the leader to exploit organizational opportunities to enforce continuous development, to accept business challenges and to formulate competitive business strategies in a way that can enhance the overall organizational capabilities to face a turbulent and rapidly changing business environment.(Al-Adaileh, 2017, p. 89)
excellence in command is the most important pillar that are on modern management, where contemporary management requires superior capabilities of the commander; to be able to keep up

with the developments and changes imposed by the knowledge age.

- b- **Service Excellence:** Excellence in service is the development of it with unique recipes. The organizations gives an opportunity to put exceptional prices, for example if the supplier increased prices of inputs, the organization may be able to transfer it to its customers who they cannot easily get alternative products because of its unique quality. (Al shonaki & Abu naser, 2016, p. 70)
- c- **Human Excellence:** Human resources powered by experience, knowledge and professionalism. Are considered as a competitive advantage that the organizations maintains and tries to develop continuously to maintain its competitive position, especially this type of organizational assets cannot be imitated easily by other competitors. The rapid changes in the business environment dictate the organization to prepare itself to respond to new challenges or opportunities, and therefore its must empower its workers through continuous training and development to the level that it can rely on their skills and capabilities to adopt to new changes in the business environment.(Al-Eida, 2020, p. 166)
- d- **Knowledge Excellence:** knowledge is a mix of experiences, values, information and insight that provide a framework for assessing and integrating experiences and new information as its source and application are in minds of those who know and at many times it become an integral part not only in documents but also in processes, practices and standards of regulatory measures.(Abdel Gani, 2018, p. 25).

3.4. Human Resource Management and Institutional excellence

Institutional excellence is considered as a management approach based on carrying out all the operations and activities of the organization with a high degree of efficiency to reach high quality outputs. therefore, achieving institutional excellence is closely related to the human resource, which is considered the basic element of all the organization's operations and activities, and the base that determine of the organization's successes. For this, it is necessary to link the role of human resource directly with the organization's strategy toward excellence. The deep and the strong human resource management will determine the extent to wish these resources will take over the different activities successfully. Human resource management will determine the organization's needs, and at the

same time will relate the human resource strategy to the overall organization's strategy

Strategic human resource management should be part of other strategies of the organization and work parallel to them. The role of strategic human resource management is to determine the role of human resource in accomplishment of other strategies (Al-Jedaiah & Albdareen, 2020, p. 50)

4. Finding

4.1. The Relative Importance of the Study Variables Dimensions

To achieve the first objective of the study, which is to identify the relative importance of the study variables, the arithmetical average, the standard deviation and the relative importance of respondent's responses were calculated for all the dimensions of human resource management and institutional excellence as shown the following two tables

Table 4. Dimensions of human resource management

Dimensions of human resource management	Arithmetical Average	Standard Deviation	Relative importance	ranking	level
Recruitment and Selection	3.6756	0.93559	72.912%	2	High
Training	3.6824	0.80621	73.648%	1	High
Compensation and Rewards	3.2500	1.13429	65.000%	4	High
Career Development	3.4338	0.88828	68.676%	3	High

Source: Prepared by authors based on SPSS.25

Table 4 shows the arithmetical average, standard deviation and relative importance of the dimensions of human resource management. The arithmetical average ranging between 3.25 and 3.8624, while the standard deviation ranging between 0.67237 and 0.74959, the relative importance ranging between 67.176% and 74.118%, and the level is high for all dimensions, but to varying degrees, where they were in the following order: training, recruitment and selection, career development, compensation and rewards.

Table 5. Dimensions of institutional excellence

Dimensions of organizational Excellence	Arithmetical Average	Standard Deviation	Relative importance	ranking	Level
Leadership excellence	3.4657	0.71277	69.314%	3	High
Service excellence	3.6059	0.67237	72.118%	2	High
Human excellence	3.3588	0.74959	67.176%	4	High
Knowledge excellence	3.7059	0.7403	74.118%	1	High

Source: Prepared by authors based on SPSS.25

Table 5 shows the arithmetical average, standard deviation and relative importance of the dimensions of institutional excellence. The arithmetical average ranging between 3.3588 and 3.7059, while the standard deviation ranging between 0.67237 and 0.74959, the relative importance ranging between 67.176% and 74.118%, and the level is high for all dimensions, but to varying degrees, where they were in following order: knowledge excellence, service excellence, leadership excellence, human excellence.

4.2. Correlation Between the Dimensions of Human Resource Management and Institutional excellence

To achieve the third objective of the study, person coefficient was calculated between the dimensions of human resource management and institutional excellence as shown the following table.

Table 6. Correlation between institutional excellence and dimensions of human resource management

	Dimensions of Human Resource Management				
	Recruitment and Selection	Training	Compensations and rewards	Career development	Total
Institutional excellence	0.581**	0.646**	0.603**	0.784**	0.724**

Source: prepared by authors based on SPSS.25

Table 6 shows the correlation between institutional excellence and the dimensions of human resource management. The correlation between the total degree of institutional excellence and the dimensions of human resource management (recruitment and

selection, training, compensations and rewards, career development) is in order 0.581, 0.646, 0.603, 0.748, which are statistically significant at the level of significance 0.01. And the correlation between the total degree of human resource management and the total degree of institutional excellence is 0.724, which is significant at the level of significance 0.01.

4.3.Hypothesis Testing

The simple linear regression was used for testing the research hypothesis; the simple linear regression shows the impact of human resource management, recruitment and selection, training, compensations and reward, career development on institutional excellence, as shown the following table.

Table 8.Hypothesiestesting

Main Hypothesis							
Variance source	Total Squares	Freedom Degree	Ave. Squares	R	R2	Test value F	Sig F
Regression	6.487	1	6.487	0.724	0.524	35.244	.000
Residual	5.890	32	0.184				
total	12.337	33					
Sub-H01							
Variance source	Total Squares	Freedom Degree	Ave. Squares	R	R2	Test value F	Sig F
Regression	4.175	1	4.175	0.581	0.337	16.289	.000
Residual	8.202	32	0.256				
total	12.337	33					
Sub-H02							
Variance source	Total Squares	Freedom Degree	Ave. Squares	R	R2	Test value F	Sig F
Regression	5.163	1	5.163	0.646	0.417	22,900	.000
Residual	7.214	32	0.225				
total	12.337	33					
Sub-H03							
Variance source	Total Squares	Freedom Degree	Ave. Squares	R	R2	Test value F	Sig F
Regression	4.494	1	4.494	0.603	0,363	18,243	0.000
Residual	7,883	32	0.296				
total	12.337	33					
Sub-H04							
Variance source	Total Squares	Freedom Degree	Ave. Squares	R	R2	Test value F	Sig F

Regression	6,929	1	6,929	0.748	0.560	40.703	0.000
Residual	5.448	32	0,170				
total	12.337	33					

Source: prepared by authors based on SPSS.25

Main Hypothesis: the table shows a high value of calculated F equal to 35.244, which is significant at the level of significance 0.01, and confirmed by the value of coefficient of determination $R^2 = 0.524$, the variation in **human resource management** explain 52.4% of the variation in **institutional excellence**, and therefore the main hypothesis is accepted.

Sub-H01: the table shows a high value of calculated F equal to 16.289, which is significant at the level of significance 0.01, and confirmed by the value of coefficient of determination $R^2 = 0.337$, the variation in **recruitment and selection** explain 33.7% of the variation in **institutional excellence**, and therefore the hypothesis 01 is accepted.

Sub-H02:the table shows a high value of calculated F equal to 22.900, which is significant at the level of significance 0.01, and confirmed by the value of coefficient of determination $R^2 = 0.417$, the variation in **training** explain 41.7% of the variation in **institutional excellence**, and therefore the hypothesis 01 is accepted.

Sub-03: the table shows a high value of calculated F equal to 18.243, which is significant at the level of significance 0.01, and confirmed by the value of coefficient of determination $R^2 = 0.363$, the variation in **compensations and rewards** explain 36.3% of the variation in **institutional excellence**, and therefore the hypothesis 03 is accepted.

Sub-04: the table shows a high value of calculated F equal to 40.703, which is significant at the level of significance 0.01, and confirmed by the value of coefficient of determination $R^2 = 0.560$, the variation in **career development** explain 56% of the variation in **institutional excellence**, and therefore the hypothesis 04 is accepted.

5. Conclusion

The purpose of the study is to examine the role of human resource management in achieving institutional excellence in assurance organizations in the state of oum el bouaghi. The finding related to employees perceptions toward human resource management dimensions indicated that, all the dimension of human resource management including recruitment and selection, training,

compensation and rewards, career development got high level of respondents' responses. The finding related to employees' perceptions toward institutional excellence dimensions indicated that, all dimensions of institutional excellence also got high level of respondents' responses. The finding showed also that there is a positive and strong statically significant correlation between the total degree of human resource management and institutional excellence, and a positive strong statistically significant correlation between training, compensation & rewards, career development and institutional excellence, and a positive moderate statistically significant correlation between recruitment & selection and institutional excellence. Further regarding the impact of the dimensions of human resource management on institutional excellence, the simple linear regression showed that there is a moderate statistically significant impact of the total degree of human resource management, training, career development on institutional excellence, and a weak statically significant impact of recruitment and selection, compensation and rewards on institutional excellence. Therefore, all the hypotheses of the study were accepted.

Based on the foregoing we conclude that human resource management plays an important role in achieving institutional excellence. Accordingly, the study recommends the necessity of reconciliation between the various human resource management practices to achieve a high degree of institutional excellence, and giving more importance to compensation and rewards, by linking the types of compensation and rewards to the actual performance, and updating the annual compensation and rewards plan in line with the competitive environment. The study also recommends that all employees should have equal opportunities for promotion in positions and ranks.

References

Abdel Gani, A. (2018). The impact of Knowledge management on supply chain performance. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 03(01), pp. 24-34.

Aburummana, O., Salleha, A., Omara, K., & Abadib, M. (2020). The impact of human resource management practices and career satisfaction on employee's turnover. *Management Science Letters*, 10(03), pp. 641-652.

- Al-Adaileh, R. (2017). The Level of IT-business Strategic Alignment and Its Impact on Organizational Excellence: A Study of the Jordanian Mining Sector. *International Review of Management and Marketing*, 07(05), pp. 85-92.
- Al-Jedaiah, M., & Albdareen, R. (2020). The effect of strategic human resources management on oraganizational excellence. *Problems and Perspectives in Management*, 18(04), pp. 49-58. doi:10.21511/ppm.18(4).2020.05
- Fenech, R., Baguant, P., & Ivanov, D. (2019). the changing role of human resource management in an erea of digital transformation. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(2), pp. 1-10.
- Fong, C.-Y., Ooi, K.-B., Rahman, T., & Chong, A.-L. (2011). HRM practices and knowledge sharing: an empirical study. *International Journal of Manpower*, 32(05), pp. 704-723.
- Hussain, T., Khalid, M., & Waheed, S. (2010). Factor that lead organizations to achieve organizational excellence. *Journal of Quality and Technology Management*, 51(1), pp. 39-55.
- Jumaah, M. (2019). The Role Of Core Competency Of Human Resources In. *revista opecion*, 35(89), pp. 2899-2921.
- Lasrado, F., & kassem, R. (2020). Let's get everyone involved! The effects of transformational leadership and organizational culture on organizational excellence. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 38(01), pp. 168-194.
- Moullin, M. (2007). Performance measurement definitions Linking performance measurement and organisational excellence. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 20(03), pp. 181-183. doi:10.1108/09526860710743327

- Niati, D., Siregar, Z., & Prayoga, Y. (2021). The Effect of Training on Work Performance and Career Development: The Role of Motivation as Intervening Variable. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 04(02), pp. 2385-2393. doi:<https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1940>
- Al hilaa, A., Mazen J, A., Youssef M, A., & Samy S, A. (2017). Organizational Excellence in Palestinian Universities of Gaza Strip. *International Journal of Information Technology and Electrical Engineering*, 06(04), pp. 20-30.
- Al shonaki, M., & Abu naser, S. (2016). the dimznnsions of organizational excellence in the palestinian higher educations from the perspective of students . *global journal of multidisiplinary stadues* , 05(11), pp. 66-100.
- Al-Abbadi, L. (2018). Impact of Human Resources Management Practices on Organizational Commitment of the Employees of Commercial Banks in Jordan. *Global Journal of Management and Business Research*, 18(01), pp. 11-21.
- Al-Eida, S. (2020). The impact of ambidextrous leadership on organizational excellce: an appiled study in small and medium entreprises in qatar. *International Journal of Business and Management*, 15(09), pp. 163-178.
- AlHalaseh, R., & Al-Rawadyeh, W. (2020). The Impact of Virtuous Leadership in Organizational Excellence as Perceived by the Academic Staff at Mutah University. *Mu'tah Lil-Buhuth wad-Dirasat, Humanities and Social Sciences Series*, 35(05), pp. 13-36.
- Alhih, M., Tambi, A., & Yusof, Y. (2020). Total Quality Management and Business Excellence. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(12), pp. 621-630.

- Amalnick, M., & Zadeh, S. (2017). Concurrent Evaluation of Customer Relationship Customer Relationship Excellence: An Empirical Study. *performance improvement quarterly*, 03(01), pp. 55-88. doi:10.1002/piq.21240
- Arbab, A., & Mahdi, M. (2018). human resource management and organizational excellence in public organizations . *polish journal of management studies* , 18(02), pp. 9-21. doi:10.17512/pjms.2018.18.2.01
- Atkinson, C., Lupton, B., Kynighou, A., & Val , A. (2021). Small firms, owner managers and (strategic?) human resource management. *humam resource management journal*, 23, pp. 449-469.
- Chong, L., Ngolob, R., & . Palaoag, T. (2020). Human Resource Management (HRM) Practices. *Journal of Advanced Management Science*, 08(04), pp. 121-125.
- Gope, S., Elia, G., & Passiante, G. (2018). The effect of HRM practices on knowledge. *JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT*, 22(01), pp. 649-677. doi:10.1108/JKM-10-2017-0453
- Mehwish, J., Abeera, A., Tania, H., & Aideed, B. (2019). Human resource practices and organizational commitment: the mediating role of job satisfaction in emerging economy. *Cogent Business and Management*, 06(01), pp. 1-22. doi:https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1608668
- Mohamed, M., Khalifa, g., Nusari, M., Ameen, A., Al-Shibami, A., & Al-Shazly, A. (2018). effect of organizational excellence and employee on organaizational productivity within healthcare sector in UAE. *Journal of engirneering and applied sciences*, 13(15), pp. 6199-6210.

Pshdar, A., Baban , J., Bayar, G., Sarhang , S., Hassan, M., Ahmed, S., . . . Anwar, G. (2021). Recruitment and Selection: The Relationship between Recruitment and Selection with Organizational Performance. *International journal of Engineering, Business and Management*, 05(03), pp. 1-13. doi:<https://dx.doi.org/10.22161/ijebm.5.3.1>

The Turkish Experience in the Localization of the Automotive Industry: Strategy, Implications and Results

التجربة التركية في توطين صناعة السيارات: الإستراتيجية، الإنعكاسات والنتائج

* Talem Ali

University Of Tiaret, Algeria
ali.talem@univ-tiaret.dz

Hambli Zouhair

University Of Oum El Bouaghi , Algeria
hambli.zouhair@univ-ueb.dz

Received:17/12/2022

Accepted:31/03/2023

Published: 30/04/2023

Abstract :

As this intervention aims to show the Turkish experience and its implications locally and abroad, as well as highlighting the various achievements and results achieved and the current and future strategy for resettlement Auto industry.

The descriptive and analytical approach was relied on in this study, as the results showed that Turkey has made great strides in the field of localizing the car industry and has become one of the countries with global economic weight, as it has been able to enter the field of electric cars and achieve a Turkish car in addition to entering foreign markets.

Key words: localization of the auto industry; The strategy; Merger.

JEL classification codes: F43 , L22.

Résumé:

Cette intervention vise à montrer l'expérience turque et ses implications locales et à l'étranger, ainsi que la mise en évidence des différentes réalisations et résultats obtenus et la stratégie actuelle et future de réinstallation de l'industrie automobile.

L'approche descriptive et analytique a été retenue dans cette étude, car les résultats ont montré que la Turquie a fait de grands progrès dans le domaine de la localisation de l'industrie automobile et est devenue l'un des pays ayant un poids économique mondial, car elle a pu entrer dans le domaine des voitures électriques et réaliser une voiture turque en plus d'entrer sur les marchés étrangers.

Mots clés : localisation de l'industrie automobile ; Fusionnement.

JEL classification: F43, L22.

1. Introduction.

One of the leading industries in determining the growth rates of the global economy is the “automobile industry”, an industry that plays an important role in the economy in particular.

Since its invention, the automobile industry has gone through several stages, and has recently developed until it has played an important role in the global economy. Experts say that some countries and international companies have sought to adopt important plans to "localize the automobile industry" by developing and supporting the auto sector. and generate significant revenue for research and development programs in the hope of staying ahead of rapidly changing markets.

The auto industry constitutes more than 40% of the global economy, and the localization of the auto industry provides about 4.9 million jobs, and the value of patents and research for the auto industry is estimated at more than 120 billion dollars, and the volume of spending on such research exceeds 9 billion dollars annually.

As a study by the Regional Center for Strategic Studies says that there are countries that were considered among the faltering economies, but they succeeded through the localization of the auto industry in improving their economic situation, and even became a competition for countries with long experience in the field of cars, and among these countries we find "Turkey", where The Turkish experience can be presented in this research framework, and from it the following problem can be raised.

- **The research problem** : How was the Turkish experience in the field of localizing the auto industry, and what were the internal and external economic repercussions, and what were the results and gains?.

- **Study hypotheses** :The following hypotheses can be put forward:

- The success of the Turkish experience in the field of car localization and its positive repercussions on the economy;
- Adopting new mechanisms and advanced technologies to compete with foreign markets;

- The use of foreign expertise to be able to localize the auto industry and achieve significant economic gains.

- **Importance of the study:** This study is of great importance through:

- Demonstrating the extent of the ability and ability of the State of Turkey to adopt and impose a strong strategy characterized by well-thought-out laws and mechanisms that control the localization of the automobile industry, which should be emulated;
- Highlighting the phased orientation of the localization of the automotive industry in accordance with a long-term strategy, in order to be able to enter and compete in global markets;
- Showing the economic repercussions of localizing the auto industry, in terms of bringing in hard currency and experience, providing job positions for the local workforce, and integrating the economy into global economies, due to the auto industry occupying more than 40% of the global industry;
- The possibility of imitating the Turkish experience according to its various stages in Algeria, and it would be a starting point for the localization of the automobile industry in Algeria.

- **Methodology :** To address this problem, we will rely on the descriptive analytical approach by presenting only the Turkish experience in the field of localizing the auto industry, as well as the repercussions of the experience on the various economic indicators and the Turkish strategy adopted to continue the challenge and global competition for major auto manufacturers and access to global markets.

In order to address the problem at hand, the study can be divided into three axes:

- The boom and record growth of the auto industry in Turkey;
- The Turkish auto industry is geared towards foreign markets;
- Orientation towards the electric car industry to keep pace with global changes.

2. The boom and record growth of the auto industry in Turkey

2.1. Turkish auto industry booming

The automotive industry in Turkey has witnessed a quantum leap, especially in the increase in the proportion of its exports. As Turkey seeks to increase investment in this field, in order to reserve its place in the global automotive market.

In January 2017, KPMG Consulting Services published its annual report on the global automotive industry, which is being prepared by nearly 1,000 experts from 42 countries around the world. In this context, the company said in its report that this industry is under threat in Turkey due to the political and economic turmoil in the country (**Bossart & Zeitung, 2017, page 22**).

In fact, the vehicle industry in Turkey reached its peak in 2016, with about one million and 480 thousand vehicles, where the number of private cars represented one third of this number, and the remaining third can be divided between small trucks and goods transport vehicles, and the lowest percentage was for large trucks, and at the present time. Turkey produces more cars than the Czech Republic and Poland (**Bossart & Zeitung, 2017, page 43**).

According to the Association of Automobile Manufacturers of Turkey, the car manufacturing curve trended upwards in 2017. Indeed, Toyota announced an increase in its production in Turkey to the extent of 82% in that period, especially the hybrid C-HR model. On the other hand, the Mercedes-Benz plant in Turkey also announced the doubling of its production, and that was in 2018 (**Bossart & Zeitung, 2017, page 56**).

The Turkish manufacturer is distinguished from others in this field by the low cost of energy and the abundance of distinguished technical personnel, in addition to the lower level of wages than its counterparts in Poland and Hungary. In addition, the European Customs Union, of which Turkey is a part, guarantees the export of cars within Europe and exempts them from customs duties, and customs tariffs are applied to countries that have trade relations with the European Union (**Press, A report published on the website of Turk, August 5,2017, page 12**).

Despite the tense relations between Ankara and Brussels, the customs union laws between them are still in force. On the other

hand, Germany announced at that time a temporary suspension of the proposed extension by the European Commission in the treaty with Turkey, against the background of the tense relations between the two countries (**Press, A report published on the website of Turk, August 5,2017, page 19**).

Global automakers (Renault, Fiat, Hyundai, Honda, Toyota and Ford) together with local partners dominate the emerging markets in the auto industry. The Ford Otosan company in the Turkish city of Bursa is a clear example of these partnerships, as it is the product of a partnership between the American Ford company and the Turkish company Koç Holding, the largest Turkish group of companies. Of course, there are many other industries that take place under the name of these global brands (**Bossart & Zeitung, 2017, page 10**).

Attempts to catch up with the global industry are still based on research and development. According to the Automotive Industry Association of Turkey, 1% of the volume of investment in the Turkish industry goes to research and development, in addition to about 3% in the automotive industry.

These ratios exceed the average value of the entire industry sector, and in the future more money will be invested in research. For a strong impetus to investment in the automotive industry in Turkey, the digital transformation of this industry is in full swing, as the fewer workers in the production lines, the higher the competitive value of low production cost and low wages.

Currently, research and development in this field is funded by the Turkish State Treasury under the name "Industry 4.0". The objective of this financing is to integrate industry operations with information technology, and statistics showed that only 3.5% of exports in emerging markets are high-tech industries. Thus, Turkey still has a lot to do in this field (**Press, A report published on the website of Turk, July 25, 2017, page 62**).

In this regard, Hakan Olikli, in the analytical study conducted by KMBG regarding the automotive industry in Turkey, expects that Turkey still needs more IT professionals, to reach the level of "industry 4.0" . Olikli also noted that competitors are now in Eastern Europe and North Africa trying to secure their place in the European market. In a related context, Olikli continued that in the past few years, well-known car manufacturers have chosen other places within Turkey in order to inject more investments in this field

(Press, A report published on the website of Turk, July 25, 2017, page 06).

2.2. The automotive sector in Turkey achieves a record growth rate and supports the overall growth

The automotive sector in Turkey achieved a record growth rate of 41.1 percent during the first seven months of 2017, and Turkish exports in this field reached 193 countries.

The high growth rate of the auto industry provided a new impetus to the general growth rate in Turkey. During 2017, Turkey achieved the best export rate in the six years since 2017, with an increase of 31.2 percent, amounting to 11.4 billion dollars.

The Turkish economy made a quick start with the third quarter of 2017, and the increase in the export rate during July 2017 reached 31.2 percent, at 11.4 billion dollars, to be the best during the six years prior to 2017, and the second best rate in the eight years prior to 2017 **(Press, A report published on the website of Turk, July 25, 2017, page 33).**

Turkish Economy Minister Nihat Zeybekci said at the time that the Turkish government would support the export sector, and that it expected the sector's contribution to growth to exceed the 5 percent threshold during the second quarter of 2017, and the contribution index to rise to more than 7 percent during the third quarter of 2017. **(Press, A report published on the website of Turk, July 25, 2017, page 12).**

Zeybekci summarized the reasons for the rise in Turkish exports, with the increase in exports to European countries to achieve record numbers, and the exceptional performance shown by the automotive industry and its exports to European countries, in addition to the increase in the proportion of Turkish exports to Qatar by 171.2 percent, or 48.1 million US dollars **(Press, A report published on the website of Turk, August 5, 2017, page 71).**

3. the Turkish auto industry's orientation towards foreign markets

3.1. Germany is the largest European importer of Turkish products:

According to the data of the Turkish Exporters Council, the percentage of Turkish exports to Germany during the first six

months of 2017 increased by 28.1 percent, followed by Britain by 37 percent, and Spain by 60 percent.

Turkey's exports to Germany in July 2017 increased by 31.2 percent, compared to the same period in the previous year, reaching 11.474 million\$. Thus, the German market maintained its position as the first import market from Turkey among European countries (**Press, A report published on the website of Turk, July 25, 2017, page 63**).

The data showed that trade relations were not affected by the recent political tensions with Germany, and that exports to Iraq witnessed a remarkable increase of 55.8% despite the problems experienced by Turkey's southern neighbor.

The data indicated that in the first seven months of 2017, it achieved an increase of 10.7 percent, amounting to 88 billion dollars and 926 million, compared to the same period last year, while exports in the previous 12 months increased by 7.5 percent, compared to the previous year, reaching to 150 billion and 22 million dollars (**Press, A report published on the website of Turk, July 25, 2017, page 51**).

According to the data of the month of Turkish exports in July 2017, Russia occupied the list of the twenty countries that recorded the highest increase in receiving exports by 95.7%, while Egypt recorded the lowest percentage in terms of receiving Turkish exports (**Press, A report published on the website of Turk, July 25, 2017, page 23**).

3.2. Approximately 78 percent of the Turkish auto industry's exports go to the European Union:

The European Union countries obtained the lion's share of the total Turkish exports in the automotive sector, during the first half of 2017, reaching 78.24 percent of the total number.

According to the report of the Automobile Industry Exporters Association, Turkey exported its products during this period from 2017 to 174 countries around the world, with its exports to 147 countries, including 3 billion, 127 million and 276 thousand dollars (**Bossart & Zeitung, 2017, page 36**).

While the value of Turkish exports to 27 countries in the European Union amounted to 11 billion and 232 million and 209 thousand dollars.

The top 5 importing countries of Turkish products in the auto sector also recorded more than half of the total Turkish exports alone, which are, respectively, Germany, Italy, France, Britain and Spain (**Press, A report published on the website of Turk, July 25, 2017, page 48**).

The value of Turkish exports to Germany during the first half of 2017 amounted to two billion and 191 million and 276 thousand dollars, then Italy with one billion and 676 million and 900 thousand dollars, followed by France with one billion and 488 million and 150 thousand dollars, and Britain with one billion and 469 million and 803 thousand dollars, and Spain with fifth 827 million and 624 thousand dollars (**Press, A report published on the website of Turk, July 25, 2017, page 81**).

3.3.Turkish auto industry in 2021

During this period, there was a drop in Turkey's exports of cars of all kinds, reaching 28%, according to the data of the Turkish Automobile Manufacturers Association, where the union said in a statement from January to November, which was affected by measures to combat the spread of the Corona virus, production decreased by 13% to 1.148 million cars. He continued, "Exports fell by 28 percent to 821,900 cars in the same period," and the collapse of car exports deprived the country of an important source of foreign exchange and exacerbated the crisis of the deterioration of the Turkish lira. Its plans to establish a new factory in the country, due to the economic repercussions that the automotive sector is witnessing after the spread of the new Corona virus (**magazine, Reports published on the website of Al-Jazeera, 2021, page 35**).

The carmaker "Ford Automotive", the Turkish branch of the American car industry group "Ford Motor Corp.", had suspended production at its three factories in Turkey in March 2020 against the background of the crisis of the spread of the Corona virus (**magazine, Reports published on the website of Al-Jazeera, 2020, page 13**).

In the same month, the Japanese car company Toyota announced the suspension of its activities in Turkey for the same reason.

But the numbers confirm that the auto sector in Turkey is going through a major crisis even before Corona, the cause of which is the erosion of confidence in the Turkish economy and the regime of President Recep Erdogan, as well as the erosion of the purchasing power of the Turks.

America is moving to impose sanctions on Turkey for its purchase of the Russian S-400 air defense system, under legislation aimed at preventing the purchase of military equipment from Moscow (**magazine, Reports published on the website of Al-Jazeera, 2021, page 38**).

At the same time, Turkey's economy is reeling between a combination of domestic economic and financial pressures, and sanctions on Ankara by EU countries.

A Turkish opposition party also revealed new burdens borne by the poor of Turkey in the central government budget for the year 2021 (**magazine, Reports published on the website of Al-Jazeera, 2021, page 76**).

The Turkish opposition "Good" party said that 19.5% of the country's tax revenue in the new budget, in 2021, will go to repay the government's borrowing interests.

4.The trend towards the electric car industry to keep pace with global changes

4.1.Electric car 100% Turkish made

Turkey witnessed the birth of its first national car in a large ceremony held by the Turkish Car Project Group "TOGG", which was attended by Turkish President Recep Tayyip Erdogan and a large number of political and economic figures in the country.

During the ceremony, a model of the Turkish car manufactured with pure Turkish techniques was presented, which will enter service and run in the streets of Turkey (**Press, April 06, 2015, page 06**).

The Marketing and Display Authority of the new Turkish car production project said that the factory designated for it will open in the state of Bursa (southwest of Istanbul) with the full support of the

Turkish government, indicating that the state will provide government insurance for 10 years and exemption from consumption tax and value-added tax for a period of 10 years **(Press, report published on the website of Turk, 2016, page 30)**.

The authority explained that the total investment value of producing the car is 22 billion Turkish liras, or 3.704 billion dollars, and 4,323 workers will work in the project, which consists of 3 phases over 15 years, including 300 qualified experts **(Press, report published on the website of Turk, 2016, page 11)**.

One of the media coordinators in the authority told Al Jazeera Net that the car production work plan aims to produce about 175,000 cars annually.

She added that 30,000 copies of the car, which will be launched in 2022 in the C-SUV model, have been guaranteed to be sold to customers who booked it before it was put on the market with the five models that are all powered by 100% electric power **(Press, report published on the website of Turk, 2016, page 92)**.

4.2. Turkey's rising trend in electric and hybrid vehicles:

The number of fully electric vehicles on Turkish streets increased during 2020, despite the pressures imposed by the Corona pandemic on the abundance of liquidity among citizens and residents **(magazine, Reports published on the website of Al-Jazeera, 2020, page 61)**.

The head of the Union of Electric and Hybrid Vehicles, Burgan Bayram, said that the use of electric cars witnessed a noticeable increase during the Corona year.

Bayram pointed out that the outbreak of Corona led to a serious process of change in many countries, including Turkey, where the adoption of the generation of cars that was not completely dependent on fuel increased.

The number of cars that run entirely on electric energy has increased to 2,500 vehicles by the end of 2020, but the acceleration of demand during the current year 2021 and the coming years opens the door to a major step towards a market in which emissions are declining **(magazine, Reports published on the website of Al-Jazeera, 2021, page 33)**.

Despite the difficulties in the areas of production and the supply chain in the automotive industry during the epidemic phase, Turkey witnessed during 2020, a noticeable increase in the annual sales figures for electric cars compared to the previous year, according to Bayram (**magazine, Reports published on the website of Al-Jazeera, 2020, page 09**).

The head of the Electric Vehicle Association stated that 2020 was a year in which all standards for the electric vehicle sector were redefined, and the importance of protecting the environment from pollution was re-emphasized (**magazine, Reports published on the website of Al-Jazeera, 2020, page 22**).

4.3.Turkey exports electric car manufacturing technology to China

The first Turkish-Chinese company, CADMA, was established in China. This company is based on the strategic cooperation between the Turkish car production company "Drin Dora" (DMA), the first local company that manufactures electric cars, and the largest battery manufacturer of the Chinese government, CALB (**magazine, 2018, page 11**).

This Turkish-Chinese company will produce electric driving systems for Chinese cars, according to the models it requests, and it is planned that the turnover of this company will reach one billion dollars within 5 years.

The Chairman of the Board of Directors of the Turkish-Chinese company CADMA "Onder Yul" stated that the electric cars produced in Turkey are based on local programming systems 100 percent. Driving electric cars in Turkey (**magazine, Reports published on the website of Al-Jazeera, 2019, page 71**).

Yul explained that the Turkish research institutes will have a share in developing and programming the integrated systems for each brand, and the joint company CADMA will give a guarantee to produce a certain number of cars required (**magazine, Reports published on the website of Al-Jazeera, 2019, page 32**).

"We have conducted meetings with most of the Chinese companies that are active in the domestic Chinese market, and we have signed many agreements with each other in order to convert

their cars into electric cars," Yuol added (**magazine, Reports published on the website of Al-Jazeera, 2019, page 66**).

On the importance of cooperation with Turkey, Yul said: "China sees Turkey as a door to openness to Europe if any European company requests electric cars. He stressed that Turkey plans to produce a battery factory in the near term and that preparations for that have begun (**magazine, 2018, page 87**).

5. Results and discussion

Through the above, it can be said that the Turkish experience in the localization of the auto industry, is an experience that relied mainly on the strong control of the laws regulating the mechanism of car localization, which guarantees significant gains for Turkey, especially with the foreign investor who has experience and huge capital that covers such investments, Then moving to the stage of covering the local market and entering foreign markets, and finally working to keep pace with global changes to maintain markets such as manufacturing electric cars and not leave the gap.

As for the hypotheses, they can be combined, as through the study it was found that the Turkish experience in the localization of cars is very successful and positively returned to the Turkish economy by adopting new mechanisms and technologies and advanced technologies, which allowed Turkey to compete with foreign markets and achieve great economic gains.

6. Conclusion

It is possible to come out of this study with a set of results that can be imitated and benefited from with regard to the localization of the automobile industry in Algeria:

- Turkey has developed a strong conditions book that guarantees the rights of all dealers, and achieves great gains for Turkey in the field of localizing the auto industry;
- Attracting foreign direct investment, especially large dealers in the field of manufacturing and localization, due to the great experience, qualified labor and huge capitals;

- Heavy reliance on the localization of the auto industry because it represents 40 percent of the global industry, which has a great return on the local economy, increasing the gross domestic product and achieving a growth rate that ensures a strong economic position;
- The percentage of the workforce in the car manufacturing sector is large, and this sector must be developed so that we have outlets to address the unemployment crisis and achieve acceptable economic indicators;
- Turkey has worked to cover the local market, while working to enter the markets that are most in demand for cars of all kinds, especially those looking for quality and low cost;
- Working to preserve the Turkish market by keeping pace with various changes in the global market, which is looking for environmentally more useful and energy efficient cars such as electric and hybrid cars;
- Work on publicizing its various industrial and automotive products by various means and at the highest level;
- The success of the car resettlement process in Turkey despite the many political and economic obstacles;
- For the success of the Turkish experience, there was first a great political will to include Turkey in the refineries of the manufacturing countries, especially the manufacture of cars.

7. Recommendations and suggestions: The following suggestions can be made:

- It is possible to adopt and adopt the Turkish experience in the field of localizing the auto industry, especially for Algeria, which suffers to this day in this field;
- Establishing cooperation mechanisms between Turkey and Arab countries, especially Algeria, to benefit from the Turkish experience;
- Overcoming some obstacles, especially legal ones, to advance the auto industry and enable the process of resettlement;

- The large investment of funds with good allocation and efficiency in use in the field of automobile manufacturing to gain access to this field.

8. Bibliography List :

- Press. (April 06, 2015). *A report published on the website of Turk.* Turk: Turk Press.
- Press. (2016). *report published on the website of Turk.* Turk: Turk Press.
- Press. (July 25, 2017). *A report published on the website of Turk.* Turk: Turk Press.
- Press. (August 5,2017). *A report published on the website of Turk.* Turk: Turk Press.
- Bossart, M. K., & Zeitung, N. Z. (2017, October 2). *magazine's website.* Consulté le december 14, 2021, sur translated and edited by Turk Press.
- magazine. (2018). *Reports published on the website of Al-Jazeera.*
- magazine. (2019). *Reports published on the website of Al-Jazeera.*
- magazine. (2020). *Reports published on the website of Al-Jazeera.*
- magazine. (2021). *Reports published on the website of Al-Jazeera.*

The impact of Creative Accounting on the Quality of Financial Information in Commercial Banks, An analytical Study of a Sample of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-

أثر المحاسبة الإبداعية على جودة المعلومات المالية في البنوك التجارية
دراسة تحليلية لعينة من وكالات البنوك العمومية الجزائرية -تبسة-

Helimi Sarra

University of Larbi
Tébessi ,Tebessa, Algeria
Sarrahelimi@univ-tebessa.dz

***Metarref Aouatef**

University of Badji
MokhtarAnnaba, Algeria
Awatif.metarref@univ-annaba.dz

Bahloul Latifa

University of Larbi Tébessi
,Tebessa, Algeria
latifa.bahloul@univ-tebessa.dz

Received: 19/12/2022

Accepted: 25/03/2023

Published: 30/04/2023

Abstract :

The Impact of Creative Accounting on the Quality of Financial Information in Commercial Banks in Tebessa is discussed in this paper. The descriptive-analytical method is applied; besides, a questionnaire is used as a data collecting method, and analysed and processed by the spss20 program. Consequently, the obtained results show that the current Creative accounting theoretical methods are actually used, and the validity of the hypothesis proves that the quality of financial information is affected by the creative accounting practices in the financial statements of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-. The paper concludes that the concept of Creative Accounting should be promoted frequently, in addition to the notion of Financial Information Quality, so that users in the considered commercial banks can understand it.

Key words: Creative Accounting, Quality of Financial Information, financial statements, commercial banks.

JEL classificationcodes: M41, M49.

Résumé:

Cet étude vise à discuter L'impact de la comptabilité créative sur la qualité de l'information financière dans les banques commerciales à Tebessa. On appliquant La méthode descriptive-analytique ; en outre, un questionnaire est utilisé comme méthode de collecte de données, et analysé et traité par le programme spss20. Par conséquent, les résultats obtenus montrent que les méthodes théoriques actuelles de la comptabilité créative sont effectivement utilisés, et la validité de l'hypothèse prouve que la qualité de l'information financière est affectée par les pratiques comptables créatives dans les états financiers des agences algériennes de banque publique -Tebessa-. La recherche conclut que le concept de la comptabilité créative devrait être promu fréquemment, en plus de la notion de qualité de l'information financière, afin que les utilisateurs des banques commerciales considérées puissent le comprendre.

Mots clés : comptabilité créative, qualité de l'information financière, états financiers, banques commerciales.

JEL classification: M41, M49.

*Corresponding author

1. Introduction.

Because of the prevailing economic conditions in the business world, the development of accounting has gone a long way from just mathematical operations on notebooks to a set of tools and instruments that are used to provide requested financial information for different purposes to the beneficiaries. Moreover, it was noticed in the last years, that there was constant creativity in the development of these tools to empower the decision-making process in different fields.

As a consequence of the alternative accounting diversity (where the technical skills used by accountants in the making of reports and financial statements needed by decision-makers), commercial banks interest started in exploiting the flexibility of accounting principles that become known as "Creative Accounting".

The Algerian Public Bank Agencies in Tebessa are among the banks that have adopted and tried to improve their Quality of Financial Information through the Creative Accounting methods.

Research Question

In the event of the increasing concern and the use of Creative Accounting methods that affect the Quality of Financial Information, the following question arises as follow: "to what extent does the Creative Accounting affect the Quality of Financial Information in Commercial Banks in general, And in the Algerian Public Bank Agencies in Tebessa in particular?"

Research Hypotheses

In the light of the previous question and as a primary answer, the following hypotheses have been formulated:

The Main Hypothesis: there is a statistical significant influence relationship at a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) between Creative Accounting and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-.

This main hypothesis is divided into the following sub-hypotheses:

First Sub-Hypothesis: there is a statistical significant influence relationship at a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in the Outcome Calculating Schedule List and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-.

- **Second Sub-Hypothesis:** there is a statistical significant influence relationship at a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in the balance sheet and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-.

- **Third Sub-Hypothesis:** there is a statistical significant influence relationship at a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in the cash-flow list and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-
- **Fourth Sub-Hypothesis:** there is a statistical significant influence relationship at a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in equity and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa

Aims of the Study

This study seeks to achieve the following goals:

- To determine the extent of the Creative Accounting influence on the Quality of Financial Information in Commercial Banks.
- To clarify the Creative Accounting meaning.
- To recognize the Creative Accounting methods in Commercial Banks.
- To reach statistically subsidized conclusions to discover the relation between the Creative Accounting methods and the Quality of Financial Information.

Importance of the Study

The Creative Accounting and the Quality of Financial Information are regarded as one of the important and relatively recent research topics, especially when the Commercial banks use the Creative Accounting methods to demonstrate the outcome of their private activity and their financial status, this latter realizing their long and short term goals on the expense of others, coupled with the importance of the financial statements output, where the role of Creative Accounting reflects in it by using different creative methods.

Previous Studies

- **"The Impact of Creative Accounting on the Quality of Financial Information"** (Kassem M. Abdullah Al Baaj, 2018) unpublished Doctorate thesis, commerce department, Al-Neelain University, Khartoum, Sudan. 2018

This study aimed to identify the concept of Creative Accounting, and manipulation techniques used by administration to mislead the financial statements; it is also used to clarify the procedures that limit the followed practices to improve the Quality of Financial Information. Accordingly, the most important results of the research consisted of the reports made by the accounting literature stating that there are many used methods to influence financial information with an inverse relationship between the Quality of Financial Information and the creative accounting practices including predetermined biased methods and assessments.

Moreover, certain recommendations were made like: improving transparency of the financial statements by providing trust through the fair and adequate disclosures, together with scrutinizing the financial statements and recognizing the indicators of the creative accounting usage by the auditing offices in addition to increasing penalties on banks if they did not use it.

- **"Creative accounting methods and their impact on the reliability of financial statements"** (Nazim Shaalan Jabbar, 2015) *Al Gary Journal of Economic and Administrative Sciences*, vol. 9, No. 2, Iraq, 2015

This study aimed to point out the main methods used in creative accounting, and its impact on financial statements' reliability, in addition to identifying the possible approaches to detect the creative accounting practices. Consequently, certain results were obtained mainly: the creative accounting has two forms, amongst them, the legal one which is issued by the auditor and agreed on by the entire study's sample since the creative accounting methods have a huge impact on the credibility of the financial statements. Moreover, certain recommendations were made including, developing the accounting culture between the various data and financial information users, which can be done by displaying educational accounting programs, or organizing seminars for financial information users to clarify some of the commercial banks' creative practices as well as the most important developments in auditing and accounting field.

- **"The impact of creative accounting techniques on the quality of financial information in the international accounting standards"** Bakhja Abdullah Mohammed Taleb, 2013, unpublished Master dissertation, Administration and Economics faculty, finance department, Sulaymaniyah University, Iraq, 2013.

This study aimed to clarify the commercial banks' reasons for using the creative accounting methods and its impact on the given accounting measurements and financial statements credibility, in addition to clarifying the methods and procedures that cause the reduction in the creative accounting practices in the international accounting standards to realize or improve the financial information quality. Therefore, the study resulted in; the financial statements elements are regarded as the main axes used by commercial banks to apply the creative accounting methods. Equally important, certain recommendations were made like: the importance of free creative accounting practices in financial information for a sound decision-making process; penalty legislation for any kind of tampering with the financial data, or limiting the use of creative accounting methods;

coupled with the possibility of making interim financial statements for a faster information provision to its financial center, this process is done to help the decision-maker in assessing the performances in different period of times and in making the financial lists by the end of these periods.

2. Theoretical Background of the Study

In the last years, Creative accounting, with its main purpose of providing the necessary help for the commercial banks to achieve their goals, became one of the main focal points for both accountants and auditors.

2.1. Creative Accounting:

a. Definition: the definition of creative accounting varied from one economist to another, and the most important ones are:

- " It is a term used to define some of the accountancy procedures applied by commercial banks administration to make unreal improvements, which are done by exploiting the loopholes, or even using the different accountancy policies alternatives provided by the accountancy standards in making the financial statements" (IJeoma, 2014, p. 14)

- According to Inanga and Sen, "creative accounting refers to the accountancy practices that have distorted the financial information by using the window-dressing policy or the different manipulation policies, to draw a better picture by increasing or decreasing the revenues, providing misleading information about the capital size, and hiding important information related to the investors.(Sen & Inanga, 2005, p. 77)

- Creative Accounting is defined by Belkaoui as a tool that is used to show a better version of the prepared financial outcome by the accountant, i.e. converting the accounting data to what the management wants by using many resources to influence the accounting income.

- Mulford defined Creative Accounting as the procedures and measures that are used to temper with the financial figures to defraud the financial reports users, i.e. any procedure towards revenue management or income smoothing.(Mulford & Comiskey, 2002, p. 13)

Taking into consideration the previous definitions, the most straight forward definition is: "Creative Accounting is the process of structuring the financial and accounting information, to mislead its users to achieve certain purposes according to commercial banks' desires by using modern and creative methods and practices".

b. Creative Accounting Characteristics ; Creative Accounting has many aspects that demonstrate the characteristics of a creative

accountant and which are represented as follow: (Nicolaescu & paneta, 2008, p. 1351)

- The accountant's ability and experience in analyzing and assembling.
- The accountant high ability of intuition and imagination.
- The accountant's courage and self-confidence.
- The accountant depends on facts grounded instructions, not on administrative ones.
- The creative accountant can develop himself through experience, criticism, and evaluation.

c. Creative Accounting Objectives : Applying creative accountant has many objectives such as:(Mulford & Comiskey, 2002, p. 61)

- Enhancing commercial banks' picture in the market through improving the performances results in the financial statements, or reaching the "good" in the occupational classification ranking between the competitors that depends on the financial aspects.
- Improving the financial performances to enhance the image in front of the Board of Directors of Commercial banks in addition to optimizing the board of directors in front of the general assembly of shareholders.
- Improving commercial banks stocks payments through minimizing the borrowing level to issue a new stock market.
- Improving the activity outcome to get new bank loans.
- Tax evasion by hiding certain activities or delaying tax payments.
- Information disclosure at a constant level rather than an uncertain situation.

d. Creative Accounting Methods : Generally, all commercial banks try to do their best to show a perfect financial status to demonstrate its economic stability, since this factor has a major impact on their financial value, that will be clear in their stock market prices. Under those circumstances, the creative accounting most used methods in the financial statements are stated as follow:

- Creative Accounting Methods Used in the Outcome Calculating Schedule List

The most used techniques and methods to temper with the Outcome Calculating Schedule List in the creative accounting methods are introduced as follow: (Usurelu & al, 2010, p. 350)

- Recording early sales revenue before the selling or interest-exchange processes are done.
- Income increasing in a one-time return, which includes profits maximizing by selling an understated asset, by considering the return investment an operational income, or by creating an income through the reclassification of budget accounts.

- Postponing the current expenses to a later accounting period, including the capitalization of the operational costs and changing the accounting policies in addition to the slow depreciation of the costs, and the failure in registering the damaged assets.
- Postponing the current income to a later accounting period.
- Moving the future expenses to the current accounting period, this includes accelerating and increasing the costs that depend on the accountant evaluation.

- Creative Accounting Methods in the Balance Sheets

The creative accounting methods in the balance sheets are represented as follow: (Gherai & and Balaciu, 2011, p. 37)

- Eliminating the cost inclusion of the fixed assets and the reduction of the assets ratio consumption compared to the ones of the commercial banks.
- Over-assessing the intangible asset such as brand names, trademark... etc., or making unwarranted changes to reduce the assets value.
- Changing the followed accounting methods from long-term investment.
- Identifying the potential assets before ensuring their validation like: the expected revenue recognition from a customer's lawsuit before the ruling is issued.
- Inventory inclusion and manipulating the selling price of obsolete goods, in addition to the unjustified change in determining inventory cost methods.
- Manipulating the portfolio evaluation, reducing, or exaggerating the decline of their prices
- Manipulating the creditors' age to reduce the doubtful or overstated debt provision.
- Obtaining long-term loans before announcing the financial statements to repay the short-term ones.
- Non- inclusion of the long-term installments due during the current year commitments to improve the liquidity ratio.

- Creative Accounting Methods in the cash-flow lists

The cash-flow clauses can be manipulated as one of the creative accounting practices, where the commercial banks tamper with the cash flows' classification from operational activities as an investment or financing clause, consequently, these changes don't affect the cash-flow final value. As an illustration, the commercial banks that capitalize the software development costs, classify payments as investment-related activities, not operational related ones resulting from the fact

that commercial banks that allocate a large number of costs will provide more operating cash flow than commercial banks that consider all software development as costs expenses.(Kieso & al, 2008, p. 169)

- Creative Accounting Methods in the Statement of Change in Equity

The statement of change in equity is regarded as a link between the outcome calculating schedule and the balance sheet, which is done by monitoring the Statement of Change clauses' changes from the beginning till the end of the financial period depending on an accrual basis.

All of its clauses are subjected to the creative accounting methods practices, through illusory change in the increasing or decreasing of the paid-up capital, earned capital, or calculated capital that are done to reassess the previous errors, or previous years losses and foreign currency stocks(Fellih & Fares, 2011, p. 367).

2.2. Quality Financial Information :

a. Quality Financial Information Definition :

the most important definitions are presented as follow:

- " Quality Financial Information is regarded as the credibility of the financial information that is free from misrepresentation coupled with its benefits for the users, developed with certain standards to achieve the predetermined objectives" (Habesh & Mannaa, 2018, p. 631)
- It is also defined as "the extent to which the financial statements provide fair and trustworthy information about commercial banks performances and financial status".(Nakib, 2004, p. 15)

Taking into consideration the previous definitions, the Quality Financial Information is seen as the credibility amount in the financial statements with its benefits to the users, which are free from any kind of distortion or misrepresentation, developed with certain legal and regulatory standards.

b. Quality Financial Information Importance

The importance of the quality of financial information can be summarized as follow:

- Quality Financial Information is regarded as a standard that helps to achieve financial information goals.
- It allows to choose the helpful information for the major users to rationalize their decisions i.e. the more useful the

information are, the more helpful they become in rationalizing decisions.

- It is used as a trade-off basis between the accounting methods for measurement and disclosure in the financial statements.

c. Quality Financial Information Measurement :

There are several reliable measures for the quality financial information, which are: (Muiead & Abd Nasser, 2010, p. 413)

- Utility as a measure for quality financial information: it includes two items which are authentic information and its ease of use. Utility as a measure can be:

- Formal Utility: refers to the increasing of the Utility whenever a shape or content match the decision-makers' requirements.
- Spatial Utility: refers to the information easy access, for instance: connecting to a computer for information access maximizes its spatial utility.
- Evaluative and Remedial Utility: refers to the information ability to assess the outcomes of the Decision implementation, in addition to its capability to correct the implementation deviations.

- Effectiveness as a measure for quality financial information: effectiveness represents the extents to which the commercial banks have realized their goals through limited resources, and quality financial information can be defined from the Effectiveness perspective as " the information realization of the decision-makers' goals using limited resources"

- Efficiency as a measure for quality financial information: Efficiency refers to the commercial banks' goals realization with a minimum resources use where the application of the economic principles, on an information system that aims to maximize quality information with minimum costs is regarded as a necessity.

- Prediction as a measure for quality financial information: prediction, in this case, refers to the means than can use present and past information in predicting future events and consequences, such predictions are used in the planning and decision-making processes.

3. Analytical and Practical framework of the Study

3.1. Reaserch community :

- the chosen population for this study include six of Algerian public bank agencies -Tebessa-, which can be clarified in Table 1:

Table1. Illustrating reaserch commuinity of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa

Banks	Algerian National Bank	Algerian Foreign Bank	Local Development Bank	Bank of Agriculture and Rural Development	Algerian Popular Credit	National Savings and Provident Fund-Bank
Employees	24	26	18	28	17	17

Source: by the study researchers

As it has been illustrated in the previous table, the chosen population for this study is divided as follow: the Algerian National Bank includes 24 employees, the Algerian Foreign Bank include 26, the Local Development Bank with its 18 employees, Bank of Agriculture and Rural Development has 28 employees, Algerian Popular Credit 17 and the National Savings and Provident Fund-Bank has 17 employees.

3.2. Study sample :

a stratified sample population of the Algerian Public Bank Agencies (Algerian National Bank, Algerian Foreign Bank, Local Development Bank, Bank of Agriculture and Rural Development, Algerian Popular Credit, National Savings and Provident Fund-Bank) was included in this study, where they were given 95 questionnaire forms; moreover, they were chosen for the simple reason of being interested in the study topic that was discovered through the direct and indirect interviews conducted by the researcher, where a number of these participants were interviewed while filling their questionnaires, whereas the others couldn't be interviewed due to their job conditions.

The participants of the study population can be illustrated as follow:

Table 2. Illustrating the study sampleof the Algerian Public Bank Agencies

Participants	Distributed Questionnaires Number	Collected Questionnaires Number	Valid Questionnaires Number
95	95	85	80

Source :by the study researchers

As it was presented in table two, 95 of questionnaire forms were given, only 85 of these forms were handed back, the 10 forms that were missing they either weren't answered or got

lost and 80 were answered correctly and can be used in the statistical analysis of the study.

3.3. Study Instrument:

to facilitate the research conducting process, the questionnaire was chosen as the perfect data collecting method, coupled with the use of the Statistical Package for social sciences program (spss20) as an analyzing tool for the collected data, in addition to the use of Excel 2013 program, which is a known electronic program for information and data management and analyses. the questionnaire content and the tested credibility can be clarified as follow:

a. The Questionnaire Content:

the questionnaire is regarded as one of the important used tools to collect information and data in the scientific researches, because of the easily obtained data-processing which is done through the direct contact with the important parties in accounting and finance. It is also seen as the best option to measure the accountants' matching point of views in the Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-.

The used questionnaire contained d axes related to study variables, and is divided into two main parts:

- First part: This part of the questionnaire included personal information (sex, age, educational qualifications, professional status, and job experiences) to describe the study population and to make a comparison on the participants' answers on demographic variables.

- Second part: it included fields of the study. the questionnaires also included two axes which are:

❖ first axe: technical creative accounting terminology was included in this part, which covered 12 expressions deployed on sub-axes as follow:

- a) Creative Accounting Methods Used in the Outcome Calculating Schedule List included 3 expressions
- b) Creative Accounting Methods in the Balance Sheets included 3expressions
- c) Creative Accounting Methods in the cash-flow lists included 3expressions
- d) Creative Accounting Methods in the Statement of Change in Equity included 3expressions

- ❖ Second axe: technical Quality Financial Information terminology was included in this part that covered 12 expressions.
- a- **The questionnaire scale:** to convert the collected answers into quantitative data, the fifth Likert scale is used because it is more flexible and allows border areas for answers.
- b- **Scale's validity and reliability:** the questionnaire was examined by several Faculty of Economics, Business Sciences, and Management Sciences professors in Tebessa to check the validity and reliability of the presented variables. Taking into consideration certain remarks, the scale was modified, and while checking its constancy the Cronbach's alpha value appeared too high for all of the creative accounting fields. Furthermore, the Cronbach's alpha value reached a high value of 0.93 for all of the questionnaire's paragraphs resulting in the use of the questionnaire and trusting the findings.
- 3.4. Statistical Analysis Methods:** to answer the study questions, some instruments have been used to operate some checking like statistical description measurements to describe the sample through percentage, iterations, arithmetic averages, Standard deviation, and Pearson Correlation Coefficient to examine the relation between variables and the significance levels.
- 3.5. Study Variables :** study variables and information resources are shown in this part.
- a. **Independent variable : includes:**
- **Creative Accounting Methods Used in the Outcome Calculating Schedule List:** which refers to the best methods and creative techniques used in the Outcome Calculating Schedule List through revenues and expenditures.
 - **Creative Accounting Methods in the Balance Sheets:** which refers to the changing ability in the assets and liabilities clauses in balance Sheets.
 - **Creative Accounting Methods in the cash-flow lists:** which refers to the creative accountant's ability in changing information provided by the available exchange and its uses.
 - **Creative Accounting Methods in the Statement of Change in Equity:** which refers to monitoring changes the statement of change in equity level presented on an accrual basis.
- b. **Dependent Variable:** where the economic institutions try to improve its Quality Financial Information through the measurement Quality Financial Information models.

- Utility: includes two items of authentic information and its ease of use.
- Effectiveness: refers to the extent to which information is used to realize the economic institutions' goals.
- Efficiency: refers to the commercial banks' goals realization with minimum resources.
- Prediction: refers to the means than can use present and past information, in predicting future events.

3.6.Field Analyses and Data Presentation and Analyses:

95 questionnaires were given to the sample study, and 80 of them were handed back that were appropriate for analysis.

a. First Part Analysis :

Table 3. Frequencies and percentages of the sample study by variable categories

Variable	Statement	Repetition	Percentage %
Sex	Male	40	50
	Female	40	50
Age Group	Less Than 30	27	34
	From 30 To 50	46	58
	More Than 50	7	9
Educational Qualifications	License	30	38
	Master	28	35
	Majister	8	10
	Doctorate	2	3
	Other Qualification	12	15
Professional Status	Accountant	8	10
	Auditor	5	6
	Head Of Organisation	13	16
	Director	4	5
	Another Occupation	50	63
Job Experiences	Less Than 5 Years	27	34
	From 5 To 10years	26	33
	More Than 10 Years	27	34

Source: by the study researchers based on the Spss20 result analyses

The individual sample of the study, as was mentioned in the table, were divided equally i.e. both male and female are of 50% percentage, in addition to that, 58% (which is the highest percentage) of the chosen sample, are aged between 30 and 50 years old. This fact can be seen as a good sign in terms of the participants'

experiences to understand and answer the questionnaire correctly. Likewise, the educational qualification variable, license and master, have almost the same percentage where the license is of 38% which is higher than the master that was of 35% and this is another indicator that the participants are perfectly capable of answering the questionnaire. Considering the experience variable, some participants who have experience of less than 5 year represent 34% of the total, whereas, the ones who have experience ranging between 5 and 10 years represent of 33%. In this case, it is clear that their scientific and operational capacities help them understand the questionnaire and its requirements.

b. Second Part Analysis

- section one:

▪ the participants' responses towards the creative accounting

The data of this axis will be tested according to expression (1-12) through the Arithmetic mean, and the standard deviation illustrated in the table below:

Table 4. Clarifying the Participants' Response to the Creative Accounting Impact

Number	Statement	strongly agree	agree	neutral	don't agree	don't agree at all	Arithmetic mean	standard deviation	rank	significance
		%	%	%	%	%				
1	The invoice choices delay from the end of the current year to the next one can be proved in your agency.	0	17.5	13.75	36.25	32.5	2.163	1.073	7	low
2	Fake sale processes can be registered by the end of the current year, on the condition of canceling them at the beginning of the next one to increase the current year profits.	1.25	0	8.75	40	50	1.625	0.753	11	very low
3	Minimizing the tax burden through not registering sales revenues by the end of the financial period.	0	12.5	18.75	42.5	26.25	2.175	0.965	6	low
• Creative Accounting Methods in the Outcome Calculating Schedule List							1.988	0.887	/	low

4	Overestimation of the fixed assets evaluation is allowed in your agency to improve the budget list.	0	2.5	12.5	55	30	1.875	0.718	9	low
5	Unconfirmed cash assets are recognized as the potential to win a lawsuit.	0	18.75	25	38.75	17.5	2.450	0.992	4	low
6	Long-term loans can be obtained to repay short-term loans in the same year.	1.25	5	16.25	33.75	43.75	1.863	0.951	10	low
Creative Accounting Methods in the Balance Sheets							2.063	0.840	/	low
7	Operational expenses are classified in the investment expense clauses in your agency.	1.25	11.25	33.75	35.5	16.25	2.438	0.939	5	low
8	When calculating the operational cash-flows, losses are added before the calculation of the vat amount.	1.25	27.5	40	22.5	8.75	2.900	0.949	1	medium
9	The monetary exchange rate can be either reduced or increased to improve the agency financial position.	1.25	3.75	15	41.25	38.75	1.875	0.891	8	low
• Creative Accounting Methods in the cash-flow lists							2.404	0.877	/	low
10	Fake changing procedures are done in your agency in the increase or reduction of the capital.	1.25	1.25	5	31.25	61.25	1.500	0.763	12	very low
11	The agency's expansion policy use the reserve to develop its business	1.25	26.25	33.75	22.5	16.25	2.738	1.064	2	medium
12	Last year's revenues are added to the current year profits instead of classifying it in the retained earnings.	0	12.5	41.25	31.25	15	2.513	0.900	3	low
• Creative Accounting Methods in the Statement of Change in Equity							2.250	0.843	/	low
Total							2.176	0.851	/	/

Source: by the study researchers based on the Spss20 result analyses

Table 4 represents the participants' responses towards the creative accounting impact. It seems clear that there is a relatively low level in the creative accounting axes, where the Arithmetic mean of the axis' expressions was of 2,176 (total score of 5). Moreover, a low level was reported in all the sub-axes, where the lowest Arithmetic mean occurred in the Creative Accounting Methods in the Outcome Calculating Schedule List with a low value of 1,988. In

addition to that, there are vulnerable sections in the participants' answers i.e. there answers match generally where the standard deviation of the whole axes section is of 0,851 which means that the participants of the sample study have the same opinion on the fact that there is a low level in applying the creative accounting methods in the Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-.

▪ **Participants Responses towards Creative Accounting Methods in the Balance Sheets**

The data related to Creative Accounting Methods in the Balance Sheets was tested as it was illustrated in table 4 through the 4th, 5th and the 6th expressions where the Arithmetic mean of this axis was of 2,063, which is a relatively a low value. In addition to that, the standard deviation results demonstrate that there is a slight difference in the participants' answers. In particular, the standard deviation value of the whole towards Creative Accounting Methods in the Balance Sheets sections is of 0,840. Thus, it can be safely said that the participants agree on the fact that there is a low application of the Creative Accounting Methods in the Balance Sheets by the commercial banks. Correspondingly, such an application is ranked in the third level, with 2,063 as Arithmetic mean i.e. a low one and 0,840 as standard deviation. Under those circumstances, there is an application of the creative accounting methods in the balance sheets in the Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-.

▪ **Participants Responses towards Creative Accounting Methods in the cash-flow lists**

The data of this axis was tested through the first, second and third expressions, where the Arithmetic mean for this axis amounted to 2,404 that is regarded as a low value, resulting in the fact that the participants agree on the fact that there is a low application of the Creative Accounting Methods in the cash-flow lists by the commercial banks. Correspondingly, such an application is ranked in the first level, with 2,404 as Arithmetic mean and 0,877 as standard deviation i.e. a relatively low arithmetic mean. In the final analysis, it is clear that there is a low application of the creative accounting methods in the cash-flow lists the Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-.

▪ **Participants Responses towards Creative Accounting Methods in the Statement of Change in Equity**

The data related to Creative Accounting Methods in the Statement of Change in Equity were tested as it was illustrated in

table 4 through the expressions numbered 10, 11, and 12 and the Arithmetic mean for this axis was of 2,250 which is a relatively low value, with slight differences in the participants' answers where the standard deviation of the whole axis's Creative Accounting Methods in the Statement of Change in Equity sections was of 0,843, for this reason, it can be safely said that the participants agree on the fact that there is a low application of the Creative Accounting Methods in the Statement of Change in Equity by the commercial banks. Accordingly, such an application is ranked in the second level, with 2,250 as Arithmetic mean and 0,843 as standard deviation i.e. low arithmetic mean. Given these points, it is clear that there is a low application of the creative accounting methods in the Statement of Change in Equity the Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-

b.section two:

▪ **the participants' responses towards the Quality Financial Information application**

The data of this axis will be tested according to the expression (13-24) through the Arithmetic mean, and standard deviation illustrated in the table below:

Table 5. Clarifying the Participants' Response to the Quality Financial Information application

Number	Statement	Stro ngly Agr ee	Agre e	Neutr al	Don't Agr ee	Don't Agr ee At All	Arith metic Mean	Stan dard Devi ation	Ran k	Sig nifi can ce
		%	%	%	%	%				
13	Your agency tries to Provide financial information on time to not lose its value.	27.5	43.75	12.5	7.5	8.75	3.738	1.199	9	high
14	Financial information allows the prediction of future events in your agency.	21.25	48.75	15	12.5	2.5	3.738	1.016	10	high
15	Financial information has an error-free high degree of trust in your agency.	23.75	46.25	16.25	11.25	2.5	3.775	1.018	8	high
16	Your agency can make a comparison with another one through the financial information in the financial statements.	15	32.50	26.25	20	6.25	3.300	1.141	12	med ium
17	Your agency depends on the financial information consistency in the financial statements making.	26.25	56.25	13.75	1.25	2.5	4.025	0.826	4	high
18	Certain financial statements are followed to guarantee their sincerity and reliability.	22.5	40	23.75	11.25	2.5	3.688	1.026	11	high

19	Objectivity is one of your agency's characteristics.	36.25	51.25	7.5	3.75	1.25	4.175	0.823	2	high	
20	The financial information in your agency is interrelated and inclusive of all events.	40	50	5	2.5	2.5	4.225	0.856	1	very high	
21	The financial information made by different parties always leads to the same results.	26.25	55	3.75	11.25	3.75	3.888	1.043	7	high	
22	In the financial analysis, your agency depends on the financial information comparability and uniformity.	15	65	15	3.75	1.25	3.888	0.746	6	high	
23	the stability of the accounting methods and policies is consistent to maintain the trust in balance sheets	25	57.50	13.75	2.5	1.25	4.025	0.779	5	high	
24	Your agency seeks to follow the accounting principles to remain consistent in the accounting policies and methods use.	33.75	55	7.5	2.5	1.25	4.175	0.776	3	high	
Total								3.886	0.888	/	/

Source: by the study researchers based on the Spss20 result analyses

The Participants' Response to the Quality Financial Information application is heading towards agreement as it is illustrated in table 5, where the Arithmetic Mean of all the sections was of 3,88 (total score 5). In addition to that, the results in the standard deviations confirmed that there are slight differences in the participants' answers, where the standard deviations of all statements were of 0, 88. Taking into consideration the final results, it can be safely said that the participants agree on the fact that there is a high level of quality financial information axes in the commercial banks, which is showed through the identification and speed of the information, in addition to its comprehensiveness in describing the expressed events in the balanced sheets because of its efficiency, and information effectiveness that represents how much the commercial banks did achieve their goals.

4.Hypotheses Testing

After displaying and analyzing the field study data, it was discussed in the light of the hypotheses that are to be determined

valid or invalid by testing the main and sub-hypotheses with the natural distribution of the study data.

4.1. Section One: testes of normality

Before the application of the regression analysis for the main and sub-hypotheses testing, a klomonovsimir test was done to guarantee the data is relevant to the regression analysis hypotheses, also a to check up on the extent to which the data had followed the normal distribution as a necessary hypotheses test since the normal distribution is a condition in the practical tests. This kind of test was done, after giving and collecting the questionnaires from the participants, the results are shown in the following table:

Table 6. Illustrating Normal distribution testing

significance level (Sig)	test value z	axes content	questionnaire axes
questionnaire axes	axes content	test value z	significance level (Sig)
first axes	creative accounting	0,086	0,200
second axes	Financial information quality	0,074	0,190
questionnaire as a whole:		0,063	0,200

Source: by the study researchers based on the Spss20 result analyses

As it is shown in table 6 the significance level value for each axis is more than (0, 05) i.e. (Sig > 0.05) which indicates that the data actually follows the natural distribution and it can be used in the scientific tests.

4.2. Section two : testing the sub-hypotheses

To test the sub-hypotheses correctly, a simple linear regression test results were used (b + y = ax) which allows the study of the variables impact relationship possibility, Pearson correlation coefficient (P) was also used to identify the relationship nature i.e. direct or an inverse relationship, equally, the Coefficient of determination (R²) is used to figure out the change rate in the dependent variable and the independent one. The significance level (α =0.05) was used to analyze the study hypotheses i.e. 95% trust level which is clarified in the following table:

Table 7. Sub-Hypotheses Testing Results

Independent variable	dependent variable	fixed regression (a)	regression coefficient (B)	correlation coefficient (R)	Coefficient of determination (R ²)	value (T)	calculated value (F)	significance level(SIG)
the Outcome Calculating Schedule	financial information quality	2.205	0.846	0.845	0.714	13.954	194.709	0.000
budget		1.987	0.921	0.872	0.761	15.757	248.28	0.000
cash-flows		1.669	0.922	0.912	0.831	19.599	384.14	0.000
equity		1.756	0.947	0.899	0.809	18.148	329.364	0.000

Source: by the study researchers based on the Spss20 result analyses

Depending on the previous table (7), the sub-hypotheses testing was as follow:

- **First Sub-Hypothesis:** there is a statistical significant influence relationship at a trust level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in the Outcome Calculating Schedule List and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-.

Taking into consideration table 7 simple linear regression, it is clear that there is a positive statistical significant influence relationship between the Creative Accounting methods used in the Outcome Calculating Schedule List and the Quality of Financial Information of the study, where the regression coefficient (B) was of 0,846 and correlation coefficient (R) was of 0,845 notably these two coefficients are of a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) which is outlined by test (T) which suggest that the study sample commercial banks use creative accounting in the Outcome Calculating Schedule List at a low level.

Furthermore, the explanation of the regression model represented by the Coefficient of determination (R²) was 0,714, which means a high rate of 71, 40% of changes in the Quality of Financial Information are explained by the Creative Accounting methods. The value test (F) estimated as 194,709, the significance level was (sig=0.00), lower than the intangible level (0, 05). With such results, the sub-hypothesis "there is a statistical significant influence relationship at a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in the Outcome Calculating Schedule List and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-" is accepted.

- **Second Sub-Hypothesis:** there is a statistical significant influence relationship at a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in the balance sheet and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-.

Taking into consideration table 7 simple linear regression, it is clear that there is a positive statistical significant influence relationship between the Creative Accounting methods used in the balance sheet and the Quality of Financial Information of the study, where the regression coefficient was of 0,921 and correlation coefficient (R) was of 0,872. Notably, these two coefficients are of a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) which is outlined by test (T) which suggest that the studied sample of commercial banks uses creative accounting in the balance sheet at a low level.

Furthermore, the explanation of the regression model represented by the Coefficient of determination (R^2) was 0,761, which means a high rate of 76, 10% of changes in the Quality of Financial Information are explained by the Creative Accounting methods. The value test (F) estimated as 248.28 the significance level was (sig=0.00), lower than the intangible level (0, 05).

With such results, the sub-hypothesis: there is a statistical significant influence relationship at a trust level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in the balance sheet and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa- is accepted.

- **Third Sub-Hypothesis:** there is a statistical significant influence relationship at a trust level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in the cash flow list and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-.

Taking into consideration table 7 simple linear regression, it is clear that there is a positive statistical significant influence relationship between the Creative Accounting methods used in

The cash flow list and the Quality of Financial Information of the study, where the regression coefficient was of 0,922 and correlation coefficient (R) was of 0,912 notably these two coefficients are of a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) which is outlined by test (T) which

suggest that the study sample commercial banks use creative accounting in the cash flow list at a low level.

Furthermore, the explanation of the regression model represented by the Coefficient of determination (R^2) was 0,831 which means a high rate of 83.10% of changes in the Quality of Financial Information are because of the Creative Accounting methods. The value test (F) estimated as 384,14 the significance level was ($\text{sig}=0.00$), lower than the intangible level (0, 05).

With such results, the sub-hypothesis: there is a statistical significant influence relationship at a trust level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in the cash flow list and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies - Tebessa- is accepted.

- **Fourth Sub-Hypothesis:** there is a statistical significant influence relationship at a trust level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in equity and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies - Tebessa-.

Taking into consideration table 7 simple linear regression, it is clear that there is a positive statistical significant influence relationship between the Creative Accounting methods used in equity and the Quality of Financial Information of the study, where the regression coefficient was of 0,947 and correlation coefficient (R) was of 0,899 notably these two coefficients are of a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) which is outlined by test (T) which suggest that the study sample commercial banks use creative accounting in the equity list at a low level.

Furthermore, the explanation of the regression model represented by the Coefficient of determination (R^2) was 0,809 which means a high rate of 80.90% of changes in the Quality of Financial Information are because of the Creative Accounting methods. The value test (F) estimated as 329.364 the significance level was ($\text{sig}=0.00$), lower than the intangible level (0, 05).

With such results, the sub-hypothesis: there is a statistical significant influence relationship at a trust level of ($\alpha \leq 0.05$) between the Creative Accounting methods used in equity and the Quality of

Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa- is accepted.

It can be concluded from the pre-determined sub-hypotheses, that there is an impact relationship between creative accounting and the quality of financial information that is apparent on the financial statement level: the Outcome Calculating Schedule List, the balance sheet, the cash flow list and the equity list in the Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-.

4.3.section three: Main hypothesis testing

The hypothesis stating: "there is a statistical significant influence relationship at a trust level of ($\alpha \leq 0.05$) between Creative Accounting and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa-" has been tested and the obtained results are illustrated in the following table:

Table 8. Main Hypotheses Testing Results

Independent variable	dependent variable	fixed regression (a)	regression coefficient (B)	correlation coefficient (R)	Coefficient of determination (R ²)	value (T)	calculated value (F)	significance level(SIG)
creative accounting	quality of the financial information	1,862	0,930	0,893	0,797	17,482	305,62	0,000

Source: by the study researchers based on the Spss20 result analyses

Taking into consideration table 8 simple linear regression, it is clear that there is a statistical significant influence relationship between the Creative Accounting and the quality of financial information in the commercial banks of the study, where the regression coefficient was of 0,930 and correlation coefficient (R) was of 0,893 notably these two coefficients are of a significance level of ($\alpha \leq 0.05$) which is outlined by test (T) whereas, the explanation of the regression model represented by the Coefficient of determination (R²) was 0,797 which means a high rate of 70,50% of changes in the Quality of Financial Information are because of the Creative Accounting methods. The value test (F) illustrated that the regression model generally is statistically significant also, the significance level was

(sig=0.00), lower than the intangible level (0, 05). With such results, the main hypothesis: there is a statistical significant influence relationship at a trust level of ($\alpha \leq 0.05$) between Creative Accounting and the Quality of Financial Information of Algerian Public Bank Agencies -Tebessa- is accepted.

In conclusion, all of Pearson's coefficient and its statistical significance, a simple linear regression model, Coefficient of determination, and the probability value were used to test the study hypotheses, represented by the main hypothesis that there is statistical significance between creative accounting and the quality of financial information Algerian Public Bank Agencies -Tebessa- from the participants perspective, and the sub-hypotheses stating that there is statistical significance relationship between the creative accounting axes and the ones of and the quality of financial information.

5. conclusion

The creative accounting appearance was the result of the commercial banks' motives and orientations to use its methods for providing different financial information to its internal or external users for financial decisions rationalization. Furthermore, the quality of financial information attention becomes a necessity for it represents the commercial banks' financial picture, through which it becomes possible to understand carefully what happened in the past and to, actually, predict what is going to happen in the future according to the financial statements makers desires which is a fact that totally affect the quality of financial information.

6. Study Results

1. All of the theoretically circulating creative accounting methods are actually used in the study sample commercial banks.
2. The main hypothesis stating that creative accounting impacts the quality of financial information is proved right.
3. The First Sub-Hypothesis stating that the Creative Accounting methods used in the Outcome Calculating Schedule List affect the Quality of Financial Information is proved right.

4. The Second Sub-Hypothesis stating that the Creative Accounting methods used in the balance sheet affect the Quality of Financial Information is proved right.
5. The Third Sub-Hypothesis stating that the Creative Accounting methods used in the cash flow list affect the Quality of Financial Information is proved right.
6. The Fourth Sub-Hypothesis stating that the Creative Accounting methods used in equity affect the Quality of Financial Information is proved right.

7. Suggestions:

The most important suggestions of this study are:

1. Introducing and spreading the creative accounting concept
2. Promoting the concepts related to the quality of financial information of the commercial banks so that it would be clear for its users.
3. No personal bias policy when accounting estimates are made is regarded as one of the important motivations for the creative accounting methods use.
4. The necessity to provide the appropriate conditions to get financial information of high quality.
5. The necessity to be able to differentiate between creative accounting concept and the ones related to it.

8. Bibliography List:

- Houcine Fellih El Katish, Fares Jamil Houcine Essoufi. (2011). *Creative Accounting Methods Use In The Income And Financial Position Statements. Journal of Baghdad College of Economic sciences University, Iraq, 17(27), 367.*
- Gherai, D and Balaciu, D. (2011). *From Creative Accounting Practices And Enron Phenomenon to Current Financial Crisis. Annales Universitatis Apulensis Series economica., 13(01), 37.*
- Habesh Fares, Mannaa Ryma. (2018). *The impact of financial information on investment decision making in the Amman Stock Exchange. Journal of Financial, Accounting and Managerial studies(9), 631.*
- I Jeoma N.B. (PHD). (2014). *the effect of creative accounting on the Nigeria banking industry department of accountancy. journal of managerial studies and research, Nigeira, 02(10), 14.*
- Kieso, D. Weygandt, J. and Warfield, T. (2008) "Intermediate Accounting", 13 the edition, John Wiley & Sons Inc.p169.

- Muiead al Fadhel, Abd Nasser Nour. (2010). *Management Accounting'*. (S. edition, Éd.) Amman: Dar Al Massira For Publishing. .p413.
- Mulford, C.W. and Comiskey, E.E. (2002). *The financial numbers game: detecting creative accounting practices*. New York: Wiley, New York: Wiley. p13, 61.
- Kamel Abd el aziz el Nakib. (2004). *Introduction in the Accounting Theories*. Jordan: dar wael for publishing. p.15.
- Nicolaescu, C. and paneta, F. (2008). Ethics in Accounting. *Annals of Oradea University. Economics, Finances, Banks and Accountancy*, 3, p.1351.
- Sen, D. and Inanga, E. (2005). Creative Accounting in Bangladesh and Global Perspectives, Partners. *Partners' Conference*. The Netherlands: Maastricht School of Management. p. 77.
- Usurelu, V.I ; Marin (nedelcu), M ; Daneila (Andrei), AE, login, D, (2010). Usurelu, V.I ; Marin (nedelcu), M ; Daneila (Andrei), AE, login, D, accounting ethics- responsibility versus creativity . *annals of the university of Petrosian, economics*, 10(3), p.350.

The adoption of total quality management in Algerian economic institution -a case study el sewedy cables-

تبني إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية - دراسة حالة
مؤسسة السويدي للكابلات -

*Fatma Zohra Medani

University of Khemis miliana, Algeria,
fatma.zohra.medani@univ-dbkm.dz

wafa djebblahi

University of Khemis miliana, Algeria,
wafa.djebblahi@univ-dbkm.dz

Received:20/01/2023

Accepted:31/03/2023

.Published: 30/04/2023

Abstract :

The study aims to assess the role of total quality management in El sewedy Cables, and also aims to highlight the level of achievement of the dimensions of total quality management in El sewedy Cables. We also relied on the statistical analysis of the questionnaire data to test the hypotheses.

The study concluded that there is an application of total quality management principles in El sewedy Cables Corporation, but at varying levels.

Keywords: Total Quality Management; Continuous Improvement; Customer Focus; Full Participation.

JEL Classification Codes: L20; M10.

Résumé:

L'étude vise à évaluer le rôle de management par la qualité totale à El sewedy Câbles, et vise également à mettre en évidence le niveau de réalisation des dimensions de management par la qualité totale à El sewedy Câbles. Nous nous sommes également appuyés sur l'analyse statistique des données du questionnaire pour tester les hypothèses.

L'étude a conclu qu'il existe une application des principes de management par la qualité totale dans El sewedy Câbles, mais à des niveaux variables.

Mots clés : management par la qualité totale ; Amélioration continue; Orientation client; pleine participation.

JEL Classification Codes : L20; M10.

1. INTRODUCTION

The rapid change that the world is experiencing in various areas, especially in the economic field, is one of the challenges faced by institutions that require them to keep pace with this development in order to ensure continuity and survival, and they must also be flexible to respond quickly to these changes, and among the trends of these institutions to keep pace with the current development In the world is the adoption of total quality management, the latter is one of the modern management concepts known in our current era, because of the change and development that it adds to the working methods, organizational culture and the formation of an integrated work environment, but the success of any institution in the application of the concept of total quality management depends on the extent to which the necessary requirements are provided for its implementation. Invest and pay particular attention to the factors of their success and exclude all factors that hinder their success.

Therefore, we seek through this research paper to address the following problem:

To what extent are the dimensions of total quality management applied in El Sewedy Cables Corporation?

1.1. Assumptions

As a tentative answer to the sub-questions, we make the following null hypotheses:

- The first main hypothesis: El Sewedy Cables does not apply the dimensions of total quality management.
- The second main hypothesis: There are no statistically significant differences in the respondents' opinions on the application of the dimensions of total quality management in El Sewedy Cables Corporation, according to the difference of personal and functional variables. We divide this hypothesis into three sub-hypotheses as follows:
 - The first sub-hypothesis: There are no statistically significant differences in the respondents' opinions towards the application of total quality management in El Sewedy Cables Corporation according to the gender variable.
 - The second sub-hypothesis: There are no statistically significant differences in the respondents' opinions towards the application of total quality management in El Sewedy Cables Corporation according to the age variable.

- The first sub-hypothesis: There are no statistically significant differences in the respondents' opinions towards the application of total quality management in El Sewedy Cables Corporation according to the work experience variable.

1.2. The significance of the study

This study draws its importance from the reality of institutions in Algeria and the changes taking place in the world, which require institutions to move from traditional to modern management modes, in order to provide high quality products and services on the one hand and meet the aspirations of consumers on the other hand, which will ensure the survival of the organization And to continue.

1.3. Objectives of the study

The study aims to achieve a number of objectives, which we can summarize in the following points:

- To provide an intellectual and theoretical presentation of total quality management.
- To clarify the possibility of applying the dimensions of Total Quality Management in Algerian establishments through the case of El Sewedy -Cables Enterprise.
- Present a number of proposals and recommendations to improve the status of the Algerian institution.

1.4. RESEARCH METHODOLOGY

The researchers used an analytical a scientific, descriptive approach which is that corresponds to the nature of the research.

1.5. STUDY DIVISIONS:

The research paper was divided into:

- A theoretical review on total quality management.
- Results presentation and analysis of the field study.
- Hypothesis test.

2. Literature Review

2.1. Total Quality Management Concept:

TQM is defined as "creation of a remarkable culture in performance, where all the organization's individuals are continuously working to achieve the consumer's expectations; and the work performance with the achievement of the quality at the best possible level, or with high effectiveness, and at the shortest possible time (Faisa A. Al-Bourini, 2013, p. 96).

2.2. Total Quality Pillars

The basic pillars of the total quality are of vital importance within the practical application framework in the different working human organizations. These pillars may refer to the basic facts that must be relied upon when we start use this method to be applied in the different organizations.

a. Continuous Improvement: Continuous improvement is accomplished by placing emphasis on the processes by which quality improvements are achieved. In a typical organization, there are interrelated processes: design, manufacturing, marketing and customer service. Improvement made on a particular process will lead to the overall improvement of the organization and every employee and department is responsible for quality. Process improvement becomes an exercise in optimizing effectiveness and efficiency while improving process control and strengthening internal mechanisms for responding to changing customer demands (Hassan, 2011, p. 1652).

b. Customer Focus: Organizations depend on their customers and therefore should understand current and future customer needs, should meet customer requirements and strive to exceed customer expectations. (Ali Saleh Ahmad Mohammed, 2013, p. 329)

The main advantages of applying this principle are:

- Ensuring customer loyalty leading to repeat the work successfully.
- Ensure the achievement of organization goals.
- Measuring customer satisfaction and expectations.
- Organizing the relationship of called people with the World Islamic Call Society.

c. Management by Facts: Effective decisions are based on the analysis of data and information in order to provide accurate information to decision makers inside the World, whereas the providing of accurate information about the daily activities inside the Society in general and the performance of personnel in particular is very important for decision making by the senior management.

The main advantages in applying this principle: (Ali Saleh Ahmad Mohammed, 2013, p. 325)

- Precise decisions.
- Increased ability to demonstrate the effectiveness of previous decisions.

- Increased ability to review, challenge and change opinions and decisions.

- Ensure that the data and information accurate and reliable.

d. Full Participation: Focus on human resource development through training workers by acquiring technical skills to achieve quality performance they have, and training in order to increase their awareness of the quality and relevance. Serve on the principle of full participation by those working in the organization in order to benefit from their expertise, and removing barriers between them, and their participation in identifying problems, analyzing and providing solutions to address them, quality is to start from their inside. Providing the right climate for workers, and encouraging them to cooperate and the formation of teams and teamwork, and to the principle of cooperation on the principle of competition, so that all employees feel that the organization belongs to all, and all of them are responsible to make a change. (Mahmoud Mohamed Ali, 2017, p. 43)

E. Focus On Results and Processes: Providing the information and feedback system are very important and necessary for the requirements of the TQM, as they are the most meaningful factors to achieve the success of the organization, especially the existence of the quality important standards, specifications and criteria, which are of vital effect in achieving the objectives. Right decision taking is closely tied to the availability of the correct data and information which the targeted success requires. Furthermore, the continuity of improvement and development is effectively coupled to the information flow and effective retrieval systems. (Faisa A. Al-Bourini, 2013, p. 120)

3- RESULTS AND DISCUSSION

Through this topic, we will present and analyze the results of the field study, where we relied on the SPSS statistical standards, through which we will analyze the personal and functional characteristics, then we will move on to the description of the study variables represented in the principles of total quality management.

3.1. RESEARCH METHODOLOGY AND PROCEDURES

a. Population And Study Sample:

El sewedy Cables Corporation, located in the province of Ain Defla, Algeria was chosen to be the field study, and the population and

study sample represent all executives of El sewedy Cables, at their different levels.

We distributed 81 questionnaires and left enough time to answer them, we waited about 20 days to retrieve the questionnaires, On which there were 79 questionnaires out of 81 questionnaires distributed, we lost 2 forms, and after examining the recovered forms, we found 78 valid forms for analysis and we excluded one form.

b. Reserch Methodology:

We used the questionnaire as a basic tool to collect the data to be obtained on the subject of the study, where the questionnaire was divided into three axes, which we will explain in the following:

The first axis

Includes general information about the employee who will answer the questionnaire, and this information includes the following: gender, age and professional experience.

The second axis

Contains phrases related to total quality management.

The study relied on the Likert pentaton scale, which included five grades according to the following (Strongly Disagree, Disagree, Neutral, Agree, Strongly Agree), and we explain it through the following table:

Table 01: Illustrates the Likert scale

axes	answers	Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree
	Coefficient	1	2	3	4	5

Source: analyzed by the authors

Starting from the previous table, we divide (100/5) we get (20%), and subtract (0,2) from (1) we get (0,8) which represents the length of the range for each category, so we get five rankings for the arithmetic mean index which we show in the following table:

Table 02: classification of the degree of indicators for the arithmetic mean

average	1-1.79	1.80-2.59	2.60-3.39	3.40-4.19	4.20-5
indicator	very weak	low	average	high	very high

Source: analyzed by the authors

c. VALIDATE THE STUDY TOOL

Before performing various statistical analysis, we must ensure that the obtained data follows the normal distribution, in addition to assess the internal consistency and consistency of the study tool.

- **Experts Validity:** the researchers presented the questionnaire to a group of specialists in the field to give their opinion on it. The researchers took the comments of the specialist and performed the necessary modification needed, and thus questionnaire was finalized.

- **Normal Distribution Test:** We performed the Kolmogorov-Smirnov test to make sure that the obtained data follows the normal distribution, and we got the following results, which are shown in the following table:

Table 3: test of the normal distribution of data

Axis	Sig
total quality management	0.085

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

Table n ° (03) shows that the probability value of all the study axes was greater than the assumed significance level 0.05, so we conclude that the study data follows the normal distribution, and this is what allows us to do various tests.

- Internal Consistency:

In order to ensure the correlation between the different study sentences and the axes to which they belong, we will calculate the Pearson correlation coefficient, and we will present the results through the following table:

Table 4:Correlation coefficients between the sentences of total quality management and its axis

continuous improvement		customer focus		full participation		focus on results and processes		zero error		management by facts	
Q	P.C	Q	P.C	Q	P.C	Q	P.C	Q	P.C	Q	P.C
1	0.86	5	0.73	11	0.71	16	0.86	21	0.52	26	0.60
2	0.83	6	0.78	12	0.69	17	0.83	22	0.65	27	0.90
3	0.91	7	0.81	13	0.81	18	0.91	23	0.89	28	0.87
4	0.84	8	0.84	14	0.86	19	0.84	24	0.76	29	0.85
		9	0.78					20	0.69		
		10	0.83								

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

Q: Number of question

P.C: Pearson correlation coefficient

We notice through the table n ° (04) which represents the correlation coefficients between the dimensions and the axis to which they belong, the lowest Coefficient of 0.528 for Enterprise examines the final products before presenting them to customers, while the highest estimated average is 0.912 for Senior management works to continuously improve working conditions within the organization, which affects employee performance and product quality

Table 5: The value of the Alpha Kronbach coefficient

Axis	Number of questions	Alpha Kronbach coefficient
total quality management	30	0.945
continuous improvement	04	0.859
customer focus	06	0.880
full participation	05	0.834
focus on results and processes	05	0.826
zero error	05	0.759
management by facts	05	0.891

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

In the table above, we note that the Alpha Kronbach coefficients are high and approach, because we recorded the highest value of coefficients for the dimension of management by facts with a value of (0.891), and the lowest for the dimension of zero error with a value of (0.759), and these are good coefficients which indicate the stability and the validity of the study tool.

3.2. SAMPLE CHARACTERISTICS

We present the characteristics of the sample in order to give it a clear picture. Here are the demographic and professional data of the personnel interviewed: Age; gender; and experience;

a. GENDER

We will present the distribution of the study sample by sex, through the following table:

Table 6: Gender distribution of respondents

Category	Effective	Percentage
Men	56	71.8%
Women	22	28.2%
Total	78	100%

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

In the previous table, we note that the majority of the study sample represents the male category, the number of which reaches 55 men, which is equivalent to 71.8%, while the number of women is 22 women, or 28.2%.

b. AGE

We will present the distribution of the study sample according to age, through the following table:

Table7: age distribution of respondents

Category	Effective	percentage
Age 20 -29	9	11.5%
Age 30-39	52	66.7%
Age 40-49	17	21.8%
Total	78	100%

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

The first category (20 to 29 years old) represents 11.5% of respondents being the least important, the second category (30 to 39 years old) represents 66.7% of respondents thus representing the most important category, the third category (40 to 49 years old) represents about 21.8% of the population. The age group of 50 and over is not on the table due to the absence of respondents belonging to this age group.

c. THE EXPERIENCE

We will present the distribution of the study sample according to experience, through the following table:

Table 8: distribution of respondents by experience

Category	Impactive	Percentage
From 0 to 1 year old	7	9%
From 1 to 5 years	28	35.9%
From 6 to 10 years old	20	25.6%
Over 10 years	23	29.5%
Total	78	100%

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

The category of less than 1 year experience represents a rate of 9%, the category of 6- 10 years has acquired a rate of 25.6%, the category of 1-5 years occupies the first place with a rate of 35.9%, and finally the category with more than 10 years of experience acquired a rate of 29.5%.

3.3 THE CHARACTERISTICS OF THE VARIABLES

Through this requirement, we will describe the study variables, which are continuous improvement and organizational excellence, using some statistical methods such as arithmetic mean and standard

deviation, in order to identify the attitudes of respondents regarding the terms mentioned in the questionnaire, we will show through the following table the mean and the standard deviation for each statement included in this principle

a. Continuous Improvement

Table 9: Arithmetic means and Std. deviation paragraphs of continuous improvement

The sentences	mean	Std. deviation
The organization relies on new systems and methods to improve products.	4.42	0.655
Enterprise is always striving to improve its production processes to comply with the principles of total quality management.	4.38	0.586
Senior management works to continuously improve working conditions within the organization, which affects employee performance and product quality.	4.27	0.607
The facility encourages employees to take initiative and participate in improving product quality.	4.03	1.032
continuous improvement	4.27	0.635

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

In Table 09 we note that the average of all dimensions of continuous improvement is known as high degree of acceptance, we recorded the highest arithmetic mean of the organization relies on new systems and methods to improve products of (4.42) and a standard deviation of (0.655), while the lowest mean of The facility encourages employees to take initiative and participate in improving product quality was a mean of (4.03) and a std-deviation of (1.032).

b. Customer Focus

Table 10: Arithmetic means and Std. deviation paragraphs of customer focus

The sentences	mean	Std. deviation
Enterprise is constantly working to identify the needs and desires of customers.	4.23	0.882
Enterprise constantly monitors customer complaints and offers appropriate solutions.	4.22	0.595
Enterprise is interested in achieving ongoing customer satisfaction and even exceeding their expectations.	4.21	0.745
The organization provides explanatory instructions to customers for the use of any new technology it adopts.	4.12	0.644
There is communication between employees	4.09	0.856

and customers to identify and anticipate correct customer needs.		
Customers feel confident and honest when dealing with the company.	4.04	0.780
customer focus	4.14	0.599

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

In Table 10 we note that the average of all dimensions of customer focus is known as high degree of acceptance, we recorded the highest arithmetic mean of Enterprise is constantly working to identify the needs and desires of customers of(4.21) and a standard deviation of (0.559), while the lowest mean of Customers feel confident and honest when dealing with the company was a mean of (4.04) and a std- deviation of (0.780).

c. Full Participation

Table 11: Arithmetic means and Std. deviation paragraphs of full participation

The sentences	mean	Std. deviation
There are work teams in the organization involved in solving problems that arise during work.	3.92	0.834
Workers participate in making the decisions necessary for improvement, opening the way for their ideas and suggestions to be heard	3.82	0.990
The facility's management encourages and motivates workers when they perform well, giving them various rewards.	3.91	1.142
The organization's management invests in employees' ideas and encourages them to present them.	3.85	1.033
Employees have the power to change the way they do their jobs.	3.59	0.904
full participation	3.81	0.764

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

In Table 11 we note that the average of all dimensions of full participation is known as high degree of acceptance, we recorded the highest arithmetic mean of There are work teams in the organization involved in solving problems that arise during work of (3.92) and a standard deviation of (0.834), while the lowest mean of the the Employees have the power to change the way they do their jobs of (3.59) and a standard deviation of (0.904)

d. Focus On Results and Processes

Table 12: Arithmetic means and Std. deviation paragraphs of focus on results and processes

The sentences	mean	Std. deviation
Quality is measured in all departments of the organization.	3.83	1.133
The institution works on the development of regulations and instructions for the operations carried out by the employees.	4.10	0.891
The good performance of the workers is linked to the improvement that occurs in the processes.	4.18	0.752
Procedures for each process are defined and deviations are identified in each process.	4.00	0.773
Enterprise works to improve the production systems responsible for the production of goods and services.	4.01	0.730
focus on results and processes	4.02	0.667

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

In Table 12 we note that the average of all dimensions of focus on results and processes is known as high degree of acceptance, we recorded the highest arithmetic mean of The good performance of the workers is linked to the improvement that occurs in the processes of (4.18) and a standard deviation of (0.752), while the lowest mean of Quality is measured in all departments of the organization was a mean of (3.83) and a std- deviation of (1.133).

e. Zero Error

Table 13: Arithmetic means and Std. deviation paragraphs of zero error

The sentences	mean	Std. deviation
Enterprise examines the final products before presenting them to customers.	4.37	0.537
The Foundation focuses on the disposal of all types of waste.	4.14	0.575
The organization sets criteria for selecting suppliers based on the quality of their materials.	4.03	0.925
Enterprise trains and educates workers to produce defect-free products.	4.15	0.685
The organization relies on practical measures to avoid damage during the production process.	4.15	0.823
zero error	4.16	0.5168

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

In Table 13 we note that the average of all dimensions of zero error is known as high degree of acceptance, we recorded the highest arithmetic mean of the Enterprise examines the final products before presenting them to customers of (4.37) and a standard deviation of (0.537), while the lowest mean of The organization sets criteria for selecting suppliers based on the quality of their materials was a mean of (4.03) and a std- deviation of (0.925).

f. Management by Facts

Table14: Arithmetic means and Std. deviation paragraphs of management by facts.

The sentences	mean	Std. deviation
The organization relies on past results to make decisions.	4.28	0.682
The organization relies on the information system to make decisions.	4.15	0.823
The information system influences the execution of tasks with the required speed and quality.	4.21	0.843
The organization has clear standards by which it determines product quality.	4.38	0.793
The organization cares about customer reaction to products and works to improve them.	4.19	0.869
management by facts	4.16	0.671

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

In Table 14 we note that the average of all the sentences of management by facts

is known a very high degree of acceptance, because we have recorded the highest mean for the sentence that The organization has clear standards by which it determines product quality with a mean of (4.38) and a standard deviation of (0.793), While the paragraph The organization relies on the information system to make decisions has shown the lowest mean of (4.19) and standard deviation of (0.869).

4. HYPOTHESIS TEST

Through this section, we will present the test of the study hypotheses, which are represented by two main hypotheses, in

addition to three sub-hypotheses linked to the second main hypothesis.

4.1. THE FIRST HYPOTHESIS: In order to test this hypothesis, we will rely on at-teste to test Total Quality Management dimension application in el sewedycables

Table 15: Results of T-TESTE

Model	t	mean	Std. deviation	Sig.
Total Quality Management	71.079	4.1094	0.51065	0.000

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

In Table 15, we note that the calculated value of mean estimated at (4.1094), as that the calculated value (T) was (71.079), and that the significance level which is (0.000), Looking at the previous results we have, the sig is lower than the assumed significance level which is (0.05), which allows to reject the null hypothesis H0 and this means that the hypothesis H1 is confirmed, then we can say that El sewedyCables Corporation applies total quality management dimensions.

4.2. THE SECOND HYPOTHESIS:

We have divided this hypothesis into three sub-hypotheses, where each sub-hypothesis is related to a gender or age and the experience variable, and they are as follows:

a. SECONDARY HYPOTHESIS N°01:

In order to test this hypothesis, we will rely on INDEPENDENT-SAMPLES-T-TESTE to test the opinions differences the study sample according to the gender criterion about Total Quality Management dimension application in el sewedy cables.

Table 16:Results of the INDEPENDENT- SAMPLES-T-TESTE

Model	Category	effective	mean	Std. deviation	T	sig
TQM	Men	22	4.342	0.4065	0.284	0.595
	Women	56	4.017	0.5206		

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

It is clear from Table 16, that the calculated value of (T) amounts to (0.284), in addition to the fact that the significance level is (0.595), Looking at the previous results we have, the sig is greater than the assumed significance level which is (0.05), which allows to accept the null hypothesis H0, then we can say that there are no statistically significant differences in the respondent’s opinions towards the application of total quality management in El sewedyCables Corporation according to the gender variable.

b. SECONDARY HYPOTHESIS N ° 02:

In order to test this hypothesis, we will rely on ONE WAY ANOVA to test the opinions differences the study sample according to the age criterion about Total Quality Management dimension application in el sewedycables.

Table 17:Results of the ONE WAY ANOVA

Model	Category	effective	Mean	Std. deviation	F	SIG
TQM	20-29 age	09	4.122	0.752	0.007	0.993
	30-39 age	52	4.110	0.504		
	40-49 age	17	4.098	0.398		
	total	78	4.109	0.510		

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results

In Table 17, we note that the calculated value of (F) estimated at (0.007), and that the significance level which is (0.993) is greater than the significance level assumed at (0.05).

Looking at the previous results we have, the sig is greater than the supposed significance level which is (0.05), which allows to reject the hypothesis H1 and This means that the null hypothesis H0is confirmed, then we can say that there are no statistically significant differences in the respondent’s opinions towards the application of total quality management in El sewedy Cables Corporation according to the age variable

C. SECONDARY HYPOTHESIS N ° 03:

In order to test this hypothesis, we will rely on ONE WAY ANOVA to test the opinions differences the study sample according to the experience criterion about Total Quality Management dimension application in el sewedy cables.

Table 18: Results of the ONE WAY ANOVA

Model	Category	effective	mean	Std. deviation	F	SIG
TQM	From 0 to 1 year old	7	4.2714	0.42965	7.402	0.000
	From 1 to 5 years	28	4.2976	0.51743		
	From 6 to 10 years old	20	3.7017	0.40007		
	Over 10 years	23	4.1855	0.42980		
	Total	78	4.19094	0.51061		

Source: analyzed by the authors from SPSS / 22 results.

It is clear from Table 18 that the calculated value of (F) amounts to (7.402), in addition to the fact that the significance level is (0.000) and that it is below the assumed significance level which is (0.05). Looking at the previous results we have, the sig is lower than the supposed significance level which is (0.05), which allows to reject the null hypothesis H0 and this means that the hypothesis H1 is confirmed, then we can say that there are statistically significant differences in the respondent's opinions towards the application of total quality management in El sewedy Cables Corporation according to the experience variable.

5. Conclusion:

Total quality management is a modern management philosophy that aims to establish quality controls and concepts in institutions, performing accurate and competent work, to avoid wasting the various resources of the institution, as well as to achieve customer satisfaction in addition to achieving the objectives of the institution of general survival and continuity.

Through the field study that we have done At the level of El sewedy Cables Corporation, we have arrived at a number of results, including the following:

- El sewedy Cables applies the dimensions of total quality management, but at different levels, as we noticed that it focuses on applying two dimensions more than the other dimensions, namely the principle of continuous improvement and the principle of customer orientation.

- Through the study, we recorded the highest average of continuous improvement at 4.27, while after full participation, the lowest average of 3.81 was known.
- El sewedy Foundation applies the principles of total quality management, which negates the validity of the first main hypothesis.
- There are no statistically significant differences at the level of significance ($0.05 < \alpha$) in the level of application of total quality management due to the variables (gender, age), which confirms the validity of the first and second sub-hypothesis that is derived from the second main hypothesis.
- There are statistically significant differences at the level of significance ($\alpha < 0.05$) in the level of implementation of total quality management due to the variable (work experience) in El sewedy Cables Corporation, which negates the validity of the third sub - hypothesis, the main hypothesis.

Based on the results obtained, we propose some recommendations, which we summarize as follows:

- Strengthen the application of the principle of continuous improvement by encouraging employees to take initiatives and participate in decision making.
- Reinforce the customer's interest by meeting their requirements and desires, making customers feel confident and honest when dealing.
- The organization must emphasize the human resource, through the dimension of full participation, involving them in the decision-making process, and giving employees the authority to change the way they do their work.
- Increase the focus on operations and results by measuring quality in all departments of the organization and adjusting procedures for each process.
- Pay more attention to the zero error dimensions, by setting clear and good criteria for supplier selection.
- Relying more on the management dimension with facts, adopting a special information system that helps in decision making.

6. References

- Ali Saleh Ahmad Mohammed, S. R. (2013). The principles of Total Quality Management System in World. Islamic Call Society, Procedia - Social and Behavioral Sciences.
- Faisa A. Al-Bourini, G. M.-A.-M. (2013). Organizational Culture and Total Quality Management , International Journal of Business and Management.
- Hassan, A. A. (2011). enhancing production performance and customer performance through total quality management (tqm): strategies for competitive advantage. Procedia Social and Behavioral Sciences.
- Mahmoud Mohamed Ali, D. K.-K. (2017). The Principles And Foundations Of TQM In Various Organizations And Institutions Management. International Journal Of Scientific & Technology Research.
- Qin, S., Duan, X., & Fatehallah. (2022). Evaluation of Total Quality Management in Turkish Pharmaceutical Companies: A Case Study. Sustainability.

Political stability, Financial Crises and the Finance-Growth Nexus: Evidence from MENA Region

الاستقرار السياسي، تطور القطاع المالي والنمو الاقتصادي: دراسة تطبيقية على
منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

Kaouthar Gazdar*

*College of Islamic Economics and Finance- (Umm Al -Qura University- KSA)
Faculty of Economic Sciences and Management of Sousse (University of Sousse,
Tunisia)*

ktgazdar@uqu.edu.sa

Received:27/01/2023

Accepted:18/03/2023

Published: 30/04/2023

Abstract :We re-examine the relationship between financial development and economic growth in MENA region. In particular, this paper investigates empirically the extent to which the finance-growth relationship is influenced by political stability and financial crises. To this end, two linear models with interaction terms are estimated. Based on the estimation of the empirical model with linear interaction between financial development and political stability, our findings show that political stability appears a significant determinant of the finance-growth relationship. In fact, the results show that finance has a negative effect on economic growth; however political stability mitigates the negative effect of financial development on economic growth. The interaction of financial development and financial crises does not appear strongly significant, which imply that financial crises do not appear relevant in the determination of the finance-growth relationship in MENA

Key words: Financial development, financial crises, political stability, economic growth, MENA region

JEL classification : E02, E44, G01, K1, O43

Résumé:Nous réexaminons la relation entre le développement financier et la croissance économique dans la région MENA. En particulier, cet article étudie empiriquement dans quelle mesure la relation finance-croissance est influencée par la stabilité politique et les crises financières. À cette fin, deux modèles linéaires avec des termes d'interaction sont estimés. Sur la base de l'estimation du modèle empirique avec interaction linéaire entre développement financier et stabilité politique, nos résultats montrent que la stabilité politique apparaît comme un déterminant significatif de la relation finance-croissance. En fait, les résultats montrent que la finance a un effet négatif sur la croissance économique ; cependant la stabilité politique atténue l'effet négatif du développement financier sur la croissance économique. L'interaction du développement financier et des crises financières n'apparaît pas fortement significative, ce qui implique que les crises financières n'apparaissent pas pertinentes dans la détermination de la relation finance-croissance dans la région MENA

Mots clés : Développement financier, crises financières, stabilité politique, croissance économique, région MENA.

JEL classification:E02. E44. G01. K1. O43

*Corresponding author

1. Introduction

Why do countries grow at various rates has been the central issue in economic growth that has interested experts. Regarding this issue, a significant body of literature has given particular focus to the financial system's function in the growth process. On the theoretical front, a significant body of models (McKinnon (1973), Shaw (1973), Pagano (1993), King and Levine (1993a), King and Levine (1993b)) describe the mechanisms through which the financial system affects economic growth. Their findings are in agreement with the Schumpeter's theory, which highlights the beneficial influence of financial development on economic growth. However, Robinson (1952) offers a skeptic stance, stating that where entrepreneurship leads, finance follows, and highlighting the fact that financial development comes after economic growth.

The purpose of our paper is to examine the finance growth relationship in a sample of 10 Middle East and North African (MENA) countries over the period of 1997-2020. Specifically, we try to investigate the effect of political risk and financial crises on the finance-growth relationship in MENA region. This is a worthwhile question because the region as a whole experienced the weakest real per capita growth performance among all regions in the world (Bhattacharya and Wolde (2010)). Moreover, Ben Naceur and Ghazouani (2007) argue that while MENA countries have embarked since the mid-1980 on to financial reforms, financial development has not contributed to economic development in this region.

Based on these considerations, this paper revisits the finance-growth nexus effect of financial development on economic growth in MENA region. Our work extends the previous studies by trying to give an explanation to the weak effect of financial deepening on economic growth in MENA region. Specifically, we aim to examine whether the finance-growth nexus in MENA region is affected by political risk and financial crises.

The structure of this study is as follows. Section 2 provides a review of both theoretical and empirical studies on the relationship between financial development and economic growth. Section 3 describes the dataset. Section 4 explains the empirical methodology and the main

results discussions. Finally, section 5 offers some conclusions and policy implications.

2. Literature revue

The theoretical underpinnings of the relationship between financial development and economic growth can be traced back to the work of Schumpeter (1934)] and more recently to McKinnon (1973) and Shaw (1973) school. The main policy implication of the McKinnon-Shaw thesis is that a developed financial system which can be the result of financial liberalization, will promote economic growth. Similar conclusions are also reached by the early endogenous growth models. These models suggest that financial intermediation has a positive effect on economic growth.

Empirical studies on the finance growth relationship come back to the seminal contribution of Goldsmith (1969) . Considering a sample of 35 countries over the period 1860 to 1963 the results of OLS regressions show that there is a clear relationship between financial development and economic growth. In 1993 King and Levine have developed two empirical studies examining the finance growth relationship. Both the King and Levine (1993a) and King and Levine (1993 b) findings provide evidence that financial development promote economic growth.

Besides the impact of banking sector on economic growth, several studies have examined the effect of stock markets development on economic growth. Considering the OLS method of estimation for a sample of 94 countries over the period of 1960-1985 Atje and Jovanic (1993) find that while stock market has a positive effect on economic growth banking sector does not appear an engine of economic growth. In some line, Levine and Zervos (1998) have examined the effect of banking sector and stock market on economic growth in a sample of 49 countries for the period of 1960-1989. The Levine and Zervos (1998) results show that the initial levels of both stock market liquidity and banking sector development predict future rates of growth.

Levine (1997) examine whether the cross-country variations in the exogenous component of banking sector development explain cross-country variations in the rate of economic development. Considering the legal determinants of banking development as instrumental variables for banking sector development indicator Levine (1997) pro-vides empirical evidence that the exogenous component of banking development affects positively economic growth. These results are supported by Levine et al. (2000).

To account explicitly for biases induced by the inclusion of the lagged dependent variable and to control for the potential endogeneity of all explanatory variables a stand of studies has considered the Generalized Method-of-Moments (GMM) estimators (Levine (1999), Rousseau and Wachtel (2000), Beck et al; (2000), Levine et al; (2000). Their findings confirm the positive effect of financial development on economic growth. In the same line, Beck and Levine (2004) have applied the recent dynamic panel techniques "system estimator" to examine the effect of financial sector and stock market. Their findings show that stock markets and banks affect positively and significantly economic growth. In more recent study, Guru and Yadav (2019) have considered the generalized method of moment system estimation (SYS-GMM), to investigate the relationship between financial development and growth in five emerging economies. Their results show that banking sector development and stock market development indicators are complementary to each other in stimulating economic growth.

Considering the advanced dynamic common correlated estimator (DCCE) and a panel Granger-causality test for a sample of 22 emerging countries over the period of 1980-2020, Nguyen and al. (2021) provide empirical evidence that financial development affect economic growth positively. Besides they have provided empirical evidence that there is a solid bidirectional Granger causality between financial development and economic growth.

Other studies have interested to the non-linear relationship between financial and economic development. Applying a threshold regression model to King and Levine's (1993b) dataset which covers 119 countries over the period 1960-1989 Deidda and Fattouh (2002) [23] provide evidence consistent with the non-monotonic finance-growth relationship.

An important stand of literature has examined the conditional finance- growth relationship. In this vein, Rousseau and Wachtel (2000) have analyzed the effect of inflation on the finance growth nexus. Their findings show that there is an inflation thresh-old beyond which for the finance financial deepening ceases to increase economic growth. Demetriades and Law (2006) have investigated how the level of institutional quality can affect the finance-growth relationship. Their results show that when the financial system is embedded within a sound institutional framework, more finance can generate a significant benefit in economic growth. In more recent study, Abaidoo and Agyapong (2022) have examined how institutional quality influences variability in financial development

among economies in Sub-Saharan Africa (SSA). Their results provide evidence that institutional quality enhances the pace of financial development among economies in the sub-region.

Studies examining the relationship between financial sector development and economic growth in MENA region include those by Ben Naceur and al. (2007), Kar et al.(2011) and Hamadi and Bassil (2015). Using a sample of 11 MENA countries over the period 1979-2003, Ben Naceur and al.(2007) find that both banking and stock market development are unimportant or even harmful for economic growth in the MENA region. Kar et al. (2011) findings show that there is no clear consensus on the direction of causality between financial development and economic growth. In recent study, Hamadi and Bassil (2015) investigates the impact of stock markets and banks on economic growth in 13 MENA countries over the period of 1988- 2009. Hamadi and Bassil (2015) results show that financial system can promote growth only during periods of stability.

The present study attempts to extend the existing literature by examining the role of political risk and financial crises on the effect of financial development on economic growth which has not been investigated previously for MENA region...

3. Econometric Model and Data

The approach taken in this paper is to model the impact of financial development on economic growth in MENA region. Our initial intention was to cover all countries in the MENA region, but given the availability of the data the sample included are only 10 MENA countries (Algeria, Bahrain, Egypt, Iran, Jordan, Malta, Morocco, Saudi Arabia, Syrian, and Tunisia) over the period of 1997-2020. Annual data for financial and control variables are taken from the World bank database (2022)

3.1. Econometric Model

The starting point for our analysis, has the form

$$GROWTH_{it} = \alpha_i + \beta_0 FD_{it} + \gamma Z_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Where $GROWTH_{it}$ refers to the growth of real per capita GDP in the i th country for some time-period, which is our measure of economic growth. FD_{it} includes variables that measure financial development, Z_{it} represents a matrix of control variables, α_i is an

unobserved country specific effect, and ε_{it} is the error term of each observation.

An empirical specification that allows one to test that the effect of financial development on economic growth depend up on political stability is a slight variant of equation 1 in which we introduce interaction terms between the political risk variable and financial development indicators (FD* POLRISK):

$$GROWTH_{it} = \alpha_i + \beta_0 FD_{it} + \beta_1 (FD_{it} * POLRISK_{it}) + \gamma Z_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Our conditional hypotheses center around the coefficients β_0 and β_1 . Four possibilities are created. They are:

If $\beta_0 > 0$ and $\beta_1 > 0$, financial development has a positive impact on economic growth, and the level of political stability favorably affect that positive impact.

If $\beta_0 > 0$ and $\beta_1 < 0$, financial development has a positive impact on economic growth, and the level of political stability adversely affect that positive impact (political risk lessens this positive effect).

If $\beta_0 < 0$ and $\beta_1 > 0$, financial development has a negative impact on economic growth, and the level of political stability mitigates the negative effect of financial development.

If $\beta_0 < 0$ and $\beta_1 < 0$, financial development has a negative impact on economic growth, and the level of political risk aggravate the negative effect of financial development.

To examine the incidence of financial crises on the finance-growth nexus, an interaction terms between financial development variables and dummies for crises periods is introduced in equation (1):

$$GROWTH_{it} = \alpha_i + \beta_0 FD_{it} + \beta_1 (FD_{it} * CRISES_{it}) + \gamma Z_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

3.2. The data

a. Data on financial development

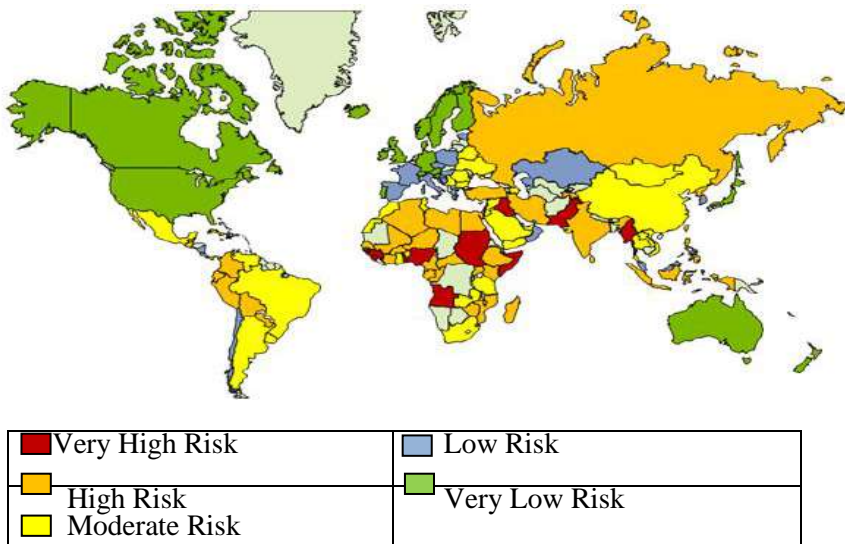
We consider four indicators for financial development: (i) private credit (CRED) equals banking institution credit to private sector as a percent of GDP. It is considered an indicator for financial intermediaries' activity (Demirgüç-Kunt and Levine 1999) (ii) liquid liabilities (LIABILITIES) is the ratio of liquid liabilities of the financial system (currency plus demand and interest-bearing liabilities of banks and non-bank financial intermediaries) divided by GDP. It is a general indicator for the size of financial intermediaries

relative to the size of the economy; (iii) bank assets (ASSETS) equals the ratio of the total assets of deposit money banks divided by GDP, it provides a measure of the overall size of banking sector; and (iv) based on principal component analysis (PCA) we have determined an index of financial development (FDINDEX) that aggregates the information contained in the individual indicators. The financial indicators are extracted from the Global Development Finance (World Bank 2022).

b. The political stability indicator:

To measure political stability, we consider the political risk variable which is extracted from ICRG data base. The aim of the political risk rating is to provide a means of assessing the political stability of the countries covered by ICRG on a comparable basis. In every case the lower the risk point total, the higher the risk, and the higher the risk point total the lower the risk. This index is ranked from 0.0% to 100% where a political risk rating of 0.0% to 49.9% indicates a Very High Risk; 50.0% to 59.9% High Risk; 60.0% to 69.9% Moderate Risk; 70.0% to 79.9% Low Risk; and 80.0% or more Very Low Risk. Of the 16 countries of our sample :(i) 1 Country is ranked as a country with high risk, (ii) 8 countries are characterized by moderate political risk, (iii) 6 countries are ranked as to have a high risk, and (iv) 1 country has a very low risk. As shown from Map1, MENA region can be classified among the more instable region.

Map1: Political Risk among the World (data adopted from ICRG database



c. Financial Crises data

We use the updated IMF crisis database (Leaven and Valencia, 2018) to construct a dummy for financial (banking and currency) crises. Table (1) shows the number of countries in crises at any time during each 4-year period.

Table 1: Number of Sample Countries in Financial Crises during 4-Year Periods, 1997-2020

	1997-2000	2001-2004	2005-2008	2009-2012	2013-2016	2017-2020
Banking Crisis	0	0	0	0	0	0
Currency Crisis	1 (Iran)	1 (Iran)	1 (Libya)	1 (Sudan)	2 (Egypt, Iran)	0

d. Data on other variables

To control for other potential determinants of economic growth in our regression, we consider the most used variables in the empirical growth theory: (i) Initial Level of Development (IIC) equal the logarithm of initial income per capita, which will provide evidence of any convergence effects, (ii) Trade Openness (TO), our proxy for trade openness is the ratio of the sum of exports and imports over GDP. (iii) Government Consumption (GC), is measured by the ratio of government consumption to GDP, (iv) Secondary School enrolments (SSCE) which is an indicator of human capital development, (vii) Inflation (INF), it is included as indicator of macroeconomic stability. All the control variables are extracted from the World development indicators 2022 (World bank database).

4. Empirical Results

We use the GMM estimators developed for dynamic panel data for a sample of 10 MENA countries over the period of 1997-2020. Tables 4,5 and 6 present equations with a four-year average data estimated using the Blundell and Bond (1998) dynamic panel data estimation technique, i.e., two-step system GMM estimations. In fact, we use four-year average data to prevent any biased estimates and to abstract from the business cycle phenomena. This transformation entails that four-year data for all countries exist (1997-2000, 2001-2004, 2005-2008, 2009-2012, 2013-2016, 2017-2020) which make for six non-overlapping periods. The summary

statistics and correlation matrix are reported in Tables 2 and 3 respectively.

The GMM system regressions satisfy both the Sargan test of over-identifying restrictions and the serial correlation test. In all our model specifications, the Hansen test cannot reject the null hypothesis that our instruments are valid. Moreover, the AR2 test fails to reject the null hypothesis that there is no second order autocorrelation in the differentiated residuals.

Table 2 : SummaryStatistic

Variables	Obs	Mean	Std.Dev	Min	Max
GROWTH (%)	215	1.68	5.532	-42.80	34.65
LIAB(%)	190	64.99	23.61	26.377	127.96
ASSET(%)	202	56.37	25.14	10.83	129.17
CREDI(%)	218	39.51	22.84	4.13	100.61
POLRISK(%)	230	61.99	11.78	10.66	79.16

Table 3 : Correlation Matrix

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
(1)GROWTH	1					
(2) INDEX	-0.04	1				
(3)LIAB	-0.07	0.87*	1			
(4)ASSET	-0.04	0.95*	0.76*	1		
(5)CREDI	0.01	0.83*	0.56*	0.73*	1	
(6)POLRISK	0.10*	0.01	0.19*	0.33*	0.17*	1

4.1.Benchmark model

Table 4 reports the empirical results of the regressions on the link between economic growth and financial development for our sample of 10 countries between 1997 and 2020. The first regression reports the results when FDINDEX is considered as the indicator of financial development. In regressions (2)-(4), we have introduced the usual measures of financial sector development that is LIABILITIES, ASSETS and CREDI.

The empirical results indicate that there is a negative association between economic growth and financial development with significance varying with the nature of measure introduced for financial development. Regression 1 (Table 3), show that the

coefficient associated to FDINDEX is significantly negative at 10%. The results also show that both a deeper financial (on form of highest deposit money bank assets to GDP) and a larger financial system (on form of higher liquid liabilities) have a significant negative effect on economic growth. In fact, the coefficients associated to ASSETS and LIAB are negatively significant at 5% and 1% respectively (columns 2 and 3).

Considering the preferred financial development measure in the literature (Levine et al. 2000, Beck et al. 2000), private credit CREDI (regression 4), the evidence shows that banking sector activity has a significant effect on economic growth in MENA countries. The significance level is 5%.

Table 4 : Benchmark Model

Variables	(1)FD=FINDE X	(2)FD=LIA B	(3)FD=ASSE T	(4)FD=CRE D
INCOM	-0.005(-0.09)	-.21**(-2.93)	-.28**(-1.87)	-.086(-0.80)
FDINDE X	-1.94***(-2.03)			
LIAB		-3.88*(-3.49)		
ASSET			-2.82**(-2.21)	
CRED				-.99**(-2.95)
GOVEX	-1.33(-0.83)	.12(0.10)	.145(0.04)	-1.79(-1.63)
SSCE	1.60** (2.57)	1.83*(4.17)	2.90*(4.02)	2.21**(2.59)
TO	1.23*** (2.10)	.77*** (1.86)	.61(0.50)	.51(1.32)
INF	-.46(-1.20)	-.20(-0.89)	-.073(-0.17)	-.51(-1.67)
Cst	3.31(0.73)	8.97(1.74)	.75(0.11)	.63(0.21)
N	38	33	34	35
AR(2)	0.689	0.430	0.422	0.763
Sargan	0.491	0.202	0.915	0.342
Hansen	0.453	0.400	0.788	0.240

Notes: N refers to number of observations included in the estimation. For Sargan test, the null hypothesis is that the instruments are not correlated with the residuals. Hansen statistic tests the validity of our instruments. For the test for autocorrelation AR(2), the null hypothesis is that the errors in the first difference regression exhibit no second-order serial correlation. T-statistics for coefficient in parentheses ***, **, * refer to the 1, 5 and 10% levels of significance respectively.

In summary, these results are not consistent with the models that predict that well-functioning financial systems ease information and transaction costs and thereby enhance resource allocation and economic growth. Moreover, financial development has either a detrimental effect or no effect at all on the growth rate. These counter-intuitive results are particularly surprising, since the most empirical work have typically found a positive nexus between financial development and economic growth. However, these

counter-intuitive results may be reflecting the inadequacy of the linear finance-growth relationship (Khan and Senhadji (2001). Indeed, the finance-growth relationship is very likely to be nonlinear in the sense that the growth effect of finance may vary with alternative macroeconomic and institutional conditions.

Therefore, the aim of the next step of our study is to examine if the counterintuitive results can be explained by the incidence of political instability and the financial crises on financial-growth relationship. In particular, our objective is not to examine how political instability and financial crises affect the economic growth, but rather we are investigating how the above conditions a finance-growth nexus.

4.2. Political instability and the finance -growth nexus

Table 5 reports the results of regressions analyzing the effect of political instability on the relationship between financial development and economic growth. In columns (1 and 2) the composite index *FDINDEX* is included as the indicator of financial development with the interaction term (*FDINDEX*POLRISK*). The estimated results show that while *FDINDEX* remains significantly negative, the additional interaction variable (*FDINDEX*POLRISK*) is significantly positive suggesting that political stability may very well mitigate the negative effect of *FDINDEX*. That is, while an increase in the *FDINDEX* decreases growth, the negative effect is reduced in countries with more stable political environment.

Looking to the measures of financial sector development, *LIABILITIES*, *ASSETS* and *CREDI*, in most regressions, the political risk variable displays similar results to those when financial sector development is proxied by *FDINDEX*. In fact, the three interaction terms (*LIABILITIES*POLRISK*, *ASSETS*POLRISK* and *CREDI*POLRISK*) are significantly positive (Table 5). The coefficients for *LIABILITIES*, *ASSETS* and *CREDI* are significantly negative suggesting that while a larger, deeper and an active financial system decreases growth, this negative effect is reduced in countries with a more stable political environment.

Therefore, our results imply that the negative effect of financial development on economic growth in MENA region can be explained by the instability of the political system in most countries of this region. In fact, as shown from the Map 1, MENA region is among the more instable region in the World. That is, the most MENA

countries are characterized by both a very high political risk (such as Lebanon) and a high political risk.

Table 5 : Political instability and the finance-growth relationship

Variables	(1)FD=FINDEX	(2)FD=LIAB	(3)FD=ASSET	(4)FD=CR
INCOM	-0.029(-0.39)	-.062(-1.02)	-.069(-1.01)	-.107** (-2.74)
FDINDEX	-7.77**(-2.44)			
FDINDEX*POLRIS	5.54** (2.63)			
LIAB		-8.11** (-2.88)		
LIAB*POLRIS		5.52*(3.27)		
ASSET			-6.66**(-3.01)	
ASSET*POLRIS			4.90**(2.97)	
CRED				-9.81*(-3.82)
CRED*RISK				6.57*(3.45)
GOVEX	-.52(-0.44)	-.77(-0.83)	-1.35(-0.84)	.006(0.00)
SSCE	1.77**(2.63)	1.45*(3.41)	1.22** (2.50)	1.44*(3.25)
TO	-.025(-0.05)	-.42(-1.11)	-.40(-0.93)	-.50(-1.17)
INF	.121(0.27)	-.22(-0.55)	-.27(-0.65)	-.22(-0.56)
Cst	-4.06(-0.73)	2.30(0.33)	2.45(0.54)	1.25(0.24)
N	38	33	34	35
AR(2)	0.466	0.626	0.588	0.573
Sargan	0.153	0.185	0.168	0.169
Hansen	0.536	0.423	0.370	0.251

Notes: N refers to number of observations included in the estimation. For Sargan test, the null hypothesis is that the instruments are not correlated with the residuals. Hansen statistic tests the validity of our instruments. For the test for autocorrelation AR(2), the null hypothesis is that the errors in the first difference regression exhibit no second-order serial correlation. T-statistics for coefficient in parentheses ***, **, * refer to the 1, 5 and 10% levels of significance respectively.

4.3. Financial Crises and the finance-growth nexus

Table 6 reports the results of estimations examining the effect of financial crises on finance-growth relationship. The results from Columns 1, 1' (Table 6) show that while the financial development index (FDINDEX) remains statistically significant with the negative sign, the interactive variables with both the dummies banking and currency crises does not appear statistically significant. Looking to the usual measures of financial development our main findings show that the interactive variables appear significant only when the

liabilities and domestic money bank assets to GDP ratios are considered.

These results imply that financial crises have not played an important role in the determination of the finance-growth relationship in MENA region in the latest decades. These results can be explained by the fact that MENA countries have not experienced several period crises. In fact, of the 10 countries in our sample only four countries have experienced financial crisis (See Table 1).

In most regressions (Tables 4, 5 and 6) the four macro-controlled variables provide reasonable support for the growth theory (Barro, 1991[30] and Barro and Sala-i-Martin, 1997). The secondary school enrolments and trade openness evidently have a positive effect on growth, unlike the inflation rate and government consumption which have a negative effect. We also find significant evidence that countries with lower initial real per capita GDP have faster growth than the initially richer ones, which is consistent with the convergence hypothesis.

Table 6: Financial Crises and the finance-growth relationship

Variables	FD=FINDEX		FD=LIAB		FD=ASSET		FD=CRED	
	(1)	(1')	(2)	(2')	(3)	(3')	(4)	(4')
INCOME	.025 (0.71)	-.31 (-1.58)	-.11 (-1.09)	-.12 (-0.50)	-.10 (-0.87)	-.024 (0.06)	-.098 (-0.89)	-.15 (-1.15)
FDINDEX	-2.53** (-2.60)	-2.56** * (-1.82)						
FDINDEX* BANCRI	.078 (1.21)							
FDINDEX* CURCRI		-.11 (-0.27)						
LIAB			-1.87 (-1.76)	-2.10 (-0.95)				
LIAB* BANKCRI			-.76** (-2.98)					
LIAB* CURCRI				.46 (0.85)				
ASSET					-.56 (-0.67)	-.53 (0.26)		
ASSET* BANCRI					-.77* (-)			

*Political stability, Financial Crises and the Finance-Growth Nexus:
Evidence from MENA Region*

					4.65)			
ASSET* CURCRI						.845 (1.34)		
CRED							- 1.43** * (-1.83)	- 1.58** * (-1.89)
CRED* CURCRI							-0.10 (-0.01)	
CRED* CURCRI								.41 (0.64)
GOVEX	-.65 (-0.48)	.40 (0.30)	-1.76 (- 1.60)	.11 (0.07)	-2.17 (- 1.47)	-.52 (- 0.34)	-.56 (-0.43)	.46 (0.46)
SSCE	.89** (2.44)	2.61** * (1.86)	.77 (1.05)	1.13 (0.75)	1.57* * (2.57)	.79 (0.35)	3.07** (2.29)	2.24** * (1.86)
TO	-.03 (-0.06)	.24 (0.23)	1.18 (1.66)	.90 (0.94)	.42 (0.49)	1.03 (0.87)	-.26 (-0.18)	.80 (0.80)
INF	- .70*** (-1.86)	.13 (0.22)	-.09 (- 0.27)	-.22 (- 0.30)	-.52 (- 1.59)	-.535 (- 0.70)	-.44 (-1.07)	-.18 (-0.40)
Cst	6.76** * (1.83)	3.16 (0.69)	8.17* * (2.92)	3.20 (0.59)	4.18 (1.24)	-1.36 (- 0.34)	-1.28 (-0.22)	-5.09 (-0.95)
N	33	35	37	35	35	35	34	33
AR(2)	0.963	0.232	0.591	0.53 3	0.966	0.59 1	0.773	0.594
Sargan	0.195	0.388	0.545	0.24 5	0.272	0.33 1	0.692	0.376
Hansan	0.231	0.376	0.794	0.44 4	0.432	0.49 6	0.653	0.443

Notes: N refers to number of observations included in the estimation. For Sargan test, the null hypothesis is that the instruments are not correlated with the residuals. Hansen statistic tests the validity of our instruments. For the test for autocorrelation AR(2), the null hypothesis is that the errors in the first difference regression exhibit no second-order serial correlation. T-statistics for coefficient in parentheses ***, **, * refer to the 1, 5 and 10% levels of significance respectively.

5. Conclusion

In this paper, we re-investigate how financial development affects economic growth in MENA countries. Specifically, we examine if the unimportant effect of financial development on economic growth can be explained by the political instability and financial crises in this region.

Applying a GMM-system method of estimation for a sample of 10 countries over the period of 1997-2020 we find that financial development is unimportant or even harmful for economic growth in

MENA region. When we based on a model which introduces a linear interaction between the indicator of financial development and political stability (FD*POLRISK), we find that political stability mitigates the negative effect of financial development on economic growth. When the interactions between the indicator of financial development and financial crises are considered, our results have shown that financial crises do not played an important role on the finance-growth relationship in MENA region.

As policy implications, besides the improvement of financial system, MENA countries they need to do significantly more to reinforce their political stability and improve institutional environment.

6. Bibliography List:

- Abaidoo, R. and E.K. Agyapong (2022). Financial development and institutional quality among emerging economies. *Journal of Economics and Development* 24 (3): 198-216
- Allen, F. and D. Gale. (1999). Diversity of opinion and financing of new technologies. *Journal of Financial Intermediation* 8 (1-2): 68–89.
- Apergis, N., I. Filippidis, and C Economidou. (2007). Financial deepening and economic growth linkages: A panel data analysis. *Review of World Economics* 143 (1): 179–98.
- Arellano, M., and S. Bond (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *Review of Economic Studies* 58 (2): 277–97.
- Arellano, M., and O. Bover (1995). Another look at the instrumental-variable estimation of error components models. *Journal of Econometrics* 68 (1): 29–52.
- Atje, R., and B. Jovanovic (1993). Stock markets and development. *European Economic Review* 37 (2-3): 632–40.
- Beck, T., A. Demirgüç-Kunt, and R. Levine (2000a). A new database on financial development and structure. *World Bank Economic Review* 14 (3): 597–605.
- Beck, T., R. Levine, and L. Norman (2000b) . Finance and the sources of growth. *Journal of Financial Economics* 58 (1-2): 261–300.
- Beck , T., and R. Levine. 2004. Stock markets, banks and growth: Panel evidence. *Journal of Banking and Finance* 28 (3): 423–42.
- Bhattacharya, R., and H. Wolde. 2010. Constraints on growth in the MENA region. *IMF Working Paper* (10/30).
- Bencivenga, V. R., B.D. Smith, and R.M. Starr. 1995. Transactions Costs, Technological Choice, and Endogenous Growth. *Journal of Economic Theory* 67 (1): 53–177.

- Ben Naceur, S., and S. Ghazouani. 2007. Stocks markets, banks, and economic growth: Empirical evidence from the MENA region. *Research in International Business and Finance* 21 (2): 297–315.
- Blundell, R. and S. Bond 1998. Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models. *Journal of Econometrics* 87 (1): 115–143.
- Boot, A. W. A., and A. Thakor. 1997. Financial system architecture. *Review of Financial Studies* 10 (3): 693–733.
- Caner, M., and B.E. Hansen .2004. Instrumental variable estimation of a threshold model. *Econometric Theory* 20 (5): 813–43.
- Christopoulos, D. K., and E.G Tsionas. 2004. Financial development and economic growth: Evidence from panel unit root and cointegration tests. *Journal of Development Economics* 73 (1): 55–74.
- Deiddaa, L., and B. Fattouh. 2002. Non-linearity between finance and growth. *Economics Letters* 74 (3): 339–45.
- Demetriades, P., and S. H. Law. 2006. Finance, institutions and economic development. *International Journal of Finance and Economics* 11 (3): 245–60.
- Demirgüç-Kunt and R. Levine .1999. Bank-based and market-based financial systems: Cross-country comparisons. *World Bank Policy Research Working Paper Series* 2143.
- Guru, P.K. and I.S. Yadav. 2019. Financial development and economic growth: panel evidence from BRICS. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science* 24 (47): 113–126
- Hamadi, H., and C. Bassil (2015). Financial Development and Economic Growth in the MENA Region. *Comparative Economic Studies* 57 (4): 598–622
- Hasan, I., P. Wachtel, and M. Zhou. 2009. Institutional development, financial deepening and economic growth: Evidence from china. *Journal of Banking and Finance* 33 (1): 157–70.
- Hassan, M.K., B. Sanchez, and J.S. Yu (2011). Financial development and economic growth: New evidence from panel data. *The Quarterly Review of Economics and Finance* 51: 88–104.
- Holtz-Eakin, D., W. Newey, and H. S. Rosen (1988). Estimating vector autoregressions with panel data. *Econometrica* 56 (6): 1371–95.
- Hondroyiannis, G., S. Lolos, and E. Papapetrou (2005). Financial markets and economic growth in Greece, 1986-1999. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money* 15 (2): 173–88.
- Huang, H-C., S-C. Lin, D-H. Kim, and C-C. Yeh (2010). Inflation and the finance-growth nexus. *Economic Modelling*, 27 (1), 229-236.
- Ghirmay, T (2005). Financial development and economic growth in sub-Saharan African countries: Evidence from time series analysis. *African Development Bank* 16 (3), 415–32.

- Greenwood, J. and B.D. Smith (1996). Financial markets in development, and the development of financial markets. *Journal of Economic Dynamics and Control* 21(1): 145-181;
- Goldsmith, R. W. (1969). *Financial structure and development*. Yale University Press.
- Gurley, J. G., and E. Shaw. (1955). Financial aspects of economic development. *The American Economic Review* 45 (3): 515-38.
- Kar, M., Ş. Nazlıoğlu, and H. Ağır. (2011). Financial development and economic growth nexus in the MENA countries: Bootstrap panel granger causality analysis. *Economic Modelling* 28: 685-93.
- King, R. G., and R. Levine. (1993a). Finance and growth: Schumpeter might be right. *Quarterly Journal of Economics* 108 (3): 717-37.
- King, R. G., and R. Levine. (1993b). Finance, entrepreneurship, and growth: Theory and evidence. *Journal of Monetary Economics* 32 (3): 513-42.
- Levine, R. (1997). Financial development and economic growth: Views and agenda. *Journal of Economic Literature* 2: 688-726.
- Levine, R. (1998). The legal environments, banks, and long-run economic growth. *Journal of Money, Credit and Banking* (30): 596-613.
- Levine, R. (1999). Law, finance, and economic growth. *Journal of Financial Intermediation* 8 (1-2): 8-35.
- Levine, R. (2005). Finance and growth: Theory and evidence. In *Handbook of economic growth*, 865-934. Elsevier.
- Levine, R., N. Loayza, and T. Beck. (2000). Financial intermediation and growth: Causality and causes. *Journal of Monetary Economics* 46 (1): 31-77.
- Levine, R., and S. Zervos. (1998). Stock markets, banks, and economic growth. *American Economic Review* 88 (3): 537-58.
- Lucas, R. E. (1988). On the mechanisms of economic development. *Journal of Monetary Economics* 22 (1): 3-42.
- Laeven, L., and F.Valencia. (2018). Systematic banking crises database: An Update. IMF Working Paper N° 18/163
- Loayza, N. V., and R. Ranciere. (2006). Financial development, financial fragility, and growth. *Journal of Money, Credit and Banking* 38 (4): 1051-76.
- McKinnon, R. I. (1973). *Money and capital in economic development*. Brookings Institution Press.
- Merton, R. C., and Z. Bodie. (1995). A conceptual framework for analyzing the financial environment. In *The global financial system: A functional perspective*, 263-82. Harvard Business School Press.
- Nguyen, H.M., Thai-Thuong Le. Q., Minh Ho, C., Nguyen, T.C., and D. Hong Vo. (2022). Does financial development matter for economic growth in the emerging markets? *Borsa Istanbul Review* 22(4) 688-698.
- Pagano, M.(1993). Financial markets and growth: An overview. *European Economic Review* 37 (2 -3): 613-22.

- Pedroni, P. (1999). Critical values for cointegration tests in heterogeneous panels with multiple regressors. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 61 (S1): 653-670.
- Pesaran, M. H., Yongcheol, S., and P.S. Ron. (1999). Pooled mean group estimation of dynamic heterogeneous panels. *Journal of the American Statistical Association*, 94(446): 621-634.
- Rioja, F. and Valev, N.(2004). Does one size fit all? A reexamination of the finance and growth relationship. *Journal of Development Economics*, 74 (2): 429-447.
- Robinson, J. (1952). *The Generalization of the General Theory, in The Rate of Interest and Other Essays*. London: Macmillan.
- Rousseau, P.L., and P. Wachtel. (2000). Equity market and growth: Cross country evidence on timing and outcomes 1980-1995. *Journal of Banking and Finance* 24 (12):1933-1957
- Shaw, E. S. (1973). *Financial deepening in economic development*. New York: Oxford University Press.
- Shen, C.-H., and C.-C. Lee. (2006). Same financial development yet different economic growth: Why? *Journal of Money, Credit and Banking* 38 (7): 1907-44.
- Thangavelu, S. M., and A. B. J. James. (2004). Financial development and economic growth in Australia: An empirical analysis. *Empirical Economics* 29 (2): 247-60.
- World Development database (2022)

Evaluating the Chinese Economic Engagements in Africa, Case Study of the Special Economic Zones and Foreign

Direct Investments

تقييم العلاقات الاقتصادية الإفريقية الصينية، دراسة حالة المناطق الاقتصادية الخاصة والاستثمارات الأجنبية المباشرة

* Zeyneb Sidamor

Algerian-African Economic
Integration Laboratory
University, Adrar, Algeria

hummanitaire@hotmail.fr

Insaf Benamrane

University, M'sila
Algeria

hummanitaire@hotmail.fr

Bousaid Yamina

Algerian-African Economic
Integration Laboratory
University, Adrar, Algeria

boussaidyamina@univ-adrar.edu.dz

Received: 30/01/2023

Accepted: 16/03/2023

Published: 30/04/2023

Abstract :

The purpose of this article is to discuss and evaluate the Chinese presence in Africa, by focusing on the Chinese special economic zones established in deferent region throughout the continent, and the foreign direct investment and project engagements with most of the African governments, the results shows that one of the primary means of international capital flow between China and Africa FDI has grown rapidly. It plays a substantial role in economic development, especially in developing countries; however, the Chinese SPEs is playing a considerable role in spurring the economic performance in the local economies.

Keywords: China, Africa, Foreign Direct Investment, Special Economic Zones

JEL classification: F15, F21

Résumé:

Le but de cet article est de discuter et d'évaluer la présence chinoise en Afrique, en se concentrant sur les zones économiques spéciales chinoises établies dans différentes régions à travers le continent, et les investissements directs étrangers et les engagements de projets avec la plupart des gouvernements africains, les résultats montrent que l'un des principaux moyens de flux de capitaux internationaux entre la Chine et l'Afrique Les IDE ont augmenté rapidement. Elle joue un rôle substantiel dans le développement économique; cependant, les SPE chinoises jouent un rôle considérable dans la stimulation de la performance économique des économies locales.

Mots clés : Chine, Afrique, Investissement direct étranger, Zones économiques spéciales

JEL classification: F15, F21

*Corresponding author

1. Introduction.

Since the end of the Chinese civil war in 1947, Africa has been a key component of China's foreign policy. The People's Republic of China (PRC), which sponsored various African liberation movements during the Cold War, has had its foreign minister make their inaugural trip to an African nation every year but one since 1950.

The goal of China's Belt and Road Initiative (BRI), which was introduced by Xi Jinping in 2013, is to revitalize the former East African coast silk trade route. Since many other African nations also looked to the BRI for opportunities, the initiative's breadth and ambition swiftly grew, contrary to what should theoretically have happened when Chinese funding was confined to East Africa.

With the help of Chinese loans, whose quantity, nature, and source were frequently ambiguous, a significant number of iconic infrastructure projects were created throughout Asia and Africa as part of the BRI. Over this time, some African nations were severely vulnerable to Chinese financing.

Between 2014 and 2020, former foreign minister Wang Yi traveled to 48 different African nations, and leader Xi Jinping made 10 trips to the continent. In January 2023, the African Union and five other African nations were visited by China's new foreign minister, Qin Gang.

One of the first things Chinese President Xi Jinping pledged at the 8th Forum on China-Africa Cooperation (FOCAC), which began from 29 to 30 November 2021, in Dakar, Senegal, was the donation of one billion doses of China's Covid-19 vaccines to Africa. 400 million doses are expected to be generated on the continent, according to Xi.

Author and researcher Helmut Asche noted that while the declaration can be considered as part of China's efforts to improve its reputation, there is nothing to be gained by criticizing those efforts (Asche, 2008).

The economic connection between China and Africa entered a new phase with the creation of the forum on China-Africa cooperation.

In This paper we will identify the new trend in Sino-African economic ties through foreign direct investment and special economic zones.

The two-phase roundtable conference in September 2018 saw the adoption of the Beijing Declaration: Toward an Even Stronger China-Africa Community with a Shared Future and the FOCAC Beijing Action Plan (2019-2021), which would open up new avenues and places for China-Africa cooperation.

President Xi specifically committed more than \$60 billion in money and aid, which garners considerable attention across the globe.

2. Chinese Special Economic Zone in Africa

A Special Economic Zone (SEZ) is an area of the country with more lenient economic regulations than the rest of the country, which is to say that businesses have an advantage there (Wang, 2013).

Such regions are typically established by governments to draw in foreign investment.

In order to achieve this, it implements policies that allow businesses to dramatically lower their operating, financing, and investment expenses when compared to a "traditional" economic environment.

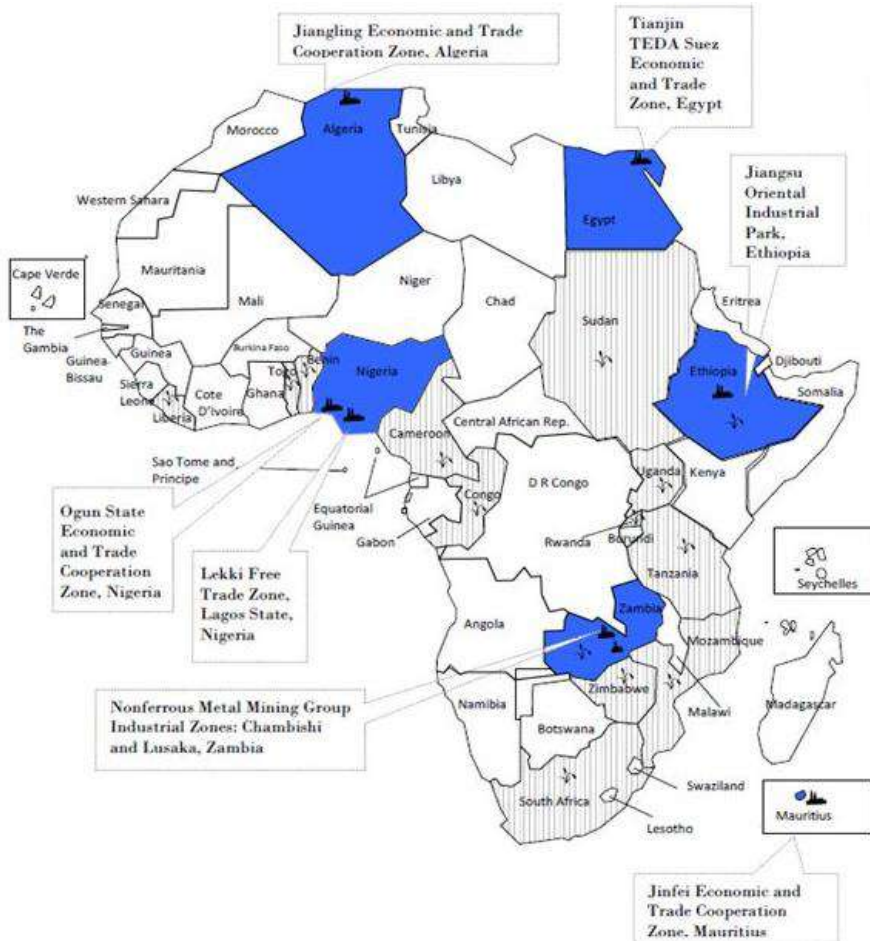
Incentives may take the form of tax breaks (such as the establishment of a free trade zone exempt from customs and taxes) or direct installation assistance (eg introduction of investment allowance or supply of land and premises at a reduced price) (Farole, 2011).

Among the first special economic zones, those established in the People's Republic of China during the early 1980s under the leadership of Deng Xiaoping are the most well-known.

Shenzhen, a once-basic house town that is now a city of more than 10 million, is the Chinese SEZ that has had the most success in China.

SEZs in China saw significant growth in 1991 and accounted for 20% of the country's international commerce (Yuan, Guo, & Yuan, 2010).

Fig 1. Chinese Special Economic Zone in Africa by Country



Source: Tang, X. (2021). *Co-evolutionary pragmatism: Approaches and impacts of China-Africa economic cooperation*. Cambridge University Press.

Seven Chinese Special Economic Zones (SEZs) have been created and announced so far in Zambia, Mauritius, Nigeria, Egypt, Ethiopia, Uganda, Tanzania, and other countries. China's investment in these regions—proposed by other foreign investors—is intended to finance high added value industries, skills, and technologies (Zeng, 2015).

SEZs not only offer a more open environment for conducting business, but also include considerable expenditures in

infrastructure, particularly in local transportation and energy production as well as in the connections between man ports and regional markets.

Table 1. Chinese Special Economic Zones in Africa

SEZ's name	Committed	Chinese SOEs	Description
Zambia-China economic and trade cooperation zone/Chambishi multi-facility economic zone	\$1.5b	China Non-Ferrous Metals Corporation (CNMC)	Mineral processing and related value-added industries, food processing, light industries, assembly plants, real estate
EgyptSuez Economic and Trade Cooperation Zone	\$280m	Tianjin Economic-Technological Development Area (TEDA) Investment Holdings	Petroleum equipment, electrical appliance, textile, automobile manufacturers, logistics
Ethiopia Eastern Industrial Park	\$100m	Qiyuan Group, Jianglian and Yangyang Asset Management	Construction materials, steel products (plates and pipes), home appliances, garment, leather processing, and automobile assembly
Mauritius Jinfei Economic and Trade Cooperation Zone	\$750m	Shanxi province Tianli Group, Shanxi Coking Coal Group and Taiyuan Iron and Steel Company	Manufacturing and services, solar energy, pharmaceuticals, medical equipment, and processing of seafood and steel products, as well as housing, hotels, and real estate

Nigeria Lekki Free Trade Zone	\$370m	China Civil Engineering Construction Corporation (CCECC)	Transportation equipment, textile and light industry, home appliances and communication, warehousing, export processing, living and business
Nigeria Ogun-Guangdong Free Trade Zone	\$500m	Guangdong Xinguang International Group, China-Africa Investment Ltd., Chinese CCNC Group,	Light manufacturing, including construction materials and ceramics, ironware, furniture, wood processing, medicine, small home appliances, computer, lighting, and paper
Algeria-China Jiangling Free Trade Zone	\$556m	Jiangling Automobile Group, Zhongding International Group	Automobiles and construction materials

Source: Deborah Bräutigam and Tang Xiaoyang (Bräutigam, 2011) available at : <http://www.american.edu/sis/faculty/upload/Brautigam-Chinese-Investment-in.pdf>

These zones serve as the foundation of China's recently unveiled plan of engagement with Africa for "shared benefit."

Chinese developers, African governments, and the Chinese government are all involved in the pilot zones. The main players during the development stage have been Chinese businesses. Sometimes African governments work with the Chinese company, as is the case in Nigeria. The Chinese government has offered various forms of support to the Chinese businesses that started the pilot projects and were awarded the official tenders, despite the fact that it plays no direct part in their development.

These economic zones have offered a window into the difficulties of turning African dreams for industrialization into realities for more than 15 years.

Chinese businesses have been pushed to collaborate with regional economies through governmental frameworks and incentives.

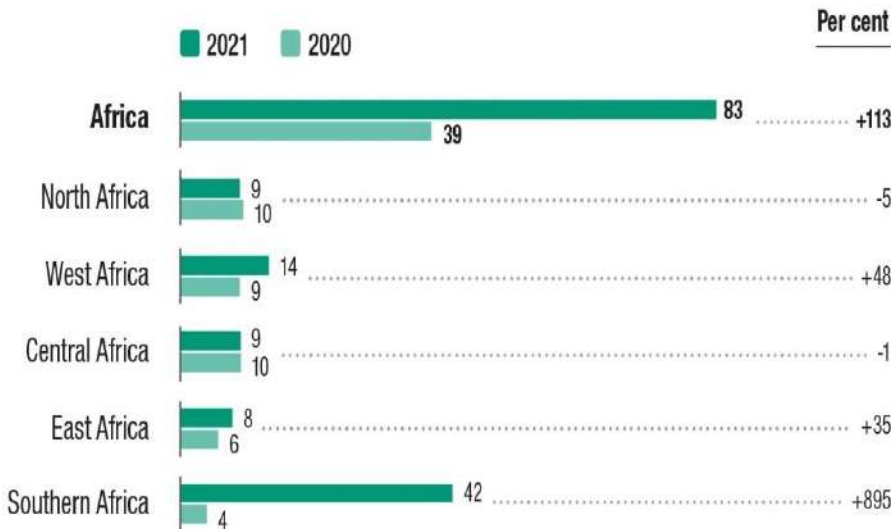
African support for industrial parks is still robust despite varying results.

African Special Economic Zones require positive collaborations, robust African governance, and high-quality data to support both Chinese and African government choices in order to be viable.

3. Chinese FDI outflow to Africa:

According to UNCTAD's World Investment Report 2022, foreign direct investment (FDI) to African countries reached a record \$83 billion in 2021. This was more than twice as much as what was stated in 2020, when the COVID-19 epidemic had a significant negative impact on investment into the region. Despite the rapid expansion, just 5.2% of all FDI worldwide went to Africa, up from 4.1% in 2020 (Investment flows to Africa).

Fig 2. FDI inflows to the African continent and sub-regions, 2020-2021 (Billions of dollars)



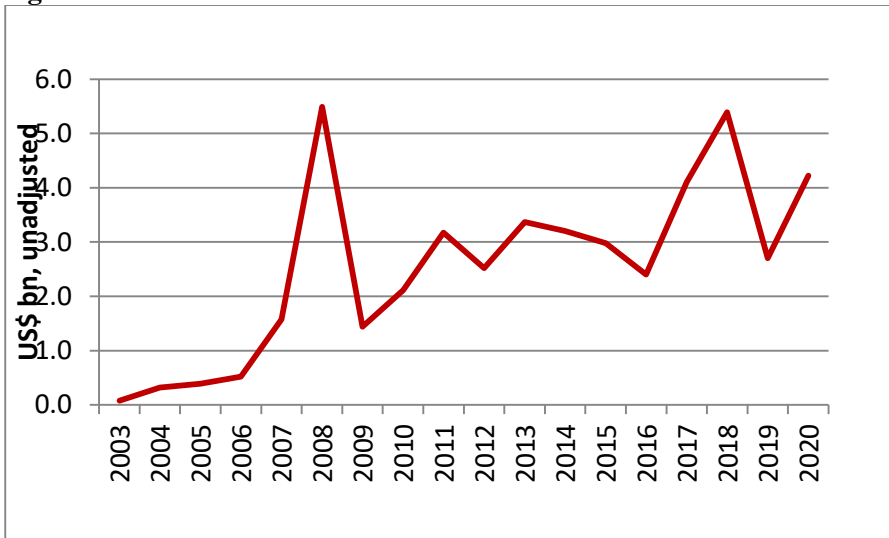
Source: World Investment Report 2022

According to the graph below, Kenya, the Democratic Republic of the Congo, South Africa, Ethiopia, and Nigeria were the top 5 African countries receiving Chinese FDI in 2020.

While the US government has not reported FDI flows to nine African nations, including the DRC, to safeguard the commercial data of individual companies, they are Mauritius, Seychelles, Nigeria, Gabon, and Malawi for American investment.

As tax loopholes, Mauritius, Seychelles, and Malawi are probably not where US monetary flows end up.

Fig 3. Chinese FDI Outflow to Africa



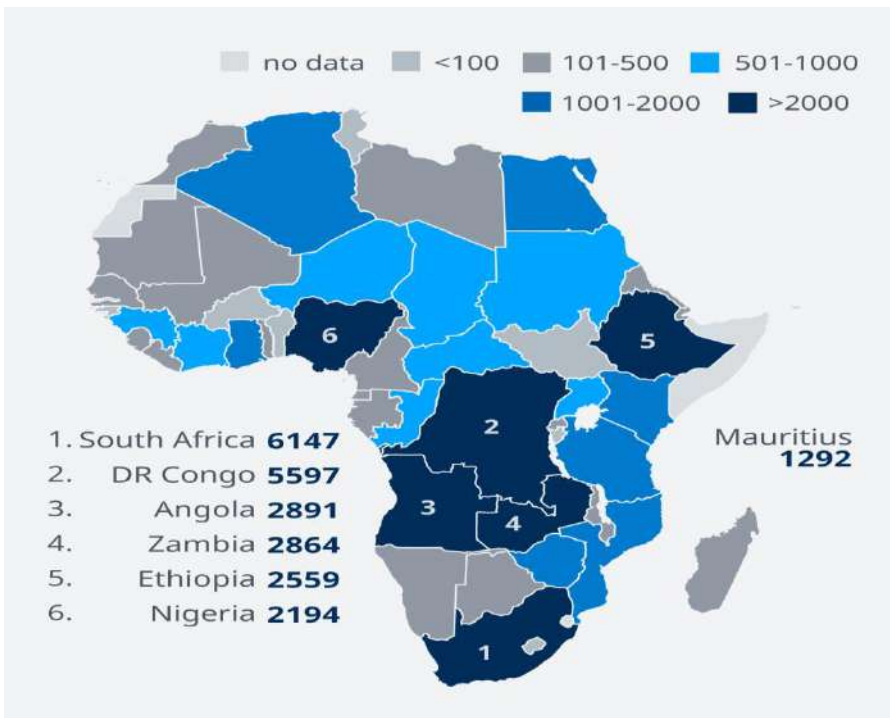
Source: China Africa Research Initiative, The Paul H. Nitze School of Advanced International Studies, Johns Hopkins University, available at <http://www.sais-cari.org/chinese-investment-in-africa>

Annual Chinese FDI flows to Africa, usually referred to in official Chinese publications as OFDI (Overseas Foreign Direct Investment), have been gradually rising since 2003. Transfers increased dramatically from US\$ 75 million in 2003 to US\$ 4.2 billion in 2020.

3.1. Chinese FDI in Africa by region.

Chinese influence has grown dramatically since the turn of the century, both in Africa and other regions of the world. The core of China's global aspiration is its state-owned businesses, which have made significant inroads into overseas markets. The list of significant Chinese corporations is rapidly expanding, if we assess it by the number of Chinese businesses listed in the Global 500 Forum. Due to Industrial and Commercial Bank of China's acquisition of 20% of Standard Bank of South Africa's shares in 2008, they reached their peak at US\$ 5.5 billion (ICBC). 4.99 billion US dollars, up from 4.23 billion the year before, were directed from China to African nations in 2021 (Textor, 2022).

Fig 4. Chinese FDI Outflow to Africa by Region (in Millions of Dollars)



Source: China Africa Research Initiative, The Paul H. Nitze School of Advanced International Studies, Johns Hopkins University, available at <http://www.sais-cari.org/chinese-investment-in-africa>

34 mainland Chinese enterprises, between the 9th and the 499th place, were among the 500 largest companies in 2009. Three of the top 10 companies were among the 57 in 2011, which saw an improvement from the third to the 485th rank.

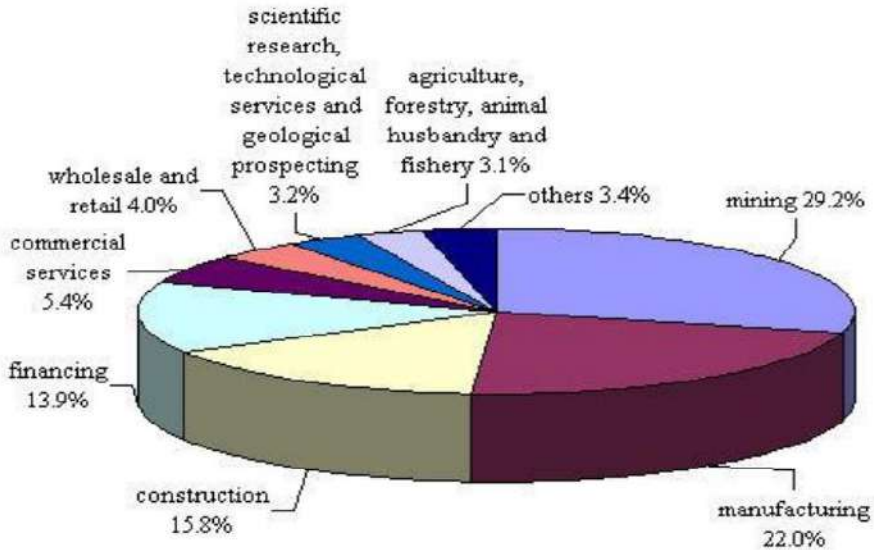
In terms of sub-regions as the map above shows, investment flows increased to Central Africa, East Africa, and West Africa while they stayed flat to North Africa and Southern Africa, respectively.

3.2. Chinese FDI Outflow to Africa by sector

Prior to 2001, 499 projects worth about 681 million dollars in foreign direct investment (FDI) from China were funded in Africa, (Panitchpakdi, 2007). This investment covered a period of more than 20 years, from 1979 to 2000 for a total of 499 projects. By number of projects and value, these investments were concentrated in the manufacturing sector, which was then followed by mining.

China's FDI stock abroad had multiplied throughout the country's economic sectors. Six industries specifically received more than \$100 billion, with the Leasing and Business Services sector continuing to receive the biggest amount at \$615.77 billion, or 34.1% of the total stock, followed by the Wholesale and Retail Trade sector at \$226.43 billion, or 12.5% of the total. The third-placed industry, Information Transmission, Software and IT Services, received \$218.9 billion, or 12.1% of the total, and is the one with the highest concentration of foreign direct investment by Chinese citizens (Benfratello, 2019).

Fig 5. Chinese FDI Outflow to Africa by Sector



Source:

<http://www.iprcc.org/userfiles/file/2-Wu%20Fang-China-FDI%20to%20Africa-eng>

The pie graph above shows the top five industries of China's outward FDI stock in Africa, which shows that the construction industry received the greatest share (29.8%), the mining sector came in second with 22.5%, the financial services sector came in third with 14%, and manufacturing and leasing and business services account for 13.2% and 5.3%, respectively.

The information points to a relatively concentrated but gradually growing investment industry in China, which is what the facts indicate.

4. Conclusion :

With the help of the Chinese government's "going out" strategy, China-African commercial and trade connections have accelerated since the end of the 1990s. Chinese investment in Africa has significantly expanded over the past ten years, and Chinese President

Xi Jinping has utilized the Forum on China-Africa Cooperation (FOCAC), which was founded in 2000, as a venue to make new commitments for strengthening economic ties with the African continent. More than 3,400 Chinese businesses have established themselves in Africa, making it a growing international investment target for Chinese companies. These businesses operate across a variety of industries.

The rapid expansion of China's investments in Africa has also given rise to numerous issues. Many media outlets have used the terms "new colonialism" and "debt trap" to cast doubt on the growth of China's FDI in Africa.

For China's and Africa's political and economic development, the Sino-African partnership is essential. Therefore, Chinese government and investors should more thoroughly and carefully study the impacts of their activities on the African market before beginning an investment project there. The necessity for energy resources to enable economic development has affected China's connections with African nations as well as its overall economic policy.

However, political factors have also been a significant factor. The Chinese government should keep encouraging domestic and foreign investors to develop their projects that are helpful to economic development and poverty reduction in African countries, despite the fact that there are still a number of criticisms of Chinese economic involvement in this resource-rich continent.

The "Going global policy" of the Chinese government, which helps Chinese businesses become global corporations by giving soft loans and other aid to foreign investment projects, in particular in emerging markets, supports the country's external FDI.

Enterprises with majority ownership by national, provincial, or municipal governments in China frequently serve as the engine for its overseas investments.

Although these businesses are technically owned by the public sector, they generally act as private sector organizations and typically aim to maximize profits while maintaining competitive compensation for managers and employees.

Further research should be done to determine how China's SEZ and FDI outflow affects the eradication of poverty in African nations. Furthermore, it should be highlighted that additional study is needed to confirm the results of this investigation and the conclusions drawn from it.

5. Bibliography List:

- Asche, H. (2008). Contours of China's "Africa mode" and who may benefit. *Journal of Current Chinese Affairs-China aktuell* , 165-180.
- Benfratello, L. D. (2019). Chinese Foreign Direct Investment in Africa Determinants and Effects. Master's thesis .
- Bräutigam, D. &. (2011). African Shenzhen: China's special economic zones in Africa. *he Journal of Modern African Studies* , 27-54.
- Farole, T. (2011). pecial economic zones in Africa: comparing performance and learning from global experiences. World Bank Publications.
- Investment flows to Africa . (n.d.). Retrieved from <https://unctad.org/news/investment-flows-africa-reached-record-83-billion-2021>
- Panitchpakdi, S. (2007). Investment in Africa: The challenges ahead. *International Trade Forum* (p. 2). International Trade Centre.
- Textor, C. (2022, 09 26). Retrieved from Statista GmbH: <https://www.statista.com/statistics/277985/cash-flow-of-chinese-direct-investments-in-africa/>

- Wang, J. (2013). The economic impact of special economic zones: Evidence from Chinese municipalities. *Journal of development economics* , 133-147.
- Yuan, Y., Guo, H., & Yuan, Y. G. (2010). China's first special economic zone: The case of Shenzhen. *Building engines for growth and competitiveness in China*.
- Zeng, D. Z. (2015). Global experiences with special economic zones: Focus on China and Africa. *World Bank Policy Research Working Paper* .
- China Africa Research Initiative, The Paul H. Nitze School of Advanced International Studies, Johns Hopkins University, available at <http://www.sais-cari.org/chinese-investment-in-africa>
<http://www.iprcc.org/userfiles/file/2-Wu%20Fang-China-FDI%20to%20Africa-eng>

The 2025 master plan for tourism development in Algeria between reality and outlooks- Econometric study

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر 2025 بين الواقع والآفاق - دراسة قياسية -

*Ahlem Soudani

University of 8 mai 1945
guelma, Algeria

soudani.ahlem@univ-guelma.dz

Hayette Boulakhrouf

University of 8 mai 1945
guelma, Algeria

boulakhrouf.hayette@univ-guelma.dz

Samia kharkhache

University of Mohammed
Boudiaf, M'sila, Algeria

samia.kharkhache@univ-msila.dz

Received:26/02/2023

Accepted:31/03/2023

Published: 30/04/2023

Abstract:

This research aims to study the Tourism Master Plan for 2025 and assess the extent to which it achieves the desired objectives.

The study concluded that the Tourism Master Plan for 2025 prospects face a significant deficit in achieving their desired goals especially regarding (the number of tourists, tourism revenues, tourism accommodation capacity). according to the estimated predictions in the models used, the results indicated that this plan would not achieve its set forth and desired goals.so, the future of Algeria's tourism sector needs other strategies to promote it.

Keywords: the 2025 master plan for tourism development; the number of tourists; the tourism revenues; the tourism accommodation capacity;

JEL Classification Codes : Z32, Z33, Z38.

Résumé :

Cette recherche vise à étudier le plan d'Aménagement touristique à l'horizon 2025 et à évaluer dans quelle mesure il atteint les objectifs souhaités. L'étude a conclu que les perspectives du plan d'Aménagement touristique pour 2025 sont confrontées à un déficit important dans la réalisation de leurs objectifs souhaités, notamment en ce qui concerne (le nombre de touristes, les recettes touristiques, la capacité d'hébergement touristique); selon les prévisions estimées dans les modèles utilisés, les résultats ont indiqué que ce plan n'atteindrait pas les objectifs souhaités, Par conséquent, l'avenir du secteur touristique algérien nécessite d'autres stratégies pour le promouvoir.

Mots clés : le plan directeur de développement touristique 2025 ; le nombre de touristes ; les recettes touristiques ; la capacité d'hébergement touristique

JEL classification : Z32, Z33, Z38.

1. Introduction

The travel & tourism (T&T) industry plays a vital role in the global economy and community. In 2018, the initiative helped generate 10.4% of world GDP and a similar share of employment and has shown enormous resilience over the last decade. (Calderwood & Soshkin, 2019), tourism is one of the fastest-growing sectors of the world economy. Tourism is no longer a choice; it is imperative. It is an alternative resource to hydrocarbons as a depletable resource in this century. Algeria witnessed a decade-long civil war ending in 2002, and an antiquated transport infrastructure network has curtailed growth in the tourism sector, alongside negative perceptions abroad and a cumbersome visa regime; These challenges are reflected in the World Economic Forum's "Travel and Tourism Competitiveness Report 2017", which ranked Algeria 118th out of 136 countries, lagging far behind its Maghreb neighbors Morocco and Tunisia, which placed 65th and 87th, respectively (Oxford Business Groups, 2019). However, with the stability in security that Algeria witnessed and the implementation of balanced and coherent strategic planning, they can ensure sustainable growth of tourism. This likely stems from its unique tourism product and proximity to Europe, the world's largest tourism market. The Ahaggar and the Tassili-n-Ajjer regions offer the tourist unparalleled desert landscapes of rugged volcanic mountains, profoundly eroded sandstone plateaux, massive gorges, sand seas, and almost every other conceivable form of desert landscape (Keenan, 2003). Algeria has a rich potential of over 200 undervalued thermal springs (D. E. S. D. d. A. T. e. d. T. S. Ministère de l'Aménagement du Territoire, 2008a). Algeria offers a remarkable variety of activities for travelers with a diverse land of thermal springs, mountains, historical sites, vast desert, and unspoiled Mediterranean coastline. However, with mountains, historical sites, vast desert, and unspoiled Mediterranean coastline, Algeria provides an amazing variety of activities for travelers. However, Algeria contains archaeological sites classified as world cultural heritage by UNESCO; Heritage and sustainable development appear today as two consensual concepts. The need to protect and transmit heritage through the promotion of sustainable cultural tourism is now a widely spread idea around the world (Soufiane et al., 2021). Algeria is also considered one of the few countries globally that possess a diverse historical and cultural

heritage. Over Algeria, there was the greatness of successive civilizations, from the Amazigh to the Phoenician, then the Byzantine, the Romanian, and finally the Islamic ones who imposed themselves. We also find Al Qal'a of Beni Hammad, Djémila, M'Zab Valley, Timgad, Tipasa. Moreover, the words mentioned above left their marks, features, and effects, making Algeria possess a cultural asset that increased its beauty. However, Despite all these potentials, the tourist situation in Algeria is not optimistic. Therefore, Algeria has taken the initiative to boost its tourism sector by providing them with all facilities to increase the demand for tourism investment; Algeria is seeking to rebuild its tourism sector to be an effective sector that is betting on it in development processes and reach the desired economic goals. Therefore, it has tried to upgrade this sector and inject it into the global tourism market by adopting plans and strategies in the short and long term, which appear in the 2025 master plan for tourism development. This scheme, therefore, defines, until 2025, the vision and strategy for all stakeholders, sectors, and regions. From the above, we formulate the following questions: Can The 2025 master plan for tourism development promote the Algerian tourism sector and achieve the goals it desires? How is the national strategy for 2025 being implemented to develop tourism further?

Research objectives:

In light of the research problem and its importance, we seek to achieve the following objectives:

- Assessing the 2025 master plan for tourism development.
- It will be interesting to see how the 2025 master plan for tourism development can promote the Algerian tourism sector and achieve the goals it desires.
- highlighting how the national strategy for 2025 is being implemented to develop tourism further.

Search hypotheses

Main Hypothesis: Tourism Master Plan for 2025 prospects faces a significant deficit in achieving its desired goals.

This hypothesis is based on the following sub-assumptions:

1. The Tourism Master Plan for 2025 prospects faces a significant deficit in achieving its desired goals related to the number of tourists;
2. The Tourism Master Plan for 2025 prospects faces a significant deficit in achieving its desired goals related to tourism revenues.

3. The Tourism Master Plan for 2025 prospects faces a significant deficit in achieving its desired goals related to tourism accommodation capacity.

Research methodology:

The analytical descriptive approach that describes the studied phenomenon has been used both quantitatively and qualitatively, by gathering and classifying information about the three physical horizons for the plan (number of tourists, tourism revenues, and tourism accommodation capacity), and comparing them with future models' predictions following the time change of these horizons by the end of 2025, to arrive at results that contribute to understanding the reality and outlooks.

2.2. The Conceptual Framework for the 2025 master plan for tourism development:

2.1 Tourism concept:

According to the World Tourism Organization: "Tourism is a social, cultural and economic phenomenon that involves people's movement to countries or places outside their usual environment for personal or professional or business purposes. These people are called visitors, and tourism relates to their activities, including tourism expenses (Abderrahim & Baroudi, 2019). According to (Boyer, 2003), the epistemology of tourism must be « oriented by its philosophy, history, and eschatology(Demen-Meyer, 2005). Therefore, tourism is defined as the mobility of individuals according to their plans; this mobility has a global framework because it is the planet's diversity that inspires them. (Clergeau et al., 2014).

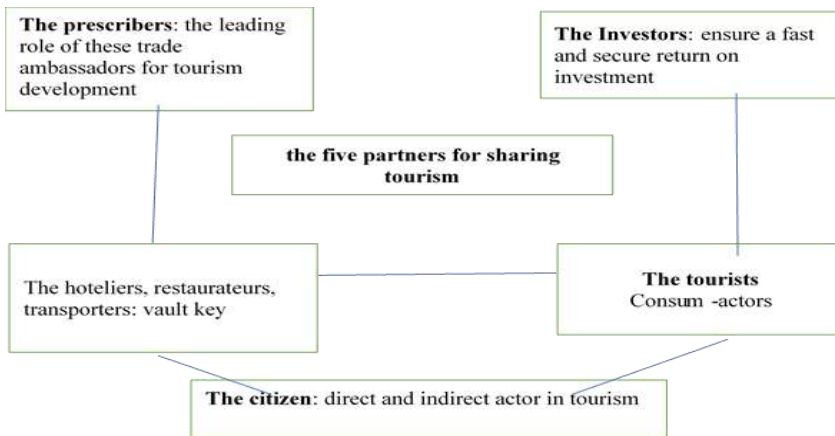
Furthermore, (Boyer, 2003), states « tourism is perceived as the subject of statistical estimates, it is a set of consumption of goods and services related to the movement of persons qualified as tourists(Demen-Meyer, 2005). From a technical standpoint, the most recent definition adopted by the World Trade Organization and the United Nations Statistical Commission (2000) is, in theory, a reference point for all member countries « the activities of persons during their travel and stays in places outside their usual environment for not more than one year, for leisure, business, or other reasons.» (Boyer, 2003). (Demen-Meyer, 2005); As a result of the WTO, institutions define tourism as any form of short-term travel

lasting longer than one night but less than one year. (Clergeau et al., 2014).

The 2025 Master Plan for Tourism Development of Algeria considers that tourism is neither a branch nor a business sector, it is a young industry, which combines the promotion of tourism and the environment. (d. E. S. D. d. A. T. e. d. T. S. Ministère de l'Aménagement du Territoire, 2008a). Tourism is therefore a chain whose proper articulation of components such as transport, information, accommodation and leisure is essential for its success.(d. E. S. D. d. A. T. e. d. T. S. Ministère de l'Aménagement du Territoire, 2008a)

The five priority target partner actors to be persuaded to ensure the portage and development of the new concept of setting up tourism in Algeria are shown in the figure1 below:

Figure 1: Actors and partners



Source: (d. l. E. Ministère de l'Aménagement du Territoire, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme « SDAT 2025 » 2008)

Target populations to be convinced under the new concept:

Intending to ensure sustainability in the development of the five tracks of the new idea of Algerian tourism, the aim is to identify the target populations to be convinced of, which are five:(d. l. E. Ministère de l'Aménagement du Territoire, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme « SDAT 2025 » 2008)

- **Tourists:** Tourists who become Consum-actors than consumers who are very familiar with the products offered by competing destinations.
- **The prescribers** :(travel agency, carriers, guides, journalists, opinion leaders, merchant or non-merchant intermediaries).These commercial ambassadors need vital signs for improving the tourism organization.
- **Investors, promoters, developers** who legitimately want to guarantee a rapid and secure return on investment.
- **Hoteliers, restaurateurs, transporters...**
- **Citizens** need to be aware of the positive effects of tourism, warned about its perverse effect, always possible, informed that it could directly contribute to the emergence of sustainable and quality tourism.

Advantages and impacts of tourism:

Cities are in the whole competition, particularly concerning the economic aspect, they seek to prove their existence and their continued existence, for this they put their assets in the spotlight, faced with this reality and this observation, tourism is a significant source of economic development and notoriety thus drawing up an image of an attractive and competitive city. The new concept of sustainable tourism, which combines the four economic, social, cultural, and environmental components, represents a considerable boon for the ecodevelopment of the city. (ABADA & FOURA)

Today, tourism has become a key to the development of prosperity and well-being. Increasing numbers of destinations worldwide invest in tourism, turning it into an essential engine of socio-economic progress through job and business creation, export revenue, and infrastructure development; Despite occasional shocks, tourism has experienced almost uninterrupted growth. International tourism arrivals have thus risen from 25 million worldwide in 1950 to 278 million in 1980, 527 million in 1995, and 1.184 billion in 2015. Similarly, international tourism revenue from destinations around the world jumped from US\$2 billion in 1950 to US\$104 billion in 1980, US\$415 billion in 1995, and US\$1.246 trillion in 2015 (OMT). (Duthion & Mandou, 2016)

- sustainable tourism

The World Tourism Organization defines sustainable tourism as being the: "management of all resources so that economic, social and aesthetic necessities are met in respect of cultural and environmental

integrity of the host territories, their biodiversity and their way of living (Bouadam, 2011)

According to (UNWTO 2016), sustainable tourism is defined as tourism that takes complete account of its current and future economic, social, and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment, and host communities. (World bank group, 2017)

Generally, sustainable tourism should: (Bouadam, 2011)

- Make optimal use of environmental resources that remain an essential tourist asset without undermining the crucial ecological processes, natural resources, and biodiversity;
- Respect the socio-cultural authenticity of host communities, conserve their cultural capital and contribute to the understanding and intercultural tolerance;
- Ensure a viable economic activity in the long term, ensuring equitable socio-economic benefits for all stakeholders (stable employment opportunities and social services benefits for host communities) and thus reducing poverty.

According to the French Tourism Engineering Agency (AFIT), sustainable tourism refers to "any form of development, planning or tourism activity which respects and preserves in the long term natural, cultural and social resources, and contributes positively and equitably to the economic growth and the fulfillment of the individuals who live, work and stay in these spaces. "

2.2 The 2025 master plan for tourism development of Algeria

concept: When the Horizon 2025 strategy was drawn up, it was acknowledged that existing hotels need to be assisted in attaining international standards, while new hotels needed to be built. Also, the country's unique qualities, such as the best ancient Roman sites outside Europe, therapeutic hot springs, the Sahara Desert, rock and mountain climbing opportunities, arts and crafts, among others, need to be promoted worldwide. Interested parties have also noted that personalized tourism in which travel, accommodation, activities, and excursions are tailor-made for visiting tourists is also essential. (Tourism Development Strategy Horizon 2025, 2021)

The 2025 Tourism Development Master Plan constitutes the strategic reference framework for Algeria's tourism policy. In his favor, the state displays its tourism strategy in the various short-term (2009), medium-term (2015), and long-term (d. E. S. D. d. A. T. e. d. T. S. Ministère de l'Aménagement du Territoire, 2008b) horizons within the sustainable development framework to make Algeria a receiving country - defines the instruments for its implementation and specifies the conditions for its feasibility. (d. E. S. D. d. A. T. e. d. T. S. Ministère de l'Aménagement du Territoire, 2008b)

The 2025 master plan for tourism development is a component of SNAT 2025, which, in a sustainable development framework, defines the triple balance of social equity, economic efficiency, and ecological sustainability across the country for the next 20 years (d. E. S. D. d. A. T. e. d. T. S. Ministère de l'Aménagement du Territoire, 2008b)

The 2025 master plan for tourism development is the mature outcome of a long research process, investigations, studies, expertise, and consultation. It results from a brainstorming and broad talk with national and local public and private stakeholders throughout the regional assistance and the resulting enrichment. The issue is the ownership of the 2025 master plan for tourism development at all stages (development, implementation, monitoring) by central and local tourism operators and operators at different levels (hotel managers, restaurants, tour operators, guides, operators, associations. (d. E. S. D. d. A. T. e. d. T. S. Ministère de l'Aménagement du Territoire, 2008a).

This master plan for tourism development is the result of a wide-ranging consultation and dissemination whose main objective is to be re-appropriated by all stakeholders and operators in tourism investors, developers, tour operators, guides, carriers, prescribers, hoteliers, restaurants, offices, associations, local authorities...(d. E. S. D. d. A. T. e. d. T. S. Ministère de l'Aménagement du Territoire, 2008a)

Sustainable implementation of the 2025 master plan for tourism development requires four major actions: (d. E. S. D. d. A. T. e. d. T. S. Ministère de l'Aménagement du Territoire, 2008b)

- The reorganization of tourism activities within the framework of the new governance.
- Establish planning rules based on ecological and demographic burdens to ensure natural capital development sustainability.
- Management of tourism policy to achieve the objectives and adjust it gradually if necessary.
- Raising the citizen's awareness about tourism so that the whole society can grasp the issue and become involved in tourism. Because tourism does not take place without the active participation of the community.

The 2025 master plan for tourism development is the culmination of a long research process, surveys, studies, expertise, and consultation. It is the result of extensive consultations conducted with national and local public and private actors. (Bouadam, 2011)

According to the Ministry of Regional Planning, Environment and Tourism defines the 2025 master plan for tourism development as an instrument that translates and shapes the entire territory, as for each of its parts, the strategic orientations of sustainable development of the environment. (Abderrahim & Baroudi, 2019)

2.3 The 2025 master plan for tourism development objectives :

a. The master plan for tourism development has as objectives:(Ministère du Tourisme et de l'artisanat et du travail familiale, 2021)

- Promote an alternative economy through participation in creating jobs and the improvement of principal balances.
- Stimulate other sectors such as construction through a ripple effect.
- Integrate sustainability into tourism development.
- Promote the natural, historical, religious, and cultural heritage.
- Enhance the image of the country.

b. The physical and monetary objectives of the first stage 2008-2015:

The scheme sets physical targets and is based on financial targets for the first stage 2008-2015. The business plan aims to meet international demand and has a national order of around eleven million national tourists in 2025.(d. I. E. Ministère de l'Aménagement du Territoire, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme « SDAT 2025 » 2008)

➤ The physical objectives of the first step

the number of merchant beds to create:

- By 2015, Algeria's objective is to host 2.5 million tourists. Therefore, it would need 75 000 excellent quality beds, in line with the same ratios as neighbors.
- The target for priority poles is about half of the planned new capacity:
- 40,000 beds at the international standard, including 30,000 high-end beds in the concise term and 10,000 additional beds in the medium term,
- 400 000 jobs were generated (direct and indirect), and 91 600 educational places were created.

➤ The monetary objectives of the first stage:

Algeria's business plan for tourism investment in public and private tourism is estimated at US\$2.5 billion between 2008-2015.

The total public and private investment, equipment and immaterial infrastructure, landscape, communication can be estimated at US\$

60000 per bed creates all accommodation included, US\$ 55000 in material investments, and US\$ 5,000 in intangible investments. For the capacity of 40,000 beds projected in the seven poles of excellence, an overall investment of just over US\$2.5 billion is planned for seven years by 2015, or US\$350 million per year. The table 1 below shows the encrypted Business Plan lighting:

Table 1: Encrypted Business Plan lighting

	2007	2015	Multiplier
Number of tourists	1,7 million	2,5 million	x 1,47
Number of beds	84,869 to requalify	75,000 luxurybeds	159 869X1,8
Contribution to GDP	1.7% 3% (estimated)	1.7% 3% (estimated)	X 1,3
Revenue in million{ \$ }	215	1500 à 2000	X 7 à 9
Posts (units)	200 000	400 000 (direct and indirect)	x 2
Training (pedagogical places)	51.200	91.600	142.800

Source: (d. I. E. Ministère de l'Aménagement du Territoire, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme « SDAT 2025 » 2008)

3.Mechanisms to revive the Algerian tourist market according to what was stated in the plan:

3.1 The five Dynamics of the Tourism Development Master Plan are:(Ministère du Tourisme, 2021)

- Enhancing the destination Algeria to increase the attractiveness and competitiveness of Algeria;
- The development of centers and tourist villages of excellence through the rationalization of investment and development;
- The deployment of a Tourism Quality Plan (TQP) for the development of excellence in the national tourism offering, incorporating vocational education, education, and access to Information and Communication Technologies (ICT);
- The promotion of transversal and coherent action by linking the tourism chain and establishing a public-private partnership;
- The definition and implementation of an operational financing plan to support tourism activities and developers and attract national and international investors.

3.2. Priority projects of the first stage 2008-2015:

Priority projects that have been identified as part of the 2025 Master Plan for Tourism Development are either underway or understudy and advanced offer: (d. I. E. Ministère de l'Aménagement du Territoire, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme « SDAT 2025 » 2008)

- National tourism investment.

- In chain hotels: the number of beds in all categories is 29,386.
- There are around 20 top tourist villages (VTEs) and new integrated platforms dedicated to expanding tourism, designed to meet international and national demand.

3.3. The seven Poles of Excellence (POTs) identified are: (d. l. E. Ministère de l'Aménagement du Territoire, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme « SDAT 2025 » 2008)

- The North-East Tourism Center of Excellence (**POT N.E**): Annaba, Tarf, Skikda, Guelma, Souk Ahras, Tébessa....
- The North-Center Tourism Center of Excellence (**POT N.C**): Alger, Tipasa, Boumerdès, Blida, Chlef, Ain Defal, Médéa, Bouira, TiziOuzou, Bejaia....
- The Northwest Excellence Tourist Pole (**POT N.O**): Mostaganem, Oran, Ain Temouchent, Tlemcen, Mascara, Sidi Bel Abbés et Relizane
- The Southeast Tourist Pole of Excellence (**POT S.E**) "Oasien,": Ghardaïa, Biskra, El Oued, Menéa...
- The Southwest Tourist Pole of Excellence (**POT S.O**) "Touat-Gourara": Les Routes des Ksour: Adrar, Timimoun et Bechar
- Grand Sud Tourism Center of Excellence (**POT G.S**) – TassiliN'Ajjer : Illizi, Djanet...
- Grand Sud Tourism Center of Excellence (**POT G.S**)–Ahaggar: Tamanrasset...

4. The horizon of 2025 master plan for tourism development in Algeria and its reality: an econometric study

4.1 Horizons of the 2025 master plan for tourism development:

The horizons of the Algerian tourism sector under the master plan for tourism development for 2025 include many horizons, including physical ones and quality ones. The focus will be on three physical horizons for the plan and comparing them with future models' predictions following the time change of these horizons by the end of 2025.

➤ **Raising tourism revenues in hard currency:**

It is clear that the higher the number of tourists, the more tourism revenues will increase, because of their growing expenditures on various available tourism services, especially in hotels, restaurants, and transportation. According to the estimates of the Ministry of Tourism, tourism revenues are expected to reach 8800 million U.S. dollars with the 2025 horizon (Ministère du Tourisme et de l'artisanat et du travail familiale, 2021)

➤ **Improve the level of tourism accommodation services:**

This is represented in increasing the capacity of tourist accommodation in terms of the number of beds. According to the

Algerian Ministry of Tourism, the plan's goal is to achieve a housing capacity of 360000 beds for Horizon 2025.(Ministère du Tourisme et de l'artisanat et du travail familiale, 2021)

➤ **Increase in tourism human flows:**

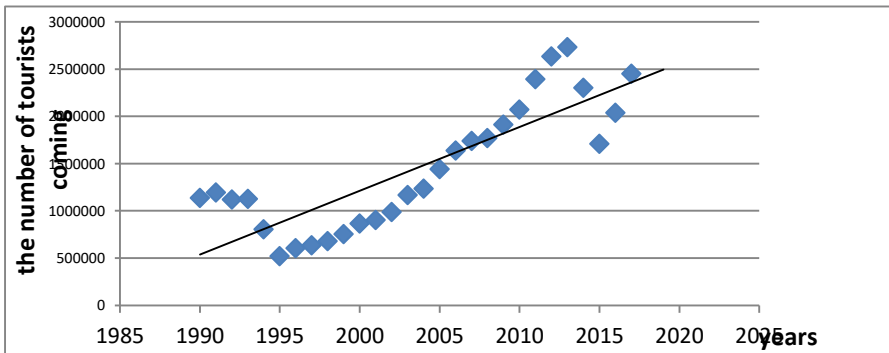
The overall goal of the Algerian tourism plan is to reach 11 million tourists by 2025.

4.2 Estimating and evaluating the models of temporal variation effect of the Master plan's three physical objectives:

A.Estimating and evaluating the model of temporal variation effect on the number of tourists coming and predicting it by the end of 2025:

A.1 Estimation of the model: Through Annex 1, the growth of tourists, total number can be represented by the significance of the study years (1990-2017), where we obtain the diagram shown in figure 2 below.

Figure2: The evolution of the number of tourists coming to Algeria for the years (1990-2017)



source: Data based on the data of Appendix 1

It is noted from Figure 2 that the number of tourists is affected and increased annually, which is what we note through the statistical data contained in Annex 1. This means that the number of tourists is a function in the successive years, i.e., we have a variable associated with specific periods, thus forming a time series. If we consider that the years of study represent the independent variable that we symbolize by t_i , and the number of tourists that we aim to estimate is the dependent variable that we indicate by the symbol: X_{1i} , where $i = 1, 2, \dots, n$, and n : is the number of limits, which represents the number of study years estimated at 28 years. [From 1990 to 2017].

The relationship between the two variables the function determines X_1 and t : $X_1=f(t)$. The nature of this function is determined by drawing the scatter plot, where we note through the graph displayed that the points are almost on the exact straightness. We, therefore, have an incomplete linear correlation between the two variables, i.e., the relationship between the number of tourists and the years is a direct linear relationship. The number of tourists continues to rise as the years increased and progressed. Hence, the estimated mathematical form for the relationship between the two variables is $X_{1i}=\beta_0+\beta_1 t_i$.

To estimate the secular trend of tourists arriving in Algeria, we estimate the parameters of this equation by relying on Annex 1 and using EViews 10 outputs. This is explained by Annex 2.

From there, the equation estimated in the form of simple linear regression can be formulated as follows:

$$X_{1i}=469115+67569,35 t_i \dots\dots\dots(1)$$

A.2 Statistical assessment of the estimated model:

To adopt equation 1 as a calculated and predictive model of the tourist's number expected in 2025, the quality of this model must be proven statistically regarding the estimation through the following statistical steps:

• **Partial significance test (significance of parameters):** Partial significance is expressed through the significance of the estimated parameters; we find:

- **Constant (B0):** through the estimated value of the constant element, we find that it reached 469,115, and its significant level reached 0,003, which is less than the considerable level of 5%. This indicates that the constant is significant and has statistical significance.

- **Time variable (T):** through the estimated model, the slope (β_1) reached a value of 67,569.35, and the significant level was 0,000, which is less than the significant level of 5%. This indicates that the slope (β_1) is statistically significant, i.e., the time affects the variable of arrivals number.

• **Overall significance test (model significance):** it means the significance of the model as a whole, i.e., the function formula that is supposed to take the linear form, hence the model follows Fisher distribution (F), where we find that its calculated value reached 59,259 and the significant level reached 0,000, which is less than the significant level 5%. This indicates that the model is entirely significant as the relationship between time and the number of tourists arriving takes the linear form.

• **Goodness-of-Fit Test:** the explanatory power of the model is tested by the R Square value (R^2), which is usually limited between 0 and 1. Through the estimation, we find that it reached 0,695. This means that the independent variable of time explains the dependent variable variations representing the number of tourist arrivals by 69,5 %, which is a substantial percentage. The remaining (30,5%) is due to other variables contributing to the number of tourist arrivals not included in the model.

We, therefore, say that the estimated model is statistically acceptable for assessing and predicting the number of tourists.

A.3. Predicting the number of tourists by the end of 2025:

Since this model is statistically acceptable, we can estimate the number of tourists arriving in Algeria for 2025 by placing $t_i = 36$ as described in the estimated equation:

$$X_1 = 469115 + (67569,35 * 36) \dots\dots\dots (2)$$

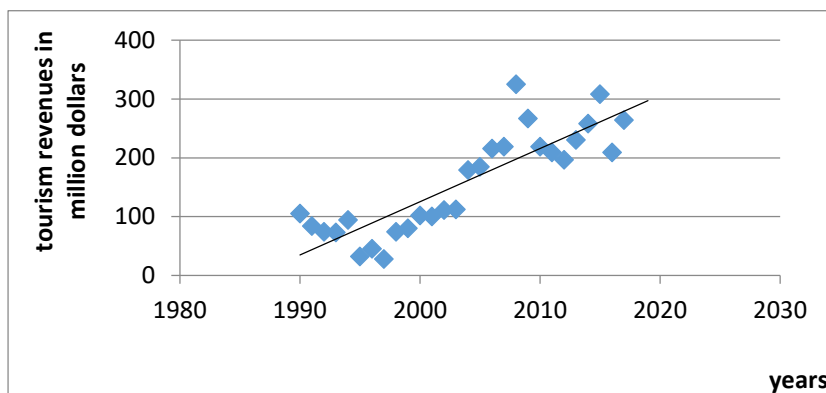
$$X_1 = 2901612 \dots\dots\dots (3)$$

Accordingly, according to the model, the number of tourists by the end of 2025 is 2 901 612 tourists.

B. Estimating and evaluating the model of temporal variation effect on tourism revenues and predicting it by the end of 2025:

B.1. Estimation of the model: Through Annex 1, the development of tourism revenues can be represented by the significance of the study years (1990-2017), where we obtain the diagram shown in figure 3 below:

Figure 3: Development of Algerian tourism revenues for the years (1990-2017)



Source: Data based on the data of Appendix 1

Figure 3 shows that tourism revenues are influenced and increased annually. We note this through the statistical data in Annex 1, which means that the number of tourists functions in successive years. Hence, we have a variable linked with specific periods, thus forming a time series. If we consider that the years of study represent the independent variable that we symbolize by t_i , and the number of tourists that we aim to estimate is the dependent variable that we denote it by the symbol: X_{2i} , where

$i = 1, 2, \dots, n$, and n : is the number of limits, which represents the number of study years estimated at 28 years. [From 1990 to 2017].

And, the relationship between the two variables determines X_2 and t : $X_2 = f(t)$. Also, the nature of this function is determined by drawing the scatter plot, where we note through the graph displayed that the points are almost on the exact straightness. We, therefore, have an incomplete linear correlation between the two variables, i.e., the relationship between the number of tourists and the years is a direct linear relationship. The number of tourists continues to rise as the years increased and progressed. Hence, the estimated mathematical form for the relationship between the two variables is $X_{2i} = \beta_0 + \beta_1 t_i$.

To estimate the secular trend of tourism revenues, we estimate the parameters of this equation by relying on Annex 1 and using EViews 10 outputs. This is explained by Annex 3.

From there, the equation estimated in the form of simple linear regression can be formulated as follows:

$$X_{2i} = 26,009 + 9,037 t_i \dots\dots\dots(4)$$

B.2 Statistical assessment of the estimated model:

To adopt equation (4) as a calculated and predictive model of tourism revenues expected in 2025, the quality of this model must be proven statistically regarding the estimation through the following statistical steps:

• **Partial significance test (significance of parameters):** Partial significance is expressed through the significance of the estimated parameters; we find:

- **Constant (B0):** through the estimated value of the constant element, we find that it reached 26,009, and its significant level reached 1,154, which is greater than the moral level of 5%. This indicates that the constant is not significant and has no statistical significance.

- **Time variable (T):** through the estimated model, the slope (β_1) reached a value of 9,037 and the moral level was 0,000, which is less than the moral level of 5%. This indicates that the slope (β_1) is statistically significant, i.e., the time affects the variable of arrivals number.

• **Overall significance test (model significance):** it means the significance of the model as a whole, i.e., the function formula that is supposed to take the linear form, hence the model follows Fisher distribution (F), where we find that its calculated value reached 71,64 and the significant level reached 0,000, which is less than the significant level 0,05. This indicates that the model is entirely significant, as the relationship between the element of time and the number of tourists arriving takes the linear form.

• **Goodness-of-Fit Test:** the explanatory power of the model is tested by the R Squared (R^2), which is usually limited between 0 and 1. Through the estimation, we find that it reached 0,734. This means that the independent variable of time explains the dependent variable variations representing tourism revenues by 73,4%, a substantial percentage. The remaining rate (26,6%) is due to other variables that contribute to tourism revenues not included in the model.

We, therefore, say that the estimated model is statistically acceptable for assessing and predicting tourism revenues.

B.3. Predicting tourism revenues by the end of 2025:

Since this model is statistically acceptable, we can estimate Algerian tourism revenues for 2025 by placing $t_i = 36$ as described in the estimated equation:

$$X_2 = 26,009 + (9,037 * 36) \dots\dots\dots(5)$$

$$X_2 = 351,341 \dots\dots\dots(6)$$

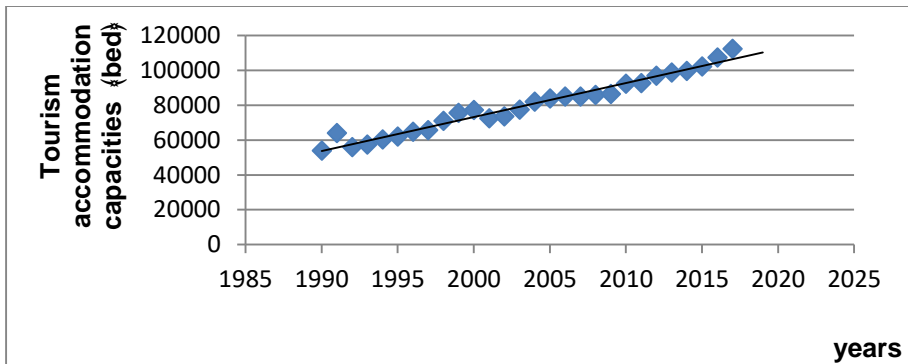
Accordingly, the value of Algerian tourism revenues for 2025 according to the model is 351,341 million dollars.

C. Estimating and evaluating the model of temporal variation effect on tourism accommodation capacity and predicting it by the end of 2025:

C.1. Estimation of the model:

Through Annex1, the development of tourism accommodation capacity can be represented by the significance of study years (1990-2017), where we obtain the diagram shown in figure 4 below:

Figure 4: Development of tourism accommodation capacities for the years (1990-2017)



Source: Databased on the data of Appendix 1

Figure 4 shows that tourism accommodation capacity is influenced and increased annually. This is demonstrated through the statistical data in Annex 1, which means that the number of tourists is a function in successive years. Hence, we have a variable associated with specific periods, which form a time series.

If we consider that the years of study represent the independent variable that we symbolize by t_i , and the tourism accommodation capacity that we aim to estimate is the dependent variable that we denote it by the symbol: X_{3i} , where

$i = 1, 2 \dots n$, and n : is the number of limits, which represents the number of study years estimated at 28 years. [From 1990 to 2017].

And the relationship between the two variables X_3 and t is determined by the function: $X_3=f(t)$. Also, the nature of this function is determined by drawing the scatter plot, where we note through the graph displayed that the points are almost on the exact straightness. We, therefore, have an incomplete linear correlation between the two variables, i.e., the relationship between the number of tourists and the years is a direct linear relationship. The number of tourists continues to rise as the years increased and progressed. Hence, the estimated mathematical form for the relationship between the two variables is $X_{3i} = \beta_0 + \beta_1 t_i$.

To estimate the secular trend of tourism accommodation capacity, we estimate the parameters of this equation by using EVIEWS 10 program outputs. This is explained by Annex 4.

From there, the equation estimated in the form of simple linear regression can be formulated as follows:

$$X_{3i} = 51767,95 + 1950,195 t_i \dots\dots\dots(7)$$

C.2. Statistical assessment of the estimated model:

To adopt equation (7) as a calculated and predictive model of tourism accommodation capacity expected in 2025, the quality of this model must be proven statistically regarding the estimation through the following statistical steps:

• **Partial significance test (significance of parameters):** Partial significance is expressed through the significance of the estimated parameters; we find:

- **Constant (B0):** through the estimated value of the constant element, we find that it reached 51767,95, and its significant level reached 1,154, which is less than the significant level of 5%. This indicates that the constant is significant and has statistical significance.

- **Time variable (T):** through the estimated model, the slope (β_1) reached a value of 9,037 and the significant level was 0,000, which is less than the significant level of 5%. This indicates that the

slope (β_1) is significant and statistically significant, i.e., the time affects the variable of arrivals number.

Goodness-of-Fit Test: it means the significance of the model as a whole, i.e., the function formula that is supposed to take the linear form, hence the model follows Fisher distribution (F), where we find that its calculated value reached 800,57 and the significant level reached 0,000, which is less than the significant level 0,05. This indicates that the model is entirely significant, as the relationship between time and tourism accommodation capacity takes the linear form.

Overall significance test: the explanatory power of the model is tested by the R Squared (R^2), which is usually limited between 0 and 1. Through the estimation, we find that it reached 0,968. This means that the independent variable of time explains the dependent variable variations representing tourism accommodation capacity by 96,8 %, which is a substantial percentage.

The remaining percentage (03,2%) is attributed to various variables that contribute to tourism accommodation capacity but are not accounted for in the model.

As a result, we conclude that the estimated model is statistically acceptable for estimating and forecasting tourism accommodation capacity.

C.3. Predicting tourism accommodation capacity by the end of 2025:

Since this model is statistically acceptable, we can estimate tourism accommodation capacity for 2025 by placing $t_i = 36$ as explained in the estimated equation:

$$X_3 = 51767,95 + (1950,195 * 36) \quad (8)$$

$$X_3 = 121974,97 \quad (9)$$

According to the model, tourism accommodation capacity for 2025 is 121 975 beds.

4. Results and Discussion

After a significant delay in the first half (the first stage: 2007-2015), the plan was expected to meet the goals outlined in the second half. From the table 2 below, we try to compare these goals with the predictions estimated in previous models.

Table 2: A comparison table between the purposes set forth and the estimated projections of Tourism for 2025:

	2007	2017	End of 2025, according to model estimates	End of 2025, according to the goals of the plan
Tourists number	1 740 000	2 450 785	2 901 612	11 million tourists
Tourism revenues in million (\$)	219	264	351,341	8800
Tourism accommodation capacity (bed)	85 000	112 284	121 975	360000

Source: Data based on annex 1 and predictions of the previous models. It is clear from the table 2 above:

• **For the number of tourists:** the goals listed and desired by the plan were aimed at reaching 11 million tourists, but according to the estimated forecasts of the model of temporal variation effect on the number of tourists, we find that the number of tourists reached only 2 901 612 tourists. This is a value that does not even cover 30% of the desired goals, which confirms the sub-hypothesis 1.

• **For tourism revenues:** The plan was aimed at reaching 8800 million dollars. According to estimated forecasts of the model of temporal variation effect on tourism revenues, it only amounted to 351.31 million dollars, about 4% of the goals, which confirms the sub-hypothesis 2.

• **For tourism accommodation capacity:** The master plan was aimed to reach 360000 beds by the end of 2025, but according to estimated forecasts of the model of temporal variation effect on tourism accommodation capacity, it only reached 121 975 beds, equivalent to 33,88 % of the goals, which confirms the sub-hypothesis 3.

What can be observed is that Tourism Master Plan for 2025 prospects faces a significant deficit in achieving its desired goals. Thus we accept the main hypotheses. Under the current circumstances in the country and according to the estimated predictions in previous models, the figures indicated that this plan would not reach its set forth and desired goals. Therefore, the future

of Algeria's tourism sector is unclear and needs measures, new prospects, and other strategies to promote it.

6. Mechanisms and measures to support the Master Plan to activate the tourism market in Algeria:

However, as we have noticed before, in light of the current circumstances, and according to the estimated forecasts in the previous models, this plan will not reach its goals, which are the subject of which we will try to present some solutions and ways that will support this plan to activate the tourism market in Algeria.

The ability of the national economy to benefit from tourism depends on the availability of investment aimed at developing the infrastructure needed for creating composite tourist products. Since the tourist product consists of different goods and services (accommodation, food, transportation facilities, entertainment, and safety, among others), tourism is significantly connected with various economic sectors, including transport, retailing, wholesaling, manufacturing, agriculture, arts and crafts and other services. The overall economic impact of tourism is based on the sum of the partial effects of the economic activities that tourism brings together and the synergistic effect resulting from the integration of different activities (Radić, 2019)

• Activating the role of the private sector:

To activate the role of the tourism sector in Algeria, the public sector must leave room for the private sector to contribute to planning and development so that the public sector shifts from the dominator of the development process to the regulator that works on economic stability by providing a set of mechanisms (National Agency for Tourism Development, 2018):

➤ Providing a favorable and motivating climate for business:

The most effective mechanism to activate the role of the private sector represents the need to provide the best conditions within which it is active, which is known as the business climate. This appropriate and stimulating business climate can be provided by:

- Providing the appropriate tax environment by providing tax exemptions and reducing tax rates.
- Activate public-private consultation.
- Develop the appropriate regulatory and legislative framework, whether related to laws or their application, by removing

bureaucratic obstacles that limit the effectiveness of the private sector while at the same time making it work within the framework of rules and respect for them.

-The need to provide essential services to investors in investment sites and create areas of tourism expansion due to the decrease in investment costs as the state bears these burdens to support and motivate investors.

➤ **Public-private partnership:**

Broad partnership, cooperation, and coordination between the public and private sectors are the most important mechanisms that successfully drive development. The private sector can only grow in many areas if it is on the same side as the public sector. Partnership eases spending constraints and budget deficits.

➤ **Providing funding for investments:**

The most challenging problem that hinders the growth of tourism investments in our country is the lack of adequate funding for these projects.

To arouse the interest of national and international investors, the government has set up a broad number of incentives and facilitators, such as access to land and project financing. In addition, project lenders benefit from personalized support from the ministry until the project operations commence (Oxford Business Groups, 2019)

● **Improving local talent**

Investment in human resources is even more important than infrastructure, as the destination's competitiveness depends on it to a large extent. The training development program is based on: modernizing training facilities, both in terms of infrastructure and program content; realizing new, high-quality training institutions; strengthening the partnership between the sectors that are involved in training, such as higher education and vocational training; encouraging the private sector to invest in training; and strengthening international cooperation, to benefit from the experience and know-how of countries with more developed tourism sectors (Oxford Business Groups, 2019)

● **Adoption of electronic marketing as a new style to market Algerian tourism products:**

Adopting a culture of e-tourism marketing is urgent when traditional marketing terms have changed in the digital economy and technology and the increasing use of electronic search engines. The important thing here is to focus on the creation of tourism professionals who are qualified to use modern information technologies in business and tourism services by: (Al-Rubaie, 2008)

- training in information technologies and systems, not limited to traditional reservation systems in force from the 1960s;
- Training on the use of the Internet to display targeted marketing messages and use them as search tools by users of these networks;
- Good training on how to build and manage tourist sites because they relate to the extent to which they achieve efficiency and effectiveness and consider the modern, flexible and interactive communication tools;
- Working relations with tourists through the Internet or modern technology tools to achieve greater loyalty to tourists and to ensure that they satisfy the needs of tourists;
- Developing the skills of selling tourism services through modern methods based on modern technology and IT systems tools.
- Facilitate electronic payment.
 - **Promoting tourism awareness and culture among members of Algerian society by:**
 - Instilling in all citizens the sense and sense of tourism since they were born in various educational stages by intensifying tourism awareness programs in all institutions and academic levels;
 - Tourists who work in hotels, tour guides, police, and passports should be highly aware, responsible, and efficient in providing tourist services;
 - To activate the role of civil society, such as tourism associations and organizations, in spreading the tourism culture of the Algerian individual and acquainting him with the tourist areas and sites in his country;
 - Cultural awareness of the need for electronic transactions in the field of tourism.

7. Conclusion:

Algeria is making significant efforts to promote the tourism sector through the 2025 master plan for tourism development, aiming to make the tourism sector an alternative to the fuel sector. However,

the measures taken and development plans put in place remain weak. Among the recommendations that the research concluded are:

proposed measures and procedures related to development policies and plans by:

- The relevant authorities should review the established dimensions and objectives of the tourism master plan for Horizon 2025 and assess, evaluate and refine it.
- Develop a new business plan beyond 2025
- An attempt to establish a scheme ensuring inter-sectoral coherence.

stimulate tourism investment activity by:

- adapting financing methods according to the specificities of such investment by inventing unique financial products such as hotel loans;
- boost these investments by reducing their interest rates on loans;
- Providing facilities and an appropriate environment for investors;
- Provide more support for building and developing infrastructure to help promote the tourism sector.
- Activate the role of the involved parties in tourism investment by activating the state's position, implementing the principles of good governance on the one hand, and activating the part of the private sector by improving the business climate to encourage such investment on the other.
- Strengthen Saharan and thermal tourism.

Promote and improve tourism services by:

- Activating the role of tourism promotion and marketing and adopting electronic marketing as a new style for marketing Algerian tourism products;
- Promoting awareness and tourism culture among members of society by changing the concepts, behaviors, and mispractices towards tourists;
- Instilling a sense of tourism among all citizens since they were born in different stages of education and intensifying tourism awareness programs in all educational institutions and levels by all actors in tourism [from local groups, associations, and tourism organizations.
- Ensure the development of human resources in the tourism and hotel sector by promoting the construction of tourism and hotel

- institutes and colleges and colleges and ensuring the quality of education to obtain qualified frameworks and workers;
- Ensure the development of human resources in the tourism and hotel sector by promoting the construction of tourism and hotel institutes and colleges and colleges and ensuring the quality of education to obtain qualified frameworks and workers;
 - Strengthening the role of tourism agencies and removing them from their classic part of racing to organize Umrah and Hajj trips by intensifying their activities towards activating domestic and international tourism in Algeria;
 - Give more attention to the traditional crafts sector as the first sector to complement the tourism sector.
 - Taking advantage of the experience of leading countries in the tourism field.

References:

- ABADA, R., & FOURA, S. TOURISM IN ALGERIA A CHOICE OR AN EVIDENCE?
- Abderrahim, W., & Baroudi, M. (2019). *THE CONTRIBUTION OF THE MASTER PLAN OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE REVIVAL OF THE TOURIST SECTOR OF THE WILAYA OF MOSTAGANEM*.
- Al-Rubaie, F. K. (2008, 10/3/2019). *Economic Blocs in Developed and Developing Countries*. www.ahewar.org
- Bouadam, K. (2011). The national strategy of tourism development in Algeria: issues, opportunities, and limitations. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 2.
- Boyer, M. (2003). História do turismo de massa–Bauru. SP: EDUSC.
- Calderwood, L. U., & Soshkin, M. (2019). The travel and tourism competitiveness report 2019.
- Clergeau, C., Glasberg, O., & Violier, P. (2014). *Management des entreprises du tourisme: stratégie et organisation*. Dunod.
- Demen-Meyer, C. (2005). Le tourisme: essai de définition. *Management Avenir*(1), 7-25.
- Duthion, B., & Mandou, C. (2016). *L'innovation dans le tourisme: culture numérique et nouveaux modes de vie*. De Boeck Supérieur.
- Keenan, J. (2003). Contested Terrain: Tourism, Environment and Security in Algeria's Extreme South. *The Journal of North African Studies*, 8(3-4), 226-265.
- Ministère de l'Aménagement du Territoire, d. E. S. D. d. A. T. e. d. T. S. (2008a). *Livre 1, La mise en oeuvre du SDAT 2025 : Le diagnostic : l'audit du tourisme algérien*.
- Ministère de l'Aménagement du Territoire, d. E. S. D. d. A. T. e. d. T. S. (2008b). *Livre 4 La mise en oeuvre du SDAT 2025 : Le plan opérationnel, MATET*

-
- Ministère de l'Aménagement du Territoire, d. l. E., Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme « SDAT 2025 » (2008). *livre 2 Les projets ''prioritaires'' de la première étape 2008-2015*
 - Ministère du Tourisme et de l'artisanat et du travail familiale. (2021). https://www.mtatif.gov.dz/?page_id=1147
 - Ministère du Tourisme, d. l. A. e. d. T. F. (2021). https://www.mtatif.gov.dz/?page_id=217&lang=fr
 - Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. (2014). Tableau de bord des statistiques du Tourisme et de l'Artisanat.
 - Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. (2015). Tableau de bord des statistiques du Tourisme et de l'Artisanat.
 - Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. (2016). Tableau de bord des statistiques du Tourisme et de l'Artisanat.
 - Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. (2017). Tableau de bord des statistiques du Tourisme et de l'Artisanat.
 - National Agency for Tourism Development. (2018). *Report of the Regional Forum "East"*, (regional meetings of tourism east,, Issue.
 - oxford business groups. (2019). *THE REPORT Algeria 2018* B. T. R. Homepage:OBGR<GO>.
 - Radić, M. M. (2019). THE IMPACT OF TOURISM ON THE BALANCE OF PAYMENTS STABILITY. *ITHMC*, 44.
 - Soufiane, S. A., shakir Alkinani, A., & khaleefah Alrikabi, N. (2021). Tourist development of heritage in Algeria: case of the Hypone site-ANNABA. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*,
 - Tourism Development Strategy Horizon 2025. (2021). <https://www.algeria.com/blog/tourism-development-strategy-horizon-2025/>
 - World bank group. (2017). *Tourism for development, 20 Reasons Sustainable Tourism Counts for Development*, (Affiliate Members Regional Report Tourism In Africa : A Tool for Development, Issue. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417322>

Analyzing efficiency of banks in Algeria using stochastic frontier analysis

تحليل كفاءة البنوك في الجزائر باستخدام التحليل الحدودي العشوائي

*Adel Achi

Boumediene Beroual

University of Batna 1- Algeria
adel.achi@univ-batna.dz

University of Batna 1- Algeria
boumediene.beroual@univ-batna.dz

Received:08/02/2023

Accepted:16/04/2023

Published: 30/04/2023

Abstract :

The aim of this paper is to measure and analyze the efficiency of Algerian banks using a stochastic frontier analysis (SFA) approach and to test the potential effect of environmental variables on its efficiency over the period 2014–2017. The main results indicate that there exists room (12%) to improve efficiency since its mean value is 0,878. Algerian banks enjoyed a decreasing trend of efficiency mean levels. The efficiency is affected positively by age of bank and return on assets (ROA) and negatively by size of bank.

Keywords: bank efficiency, determinants of efficiency, stochastic frontier analysis, Algerian banks, economic crisis.

JEL classification code : D24, G21

Résumé:

L'objectif de cet article est de mesurer et d'analyser l'efficacité des banques algériennes en utilisant l'approche d'analyse de frontières stochastique et de tester l'effet potentiel des variables environnementales sur leur efficacité durant la période 2014-2017. Les résultats empiriques indiquent qu'il existe une marge (12%) pour améliorer l'efficacité puisque sa valeur moyenne est de 0.878. Les banques algériennes ont connu une tendance négative concernant les niveaux moyens d'efficacité. L'efficacité est affectée positivement par l'âge de la banque et le rendement des actifs et négativement par la taille de la banque.

Mots clés : efficacité bancaire, déterminants de l'efficacité, analyse de frontière stochastique, banques algériennes, crise économique.

1.Introduction

One of the important ways to ensure the economic success for a bank is to efficiently use the available resources (Abu-Alkheil et al., 2018). bank's efficiency is defined as its ability to use the minimum quantity of inputs to produce given outputs or to use given inputs to produce maximum outputs. The first intervention refers to input orientation, and the second intervention refers to output orientation (Achi, 2021). Thus, it becomes indispensable to measure and analyze the efficiency of banks. Efficiency measurement is considered as one of the best ways to improve bank's efficiency by allocating and distributing resources in a better way (Mahmoud abadi and Emrouz nejad, 2019).

To examine the efficiency of banks, the analysts could use techniques that are based on the frontier of best practice. Actually, frontier efficiency is tool to assess the banks' efficiency, it shows if a bank can produce a same level of outputs by using alowest level of inputs. In benchmarking the efficiency of decision making units(DMUs), the managers of banks can use two different approaches: the parametric and the non-parametric approaches (Bogetoft and Otto, 2010; Daraio and Simar, 2007). The most non-parametric approach used in the literature is data envelopment analysis (DEA) and the most parametric approach used is stochastic frontier analysis (SFA) (Ahmad et al., 2020; Silva et al., 2017). In terms of methods, the DEA approach has its roots in linear programming, whereas the SFA approach is much more directly related to econometric theory (Bogetoft and Otto, 2010). These DEA and SFA approaches have been extensively applied to measure the efficiency of banks and of several different types of financial institutions (Silva et al., 2017).

The SFA approach has been widely used to examine the source of inefficiency in various fields since its introduction by Aigner et al. (1977), and Meeusen and van den Broeck (1977). SFA is a parametric method that applies the econometric methods to estimating various production/cost frontiers. Measuring the bank's efficiency allows to managers and policy makers to identify the source of inefficiency. According to SFA the source of inefficiency is due to two main causes. The first one is attributed to the

symmetric random shocks of production system that are not under the control of a producer. The second one is returned to factors such as managerial error and coordination failures (Bhattacharyya and Pal, 2013). SFA can also be used to make statistical inferences to further analyze banks' efficiency and associated environmental factors (Zhang et al., 2015).

The existing studies that use SFA to measure the efficiency of Algerian banks are very limited. Moreover, most of them focus on measuring efficiency and ignore to examine the potential effect of environmental variables which play a crucial role in explaining the efficiency differences.

Therefore, the main aim of this study is to measure and analyze the efficiency of Algerian banks using the SFA approach and to test the potential effect of environmental variables on its efficiency over the period of 2014–2017. In fact, this period recovers important variables which are the size of bank, the age of bank, the liquidity risk, the return on assets (ROA) and the economic crisis.

In summary, the research questions of this study are:

1. What was the efficiency mean of Algerian banks in terms of the SFA approach during the recovery period 2014–2017?
2. Did environmental variables affect the efficiency levels of Algerian banks in terms of SFA efficiency over the recovery period?

To the best of our knowledge, this paper is among the few studies that contributes to the literature by exploring the efficiency of Algerian banks and examining its determinants. In fact, limited previous researches on efficiency of Algerian banks require more and more studies to show insights and drawbacks of Algerian banks performance. This paper also attempts to show the effect of an important explanatory variable which is the national economic crisis on the efficiency of banks. Algeria witnessed this crisis after the year 2014 because of the sharp decline in oil prices that began in mid-2014.

The remainder of this paper is organized as follows. In the next section a literature review about studies that were conducted on Algerian banks efficiency using SFA, and determinants of banks

efficiency and hypotheses. Section 3 illustrates the methodology of research: data and variable and method. Section 4 is devoted to results and discussion. Finally, section 5 contains conclusions.

2. Literature review

2.1. Measurement of efficiency using SFA

Since SFA models were proposed by Aigner et al. (1977) and Meeusen and van den Broeck (1977), There has been an extensive body of studies that dealt with the efficiency of banks using SFA, especially studies conducted in developed countries. On the other hand, studies conducted in developing and emerging countries remain limited and need more investigations. Studies on Algerian banks' efficiency are also very limited, in particular those carried out using SFA, as far as we know.

Studies that were conducted on efficiency of Algerian banks using SFA approach and written in English language are very limited. Benzai and Aouad (2017) used both SFA and DEA to derive the technical and cost efficiency for a sample of 14 Algerian commercial banks over the period 2003–2012, and then they further tested the robustness of the efficiency scores. They adopted the intermediation approach to select inputs and outputs. The main results indicated that a relative consistency existed between the two approaches, the efficiency was related to the size and the ownership status, and the public banks outperformed private banks in terms of cost efficiency.

Using a sample of all the commercial banks operating in Algeria over the period 2003–2016, Hamdani and Lounici (2020a) used SFA to examine the cost efficiency, scale economies, technological progress and total factor productivity growth. To select appropriate variables, the authors adopted the intermediation approach. The empirical findings suggested that banks wasted 16% of their cost of production, foreign banks of all sizes exhibited economies of scale, whereas public banks of all sizes exhibited diseconomies of scale, technological progress reduced the cost of production of banks, and bank productivity increased over the study period.

Hamdani and Lounici (2020b) used SFA to derive cost and profit efficiency for a sample of all Algerian commercial banks over the period 2003–2016. They adopted the intermediation approach to

select inputs and outputs. The main results showed that public banks were more cost efficient than foreign banks, however they were less profit efficient.

Mahdaoui and Bouchra (2022) studied the efficiency of the Algerian banking sector during the period (1975-2019) by using SFA approach. To select appropriate variables, the authors adopted the intermediation approach. The results showed that the average technical efficiency of Algerian commercial banks was estimated at 24.13%, which represented a small percentage because of the lack of optimal use of inputs (deposits).

Djaadi and Nemer (2018) investigated the operating efficiency of seven banks using SFA during period 2008-2017. The main results indicated that the Algerian small banks were more efficient than the large ones.

Concerning studies carried out on efficiency of other countries, there has been a huge number of applications in the literature. For instance, Altunbas et al. (2000), Altunbas et al. (2007), Assaf and Matousek (2013), Miyakoshi and Tsukuda (2004), and Yao (2007).

2.2. Determinants of banks' efficiency and hypotheses

There have been numerous determinants of bank efficiency from the perspective of bank level. Due to the availability of data, this paper focuses on size of bank, age of bank, liquidity risk, ROA and economic crisis.

Size of the bank is widely used as an explanatory variable in banking efficiency. As a proxy for bank size, we use the natural logarithm of the value of the total assets. Empirical results from previous studies are not consensus about the relationship between bank size and efficiency. Dutta et al. (2020), Fernandes et al. (2018), Mansour and El Moussawi (2020) and Stewart et al. (2016) found a significant positive relationship between size and efficiency which means that larger banks have a higher chance of being more efficient compared to smaller ones. On the other hand, Shawtari (2015) found a significant negative relationship. On the contrary, some studies showed no significant relationship between bank size and efficiency (e.g., Assaf and Barros, 2011; Banya and Biekpe, 2018). Therefore,

the contradicting results from existing studies strengthen the need to examine the impact of bank size on efficiency of Algerian banks.

H1. Bank size has a significant positive effect on efficiency of Algerian banks.

Age of bank reflects the experience and learning over time. According to the literature, the influence of age on bank efficiency can be twofold. Paxton (2007) and Wijesiri et al. (2015) found a significant positive association between age and efficiency. This is due to banks in an early stage of growth may have a higher operating expense. On the other hand, Isik and Hassan (2003) and Stewart et al. (2016) reported a negative relationship between bank age and efficiency. Other studies, however, reported no significant relationship between bank age and efficiency, for example, Fukuyama and Matousek (2011). Accordingly, it is proposed that age of bank may also have significant positive effect on efficiency of Algerian banks.

H2. Age of bank has a significant positive effect on efficiency of Algerian banks.

Liquidity risk is defined as the ratio of total loans to total assets. It comes from the possible inability of banks to adapt to decreases in liabilities or to financial increases in assets (Banya and Biekpe, 2018). Dell'Atti et al. (2015), and Sufian and Habibullah (2010) found a positive relationship between liquidity risk and efficiency. Thus, it is expected to find a positive relationship between liquidity risk and efficiency of Algerian banks.

H3. Liquidity risk has a significant positive effect on efficiency of Algerian banks.

ROA is calculated by dividing the net profit on total assets. It represents the profitability of a bank based on total assets. It is anticipated to be associated positively with efficiency. On these grounds, the bank with a higher level of profitability is more attractive for depositors than that with lower profitability (Shawtari, 2015). Several Studies demonstrate the positive impact of ROA on bank efficiency, for example, Fernandes et al. (2018), Gulati and Kumar (2017), Mansour and El Moussawi (2020), Shawtari (2015), and Stewart et al. (2016).

H4. *ROA has a significant positive effect on efficiency of Algerian banks.*

Economic crisis is a slight national economic crisis that witnessed Algeria after the year 2014 because of the sharp decline in oil prices that began in mid-2014. The economic crisis is a variable, which usually can be modeled as either dummy or a continuous variable. In this paper, the foreign exchange reserves are used as a proxy of the national economic crisis. Dia et al. (2020) and Sufian and Habibullah (2010) prove the negative effect of the global financial crisis on bank efficiency. We expect a negative association between economic crisis and bank efficiency.

H5. *Economic crisis has a significant negative effect on efficiency of Algerian banks.*

3. Methodology

3.1. Data and variables

To assess the efficiency and explain its determinants, this study uses annual bank data of 13 Algerian commercial banks for the period from 2013 to 2017. The data have been obtained from published annual balance sheets and income statements in online annual reports of each individual bank. The data are measured in millions of Algerian Dinars (AD). The sample consists of eight foreign banks and five domestic banks, as can be seen in Table 1, seven banks were omitted due to the unavailability of data, consisting of five foreign ownership banks and two domestic ownership banks. It is noticed that some banks miss observations for some years. Table 1 shows name of bank, its abbreviation, type of bank and operating date.

Selection of input and output variables is an important step when evaluating banks efficiency. Indeed, the type and quality of these variables influence significantly the measurement's results. For this reason, this step requires paying more attention. Generally, the selection of variables depends on the availability of data and on whether to model the bank' activity as a production process or as an intermediation process. According to the intermediation approach, banks are viewed as primarily intermediary institutions between savers and investors. In this regard, deposits are considered as input. The production approach assumes that the role of banks is to use

labor and capital to attract depositors to place their funds in the bank. Thus, deposits are among the outputs (Achi, 2021). Following Berger and Humphrey (1997) and Altunbas et al. (2001), the production approach is adopted, therefore the inputs are fixed assets and operating expenses and the output is deposits.

Table 1. Algerian banks in the study sample.

Bank name	Abbreviation	Type of bank	Operating date
La Banque Nationale d'Algérie	BNA	Domestic	1966
La Banque Extérieure d'Algérie	BEA	Domestic	1967
Le Crédit Populaire d'Algérie	CPA	Domestic	1966
La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural	BADR	Domestic	1982
La Banque de Développement Local	BDL	Domestic	1982
Al Baraka Bank Algérie	Al Baraka	Foreign	1991
Arab Banking Corporation-Algeria	ABC-Algeria	Foreign	1995
Société Générale Algérie	Société Générale	Foreign	2000
BNP Paribas El Djazaïr	BNP	Foreign	2002
Gulf Bank Algeria	GBA	Foreign	2004
Trust Bank Algeria	Trust Algeria	Foreign	2002
Fransabank El-Djazaïr SPA	Fransabank	Foreign	2010
Al Salam Bank-Algeria	Al Salam	Foreign	2008

3.2. Method

One of the main frontier approaches to examine productivity and efficiency of a cross section of banks is the SFA, which is independently proposed by Aigner et al. (1977) and Meeusen and Van den Broeck (1977) (Kumbhakar et al., 2020). The SFA is a parametric technique that is based on production function methodology. The approach explicitly recognises that production function represents technically maximum feasible output level for a given level of inputs (Mazorodze, 2020). The SFA model accounts for possible influence of measurement errors and other noise on the shape and positioning of the estimated frontier (Sakouvoqui, 2020). The SFA model can be expressed as :

$$y_i = x_i\beta + v_i + u_i \quad (1)$$

u_i : is a nonnegative disturbance standing for technical inefficiency in the production function. This term is assumed to be one of the three distributions: half normal, exponential, or truncated-normal.

v_i : is an idiosyncratic error term which is assumed to be normally distributed.

For SFA, a decision maker may not only desire to examine the levels of efficiency for each bank, but also the factors that can explain efficiency variation. For example, in studying the efficiency level of banks, a decision maker may want to know whether the efficiency of a bank is affected by the bank size, the experience, or the competition. To answer these questions, we may want to estimate the relationship between the efficiency measures and the potential determinants of efficiency. To investigate such relationship between efficiency and explanatory variables, there is two approaches in the literature. The early studies adopt a two-stage procedure to investigate the relationship. In the first stage, the researcher estimates the inefficiency measures, then in the second stage, the scores of inefficiencies are regressed on vector exogenous variables. A negative coefficient of the exogenous variable in the regression indicates that banks with larger values of the variables tend to have a lower level of inefficiency. the single-stage procedure allows to estimate the inefficiency scores and parameters together (Kumbhakar et al., 2015).

The relationship between inefficiency scores and explanatory variables is modeled as follows:

$$u_i = \alpha_1 \text{bank_size} + \alpha_2 \text{bank_age} + \alpha_3 \text{liquidity_risk} + \alpha_4 \text{ROA} + \alpha_5 \text{economic_crisis} + w_i \quad (2)$$

Where u_i is the estimate of banks inefficiency, obtained from Eq. (1) above, whilst w_i is a random variable distributed as truncated-normal. We apply the one-stage procedure which consists of estimating Eqs. (1) and (2) simultaneously.

4. Results and discussion

The estimation of Algerian banks efficiency from 2013 to 2017 and SFA coefficients was conducted using Stata 17.0.

4.1. Banks efficiency

Table 2 shows the statistical description of the input and output variables used for efficiency estimation. The average fixed assets

is 845,881 million Algerian Dinar (AD) with a standard deviation of 709,415 million AD. The biggest bank owns as fixed assets 2277,846 million AD whereas the smallest one owns 76,706 million AD. The average operating expenses is 727,729 million AD with a standard deviation of 678,648 million AD. The average deposit is 57679,18 million AD with a standard deviation of 75155,33 million AD. On average, an Algerian bank uses 845,881 million AD in fixed assets and spends 727,729 million AD as operating expenses to collect 57679,18 million AD in deposits.

Table 2: Descriptive statistics of input and output variables

Variable	Obs	Mean	Sta.Dev	Min	Max
Fixedassets	60	845,88	709,41	76,70	2277,84
Operatingexpenses	60	727,729	678,648	63,838	2278,73
Deposits	60	57679,1	75155,3	1155,61	250936,09
Unit : million AD					

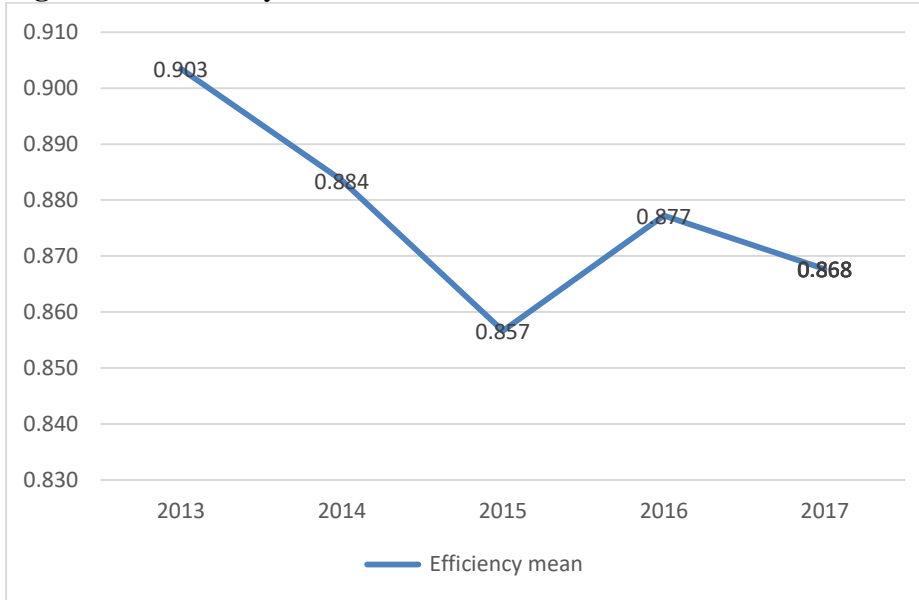
Table 3 presents mean, minimum and maximum of efficiency scores of pooled data. The mean of efficiency equals 0,878, implying that, on average, the Algerian banks produce 87.8% of the maximum output, or that they lost about 12% of the potential output due to technical inefficiency. The lowest efficiency level is 0,466 and the highest one is 0,999.

Table 3 : Statistics of efficiency					
Variable	Obs	Mean	Sta.Dev.	Min	Max
Efficiency	60	0,878	0,179	0,466	0,999

Figure 1 shows efficiency mean scores estimated for the sample banks from 2013 to 2017. The figure shows that the mean of scores decreased from 0,903 in 2013 to 0,857 in 2015, in 2016, it recorded an increase estimated by 1,23%, and then it recorded a slight decrease estimated by 1%. Figure 2 represents also the trend of efficiency mean scores. It is noticed that the trend was negative, which means that the levels of efficiency mean of Algerian banks was falling over (2013–2107) period. The efficiency mean shifted from 0.903 in 2013 to 0.868 in 2017. The highest mean (0,903) was observed in 2013 and the lowest average (0,857) was observed in 2015. This result indicates that the Algerian banks experienced a

continuous deterioration in overall efficiency during the period 2013–2017.

Figure 1 : Efficiency mean scores over time



4.2. The influence of explanatory variables on banks efficiency

Table 4 presents the parameters estimation results. The value of Lambda equals 0,124 and is statistically significant at 5% level, which means that the deviation from the frontier do not depend entirely on random noise, but also on technical inefficiency. As can be seen from Table 4, most of parameters are statistically significant. The influencing variables on Algerian banks efficiency are bank size, bank age and ROA. The remaining two variables are statistically insignificant.

Concerning the bank size, the coefficient equals 0.672 which manifests that this variable negatively affects the efficiency of banks, and that its influence is strong in comparison to other factors. This result does not confirm our expectation (H1) that larger banks have a higher chance of being more efficient compared to smaller ones. However, it is consistent with the study of Shawtari (2015).

The coefficient of bank age equals -0.062 which manifests that bank age has a positive influence on the efficiency of Algerian banks. It means that the old banks have higher efficiency. It is noticed that the coefficient value of bank age is the smallest one. The result supports

our hypothesis (H2) and the view of some studies such as Paxton (2007) and Wijesiriet al. (2015). This might be because banks in an early stage of growth have a higher operating expense.

The coefficient estimate of liquidity risk equals 0.672 which shows that this variable is negatively related to the efficiency of banks. Noticeably, the parameter is statistically insignificant, which indicates that no relationship exists between liquidity risk and efficiency of Algerian banks. This result does not support our hypothesis (H3) and other results reached by Dell’Atti et al. (2015), and Sufian and Habibullah (2010).

Table 4: Maximum-likelihood estimates for parameters of the stochastic frontier

Variable	Coefficient	Standard deviation	P
Size	,672***	,263	0,010
Age	-,062***	,019	0,001
Liquidity_risk	,672	,988	0,497
ROA	-29,810**	14,826	0,044
Economic crisis	-,0014	,002	0,529
Constant	-11,481***	4,429	0,010
Sigma_u	,033	,0481	0,486
Sigma_v	,271***	,0251	0,000
Lambda	,124**	,054	0,023
Number of observations	60		
Wald chi2(2)	1642,21		
Prob > chi2	0.0000		
Log likelihood	-6,6616		

***: significant at 1%, **: significant at 5%

Concerning the influence of ROA on the bank efficiency, the coefficient is negative and significant indicating a strong positive relationship between profitability and bank efficiency. This suggests that higher levels of profitability ratio increase the ability of Algerian banks to be more efficient. This confirms our expectations (H4) which support the results of several empirical studies (e.g.Fernandes et al., 2018; Gulati and Kumar, 2017; Mansour and El Moussawi, 2020; Shawtari, 2015; Stewart et al., 2016).

The coefficient associated with economic crisis is -0,0014 and it is statistically insignificant which means that the Algerian banks efficiency is not affected by a slight national economic crisis resulting from a decline in oil prices. This finding conflicts with our presumption (H5) and evidence reported in previous studies. For instance, Dia et al. (2020) and Sufian and Habibullah (2010) prove the negative effect of the global financial crisis on bank efficiency.

5. Conclusion

This paper adds to the literature of limited studies dealing with the bank's efficiency and its determinants in the Algerian context, and fills the gap of the lack of research on the influencing variables in developing and emerging countries by using the SFA approach. The results on efficiency measurement reveal that the efficiency mean of Algerian banks is 0,878, implying that, on average, the Algerian banks produce 87,8% of the maximum output, or that they lost about 12% of the potential output due to technical inefficiency. The Algerian banks enjoys a decreasing trend of efficiency mean levels over the period 2013–2017.

The findings of examining the determinants of Algerian banks efficiency over the period 2013–2017 reveal that the factors of bank age and ROA affect positively Algerian banks efficiency, whereas the bank size negatively relate to efficiency.

Finally, there are limitations of this study, which could serve as fruitful avenues for further researches. For instance, the five explanatory variables may be not enough to accurately explain the differences in Algerian banks' efficiency levels. In addition, the study can be carried out over a longer period of time.

6. Bibliography List

Abu-Alkheil, A., Khartabiel, G., & Dali, N. R. S. M. (2018). A two-stage parametric stochastic frontier analysis (SFA) of the efficiency performance of Shari'ah compliant banks: a global evidence. *American Journal of Finance and Accounting*, 5(2), 85-110.

Achi, A. (2021). Efficiency and its determinants in the Algerian banks: network data envelopment analysis and partial least squares regression. *International Journal of Productivity and Performance Management*. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-07-2021-0407>

Ahmad, N., Naveed, A., Ahmad, S., & Butt, I. (2020). Banking sector performance, profitability, and efficiency: a citation-based systematic literature review. *Journal of Economic Surveys*, 34(1), 185-218.

Aigner, D., Lovell, C. K., & Schmidt, P. (1977). Formulation and estimation of stochastic frontier production function models. *Journal of econometrics*, 6(1), 21-37.

Altunbas, Y., Carbo, S., Gardener, E. P., & Molyneux, P. (2007). Examining the relationships between capital, risk and efficiency in European banking. *European financial management*, 13(1), 49-70.

- Altunbas, Y., Liu, M. H., Molyneux, P., & Seth, R. (2000). Efficiency and risk in Japanese banking. *Journal of Banking & Finance*, 24(10), 1605-1628.
- Assaf, A. G., Barros, C. P., & Matousek, R. (2011). Technical efficiency in Saudi banks. *Expert systems with Applications*, 38(5), 5781-5786.
- Assaf, A. G., Matousek, R., & Tsionas, E. G. (2013). Turkish bank efficiency: Bayesian estimation with undesirable outputs. *Journal of Banking & Finance*, 37(2), 506-517.
- Banya, R., & Biekpe, N. (2018). Banking Efficiency and its determinants in selected Frontier African Markets. *Economic Change and Restructuring*, 51, 69-95.
- Benzai, Y. & Aouad, H. S. (2017). Measuring cost efficiency in the Algerian banking system : A comparison of parametric and non-parametric frontier methodologies. *AL-MOASHEER Journal of Economic Studies*, 1(2), 139-158.
- Berger, A. N., & Humphrey, D. B. (1997). Efficiency of financial institutions: International survey and directions for future research. *European journal of operational research*, 98(2), 175-212.
- Bhattacharyya, A., & Pal, S. (2013). Financial reforms and technical efficiency in Indian commercial banking: A generalized stochastic frontier analysis. *Review of Financial Economics*, 22(3), 109-117.
- Bogetoft, P., & Otto, L. (2010). *Benchmarking with dea, sfa, and r* (Vol. 157). Springer Science & Business Media.
- Daraio, C., & Simar, L. (2007). *Advanced robust and nonparametric methods in efficiency analysis: Methodology and applications*. Springer Science & Business Media.
- Dell'Atti, S. Pacelli, V., & Mazzarelli, G. (2015). The efficiency of the European banking groups and its determinants. *Managerial Finance*, 41(7), 734-751.
- Djaadi, C., & Nemer, M. E. (2019). Measurement of operating efficiency using stochastic cost frontier model to a sample from banks which deal with Algeria in the period 2008 to 2017. *Dirassat Journal Economic Issue*, 10(2), 267-284.
- Dutta, P., Jain, A., & Gupta, A. (2020). Performance analysis of non-banking finance companies using two-stage data envelopment analysis. *Annals of Operations Research*, 295, 91-116.
- Fernandes, F. D. S., Stasinakis, C., & Bardarova, V. (2018). Two-stage DEA-Truncated Regression: Application in banking efficiency and financial development. *Expert Systems with Applications*, 96, 284-301.

Fukuyama, H., &Matousek, R. (2011). Efficiency of Turkish banking: Two-stage network system. Variable returns to scale model. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 21(1), 75-91.

Gulati, R., & Kumar, S. (2017). Analysing banks' intermediation and operating efficiencies using the two-stage network DEA model: The case of India. *International Journal of Productivity and Performance Management*.66 (4), 500-516.

Hamdani F.&Lounici, N. (2020a). An investigation into the cost efficiency, scale economies, technological progress and productivity of Algerian banks. *Finance & Markets Review*, 7 (2), 1-18.

Hamdani F.&Lounici, N. (2020b). The role of ownership structure in explaining differences in efficiency: Evidence from the Algerian banking sector. *Economic and Management Research Journal*, 14 (05), 259-278

Isik, I., & Hassan, M. K. (2003). Efficiency, ownership and market structure, corporate control and governance in the Turkish banking industry. *Journal of Business Finance & Accounting*, 30(9-10), 1363-1421.

Kumbhakar, S. C., Wang, H., &Horncastle, A. P. (2015). A practitioner's guide to stochastic frontier analysis using Stata. Cambridge University Press.Kumbhakar, S. C., Parmeter, C. F., &Zelenyuk, V. (2020). Stochastic frontier analysis: Foundations and advances I. *Handbook of production economics*, 1-40.

Mahdaoui, M. &Bouchra, A. (2022). Measuring the technical Efficiency in Algerian commercial banks: from a mediation approach by using Stochastic frontier analysis. *Journal of Economic Integration*, 10 (02), 553-565.

Mahmoudabadi, M. Z., &Emrouznejad, A. (2019). Comprehensive performance evaluation of banking branches: A three-stage slacks-based measure (SBM) data envelopment analysis. *International Review of Economics & Finance*, 64, 359-376.

Mansour, R., & El Moussawi, C. (2020). Efficiency, technical progress and productivity of Arab banks: A non-parametric approach. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 75, 191-208.

Mazorodze, B. (2020). Trade and efficiency of manufacturing industries in South Africa. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 29(1), 89-118.

Meeusen, W., & van Den Broeck, J. (1977). Efficiency estimation from Cobb-Douglas production functions with composed error. *International economic review*, 435-444.

- Miyakoshi, T., & Tsukuda, Y. (2004). Regional disparities in Japanese banking performance. *Review of Urban & Regional Development Studies*, 16(1), 74-89.
- Paxton, J. (2007). Technical efficiency in a semi-formal financial sector: The case of Mexico. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 69(1), 57-74.
- Sakouvogui, K. (2020). A comparative approach of stochastic frontier analysis and data envelopment analysis estimators: evidence from banking system. *Journal of Economic Studies*, 47(7), 1787-1810.
- Shawtari, F. A., Ariff, M., & Abdul Razak, S. H. (2015). Efficiency assessment of banking sector in Yemen using data envelopment window analysis: A comparative analysis of Islamic and conventional banks. *Benchmarking: An International Journal*, 22(6), 1115-1140.
- Silva, T. C., Tabak, B. M., Cajueiro, D. O., & Dias, M. V. B. (2017). A comparison of DEA and SFA using micro-and macro-level perspectives: Efficiency of Chinese local banks. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 469, 216-223.
- Stewart, C., Matousek, R., & Nguyen, T. N. (2016). Efficiency in the Vietnamese banking system: A DEA double bootstrap approach. *Research in International Business and Finance*, 36, 96-111.
- Sufian, F., & Habibullah, M. S. (2010). Bank-specific, industry-specific and macroeconomic determinants of bank efficiency: Empirical evidence from the Thai banking sector. *Margin: The Journal of Applied Economic Research*, 4(4), 427-461.
- Wijesiri, M., Viganò, L., & Meoli, M. (2015). Efficiency of microfinance institutions in Sri Lanka: a two-stage double bootstrap DEA approach. *Economic Modelling*, 47, 74-83.
- Yao, S. (2007). On the efficiency of Chinese banks and WTO challenges. *Applied Economics*, 39(5), 629-643.
- Zhang, Q., Xu, Z., Feng, T., & Jiao, J. (2015). A dynamic stochastic frontier model to evaluate regional financial efficiency: Evidence from Chinese county-level panel data. *European Journal of Operational Research*, 241(3), 907-916.

Les préalables à l'émergence d'une « véritable » dynamique entrepreneuriale en Algérie

The prerequisites for the emergence of a "genuine" entrepreneurial dynamic in Algeria

* Boughidene Rachid

Université A. Mira de Bejaia- Algérie
rachid.boughidene@univ-bejaia.dz

Reçu le:09/01/2023

Accepté le:31/03/2023

Publié le: 30/04/2023

Résumé:

La présente étude cherche à identifier les facteurs d'entrave au développement d'un véritable entrepreneuriat en Algérie. Le constat étant que le nombre de PME en Algérie est en nette augmentation mais reste insuffisant. Dans l'immédiat, plutôt que de chercher à inciter le maximum d'individus à devenir entrepreneur, plutôt se concentrer sur les personnes, qui portent des projets capables d'impacter leur environnement. Il est impératif de mobiliser les ressources nécessaires et d'orienter les efforts vers la création d'une culture entrepreneuriale riche et d'un climat sain pour les affaires.

Mots Clés : Entreprenariat, PME, Ecosystème, Actions publiques

Code de Classification JEL : M13

Abstract:

This study attempts to identify the factors hindering the development of a real entrepreneurship in Algeria. The observation is that the number of SMEs in Algeria is clearly increasing but remains insufficient. In the immediate future, rather than trying to encourage as many individuals as possible to become entrepreneurs, we should focus on people who have projects capable of impacting their environment. It is imperative to mobilize the necessary resources and direct efforts towards creating a rich entrepreneurial culture and a healthy business climate.

Key words: Entrepreneurship, SMEs, Ecosystem, Public actions.

JEL classification codes: M13

1. Introduction

L'idée de promouvoir l'entrepreneuriat en Algérie remonte aux années 1990 lorsque les pouvoirs publics ont tenté de résorber le chômage en incitant les demandeurs d'emploi à créer des entreprises. Pour les soutenir dans cette aventure, l'Etat introduit une panoplie d'instruments et de structures. Ces efforts semblent avoir payé au vu de l'évolution remarquable de l'activité entrepreneuriale si on se fie uniquement au nombre d'entreprises lancées. La population des PME est en effet passée de quelques 25 000 au milieu des années 1990 à 1 286 365 en 2021 (Ministère de l'Industrie, 2021). Le verdict est autre lorsqu'on se penche sur des indicateurs tels que le type d'entrepreneurs dominants, la nature des activités qu'ils privilégient, la pérennité des entreprises créées et leur contribution à la croissance. La présente étude cherche à identifier les facteurs d'entrave au développement d'un véritable entrepreneuriat capable d'insuffler dynamisme et vivacité dans l'économie algérienne et aider à la tirer de son atonie. Nous traiterons de cette problématique en quatre points. Nous aborderons d'abord brièvement les développements théoriques autour de l'entrepreneur et l'écosystème entrepreneurial, deux concepts clés du champ de l'entrepreneuriat. Nous ferons ensuite un état des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie. Puis, nous nous intéresserons au contexte dans lequel naissent et évoluent les entreprises algériennes. Pour clore l'étude, nous ébauchons à grands traits une approche à même d'initier une vraie dynamique entrepreneuriale dans le pays.

2. Revue de littérature

Une abondante littérature pluridisciplinaire est consacrée à l'entrepreneur, ses caractéristiques, ses motivations et ses actions depuis les années 1980. Pour sa part, le concept d'écosystème entrepreneurial a suscité l'intérêt des chercheurs à partir des années 2000. Nous présentons dans cette section une brève revue de cette littérature en privilégiant les travaux relevant du domaine de l'économie.

2.1. De l'entrepreneur

Un parcours rapide de la littérature permet de tirer deux enseignements à propos de l'entrepreneur. D'abord si cet acteur clé du capitalisme n'est devenu l'objet d'intérêt et d'étude qu'à partir des années 1980, le vocable est ancien. Il semblerait qu'il soit apparu au 16^e siècle dans un ouvrage de Savary intitulé *le parfait négociant*.

Ensuite, il n'existe pas de définition unique de l'entrepreneur qui fasse l'unanimité parmi tous les chercheurs car ce personnage témoin des changements socio-culturels, économiques, politiques et technologiques qui ont jalonné le monde occidental, développe sans cesse de nouvelles attitudes et aptitudes afin de s'y adapter (Tounes & Fayolle, 2006). Sa fonction change également au gré des transformations de son environnement, ce qui impose de le conceptualiser à partir des faits et de la pratique et le saisir dans son environnement et son contexte (Tounes, 2004). Les chercheurs s'arrêtent donc habituellement aux périodes charnières de l'évolution du capitalisme pour tenter de cerner la personnalité de cet acteur.

Au début du 17^e siècle, Cantillon présente l'entrepreneur comme un agent qui se charge des activités à risques que sont la production et le commerce. Il doit acquérir les ressources nécessaires à la production à des prix connus, mais il lui est difficile de connaître les prix exacts auxquels il peut vendre ses produits et donc les revenus qu'il peut en espérer. De même, s'il achète des produits dans une région pour les revendre dans une autre région, il ne peut pas savoir avec certitude le prix qu'il pourra en tirer. Ces risques liés aux activités de production et de commerce s'expliquent par le fonctionnement du marché et les fluctuations des prix qui le caractérisent (Laurent, 2012). L'entrepreneur se sert de son expérience pour apprécier l'état du marché avant de fixer un niveau des prix qui soit acceptable pour ses clients tout en étant avantageux pour lui.

De tous les économistes classiques, J-B Say est incontestablement celui qui a montré le plus d'intérêt pour l'entrepreneur et semble lui vouer une importance capitale. Il estime que le bien-être d'un pays repose sur le dynamisme de ses entrepreneurs et de sa population active. Dans la conception de Say, l'entrepreneur est différent du capitaliste ; sa fonction consiste à organiser et diriger la production et assumer le risque qui en découle. Il le présente dans son *Traité d'économie politique* comme celui qui *entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque*. Cette fonction qui revient à réunir les facteurs de production et les combiner de la façon la plus optimale pour créer des produits, est un point crucial dans le processus économique.

Au 20^e, Schumpeter met en avant l'importance des entrepreneurs pour la dynamique du système capitaliste et les considère comme son élément actif grâce aux *nouvelles combinaisons* qu'ils exécutent (Schumpeter, 1935). Ce faisant, et à l'opposé de l'agent

organisateur de Say, l'entrepreneur devient un perturbateur qui remet en cause les situations établies par son travail d'innovation. Il est à l'origine de la destruction créatrice, ce *processus de mutation industrielle [...] qui révolutionne incessamment de l'intérieur la structure économique, en détruisant continuellement ses éléments vieillis et en créant continuellement des éléments neufs* (Schumpeter, 1942). Cette activité d'innovation constitue une source essentielle de l'évolution de l'économie capitaliste.

Pour (Kirzner, 2019), l'entrepreneur est un individu qui adopte une posture de vigilance aux opportunités de profit. Il est capable de percevoir les possibilités d'échange mutuellement avantageux sur un marché que d'autres ne détectent pas. Contrairement à l'entrepreneur innovateur de Schumpeter, l'entrepreneur kirznérien n'invente rien ; il ne fait que saisir des opportunités de profit existantes qu'il a découvertes (Facchini, 2007).

Ce bref tour d'horizon théorique montre que les fonctions de l'entrepreneur se sont diversifiées au fil du temps. Depuis la fin du XX^e siècle, l'intégration économique internationale et le développement des technologies d'information et de communication ont créé de nouvelles opportunités de profits et de formes d'organisation du travail (marchés plus étendus, entreprises virtuelles, télétravail, ...). Ces événements ont également intensifié la concurrence et obligé les grandes entreprises à se restructurer, ce qui a favorisé l'apparition de nouvelles formes entrepreneuriales (essaimage, intrapreneuriat, franchise...). En outre, ceux qui initient des projets n'ont pas tous les mêmes motivations. Certains sont attirés par les gains potentiels ; d'autres agissent pour s'assurer un revenu et s'insérer dans la société ; d'autres encore sont tout simplement guidés par l'altruisme (entreprises sociales et solidaires). Cette multiplication des figures de l'entrepreneur et de ses activités est devenue un terrain fertile pour les travaux théoriques comme le souligne (Pozen, 2007) « *Theories of entrepreneurship abound, but we have no completely satisfying synthetic account of the practice, and we probably never will* ».

Faute de disposer d'une définition unifiée de l'entrepreneur, certains chercheurs se sont attelés à élaborer des typologies de cet acteur, à l'image de (Marchesnay, 1991) qui distingue l'entrepreneur *PIC* de l'entrepreneur *CAP*. Le premier a pour objectif d'assurer la pérennité de son affaire (P) pour la transmettre à ses enfants ; il tient à rester indépendant (I) et répugnera de ce fait à ouvrir son capital. Pour lui,

la croissance n'est pas une fin en soi (C). L'entrepreneur CAP s'intéresse avant tout aux activités en croissance (C) ; il est motivé par l'autonomie (A) dans la gestion de son affaire et il est prêt à accepter des apports de capitaux extérieurs tant qu'ils ne remettent pas en cause son autonomie de gestion. Enfin, la pérennisation (P) de l'entreprise n'est pas recherchée par ce type d'entrepreneurs, à moins qu'elle permette des gains de revenus importants. Pour sa part, (Hernandez, 2006) qui reprend (Letowski, 1992) oppose l'entrepreneur mu par la logique d'esprit d'entreprise à celui motivé par celle de l'insertion sociale. Le premier démarre une entreprise avec l'ambition de la faire grandir, va à la conquête de nouveaux marchés, ... alors que le second devient entrepreneur par nécessité ; il initie une entreprise faute d'un emploi salarié et se montre satisfait si son activité lui permet de vivre correctement.

Ce passage par la personne de l'entrepreneur est indispensable car tous les entrepreneurs ne se valent pas et leur apport à la croissance diffère. Créer de nombreuses entreprises ne suffit donc pas pour booster la croissance et favoriser l'emploi ; la qualité des projets et des personnes qui les portent importe plus à cet égard. D'ailleurs, l'écart de croissance entre l'Europe et les Etats-Unis est souvent mis sur le compte de la domination des PME traditionnelles dans le premier espace et l'importance des entreprises de croissance dans le second.

2.2. L'écosystème entrepreneurial : de quoi s'agit-il ?

L'approche par l'*écosystème entrepreneurial* est apparue suite à l'échec des politiques publiques qui n'ont pas pu favoriser l'émergence d'un grand nombre d'entreprises de croissance dans les pays développés (Warwick, 2013). Ainsi, le Danemark qui présente l'un des meilleurs cadres au monde pour le développement de l'activité entrepreneuriale n'est pas parvenu à renforcer sa capacité à générer un nombre suffisant d'entreprises à forte croissance (Napier, 2013). Le même constat a été fait au sujet des Pays-Bas qui se caractérisent par une dynamique entrepreneuriale appréciable mais celle-ci présente l'inconvénient d'être le fait de travailleurs indépendants et autoentrepreneurs (Stam & van de Ven, 2021). Il semblerait donc qu'un environnement favorable au lancement d'un grand nombre d'entreprises n'est pas forcément propice à l'épanouissement des entreprises orientées vers la croissance qui requièrent vraisemblablement des ressources spécifiques différentes de celles nécessitées pour la création d'entreprises (soutien financier,

fiscalité allégée ...). En outre, les études consacrées aux districts industriels, clusters et autres formes de concentrations industrielles sur un même lieu géographique montrent que les firmes évoluant au sein de ce type de territoire bénéficient de nombreuses ressources et informations qui font défaut à celles localisées dans d'autres environnements. (Porter, 1998) soutient que le cluster est soudé par un ciment social qui permet aux entreprises un accès à des actifs de grande valeur grâce aux relations personnelles, au contact direct, au sens de l'intérêt commun... En bref, il semble aujourd'hui que l'entreprise ne peut pas prospérer toute seule même si elle bénéficie de l'aide des pouvoirs publics. Pour grandir et produire un impact conséquent en termes d'emploi, de génération de richesses, de compétitivité et de prospérité du territoire sur lequel elle est localisée... elle a besoin d'autres entreprises avec lesquelles elle coopérera mais entrera également en concurrence et de s'appuyer sur les autorités locales et divers prestataires de services publics et privés. Ce rôle joué par l'environnement dans lequel naît et évolue l'entreprise devient un sujet d'intérêt pour les chercheurs à partir des années 2000 et depuis, le concept d'écosystème entrepreneurial (EE) retient aussi l'attention des politiques.

Le vocable écosystème, emprunté à la biologie, est transposé en économie par (Valdez, 1988) qui l'utilise pour expliquer que le comportement humain est la résultante de l'interaction entre l'individu et son environnement. L'auteur adopte ensuite le concept de l'*écosystème entrepreneurial* pour explorer la relation entre la création de nouvelles entreprises et l'environnement économique. (Moore, 1993) reprend l'idée de l'*écosystème entrepreneurial* et soutient que : *Les entreprises qui réussissent [...] évoluent rapidement et efficacement. Toutefois, les entreprises innovantes ne peuvent pas évoluer dans le vide (vacuum). Elles doivent attirer des ressources de toutes sortes, en captivant des capitaux, des partenaires, des fournisseurs et clients pour créer des réseaux coopératifs.* Pour leur part, (Asselineau et al., 2014) évoquent l'importance de l'environnement dans lequel se crée et évolue l'entreprise en faisant le parallèle avec le jeu chinois de *Go* dans lequel la pierre qui sert de pion ne présente aucune valeur pour le joueur lorsqu'elle est considérée toute seule ; elle devient intéressante lorsque le joueur la connecte aux pierres situées à proximité pour constituer un territoire insaisissable.

Les travaux sur l'écosystème entrepreneurial sont aujourd'hui très nombreux et les définitions qui en sont données évoquent l'interaction entre divers acteurs et facteurs. (Cohen, 2006) le présente comme *un ensemble diversifié d'acteurs interdépendants au sein d'une région géographique qui influencent la formation et l'éventuelle trajectoire de l'ensemble du groupe d'acteurs et, au fil du temps, potentiellement l'économie dans son ensemble*. Pour (Spigel, 2017), les écosystèmes sont *l'union de perspectives culturelles localisées, de réseaux sociaux, de capitaux, d'universités et de politiques économiques actives qui créent des environnements propices aux entreprises fondées sur l'innovation*. La définition de (Mason, Colin; Brown, 2014) est plus large ; l'EE est selon eux *un ensemble d'interconnexions d'acteurs entrepreneuriaux, d'organisations entrepreneuriales, d'institutions et de processus entrepreneuriaux qui fusionnent formellement et informellement pour connecter, servir de médiateur et régir la performance au sein de l'environnement entrepreneurial local*. Pour synthétiser l'apport de ces différents auteurs, nous dirons qu'EE est un ensemble d'acteurs, d'institutions et de réseaux localisés sur un territoire qui communiquent de façon formelle et informelle et agissent ensemble pour favoriser la dynamique de création d'entreprises.

Pour (D. Isenberg & Global, 2011) l'approche par l'écosystème entrepreneurial découle du constat que les sociétés qui se caractérisent par une dynamique entrepreneuriale régulière et auto-entretenu sont celles qui disposent d'écosystèmes complexes propres à elles. Puis il identifie six principales composantes (la politique publique, les marchés, les capitaux, les compétences humaines, une culture favorable et des acteurs et institutions support) qui se combinent de différentes façons pour donner lieu à des écosystèmes uniques. Tous les chercheurs mettent pratiquement en avant ces éléments constitutifs d'un EE sous forme d'une liste ou de diagramme sans toutefois donner la recette ou le processus selon lequel ils se combinent (Malecki, 2018; Spigel, 2017). Ceci constitue l'une des failles de l'approche par l'EE qui n'explique pas clairement les causes et les effets des facteurs mis en avant (Stam & Spigel, n.d.; Stam & van de Ven, 2021). Ce qu'il faut retenir au sujet des EE:

- Le leadership, la culture, les capitaux, des clients ouverts d'esprit, un Etat efficace, le capital humain... pris individuellement sont propices à l'entrepreneuriat mais ne sont pas suffisants pour le

soutenir. Mais une fois combinés, ces facteurs deviennent un puissant stimulateur de la création d'entreprise (D. J. Isenberg, 2010).

- Des facteurs et acteurs identiques peuvent se combiner de différentes façons et donner lieu à des EE différents. Chaque écosystème est donc unique et présente des caractéristiques propres qui lui sont conférées par l'espace et le milieu social et relationnel dans lequel il s'est formé.
- Certaines études (Brown & Mason, 2017) soulignent l'importance de la proximité géographique pour faciliter la formation de réseaux, la communication, l'échange de connaissances entre les acteurs au sein d'un EE. D'autres (Asselineau et al., 2014) estiment qu'elle n'est pas nécessaire aujourd'hui car les possibilités offertes par les technologies d'information et de communication ont signé *la mort de la distance*.
- Les écosystèmes partagent deux principales caractéristiques. D'abord, le potentiel entrepreneurial d'un milieu peut augmenter grâce aux différentes interventions et de changements environnementaux qui favorisent l'émergence du talent entrepreneurial ou rendent son exploitation plus efficace lorsqu'il existe déjà (Gasse, 2003). Ensuite, les EE sont spatialement délimités ; leur aire géographique peut-être une grande agglomération urbaine, une région entière, voire un pays lorsqu'il est de petite taille comme l'Estonie et les Pays-Bas (Brown & Mason, 2017; Malecki, 2018),.

Chercheurs et politiques s'accordent sur l'importance de l'écosystème entrepreneurial en tant qu'outil décisif pour créer des économies résilientes basées sur l'innovation entrepreneuriale. Cependant, l'hétérogénéité des EE rend difficile la tâche des uns et des autres. En effet, la recherche sur les écosystèmes n'a pas encore abouti à une théorie unifiée de ce phénomène. En parallèle, l'absence d'un modèle unique applicable dans tous les pays, incite les décideurs politiques à copier ce qu'ils considèrent comme des écosystèmes florissants, faisant fi des attributs économiques et culturels locaux desquels dépend leur succès (Brown & Mason, 2017; Spigel, 2017). C'est ce qu'on observe en Algérie notamment.

3. Etat des lieux de l'entrepreneuriat en Algérie

Pour découvrir la réalité de l'entrepreneuriat en Algérie, nous en avons dressé un état des lieux, en nous basant sur les données du

Ministère de l'Industrie (MI), des agences de soutien à la création d'entreprises, de l'Office National des Statistiques (ONS), d'institutions internationales et des travaux de recherche universitaires.

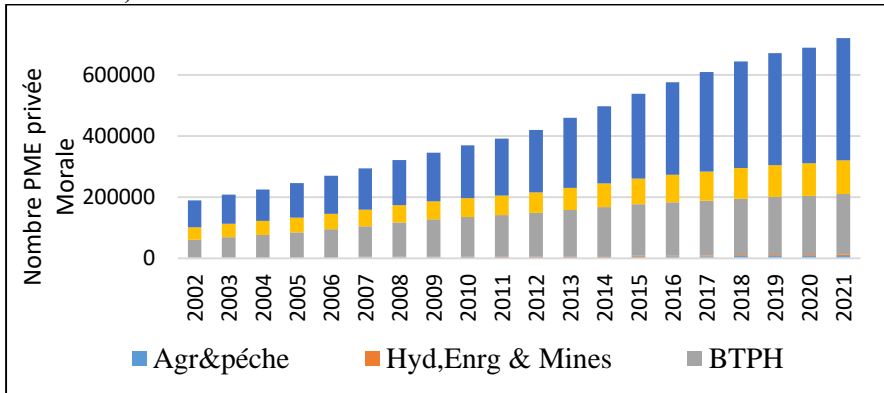
3.1. Démographie et caractéristiques de la PME algérienne

Il ressort des données récoltées à partir des rapports du Ministère de l'Industrie (2000-2022) que la population des PME s'est nettement accrue passant de quelques 25 000 au milieu des années 1990 à plus de 1 286 365 en 2021.

Cette augmentation est due à la PME privée qui a enregistré un bond de 392% entre 2001 et 2021. A l'inverse, la PME publique a perdu 71% de ses effectifs sur la même période de sorte qu'en 2021, il ne restait plus que 225 unités. C'est pourquoi nous limitons notre travail aux PME privées dont la population s'élève à 1,28 millions en 2021 dont 56% de personnes morales et 44% de personnes physiques principalement des artisans et des professions libérales.

La répartition des PME *personne morales* par secteurs d'activité (figure 1) montre la prédominance de celles activant dans le secteur des services.

Figure 1 : Répartition des PME privées (personne morale) par secteur d'activité, 2002-2021



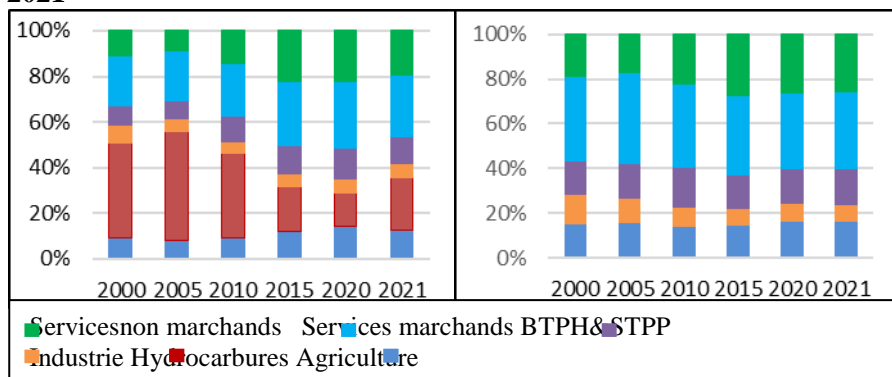
Source : construit à partir des données de rapports du MI (2000 à 2021).

Leur effectif a augmenté de 375% de 2001 à 2021 portant leur nombre de moins de 90 000 à plus de 400000 unités entre les deux dates. L'agriculture et la pêche viennent en deuxième position selon l'évolution du nombre de PME (248%), les secteurs du BTPH, de l'hydraulique et des mines voient quant à eux l'effectif de leurs unités augmenter de 202%. Les industries manufacturières semblent moins intéresser les investisseurs, avec une évolution du nombre d'entreprises de 165%.

En annulant la contribution du secteur des hydrocarbures, (graphe à droite de la figure 2, nous constatons que le secteur dominant est

celui des services marchands et non marchands avec respectivement 35% et 25%, et ce au détriment de la VA créée par le secteur industriel qui passe de 13% en 2000 à seulement 7,5% en 2021. Le reste des secteurs, Agriculture et BTPH n'ont pas connu de variations significatives et leurs contributions à la création de la VA tourne autour de 15 % chacun.

Figure 2 : Structure (%) de la Valeur Ajoutée par secteur économique. 2000-2021



Source : construit à partir des données de rapports du MI (2000 à 2021).

L'indicateur de l'évolution géographique de la PME tient compte du nombre d'entreprise créées, réactivées et radiées dans une wilaya. Il nous permet d'établir une cartographie d'implantation des PME et comprendre la logique de leur localisation. Le Nord recense les deux tiers de la population des PME avec une concentration moyenne sur la période 2002-2021 de 69,42%, suivi par les Hauts-Plateaux avec 21,83% et le Sud avec 8,75%.

Avec une densité moyenne par habitant de 24 PME/1000 habitants en 2021, l'Algérie reste en dessous des normes internationales. Cependant, la disparité territoriale se retrouve inversée pour les régions des hauts-Plateaux et du Sud. Ainsi, la densité au Nord reste la plus élevée avec 32PME/1000 habitants, mais aux Hauts-Plateaux et au Sud, elles sont de 22 et 25 respectivement.

3.2. Les instrument de la politique de promotion de l'entrepreneuriat

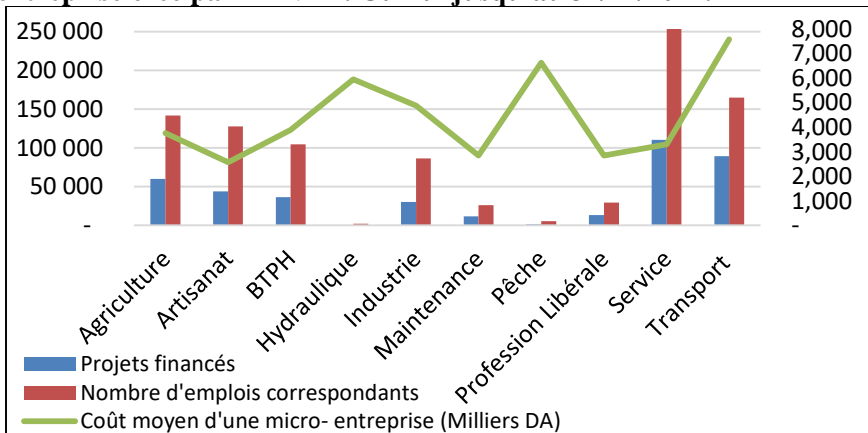
La politique de promotion de l'entrepreneuriat (*plutôt de création de n'importe quel type d'entreprises*) a pris diverses formes et continue à s'enrichir de nouveaux instruments avec le temps. Les premières mesures ont pris la forme de trois agences d'appui aux porteurs de projets (ANSEJ, ANGEM, CNAC) et d'un fond de garantie des crédits (FGAR ?). Puis l'Etat aménage des structures d'accompagnement et d'accueil des startups et des jeunes entreprises

(création du ministère des startups, Incubateur Sidi Abdellah, ...). Enfin, depuis les années 2010, il décide d'initier les étudiants à l'entrepreneuriat, organise des journées d'information sur l'entrepreneuriat et des concours des meilleurs projets, ... Ces mesures ont-elles pu atteindre leurs objectifs !

Créer pour faciliter, promouvoir et accompagner les investissements et la création d'entreprise, l'ANDI est présente dans les 58 wilayas de l'Algérie. Durant les 15 dernières années, cette agence a enregistré un montant de 50 milliards de dinars d'intention d'investissements pour une création de plus de 3 millions d'emplois. Ce qui porte le ratio investissement/emploi à une moyenne de 17,23 millions de dinars avec un pic de 117,02 en 2018.

Le dispositif ANAD (anciennement ANSEJ) est réservé aux jeunes chômeurs (19-35ans) porteurs d'idée de projet de création d'entreprise. Le cumul de projets ayant bénéficiés d'une attestation d'éligibilité jusqu'à la fin 2021 s'élève à 395 812. Par secteur d'activité (figure 3), nous constatons que le transport (marchandises et voyageurs) et les services constituent 51% du total des projets et emploient en moyenne 4 personnes. Le coût du seul emploi créer par ces deux secteurs s'élève à plus de 2,7 millions de DA.

Figure 3 : Synopsis des projets, emplois et coût moyen d'une micro-entreprise créée par l'ANAD. Cumul jusqu'au 31/12/2021.



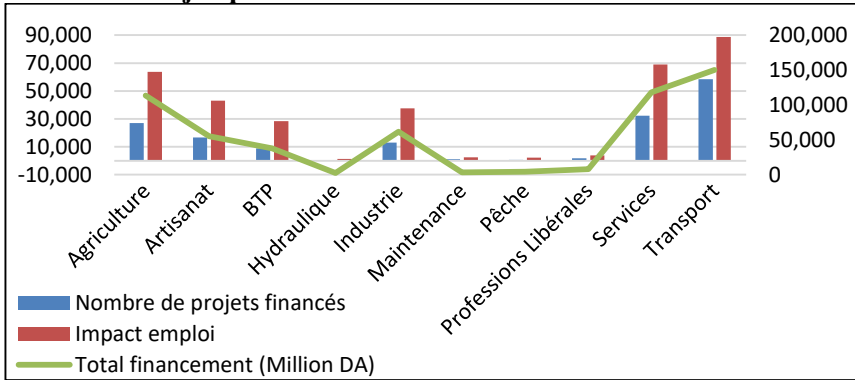
Source : établi à partir des données des rapports du MI

Axe de gauche : projets financés et nombre d'emplois correspondants.

Axe de droite : coût moyen d'une micro-entreprise en milliers DA.

Un autre dispositif mis en place depuis 2004 est la caisse nationale d'assurance chômage (CNAC). Depuis sa création jusqu'à la fin de 2021, quelques 340393 emplois ont été créés pour un financement total de 554 565 millions de DA.

Figure 4 : Synopsis des projets, emplois et financement total par la CNAC. Cumul jusqu'au 31/12/2021.



Source : établi à partir des données des rapports du MI

Axe de gauche : projets financés et nombre d'emplois correspondants.

Axe de droite : coût de financement total en milliers DA.

Le coût par emploi créée oscille entre 1,28 millions de DA l'artisanat et grimpe pour atteindre 2,09 millions de DA dans le secteur hydraulique et les professions libérales enregistrant un écart-type de 0,27 millions de DA par secteur.

3.3. Les limites de la stratégie de promotion de l'entrepreneuriat

L'analyse des instruments de soutien aux porteurs de projets et les conditions dans lesquelles ils ont été déployés révèle plusieurs défaillances qui ont empêché l'émergence d'une vraie dynamique entrepreneuriale en Algérie, eu égard aux enseignements théoriques et expériences d'autres pays. Les principales défaillances sont :

- Les autorités publiques négligent un point important : l'esprit d'entreprise *se cultive* dès le jeune âge à l'école et au travers des attitudes positives de la société à l'égard de l'entrepreneuriat. Elles ont naïvement cru qu'il est possible de stimuler la création d'entreprises par de simples actions d'exonérations fiscales, de facilités de financement ou en dispensant quelques heures de cours sur l'entrepreneuriat en milieu universitaire. Agir ainsi, c'est oublier que l'Algérie souffre d'un déficit de culture entrepreneuriale, résultat d'un demi-siècle d'économie administrée et d'un contrat social qui a verrouillé la vie politique et imposé des restrictions sur les activités socio-culturelles et des initiatives citoyennes... en contrepartie de quoi l'Etat veille à la satisfaction des besoins de la population (logement, santé, éducation, emploi, loisirs).

- Les rapports émanant des institutions internationales présentent l'Algérie et pas à tort, comme l'un des pays les moins propices à l'initiative privée. Le rapport *Doing Business* de la Banque Mondiale la situe parmi les Etats les moins favorables aux affaires. Alors qu'elle occupait la 136^e position sur 183 pays en 2010 selon l'indice global *facilité à faire des affaires*, l'Algérie dégringole à la 156^{me} place sur les 190 états considérés en 2017. La seule chose que les entrepreneurs peuvent faire, relativement facilement, c'est *fermer leur entreprise*. C'est en effet, uniquement par rapport au critère *des procédures de faillite* que le pays s'est classé 50^e en 2010 faisant mieux que 133 Etats, mais la situation semble se dégrader même à ce niveau. L'Algérie occupe la 60^e et la 74^e position respectivement en 2014 et 2017. Pour le reste, en 2017, les investisseurs ont eu plus de mal à obtenir des crédits ou à commercer avec l'extérieur qu'en 2014.

Pour sa part, le World Economic Forum situe l'Algérie à la 79^e place sur 144 pays en 2014/2015 dans son *Indice de Compétitivité Mondiale*. Elle chute à la 87^e position (sur 138 états) dans le classement de 2016/2017 faisant moins bien que le Qatar (14^e), les Emirats Arabes Unis (17^e), l'Ile Maurice (46^e), l'Afrique du Sud (49^e), la Jordanie (64^e), le Rwanda (71^e) ou le Maroc (72^e). Les plus grands problèmes auxquels est confrontée la pratique des affaires en Algérie sont l'innovation et l'efficacité technologique, la difficulté d'accès au crédit, l'inefficacité du gouvernement et la corruption.

- Les agences de soutien aux porteurs de projets ne remplissent pas correctement les missions qui leur sont assignées (l'information, le soutien et l'accompagnement des créateurs d'entreprises). En réalité, elles ne sont que de simples administrations chargées de délivrer quasi-automatiquement des certificats d'éligibilité au financement par les banques publiques suivant des orientations politiques (Le nombre de projets validés par ces agences et ceux financés par les banques publiques augmente lors des épisodes de chômage élevé, des soulèvements populaires qui secouent les pays arabes ou lorsque le prix du baril est au plus haut.). L'objectif d'assurer la paix sociale à travers la création d'emplois relègue au second plan la qualité et la rentabilité des projets financés. Il est également reproché à ces mécanismes d'orienter les prétendants au crédit vers certains secteurs économiques. C'est notamment le cas de l'ANSEJ qui depuis quelques années ne soutient plus une centaine d'activités sous prétexte que le marché est saturé, oubliant que dans une économie de libre entreprise, c'est le marché et non

l'Etat qui oriente la décision de quoi produire. En bref, on ne dit pas aux entrepreneurs où se trouvent les opportunités, c'est leur travail que de les flairer et le processus même d'essayer, d'échouer, de recommencer permet d'aiguiser et d'améliorer l'esprit d'entreprise (D. Isenberg & Global, 2011).

- Les pépinières d'entreprises, technopoles, maisons de l'entrepreneuriat et autres sont pour leur part calquées sur les structures et pratiques des pays développés alors que le contexte algérien est différent. Le pays souffre d'un manque d'une multitude de prestataires de services fonctionnant selon une logique de marché vers lesquels peuvent se tourner les entrepreneurs innovants ou ayant réellement une opportunité d'affaire à exploiter. Les acteurs spécialisés tels que les *business angels*, les mentors, les cabinets de conseils, les consultants financiers, ... nécessaires dans un écosystème entrepreneurial favorable, sont quasi inexistantes en Algérie. En outre, on importe souvent la structure -le *contenant*- sans le contenu ou l'*esprit* qui lui permet de fonctionner efficacement. Les quelques structures d'accueil et d'incubation des jeunes pousses existant souffrent d'un manque de moyens logistiques et humains, et surtout le nombre de porteurs de projets et d'entreprises dignes d'y être admis est négligeable. Le cas de l'incubateur de Sidi Abdellah destiné aux startups du secteur des technologies d'information et télécommunication présenté comme une réussite, est illustratif à cet égard. Babs Carryer (Directeur de l'Institut universitaire d'innovation de Pittsburgh) dit à son sujet : *L'incubateur situé à Sidi Abdellah est impressionnant avec probablement plus de 100 millions de dollars d'infrastructures [...] mais je l'ai trouvé stérile et manquant de chaleur et d'humanité [...]. J'ai trouvé de beaux espaces communs en marbre, plus adaptés à un cabinet d'avocats chic du centre-ville qu'à un incubateur de startups.*
- Les politiques visant à encourager le maximum de gens à créer une entreprise via des facilités d'accès au crédit bancaire, d'exonérations fiscales, de locaux publics à loyers subventionnés etc. ne sont pas faites pour stimuler l'esprit d'entreprise et responsabiliser les candidats au lancement de projets. Ce type de politique attire de manière disproportionnée les *pires* entrepreneurs (Shane, 2009). En effet, ce sont les chômeurs qui sont les plus susceptibles de répondre à ces incitations car leurs coûts d'opportunité sont moindres. L'expérience montre que la très grande majorité des entreprises créées par les sans-emploi ne sont

pas de nature à encourager l'innovation, créer des emplois nombreux, accroître la compétitivité de l'économie et stimuler la croissance.

- L'Algérie a adopté une stratégie de promotion de l'entrepreneuriat de type *top-down* qui consiste en un ensemble de mécanismes émanant de l'Etat pour guider et dicter les étapes à suivre pour tous ceux qui souhaitent créer une entreprise. Ces dispositifs sont mis en œuvre par des agences nationales dotées d'antennes au niveau local. La décision reste donc très centralisée et les collectivités locales ne font qu'exécuter des programmes initiés au niveau national, laissant peu de place aux initiatives locales. Mais l'Algérie est un vaste territoire avec des conditions géographiques, des richesses, des savoirs et pratiques socio-culturelles locaux... très diversifiés, ce qui devrait donner lieu à des écosystèmes entrepreneuriaux et des activités économiques un tant soit peu différents d'une zone géographique à l'autre. En outre, cette approche ne prête pas attention à la personne de l'entrepreneur, son comportement et ses véritables préoccupations. Agir ainsi, c'est oublier que celui qui déclenche l'acte d'entreprendre est un individu et que les politiques visant à stimuler l'entrepreneuriat à forte croissance ne peuvent se limiter à des efforts *de haut en bas* qui se préoccupent simplement des conditions de création d'entreprise.

4. Eléments d'une stratégie pour booster l'entrepreneuriat

Les faiblesses de la stratégie de promotion de l'entrepreneuriat adoptée en Algérie étant identifiées, il est possible à présent d'ébaucher une approche à même d'initier une véritable dynamique entrepreneuriale en distinguant les actions à mener à court et à long terme.

4.1. A court terme

Dans l'immédiat, il serait plus rentable de concentrer les efforts et les moyens disponibles sur les personnes intéressées par l'entrepreneuriat pour leur prodiguer les conseils et l'appui dont elles ont besoin afin de concrétiser leurs plans de création d'entreprises. Un intérêt particulier doit être accordé aux projets innovants, le terme étant employé ici au sens large et non pas limité uniquement au domaine technologique. Les problèmes du pays sont nombreux, ses ressources autres que les hydrocarbures, sont tout aussi nombreuses et diversifiées. Il s'agit donc de favoriser les entrepreneurs qui visent principalement l'exploitation des ressources nationales pour contribuer à solutionner ces problèmes. A titre d'exemple, les projets se proposant d'exploiter le riche potentiel du

pays pour apporter des solutions innovantes à la dépendance alimentaire à l'égard de l'étranger, qui mettent en valeur les produits, savoirs et patrimoines locaux... et qui créent ainsi des emplois auto-entretenus, doivent être fortement encouragés. Bref, la priorité doit aller aux entrepreneurs qui apportent des solutions alternatives aux difficultés que vit le pays, autres que le recours systématique à l'importation. Leurs entreprises peuvent avoir des effets de débordement bénéfiques contrairement à l'auto-entrepreneuriat et microentreprises dont le seul objectif est de lutter contre le chômage. A titre d'illustration, le Rwanda et le Chili ont réduit le chômage et la précarité et développé leurs exportations en mettant en valeur leurs ressources via la promotion ciblée de l'entrepreneuriat (D. J. Isenberg, 2010).

L'approche *top-down* qui accorde un rôle central aux organismes publics ne s'est pas révélée efficace. Il faut donc s'atteler à changer de stratégie pour être plus à l'écoute des principaux destinataires des mesures d'aide. Les problèmes sont tellement nombreux qu'il est impossible de prétendre pouvoir les résoudre tous tout de suite en multipliant des organismes d'appui. Il convient plutôt d'être à l'écoute des premiers concernés, les chefs d'entreprises déjà en activité et les porteurs de nouveaux projets, pour établir une liste des difficultés qu'il faut aplanir en premier.

La promotion de l'entrepreneuriat doit veiller à soutenir les porteurs de projets à fort potentiel tout en se gardant de les gêner en leur procurant des fonds à volonté. Le fait d'exposer les entreprises un minimum à la rigueur du marché dès leur création, ne fera que les renforcer en poussant les entrepreneurs à faire preuve de ténacité et d'ingéniosité. (D. J. Isenberg, 2010) fait le parallèle avec les viticulteurs qui limitent l'irrigation de leurs vignes afin de les obliger à étendre leurs racines pour chercher l'eau et produire de la sorte du raisin plus concentré en saveur. En bref, il faut garder à l'esprit que l'abondance de subsides est souvent contre-productive dans la mesure où elle fait naître parmi les entrepreneurs le sentiment que c'est le devoir du gouvernement de les aider.

Il est enfin impératif de redonner aux acteurs locaux (Chambres de commerce et d'industrie, Chambre d'artisanat, associations des opérateurs locaux, ...) le rôle qui leur revient dans l'animation de la vie économique au niveau local. Leur collaboration est primordiale pour la création d'un écosystème qui permet à l'entrepreneuriat de s'épanouir.

4.2. A moyen/long termes

A moyen et long terme, l'Algérie doit :

- S'attaquer de front au climat des affaires inhibant qui décourage toute velléité d'entreprendre en intervenant dans trois domaines. La priorité est de mettre fin aux contraintes bureaucratiques en réformant le cadre juridique et réglementaire, tâche qui ne demande pas de gros investissements dans la mesure où il s'agit de réduire les formalités à remplir pour lancer une entreprise et limiter le nombre d'organismes encadrant l'activité d'investissement. Il faut ensuite réformer le système bancaire pour créer une offre de financement diversifiée (microfinance, finance islamique, capital-risque...) et répondre aux besoins de tous les porteurs de projets potentiels. Enfin, pour les entrepreneurs de type kirznérien qui découvrent et saisissent les opportunités encore inexploitées, l'information est le nerf de la guerre. Il est donc primordial de créer un système informationnel efficace sur les offres et les demandes des différents produits pour permettre aux personnes les plus alertes de procéder à des arbitrages et saisir les opportunités dignes d'être exploitées.
- Développer une solide culture entrepreneuriale dans le pays. Il est vrai que changer des pratiques culturelles profondément enracinées dans une société est extrêmement difficile, mais la culture s'enrichit avec le temps en adoptant de nouvelles pratiques et il est donc possible de modifier les normes sociales sur l'entrepreneuriat. Le travail doit commencer dès le jeune âge en mobilisant les différents niveaux du système d'éducation et formation pour permettre aux générations futures d'apprendre les valeurs et d'acquérir les aptitudes et les attitudes nécessaires aux entrepreneurs. En parallèle, l'amélioration de l'image des entrepreneurs au sein de la société en mettant en avant les réussites, est une nécessité. Cette image a été ternie par plusieurs décennies de pratiques de pseudo-hommes d'affaires qui ont pratiqué la corruption et soutenu le pouvoir en contrepartie de contrats publics juteux, de lignes de crédits auprès des banques publiques et d'autres facilités. C'est le moment de mettre au premier plan les entrepreneurs qui ont travaillé très dur et réussi malgré toutes les entraves auxquelles ils ont dû faire face.
- Investir dans le capital humain et la recherche afin de permettre au pays de transférer, absorber et maîtriser les technologies existantes et donner lieu à des projets entrepreneuriaux. Etant donné son niveau de développement, l'Algérie doit commencer par maîtriser les technologies importées avant d'atteindre le stade où elle pourra développer ses capacités propres en la matière et favoriser

l'émergence de startups en nombre suffisant. L'université a un rôle primordial à jouer mais avant elle a besoin de subir une réforme profonde qui en fera un lieu d'excellence ouvert aux étudiants méritants et offrant tous les moyens nécessaires aux chercheurs de haut niveau. Dans les pays développés, la recherche universitaire donne lieu à la création de *spin-offs* et les entreprises puisent dans les idées et la production scientifique des chercheurs pour innover. En Algérie, l'université et le système productif se sont tourné le dos jusqu'à présent ; il est plus que temps pour qu'elle se transforme en un acteur décisif pour la dynamique du tissu économique en l'alimentant en idées et en contribuant à solutionnant ses problèmes.

5. Conclusion

L'entrepreneuriat est un puissant mécanisme de la croissance et de l'emploi, ce qui explique l'intérêt qu'il suscite parmi les chercheurs et les gouvernements. Ce constat a donné lieu à un déplacement de la politique publique des interventions spécifiques à l'entreprise vers une approche globale qui se concentre sur le développement d'un écosystème entrepreneurial favorable. L'idée centrale véhiculée par le vocable d'EE consiste à instaurer un environnement réglementaire, institutionnel, infrastructurel, financier mais aussi socio-culturel et éducationnel propice à l'innovation et la création de nouvelles entreprises dans un espace géographique donné. Cela appelle l'intervention de différents acteurs (preneurs de décisions, universités, agences gouvernementales, associations d'industriels, ...) qui fédèrent leurs efforts pour promouvoir les activités entrepreneuriales génératrices de richesse.

En Algérie où l'Etat continue à jouer un rôle important dans la vie économique et sociale en dépit du recul notable du secteur public, le climat n'est pas favorable au développement de l'initiative privée. L'idée de développer l'entrepreneuriat qui a germé au milieu des années 1990, s'est imposée comme solution au chômage en raison de l'échec de toutes les tentatives des pouvoirs publics de venir à bout de ce problème. Du coup, il n'y a pas de stratégie globale propre à promouvoir un entrepreneuriat innovant qui peut avoir des effets d'entraînement bénéfiques pour la croissance et l'emploi. L'approche adoptée en Algérie pêche par la centralisation excessive ; la tendance à subventionner au lieu d'accompagner les créateurs d'entreprises ; la non-implication d'acteurs locaux importants ; le manque de coopération entre les différents intervenants ; l'absence d'acteurs et de services primordiaux à la dynamique

entrepreneuriale, la tendance à favoriser la méthode *copier/coller* qui consiste à imiter à l'identique des structures développées dans des sociétés avec des pratiques et cultures différentes ... C'est pourquoi bien que le nombre d'entreprises créées a considérablement augmenté, celles qui dominent relèvent de l'entrepreneuriat de nécessité dont l'impact économique et social reste limité.

A la lumière des enseignements théoriques et des défaillances caractéristiques de la stratégie algérienne de promotion de l'entrepreneuriat, il est possible de tirer deux principales leçons pour l'orientation future de la politique publique. Dans l'immédiat, plutôt que de chercher à inciter le maximum de gens à devenir entrepreneur, mieux vaut se concentrer sur les personnes, même peu nombreuses, qui portent des projets capables d'impacter leur environnement en innovant, en exploitant une ressource ou un savoir local..., A moyen et long terme, il est impératif de mobiliser les ressources nécessaires et d'orienter les efforts vers la création d'une culture entrepreneuriale riche et d'un climat sain pour les affaires. A cet effet, ce n'est pas tellement les moyens financiers et humains qui manquent en Algérie, c'est plutôt la volonté politique qui a jusqu'à présent fait défaut.

5. Liste Bibliographique

- Asselineau, A., Albert-Cromarias, A., & Ditter, J.-G. (2014). L'écosystème local, ressource clé du développement d'une entreprise. *Entreprendre & Innover*, 23(4), 59.
- Brown, R., & Mason, C. (2017). Looking inside the spiky bits: a critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 49(1), 11–30.
- Cohen, B. (2006). Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15(1), 1–14.
- Facchini, F. (2007). Entrepreneur et croissance économique : développements récents. *Revue d'économie Industrielle*, n°119, 55–84.
- Gasse, Y. (2003). L' influence du milieu dans la création d'entreprises. *Revue Organisations & Territoires*, 12(2), 49–56.
- Hernandez, É.-M. (2006). Les trois dimensions de la décision d'entreprendre. *Revue Française de Gestion*, 168–169(9–10), 337–357.
- Isenberg, D., & Global, B. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship 1*.
- Isenberg, D. J. (2010). The big idea: How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6).
- Kirzner, I. M. (2019). Competition and Entrepreneurship. In *Competition and Entrepreneurship*.

- Laurent, P. (2012). L'entrepreneur dans la pensée économique. *Revue Internationale P.M.E.*, 2(1), 57–70.
- Letowski, A. (1992). *Comment aborder et analyser les réalités de la création d'entreprise?*
- Malecki, E. J. (2018). Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Geography Compass*, 12(3).
- Marchesnay, M. (1991). La PME : une gestion spécifique. *Économie Rurale*, 206(1).
- Mason, Colin; Brown, R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. *Oecd*.
- Ministère de l'Industrie. (2021). *Bulletin d'information statistique de la PME*.
- Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71(3).
- Napier, G. (2013). *Supporting ecosystems for young scalable firms*.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76(6).
- Pozen, D. (2007). We Are All Entrepreneurs Now. *Wake Forest Law Review*, Vol. 43, Pp. 283-340, 2008, 43(1999).
- Schumpeter, J. A. (1935). *Théories de l'évolution économique* (Daloz).
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy* (H & R).
- Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33(2).
- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(1).
- Stam, E., & Spigel, B. (n.d.). *Entrepreneurial Ecosystems*.
- Stam, E., & van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 56(2).
- Tounes, A. (2004). *L'ENTREPRENEUR : l'odyssée d'un concept n° 03-73*. 73.pdf,lule14décembre2005Cahier de recherche :03/73
- Tounes, A., & Fayolle, A. (2006). L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur. *La Revue Des Sciences de Gestion*, 220–221(4).
- Valdez, J. (1988). The entrepreneurial ecosystem: Toward a theory of new business formation. *Proceedings of the Small Business Institute Director's Association*.
- Warwick, K. (2013). Beyond Industrial Policy, emerging issues and new trends. *OECD Science, Technology and Industrial Policy Papers*,

دوران العمل الطوعي للكفاءات وأثره على استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة
الاقتصادية الجزائرية: حالة "أن سي آي رويبة"

Voluntary turnover of competencies and its impact on the
sustainability of Algerian economic enterprise competitiveness:
NAC Rouiba case study

*رياض بن غبريد

Riad Benghebrid

مركز البحث في الاقتصاد المطبق من أجل التنمية_الجزائر

riad.cread@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/04/16

تاريخ الاستلام: 2022/07/29

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الأثر الذي يفرزه دوران العمل الطوعي للكفاءات على استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، ولتحقيق هذا المسعى، قمنا بتوزيع استبيان على عينة قوامها 87 مسير ينشطون في مؤسسة "أن سي آي رويبة"، وقد خلصت جملة النتائج إلى أن هذا الأثر ذو اتجاه سلبي يمكن رسده من منطلق ثلاثة أبعاد، وهي فقدان المعرفة، والإبداع والابتكار، والتميز. حيث تعد المعرفة الصريحة والضمنية التي توجد في أعمال الأفراد بمثابة العنصر الأساسي لتوليد المقترحات، والتي يتم ترجمتها عن طريق الإبداع والابتكار، وتتحول بموجب ذلك إلى تصاميم متميزة من شأنها تحقيق الاستدامة التنافسية. الكلمات المفتاحية: دوران العمل الطوعي؛ الكفاءة؛ الميزة التنافسية المستدامة.

تصنيف JEL: O15، M12، J24

Abstract :

The aim of this study is to highlight the impact of voluntary turnover of competencies on the sustainability of Algerian economic enterprise competitiveness. In order to achieve this endeavour, we have distributed a questionnaire to a sample composed of 87 manager's active "NAC Rouiba"enterprise. The overall results obtained concluded that this impact has a negative trend; it can be monitored from three dimensions, loss of: knowledge, creativity, innovation, and excellence. In this regard, the explicit and tacit knowledge that is present in the work of individuals is the main element for generating proposals that are translated through creativity and innovation. Accordingly, it turns to distinct designs that will achieve competitive sustainability.

Key words: Voluntary turnover; competence; competitive sustainability.

JEL classification codes: J24, M12, O15

1. مقدمة

في ظل الانفتاح الاقتصادي للسوق الجزائرية على التجارة العالمية منذ بداية التسعينيات وما حمله معه من مزايا تنافسية، أدركت المؤسسة الاقتصادية المحلية سواء كانت عمومية أم خاصة، صغيرة أو متوسطة أو كبيرة أنها أمام رهان تحسين منتجاتها أو خدماتها وفق المقاييس الدولية، وتقديمها بأسعار تنافسية، مع المحافظة على هذه الخاصية باستمرار، أي امتلاكها لميزة تنافسية مستدامة، وتحقيق هذا المسعى ضمن التوجه الاقتصادي الحالي أين برزت الحاجة إلى المعرفة وتحول بمقتضاها مركز الثقل في خلق القيمة من استغلال الموارد المادية إلى تنمية وتعظيم الاستفادة من الأصول المعنوية، يتطلب في المقام الأول موجودات فكرية متنوعة القيم المعرفية والعملية والتنظيمية، بمعنى آخر كفاءات بشرية، والتي تعد بمثابة العنصر المحوري الذي يقف وراء أي تطوير أو تحسين يحدث داخل المؤسسة، وفي أي جزء من أجزائها، وعلى أي مستوى تنظيمي، وذلك من خلال التنفيع الكامل لطاقتها وقدراتها العقلية والمعرفية الصريحة أو الضمنية من أجل توليد الأفكار باتجاهات غير مطروحة، وتقديمها على شكل منتجات أو خدمات متميزة، إذ تقع على عاتقها مسؤولية تحقيق القيمة والربحية المضافة في المعادلة الإنتاجية.

بالتالي، فإن جوهر أي نجاح مؤسسي أو أي بداية لكل إستراتيجيات تنظيمية تكون وفقا لثمين العقول المعرفية والمهارات الفردية للكفاءات التي تشكل محورا مهما في إنتاج الثروة الحقيقية التي تحافظ على موقع المؤسسة التنافسي، الأمر الذي ساهم في إعطائها بعدا استراتيجيا، ورفع من درجة اهتمام وسعي المؤسسات عموما والاقتصادية منها على وجه الخصوص من أجل استقطابها من ناحية، وأفرز في خضمه إشكالية المحافظة والإبقاء عليها من ناحية أخرى.

حيث شهدت السنوات الأخيرة تنامي كبير لما يعرف بظاهرة دوران العمل الطوعي للكفاءات أو كما ورد ذكرها في بعض البحوث العلمية التسرب الوظيفي للكفاءات، بمعنى الاستقالة الاختيارية لفئة الكفاءات الوظيفية من المؤسسة التي تعمل فيها للانتقال إلى أخرى، ولا يشمل ذلك الطرد أو الاستغناء، وهي مشكلة تنظيمية ليست وليدة الصدفة ولكنها نتيجة ظروف ومتغيرات سلبية تفاعلت فيما بينها لتكون البيئة التي ساعدت على بروزها، كما أنها طرحت ولازالت مجموعة من التحديات أمام المعنيين لما عواقب مباشرة وغير مباشرة تؤدي إلى زعزعة للخطط الإستراتيجية للمؤسسة وفي مقدمتها الإستراتيجية التنافسية.

من هنا، يصبح البحث والتساؤل حول الانعكاس الناجم عن ظاهرة دوران العمل الطوعي على استدامة الميزة التنافسية ضرورة حتمية، لاسيما إذا ما تعلق الأمر بالأفراد ذوي كفاءات

وخبرات عالية التميز التي يصرف على تكوينها وتأهيلها الكثير، والتي يعول عليها وعلى أفكارها في بلورة الخطط والتصورات الإستراتيجية التي من خلالها تحافظ هذه المؤسسة الاقتصادية على تنافسيتها بشكل فعلي ومستدام.

ضمن هذا السياق، سوف نحاول من خلال الدراسة الراهنة إبراز الانعكاسات والآثار الناجمة عن ظاهرة دوران العمل الطوعي للكفاءات على استدامة الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، من منطلق ثلاثة أبعاد، المعرفة، الإبداع والابتكار، والتميز، ومنه تم صياغة الإشكالية في التساؤل التالي:

ما مدى تأثير دوران العمل الطوعي للكفاءات على استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة

الاقتصادية الجزائرية؟

ضمن هذا التساؤل تدرج جملة الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بدوران العمل الطوعي للكفاءات؟ و ما هي أسبابه؟
- ماذا نعني بالميزة التنافسية المستدامة؟ و ما هي مصادرها؟
- هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدلات دوران العمل الطوعي للكفاءات وبين استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟
- للإجابة على الإشكالية المطروحة وجملة الأسئلة الفرعية، تم إدراج الفرضيات التالية:
الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين معدلات دوران العمل الطوعي للكفاءات وبين استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لمعدل دوران العمل الطوعي للكفاءات على المعرفة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لمعدل دوران العمل الطوعي للكفاءات على الإبداع والابتكار في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لمعدل دوران العمل الطوعي للكفاءات على التميز في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

إن الهدف الأساسي من البحث هو كشف التفاعل الموجود بين ظاهرة دوران العمل الطوعي للكفاءات واستدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، وبغية القيام بتحليل علمي ومنهجي لهذا التفاعل تم الاعتماد على المنهج الوصفي فيما يخص عرض التفاعل الموجود بين كل من دوران العمل الطوعي للكفاءات واستدامة الميزة التنافسية، وعلى منهج دراسة حالة

من خلال إسقاط ما ورد في الشق النظري على المعمل الجزائري الجديد للمصبرات "أن سي أي روية" ميدانيا.

2. الدراسات السابقة

إن التراكم الفكري الذي تتضمنه الدراسات السابقة وكذا الوقوف على نتائجها، يعتبر المصدر الأساسي الذي من خلاله يتمكن الباحث من بلورة مشكلة الدراسة وتحديد أبعادها ومجالاتها، وبالتالي محاولة استكمال جوانبها، ضمن هذا السياق سنحاول في هذا الجزء استعراض أهم الدراسات المتاحة ذات العلاقة بموضوع البحث من خلال محورين، الأول يختص بالدراسات السابقة ذات العلاقة بدوران العمل الطوعي، والثاني بالدراسات السابقة ذات العلاقة بالميزة التنافسية المستدامة.

فيما يخص المحور الأول نجد الدراسة التي قام بها محمد ماجد صلاح بعنوان "العلاقة بين دوران العمل والرضا الوظيفي: دراسة ميدانية في معامل السكر والخميرة في الموصل" (محمد صلاح ، 2006) التي شملت هذه الدراسة 55 عامل دون الأخذ بعين الاعتبار العاملين المؤقتين، والتي خلصت إلى أن الأجر هو العامل الحاسم في بقاء الفرد على مستوى منظمته والانتظام وكذا الالتزام في عمله، كما أن عدم تحقيق الوظيفة للطموحات، وعدم وجود فرص للترقية، وضعف اهتمام الإدارة بالعاملين، وعدم ملائمة ظروف العمل السائدة، تعتبر من العوامل الأكثر تأثيرا في عدم رضا الفرد عن وظيفته، ودراسة سيندا مهيري Sinda Mhiri بعنوان "تأثير ضغوط العمل على المشاركة التنظيمية والتغيب ونية المغادرة عند الإطارات" (Mhiri, 2013) التي أجريت في فرنسا وشملت 26 إطار من مختلف الهيئات، والتي خلصت إلى وجود علاقة سلبية بين ضغوط العمل والمشاركة التنظيمية، وكذا التأثير الكبير لضغوط العمل على نية المغادرة على المدى الطويل مقارنة بالغياب على المدى القصير، ضف إلى ذلك دراسة أحمد مغني بعنوان "الرضا الوظيفي والمشاركة التنظيمية ونية المغادرة الطوعية: حالة تقني الصيانة لشركة كابلاج" (Maghni, 2014) التي شملت 40 تقني صيانة، والتي خلصت بدورها إلى أن الرضا الوظيفي هو المتغير الرئيسي وراء ترك تقني الصيانة للعمل في المؤسسة، كما أن الارتياح الخارجي أكثر فاعلية على اتجاه أفراد العينة نحو ترك المؤسسة مقارنة بالارتياح الداخلي.

أما فيما يخص المحور الثاني نجد دراسة سملاي بحضية بعنوان "أثر التسيير الإستراتيجي للموارد البشرية وتنمية الكفاءات على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: مدخل الجودة والمعرفة" (بحضيه، 2005) والتي ركز فيما على دور التسيير الإستراتيجي للموارد والتسيير الإستراتيجي للرأسمال الفكري والمعرفي في تنمية الموارد البشرية، وتطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية،

حيث خلصت أن الموارد الداخلية والكفاءات هي بمثابة أهم مصدر في تمكين المؤسسة الاقتصادية من تحقيق ميزة تنافسية، وتوظيف المعرفة الكامنة في الموارد البشرية يساهم في خلق القيمة وامتلاك المؤسسة الاقتصادية للميزة التنافسية، ودراسة ثامر البكري وخالد بني حمدان بعنوان "الإطار المفاهيمي للاستدامة والميزة التنافسية المستدامة محاكاة لشركة HP في اعتماده لاستراتيجية الاستدامة" (البكري و بن حمدان، 2013) التي أجريت على شركة HP للصناعات الالكترونية والبرمجيات والحواسيب الشخصية، والتي خلصت أن قيمة الميزة التنافسية ترتبط مع مستوى الإبداع و الابتكار المتحقق في خلقها وتطبيقها في الواقع العملي للمنظمة، وهذا يعني بأن تحقيق الميزة التنافسية لا يمكن أن يكون ويستمر دون أن يكون هنالك إبداع وابتكار فكري متوافق مع الإمكانيات المتاحة في التطبيق والتمايز بها عن الآخرين، كما أن الاستدامة لم تعد اجتهاد شخصي للقائد الإداري للمنظمة أو استجابة لتأثر الضغوط الخارجية فحسب، بل أصبحت منهج استراتيجي يتوجب التثقيف به داخل المنظمة وتبنيه وفق معايير الجودة المرتبطة بالإنتاج والبيئة.

من خلال ما ورد ذكره في إطار الدراسات السابقة، فإن الورقة البحثية الحالية تتفق معها في كونها تسعى للتقصي وراء ظاهرة دوران العمل الطوعي وهو من مضامين المحور الأول وكذا الاطلاع على مقتضيات وأبعاد الميزة التنافسية المستدامة وهو من محتويات المحور الثاني، غير أن مجال التباين يتضح لنا من خلال تركيز تلك الدراسات على دوران العمل الطوعي والميزة التنافسية المستدامة كل على حدا، هذا لأن الباحث لم يصادف في بحثه النظري دراسات تناولت موضوع دوران العمل الطوعي وعلاقته بالميزة التنافسية المستدامة. عليه تسعى الدراسة الحالية إلى محاولة إبراز هذه العلاقة من منطلق تفعيل المعرفة، و الإبداع والابتكار، والتميز، مع التركيز على فئة وظيفية واحدة ألا وهي "الكفاءات".

3. دوران العمل الطوعي للكفاءات

1.3. ماهيته

ورد مفهوم دوران العمل Turnover في العديد من البحوث العلمية للإشارة إلى "حركة العاملين خلال فترة زمنية سواء بالدخول للمنظمة أو بالخروج منها، وسواء كان هذا الخروج بمحض الإرادة أو بالتسريح أو النقل أو الفصل" (الكبيسي، 2006، صفحة 75)، في حين يركز دوران العمل الطوعي Voluntary Turnover على حركة العاملين الموجة إلى الخارج فقط. لقد تعددت المفاهيم والتعريفات المتعلقة بدوران العمل الطوعي، وهذا التعدد ما هو إلا انعكاس لزواوية النظر إليه (المدخل)، فحسب مورال وآخرون Morell & al هو "التوقف

الطوعي عن العضوية في المنظمة من قبل أحد موظفيها" (Morell & et al, 2001, p. 220)، أما موبلي Mobley فيعرفه "بتوقف الفرد عن عضويته في إحدى المنظمات التي يتقاضى منها تعويضا نقديا" (Mobley, 1977, p. 238). في حين حدد الصباغ حالة واحدة يتم بمقتضاها دوران العمل الطوعي وهي "الاستقالة الاختيارية، ولا يشمل ذلك الطرد أو الاستغناء عن الخدمة"، وهي الحالة التي سوف يتم التركيز عليها في ثنايا هذه الدراسة.

فيما يخص الكفاءة، تقول الكاتبة ساندر بليري Sandra Bellier "نحن اليوم لا نسير أفرادا ولا وظائف بل كفاءات"، على نحو هذه المقولة حظي مفهوم كفاءة الأفراد على بنصيب كبير من اهتمامات الباحثين عن التفوق والنجاح، فاتحدت جهودهم، ولكن اختلفت آرائهم لهذا المفهوم فكل واحد منهم يراه من ناحية معينة. مع ذلك، لا تكاد تخرج هذه الدراسات عن نطاق بعدي متعلق بالاحتياجات الوظيفة والسلوك المطلوب من الفرد مع أقرانه (Bellier, 1998, p. 69)، وفي مجال بحثنا هذا، تم حصر هذا المفهوم في المسير داخل المؤسسة، أي الفرد الذي تقع على عاتقه مسؤولية تحسين المنتج أو الخدمة، أو إبداع طريقة عمل أكثر فعالية ونجاعة، وفي هذا السياق يعرفه رايغوند فاتيه Raymond Vatier بأنه "ذلك الفرد الذي أصبح يتحمل داخل منشأة، أو إدارة أو أي تنظيم آخر، مسؤولية تسيير قطاع معين أو القيام بأنشطة بحث ودراسة، أو أي من المهام التي تتطلب مهارات وإمكانيات تنظيمية أو تقنية عالية" (Mérani, 2001, p. 42)، وكما هو مدرج في عنوان الدراسة، فإن هذا مفهوم له علاقة باستدامة الميزة التنافسية، وبالتالي فالحديث عن الكفاءة من هذه الزاوية يقودنا حسب بالاند و بوفبي Balland & Bouvier إلى "اعتبارها مورد أساسي واستراتيجي يساهم في خلق ميزة تنافسية دائمة للمؤسسة" (Balland & M. Bouvier, 2008, p. 101)، أي موردا استراتيجيا وليد القدرات المعرفية، والعملية، والتنظيمية المتسمة بصعوبة تقليدها من طرف المنافسين، أو تعويضها بنمط تكنولوجي جديد، أو بكفاءات أخرى مشابهة، لكن شريطة أن تساهم في خلق القيمة؛ وأن تكون نادر؛ وصعب التقليد والإحلال (الاستبدال)، وفي هذا الصدد يعرفها ميسشي Meschi بأنها "مكون إنساني نادر ونافع، أدرج عميقا في تنظيم وتشغيل المؤسسة، ويتميز بصعوبة النقل والتقليد والتبديل" (Meschi, 1997, p. 12)، ومنه يمكن القول أن الكفاءة هي عبارة عن "توليفة من قدرات معرفية، وعملية، وتنظيمية يمتلكها الفرد، ويوظفها في تحقيق أداء عالي التميز يساهم في انجاز المشاريع الإستراتيجية داخل المؤسسة". عليه، فإن دوران العمل الطوعي للكفاءات يمكن تعريفه في هذه الدراسة بالذات

على أنه "الاستقالة الاختيارية لأصول معرفية، وعملية، وتنظيمية مساهمة في خلق القيمة، ونادرة، وصعبة التقليد والاستبدال من المؤسسة التي تعمل فيها للانتقال إلى مؤسسة أخرى".

2.3. أسبابه

تقول الأدبية الأمريكية بيرل باك Pearl Buck "لو أردت فهم الحاضر فابحث في الماضي"، من هذا المنطلق يمكن القول أن فهم دوران العمل الطوعي في المؤسسات يتطلب منا الرجوع إلى أولى المنطلقات الفكرية التي اهتمت بدراسة هذه الظاهرة التنظيمية، حيث شغلت الأسباب (Content Models) والكيفيات (Process Models) التي بمقتضاها يتم اتخاذ هذا القرار حيزا هاما من أبحاث ودراسات علماء الاجتماع (المدخل الاجتماعي)، والنفس (المدخل السيكولوجي)، والاقتصاد (المدخل الاقتصادي). هذا الأمر ساهم وبشكل كبير في تنوع وتباين الأسباب التي تقف وراء ترك الفرد الكفاء للعمل في المؤسسة من أجل الانتقال إلى أخرى، فمن غير المعقول أن يفصل هذا الأخير عن عمله طوعا، إلا إذا كان هناك من المغريات ما يجذبه للعمل خارجها، أو عوامل سلبية تجعله يشعر بعدم الرضا (غياب الإحساس بالارتياح) خلال مزاولته لمهنته داخلها (Belaid, 2016, p. 206). بوجه عام، ميزت الأدبيات التي عالجت ظاهرة دوران العمل الطوعي بين ثلاثة متغيرات (أسباب) رئيسية وهي المتغيرات الشخصية (النوع، والسن، والمستوى التعليمي، ومدة الخدمة،... الخ)، والمتغيرات التنظيمية مثل (الحوافز، والاتصال، والتكوين، والمركزية، وتخطيط المسار الوظيفي، والقيادة،... الخ)، والمتغيرات الاقتصادية المتعلقة بوضعية سوق العمل (فرص العمل، ونسبة البطالة).

4. الميزة التنافسية المستدامة

1.4. ماهيتها

شغل مفهوم الميزة التنافسية المستدامة أو كما ورد ذكرها في بعض البحوث العلمية الميزة التنافسية المستمرة أو الميزة التنافسية المتواصلة، حيزا هاما من اهتمام الباحثين والمفكرين في السنوات الأخيرة من القرن الماضي لاسيما في مجالي الاقتصاد وإدارة الأعمال، حيث برزت باعتبارها نموذج متطورا للميزة التنافسية والتي تعتبر بدورها امتداد لمفهوم الميزة النسبية في التجارة الدولية لدايفيد ريكاردو David Ricardo المبينة على فكرة الوفرة لعوامل الإنتاج هي التي تحدد طبيعة التعامل التجاري بين الدول (يخصيه، 2005، صفحة 3)، وواحدة من الأطر النظرية الواعدة في مجال الإدارة الإستراتيجية، وتشير الدراسات إلى أن أول من طرح هذا المفهوم هو جورج داي George Day سنة 1984، عندما نوه بإمكانية الحصول على نماذج مختلفة في الإستراتيجية لغرض مساعدة المنظمة على البقاء، ولكن الحقيقة الفكرية المستند عليها في منشأ

الميزة التنافسية المستدامة (البكري و بن حمدان، 2013، صفحة 7) هو ما قدمه مايكل بوتر Michael Porter سنة 1985، عندما حدد نوعين أساسين للميزة التنافسية وهما (ميزة التكلفة، وميزة الاختلاف) والتي يتم تحقيقها من خلال ثلاث استراتيجيات وهي إستراتيجية قيادة التكلفة، وإستراتيجية التميز، وإستراتيجية التركيز (محمود عبد الرحمن، 2009، صفحة 102)، وبمقتضاه أصبحت هذه الأخيرة (الميزة التنافسية المستدامة) هدفا إستراتيجيا وبمثابة تحدي أمام المنظمات من خلال سعيها إلى المحافظة عليها لفترة طويلة، هذا ما مهد لبلورة نظرية وأصبح بمقتضاه لمفهوم الميزة التنافسية المستدامة إطارا نظريا يحظى باهتمام العديد من المفكرين، ويحتل مكانة هامة في الكثير من الأدبيات ذات العلاقة بالتفكير والتخطيط الاستراتيجي.

وقد أخذ هذا المصطلح بعدا آخر مع بداية القرن الواحد والعشرون، كما هو مؤشر عليه في إجابة رجل الأعمال والمستثمر الأمريكي وارن بيفات Warren Buffett من خلال كتابه "The Interpretation of Financial Statements" (Buffett, 2011, p. 30) عندما سئل عن كيفية تعريفه لشركة استثنائية وكذا تقييمه لها، وكان جوابه عن طريق الميزة التنافسية المستدامة، لأنها تمثل المستوى الأعلى في إدارة المنظمة.

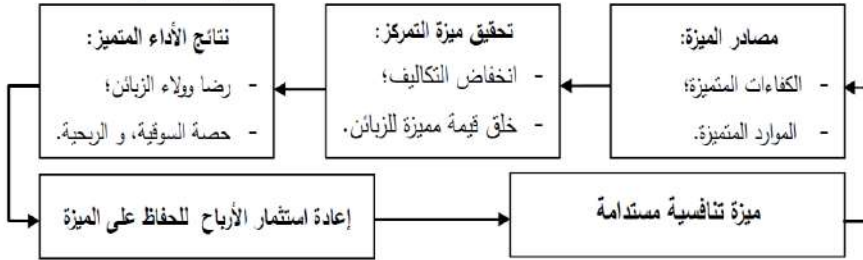
عرف بوتر Porter الميزة التنافسية المستدامة على أنها "القاعدة الأساسية للأداء فوق المتوسط على المدى الطويل" (Porter, 1985, p. 12). أما ريشارد هال Richard Hall فيعرفها "تمتع الشركات بميزة تنافسية مستدامة يكون عندما تنتج باستمرار أنظمة إنتاج وتسليم ذات خصائص تتوافق مع معايير الشراء الرئيسية لغالبية العملاء في السوق المستهدفة" (Hall, 1997, p. 135). في حين يرى بارني Barney أن المؤسسة تمتلك ميزة تنافسية مستدامة" إذا تمكنت من تطبيق إستراتيجية تسمح لها بخلق قيمة، وفي نفس الوقت ليس في مقدور المنافسين الحاليين أو المحتملين تطبيقها، مع عدم قدرة هذه المؤسسات على تحقيق نفس العوائد من هذه الإستراتيجيات" (Hoffman, 2000, p. 1).

كما قدم قاموس Webster تعريفا مفصلا للميزة التنافسية المستدامة، حيث عرف الميزة بـ"الحالة أو المنفعة الناتجة عن مسار عمل المؤسسة"، والتنافسية بـ"الخصائص التي تتصف بها المؤسسة مقارنة بمنافسيها"، أما الاستدامة فهي "الاحتفاظ بما أطول فترة ممكنة"، وعليه، يمكن القول أن الميزة التنافسية المستدامة هي الخاصية التي تمكن المؤسسة من خلق قيمة متفوقة لعملائها والأرباح المتفوقة لنفسها والحفاظ عليها على مدار عدة سنوات.

2.4. مصادرها

لقد تعددت واختلقت المصادر التي يتم بمقتضاها الحصول على الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية، إلا أن هناك شبه إجماع على وجود مصدرين رئيسيين يساهمان وبشكل مباشر في تخفيض التكلفة وتحقيق التميز وهما المهارات المتميزة بالمعرفة الفنية، القدرات والذكاء، والموارد المتميزة كالموارد المالية، والطاقة الإنتاجية، وهذا ما أكد عليه كل من داي و وينسلي Day & Wensley، حيث يرى الباحثان أن الهدف الأسمى للمؤسسة هو استدامة ميزتها التنافسية، وكما هو موضح في (الشكل 01)، يتطلب ذلك وجود مصدرين أساسيين وهما المهارات أو الكفاءات المتميزة والموارد المتميزة (Day & Wensley, 1988, p. 3).

الشكل 01. متطلبات بناء الميزة التنافسية المستدامة حسب داي و وينسلي



المصدر: George S. Day, Robin Wensley, "Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority" *Journal of Marketing*, N°2, Vol 52, 1988, p3.

أ. المهارات أو الكفاءات المتميزة: هي عبارة عن الأصول غير الملموسة، وتتمثل في القدرة المميزة للأفراد والتي تميزهم عن باقي أفراد المؤسسات المنافسة، وتتيح الكفاءات المتميزة للمؤسسة تحقيق التميز في منتجاتها أو خدماتها، مما ينعكس على استدامة ميزتها التنافسية؛ ب. الموارد المتميزة: هي عبارة عن الأصول الملموسة والتي تمكن المؤسسة من ممارسة قدراتها، وتتمثل في الطرق التنظيمية، المعلومات... الخ، التي تتحكم في المؤسسة وتسمح لها بتصميم وتنفيذ الإستراتيجية التي تضمن لها السير الحسن والفعالية. من خلال توفير هذين المصدرين واستغلالهما يمكن الحصول على المصادر النهائية التالية (بجزيه، 2005، صفحة 8):

✓ الكفاءة: تتجسد الكفاءة في الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، وتقاس بكمية المدخلات المستخدمة لإنتاج مخرجات محددة، باعتبار المؤسسة أداة لتحويل المدخلات إلى مخرجات، فكلما ارتفع معدل كفاءة المؤسسة كلما قلت المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة،

فالمؤسسة تتميز تكاليفها بالانخفاض إذا كانت تستحوذ على كفاءة إنتاجية عالية مقارنة بمنافسيها، مما يسمح لها ببناء مزايا تنافسية على المدى الطويل؛

✓ الجودة: نتيجة للتغيرات السريعة، زاد اهتمام المؤسسات بتلبية رغبات المستهلكين والحرص على رضاهم، إذ لم يعد السعر العامل المحرك الوحيد لسلوك المستهلك، بل أصبحت الجودة والقيمة التي يسعى للحصول عليها من الأولويات، هذا ما أوجب على المؤسسات التي ترغب في البقاء ضمن المنافسة أن تصنع منتجات ذات جودة عالية؛

✓ المعرفة: تعد الأصول الفكرية ركيزة أساسية لاستمرار نشاط المؤسسة في البيئة التنافسية قائمة على المعلومات والمعرفة، ففي ظل التطور التكنولوجي السريع الذي تشهده الأسواق، فإن المؤسسة الناجحة هي التي بمقدورها خلق وتطوير معارف جديدة، واستثمارها في عمليات إنتاج السلع والخدمات أو في تطوير الهياكل والوظائف والعمليات.

✓ الإبداع والابتكار: يعتبر الإبداع والابتكار بعدا رئيسيا للميزة التنافسية المستدامة من خلال قدرته على استكشاف الفرص الجديدة في البيئة الخارجية وسرعة الاستجابة لها، عن طريق إنجاز معين أو عمل خلاق سواء في مجال الإنتاج أو الخدمات.

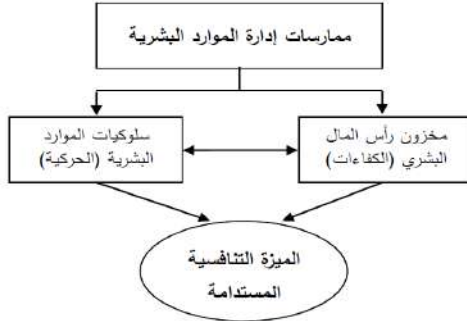
5. انعكاس دوران العمل الطوعي للكفاءات على استدامة الميزة التنافسية

إن الحديث على أثر دوران العمل الطوعي للكفاءات على الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية، يقودنا في المقام الأول إلى البحث في المداخل الفكرية التي تفسر طبيعة العلاقة القائمة بين المورد البشري عموما والكفاءات على وجه الخصوص وبين تنافسية المؤسسة، وضمن الرؤية أو المنظور المعتمد على الموارد Resource Based View الذي وضعه بريثر ويرنزفالت Briger Wernerfelt (1984) وطوره جاي بارني Jay Barney (1991)، برزت عديد المقاربات التي تحاول التأكيد على دور الموارد الداخلية في امتلاك واستدامة الميزة التنافسية للمؤسسات، وفي مقدمتها مقارنة الموارد البشرية لكل من رايت، و ماك هاند، و ويليامس Wright, Mc Mahan & Mc Williams (1994).

من خلال افتراض وجود توزيع في القدرات المعرفية للأفراد، يمكن اعتبار المورد البشري حسب رواد هذه المقاربة موردا استراتيجيا مسؤولا عن خلق الميزة التنافسية المستدامة إذا امتلك نفس الخصائص التي تميز الموارد الإستراتيجية وفق منظور مقارنة الموارد وهي: القيمة، والندرة، وصعوبة التقليد، وصعوبة الاستبدال (Qehaja & Kutllowci, 2015, p. 52)، وكما هو موضح أدناه، قدم رايت وآخرون Wright & al طرح نموذجي للميزة التنافسية المستدامة في

إطار الموارد البشرية، والذي يركز في مضمونه على الكفاءات (المعارف، الإبداع والابتكار... الخ) للأفراد الذين تتكون منهم المؤسسة.

الشكل رقم 02. نموذج الميزة التنافسية المستدامة للموارد البشرية



المصدر: Jacques Grisé, et al, "Les ressources Humaines en tant que Sources d'Avantage Concurrentiel Durable", Document de Travail, Faculté des sciences de l'administration, Université de Laval, Canada, 1997, p 5.

وعليه، فتحقيق واستدامة القدرات التنافسية للمؤسسة الاقتصادية يتم بموجب التركيز على الطاقات الفكرية للكفاءات البشرية، وذلك من خلال توظيف المعرفة الكامنة، الصريحة والضمنية، باعتبارها طاقة ذهنية وقدرة فكرية ومصدرا للاقتراحات التي يتم ترجمتها عن طريق الإبداع والابتكار، وتتحول بموجب ذلك إلى تصاميم وأساليب فنية من شأنها أن تحقق التميز، مع مراعاة خاصيتها الإستراتيجية المتمثلة في خلق القيمة، والندرة، وصعوبة التقليد والاستبدال، لأن ما يتاح للمنظمة من موارد وإن كانت شرطا ضروريا إلا أنها ليست شرطا كافيا (السلمي، 2001، صفحة 42)، وبموجب ذلك تصبح الكفاءات البشرية ذات طابع خصوصي نابع من قلب المنظمة، أو بمعنى آخر تمثل أساسا قاعديا أو محوريا لا يمكن العمل دون وجودها. من هنا، يمكن حصر الانعكاس الناجم عن دوران العمل الطوعي للكفاءات على استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية في ثلاثة محاور كبرى، وهي:

1.5. المعرفة

بمعنى، فقدان أصحاب المستوى العالي من المهارات والمعارف والخبرات المتراكمة، التي تؤدي إلى تفكير إستراتيجي جديد ومزايا تنظيمية مهمة تمكن المؤسسة من زيادة إنتاجها وتحقيق مستويات عالية من الأداء مقارنة بمنافسيها، وقد أشار إليهم دراكر Drucker في خمسينيات القرن الماضي، عندما استعمل مصطلح عمال المعرفة (Gorelick & Workers Knowledge) (al, 2004, p. 7)، في كتابه The Landmarks of Tomorrow، وأكد عليه بارني Barney من خلال المقال الذي طرحه سنة 1996، والذي ركز فيه على نوعين من المعرفة، الأولى المعرفة الظاهرة أو الصريحة وهي مخزنة في الوسائل مادية كالأرشيف، والمخططات، والمستندات وغيرها،

والتي من الممكن الحصول عليها، والثانية المعرفة الضمنية أو الكامنة والمتمثلة في المهارات الفردية المخزنة في عقول الكفاءات البشرية، وهي ليست معلومة للجميع، بمعنى غير ظاهرة وغير متاحة للآخرين.

2.5. الإبداع والابتكار

يمكن إبراز الأثر الذي يفرزه دوران العمل الطوعي للكفاءات على الإبداع والابتكار من خلال إظهار العلاقة الترابطية بين المعرفة والتفكير الإبداعي الابتكاري، حيث تعد المعرفة المختلفة (الضمنية، والظاهرة) التي توجد بقوة في أعمال الأفراد بمثابة العنصر الأساسي لتوليد وتحقيق الإبداع والابتكار بمختلف أشكاله الذي يساهم في تطوير طرق وأساليب العمل، أو تقليل التكاليف، أو تحسين نوعية المنتج (قمري، 2017، صفحة 148)، أو تطوير إستراتيجيات تسويقية لتقديم سلعة أو خدمة بتكلفة منخفضة تلقى قبولا من قبل المستهلك لما تتمتع به من خصائص مميزة، وقد يكون الإبداع والابتكار على شكل منتجات جديدة، أو تطوير المنتجات الحالية، وعليه، فمستوى كفاءة الأفراد وحسن استغلالها وتطويرها يعد بمثابة المتغير الرئيسي الذي يحدد القدرة على الإبداع والابتكار، وبالتالي لا بد من أخذ أصحاب الكفاءات المتميزة في الحسبان عند صياغة وتطوير الاستراتيجيات.

3.5. التميز

دوران العمل الطوعي للكفاءات، يعني فقدان مصدرا أساسيا لتميز منتجات أو خدمات المؤسسة مقارنة بمنافسيها، وذلك من خلال مساهمته الفعالة في وضع التصميم والأساليب الفنية التي من شأنها أن تحقق لها التميز، فإنتاج السلع وتقديم الخدمات بالجودة العالية والسرعة المطلوبة من شأنه أن يعطي مبررا إضافيا للزبائن لشرائها حتى وإن كانت بأسعار عالية، وقد يصل الأمر إلى حد خلق الولاء للعلامة من قبل هؤلاء، ويتم تحقيق التميز في المنتجات أو الخدمات عن طريق (بن بريكة و بن التركي، 2010، صفحة 12):

✓ منتجات جديدة تطرح لأول مرة في السوق: حيث تكون هذه الأخيرة جديدة على المؤسسة والسوق على حد سواء، وتمتاز هذه المنتجات عن غيرها بتصاميم جديدة كما أنها تؤدي وظائف جديدة، فضلا عن تميزها بالأدائية في السوق قبل منافسيها، تلبية لحاجات ورغبات كامنة لدى مختلف الزبائن وإرضائهم قد المستطاع؛

✓ تطوير (تعديل) المنتجات الموجودة: حيث تقوم المؤسسة بتعديل وتطوير منتجاتها بغية إرضاء زبائنهم بشكل مستمر، وتكون هذه التعديلات بإجراء تحسينات على مستوى الجودة، والسهولة والسلامة عند الاستعمال، والتغيير والتحسين في خدمات ما بعد البيع... الخ.

عليه، فإن تحقيق المؤسسة للتميز في السلع والخدمات التي تمكنها من تدعيم مركزها التنافسي، يتطلب منها البحث بشكل مستمر ومكثف عن أفضل الآليات والاستراتيجيات التي تمكنها من استقطاب أصحاب الكفاءات المتميزة مع الإبقاء والمحافظة عليهم.

6. الإجراء المنهجي للدراسة الميدانية

إن الإلمام بالأثر الذي يفرزه دوران العمل الطوعي للكفاءات على الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، يتطلب منا تدعيم ما ورد ذكره في خضم الإطار النظري بجانب ميداني، وعليه وقع اختيارنا في هذه الدراسة على المعمل الجزائري الجديد للمصبرات "أن سي آي روية"، باعتباره منشأة ذات طابع اقتصادي مستقلة ماليا في إطار قانوني واجتماعي، لها القدرة على الاندماج مع البيئة المحيطة بها من خلال تدفق المدخلات ومعالجتها، ومن تم تحويلها إلى مخرجات وتقديمها إلى الزبون المستهدف على شكل سلعة، أي مؤسسة اقتصادية تسعى للتحقيق الريادة داخل السوق من خلال مراعاة الجودة والتميز مع محاولة الاستجابة لرغبات الزبائن وحتى مفاجأهم بما يفوق توقعاتهم.

ضمن هذا السياق، يتناول هذا القسم عرضا موجزا للإطار المنهجي الموظف على المستوى الميداني، حيث يرد في طياته كل من الأدوات والوسائل التي تم اعتمادها في جمع البيانات والمعلومات، وكذا المجتمع والعينة التي أجريت عليها هذه الدراسة. بناء على طبيعة البيانات المراد جمعها وعلى المنهج المتبع، ارتأينا أن الأداة الأكثر ملائمة لتحقيق أهداف هذه الدراسة هو الاستبيان، هذا الأخير تضمن مجموعة أسئلة تم تجزئتها إلى قسمين، الأول للبيانات العامة لعينة الدراسة، في حين خصص القسم الثاني للمحاور الأساسية. وكانت الإجابات على فقرات محاور هذا الاستبيان وفق مقياس ليكرت الخماسي كما هو موضح أدناه.

الجدول 01. مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	لا أوافق تماما	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تماما
الدرجة	1	2	3	4	5
قيمة المتوسط	1.00 - 1.80	1.81 - 2.60	2.61 - 3.40	3.41 - 4.20	4.21 - 5.00

المصدر: إعداد الباحث

كما ارتأينا أن يتكون مجتمع هذه الدراسة من فئة المسيرين التابعين للمعمل الجزائري الجديد للمصبرات "أن سي آي روية"، وأن تكون عينة الدراسة عبارة عن مسح شامل، وعليه قام الباحث بتوزيع (113) استبيان، استرد منها (95) استبيان، بعدها تم استبعاد (8) منها لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي، ليصبح المجموع العام لأفراد البحث الذي تم إجراء الدراسة عليهم (87) مسير، أي بنسبة مئوية بلغت (76.99%)، ولقياس صدق وثبات أداة الدراسة

وظف الباحث معامل الارتباط بيرسون Pearson's Correlation Coefficient، ومعامل ألفا-كرونباخ Cronbach Alpha على عينة قوامها (14) مسير (انظر الملاحق)، أما فيما يخص تحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم توظيف عديد الأساليب الإحصائية بالاعتماد على برنامج SPSS في نسخته (19).

7. عرض وتحليل نتائج الدراسة

1.7. توزيع أفراد عينة الدراسة

الجدول 02. توزيع أفراد عينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكور	70	80.4%
	إناث	17	19.6%
السن	19 - 30 سنة	5	5.7%
	31 - 40 سنة	39	44.9%
	41 - 50 سنة	33	37.9%
	51 سنة فأكثر	10	11.4%
المستوى التعليمي	ابتدائي	00	0.0%
	متوسط	2	2.3%
	ثانوي	2	2.3%
	جامعي	83	95.4%
مدة الخدمة	أقل من 5 سنوات	32	36.7%
	5 - 10 سنوات	27	31.1%
	11 - 20 سنوات	19	21.8%
	21 سنة فأكثر	9	10.3%

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول (2) أعلاه يتضح لنا أن ما نسبته 80.4% من مسيري المؤسسة ذكور والمقدر عددهم بـ 70 والباقي إناث بنسبة 19.6%، ومرد هذا التفاوت قد يعود إلى عدة أسباب أهمها طبيعة نشاط المؤسسة الذي يتطلب وجود هذا النوع من السواعد البشرية وبالأخص في العملية الإنتاجية، وكذا التنقلات والخرجات الميدانية. كما نلاحظ أن الفئة الغالبة على أفراد العينة من ذوي المتوسط العمري الذي يتراوح ما بين 31 إلى 50 سنة وهو ما تعبر عنه نسبة 82.2%، تليها الفئة التي يزيد عمرها عن 51 سنة بنسبة تقدر بـ 11.4% من إجمالي أفراد العينة، وأقل نسبة سجلتها فئة الشباب التي تتراوح أعمارها ما بين 19 و30 سنة بنسبة 5.7%. مما يشير إلى أن أغلبية مسيري المؤسسة من الفئة العمرية التي تتمتع بالخبرة الكافية لأداء المهام. فيما يخص المستوى التعليمي، فإن أغلب أفراد العينة حائزين على شهادة جامعية بنسبة مئوية بلغت 95.4%، بينما لم تتعدى نسبة المسيرين ذوي مستوى تعليمي أقل (ثانوي ومتوسط) 2.3%، وهذا يعطينا قراءة أولية حول غياب أي مشكلة فيما يخص فهم محتوى أسئلة

الاستبيان، وكذا الأهمية الكبرى والحرص الذي تلبه المؤسسة لهذا المتغير، وذلك من خلال توظيف سياسة استقطاب مورد بشري العالي المستوى، والسهل التنمية فيما يخص المعارف العلمية والعملية، والقادر على استيعاب التطورات المتلاحقة والمتسارعة.

أما المتغير الخاص بتوزيع أفراد العينة حسب مدة الخدمة داخل المؤسسة، فإن أعلى معدل سجلته الفئة الأقل من 5 سنوات بـ 36.7%، تلتها الفئة التي تتراوح مدة خدمتها من 5 إلى 10 سنوات بنسبة 31.1%، وفي المقام الثالث نجد الفئة التي لديها مدة خدمة محصورة ما بين 11 و20 سنة بنسبة 21.8%، وفي الأخير الفئة الأكثر من 21 سنة بنسبة مئوية بلغت 10.3%، وقد تعزو هذه النتيجة إلى محتوى الوظيفية بحد ذاتها أو سياسة دوران الوظائف المعتمدة.

2.7. إجابات أفراد عينة الدراسة

أ. النتائج المتعلقة بأثر دوران العمل الطوعي للكفاءات على المعرفة في المعمل الجزائري

الجديد للمصبرات

الجدول 03. أثر دوران العمل الطوعي للكفاءات على المعرفة في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات

الترتيب	أثره على المعرفة	الدرجة	المصبرات	درجة الموافقة					العبارات		البعد
				أوافق تماما	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق تماما	استفاتي من المؤسسة يمكن أن تؤثر على ...		
5	مرتفع	2.36	3.60	27	19	19	13	9	ت	الأفكار والمقترحات المساعدة على تطوير الأساليب التصنيعية	المعرفة
				31.0	21.8	21.8	14.9	10.3	%		
4	مرتفع	2.67	3.97	25	35	17	5	5	ت	المخطط و التوجهات الخاصة بتطوير الأساليب التصنيعية	المعرفة
				28.7	40.2	19.5	5.7	5.7	%		
2	مرتفع	2.96	4.18	41	23	11	7	5	ت	تصميم الأنشطة وتحديد التقنيات لتنفيذ المهام على جميع المستويات	المعرفة
				47.2	26.4	12.6	8.0	5.7	%		
1	مرتفع جدا	3.04	4.23	31	39	5	7	5	ت	نشر الأفكار و المعارف المستحدثة و تطويرها بصفة آنية و مستمرة	المعرفة
				35.6	44.8	5.7	8.0	5.7	%		
3	مرتفع	2.83	4.12	33	31	11	7	5	ت	النتائج الفكرية و المعرفية المعزز لمركزها التنافسي	المعرفة
				37.9	35.6	12.6	8.0	5.7	%		

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.

تعكس النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (3) الخاص بأثر دوران العمل الطوعي للكفاءات على المعرفة في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات "أن سي آي روية"، انسجاما في

إجابات أفراد الدراسة حول الأسئلة الخمسة التي ضمها باتجاه موافقة تراوح من مرتفع إلى مرتفع جدا حسب مقياس ليكرت الخماسي، انحصرتوسطه الحسابي مابين (3.60 و4.18) وانحرافه المعياري (2.36 و3.04)، وبأبي التأثير على نشر الأفكار والمعارف المستحدثة وتطويرها بصفة آنية ومستمرة في مقدمة الانعكاسات بنسبة تأييد قدرت بـ80.4% مقابل 13.7% معارضة والباقي حياد (5.7%)، تليها انعكاسات أخرى خاصة بالخطط والتوجهات، وتصميم الأنشطة وتحديد التقنيات... الخ، حسب النتائج الواردة في العبارات رقم (3، 5، 2، 1) باتجاه موافقة مرتفع، بلغت نسبه (73.6%، 73.5%، 68.9%، 52.8%) على التوالي.

ب. النتائج المتعلقة بأثر دوران العمل الطوعي للكفاءات على الإبداع والابتكار في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات

الجدول 04. أثر دوران العمل الطوعي للكفاءات على الإبداع والابتكار في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات

العدد	العبارات		درجة الموافقة					لا أوافق تماما	أوافق تماما	تؤثر على ...	استقالي من المؤسسة يمكن أن
	أوافق	لا أوافق	متعاد	أوافق	أوافق تماما						
3	مرتفع	2.96	4.04	33	27	13	9	5	ت	عملية البحث المتعلقة بالحلول والمقترحات لصعوبات العمل	
				37.9	31.0	14.9	10.3	5.7	%		
4	مرتفع	2.67	3.90	25	33	17	7	5	ت	إيجاد أساليب جديدة أو معدلة في العملية الإنتاجية	
				28.7	37.9	19.5	8.0	5.7	%		
5	مرتفع	2.56	3.65	26	26	15	15	5	ت	تخفيض تكاليف المنتجات، واستغلال الموارد المتاحة	
				29.8	29.8	17.4	17.4	5.7	%		
2	مرتفع جدا	3.04	4.23	41	23	11	7	5	ت	إنجاز المهام بأسلوب متجدد ومتطور	
				47.1	26.4	12.6	8.0	5.7	%		
1	مرتفع جدا	3.09	4.30	42	26	7	7	5	ت	زيادة حصصها السوقية وتحسين مركزها التنافسي	
				48.2	29.8	8.0	8.0	5.7	%		

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.

تعكس النتائج الإحصائية الواردة في هذا المدخل، أن أفراد البحث يقرون بالأثر الذي قد يفرزه تركهم للمؤسسة على عنصري الإبداع والابتكار، وهو ما يوضحه الانسجام في إجاباتهم على الأسئلة الخمسة التي ضمها باتجاه موافقة تراوح من مرتفع إلى مرتفع جدا حسب مقياس ليكرت الخماسي، انحصرتوسطه الحسابي مابين (3.65 و4.30) وانحرافه المعياري (2.56 و3.09)، هذا الأثر أو الانعكاس يتعلق على وجه الخصوص بزيادة المؤسسة لخصصها السوقية وتحسين مركزها التنافسي، وكذا طرق إنجاز المهام، وهو ما تؤكد عليه النتائج الواردة في العبارتين (5، 4) باتجاه موافقة مرتفع جدا بلغ (78.0%، 73.5%) على التوالي، وتليه انعكاسات

أخرى خاصة بعمليات البحث المتعلقة بصعوبات العمل، والأساليب المتعلقة بالعلمية الإنتاجية، إضافة إلى تخفيض تكاليف المنتجات، واستغلال الموارد المتاحة حسب النتائج الواردة في العبارات رقم (1،2،3) باتجاه موافقة مرتفع، بلغت نسبه (68.9%، 66.6%، 63.8%) على التوالي.

ج. النتائج المتعلقة بأثر دوران العمل الطوعي للكفاءات على التميز في المعمل الجزائري

الجديد للمصبرات

الجدول 05. أثر دوران العمل الطوعي للكفاءات على التميز في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات

العدد	العبارة					درجة الموافقة		التميز
	استقلالي من المؤسسة يمكن أن تؤثر على ...		لا أوافق تماما	لا أوافق	متحايد	أوافق	أوافق تماما	
3	إدخال تحسينات مستمرة على منتجات المؤسسة	ت	5	13	21	29	19	مرتفع
		%	5.7	14.9	24.1	33.3	21.8	
2	تصميم منتجات بديلة تلبي احتياجات و متطلبات الزبائن	ت	7	9	19	35	17	مرتفع
		%	8.0	10.3	21.8	40.2	19.5	
1	جودة التصميم الفنية للمنتجات	ت	6	19	7	18	37	مرتفع
		%	6.8	21.8	8.0	20.6	42.5	
4	إنتاج السلع و تقديمها بالجودة العالية و السرعة المطلوبة	ت	9	13	19	19	27	مرتفع
		%	10.3	14.9	21.8	21.8	31.0	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.

أظهرت النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (5)، وجود اتفاق بين أفراد الدراسة حول الانعكاس السلبي الذي قد يلحق بعنصر التميز على مخرجات المؤسسة في حال ما إذا قرروا الاستقالة وترك العمل من الأخيرة، ويزداد هذا الاتفاق حول العبارة الثالثة "استقلالي من المؤسسة يمكن أن يؤثر على جودة التصميم الفنية للمنتجات" التي سجلت نسبة تأييد (63.1%) مقارنة بالمعارضة (28.6%) والباقي حياد (8%)، وبمتوسط حسابي بلغت قيمته (4.19) وانحرافه المعياري (3.01)، تليه انعكاسات أخرى خاصة بتصميم منتجات بديلة وكذا تحسينها بصفة مستمرة، مع تقديمها بالجودة العالية والسرعة المطلوبة، وهذا حسب النتائج الواردة في العبارات رقم (2، 1، 4) باتجاه موافقة مرتفع بلغ (59.7%، 55.1%، 52.8%) على التوالي.

3.7 اختبار الفرضيات

أ. الفرضية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمعدل دوران

العمل الطوعي للكفاءات على المعرفة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

الجدول 06. نتائج تحليل الانحدار واختبار الفرضية

المتغير	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	معامل التحديد المعدل R ²	قيمة F	مستوى الدلالة (Sig)	الثابت α	B	قيمة T	مستوى الدلالة (Sig)
المعرفة	0.716	0.67	0.579	46.30	0.00	1.539	0.504	5.266	0.00

المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على نتائج الاستبيان و مخرجات برنامج SPSS.

تشير النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (6) إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعدل دوران العمل الطوعي للكفاءات على المعرفة في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات يقدر بـ 0.716، وبمربع ارتباط يساوي 0.67، ودلالة إحصائية تساوي 0.00، وبالتالي فإن المتغير المستقل يفسر ما نسبته 67% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع، أما الباقي (33%) فيعود إلى عوامل أخرى.

كما أظهرت نتائج الجدول أن قيمة F تساوي 46.00 بمستوى دلالة 0.00، وأن ثابت الانحدار α يساوي 1,539، وقيمة B يساوي 0,504 وهو دال إحصائيا لأن القيمة الاحتمالية للدلالة (Sig) المقابلة لـ T الخاصة به تساوي 0.00 وهي أقل من 0.05، أي أن معامل الانحدار دال إحصائيا، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعدل دوران العمل الطوعي للكفاءات على المعرفة في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات، ويعبر عن ذلك من خلال معادلة الانحدار التالية: $Y=1,539 + 0,504 (X)$.

ب. الفرضية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمعدل دوران العمل الطوعي للكفاءات على الإبداع والابتكار في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

الجدول 07. نتائج تحليل الانحدار واختبار الفرضية

المتغير	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	معامل التحديد المعدل R ²	قيمة F	مستوى الدلالة (Sig)	الثابت α	B	قيمة T	مستوى الدلالة (Sig)
الإبداع والابتكار	0.854	0.73	0.715	48.60	0.00	1.217	0.663	6.972	0.00

المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على نتائج الاستبيان و مخرجات برنامج SPSS.

تشير النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (7) إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعدل دوران العمل الطوعي للكفاءات على الإبداع والابتكار في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات يقدر بـ 0,854، وبمربع ارتباط يساوي 0,73، ودلالة إحصائية تساوي 0.00، وبالتالي فإن المتغير المستقل يفسر ما نسبته 73% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع، أما الباقي (27%) فيعود إلى عوامل أخرى.

كما أظهرت نتائج الجدول أن قيمة F تساوي 48.60 بمستوى دلالة 0.00، وأن ثابت الانحدار α يساوي 1,217، وقيمة B يساوي 0,663 وهو دال إحصائياً لأن القيمة الاحتمالية للدلالة (Sig) المقابلة لـ T الخاصة به تساوي 0.00 وهي أقل من 0.05، أي أن معامل الانحدار دال إحصائياً، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعدل دوران العمل الطوعي للكفاءات على الإبداع والابتكار في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات، ويعبر عن ذلك من خلال معادلة الانحدار التالية: $Y=1,217 + 0,663 (X)$.

ج. الفرضية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمعدل دوران العمل الطوعي للكفاءات على التميز في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

الجدول 08. نتائج تحليل الانحدار واختبار الفرضية

متغير	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	معامل التحديد المعدل R ²	قيمة F	مستوى الدلالة (Sig)	الثابت α	B	قيمة T	مستوى الدلالة (Sig)
التميز	0.695	0.58	0.483	39.70	0.00	1.867	0.454	4.562	0.00

المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على نتائج الاستبيان و مخرجات برنامج SPSS

تشير النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (8) إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعدل دوران العمل الطوعي للكفاءات على التميز في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات يقدر بـ 0.695، وبمربع ارتباط يساوي 0.58، ودلالة إحصائية تساوي 0.00، وبالتالي فإن المتغير المستقل يفسر ما نسبته 58% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع، أما الباقي (42%) فيعود إلى عوامل أخرى.

كما أظهرت نتائج الجدول أن قيمة F تساوي 39.70 بمستوى دلالة 0.00، وأن ثابت الانحدار α يساوي 1,867، وقيمة B يساوي 0,454 وهو دال إحصائياً لأن القيمة الاحتمالية للدلالة (Sig) المقابلة لـ T الخاصة به تساوي 0.00 وهي أقل من 0.05، أي أن معامل الانحدار دال إحصائياً، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعدل دوران العمل الطوعي للكفاءات على التميز في المعمل الجزائري الجديد للمصبرات، ويعبر عن ذلك من خلال معادلة الانحدار التالية: $Y=1,867 + 0,454 (X)$.

ما يمكن الإشارة إليه في سياق نتائج الدراسة الميدانية، أن أفراد البحث على دراية بدورهم الفعال في استدامة الميزة التنافسية للمعمل الجزائري الجديد للمصبرات "أن سي آي روية"، وأن استقالتهم من المؤسسة وتركهم لها يؤثر سلباً على البرامج والخطط الإستراتيجية لهذه الأخيرة وفي مقدمتها الإستراتيجية التنافسية، ومرد هذا قد يرجع إلى قناعتهم بأن حسن الاستثمار في

مقدرتهم المعرفية والعمل على توظيفها (Grawn, 1996) مع القدرة على جذبها والمحافظة عليها، من شأنه أن يحقق الأداء الفكري المؤدي إلى التفوق التنافسي، وهو ما أشار إليه ستيفورت Stewart (1999) وأكد عليه يونت Youndt (1996) (بخصية، 2004، صفحة 14)، لأنها بمثابة عنصر مباشر في تقوية وتدعيم الإبداع والابتكار التي تعمل المؤسسة محل الدراسة على نشر ثقافته، من منطلق استعدادات فكرية مسبقة وأساليب تنظيمية مطبقة، وهو ما يتفق مع ما دراسة كل من حامدي (2014) التي تناولت دور الكفاءات في تدعيم الإستراتيجية التنافسية للمنظمات المعاصرة، وتوصلت إلى أن الأدوار الحقيقية التي يجب أن تلعبها الكفاءات الوظيفية لمؤسسة ما كفيل بفهم مستوى التنافس التي تواجهه، وعليه تكمن القيمة الحقيقية لهذه الفئة في كيفية تمييز عقولها المتميزة وتدويرها بشكل فعلي، ودراسة بن سعيد (2014) حول دور الاستغلال الأمثل لرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، والتي خلصت إلى أنه لا مناص أمام المنظمة في سعيها نحو فرض نفسها في بيئة أعمال تسودها التنافسية من تمييز موردها البشرية وبالأخص الكفاء منها، لأنها منبع الإبداع والابتكار المتجدد، وكما قال دراكر Drucker "المعرفة هي المصدر الأساسي للثروة سواء بالنسبة لمنظمة بمفردها أو لدولة من الدول"، وهذه الكفاءات يمكن للمؤسسة أن تفرض وجودها داخل البيئة التنافسية التي تنشط فيها على المدى الطويل، مما يكسبها ميزة تنافسية مستدامة (بن غريد، 2019، صفحة 14).

هذه التوليفة الموجودة بين القدرات المعرفية للكفاءات والإبداع والابتكار، من شأنها أن تساهم في خلق بيئة ملائمة لتقديم منتجات جديدة ومتنوعة من خلال تطوير العمليات الإنتاجية ومن تم تحقيق الأهداف الإستراتيجية (بروي، 2010)، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة بروك دوبني Brooke Dobni (2010)، التي هدفت إلى اختبار العلاقة بين التوجه الإبداعي والابتكاري وأنواع الاستراتيجيات التنافسية، وخلصت إلى وجود علاقة ارتباطية قوية وبالأخص في إستراتيجية التميز (المطيري، 2012). بموجب ذلك، يمكن القول أن الأهمية الإستراتيجية للكفاءات البشرية في خلق استدامة الميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية تكمن في الإبقاء والمحافظة على هذه الفئة الوظيفية المتمتعة بخصائص ومميزات الموارد الإستراتيجية، مع فعالية الاستثمار في ترقيتها وتطويرها.

8. خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع دوران العمل الطوعي للكفاءات وأثره على الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، اتضح لنا أن الكفاءات البشرية أصبحت بعدا هاما في ظل التطورات الراهنة، باعتبارها المصدر الأساسي للريادة والتميز من خلال ما تحوزه من أصول معرفية، وعملية، وتنظيمية مساهمة في خلق القيمة، الأمر الذي أدى بالمؤسسات إلى التعامل

معها من منظور استراتيجي، حيث أيقنت أن الإبقاء على هذه الأخيرة هو السبيل المناسب لتحقيق أهداف الربحية والتميز، ومنه الاستمرارية، وبالتالي تحقيق مسعى استدامة التنافسية. على اعتبار أن اقتصاد المعرفة قائم على الوفرة في مناهج واستراتيجيات الأعمال، فإنه بذلك يمثل البعد الحقيقي للنشاط الفكري الإنساني، وعلى هذا الأساس يعتبر الإبداع والابتكار بمثابة الناتج الملموس، فالمعرفة الضمنية والصريحة التي توجد بقوة في أعمال الأفراد والفرق داخل المؤسسة هي التي تعطيها هذه الخصوصية في المعادلة الإنتاجية، وهو الخيار الإستراتيجي الأكثر ضمانا للمؤسسة في مواجهة مختلف الاضطرابات السوقية المحتملة. وبالتالي تطرق الباحث لمفهوم الكفاءات الوظيفية بهذا الشكل يعكس القيمة الحقيقية من وراء الاحتفاظ وتثمين المهارات البشرية، ويعطي مفهوم يتعدى البعد الكلاسيكي الذي ينظر إليها كصفة مجردة لا تحوي مؤشرات الحركية والتميز إلا إذا امتزجت بمختلف الأعمال، لتصبح بذلك ذات قيمة حقيقية تضاف إلى ما تملكه المنظمة من رأس مال مادي يتجانس دوماً مع ذلك الرأس مال المعرفي المبدع والمبتكر، ما يخلق في الأخير شخصية تنافسية للمؤسسة تتناسب مع تم تحديده في الرسالة الوظيفية التي قامت لأجلها.

بناء على هذا، على المؤسسات الاقتصادية التكتيف من سعيها وراء البحث في الأسباب، مع استحداث سياسات وتدابير للمحافظة عليها، ما قد يفتح آفاق بحث لإجراء المزيد من الدراسات حول مواقف أصحاب العمل ومدراء إدارات الموارد البشرية حيال دوران العمل الطوعي، وكذلك معرفة مدى تفكير الموظف الذي على رأس العمل في ترك منصبه الوظيفي ولماذا؟، ومنه البحث في آليات استقطابها وتحفيزها، مع تكوينها وتطويرها بشكل مستدام.

9. قائمة المراجع

1. ثامر البكري، خالد بن حمدان. (2013). الإطار المفاهيمي للاستدامة والميزة التنافسية المستدامة محاكاة لشركة HP في اعتمادها لاستراتيجية الاستدامة. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية الإنسانية.
2. حياة قمري. (2017). دور المعرفة في تعزيز القدرة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية: حالة مجمع صيدال. جامعة باتنة 1، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
3. رياض بن غبريد. (2019). الإبداع و الابتكار كمدخل لمساهمة الكفاءات في استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية.
4. سملاي محضية. (2004). التسيير الاستراتيجي للرأس المال الفكري و الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية. مجلة العلوم الإنسانية.
5. سملاي محضية. (2005). أثر التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية وتنمية الكفاءات على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: مدخل الجودة و المعرفة. أطروحة دكتوراه. جامعة الجزائر، الجزائر.
6. عامر الكبيسي. (2006). التطوير التنظيمي وقضايا معاصرة. سوريا: دار الرضا.
7. علي السلمي. (2001). إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية. القاهرة: دار غريب للنشر و الطباعة.

8. نسرين محمود عبد الرحمن (2009). التعلم التنظيمي كمدخل لتحقيق المزايا التنافسية: دراسة تطبيقية على شركات الاتصال المصرية، أطروحة دكتوراه. جامعة عين شمس، مصر.

9. Balland, S., & M. Bouvier, A. (2008). *Management des Entreprises en 24 Fiches*. Paris: Éditions Dunod.
10. Belaid, A. (2016). Job satisfaction and its relation to remuneration, promotion and physical working conditions. *Ulum Islamiyah Journal*.
11. Bellier, S. (1998). *Le savoir-être dans l'entreprise*. Paris: Edition Vuibert.
12. Buffett, W. (2011). *The Interpretation of Financial Statement*. Paris: Maxima.
13. Day, G., & Wensley, R. (1988). Assessing Advantage: a framework for diagnosing competitive. *Journal of marketing*.
14. Gorelick, C., Milton, N., & April, K. (2004). *Performance through Learning: knowledge management in practice*. USA: Butterworth-Heinemann.
15. Meschi, P.-X. (1997). Le Concept de Compétence en Stratégie : perspectives et limites. *Actes de la VIème Conférence de l'Association Internationale*.
16. Mobley, W. (1977). Intermediate Linkages in the Relationship between Job Satisfaction and Employee Turnover. *Journal of Applied Psychology*.
17. Morell, K., & et al. (2001). Unweaving Leaving: the use of models in management of employee turnover. *International Journal of Management Reviews*.
18. Nicole Hoffman. (2000). An Examination of the Sustainable Competitive Advantage Concept: past, present, and future. *Academy of Marketing Science Review*.
19. Porter, M. (1985). *The competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
20. Qehaja, A., & Kutllovci, E. (2015). The role of human resources in gaining competitive advantage. *Journal of human resource management*.

10. الملاحق

الجدول 1. معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول والثاني بالدرجة الكلية للمحورين

رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
1	*0.628	1	**0.792	1	*0.664
2	**0.672	2	**0.723	2	**0.723
3	**0.821	3	*0.638	3	**0.852
4	**0.862	4	**0.927	4	*0.640
5	**0.779	5	**0.934	5	-

** دال عند مستوى الدلالة (0.01) فأقل

* دال عند مستوى الدلالة 0.05 فأقل

الجدول 2. معامل ألفا - كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

الترتيب	محور الثبات	عدد العبارات	معامل الثبات العام
2	0.762	5	أثر دوران العمل الطوعي للكفاءات على المعرفة
1	0.838	5	أثر دوران العمل الطوعي للكفاءات على الإبداع والابتكار
3	0.719	4	أثر دوران العمل الطوعي للكفاءات على التميز
-	0.773	14	معامل الثبات العام

المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول (2)، يتضح لنا أن معامل الثبات العام للاستبيان بلغ (0.773)، ما يدل على تمتع هذا الأخير بدرجة عالية من الثبات، وبالتالي يمكن الاعتماد عليه في إطار البحث الميداني للدراسة.

أهمية المؤسسات الناشئة الجزائرية في تعزيز مكانة الإقتصاد البنفسجي

The importance of Algerian start-ups in enhancing the status of the purple economy

عبدة فرید
Abba Farid
جامعة محمد خيضر بسكرة - الجزائر
Farid.abba@univ-biskra.dz

قسوري إنصاف
Guessouri Insaf
جامعة محمد خيضر بسكرة - الجزائر
Insaf.guessouri@univ-biskra.dz

تاريخ الاستلام: 2022/10/23 تاريخ القبول: 2023/03/16 تاريخ النشر: 2023/04/30

الملخص:

تهدف الورقة البحثية إلى التعرف على الإطار المفاهيمي للمؤسسات الناشئة وأهميتها في تفعيل دور المؤسسات الحرفية الثقافية من أجل تفعيل وترسيخ مفهوم الإقتصاد البنفسجي بإعتباره بديل ومساهم في التنوع الإقتصادي من خلال طرح إشكالية ما الأهمية الإقتصادية للمؤسسات الناشئة في تعزيز مكانة الإقتصاد البنفسجي لضمان التنوع الإقتصادي بالجزائر، تم إتباع المنهج الوصفي والتحليلي الملائم لدراسة الظواهر وتحليل أبعادها وترابطها، وخلصت الدراسة على أنه يتوجب على الدولة الجزائرية مرافقة المؤسسة الناشئة بتوفير التسهيلات اللازمة لدى البنوك للحصول على القروض الإستثمارية وقروض الإستغلال على إعتبار أنّ المؤسسة الناشئة بتوفير التسهيلات اللازمة لدى البنوك للحصول على القروض الإستثمارية وقروض الإستغلال على إعتبار أنّ المؤسسة الناشئة آلية إبتكارية لتمويل والإستثمار في قطاع الإقتصاد البنفسجي للحفاظ على التراث والموروث الطبيعي والمعارف والمنتجات التقليدية.

كلمات مفتاحية: مؤسسات ناشئة؛ إقتصاد بنفسجي؛ تنوع ثقافي إقتصادي؛ الجزائر.

تصنيفات JEL : A2, O31

Abstract :

This study aims to explore the conceptual framework of emerging enterprises and its significance in activating cultural handicraft enterprises, in order to activate and consolidate the concept of violet economics as a substitute and contributor. By raising the question of the economic importance of emerging enterprises in improving the status of purple economics to ensure the diversification of the Algerian economy, an appropriate description and analysis method was adopted. Study phenomena, analyze their scale and relationship,

The study concluded that the Algerian government has the obligation to accompany emerging enterprises and provide banks with the necessary facilities to obtain investment and development loans, because emerging enterprises Establish innovative financing and investment mechanisms in the violet economic sector to protect heritage, natural heritage, traditional knowledge and products.

Keywords: start-ups; purple Economy; economic and cultural diversity; Algeria.

JEL Classification Codes: A2, O31

1. مقدمة:

يلاحظ الإهتمام الكبير الذي حظيت به موضوع المؤسسات الناشئة خلال السنوات الأخيرة سواء من قبل الدول المتقدمة أو الدول النامية على حد سواء ، لما له من آثار إيجابية على إقتصاديات الدول المختلفة، حيث يركز على الأفكار الإبداعية والإبتكارية في ممارسة الأعمال. على الرغم من ذلك هذا النوع من المؤسسات الناشئة يواجه العديد من التحديات والصعوبات والمعوقات نظرا لحدائة عهده، وتحتاج إلى إرشادات و رؤوس أموال مغامرة لتمويلها وتبنى أفكارها لتحقيقها على أرض الواقع،

ونظرا للأهمية الإستراتيجية للصناعات الثقافية والإبداعية التي تُعنى بالفنون والحرف التقليدية والمهن الحرة والمنتجات التقليدية بوصفها قوة دافعة للإدماج الاجتماعي والإنعاش الحضري وقيمة فرص العمل للمرأة والرجل على حدٍ سواء، أصبحت أعمال المؤسسات الناشئة الملاذ و ظاهرة متنامية ينظر لها عالمياً على إنها أحد أهم أدوات تنمية وتطوير هذه الصناعات التي تعمل على تنمية سوق لسلعها الثقافية وتنوع الإقتصاد.

وهذا الشق من التنوع الإقتصادي المتجدد يُعرف بالإقتصاد البنفسجي نابع من أهمية الموروث والبعد الثقافي في المجتمعات التي تعزز نمو هذا النوع من الإقتصاد التي تعمل على تعزيز الجودة والإبتكار وتكون العوامل الثقافية أحد أهم محاوره التي لها أثر في توجيه الإقتصاد وتحقيق أهداف الرفاه والتنمية من خلال الاعتراف بدور الثقافة في التنمية الصناعية.

نظرا لكون قطاع الثقافة من أكثر القطاعات الإقتصادية مرونة ويشغل به غالبية النساء هناك قناعة متزايدة دوليا بأن الإستثمار في قطاعات الإقتصاد البنفسجي يعتبر أمر ضروري لكفالة حيوية الإقتصاد، جاءت إشكالية الدراسة :

ما الأهمية الإقتصادية للمؤسسات الناشئة في تعزيز مكانة الإقتصاد البنفسجي لضمان

التنوع الإقتصادي بالجزائر؟

من هذا المنطلق فإن الدراسة تهدف إلى تبيان علاقة المؤسسات الناشئة (الصغيرة والمتوسطة) بالإقتصاد البنفسجي المعتمد على الثقافة كعنصر رئيسي يمكن الإستفادة من الإنجازات الثقافية الصغيرة التي يتم تطويرها لتصبح مشروعا ضخما يساهم بالإقتصاد الوطني ويعتبر مورد للتنمية الإقتصادية والعزوف عن التبعية لإقتصاد المحروقات بإنتهاج التنوع الإقتصادي وإعطاء الدور للبعد والموروث الجزائري لإنعاش المؤسسات الناشئة وإعتبارها رائدة إقتصاديا.

لتحقيق أهداف البحث تمّ إستخدام المنهجية والأسلوب : الوصفي والتحليلي، الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة ويهتم بوصفها وصفا دقيقا من خلال إعطاء توصيف عام للمؤسسات الناشئة من مفهومها ومميزاتها، وأهم القوانين التأسيسية المستحدثة في الجزائر لتبني وتشجيع المؤسسات الناشئة بها، أيضا تسليط الضوء على فكر إقتصادي مستدام جديد "الاقتصاد البنفسجي" الذي هو نتاج التطور الإقتصادي والإهتمام المجتمعي والمؤسسي بإدراج عنصر الثقافة ضمن السياسة الاقتصادية ودراسة مدى معرفة درجة إنفتاح الاقتصاد الجزائري وجاهزية المؤسسات الناشئة الجزائرية لتبني هذا المفهوم والعمل به من عدمه، وقد تم جمع البيانات والمعلومات، وتم الإستعانة بما متوفر من مراجع ودوريات في تغطية الجانب النظري وتحليل معطيات الدراسة بما يتلائم مع متغيرات البحث.

وانطلقت الدراسة بفرضية رئيسية مفادها: أنّ المؤسسة الناشئة آلية إبتكارية لتمويل والإستثمار في قطاع الإقتصاد البنفسجي للحفاظ على التراث والموروث الطبيعي والمعارف والمنتجات التقليدية.

كما إعتدنا للإجابة على الإشكالية والفرضية المدروسة على الدراسات السابقة، لعل أهمها :

*تقرير المجلس الوطني الاقتصادي والإجتماعي والبيئي، (مارس 2021)؛ (دراسة حول الاقتصاد الثقافي في الجزائر: واقع وآفاق) ركزت الدراسة أنه لا بد من النهوض بالتنمية الثقافية وإعتبارها رافعة للتنمية الاقتصادية من دمج كل الأنشطة والقطاعات الثقافية وتهيئة المؤسسات الاقتصادية للتعامل معهم والنهوض بالقطاع الثقافي لإضفاء التنوع وتقوية المؤهلات المؤسسية والقطاعات الخاصة لدفع عجلة النمو الاقتصادي.

*مرسلي حليلة، بن عمارة دليلة، (جويلية 2020)؛ (فعالية تنمية الموارد البشرية في تعزيز وظائف الاقتصاد البنفسجي): جاءت دراسة بتقديم دور تنمية الموارد البشرية بإعتباره ضروري لتطوير الإستثمار الثقافي من منطلق تنمية المورد البشري والإستثمار فيه من أجل تأهيل الأسس الثقافية بالتالي تعزيز وظائف الاقتصاد البنفسجي، وأهم النتيجة المتوصل لها بالدراسة أنه لإثراء البيئة الثقافية ودمج البعد الثقافي فيها والإقتصاد البنفسجي لا بد من إعتداد على كفاءات الموارد البشرية القادرة على العمل بالمجال الثقافي.

*مصطفى بورنان، علي صولي، (ماي 2020)؛ (الإستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة: حلول لإنجاح المؤسسات الناشئة) ، جاءت الدراسة لإبراز أولوية الإهتمام بالمؤسسات المصغرة الناشئة كونها أحد السبل لمعالجة مشكلة البطالة والتهميش

والإقضاء الاجتماعي لتحقيق التنمية الاقتصادية لجميع فئات المجتمع وأصحاب المبادرات للإستفادة منهم ومساعدتهم على تطوير قدراتهم.

2. المؤسسات الناشئة (خلفية نظرية)

تشكل المؤسسات الناشئة إحدى أهم العوامل الخلاقة للثروة وتحقيق النمو الاقتصادي وخلق مناصب الشغل، وهناك عدة أطراف من دول وحكومات وباحثين حاولوا تقديم تعاريف لهذه المؤسسات.

1.2. مفهوم و مراحل إنشاء المؤسسة الناشئة

تعرف على أنها مؤسسات صغيرة مبتكرة في قطاع التكنولوجيا الحديثة وليست بالضرورة أن تنشط في مجال التكنولوجيا، وتهدف إلى تسويق وطرح منتج جديد في السوق أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير وتميز بنمو قوي وإمكانية تحقيقها لأرباح ضخمة مع تعرضها لمخاطر عالية كما تحتاج لحجم كبير من التمويل.

ومن خلال التعريف المقدم أعلاه نستنتج أنّ ما يميّز المؤسسات الناشئة النمو المستمر، كما أنّها كثيرا ما تتعثّر وتمرّ بمراحل صعبة وتذبذب شديد قبل ان تعرف طريقها نحو القمة. وتمر دورة حياة المؤسسة الناشئة بالمراحل التالية : (بوالشعور شريفة ، 2018، صفحة 422)

مرحلة بناء الفكرة: يتم طرح فكرة إنشاء مشروع بعد دراسة السوق وسلوك المستهلكين ومحاولة وضعها حيز التنفيذ وتطويرها بالمستقبل؛

مرحلة الإنطلاق: يتم إطلاق المنتج أو الخدمة والذي يكون غير معروف وصعوبة إيجاد التمويل المناسب، والتي عادة ما يلجأ صاحب المشروع إلى التمويل العائلي؛

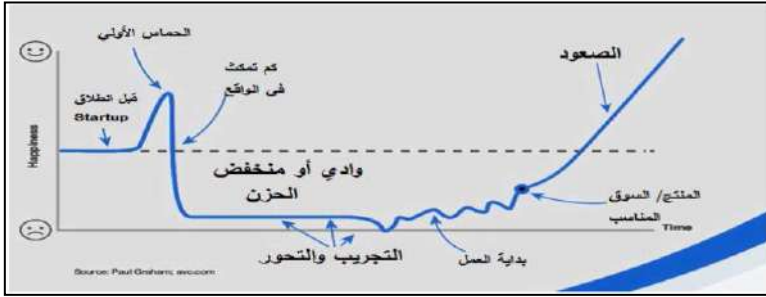
مرحلة النمو: ينمو فيها المنتج و يبلغ الذروة ويزيد العرض ويتوسع النشاط إلى جهات أخرى تنتج بنفس الخصائص أو أفضل مما يهدد مكانته ويبدأ المنتج في التراجع والفسل؛

مرحلة الإختفاء: يستمر المنتج في التراجع حتى وصوله للإختفاء ما يؤدي إلى خروجه من السوق، ما يستدعي إدخال التعديلات المناسبة عليه بإتباع إستراتيجيات منظمة ومحاولة بعثه من جديد وإكتساب الخبرة اللازمة، وتكون المرحلة الثانية من المنتج يتم ضبط سعره وتسويقه بشكل أوسع؛

مرحلة النمو المتزايد: يكون المنتج متطور بشكل كبير وتباشر الشركة في النمو، وتبدأ مرحلة تحقيق الأرباح والإنتاج الكبير.

ويمكن إبراز ذلك من خلال المنحنى المصمم من قبل: "Paul Graham"

شكل 01: منحى المؤسسة الناشئة Start-up



المصدر: بوالشعور شريفة، " دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: دراسة حالة الجزائر"،

مجلة البشائر الإقتصادية، المجلد الرابع، العدد 02، 2018، ص 421.

أما التعريفات الدولية للمؤسسات الناشئة: فيما يلي مقارنة لتعريفاتها في بلدان مختارة : (وليد بولغب، 2021، صفحة 190)

جدول 01: بعض التعريفات الدولية للمؤسسة الناشئة

البلد	الفئة العمرية	معايير التشغيل اخرى	مصدر التعريف	تركيز التعريف
تونس	لا يزيد عمرها عن 08 سنوات	عدد الموظفين، إجمالي الأصول، إيرادات	قانون الشركات الناشئة 2018	الشركات الصغيرة والمتوسطة القائمة على التكنولوجيا وذات النمو العالي
لاتفيا	لا يزيد عمرها عن 05 سنوات	الدخل، لم يتم توزيع الأرباح كأرباح أسهم وأعيد استثمارها في تطوير الشركة الناشئة، ما لا يقل عن 70% من الموظفين يحملون ماجستير أو الدكتوراه	القانون الخاص بالمساعدات للشركة الناشئة 2016	أعمال مبتكرة وقابلة للتطوير مع إمكانية نمو عالية
الإتحاد الأوروبي	أصغر من 10 سنوات	النمو في المبيعات وفي التوظيف	المراقب الأوروبي للشركات الناشئة 2015	الشركات الناشئة التي تتميز بتكنولوجيا و/أو نماذج أعمال مبتكرة عالية
إيطاليا	لا يزيد عمرها عن 04 سنوات	الإيرادات، شركة خاضعة للضريبة مملوكة مباشرة لحصة 51% على الأقل من قبل الأفراد	قانون الشركات الناشئة 2012	الشركة الناشئة المبتكرة
الهند	لا يزيد عمرها	الإيرادات، لم يتم إنشاء	قانون الشركات	الكيان الذي يعمل من أجل

عن 07 سنوات (10 سنوات للشركات الناشئة المختصة في التكنولوجيا الحيوية)	الشركة الناشئة من خلال تقسيم أو إعادة بناء أعمال قائمة	الناشئة 2018	الإبتكار أو التطوير أو تحسين المنتجات أو العمليات أو الخدمات، أو إذا كان نموذجاً تجارياً قابلاً للتطوير مع إمكانات كبيرة لتوفير فرص العمل أو تكوين ثروات
---	--	--------------	--

المصدر: وليد بولعب، "الشركات الناشئة وإمكانات نجاحها في الجزائر"، مؤلف الجماعي: إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والمستحدثة، جامعة جيجل، الجزائر، مارس 2021، ص 190 من الجدول أعلاه نستنتج أنّ:

- تختلف التعريفات المحددة والرسومية لـ "المؤسسة الناشئة" حسب الدول؛
- توجد عدة معايير مختلفة؛
- تركز جميع التعريفات على الشركات الجديدة القائمة على التكنولوجيا المتطورة والمعرفة أو المبتكرة.

2.2 القانون التأسيسي للمؤسسة الناشئة الجزائرية

نظرا لكون المؤسسات الناشئة تمتاز بكونها مبتكرة في مجال التكنولوجيا، وليست بالضرورة أن تنشط في هذا المجال فموقع هذه المؤسسات بالجزائر لا يزال في طور الإنشاء والتصور وإعداد قوانينه، وإعتبارا من المؤسسات الناشئة في الجزائر هي مؤسسة صغيرة من حيث شكلها وإن كانت تختلف في مضمونها وفي قوة نموها ومدى إستخدامها للتكنولوجيا. تأسيسا على ذلك؛ و فيما يتعلق بتشجيع الإستثمار خارج المحروقات، أقر مشروع قانون المالية لسنة 2020 تسهيلات وتحفيزات جبائية لفائدة المؤسسات الناشئة "start-up" التي تنشط في مجالات الإبتكار والتكنولوجيات الجديدة وإعفاؤها من الضريبة على الأرباح والرسم على القيمة المضافة بهدف مرافقتها في مرحلة الإنطلاق وضمان تطويرها لاحقا، و تعكف وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمؤسسات الناشئة، وإقتصاد المعرفة على إحداث إطار قانوني وتنظيمي وتحديد طرق تقييم أدائها للمؤسسات الناشئة من خلال وضع خارطة طريق لدعم وتمويل هذه المؤسسات بإشراك البورصة و رأس المال الإستثماري وتحديد كيفية مساهمة المغتربين وتطبيق آليات إعفاء ضريبي "شبه كلي"، لتمكين الشباب من الإسهام بفاعلية

في فك إرتباط الإقتصاد الوطني بالمحروقات وتمكينها من لعب دور هام بالإقتصاد الوطني. (قسوري إنصاف ، حاضنات الأعمال التكنولوجية و دورها في دعم الإبداع والإبتكار بالمؤسسة الناشئة الجزائرية، 2020، صفحة 16)

كما تمّ إنشاء صندوق رأسمال إستثماري بمشاركة البنوك العمومية والوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية بهدف تشكيل شركة لتمويل المؤسسات الناشئة، و نص قانون المالية التكميلي 2020 الذي يسمح لشركات الرملة بحيازة أكثر من 49% من حصص الشركة الناشئة بغية دعم تمويل المؤسسات الناشئة الذي يمثل التحدي الرئيسي لنمو هذه المؤسسات ذات القدرات العالية و بالنسبة لشركات الرأسمال الإستثماري فقد حد قانون 2006 مساهمة هذه الشركات في المشاريع الاقتصادية بنسبة 49 %، كما تم إقتراح إستحداث أربعة أنواع لمناطق إقتصادية على مستوى الوطن، تكون حاضنة للمؤسسات الناشئة والإستثمارات الأخرى بمزايا مالية وجبائية مخفزة. (جريدة الجمهورية ، 2021) ، و المؤسسة الناشئة هي مجموع الموارد البشرية والمادية التي ترصد لأجل ترقية فكرة إبداعية تكون إبداعية قد تكون جديد موجودة في أسواق خارج نطاقها الذي تستهدفه وعادة ما يكون تمويلها من متعاملين إقتصاديين كالبنوك والمؤسسات الرائدة والهيئات الحكومية الداعمة، والملاحظ في الجزائر أنّ أكثر من 500 ألف مؤسسة ناشئة أنشأت بتمويل من الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، والصندوق الوطني للتأمين عن البطالة، و أهم القرارات لتجسيد هذه الإستراتيجية تتمثل في: (جريدة الجمهورية ، 2021)

- إنشاء صندوق إستثماري مخصص لتمويل ودعم المؤسسات الناشئة؛
- إنشاء مجلس أعلى للإبتكار والذي سيكون حجر الزاوية للتوجه الإستراتيجي في مجال تميم الأفكار والمبادرات المبتكرة والإمكانات الوطنية للبحث العلمي، في خدمة تنمية إقتصاد المعرفة؛
- وضع الإطار القانوني الذي يحدّد مفاهيم المؤسسات الناشئة والحاضنات وكذا المصطلحات الخاصة بالنظام البيئي لإقتصاد المعرفة، من أجل تسهيل إجراءات إنشاء هذه الكيانات علاوة على عملية إعداد النصوص التنظيمية ذات الصلة، التي ستفضي إلى مراجعة النصوص الموجودة من أجل تكييف آليات التمويل مع دورة نمو المؤسسات الناشئة؛

- تحويل الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها {ANPT}، إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة وإقتصاد المعرفة؛
- تحويل قطب الإمتياز الجهوي التكنولوجي {HUB} للمؤسسات الناشئة، الذي يجري إنجازه من قبل شركة "سوناتراك" على مستوى حديقة الرياح الكبرى "دنيا بارك"، إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة وإقتصاد المعرفة؛
- تمكين حاملي المشاريع المبتكرة والمؤسسات الناشئة، من الاستفادة من المساحات المتاحة داخل المؤسسات التابعة لقطاعي الشباب والتكوين المهني على المستوى الوطني؛
- تهيئة الجماعات المحلية لمساحات مخصصة للمؤسسات الناشئة مع إعطاء الأولوية للمناطق التي تتوفر فيها إمكانات كبيرة من حاملي المشاريع المبتكرة، لاسيما ولايات بشار، ورقلة، قسنطينة، وهران، تلمسان، سطيف، وباتنة، قبل توسيع هذا المسعى إلى كامل التراب الوطني.

جدول 02: تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر خلال 2015-2019

البيان	المؤسسات الخاصة	المؤسسات العمومية	الحرف التقليدية	المجموع
2015	716895	532	217142	934569
2016	786989	390	235242	1022261
2017	816362	264	243699	1060289
2018	880950	261	260652	1141863
2019	903576	244	268369	1171945

المصدر: إيلياس حناش، بوفغور خديجة، "المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الواقع ومتطلبات التطوير"، مؤلف الجماعي: إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والمستحدثة، جامعة جيجل، الجزائر، مارس 2021، ص 176

يلاحظ من الجدول أعلاه أنّ عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر عرفت تطورا مستمرا خلال الفترة 2015-2019 وتظهر الزيادة واضحة بالمؤسسات الخاصة والحرف التقليدية التي بادرت الدولة إلى تشجيعها من خلال القوانين والتشريعات المشجعة على هذه المؤسسات الرائدة إقتصاديا عالميا، ما يعكس أهمية التوجه لهم بإعتباره أحد أهم البدائل المتاحة بالتنمية في ظل التبعية الاقتصادية لقطاع المحروقات، والملاحظ أيضا التوجه بشكل كبير إلى القطاع الخاص على غرار المؤسسات العمومية ما يعنى تشجيع المؤسسات والمقاولاتية الخاصة بسبب التوجه نحو سياسة الخوصصة للقطاع الاقتصادي المؤسساتي.

أ-أما عن واقع المؤسسات الناشئة بالجزائر:

لا يزال نشاط المؤسسات الناشئة في الجزائر ضعيفا نوعا ما، حيث أن أغلب المؤسسات الناشئة يتركز نشاطها في المواقع الإلكترونية وبرامج الأندرويد، والتي تدعم كلا من قطاع التجارة من خلال البيع والشراء عبر الإنترنت، وقطاع النقل والدعم من خلال نقل الأشخاص وتوفير سيارات الأجرة، ونقل السلع والبضائع... إلخ. وقطاع الشغل كمؤسسة emplotic، وقطاع السياحة من خلال إنشاء مؤسسات سياحة وغيرها، وكذا قطاع خدمات توفير الطعام من خلال مؤسسات توفر المأكولات للزبائن. (سيد أعمار و شنيبي، 2021، صفحة 11)

وحسب موقع rankingstartup فإن الجزائر تمتلك 113 مؤسسة ناشئة، أبرزها مؤسسة Yassir وموقعي SiamoisQcm و Batolis، بينما تحتل الولايات المتحدة الأمريكية الصدارة بـ 72989 مؤسسة ناشئة (startupranking، 2022). لكن بالرغم من التحفيزات والإجراءات التي وضعتها الحكومة الجزائرية في سبيل دعم وتنمية نشاط المؤسسات الناشئة، إلا أن سوق الجزائر لها مجموعة من المميزات والخصائص التي تحول دون تطور ونمو قطاع المؤسسات لناشئة، والتي نذكر منها: (بكاربي و مغراوي، 2021، صفحة 11_12)

- طبيعة الاقتصاد الوطني الذي يتركز على الشركات الكبيرة والتي تستحوذ على جل أقساط السوق، ما ينجر عنه ضعف للدور الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- رداءة قطاع الخدمات الذي يشكل ركيزة مهمة في تنمية نشاط المؤسسات الناشئة، حيث يضطر المقاولين لاستثمار جهود إضافية بغية توفير هذه الخدمات ما يرفع من تكاليف الإستثمار.
- قلة آليات التمويل والدفع، فعالبا ما يعتمد أصحاب المشاريع في الجزائر على أموالهم الخاصة أو التمويل التكافلي المشروط من طرف شركات كبرى، وفي حالات قليلة توفر مشاتل المؤسسات التمويل المنشود. بالإضافة لإحجام المقاولين عن تناول القروض التي تخصصها الدولة للدعم المؤسسات الناشئة والصغيرة والمتوسطة نظرا لطبيعتها الربوية، فالفرد الجزائري يتسم عموما بأنه محافظ. وبالتالي فإن القروض الربوية تشكل عائقا أمام رواد الأعمال.
- ضعف خدمات الإنترنت والتأخر في رقمنة العديد من القطاعات مثل البنوك، فوجد عدم توفر نظم الدفع الإلكتروني الأمر الذي يعقد من عمليات تداول رؤوس الأموال.
- البيروقراطية وصعوبة الإجراءات الإدارية، فبينما يستغرق إنشاء المؤسسة الناشئة في أمريكا مثلا ما لا يفوق ساعتين، قد تدوم الإجراءات في الجزائر لما يتجاوز الشهرين. الأمر الذي يشكل خطرا على فكرة المشروع نظرا لإمكانية سرقتها.

ب- أهمية الابتكار في دعم تجسيد الاقتصاد الرقمي في الجزائر.

أصبح الابتكار يشكل أحد المؤشرات الهامة التي تحدد تقدم الدول وازدهارها، خاصة في ظل التطور التكنولوجي الحاصل، فهو يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وكذا التقليل من البطالة من خلال المساهمة في خلق فرص عمل جديدة، واستحداث أسواق جديدة بواسطة ما تم ابتكاره من منتجات. بالإضافة لقدرته على رفع مستوى الإنتاجية، وتقليل التكاليف وضمان البقاء ضمن الأسواق التي تتسم بالمنافسة العالية. (صافي، 2021، صفحة 280_281)

ولتوضيح وضع الابتكار في الجزائر، سنعتمد على مؤشر الابتكار العالمي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية لسنة 2021، والذي يصدر سنويا في سبيل تبيان وضع الابتكار في 132 دولة مدرجة. ويمثل الجدول الموالي، ترتيب بعض الدول بما فيها الجزائر حسب مؤشر الابتكار العالمي لسنة 2021.

الجدول 3: ترتيب بعض الدول حسب مؤشر الابتكار العالمي لسنة 2021

البلد	سويسرا	السويد	الولايات المتحدة الأمريكية	الإمارات العربية المتحدة	المملكة العربية السعودية	قطر	تونس	المغرب	الجزائر	أنغولا
الرتبة	1	2	3	33	66	68	71	77	120	132
مؤشر الابتكار العالمي	65,5	63,1	61,3	43,0	31,8	31,5	30,7	29,3	19,9	15,0

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على (المنظمة الفكرية العالمية، 2021، صفحة 6)

من خلال الجدول نلاحظ أن الجزائر تحتل مرتبة جد متأخرة في مجال الابتكار، فحسب مؤشر الابتكار العالمي لسنة 2021، فقد احتلت الجزائر المرتبة 120 من أصل 132 دولة مصنفة بمعدل 19,9، وهي مرتبة جد متأخرة مقارنة بالدول المجاورة وحتى الدول العربية الأخرى. فقد بلغ أعلى معدل للابتكار 65,5 من نصيب سويسرا، تليها السويد والولايات المتحدة الأمريكية بمعدلي 63,1 و 61,3 على التوالي. كما وقد احتلت الإمارات العربية المتحدة الصدارة في الدول العربية والمرتبة 33 عالميا بمعدل 43,0. ويمكننا أن نلخص أهم أسباب تأخر الجزائر في مجال الابتكار إلى ضعف تمويل المشاريع الابتكارية ومحدودية القوانين

التي تحمي الملكية الفكرية، بالإضافة لهجرة الأدمغة نتيجة المحيط غير المحفز على الابتكارات والبيروقراطية المنتشرة وكثرة العراقيل

3. التحديات ومتطلبات تطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر

رغم ما تتوفر عليه الجزائر من إمكانيات في مجال إنشاء المؤسسة الناشئة، إلا أنها تعاني من قدرتها أو تجد صعوبة تكوين هذا النوع من المؤسسات وهو راجع لمجموعة من التحديات، لعل أهمها:

- مشكلة التمويل خاصة في بداية مرحلة الإنطلاق والتي تعتمد غالبا على التمويل الذاتي؛
- مشكلة العقار الصناعي والذي يعتبر عائق أيضا بإنجاز المشاريع المصغرة، بسبب مشكل الإجراءات الإدارية والبيروقراطية؛
- ضعف تنافسية المؤسسات الصغيرة وهو ما يحدّ من تنافسية المنتج الوطني في الأسواق الدولية؛
- إهمال جانبي البحث والتطوير وتخصيص قدر غير كاف من الإنفاق عليهما و وجود فجوة بين مراكز البحث العلمي خاصة الجامعات ومخابر البحث.. وأرض الواقع؛
- صعوبة التأقلم مع التطورات الحاصلة بالجانب التكنولوجي خاصة شق التجارة الإلكترونية؛
- غياب حاضنات الأعمال عن دعمها للمؤسسات الناشئة بسبب قلتها وبعدها عن المناطق الحضرية وهو ما يحول دون مساهمتها في تطوير هذا النوع من المؤسسات؛ (قمري زينة و بوالشعور شريفة ، 2020)
- غياب ثقافة المقاولانية لدى الفرد الجزائري خاصة ونقص جانب الإعلام والإشهار علما أنّ هذه النوع من المؤسسات لا يزال في طور التعريف والإنشاء والتأسيس القانوني والتشريعي؛ (مصطفى بورنان و علي صولي ، 2020)
- إفتقار المؤسسات الناشئة للإطارات الفنية من أصحاب خبرة ومهارات بسبب ارتفاع أجور هذا النوع من الإطارات وتفضيلها العمل مع المؤسسات الكبيرة وعدم ملائمة نظم التعليم والتدريب لمتطلبات التنمية؛ (إلياس حناش و بوفنغور خديجة، مارس 2021، صفحة 183)
- غياب نظام للمعلومات بشكل فعال يسمح بإتخاذ القرارات الإستثمارية وفق أسس رشيدة ويصعب من تحديد سياسات الإنتاج والتسويق التي تزيد من قدرتها التنافسية بالأسواق المحلية والدولية.

وفي إطار تنفيذ التدابير الهامة التي إتخذتها الحكومة لفائدة المؤسسات الناشئة، تم إتخاذ ما يلي:

- إنشاء ثلاث مناطق تكنولوجية وصندوق لتمويل ودعم مبادرات المؤسسات الناشئة؛
 - تسهيل البيئة الضريبية للمؤسسات الناشئة خاصة الإعفاءات الضريبية؛
 - تحسين مناخ الأعمال للمؤسسات الناشئة من خلال تسهيل الإجراءات الإدارية المتعلقة بإنشاء وتطوير المؤسسات وتسهيل حصولها على العقار. (وليد بولعب، 2021، صفحة 198)
- أما أهم مناصب الشغل المستحدثة من أجل النهوض بقطاع الاقتصاد البنفسجي خاصة في شقه الصناعات الحرفية والتقليدية بالجزائر 2018 باشرت الدولة إلى تكوين : (رزين و نزعى عز الدين ، 2020، صفحة 190)
- برنامج تكوين خاص لفائدة 14702 حرفي شاب وحاملي المشاريع من أجل إنشاء مؤسساتهم الخاصة؛
 - التكوين الإداري في تقنية "كيف أنشئ وأسير مؤسستي" لفائدة 29806 حرفي حامل للمشاريع (11512 امرأة، و 18294 رجل)؛
 - التكوين التقني لفائدة 51163 حرفي بمختلف تخصصات الصناعات التقليدية والحرفية؛
 - تكوين 81 حرفي في مجال الحلبي التقليدية وتقنيات تقليم الأحجار الكريمة؛
 - تكوين 1147 حرفي في مجال السجاد والنسيج، وحوالي 80% منهم نساء.

4. مفهوم الاقتصاد البنفسجي

إنّ الكثير من الدول حققت فوائد إقتصادية كبيرة من خلال التوظيف الجيد لخريطتها الثقافية من خلال إنعكاس السلوك المجتمعي الجيد على ممارسات شعوبها الاقتصادية، أم عن طريق إستثمار تراثها الثقافي خاصة الحرف اليدوية والسينما والمنتجات الإبداعية من أجل تحقيق عوائد ومدخولات مالية مباشرة.

1.4. تعريف الاقتصاد البنفسجي

إذ يشجع الإتصال الديناميكي بين الثقافة والاقتصاد في رؤية الثقافة بوصفها مجالا توفر الفرص وتدعم الإستدامة الذي يحمل البصمة الثقافية أو ما يعرف "الاقتصاد البنفسجي".

والذي يمثل أحد الفروع الحديثة لعلم الاقتصاد والتي تُعنى بإضفاء الطابع الإنساني على الاقتصاد واستخدام الثقافة كمساعد في ترسيخ أبعاد التنمية المستدامة، بمعنى ترسيخ المسؤولية الاجتماعية التي تستمد جذورها من الميثاق الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية الذي إعتدته الأمم المتحدة 1966. والذي يتميز بطبيعته الشمولية التي تتعدى السلع والخدمات لكونه مستند على الثقافة النابعة من البعد الإنساني الذي يُبنى على تعدد الثقافات وإختلاف التقاليد المُشجع على الإتصال والتواصل والتعاون في ميدان الثقافة. (سلطان جاسم النصراوي ، 2021، صفحة 04)

إقتصاد يعمل على إثراء جميع السلع والخدمات من خلال الإستفادة من البعد الثقافي الملازم لكل قطاع، يركز على الأهمية المتزايدة للثقافة بالمجتمع، وتشمل العوامل التي ينطوي عليها على وجه الخصوص التعديل الاقتصادي والسياسي على المستوى الدولي والرجوع إلى البيئات المحلية وتلبية الأشكال الجديدة من المتطلبات ومواكبة الطلب الاجتماعي المتزايد على الجودة على أساس أنماط الإستهلاك الثقافي والنُهُج المبتكرة الحديثة. (Tripathi.S.K & Jaiswal.M.s, 2018, p. 50)

أي الإقتصاد الذي يساهم في التنمية المستدامة من خلال تعزيز الإمكانيات الثقافية للسلع والخدمات ويشير إلى مراعاة الجوانب الثقافية بالإقتصاد ويعتمد أساسا على البعد الثقافي لإعطاء قيمة للسلع والخدمات.

2.4 أهمية الإقتصاد البنفسجي

الإقتصاد البنفسجي مجال إقتصادي يساهم بالتنمية المستدامة من خلال زيادة الإعتبار وتتمين العائد الثقافي للسلع والخدمات، وتبرز أهميته من خلال النقاط : (رشيدة بوجحفة، 2021، صفحة 88)

- ترسيخ فكرة أهمية البعد الثقافي في تحقيق النجاح المؤسسي؛
- تحقيق عنصر التنوع الاقتصادي عن طريق وضع التميز في القطاعات الاقتصادية الأخرى كالقطاع السياحي؛
- مجابهة أسباب الوقوع في الأزمات الاقتصادية المتكررة؛
- نقل الثقافة والحفاظ عليها للأجيال القادمة؛
- الحفاظ على العادات وتقاليد المجتمع مع نشر الثقافة المحلية والتعريف بها دوليا؛

■ التكامل مع الاقتصاد الأخضر المستديم عن طريق إستخدام المصادر المحلية في إنتاج المنتوجات الصديقة للبيئة.

3.4. دور المؤسسات الناشئة في ترسيخ مفهوم الاقتصاد البنفسجي في الإقتصاد الجزائري

إنّ النهوض بالتنمية الثقافية كرافعة للتنمية الإقتصادية يتطلب مساهمة كل الأنشطة والقطاعات الثقافية بهدف تطوير نظام مؤسساتي للصناعة الثقافية من خلال تقوية المؤهلات المؤسساتية العمومية والقطاعات الخاصة والمؤسسات الناشئة المشتغلة في المجالات الثقافية المختلفة مما يجعله قادر على المساهمة في دفع عجلة النمو الاقتصادي، من خلال :

* يعتبر مورد إقتصادي هام من خلال جذب السياح، إستقطاب الإستثمارات، توفير بيئة مناسبة للعمل، الأمر الذي ينعكس بالإيجاب على التنمية الوطنية من خلق مناصب شغل، جلب عملة صعبة، خلق مؤسسات فنية وحرفية، تمويل خزينة الدولة بموارد مالية إضافية... (مرسلي و بن عمارة ، 2020)

* إن المؤسسات الناشئة التي يعمل بها الأفراد والمستثمرين الحرفيين يعملون على توليد أو تطوير أو الحفاظ على التنوع الثقافي الوطني من خلال مساهمة هذه المؤسسات في إنشاء و إنتاج و توزيع السلع والخدمات الثقافية التي ترتبط بشكل عام بحقوق الملكية الفكرية منهم المصممين في المنسوجات الصناعية، المهندسين المعماريين في صناعة البناء؛

* مساهمة نشاط القطاع الثقافي في الناتج المحلي الخام: يقيم هذا المؤشر مساهمة الأنشطة الثقافية المركزية في الناتج المحلي الإجمالي في اقتصاد أي بلد، ويرتكز حساب المؤشر على مصادر بيانات مختلفة أهمها الحسابات القومية، التعداد والبيانات الصناعية التقليدية، الخدمات التجارية، بيانات المؤسسات الناشئة الصغيرة، مسوحات دخل وإنفاق الأسرة..

* إنفاق الأسرة على السلع والخدمات الثقافية: يوفر الإنفاق الإستهلاكي الفردي على الأنشطة والسلع والخدمات الثقافية التي تقوم بها الأسر نظرة ثاقبة على حجم وإمكانات السوق الوطنية الجزائرية للثقافة وترقية الاقتصاد البنفسجي، ويوضح مدى تقدير المجتمع للثقافة من خلال التدفقات الإقتصادية ويعتبر تقييم الإنفاق أيضا وسيلة غير مباشرة للوصول إلى معرفة تقريبية للتأثير الإيجابي للإقتصاد البنفسجي الحديث على المجتمع، لأنه يوضح مدى تقديره لكمية ونوعية العرض كما يمكن أن يكون الإنفاق مؤشر على إمكانية التوسع في قطاع الثقافة. (تقرير

المجلس الوطني الإقتصادي والإجتماعي والبيئي، مارس 2021، صفحة 23)

جدول 03: تطور ميزانية القطاع المؤسساتي الثقافي بالجزائر 2016-2020

السنوات	ميزانية قطاع المؤسساتي الثقافي
2016	19056672000
2017	16005614000
2018	15272000000
2019	15284380000
2020	14903360000

المصدر : وزارة الثقافة والفنون www.m-culture.gov.dz

من الجدول نلاحظ أنّ قطاع المؤسساتي الثقافي واجه مشاكل مالية في التخصيصات المقدمة من قبل الدولة نتيجة إجراءات التقشف التي تبنتها تبعا لإخيار أسعار البترول وهو ما أدى إلى تحميد العديد من الإستثمارات والمشاريع الاقتصادية أيضا عدم وجود البنى التحتية الأساسية.

شكل 02: المجالات الثقافية للإقتصاد البنفسجي في الإقتصاد الجزائري

المجالات الثقافية

6	5	4	3	2	1
خدمات التصميم والإبداع	الوسائط المرئية والمسموعة والإعلام التفاعلي	الكتب و الصحافة	الفنون البصرية والصناعات الحرفية	الأداء والاحتفالات	التراث الثقافي والطبيعي
- تصميم الموضة -التصميم الجرافيكي - هندسة الديكور - التصميم الداخلي -تصميم المناظر الطبيعية - الخدمات المعمارية - خدمات الإعلان	- الأفلام والفيديو -التلفزيون والراديو، بالإضافة إلى البث الحي المتدفق على الإنترنت - البث على شبكة الإنترنت - ألعاب الفيديو وألعاب الفيديو على الإنترنت	: الكتب : الصحف والمجلات : مطبوعات أخرى : المكتبات، والمكتبات الافتراضية على الشبكة أيضا : معارض الكتب	- الفنون الجميلة - التصوير الفوتوغرافي - الحرف	- فنون الأداء - الموسيقى - المهرجانات والمعارض والأعياد	- المتاحف والمتاحف الافتراضية على الشبكة أيضا - الأماكن الأثرية والتاريخية - المناظر الطبيعية الثقافية - التراث الطبيعي

المصدر: تقرير المجلس الوطني الإقتصادي والإجتماعي والبيئي، "دراسة حول الإقتصاد الثقافي في الجزائر: واقع وآفاق"، الجزائر، مارس 2021، ص 18.

كما أنّ المساهمة الإقتصادية للمؤسسات الناشئة بالقطاع الثقافي يقاس عادة من حيث الوظائف أو المساهمة في زياد الناتج المحلي الإجمالي لبلد ما، ونجد أنّ كندا من البلدان التي

سجلت أرقام مرتفعة في الاقتصاد البنفسجي كما أنّ الدول الأوروبية سجلت 3.3% من الناتج المحلي الإجمالي، ويضيف 6.3% إقتصاد الرفاهية والأزياء ما يدلّ على الاهتمام المتزايد والمتصاعد لهذا النوع من الاقتصاد، وتتيح لنا العديد من تجربة المؤسسات الناشئة الرائدة والتي قابلتها مجموعة العمل قياس مدى تقدم هذه الثورة الثقافية البنفسجية، منها شركة (Carrefour) أفضل نموذج الذي يسوق الإقتصاد البنفسجي.

غير أنّ وضعية القطاعات الثقافية في العديد من الدول النامية، ومنها الجزائر تعرف هشاشة ملحوظة على الرغم من توفر المواد الإبداعية والأنشطة الثقافية القادرة على تشكيل البنيات الهيكلية لصناعة ثقافية مستدامة وترسيخ مفهوم الاقتصاد البنفسجي، مما يدفع المبدعين لتأدية العديد من الوظائف بشكل فردي وموسمي في غياب مقاولات هيكلية ويعاني مختلف الفاعلين الثقافيين من بعض الشروط المرتبطة بإعدام الإستراتيجيات التنموية وضعف الإمكانيات المادية والتقنية والبشرية، وأيضا غياب قنوات تسويق الخدمات الثقافية. (مرسلي و بن عمارة ، 2020، صفحة 17)

جدول 04: أفاق مساهمة النشاط الإقتصادي في الجزائر (2020-2030)

السنوات	2020	2025	2030
المساهمة في الناتج الوطني	أقل من 0.1%	0.5%	01%
نسبة العمال من الطبقة التشغيلية	0.01%	01%	03%

المصدر: تقرير المجلس الوطني الإقتصادي والإجتماعي والبيئي، "دراسة حول الإقتصاد الثقافي في الجزائر: واقع وآفاق"، الجزائر، مارس 2021، ص 107.

4.4. تحديات وآفاق مساهمة المؤسسات الناشئة في تفعيل دور الإقتصاد البنفسجي

نظرا لأهمية الإقتصاد البنفسجي في زيادة الإيرادات ما جعل الدول تدعم الأعمال الثقافية من خلال سياستها العامة وتشجيع الصناعات الثقافية وتدعم المؤسسات الناشئة الداعمة لها والمشجعة لتطويرها، حيث تدخلت مجموعة من الأساليب كمكافأة الأعمال الحرفية والفنية الثقافية حيث أنّ هذا التنظيم له تأثير لتشجيع الابتكار الفني، كما يمكن للدولة أن تدعم ماليا القطاع الثقافي لترسيخ مفهوم الاقتصاد البنفسجي منح المزايا والتدابير الأخرى. من خلال :

*إنّ الإدارة السليمة الرشيدة للمؤسسات الناشئة المبتكرة لإحياء التراث الثقافي (من سياحة، صناعات تقليدية، فنون بكل أنواعها...) تجلب الإستثمارات الأجنبية السياحية تنتفع منها الجماعات المحلية؛

*كما تعتبر الصناعات الناشئة الإبتكارية والبنية التحتية الثقافية موارد ثمينة لتوفير وسائل العيش خاصة بالدول النامية الثرية بالمجالات الصناعات الإبتكارية؛

*مثل النساء جزءا هاما من العاملين في القطاع الثقافي وبالمؤسسات الناشئة ما يحارب على الفقر وتشجيع المرأة المقاولاتية على الإبداع والإبتكار وتحقيق الدخل والأرباح؛ (قسوري إنصاف ، أكتوبر 2020، صفحة 235)

*تشجيع المنتوجات والخدمات الثقافية حافز للأسواق المحلية والوطنية؛

*خلق مناطق شغل وعدم تهميش مناطق الظل التي تعتبر بعض المناطق رائجة جدا بموروثها الثقافي السياحي خاصة بالصحراء الجزائرية بالتالي يفتح فرصة أمام المؤسسات الناشئة للإبداع والإبتكار بالإستثمار بهذه المناطق وعلى دفع الإنتاج المحلي، وتساهم السياسات الثقافية التي تكسّر التعامل التفاضلي مع المنتوجات المحلية على تقليص الفوارق داخل الدولة فيما بينها؛

*تعتبر الصناعات الإبداعية من أهم إستثمارات المؤسسات الناشئة حيث يتضمن هذا المؤشر إنتاج سلع وخدمات ببصمة ثقافية تراعي عادات وتقاليد البلد، كالصناعات التقليدية، المهن والحرف الحرة، حملات التعريف بالمنتوجات المحلية ... (رشيدة بوجحفة، 2021، صفحة 99)

*يلعب الإقتصاد البنفسجي دورا مهما في تحقيق مبدأ التنوع الإقتصادي والذي يستهدف القطاعات الحيوية كالقطاع الفلاحي، السياحة، ويرتكز هذا النوع من الاقتصاد على تشجيع المؤسسة الناشئة على إنتاج المنتوجات الفلاحية ذات الطبيعة المحلية التي تتماشى مع الثقافة الإستهلاكية لأفراد المجتمع، مع تدعيم هذه المنتوجات بمنتجات فلاحية جديدة تلبى الحاجات وتعمل على تحقيق الإكتفاء الذاتي، وبعدها تنتقل إلى مرحلة التصدير؛(سعودي ، ميمون ، و ضرغام علي مسلم العميدي، 2020، صفحة 429)

*إنّ علاقة المؤسسة الناشئة والإقتصاد البنفسجي تكاملية تعاونية بالقطاع السياحي، والتي يمكن تحديدها من خلال التركيز على الأهمية المتصاعدة للمؤسسات السياحية خاصة للجانب الثقافي

لجذب السياح المحليين والأجانب مع تصاعد الطلب على الإستهلاك ذو الطبيعة الثقافية. (سعودي ، ميمون ، و ضرغام علي مسلم العميدي، 2020، صفحة 430)

5. خاتمة :

من الناحية الإقتصادية يمكن إعتبار أن الصناعات الثقافية بالمؤسسات الناشئة كمفهوم حديث نسبيا يفتقر إلى الدراسات والأبحاث الأكاديمية التي من شأنها الغوص في تفاصيل وجوانب عديدة ترتبط بالإقتصاد البنفسجي، وبحكم المؤسسات الإقتصادية الثقافية معرضة للصعوبات المالية خاصة المؤسسات الناشئة في بداياتها التي تمول ذاتيا أو عائليا تجد صعوبة قصوى في تحقيق المردوديات الإقتصادية المرجوة بأقصر الفترات، فإنه يتوجب على الدولة مرافقتها بتوفير التسهيلات اللازمة لدى البنوك للحصول على القروض الإستثمارية وقروض الإستغلال على إعتبار أنّ المؤسسة الناشئة آلية إبتكارية لتمويل والإستثمار في قطاع الإقتصاد البنفسجي للحفاظ على التراث والموروث الطبيعي والمعارف والمنتجات التقليدية وهو ما يؤكد صحة الفرضية المدروسة، و تعتبر أهم النتائج المتوصل لها :

- إبراز أهمية المؤسسات الناشئة وتقديم التعريفات والتشريعات المنظمة لها وكيفية البحث عن عوامل النجاح في أي عمل ثقافي بغية تحقيق ميزة تنافسية وتحقيق أبعاد التنوع الإقتصادي؛
- إنّ الإقتصاد البنفسجي يسهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال البعد والتنوع الثقافي للسلع والخدمات في كل الميادين لذا وجب الإستثمار فيه وإعطائه أولوية قصوى من خلال تحضير البنى التحتية والهياكل القاعدية الأساسية والكوادر المؤهلة للنهوض بالقطاع الثقافي المتنوع؛
- يجب على الدولة الجزائرية الإستثمار في الإقتصاد البنفسجي من خلال الإستفادة من موارثها وتراثها الثقافي المادي واللامادي الغني لتحقيق تنمية مستدامة تحترم هويتها وثقافتها في ظل عولمة غربية تسعى لفرض هيمنتها؛
- ضرورة تجميع وتحالف بين المؤسسات الناشئة الإقتصادية الثقافية بغرض مواجهة الصعوبات والعراقيل الناتجة عن التسويق ومردودية المنتجات.

www.startupranking.com .(2022). تاريخ الاسترداد 16 08 ,2022، من startupranking

Purple Economy: Component of .(2018). Jaiswal.M.s و ,Tripathi.S.K
Management&Journal of Business .Sustainable Economy in India
 .(02)20

المنظمة الفكرية العالمية. (2021). مؤشر الابتكار العالمي 2021. (14).

إلياس حناش، و بوفنغور خديجة. (مارس 2021). المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الواقع ومتطلبات التطوير. مؤلف
 جماعي: إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والمستحدثة.

بوالشعور شريفة . (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة(دراسة حالة الجزائر). (المجلد
 الرابع، العدد2، المحرر) مجلة البشائر الاقتصادية.

تقرير المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي والبيئي. (مارس 2021). دراسة حول الاقتصاد الثقافي في الجزائر: واقع و
 آفاق . الجزائر : المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي والبيئي.

جريدة الجمهورية . (26 06 ,2021). وضع خارطة طريق لدعم و تمويل المؤسسات الناشئة بالجزائر. تم الاسترداد من
 www.eldjournhouria.dz

حليمة مرسل، و دليلة بن عمارة . (جويلية 2020). فعالية تنمية الموارد البشرية في تعزيز وظائف الاقتصاد
 البنفسجي. مجلة الإستراتيجية والتنمية، عدد خاص (الجزء الثاني)(المجلد 10).

رشيدة بوجحفة. (جانفي 2021). الثقافة في صميم الاقتصاد البنفسجي لدعم أبعاد التنمية المستدامة. المجلة الدولية
 للدراسات الاقتصادية، 14.

زينب سيد أعمار، و رشيد شنيني. (2021). واقع الاقتصاد الرقمي والمؤسسات الناشئة في الجزائر. حضارة المؤسسات
 الناشئة في ظل الاقتصاد الرقمي_قراءة في الفرص والتحديات_ . جامعة أحمد دراية ، أدرار.

سلطان جاسم النصاروي . (27 06 ,2021). الاقتصاد الإرجواني (البنفسجي)...العلاقة بين الثقافة والاقتصاد. تم
 الاسترداد من https://www.researchgate.net/publication/342946443 : جويلية
 2020

عبدالقادر صافي. (2021). مساهمة الابتكار في تطوير وترقية المؤسسات الناشئة. مجلة (المدير)، 8(1).

عكاشة زرين ، و نزعى عز الدين . (جويلية 2020). المهن البنفسجية و دورها في تنمية الرأس المال البشري: الصناعة
 التقليدية والحرف في الجزائر. مجلة الإستراتيجية والتنمية.

قسوري إنصاف . (ديسمبر، 2020). حاضنات الأعمال التكنولوجية و دورها في دعم الإبداع والإبتكار بالمؤسسة الناشئة الجزائرية. الإقتصاد و المناجمت، 12 (02).

قسوري إنصاف . (أكتوبر 2020). التوجه المقاوالاتي للمرأة في الجزائر إشارة لوكالة CNAC-ANSEJ ولاية بسكرة (2015-2018). (جامعة الجلفة، المحرر) مجلة دراسات وأبحاث ..

قمري زينة، و بوالشعور شريفة . (10/09 مارس، 2020). تحديات المؤسسات الناشئة الحضرية. الملتقى الدولي الإبتكار الأخضر مفتاح نجاح المؤسسات الناشئة من العلوم التطبيقية إلى عالم الأعمال .

مختار بكار، و محي الدين عبد القادر مغراوي. (2021). تحديات المؤسسات الناشئة لتحسين مناخ الأعمال في الجزائر. الملتقى الوطني حول: التنويع الاستثماري و أثره على استدامة التنمية في الجزائر. جامعة جيلالي لباس - سيدي بلعباس يوم.

مصطفى بورنان، و علي صوي . (2020). الإستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة (حلول لإنجاح المؤسسات الناشئة). (المجلد 12، العدد 01، المحرر) مجلة دفاتر إقتصادية.

نجوى سعودي ، نبيلة ميمون ، و ضرغام علي مسلم العميدي. (جويلية ، 2020). أهمية الإقتصاد البنفسجي في التنويع الإقتصادي بغية التنمية الإقتصادية المستدامة (مدخل القطاع الفلاحي والسياحي). مجلة الإستراتيجية والتنمية، المجلد 10 (عدد خاص (الجزء الثالث)).

وليد بولغب. (مارس ، 2021). الشركات الناشئة وإمكانات نجاحها في الجزائر. مؤلف جماعي: إشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر بين الأساليب التقليدية والمستحدثة .

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) في تحسين جودة الخدمة العمومية دراسة عينة من مكاتب بريد الجزائر في ولاية برج بوعرييج

The role of information and communication technology in improving the quality of public service -A sample study of a Algeria post offices in the state of Bordj Bou Arreridj

حسين بركاتي

Hocine barkati

مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر
جامعة محمد بوضياف، المسيلة_الجزائر

hocine.barkati@univ-msila.dz

نور الدين نوي

Noureddinenoui

مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر
جامعة محمد بوضياف، المسيلة_الجزائر

noureddine.noui@univ-msila.dz

*فوزي قدوج

Fouzi gueddoudj

مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر
جامعة محمد بوضياف، المسيلة_الجزائر

gueddoudj.fouzi@univ-msila.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/25

تاريخ الاستلام: 2022/11/14

الملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) في تحسين جودة الخدمة العمومية بأبعادها الخمسة (الاعتمادية، التوكيد، الملموسية، التعاطف، الاستجابة) من وجهة نظر موظفي مكاتب بريد الجزائر ببرج بوعرييج، وتم تحليل البيانات اعتمادا على نماذج الارتباط والانحدار، وقد أكدت النتائج على وجود أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية بأبعادها الخمسة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛ جودة الخدمة العمومية.

تصنيف JEL: L96، L63.

Abstract :

This study aimed to know the role of information and communication technology in improving the quality of public service in its five dimensions (dependency, emphasis, tangibility, empathy, responsiveness) from the point of view of the employees of Algiers post offices in the state of Bordj Bou Arreridj, and the data was analyzed based on (correlation) and (regression models), and the results confirmed the existence of a positive and statistically significant impact of information and communication technology in improving the quality of public service in its five dimensions.

Key words: information and communication technology; quality of public
JEL classification codes: L96,L63.

1. مقدمة:

يشهد العالم اليوم ثورة كبيرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، حيث أصبحت المعلومة من أكبر مصادر الدخل في السنوات الأخيرة، كما يعد موضوع الجودة من أهم القضايا التي تهتم بها المؤسسات المتميزة مهما كانت طبيعة نشاطها، والمؤسسة الخدمتية على وجه الخصوص تسعى إلى تحسين جودة خدماتها بغية إرضاء زبائنها وتعزيز مكانتها السوقية في ظل المنافسة الشديدة، وهذا من خلال استخدام هذه الأخيرة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ويشهد قطاع الخدمات في الجزائر منذ السنوات الأخيرة حركة إنعاش اقتصادي كبير والتي تمثلت آثارها بشكل خاص في الخدمات الجديدة التي تسعى لتقديمها معتمدة في ذلك على إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبالرغم من ذلك نجد أن جودة الخدمة في القطاع الخدماتي لازالت تقدم بطريقة غير مرضية، حيث يظهر ذلك جليا من خلال الخدمة المقدمة للزبائن والتي لا تلي رغباتهم بالشكل الكافي، وهنا تكمن إشكالية البحث التي تتمثل في السؤال الرئيس التالي: هل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تحسين جودة الخدمة العمومية

المقدمة على مستوى مكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـريـج؟

ويتفرع من السؤال الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

- هل يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة على مستوى مكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـريـج ؟
- هل يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد التوكيد كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة على مستوى مكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـريـج ؟
- هل يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة على مستوى مكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـريـج ؟
- هل يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة على مستوى مكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـريـج ؟
- هل يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة على مستوى مكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـريـج ؟

فرضيات الدراسة: وعليه يحاول البحث الإجابة على ذلك من خلال اختبار الفرضية الرئيسية الآتية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبين تحسين جودة الخدمة العمومية بمكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـرج. ويتفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـرج.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التوكيد كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـرج.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـرج.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـرج.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـرج.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في أهمية الموضوع المدروس، باعتباره من مواضيع الساعة الهامة، خاصة أنه يدرس جانبا مهما وهو تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا مستوى جودة الخدمة العمومية على مستوى مكاتب بريد الجزائر، ومدى مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات في الرفع من جودة الخدمات.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والتي يمكن توضيحها في النقاط الآتية:

- دراسة واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الخدمية بصفة عامة و بريد الجزائر بصفة خاصة.
- التعرف على مستوى جودة الخدمة العمومية على مستوى مكاتب بريد الجزائر.

- التعرف على طبيعة ومستوى العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تحسين جودة الخدمة العمومية بمؤسسة بريد الجزائر .

منهجية الدراسة:

من أجل الاجابة على اشكالية الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي لدراسة الأثر بين المتغير التابع جودة الخدمة والمتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث تم في الجانب النظري وصف متغيرات الدراسة بالاعتماد على أهم المراجع ذات الصلة بالوضوع، أما في الجانب الميداني فقد تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة للتحليل.

2.التأصيل النظري لمتغيرات الدراسة:

1.2مدخل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC):

1.1.2 تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال:عرفت على أنها "هي الأداة التي يمكن من خلالها تخزين ومعالجة المعلومات داخل النظام، بالإضافة إلى اشتغالها على كل ما يتعلق بالحاسوب، والشبكات، والبرمجيات، ومواقع الويب، وقواعد البيانات، والاتصالات السلكية واللاسلكية"(حامد و على فؤاد، 2021، صفحة 274)

كما عرفت على "أنها المعالجة الآلية للمعلومات بمعنى إعطاء الصفة الرقمية للمعلومات والتي تضعها في إطار التكنولوجيا الحديثة، وهذه المعلومة يمكن أن تخزنتعالج،ترسل، وتستعاد من طرف أجهزة معلوماتية أخرى من أجل إعادة استعمالها عند الحاجة، وتوزيعها على مجموعة من الأشخاص الذين طلبوا هذه المعلومة دفعة واحدة والقدرة على الإرسال والبث عن بعد تعتبر من بين الصفات الأكثر تميزا في تكنولوجيا المعلومات والاتصال" (فني، 2018، صفحة 289)

كما عرفت على أنها: "مجموع التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات(الإلكترونية)، ثم تخزين هذه البيانات و المعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مرئية أو مطبوعة أو ورقية، ونقلها من مكان إلى آخر" (عنون، 2020، صفحة 84)

مما سبق يمكن استنتاج أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي: استخدام الحواسيب والشبكات وقواعد البيانات والبرمجيات والاتصال لإنتاج المعلومات ومعالجتها وتخزينها وتحويلها في أي وقت ومن أي مكان.

2.1.2 مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

- **البرمجيات:** وهي عملية تشغيل وإدارة المكونات المادية والتي تقوم بمختلف التطبيقات من خلال تعليمات وتوجيهات الحاسوب بحيث تكون مكتوبة بلغة يفهما الحاسوب من أجل القيام بعمليات المعالجات المطلوبة وتصنف إلى برمجيات النظام مثل برمجيات نظام التشغيل وبرمجيات التطبيقات مثل برنامج الرواتب.

- **الاتصالات:** وتتمثل في عملية تبادل المعلومات بين طرفين مختلفين، وضرورة اعتماد النظرة الشاملة في وصفه لما فيها من جذب الانتباه وإدراك وفهم ماذا تعني الرسالة ومقدار تأثيرها في الآخرين ومدى قبول الحقائق والمعلومات المنقولة له من طرف المرسل.

- **الأجهزة والمعدات:** وهي الأجهزة والمعدات المستخدمة في عملية إدخال وإخراج ومعالجة وتخزين وإرسال البيانات ويشمل هذا الجزء المعدات والأجهزة المادية كالحاسوب وملحقاته والطابعات والماسح الضوئي وأجهزة الاستنساخ وآلات التصوير إلى غير ذلك من المعدات، ويمكن القول أنها المكون الأساس الذي يقوم عليه عمل النظام (حنظل و سعد، 2020، الصفحات 163-164)

- **البيانات:** تشير إلى الأشياء، النشاطات، الحوادث والمبادلات التي يتم تسجيلها وتخزينها كمادة أولية بحيث تكون غير موبوءة ومرتبطة فهي لا تصلح للتوصيل، تخزن في قاعدة البيانات التي تحتوي على بيانات مرتبة بشكل يسمح بالحصول عليها واسترجاعها، وتأخذ عدة أشكال منها البيانات العددية الهجائية كالأرقام والحروف، والبيانات النصية والبيانات البيانية والتي تكون على شكل أشكال بيانية والبيانات الصوتية.

- **الأفراد:** وهم الأفراد الذين يقومون باستخدام وتشغيل تكنولوجيا المعلومات من تقنيين ومتخصصين، بحيث يتفق أغلب المتخصصين في مجال تكنولوجيا المعلومات على أن العنصر البشري ذو أهمية بالغة في إدارة وتشغيل نظام المعلومات بحيث تفوق أهميته باقي المستلزمات المادية (قرون، بوضياف، و العيفة، 2020، صفحة 48)

3.1.2 خصائص و أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال: لتكنولوجيا المعلومات والاتصال خصائص عديدة من شأنها أن تزيد في أهميتها، ويمكن ذكر أهم هذه الخصائص في النقاط الآتية: (فقاير، 2022، صفحة 72)

- **الزيادة:** حيث تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ابتكار طرق جديدة إضافة إلى تلك التي كنا نوزها.

- **السرعة:** حيث تمكن تكنولوجيا المعلومات والاتصال من تبادل المعلومات بسرعة كبيرة نحو جميع بقاع العالم وبين عدة أطراف.

- **التكاليف:** حيث أصبحت تكلفة اقتناء واستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بتكلفة منخفضة ما سهل انتشارها.

- **تقليص المكان:** حيث أصبح العالم قرية صغيرة دون حواجز من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

- **تقليص الوقت:** فاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يقلص الوقت المستغرق للحصول على المعلومة أو إرسالها.

ومن جهة أخرى ، تتمثل أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في:

- تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال الثورة الرقمية التي تنشأ من خلالها أشكال جديدة من التفاعلات الاجتماعية والاقتصادية.

- تساعد في عملية صنع القرارات من خلال سهولة الحصول على المعلومات حين طلبها(حنظل و سعد، 2020، صفحة 163)

- القضاء على الحواجز الجغرافية والمساهمة في نشر المعلومات بسرعة و مرونة وثقة.

- السرعة في الوصول إلى المعرفة والمعلومات و بأقل التكاليف.

2.2 جودة الخدمة العمومية:

1.2.2 تعريف جودة الخدمة:

يعرف كل من "Zeithaml"، "Parassurman"، "Berry" جودة الخدمة على أنها الفرق بين الجودة المدركة من قبل الزبون والجودة المتوقعة، في حين يرى البعض كأمثال Tylor، Cronin أن جودة الخدمة تعبر فقط عن الأداء الفعلي للخدمة أو ما يدركه الزبون(سماعين و بوغديري، 2017، صفحة 4)

كما عرف "Bayane" جودة الخدمة العمومية على أنها " تتعلق بقدرة المؤسسة على ملافاة توقعات العملاء أو التفوق عليها، ويمكن تقييم جودة الخدمة ويمكن تقييم جودة الخدمة من خلال قياس الأداء (مرزاقه و مخلوف، 2017، صفحة 388)

كما عرفت على أنها "مقياس يبين كيف يمكن بمستوى خدمة مقدم مطابقة توقع المستهلك، والمقصود بجودة الخدمة هو ملائمة توقعات المستهلك بناء على قاعدة متناسقة وثابتة" (مصطفى، 2014، صفحة 359)

مما سبق من التعاريف يمكن القول أن جودة الخدمة العمومية هي قدرة الدولة على توقع حاجات ورغبات المواطنين والحرص على تلبيتها بنسبة كبيرة.

2.2.2 معايير قياس جودة الخدمة العمومية: من أهم معايير قياس جودة الخدمة العمومية والتي نزيد اختبارها في هذه الدراسة هي:

- **الاعتمادية:** وهي القدرة على خدمة تماشى ورسالة المنظمة من حيث الصدق، والقدرة على الوفاء بالعود وإمكانية الاعتماد على مؤهلات وكفاءات ومعارف مقدمي الخدمة؛
 - **الاستجابة:** وتمثل في قدرة مقدم الخدمة على الاستعداد لتقديم الخدمة بشكل دائم وفي الوقت المحدد إلى جانب شعوره بالحماسة والسعادة عند تقديمه للخدمة ومدى جاهزيته لذلك، بحيث تلخص الاستجابة في قياس السرعة في تنفيذ المعاملة وتقديم الخدمة، وإعلام المواطن بأجل الوفاء بها وسرعة الرد على الشكاوى التي يقدمها.
 - **التوكيد(الأمان):** هي درجة الشعور بالأمان خلال تلقي الخدمة والثقة بمن يقدمها، أي شعور متلقي الخدمة بالراحة والاطمئنان خلال تعامله مع مقدم الخدمة (بربار و بلجيلي، 2019، الصفحات 46-47)
 - **التعاطف:** ويعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للزبون من طرف مقدم الخدمة.
 - **الملموسية:** وتشمل التسهيلات المادية والمعدات ومظهر مقدمي الخدمة وكذا مواد الاتصال(خثير و مرايمي، 2017، الصفحات 32-33)
- 3. الدراسة الميدانية:**

1.3 عرض مجتمع وعينة الدراسة وخصائصها:

- **ميدان الدراسة:** مكاتب بريد الجزائر بولاية برج بوعريج، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري مكلفة بمهمة رئيسية تتمثل في توفير وأداء الخدمة العمومية وفق محورين اثنين وبأقل التكاليف وفي جميع أنحاء الوطن، وتمثل هذه الخدمات في:
 - خدمات البريد والطرود البريدية والبريد السريع و الطوابعية.

■ الخدمات البريدية المالية بجميع أنواعها.

- **مجتمع الدراسة:** ويتمثل في موظفي مكاتب بريد الجزائر بولاية برج بوعريبيج، ويبلغ مجموع أفراد مجتمع الدراسة 490 موظف يتوزعون عبر 79 مكتب بريدي عبر إقليم الولاية حسب إحصائيات شهر سبتمبر 2022.

- **عينة الدراسة:** وهي عينة عشوائية موجهة إلى مختلف الفئات الوظيفية المتواجدة على مستوى مكاتب البريد، حيث قمنا باختيار عينة ملائمة بما يوازي 10% وتمثلت في 53 موظفا من مختلف الفئات.

- **خصائص العينة:**

جاءت خصائص عينة الدراسة كمايلي:

الجدول 1: خصائص عينة الدراسة

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	25	47.2%
	إناث	28	52.8%
	المجموع	53	100%
العمر	أقل من 25 سنة	01	1.9%
	من 25 إلى 35 سنة	24	45.3%
	أكثر من 35 سنة	28	52.8%
	المجموع	53	100%
المستوى الدراسي	ثانوي	24	45.3%
	ليسانس	16	30.2%
	ماستر أو مهندس	13	24.5%
	دكتوراه	0	0%
	المجموع	53	100%
الوظيفة	قابض بريد	06	11.3%
	عون شبك	34	64.2%
	مسئول الخدمة	10	18.9%
	موزع البريد	03	5.7%
	المجموع	53	100%

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول 1 يتضح لنا أن معظم أفراد العينة كانوا نساء بنسبة تقدر بـ 52.8% ومنه نستنتج انه يغلب على أفراد عينة الدراسة الجنس الأنثوي، وهذا راجع لطبيعة النشاط الذي تمارسه المؤسسة والمتمثل في الجانب الخدماتي. أما حسب متغير العمر فان فئة أكثر من 35 سنة غالبية بنسبة 52.8% ، وكان متغير المستوى التعليمي بأكبر نسبة من نصيب ذوي مستوى ثانوي بنسبة 45.3% تليها مباشرة فئة حاملي شهادة ليسانس بنسبة 30.2% ويعود ذلك إلى تغيير مؤسسة بريد الجزائر مؤخرا لشروط التوظيف حيث أصبحت شهادة الليسانس والماستر الأكثر طلبا بعد أن كان التوظيف مقتصرًا على ذوي مستوى ثانوي، في الأخير بالنسبة للمستوى الوظيفي فان الأغلبية العظمى ترجع لأعوان الشباك بنسبة 60% وهذا راجع لكون المؤسسة خدمية تقدم خدماتها عبر الشبائيك.

2.3 أساليب المعالجة الإحصائية والاختبارات التحضيرية على البيانات الدراسة

1.2.3 الأساليب والأدوات الإحصائية المستخدمة

للبحث في موضوع الدراسة تم الاعتماد على الأساليب والأدوات الإحصائية الآتية:

- اختبار (Cronbach-alpha) لأجل قياس ثبات فقرات الاستبيان.
- اختبار (kolmogorov-smirnov) بما أن حجم العينة يفوق 50 مفردة لمعرفة طبيعة توزيع البيانات.
- مقاييس الإحصاء الوصفي مثل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- اختبار (Spearman) لعلاقات الارتباط، ومعاملات الانحدار البسيط وكتابة معادلة خط الانحدار.

2.2.3 الاختبارات التحضيرية على البيانات: ثبات الاستبيان وطبيعة التوزيع

✓ اختبار ثبات أداة الدراسة (الاستبيان)

الجدول 2: نتائج معامل "الفا كرونباخ" لثبات الاستبيان

المحور	بيان المحور	الأبعاد	عدد العبارات	Cronbach-alpha
01	تكنولوجيا المعلومات والاتصال		13	0.880
	تحسين جودة الخدمة	الاعتمادية	05	0.711
		التوكيد	04	0.712
		الملموسية	05	0.741
		التعاطف	04	0.852

0.577	05	الاستجابة	العمومية	02
0.905	23	تحسين جودة الخدمة العمومية		
0.932	36	الاستبيان (جميع المحاور)		

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات SPSS -V- 22.

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 2، بناء على معامل "الفاكرباخ" أن درجة ثبات الاستبيان قد بلغت 93.2% بالنسبة لمحاور الدراسة مجتمعة، متجاوزة عتبة القبول الممثلة ب: 70%، وعليه فإن أداة القياس ككل عرفت درجة ثبات ومصدقية عالية في قياس متغيري الدراسة (تكنولوجيا المعلومات، تحسين جودة الخدمة العمومية). وبخصوص محاور الدراسة منفصلة فقد بلغت درجة ثبات قيم المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) نسبة قدرها: 88%، ومحور تحسين جودة الخدمة العمومية: 90.5%

✓ اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات المجمعة من عينة المستجوبين

الجدول 3: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة

المحور	بيان المحور	الأبعاد	K-smirnov	sig	النتيجة
01	تكنولوجيا المعلومات والاتصال	الاعتمادية	0.120	0.055	تتبع التوزيع الطبيعي
02	تحسين جودة الخدمة العمومية	التوكيد	0.206	0.001	لا تتبع التوزيع الطبيعي
		الملموسية	0.116	0.072	تتبع التوزيع الطبيعي
		التعاطف	0.280	0.000	لا تتبع التوزيع الطبيعي
		الاستجابة	0.251	0.000	لا تتبع التوزيع الطبيعي

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات SPSS -V- 22.

3.3 تحليل النتائج واختبار فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى: H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـرج.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر بـرج بوعريـرج.

الجدول 4: انحدار تكنولوجيا المعلومات (TIC) وبعد الاعتمادية

معامل التحديد R = 0.74		خطأ معياري للتقدير 0.41		
قيمة فيشر F = 61.55		مستوى المعنوية Sig = 0.000		
المتغير	B	Seb	Bêta	T
الثابت	1.421	0.318		4.471
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	0.70	0.089	0.740	7.846

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول 4، تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: 0.740 من التباين الحاصل في بعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية لدى المؤسسة محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت: 61.55، بدرجة حرية: 0 وهذه النتائج دالة إحصائياً، لان (sig) اخذ قيمة: 0.000 وهي اقل من الحد: 0.05 وبذلك فإننا نرفض فرضية العدم الأولى H0 ونقبل الفرضية البديلة الأولى H1، ونقر بوجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية.

وعليه سيتم التعبير رياضياً عن الأثر بمعادلة تصف الانحدار الخطي البسيط، وهذا وفق

$$Y1 = 1.421 + 0.70 X1$$

حيث أن: Y1: بعد الاعتمادية X1: تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC)

- الفرضية الثانية: H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التوكيد كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر ببحر بوعريريج.

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التوكيد كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر ببحر بوعريريج.

الجدول 5: انحدار تكنولوجيا المعلومات (TIC) وبعد التوكيد

معامل التحديد R = 0.477		خطأ معياري للتقدير 0.499		
قيمة فيشر F = 15.027		مستوى المعنوية Sig = 0.000		
المتغير	B	Seb	Bêta	T
الثابت	2.492	0.384		6.486
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	0.418	0.108	0.477	3.876

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول 5، تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: 0.477 من التباين الحاصل في بعد التوكيد كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية لدى المؤسسة محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت: 15.027، بدرجة حرية: 0 وهذه النتائج دالة إحصائية، لان (sig) اخذ قيمة: 0.000 وهي اقل من الحد: 0.05. وبذلك فإننا نرفض فرضية العدم الأولى H0 ونقبل الفرضية البديلة الأولى H1، ونقر بوجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وبعد التوكيد كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية.

وعليه سيتم التعبير رياضيا عن الأثر بمعادلة تصف الانحدار الخطي البسيط، وهذا وفق

$$Y2=2.492 + 0.418 X1$$

حيث أن: Y2: بعد التوكيد

X1: تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC)

- الفرضية الثالثة: H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر ببرج بوغرييج.

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر ببرج بوغرييج.

الجدول 6: انحدار تكنولوجيا المعلومات (TIC) وبعد الملموسية

خطأ معياري للتقدير		معامل التحديد		
0.486		R = 0.723		
مستوى المعنوية		قيمة فيشر		
0.007 :		F = 55.974		
Sig				
المتغير	Bêta	Seb	B	
T				الثابت
	2.822	0.374	1.056	
	7.482	0.105	0.786	تكنولوجيا المعلومات والاتصال
	0.723			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول 6، تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: 0.723 من التباين الحاصل في بعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية لدى المؤسسة محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت: 55.974، بدرجة حرية: 0 وهذه النتائج دالة إحصائياً، لان (sig) اخذ قيمة: 0.007 وهي اقل من الحد: 0.05 وبذلك فإننا نرفض فرضية العدم الأولى H0 ونقبل الفرضية البديلة الأولى H1، ونقر بوجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية.

وعليه سيتم التعبير رياضياً عن الأثر بمعادلة تصف الانحدار الخطي البسيط، وهذا وفق الصيغة الآتية: $Y3 = 1.056 + 0.786 X1$

حيث أن: Y3: بعد التعاطف

X1: تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC)

- الفرضية الرابعة: H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر بـ برج بوعريـيج. H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر بـ برج بوعريـيج.

الجدول 7: انحدار تكنولوجيا المعلومات (TIC) وبعد التعاطف

معامل التحديد R = 0.162		خطأ معياري للتقدير 0.604		
قيمة فيشر F = 1.370		مستوى المعنوية Sig : 0.000		
المتغير	B	Seb	Bêta	T
الثابت	3.512	0.465		7.551
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	0.153	0.131	0.162	1.171

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول 7، تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: 0.162 من التباين الحاصل في بعد التعاطف

كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية لدى المؤسسة محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت: 1.370، بدرجة حرية: 24.7 وهذه النتائج دالة إحصائياً، لان (sig) اخذ قيمة: 0.000 وهي اقل من الحد: 0.05 وبذلك فإننا نرفض فرضية العدم الأولى H0 ونقبل الفرضية البديلة الأولى H1، ونقر بوجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وبعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية.

وعليه سيتم التعبير رياضياً عن الأثر بمعادلة تصف الانحدار الخطي البسيط، وهذا وفق

$$Y4 = 3.512 + 0.153 X1$$

حيث أن: Y4: بعد الملموسية

X1: تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC)

- الفرضية الخامسة: H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر ببرج بوعريريج. H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر ببرج بوعريريج.

الجدول 8: انحدار تكنولوجيا المعلومات (TIC) وبعد الاستجابة

معامل التحديد		R = 0.443		
خطأ معياري للتقدير		0.414		
قيمة فيشر		F = 12.45		
مستوى المعنوية		Sig = 0.001		
المتغير	B	Seb	Bêta	T
الثابت	2.888	0.319		9.049
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	0.316	0.090	0.443	3.529

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجداول 8، تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: 0.443 من التباين الحاصل في بعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية لدى المؤسسة محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت: 12.45، بدرجة حرية: 1 وهذه النتائج دالة إحصائياً، لان (sig) اخذ

قيمة: 0.001 وهي اقل من الحد: 0.05 وبذلك فإننا نرفض فرضية العدم الأولى H_0 ونقبل الفرضية البديلة الأولى H_1 ، ونقر بوجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وبعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة العمومية.

وعليه سيتم التعبير رياضيا عن الأثر بمعادلة تصف الانحدار الخطي البسيط، وهذا وفق

$$Y_5 = 2.888 + 0.316 X_1$$

الصيغة الآتية: Y_5 : بعد الاستجابة

X_1 : تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC)

الفرضية الرئيسية:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين تحسين جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر بـ برج بوعريـيح.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و بين تحسين جودة الخدمة العمومية المقدمة بمكاتب بريد الجزائر بـ برج بوعريـيح.

الجدول 9: انحدار تكنولوجيا المعلومات (TIC) ومحور جودة الخدمة العمومية

خطأ معياري للتقدير 0.414		معامل التحديد $R = 0.639$		
مستوى المعنوية $Sig = 0.000$		قيمة فيشر $F = 35.17$		
T	Bêta	Seb	B	المتغير
7.976		0.285	2.274	الثابت
5.931	0.639	0.080	0.475	تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول 9، تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: 0.639 من التباين الحاصل في تحسين جودة الخدمة العمومية لدى المؤسسة محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت: 35.17، بدرجة حرية: 0 وهذه النتائج دالة إحصائية، لان (sig) اخذ قيمة: 0.000 وهي اقل من الحد: 0.05 وبذلك فإننا نرفض فرضية العدم الأولى H_0 ونقبل الفرضية البديلة الأولى H_1 ، ونقر بوجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وتحسين جودة الخدمة العمومية.

وعليه سيتم التعبير رياضيا عن الأثر بمعادلة تصف الانحدار الخطي البسيط، وهذا وفق

$$Y=2.274 + 0.475 X1$$

حيث أن:

Y: تحسين جودة الخدمة العمومية X1: تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC)

4. خاتمة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية من وجهة نظر مقدمي الخدمة، وذلك من خلال معرفة أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأبعاد الرئيسية لجودة الخدمة العمومية في مكاتب مؤسسة بريد الجزائر ببرج بوعرييج، ومن خلال التحليل والدراسة التي قمنا بها فقد تمكنا من التوصل إلى النتائج الآتية:

- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى مكاتب البريد بنسبة مقبولة .
- تقديم خدمات ذات جودة عالية على مستوى مكاتب بريد الجزائر بولاية برج بوعرييج.
- وجود أثر دال إحصائيا، بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تحسين جودة الخدمة العمومية المقدمة على مستوى مكاتب بريد الجزائر ببرج بوعرييج.

توصيات الدراسة:

في ظل نتائج الدراسة، هناك بعض التوصيات التي يمكن أن تقدم إلى مسؤولي مكاتب بريد الجزائر وهي كالآتي:

- ضرورة تقديم مكاتب بريد الجزائر لخدماتها في الوقت المحدد دون تأخير، والحرص على حل مشاكل الزبائن حول الخدمات المقدمة بسهولة ويسر.
- الالتزام بتقديم الخدمات التي وعدت بها الزبائن، وإنجازها بطريقة صحيحة مما ينعكس على رضا الزبائن.
- جعل العملاء يشعرون بالثقة والأمان عند تعاملهم مع مكاتب بريد الجزائر، من خلال تحلي العاملين بسلوك حسن والشفافية في التعامل.

- ضرورة استخدام مكاتب بريد الجزائر لأحدث المعدات والأجهزة التكنولوجية، وكذا الاهتمام بالمباني وقاعات الانتظار من حيث الإضاءة والتكييف مما ينعكس إيجاباً على رضا الزبون والعاملين.
 - يجب أن تكون جميع الاتصالات والمعلومات الخاصة بالزبائن سرية.
 - ضرورة إعطاء الزبون اهتمام خاص، وان تكون ساعات العمل في مكاتب البريد مناسبة له .
 - ضرورة الاهتمام بانشغالات وشكاوي الزبائن، وكذا حل المشكلات التي تواجههم في تقديم الخدمة بسرعة ويسر.
- ضرورة توفير العدد الكافي من الموظفين الذين يقدمون الخدمة للزبائن، وتكوينهم في مجال عملهم مما ينعكس في تحقيق رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة لهم.

5. قائمة المراجع.

- حياة بن سماعين، و حكيم بوغديري. (2017). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المالية البريدية - دراسة حالة وحدة البريد الولائية بسكرة. *ابحاث اقتصادية وإدارية* (العدد 21)، 1-17.
- عيسى مرزاق، و سهام مخلوف. (2017). أهمية جودة الخدمة العمومية في تحقيق رضا العميل. *مجلة الإقتصاد الصناعي*، المجلد 07 (العدد 01)، 386-404.
- فضيلة فني. (2018). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الأداء المؤسسي من منظور بطاقة الأداء المتوازن - دراسة تطبيقية لمجموعة بنوك عمومية جزائرية. *مجلة البحوث الاقتصادية والمالية*، المجلد 05 (العدد 02)، 286-304.
- فؤاد عنون. (2020). إسهامات تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمة العمومية - دراسة حالة بلدية وادي العلايق. *مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي*، المجلد 04 (العدد 01)، 83-96.
- فيصل فقير. (2022). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء الموارد البشرية - دراسة حالة المديرية العمليانية لاتصالات الجزائر بالبلدية. *مجلة دفاتر بوداكس*، المجلد 11 (العدد 01)، 68-84.
- قاسم احمد حنظل، و صالح عيسى سعد. (2020). دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز الاقتصاد المعرفي - دراسة استطلاعية لأراء عينة من الافراد العاملين في شركة اسيا سيل للاتصالات محافظة اربيل. *المجلة العربية للاداب والدراسات الانسانية*، المجلد 04 (العدد 13)، 159-172.

- محمد خثير، و أسماء مرابطي. (2017). العاقبة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة العمومية ورضا الزبون بالمؤسسة. *AL-RYADA for busniess economics*, vol 03, (01 °N)، 31-47.
- نحلة حامد اسماعيل حامد، و عبد الله عثمان على فؤاد. (2021). دور تكنولوجيا المعلومات في تنمية مهارات التعليم لذوي الاحتياجات الخاصة. *المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الاعاققة*، المجلد 03 (العدد 01)، 271-295.
- نور الدين بريار، و فتيحة بلجيلالي. (2019). أثر تطبيق الادارة الالكترونية على تحسين جودة خدمات مصالح الضرائب في الجزائر. *مجلة دراسات جبايية*، المجلد 08 (العدد 01)، 40-61.
- نورهان قرون، جهاد بوضياف، و رحيمة العيفة. (2020). تكنولوجيا المعلومات والاتصال كركيزة أساسية لعملية التدريب الالكتروني - عرض مجموعة من الأمثلة والتجارب. *مجلة التعليم عن بعد والتعليم المفتوح*، المجلد 08 (العدد 15)، 39-61.
- وليد نور الله مصطفى. (2014). فجوة جودة الخدمة العمومية في مصارف القطاع الخاص في محافظة اللاذقية سورية. *مجلة الباحث*، المجلد 2014 (العدد 14)، 357-371.

تحقيق الأمن الاقتصادي وفق المنظور الاقتصادي الإسلامي Achieving economic security according to the perspective of Islamic economics

صبرينة بوطبة

Sabrina Boutobba

المركز الجامعي مرسلبي عبد الله تيبازة-الجزائر
boutobba.sabrina@cu-tipaza.dz

أحمد رشاد مرداسي

Ahmed Rachad Merdaci

المركز الجامعي مرسلبي عبد الله تيبازة-الجزائر
Merdaci.ahmedrachad@cu-tipaza.dz

*رمزي زعيبي

Ramzi Zaimi

جامعة عباس لغرور خنشلة-الجزائر

Zaimi.ramzi@univ-khenchela.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/04/07

تاريخ الاستلام: 2022/11/17

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الاقتصاد الإسلامي في تحقيق الأمن الاقتصادي من خلال التوزيع العادل للمنافع والتشجيع على الكسب الحلال والعمل ودوره في الاستقرار وأمن المجتمع كما تساهم الضوابط الإسلامية في فقه المعاملات المالية والمتمثلة في الأسس العقائدية كالأمانة والإتقان والإحسان وتفعيل نظام الزكاة ونظام الوقف وإدارة الاقتصاد بدون ربا في الاستقرار الاقتصادي وقد خلصت الدراسة إلى أنّ الاقتصاد الإسلامي يشتمل على ضوابط ذاتية شرعية، تتمثل في القيم الإسلامية المتميزة في المجال الاقتصادي كالمساواة وإعادة التوزيع والعدالة والإحسان، والصدق، والزكاة، والوقف، والتي تساهم في تحقيق الأمن الاقتصادي من خلال إزالة الآثار السلبية التي يمكن أن تنجم عن اختلاف مصالح الناس، وتفاوتهم في القدرات والمستوى المعيشي.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الإسلامي، الأمن الاقتصادي، فقه المعاملات المالية، ضوابط الإقتصاد الإسلامي

تصنيف JEL: G2, G21, E23

Abstract:

This study aims to highlight the role of Islamic economics in achieving economic security through distributive justice and encouragement for halal earnings and work and its role in stability and community security. Islamic controls also contribute to the jurisprudence of financial transactions, represented in the doctrinal foundations such as moderation, perfection, benevolence, activating the zakat system, the endowment system, and managing the economy without interest In economic stability. The study concluded that Islamic economics includes secure self-controls, represented in the distinct Islamic values in the economic field, such as moderation, redistribution, justice, charity, equality, zakat and endowment. Which contributes to achieving economic security by removing the negative effects that can result from different people's interests, and their disparity in capabilities and standard of living.

Keywords : Islamic economics, economic security, the jurisprudence of financial transactions, Controls of the Islamic economy

JEL classification codes : G2, G21, E23

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

لقد وضع الإسلام مبادئ ومعايير معينة للحفاظ على حياة اقتصادية، قائمة على أساس ثابت تتمثل في التوزيع العادل للمنافع والاستخدام الأمثل للموارد لضمان وظيفة الإنتاج بهدف تنمية الثروة لمواجهة الظروف المختلفة واحتياجات الإنسان من خلال مبتدئه الصارمة كما شدد الإسلام على حرمة احتكار الخيرات وفرض قيود لمنع استخدامها، بل هدف للعمل والاجتهاد وحق الملكية للحفاظ على النظام الاقتصادي الطبيعي من خلال قيمه الأخلاقية في فقه المعاملات المالية، ومثال على ذلك الزكاة والوقف وعقود التبرع والعارية، لدعم المحتاج والتعاون على البر

يسعى الإسلام إلى إقامة توازن بين الفرد والمجتمع، لتحقيق الأمن وبالأخص الأمن الاقتصادي والمعيشي من خلال دعوته للاستثمار وتنمية الأموال والإنفاق في أوجه البر والإحسان ويتمثل السبيل لتحقيق ذلك من خلال منح الفرد حرية التصرف وفق معايير ومبادئ وضوابط تهدف لتحقيق الكفاءة الاقتصادية والضوابط الشرعية

إشكالية الدراسة:

من أجل التطرق لكافة جوانب الموضوع نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف تساهم ضوابط الاقتصاد الإسلامي في تحقيق الأمن الاقتصادي؟

الفرضية الرئيسية:

الاقتصاد الإسلامي يشتمل على ضوابط شرعية وأخلاقية، تتمثل في القيم الإسلامية المتميزة في المجال الاقتصادي، كالمصداقية والشفافية والتوزيع العادل للمنافع والأمانة وتجنب الغش والتدليس والغرر لتحقيق الكفاءة الاقتصادية والتي تساهم في تحقيق الأمن الاقتصادي

أهداف الدراسة:

1- إبراز دور الاقتصاد الإسلامي في تحقيق الأمن الاقتصادي من خلال التوزيع العادل

والتشجيع على الكسب الحلال والعمل ودوره في الاستقرار وأمن المجتمع؛

2- دور الضوابط الإسلامية في فقه المعاملات المالية والمتمثلة في الأسس العقائدية كالصدق والإتقان والإحسان وتفعيل نظام الزكاة ونظام الوقف وعقود التبرعات والمعاوضات في الاستقرار الاقتصادي.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من عدة جوانب منها :

1- أنّ الفقر والبطالة من أهم المشكلات الاقتصادية التي تواجه المجتمعات البشرية، ومن المواضيع المهمة في الاقتصاد الإسلامي لأن أثارهما ترتبط بمورد إنتاجي مهم وهو الفرد الذي يمثل الدعامة الأساسية في تنمية المجتمع؛

2- الأثر الكبير الذي تتركه ظاهرتي الفقر والبطالة والاكنتاز والاحتكار على الأمن الاقتصادي للمجتمع.

3- إبراز دور الإسلام في معالجة الفقر والبطالة.

للإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:
في طرح التساؤلات التالية:

1- ما مفهوم الأمن؟ ما المقصود بالأمن الاقتصادي في الاقتصاد الوضعي؟

2- ما المقصود بالأمن الاقتصادي في الاقتصاد الإسلامي؟

3- ما هو أثر تفعيل آليات الاقتصاد الإسلامي في تحقيق الأمن الاقتصادي؟

منهجية الدراسة:

تعتمد الدراسة على المنهجين التاليين :

أولاً: المنهج الوصفي وذلك من خلال استعراض الجوانب المتعلقة بمفهوم الأمن الاقتصادي وأهميته، وتقديم عرض موجز عن دور الاقتصاد الإسلامي في تحقيق الأمن الاقتصادي؛
ثانياً: المنهج الاستقرائي وذلك من خلال استخلاص أهم التوجيهات والقيم الشرعية من وجهة نظر الاقتصاد الإسلامي على نحو يساهم في تحقيق الأمن الاقتصادي.

2.. مفهوم الأمن

يعتبر الأمن من أهم مطالب الحياة، بل لا تتحقق أهم مطالبها إلا بتوفره، حيث يعتبر ضرورة لكل جهد بشري، فردي أو جماعي، لتحقيق المصالح العامة للجميع.
والتاريخ الإنساني يدل على أن تحقيق الأمن للأفراد والجماعات الإنسانية، كان غاية بعيدة المنال في فترات طويلة من التاريخ، وأن الأمن لم ينبسط على الناس في المعمورة إلا خلال فترات قليلة

فالحرب والقتال بين البشر، ظاهرة اجتماعية لم تختلف حتى الآن، وكان تغير الدول والإمبراطوريات قديماً ونشأتها وضعفها وانتهائها، مرتبطاً في الغالب بالحروب ونتاجها. إن الأمن معنى شامل في حياة الإنسان، ولا يتوفر الأمن للإنسان بمجرد ضمان أمنه على حياته فحسب فهو كذلك يحتاج إلى الأمن على عقيدته التي يؤمن بها وعلى هويته الفكرية والثقافية وعلى موارد حياته المادية (زيد بن محمد، 2017).

1.2. مفهوم الأمن الاقتصادي في الاقتصاد الوضعي :

حاولت الأمم المتحدة أن تجد معنى جامعاً يفسره فتوصلت للتفسير التالي: "هو أن يملك المرء الوسائل المادية التي تمكّنه من أن يحيا حياة مستقرة ومشبعة، وبالنسبة لكثيرين يتمثل الأمن الاقتصادي ببساطة في امتلاك ما يكفي من النقود لإشباع حاجاتهم الأساسية، وهي: الغذاء والمأوى اللائق، والرعاية الصحية الأساسية، والتعليم"، ويمكن تعريف الأمن الاقتصادي للمواطن ليشمل تدابير الحماية والضمان التي تؤهل الإنسان للحصول على احتياجاته الأساسية من المأكل والمسكن والملبس والعلاج والتعليم وضمان الحد الأدنى لمستوى المعيشة، والأمن الاقتصادي هو أن يملك المرء الوسائل المادية التي تمكّنه من أن يحيا حياة مستقرة ومشبعة. وبالنسبة لكثيرين يتمثل الأمن الاقتصادي، ببساطة، في امتلاك ما يكفي من النقود لإشباع حاجاتهم الأساسية (حسين عبد المطلب، 2010).

2.2. مفهوم الأمن الاقتصادي في الاقتصاد الإسلامي:

نظراً لأهمية الأمن بصفة عامة و الأمن الاقتصادي بصفة خاصة في حياة الناس وفق المفهوم الإسلامي فلقد تكرر ذكر الأمن في القرآن الكريم و السنة ونذكر منها (محمد، 2016، الصفحات 65-66):

أ. من القرآن الكريم:

إن محاولة استنتاج مفهوم الأمن الاقتصادي من القرآن الكريم، تقودنا إلى أن القرآن قد غاير بين الأمن وبين احتياجات الإنسان الضرورية الداعية لاستقراره من أكل و شرب، على اعتبار أن هذه الحاجيات لاتتأتى إلا بحصول الأمن لضمان استمرار وصولها، وضمان استمرار الاستقرار. وقد وردت كلمة (الأمن) ومشتقاتها في القرآن في سبعين موضعاً، كلها تعني الطمأنينة وعدم الخوف وهو لا يختلف عن المعنى اللغوي لمصطلح الأمن،

وتكرار كلمة الأمن بمشتقاتها في القرآن يدل على أن الأمن شيءٌ أساسيٌّ في الحياة الإنسانية ولا يمكن تصور المجتمع المستقر والمستدام من دونه؛ لأنه من خلاله يتمكن الإنسان من الحصول على حاجاته الأساسية، من مأكّل ومشرب وملبس ومسكن وغيرها من الحاجات، التي تزداد وتنوع بتوفر الأمن والاستقرار في المجتمع.

فإذا وجد الأمن وجدت التجارة، وكثر النشاط الاقتصادي، وزادت الثروات، وحصل الرفاه الاجتماعي لأفراد المجتمع، وإذا انعدم الأمن ضعفت التجارة، وقلت الأرزاق، واضطرب المجتمع وحصلت المجاعات، ووجد الخوف والهلع، فالإطعام من الجوع، أي: الأمن من الفقر المدقع والجوع وهو (الأمن الغذائي) باعتباره أصل الأمن الاقتصادي، والأمن من الخوف، أي: الأمن الاجتماعي والسياسي؛ متلازمان، يُكْمِل أحدهما الآخر، فلا استقرار اقتصادي دون استقرار سياسي اجتماعي، والعكس صحيح.

وقال تعالى (: وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ اجْعَلْ هَذَا بَلَدًا آمِنًا وَارْزُقْ أَهْلَهُ مِنَ الثَّمَرَاتِ مَنْ آمَنَ مِنْهُمْ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ قَالَ وَمَنْ كَفَرَ فَأُمَتِّعُهُ قَلِيلًا ثُمَّ أَضْطَرُّهُ إِلَىٰ عَذَابِ النَّارِ وَبِئْسَ الْمَصِيرُ) سورة البقرة الآية 126.

بلدًا آمنًا أي: ذا أمن يأمن فيه أهله وتأمل كيف فرقت الآية بين التمتع العابر بالملذات والأمان والاستقرار، إذ أن التمتع الآني والوقتي لا يعني الأمن، الذي يدل على الطمأنينة والاستقرار. وبين القرآن أن نعمة الاستقرار والطمأنينة تأتي بتحقيق الكفاية من الموارد التي تحفظ النفس وتلبي حاجياتها؛ قال جل وعلى: (إِنَّ لَكَ أَلَّا تَجُوعَ فِيهَا وَلَا تَعْرَىٰ وَأَنَّكَ لَا تَظْمَأُ فِيهَا وَلَا تَصْحَىٰ) سورة طه الآيات 118-119.

أي: في الجنة والمعنى: أن لك فيها تمتعاً بأنواع المعيش، وتنعماً بأصناف النعم من المأكّل الشهية والملابس البهية، فإنه لما نفعناه الجوع والعري أفاد ثبوت الشبع وإلا كتساؤله.
ب. من السنة النبوية:

عن عُبَيْدِ اللَّهِ بْنِ مُحَمَّدِ بْنِ الْأَنْصَارِيِّ الْخَطْمِيِّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ أَصْبَحَ مِنْكُمْ آمِنًا فِي سَرِيهِ، مَعَانِي فِي جَسَدِهِ، عِنْدَهُ قُوَّةٌ يَوْمَهُ، فَكَأَنَّمَا حِيزَتْ لَهَا دُنْيَا، رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ فِي "الْأَدَبِ الْمُفْرَدِ" (رقم/300) والترمذي في "السنن" (2346)

وهذا أصل من الأصول النبوية، ومن أجمعها و أصرحها في باب الحوائج الأصلية؛ و ما هو دلالة وحجة قاطعة لضرورة تأمين الحقوق الإنسانية للفرد والمجتمع.

(أَمِنًا فِي سِرِّهِ) يعني في مسكنه ومنزله ومن حوله، الصفة الثانية: (مُعَانَى فِي جَسَدِهِ) من الآفات والأمراض المقلقة والمزعجة، هذا تمت عليه النعمة؛ (أَمِنًا فِي سِرِّهِ) لا يخاف من الأعداء، (مُعَانَى فِي جَسَدِهِ) من الأمراض المقلقة والمزعجة. (عِنْدَهُ قُوَّةٌ يَوْمَهُ): عنده غدائه أو عشائه، (فَكَأَمَّا حَيَّرَتْ لَهُ الدُّنْيَا بِحَذَائِرِهَا) لأنه اجتمعت له النعم والمتطلبات و توفرت له أسباب الحياة الطيبة الكريمة على مستوى الفرد ومن ثم المجتمع

وفي المعاني الثلاثة لكلمة (سربه) نجد أنواعاً من الأمن الذي يحتاجه الإنسان: أمن النفس (الحق في الأمن الشخصي)، وأمن الطريق للمكاسب والسعي والعلم، وأمن السكن (البيت)، ولاحظ أيضاً: كيف عدّد الحديث أنواعاً ثلاثة للأمن، وهي: الأمن الشخصي بتوفير الأمن في النفس والسكن والبريق، والأمن الصحي بتوفر سبل العلاج والدواء (الحقني الرعاية الصحية والصحة الجسدية والنفسية)، والأمن الغذائي (الحق في الغذاء) وضرورة تأمينه للناس.

3. دور الاقتصاد الإسلامي في تحقيق الأمن الاقتصادي

عمد الإسلام إلى ضمان حد الكفاف والكفاية لكافة أفراد المجتمع دون استثناء مما يضمن عيش كريم وحياة مطمئنة للجميع فالله سبحانه وتعالى من خلال القرآن الكريم قد حدد لنا منهجا واضحا ومكتملا يمكن من خلاله للفرد والمجتمع أن ينعموا بنعمة الأمان عموما بما فيها نعمة الأمن الاقتصادي، وذلك إذا ما تم احترام هذا المنهج والعمل به على أحسن وجه، فلا أمن دون عمل وجهد وتعاون وتكافل

3.1. تصور الاقتصاد الإسلامي في تحقيق الأمن الاقتصادي

يمكن القول بأن هنالك علاقة تلازمية بين المنهج الإسلامي والأمن الاقتصادي، وهذه العلاقة تظهر من خلال بعض الآيات القرآنية منها: قوله تعالى: (وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ آمِنَةً مُطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِنْ كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعَمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ) سورة النحل الآية 112 وقوله تعالى: (لِإِيلَافِ قُرَيْشٍ إِيلَافِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ) سورة قريش: الآيات 1-4. فهاتان الآيتان تبرزان العلاقة بين السلم المدني والاقتصاد وتظهران التلازم المتصل بين الأمن والرغد الذي هو كناية عن الاقتصاد، والخوف والجوع فلا يتحقق للإنسان وللمجتمع طيب الحياة في غياب أي منهما، كما أن السلم المدني يمثل أبرز مرتكزات التنمية الاقتصادية وترتبط فعالية تكامله مع غيرها من المرتكزات الأخرى، الاجتماعية والسياسية والثقافية بقدرتها

على تحقيق إنجازات ملموسة، تتمثل في إقامة المزيد من المشروعات الاقتصادية إضافة إلى تهيئة بيئة مناسبة تعمل على جذب المدخرات واستثمارها، وتراجع السلم المدني يعمل على تشجيع هروب رؤوس الأموال المحلية وهجرتها حيث البعد عن الخطر والمخاطرة حفاظا على رؤوس الأموال وسعيًا وراء مكسب آمن، ومن جهة أخرى فإنّ السلم المدني يعود على الدولة بمكاسب اقتصادية ومن أهمها تقليل النفقات التي قد تجبرها الدولة في سبيل الحفاظ على الأمن وما يتبع ذلك من إنفاق على الشرطة والقضاء والسجون والإنفاق على المستشفيات أحياناً في حال وجود جرائم متعلقة بالضرر الصحي والإدمان كالمخدرات وغيرها (Kholoud, Tanash, & Ahmed, 2016).

2.3 أثر النظام الاقتصادي الإسلامي في تحقيق الأمن الاقتصادي من خلال إعادة التوزيع:
يتميز النظام الاقتصادي الإسلامي عن باقي الأنظمة الاقتصادية في كل شيء، ومن أبرز نقاط التميز ما يسمى بإعادة التوزيع وما يتركه من أثر إيجابي على العدالة التوزيعية التي تمثل أهم الأهداف الاقتصادية التي تسعى كافة الأنظمة إلى تحقيقها وإعادة التوزيع يسهم في علاج العديد من المشكلات التي تواجه المجتمعات وأبرزها مجال بحثنا وهو تحقيق الأمن الاقتصادي. من خلال التشجيع على الكسب والعمل المنتج الحلال وما قد يترتب على ذلك من تملك نلاحظ اعتماد توزيع الدخل على الملكية والعمل، وبالتالي فإن علاج الفقر والبطالة يأتي بالمقام الأول من خلال السعي إلى العمل المنتج والتبادل الحقيقي للسلع والخدمات الذي قد يفرز الملكية وهذا الذي تمثله صيغ التمويل الشرعية المختلفة من مراهجة ومضاربة واستصناع وسلم واجارة وغيرها من الصيغ والأدوات المعتمدة في المؤسسات المالية الإسلامية (Kholoud, Tanash, & Ahmed, 2016, p. 126).

3.3 النظام الاقتصادي الإسلامي يحقق الأمن في المجتمع:

بين الباحث كمال الخطاب من جامعة اليرموك في بحث له بعنوان "الاقتصاد الإسلامي وأبعاده الأمنية" والذي هدف فيه إلى بيان وإثبات حقيقة وجود آثار إيجابية عديدة يمكن أن يجنبها المجتمع في حال تطبيقه المنهج الاقتصادي الإسلامي، خاصة في جانب استقرار وأمن المجتمع، ودعى إلى ضرورة تبني المنهج الاقتصادي بشكل عام، ومنهج الاقتصاد الإسلامي بشكل خاص، على مستوى المدارس والجامعات، والمؤسسات التنفيذية كافة مشيراً إلى أن الأمة تواجه أزمة مع قيمها ومنهج الاقتصاد الإسلامي يزيد في تشكيل السلوكيات الآمنة المتلزمة بالقيم.

وشدد على ضرورة أن تقوم الجامعات والمؤسسات العلمية ومراكز البحوث في الاقتصاد الإسلامي بكسب تأييد الحكومات الإسلامية، من خلال الإقناع والحكمة والأساليب العلمية الموضوعية، وتقديم المشاريع الاقتصادية الإسلامية القابلة للتطبيق في الواقع المعاصر، وقال “عندها ستجد الحكومات في الإسلام ديناً عملياً على النهضة قابلاً للتكيف وفق حاجات العصر وسوف تسخر قوته الروحية والأخلاقية لبناء النهضة بناء أرسخ أساساً وأبعد غاية وأسهل تحقيقاً.”

وخلصت الدراسة إلى أن الاقتصاد يشتمل على ضوابط ذاتية آمنة، تتمثل في الأسس العقائدية للاقتصاد الإسلامي كما تتمثل في القيم الإسلامية المتميزة في المجال الاقتصادي، كالأعتدال والإتقان، وشكر النعمة، والعطاء، والوفاء، والحب، والرحمة، والأخوة. الخ. ودعا الحطاب الباحثين في الاقتصاد الإسلامي، إلى وضع تصورات عملية لكيفية تطبيق الزكاة وإدارة اقتصاد بدون ربا، بدون مصادمة مع الواقع، وبدون أن يكون معزولاً عن العالم، فبدلاً من توجيه البحوث العلمية إلى مواضيع نظرية بعيدة عن الواقع، وقد تعد ترفاً فكرياً، لا بد من طرح الحلول والمعالجات التي يستفيد منها المجتمع.

وأشار إلى أن الاقتصاد الإسلامي يشتمل على موانع إيجابية تعمل على إزالة الآثار السلبية التي يمكن أن تنجم عن اختلاف مصالح الناس، وتفاوئهم في الذكاء والقدرات والمستوى المعيشي، مثل الزكاة، وكفالة الأقارب، الوقف، وأشكال الإنفاق التطوعي كافة.

وذكر أنه توجد موانع وقائية تعمل على سد منافذ النزاع في المجتمع، وإزالة كل أسباب الظلم والاستغلال والجشع وما يؤدي إليه ذلك من فوضى واختلال أمني، ومن هذه الموانع تحريم الربا والغرر، والاحتكار والاكتمال وأشكال المقامرات والمراهنات كافة.

ولفت إلى أن تبني منهج الاقتصاد الإسلامي في تسيير الأوضاع الاقتصادية يعد ضرورة ملحة من أجل إعادة بناء القيم وتشكيل السلوكيات المرغوبة والتي تتفق مع مقاصد الشريعة، بما يؤدي إلى سيادة الأمن والاستقرار في المجتمع.

وقال الحطاب إن الاقتصاد الإسلامي علم جديد ينتمي إلى العلوم الشرعية من جهة ولا يمكنه الانفصال عن العلوم الاقتصادية من جهة أخرى، وهو يعد مرحلة تالية لعلم الفقه، يركز على كيفية تطبيق الأحكام الشرعية في المجال الاقتصادي، مستعيناً بالأدوات التحليلية الاقتصادية وبعبارة أخرى فالاقتصاد الإسلامي يفعل دور علم الاقتصاد في المجتمع من خلال إدخال القيم

الإسلامية في النظرية الاقتصادية.

ويلاحظ الخطاب أن الإتقان في الدول الغربية أعلى درجة من الدول الإسلامية والذي يعزوه إلى أن نسبة تطبيق القوانين في الدول الغربية أكبر بكثير منها في الدول الإسلامية مما يؤدي إلى قيام كل فرد بواجبه بالشروط التي يفرضها القانون، بالإضافة إلى أن الغرب قد امتلك أساليب التكنولوجيا المتقدمة والتي تؤدي إلى إنتاج سلع متقنة بشكل أفضل. (يوسف محمد، 2011).

3.4 التدابير الأمنية الاقتصادية في المنهج الإسلامي:

ويمكن تلخيص أهم التدابير للأمن الاقتصادي في المنهج الإسلامي بما يلي:

أ. معالجة ظاهرة البطالة:

يعتبر العمل مصدراً أساسياً في إشباع الحاجات الأساسية للإنسان ويعمل على تحويل الإنسان من حالة الفقر والجوع والخوف إلى حالة الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي، كما أنه الوسيلة والمدخل الفاعل في تحقيق القوة الاقتصادية والأمن الاقتصادي، ويمكن تحقيق الأمن الاقتصادي أيضاً من خلال الحصول على التمويل بالصيغ الإسلامية وبدءاً بالأنشطة الاقتصادية مما يعني التخلص من مشكلة البطالة من جهة والحصول على دخل كاف يعينه على متطلبات الحياة ومن ثم انحسار حالات الفقر، ويعد نقص التمويل والتوزيع غير المتوازن من أهم أسباب انعدام الأمن الاقتصادي، ويحتاج الناس إلى فهم أن قطاع التمويل الإسلامي هو وسيلة لمزاولة الأعمال بما يتوافق مع أحكام الشريعة، فهو بديل أخلاقي للاستثمار يتمتع بالنزاهة، والمسؤولية الاجتماعية، إضافة إلى أنه وسيلة تسهم في تنويع محافظ المستثمرين.

ب. القضاء على ظاهرة الفقر:

تعتبر ظاهرة الفقر جد مهمة في تحديد الملامح العامة لأي اقتصاد من اقتصادات الدول فهي ظاهرة لا تخلو أي دولة منها سواء أكانت متقدمة أم متخلفة، وهي قضية مألوفة ومتناولة من حيث إنها ظاهرة اقتصادية واجتماعية لجميع الشعوب والحضارات والمجتمعات وفي جميع العصور، إضافة إلى أن كل الأديان تطرقت إليها، وخاصة الدين الإسلامي، من حيث ذكر واجب الأغنياء تجاه الفقراء، ووضع الحلول اللازمة لذلك، إلا أن الاختلاف يكمن في درجة التفاوت من حيث النسبة الموجودة، إذ هناك فجوة كبيرة بين أعداد الفقراء في الدول المتقدمة (الغنية) عنه في الدول المتخلفة (الفقيرة)، ولذلك يعتبر الفقر سمة أساسية، وظاهرة لا يمكن

إغفالها في الدول المتخلفة ووضع الحلول السريعة لتقليص الفجوة، وتعد التنمية الأسلوب الأنجع للقضاء على الفقر، بل هي فرض ديني، يتطلب تحقيقها حسن القيام بالدين، حيث إنها عبادة (قتيبة عبد الرحمن، 2016).

5.3 دور التمويل الإسلامي في تحقيق الأمن الاقتصادي:

تضمنت الشريعة الإسلامية العديد من الضوابط الشرعية التي تكفل حسن استثمار المال وتنميته من أهمها؛ ضابط المشروعية الحلال، ضابط تحقيق مقاصد الشريعة الإسلامية، ضابط المحافظة على المال وحمايته من المخاطر، ضابط الالتزام بالأولويات الإسلامية ضابط تنمية المال بالتقليب وعدم الاكتناز، ضابط التوثيق لحفظ الحقوق، ضابط أداء حق الله في المال وهو الزكاة.

ونلاحظ أن الأمن الاقتصادي مرتبط بالعمل، فيمكن القول بأن الأمن الاقتصادي هو شعور الناس بالأمن من توفر حاجتهم المعيشية وقناعتهم وطمأنينتهم بما يصل لهم وهذا يتحصل من خلال قدرة الدولة على تأمين حاجة الناس من جهة، وإشعار الناس بالقناعة بالعدل في توزيع الثروة من جهة أخرى، وهنا تجدر التفرقة بين فئتين بحاجة إلى الأمن الاقتصادي في المجتمع أولهما: الذين يبلغون الشيخوخة، والعجزة والمعاقون، والأطفال، والأشخاص الذين يعانون من وطأة الفقر المدقع، والعاطلون عن العمل بسبب من الأسباب الخارجة عن إرادتهم، وهذه الفئة لها نظام يكفل لها الأمن الاقتصادي. فقد حث الإسلام جميع أفراد المجتمع على التعاون والتكافل فيما بينهم، ففي الشريعة الإسلامية واجبات وأحكام تعبدية -أي أنها شديدة الارتباط بأصل التدين عند المسلمين- لا تتم إلا عبر الإنفاق المادي، أي المساهمة الاقتصادية في توطيد أسس البناء الاجتماعي، وعليه فللأفراد دور رئيسي في توفير الأمن الاقتصادي للمجتمع وحيث أن الإسلام دين شامل لنواحي الحياة المختلفة، نجد أن هناك نظاماً اقتصادياً فريداً يجمع بين الأمن الاقتصادي والضمان الاجتماعي في سياق مؤتلف، حيث يمكن أن تتعدد الوسائل لتحقيق هذا النظام، وتأخذ صوراً متنوعة منها على سبيل المثال: الزكاة، فالزكاة بوصفها فرعاً إسلامياً وواجباً تعبدياً ذا أبعاد اقتصادية واجتماعية، فالزكاة تعتبر نظاماً فريداً يقوم بتأمين المسلمين، وتعمل على مواجهة الفقر في ديارهم، بعلاج أسبابه علاجاً جذرياً، وليس بمجرد مُسكّنٍ وقي محدود النطاق والمفعول، إذاً فالأمن الاقتصادي لهذه الفئة يتحقق ابتداءً بالزكاة ثم الصدقات، الكفارات: عن طريق الإطعام أو العتق في حالات الصيام والأيمان والظهار وغير

ذلك، ثم الوقف: وهو قسم من الصدقات، إذ الصدقة قد تطلق ويراد بها الوقف، بل والغالب في الأخبار التعبير عن الوقف بالصدقة، وهو ينقسم إلى وقف عام على مصالح المسلمين، وإلى وقف خاص كالوقوف على الذرية، ويرى أكثر المنصفين من مؤرخي الحضارة الإسلامية أنه لو لم تبدع هذه الحضارة سوى نظام "الوقف" - كنظام يحقق هدفاً مزدوجاً يتجلى في الأمن الاقتصادي البعيد المدى لقطاعات معينة في المجتمع من خلال ريع الأوقاف من جهة، وضمان حد أدنى من استقلالية المجتمع - لكان ذلك كافياً للحديث عن القاعدة الاقتصادية الصلبة في البناء الإسلامي.

أما الفئة الأخرى، والتي في حاجة للأمن الاقتصادي هم الفئات القادرة على العمل والباحثة عنه، ويتحقق الأمن الاقتصادي لهم من خلال الحصول على التمويل بالصيغ الإسلامية وبدأ الأنشطة الاقتصادية مما يعنى التخلص من مشكلة البطالة من جهة والحصول على دخل مما يعنى انحسار الفقر، فنقص التمويل والتوزيع غير المتوازن له يعد من أهم أسباب انعدام الأمن الاقتصادي، ويحتاج الناس إلى فهم أن قطاع التمويل الإسلامي هو وسيلة لمزاولة الأعمال بما يتوافق مع أحكام الشريعة، فهو بديل أخلاقي للاستثمار يتمتع بالنزاهة، والمسؤولية الاجتماعية إضافة إلى أنه وسيلة تساهم في تنويع محافظ المستثمرين.

والتمويل الإسلامي وسيلة هامة في تحقيق الأمن الاقتصادي من خلال ما يتميز به من حيث أنه:

- بديل يقوم على أسس الشريعة الإسلامية يساهم في توفير رؤوس الأموال وتدعيم القدرة التمويلية اللازمة للاستثمارات الضرورية لإنتاج السلع والخدمات؛
- يقوم على الاستثمار المباشر في مشروعات إنمائية أو المشاركة فيها أو القيام بتمويلها وذلك بهدف إقامة مشروعات إنمائية جديدة أو لتجديد وإحلال مشروعات قائمة فعلاً، مما يساهم في توسيع الطاقة الإنتاجية في مختلف القطاعات، ويؤدي إلى دفع عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة، ويستلزم ذلك قيام هذه الاستثمارات على أسس عملية وخطط مدروسة وقد توجد جهات متخصصة للقيام بدراسات حتى لا تتسم بالارتجال والتخبط؛
- يساهم في تحقيق العدالة في توزيع الثروة وذلك بتوفير التمويل اللازم لصغار المنتجين وأصحاب الخبرات والمشروعات الذين لا يملكون رؤوس الأموال الكافية لتنفيذ هذه المشروعات؛

- يوفر بدائل متعددة أمام أصحاب رؤوس الأموال لاختيار مجال استثمار مدخراتهم إلى جانب اختيار نظام توزيع الأرباح الذي يتلاءم مع ظروف كل منهم؛
- يحقق التنمية المتوازنة والشاملة في المجتمع وذلك بتنوع مجالات الاستثمار وشمولها لقطاعات إنتاجية عديدة إلى جانب انتشار المشروعات الاستثمارية في أنحاء الدولة وهو ما يعنى إتباع نظام اللامركزية في التنمية؛
- يعتمد على الموارد المحلية في إنشاء وتوفير فرص العمل؛
- يحفز الطلب: فلا يشترط في عدد من صيغ التمويل الإسلامي توافر الثمن في الحال كما لا يتوافر في عدد آخر توافر المنتج في الحال فإذا افترضنا وجود رغبة لدى المستهلكين أو المنتجين على منتجات معينة نهائية أو وسيطة فإن عدم توافر قيمة تلك المنتجات لا يمنع عقد الصفقات علي شراء تلك المنتجات على أساس دفع الثمن في المستقبل دفعة واحدة أو على أقساط، أيضا يمكن إتمام الصفقات بدفع قيمة هذه المنتجات مقدما على أن يتم تسليمها في المستقبل وفقا للشروط المتفق عليها، وينتج عن ذلك تشجيع الطلب على المنتجات ولا يقف عدم توافر الثمن أو المنتج عائقا يحول دون إتمام عقد الصفقات مع هذه المشروعات. ولا شك أن تشجيع الطلب يؤدي إلى استغلال الموارد ورفع مستوى النشاط الاقتصادي وتوفير المزيد من فرص العمل وبالتالي تنشيط الطلب على منتجات المشروعات وإحداث الرواج الاقتصادي؛
- يقضي على الفقر: فالتمويل الإسلامي يوفر المجال واسعا أمام أصحاب المهارات للإبداع والتميز وتسخير مواهبهم في الإنتاج والابتكار دونما عوائق من أصحاب الأموال، وتشجعهم على بذل أقصى جهد مع حرصهم على نجاح مشروعاتهم والارتقاء بها لأنهم شركاء في الربح الناتج وبذلك نضمن آلية ماهرة لتخصيص الموارد من جهة وزيادة الإنتاج من جهة أخرى، الأمر الذي ينعكس على رفع مستوى المعيشة والقضاء على الفقر؛
- يقضي على البطالة: تسهم هذه الصيغ في القضاء على البطالة من خلال استغلال الموارد المالية وتحقيق التكامل بين الخبرات ورأس المال (حسين عبد المطلب، دور التمويل الإسلامي في تحقيق الأمن الإقتصادي ، 2013).

4. خاتمة

خلصت الدراسة إلى أنّ الاقتصاد الإسلامي يشتمل على ضوابط شرعية، تتمثل في القيم الإسلامية المتميزة في المجال الاقتصادي، كالعدل، وإعادة التوزيع والعدالة والإحسان والإتقان والمساواة. الخ، كما أنّ الاقتصاد الإسلامي يساهم في تحقيق الأمن الاقتصادي من خلال إزالة الآثار السلبية التي يمكن أن تنجم عن اختلاف مصالح الناس، وتفاوتهم في القدرات والمستوى المعيشي مثل؛ الرّكّاة، وكفالة الأقارب، الوقف، وأشكال الإنفاق التطوعي كافة، كما يعمل على سد منافذ النزاع في المجتمع، وإزالة كل أسباب الظلم والاستغلال والجشع وما يؤدي إليه ذلك من فوضى واختلال أمني، ومن هذه الموانع تحريم الربا والغرر، والاحتكار والاكنتاز وأشكال المقامرات والمراهنات كافة.

تبنى منهج الاقتصاد الإسلامي في تسيير الأوضاع الاقتصادية يعد ضرورة ملحة من أجل إعادة بناء القيم وتشكيل السلوكيات المرغوبة والتي تتفق مع مقاصد الشريعة، بما يؤدي إلى سيادة الأمن والاستقرار في المجتمع. وعليه مما سبق يمكن الخروج بجملة من النتائج التالية:

- 1- تتحدد ماهية الأمن الاقتصادي من منظور إسلامي في شعور الناس بالأمن والاستقرار من توفر حاجتهم المعيشية وقناعتهم وطمأنينتهم بما يصل لهم؛
- 2- من وسائل القرآن الكريم والسنة النبوية في إيجاد الأمن من الناحية الاقتصادية "سلوك الاعتدال" و"عملية الإتقان" و"التكافل" و"الإحسان"؛
- 3- من وسائل القرآن الكريم والسنة النبوية في إبقاء الأمن من الناحية الاقتصادية "التصدي للفقر" و"محرّبة البطالة والتسول" و"حسن التدبير مع إحكام التخطيط".

التوصيات:

ومن الآفاق والمقترحات المستقبلية ما يلي:

- 1- فتح المجال للبحث الأكاديمي في علم الاقتصاد الإسلامي فيما يتعلق بشتى حقوله المعرفية، للإحاطة بمبادئه وأصوله، أهدافه ومقاصده، خصائصه ومميزاته، والخروج بنموذج وقائي مما يهدد الأمن الاقتصادي؛
- 2- إعداد برامج تنقيفية حول آليات المحافظة على الأمن الاقتصادي في ظل الاقتصاد الإسلامي؛
- 3- تقوية الوازع الديني لدى شركاء العملية الاقتصادية والمشرفين على أي نشاط ذي طابع اقتصادي؛
- 4- دعم المشاريع الاستثمارية التي تتبنى صيغ التمويل الإسلامي.

5. قائمة المراجع.

1.5 المراجع باللغة العربية

1. الأسرج حسين عبد المطلب. (2010). الامن الإقتصادي للإنسان العربي: الواقع و الافاق. تم الاسترداد من مركز الشرق العربي للدراسات الحضارية و الإستراتيجية
http://www.asharqalarabi.org.uk/markaz/m_abhath-29-12-10-1.htm:
2. الأسرج حسين عبد المطلب. (ماي , 2013). دور التمويل الإسلامي في تحقيق الأمن الإقتصادي . تم الاسترداد من موسوعة الإقتصاد و التمويل الإسلامي: <https://iefpedia.com/arab/?p=33686>
3. الرماني زيد بن محمد. (24 جويلية, 2017). ضرورات الأمن مطلب حياتي و مصلحة إنسانية. تم الاسترداد من صحيفة مال الإقتصادية
<https://www.maaal.com/archives/20170724/94313>:
4. العاني قتيبة عبد الرحمان. (أوت , 2016). أثر المنهج الإسلامي في تحقيق الأمن الإقتصادي . تم الاسترداد من مجلة الإقتصاد الإسلامي: <https://www.aliqtisadalislami.net>
5. ضمرة يوسف محمد. (ديسمبر , 2011). تطبيق الإقتصاد الإسلامي يحقق الامن و الإستقرار للمجتمع . تم الاسترداد من مجلة الغذ الأردنية :

<https://alghad.com/خبير-مالي-تطبيق-الاقتصاد-الإسلامي-يحق/>

6. مصطفى شعيب محمد. (2016). الامن الإقتصادي من منظور إسلامي . مجلة البشائر الإقتصادية (04)، 66/65.

2.5 المراجع باللغة الأجنبية

1. Kholoud, A., Tanash, M., & Ahmed, A. (2016). The Impact of Poverty and Unemployment on the Civil Peace Threatening" The Treatment Mechanisms in the Light of the Prophetic Guidance" . *journal of Economic and Busiiness*, 01 (03), 102-135.

التأمين التكافلي كبديل للتأمين التجاري في الجزائر -دراسة حالة شركة سلامة للتأمينات الجزائرية -

Takaful insurance as an alternative to commercial insurance in Algeria -a case study of Salama Insurance Company Algeria-

بورايو هاجر أميرة
BOURAYOU Hadjer Amira
جامعة البلدة 2 لونييسي علي_الجزائر
doctorat.bf@gmail.com

*مسموس رضوان
MESMOUS Radhwane
جامعة البلدة 2 لونييسي علي_الجزائر
mesmous.red1@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/31

تاريخ الاستلام: 2022/11/19

الملخص:

تعتبر صناعة التأمين ضرورة حتمية ضمن النظام الاقتصادي وتؤثر مباشرة على الاقتصاد ككل، حيث تساهم في التقليل من المخاطر وتحقيق استقرار المشاريع. فالهدف من هذه الدراسة التعريف بالتأمين التكافلي وأهم منتجاته ليكون بديلا للتأمين التجاري في الجزائر، وعلى اعتبار أن شركة سلامة للتأمينات هي الشركة الوحيدة التي أنشأت خصيصا لتقديم هذا النوع من الخدمات فقد سلطنا الضوء على واقع نشاطها، مكانتها وحصتها من سوق التأمينات في الجزائر التي تعتبر مقبولة في ظل بيئة تسيطر عليها شركات التأمين التجاري العمومية الكبرى. الكلمات المفتاحية: التأمين التكافلي، التأمين التجاري، سوق التأمين في الجزائر، شركة سلامة للتأمينات الجزائرية.

تصنيف JEL: G22؛ N20

Abstract:

The insurance industry is an imperative within the economic system and directly affects the economy as a whole, as it contributes to reducing risks and achieving projects stability.

The aim of this study is to introduce Takaful insurance and its most important products to be an alternative to commercial insurance in Algeria, and considering that Salama Insurance Company is the only company established specifically to provide this type of services, we have highlighted the reality of its activity, its position and its share of the insurances market in Algeria, which is considered acceptable in an environment dominated by the major public commercial insurance companies.

Key words: Takaful insurance, commercial insurance, insurance market in Algeria, SALAMA insurance Algeria company.

JEL classification codes: G22 ; N20

1. مقدمة:

منذ نشأة الإنسان وبداية مزاوله حياته ونشاطاته أصبح معرضا لعدة مخاطر محتملة الوقوع في أي وقت، وفي أي مكان، والتي تؤدي إلى تعرضه لخسائر كبيرة، فالإنسان منذ القديم يحاول تفادي حدوثها عن طريق ادخاره الخاص، الذي لم يستطع بواسطته تغطية المخاطر التي تصيبه إلى أن توصل إلى فكرة التأمين الذي أصبح ضرورة ملحة لتغطية المخاطر التي لا يمكن للأفراد والمجتمعات إهمالها وإغفالها لدورها في الحياة الاقتصادية والاجتماعية.

فالتأمين يعتبر الوسيلة المثلى لحماية الممتلكات والأشخاص وكذا رؤوس الأموال، كما تجدر الإشارة إلى أن تطور حياة الإنسان زاد من فرض التأمين وتركزه في المجتمع، وبالتالي أدى هذا إلى التفكير في إختلاف أنواع التأمين والتي من بينها نجد التأمين التكافلي.

1.1. إشكالية الدراسة:

يتحقق التأمين التكافلي من خلال تعاون مجموعة من الأشخاص والذين يتعرضون لنفس النوع من المخاطر على تقاسم الخسائر المالية التي تصيب واحدا منهم وعلى هذا الأساس نطرح التساؤل الجوهرى الآتي: هل يمكن أن يساهم التأمين التكافلي من تغطية مخاطر الخسائر المالية بدل التأمين التجاري في الجزائر؟.

2.1. فرضيات الدراسة:

منتجات التأمين التكافلي هي نفسها منتجات التأمين التجاري غير أنها تخضع لمبدأ التكافل بين المؤمنين؛

يساهم التأمين التكافلي بنسبة ضعيفة في الجزائر عن طريق شركة سلامة للتأمينات وتعميمه على باقي شركات التأمين سيرفع من نسبة تغطيته للمخاطر.

3.1. أهداف الدراسة:

- إبراز الإختلافات الأساسية بين التأمين التكافلي والتأمين التجاري التقليدي؛
- واقع التمويل التكافلي في الجزائر وتطوره؛
- إمكانية إنتشاره في الجزائر كبديل للتأمين التجاري.

4.1. منهجية الدراسة:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع وبغية الوصول إلى أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي بشكل يتطابق مع دراستنا التي قسمت إلى محورين رئيسيين تناول المحور الأول

تقدما عاما للتأمين التكافلي من خلال مفهومه، نشأته، أركانه وخصائصه من جهة ووظائفه، أنواعه ومبادئه من جهة أخرى، أما المحور الثاني فخصص لدراسة شركة سلامة للتأمينات الجزائرية وذلك من خلال تقديم الشركة الأم والشركة الفرع الناشطة في الجزائر، منتجات التأمين التكافلي التي تقدمها الشركة، واقع ومكانة الشركة في سوق التأمين الجزائري والوضعية المالية للشركة.

5.1. الدراسات السابقة:

أ. دراسة حورية عبد العزيز ورشيد درغال بعنوان إسهامات التأمين التكافلي في تمويل التنمية الاقتصادية، مقال نشر في مجلة الإحياء، المجلد 20، العدد 27 بتاريخ 2020/9/29، حيث قاما الباحثان بصياغة الإشكالية التالية: ماهي الصيغ والآليات التنموية المعتمدة في مؤسسات التأمين التكافلي؟.

من خلال الإشكالية المطروحة فإن الباحثان سطرا مجموعة من الأهداف للوصول إليها متمثلة في:

- بيان صور التأمين التكافلي والفرق بينه وبين التأمين التجاري؛
 - بيان الإطار الهيكلي التنظيمي والتشغيلي لمؤسسات التأمين التكافلي؛
 - بيان العمليات الإدارية والصيغ الاستثمارية لمؤسسات التأمين التكافلي ودورها في التنمية؛
 - إبراز الأثر الاقتصادي والدور التنموي لمؤسسات التأمين التكافلي.
- بناء على الأهداف المسطرة فإن الدراسة ربطت إسهامات التأمين التكافلي بتمويل التنمية الاقتصادية غير أن دراستنا تطرقنا فيها لحصة التأمين التكافلي من سوق التأمين في الجزائر.
- ب. دراسة فيروز بوزورين وفيروز جبرار بعنوان متطلبات تطوير صناعة التأمين التكافلي لدعم الصناعة المالية الإسلامية -دراسة حالة تجربة المملكة العربية السعودية-، مقال نشر بمجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 03، العدد 02 بتاريخ ديسمبر 2020، حيث قامت الباحثتين بصياغة الإشكالية التالية: ما هي متطلبات تطوير صناعة التأمين التكافلي لدعم الصناعة المالية الإسلامية؟.

من خلال الإشكالية المطروحة فإن الباحثتين سطرتا مجموعة من الأهداف للوصول إليها متمثلة في:

- التعرف على ماهية التأمين التكافلي والأسس والمبادئ التي يقوم عليها؛
- إبراز الصيغ التي تستخدمها شركات التأمين التكافلي في تنفيذ أعمالها وإدارة صناديق التكافل؛
- التعرف على تحديات البيئة الداخلية والبيئة الخارجية التي تواجه صناعة التأمين التكافلي؛

- إبراز سبل ومتطلبات تطوير صناعة التأمين التكافلي للنهوض بالصناعة المالية الإسلامية؛
- التعرف على مكانة صناعة التأمين التكافلي السعودية في العالم؛
- إبراز مختلف عوامل نجاح صناعة التأمين التكافلي في المملكة العربية السعودية.
بناء على الأهداف المسطرة فإن هذه الدراسة تختلف عن دراستنا في جانبها التطبيقي المتعلق
بمكانة صناعة التأمين التكافلي بالمملكة العربية السعودية في العالم غير أننا تطرقنا في دراستنا
لمكانة شركة سلامة للتأمينات في سوق التأمين الجزائري.
ج.دراسة إلهام بشكر بعنوان واقع وتحديات التأمين التكافلي في المغرب، تونس والجزائر،
مقال نشر في مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 07، العدد 01 بتاريخ 2022/3/31،
حيث قامت الباحثة بصياغة الإشكالية التالية: ما هو واقع التأمين التكافلي في كل من المغرب،
تونس والجزائر، وما هي مختلف التحديات التي تواجه تطوره؟.
من خلال الإشكالية المطروحة فإن الباحثة سطرت مجموعة من الأهداف للوصول إليها
متمثلة في:

- التعرف على مفهوم التأمين التكافلي وأهميته؛
- التعرف على واقع التأمين التكافلي في دول المغرب العربي وتحديد المغرب، تونس والجزائر
ومختلف التحديات التي تعرقل تطوره ونجاحه في تلك الدول مع تقديم التوصيات الضرورية
لتذليلها؛
- التعرف على دور شركات التأمين التكافلي في كل من المغرب، تونس والجزائر وأهم
الشركات الموجودة فيها.

بناء على الأهداف المسطرة يلاحظ أن دراستنا اكتفت بعرض واقع التأمين في الجزائر
وتحديد حصة التأمين التكافلي من هذا السوق متمثلا في شركة سلامة للتأمينات، غير أن هذه
الدراسة كانت أشمل من خلال عرض واقع التأمين التكافلي في دول المغرب العربي وتحديد
المغرب، تونس والجزائر.

2. تقديم عام للتأمين التكافلي

1.2. التصور النظري للتأمين التكافلي

التأمين التكافلي بصورته النظرية علم متعدد الجوانب كغيره من العلوم، وقد تبلورت مادته
العلمية لتشكل صناعة جديدة في عالم الاقتصاد القائم على التبادل والتعاون، نظرا للمزايا التي
يقدمها للأفراد المتضامنين فيما بينهم.

أ. مفهوم التأمين التكافلي:

يعرف التأمين التكافلي على أنه عقد تبرع بين مجموعة من الأشخاص للتعاون على تفتيت الأخطار المبينة في العقد، والإشتراك في تعويض الأضرار الفعلية التي تصيب أحد المشتركين والناجمة عن وقوع الخطر المؤمن منه، وذلك وفقا للقواعد التي تنص عليها نظام الشركة والشروط التي تتضمنها وثائق التأمين وبما لا يتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامي. (البعلي، 2004)

ويعرف على أنه ذلك النوع من التأمين الذي تجتمع فيه مجموعة من الأشخاص معرضين لنفس الخطر، بحيث يدفع كل منهم إشتراك معين (قسط التأمين) على أساس الالتزام بالتبرع، وتخصص هذه الإشتراكات لأداء التعويض المستحق لمن يصيبه الضرر، على أن يكون من حق الأعضاء إسترداد المبلغ المتبقي من الإشتراكات بعد صرف التعويض. (تواقي بن علي، 2018، صفحة 164)

كما يعرف على أنه عقد تأمين جماعي، يلتزم بمقتضاه كل مشترك بدفع مبلغ معين من المال بقصد التعاون والتضامن مع بقية المشتركين لتعويض المتضررين منهم على أساس التبرع، تتولى إدارة العمليات التأمينية فيه شركة متخصصة بالتأمين بصفة وكيل بأجر معلوم. (ملحم، 2012، صفحة 18)

ومن خلال هذا التعريف يتبين أن التأمين التكافلي يقوم على طرفين وهما:

المؤمن له سواء كان فردا أو مؤسسة وهو طالب التأمين، والمؤمن وهم المشتركون في التأمين التكافلي لأنهم هم الذين يدفعون التعويضات للمتضررين من مجموع الإشتراكات التي قدموها، وهذا يعني أن كل مشترك في التأمين التكافلي له صفتان في آن واحد، فهو مؤمن ومؤمن له.

ب. نشأة وتطور التأمين التكافلي

بعد أن استقر الأمر على حرمة التأمين التقليدي وإقرار التأمين التكافلي بديلا مشروعا له بقرار خاص صادر عن المجمع الفقهي الإسلامي، كان لابد من تطوير التعامل بالتأمين التكافلي والارتقاء به إلى المستوى الذي تندفع به الحاجة إلى التأمين التقليدي، فبذلت على مدار العقدين الماضيين جهود مشكورة تكلفت بالنجاح وتنج عنها تأسيس شركات تأمين إسلامية تعمل بمقتضى التأمين التكافلي بصورته المتطورة.

ومن أهم العوامل التي شجعت على إنشاء شركات التأمين التكافلي صفة الجشع والاستغلال التي مارسها شركات التأمين التقليدي بعد أن أصبح هدفها الأول هو الربح، وزاد

من استغلالها أن التأمين في بعض صوره أصبح إلزاميا كالتأمين على السيارات، وتأمين أصحاب الأعمال على حياة العمال وتأمين البضائع المستوردة ونحو ذلك. (الجرف، 2001)

وقد تطور العمل بالتأمين التكافلي إلى مستوى متقدم أسست على أساسه شركات التأمين الإسلامية، حيث تعمل على إدارة التأمين التكافلي شركات متخصصة وبصورة تعاقدية تنشئ التزامات متبادلة بين الشركة والمتعاقدين معها. (داغي و محي الدين، 2009)

لقد كان للمصارف الإسلامية الدور الفاعل في تأسيس شركات التأمين الإسلامية، ودعمها ورعايتها وإنجاحها، فمعظم هذه الشركات منبثقة عن المصارف الإسلامية التي تقوم بالتأمين على ممتلكاتها وممتلكات المتعاملين معها لدى تلك الشركات كما أن المصارف الإسلامية تعتبر جهة إيداع واستثمار لأموال شركات التأمين الإسلامية.

ج. أركان عقد التأمين التكافلي

يتكون عقد التأمين التكافلي من الأركان التالية: (ملحم، 2012، صفحة 24)

أولاً: المستأمن: وهو الطرف المؤمن له سواء أكان شخصا أو جهة؛

ثانياً: شركة التأمين: التي تتولى إبرام عقد التأمين مع المستأمن نيابة عن بقية المشتركين في التأمين التكافلي على أساس الوكالة بأجر معلوم؛

ثالثاً: الخطر المؤمن منه: وهو الحادث الاحتمالي المستقبلي، لأنه قد يقع ولا يقع، دون أن يكون وقوعه أو عدم وقوعه متوقفاً على إدارة أحد المتعاقدين، بل إن ذلك كله موكل للقدر، كغرق البضاعة المؤمن عليها أو حريق المنزل المؤمن عليه فقد يكون وقد ولا يكون؛

رابعاً: قسط التأمين: وهو محل التزام المستأمن ويقصد به المبلغ المالي الذي يدفعه المستأمن لصندوق التأمين التكافلي بمقتضى عقد التأمين؛

ويتم تحديد مقدار قسط التأمين بالاتفاق بين الشركة والمستأمن، وأهم العوامل المؤثرة في تحديد مقدار قسط التأمين: **مبلغ التأمين، والخطر المؤمن منه، ومدة التأمين**

فشركات التأمين التكافلي تحدد قسط التأمين على أساس الخطر المؤمن منه وتعدد أوجهه فكما زاد الخطر ارتفع القسط، وتأخذ في عين الاعتبار أيضاً مدة التأمين

والأصل في القسط أن يكون مبلغاً مالياً يستحق عند إبرام عقد التأمين، وهذا ما يجري عليه

العمل في شركات التأمين الإسلامية

خامسا: مبلغ التأمين: وهو محل التزام شركة التأمين نيابة عن المستأمنين، ويمثل الحد الأقصى لمسؤولية الشركة في حالة تحقق الخطر المؤمن منه فتتعهد الشركة بمقتضى عقد التأمين التكافلي بأن تدفع للمستأمن أو للمستفيد الذي يعينه نيابة عن المستأمنين مبلغ التأمين عند وقوع الخطر المؤمن منه على أساس التبرع ومبلغ التأمين دين في ذمة الشركة نيابة عن المستأمنين، يكون تارة دينا احتماليا وتارة دينا مضافا إلى أجل غير معين

فإذا كان الخطر المؤمن منه غير محقق كان مبلغ التأمين دينا احتماليا كما في التأمين من الأضرار بشقيه، التأمين على الأشياء والتأمين من المسؤولية فإن الخطر المؤمن منه غير محقق الوقوع

وأما إذا كان الخطر المؤمن منه محقق الوقوع في المستقبل ولكن وقت وقوعه غير معروف فيكون مبلغ التأمين دينا مضافا إلى أجل معين كما في تأمين التكافل الاجتماعي المعروف في التأمين التجاري بالتأمين على الحياة

ففي هذه الحالة يكون الخطر المؤمن منه أمرا محقق الوقوع ولكن لا يعرف وقت وقوعه فيكون مبلغ التأمين دينا في ذمة الشركة إلى أجل غير معين، وفيما يتعلق بمقدار مبلغ التأمين فإن الشركة تلتزم بدفع ما وقع عليه الاتفاق بينها وبين المستأمن في عقد التأمين مع مراعاة التقيد بأنظمة وقوانين التأمين الخاصة والمعمول بها في البلد الذي تعمل به الشركة.

د. خصائص التأمين التكافلي

المراد بخصائص التأمين التكافلي هو تلك الصفات التي يمتاز بها عن غيره من أنواع التأمين، وأهم تلك الخصائص ما يلي: (بغدادى و كعبوش، 2021، صفحة 137)

- اجتماع صفتي المؤمن والمؤمن له لكل عضو في التأمين بالتالي تقاسم المنافع والتضحيات فيما بين أعضاء التأمين فتدفع حصيلة الاشتراكات المدفوعة من الأعضاء (رصيد الحساب المشترك)؛

- تضامن الأعضاء من خلال تغطية المخاطر التي تصيب أحدهم أو بعضهم (وبالتالي قيام التأمين التكافلي بدور اجتماعي لخدمة البيئة والمجتمع ويتضح أكثر في مجال توفير الحماية التأمينية لمن هم في أشد الحاجة إليها ومجال الاستثمارات من خلال تحقيق الصالح العام والخاص مع مراعاة البعد الاجتماعي)؛

- تغير قيمة الإشتراك فكل واحد عرضة للزيادة أو للنقص تبعاً لما يتحقق من المخاطر السنوية وما يترتب على تعويضات وبالتالي الربح ليس من مقصود هذا النوع من التأمين؛
- ديمقراطية الملكية والإدارة، فباب العضوية مفتوح لكل راغب في الانضمام دون تمييز؛
- عدم الحاجة إلى وجود رأس المال، يكون فقط باتفاق عدد كبير من الأعضاء المعرضة لخطر معين على توزيع الخسارة التي تحل بأي منهم؛
- توفير التأمين بأقل تكلفة ممكنة، وهذا لعدة عوامل منها غياب عنصر الربح، إنخفاض المصاريف الإدارية وغيرها فلا يحتاج الأمر إلى وسطاء أو مصاريف أخرى؛
- إن قيام مشاريع التأمين التكافلي وانتشارها تقوي بصورة عامة من الحركة التعاونية وتعمل على نموها وازدهارها سواء على المستوى المحلي، الوطني أو العالمي؛
- حسب المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 21-81، فإنه يسير صندوق المشاركين من قبل الشركة التي تمارس التأمين التكافلي ويمثل هذا الصندوق تجميعاً لحسابات المشاركين المنفصلة والمحدثة لكل فرع تأمين؛
- تسيير الشركة التي تمارس عمليات التأمين التكافلي لصندوق المشاركين حسب المادة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 21-81 حسب أحد نماذج الاستغلال الآتية: الوكالة، المضاربة، نموذج مختلط بين الوكالة والمضاربة؛
- حسب المادة 10 من ذات المرسوم التنفيذي فإنه وحسب نموذج الاستغلال "الوكالة" تتعهد الشركة التي تمارس التأمين التكافلي بتسيير الصندوق، مقابل أجر في شكل عمولة تسمى "عمولة الوكالة" وتحسب على أساس نسبة ثابتة تطبق على مبالغ المساهمات المدفوعة.

2.2. التصور العملي للتأمين التكافلي

من أجل التوسع في مجال التأمين التكافلي وإحلاله محل التأمين التقليدي اقتضى الأمر وجود شركات متخصصة بالتأمين تتولى إدارة أعمال التأمين التكافلي اكتتاباً وتنفيذاً على أساس الوكالة بأجر معلوم.

أ. وظائف التأمين التكافلي

المراد بوظائف التأمين هو الثمار والآثار الإيجابية التي يحققها التأمين التكافلي على الصعيدين الفردي والجماعي، وأهم هذه الوظائف ما يلي: (بريش، محاجبية، و زواوي، 2021،

صفحة 146)

أولاً: تحقيق الأمان للمستأمنين: فالتأمين التكافلي يجعل المستأمن مطمئناً في ممارسته لأعماله وما يترتب على ذلك من احتمالات التعرض للمخاطر المتعددة، لأنه في حالة تحقق الخطر فإن آثاره لا تنزل به وحده بل توزع على جميع المشتركين الذين يمثل هو واحدا منهم.

ثانياً: تحقيق الكسب الحلال: إن التأمين التكافلي يعتبر سبيلاً مشروعاً للكسب والربح بالنسبة للمستأمنين، والمساهمين والعاملين في الشركة، أما المستأمنون فيتحقق الربح بالنسبة لهم من خلال قيام الشركة باستثمار المتوفر من أقساط التأمين العائدة لهم بالطرق المشروعة بوصفها مضارباً، وما يتحقق من أرباح يقسم بين الشركة والمستأمنين بوصفهم صاحب المال وبالنسبة التي تم تحديدها من قبل الإدارة مسبقاً.

وأما المساهمون المالكون لشركة التأمين فيتحصل لهم الربح من خلال الطرق التالية:

- أرباح أموال المساهمين التي تستثمر بالطرق المشروعة؛
- أجر الوكالة المعلوم الذي تدير مقابله العمليات التأمينية؛
- حصة الشركة من أرباح استثمار المتوفر من أقساط التأمين بوصفها مضارباً.

ثالثاً: المساهمة في بناء الاقتصاد الوطني وازدهاره: إن تأسيس شركات التأمين الإسلامية

وقيامها بواجباتها، يساهم مساهمة فاعلة في دعم عجلة الاقتصاد من خلال الأمور التالية:

- تنمية واستثمار أموال المساهمين والمستأمنين بالطرق المشروعة؛
- ترميم آثار الأخطار بما يكفل المحافظة على الأشياء المؤمن عليها وقيامها بوظائفها وعدم تعطلها وخروجها عن خط الإنتاج؛
- إيجاد فرص العمل المتعددة، والمساهمة في الحد من البطالة؛
- المساعدة في إيجاد سبل العيش الكريم في حالي المرض والعجز؛
- المحافظة على أموال التأمين ومدخراته في البلد الذي تعمل فيه شركات التأمين الإسلامي.

رابعاً: استكمال حلقات الاقتصاد الإسلامي: تشكل شركات التأمين الإسلامية ركناً من

أركان الاقتصاد الإسلامي وحلقة من حلقاته، جنباً إلى جنب مع المصارف الإسلامية، وشركات إعادة التأمين الإسلامية، والأسواق المالية الإسلامية.

خامساً: المساهمة في تفعيل فقه المعاملات: إن شركات التأمين الإسلامية تعد مظهراً من

مظاهر صلاحية الشريعة الإسلامية الغراء لكل زمان، فالتأمين وإن كان حديث النشأة، متأخر

الظهور، فإن نصوص الشريعة ومبادئها، وقواعدها الفقهية قادرة على استيعابه وتحقيق المطلوب منه بأسلوب شرعي يحقق العدالة والتوازن بين المشتركين فيه.

ب. أنواع التأمين التكافلي

يغطي التأمين التكافلي الأنواع التالية: (شديد، 2018، صفحة 32)

أولاً: التأمين من الأضرار: ويقسم إلى نوعين:

- تأمين الممتلكات: ويراد منه التأمين من الأضرار التي قد تلحق الأضرار بالأشياء المملوكة للأفراد أو المؤسسات كالتأمين من أخطار الحريق والسرقة والتأمين المنزلي الشامل وتأمين الواجهات الزجاجية وتأمين المركبات تأميناً تكميليًا (تغطية هياكل المركبات ذاتها)؛

- تأمين المسؤولية: ويراد منه تأمين الشخص نفسه من الضرر الذي يصيبه في ماله في حالة تحقق مسؤوليته تجاه المضرور، ورجوع المضرور عليه بالضرر، فتقوم شركة التأمين بدفع التعويض للمستأمن أو للمتضرر مباشرة، ويقسم إلى قسمين:

* تأمين المسؤولية المدنية: ومنه تأمين مسؤولية مالكي المركبات تجاه الغير، وتأمين مسؤولية أصحاب المصانع والمؤسسات والشركات مما قد يتعرض له من مسؤولية المقاولين تجاه ما يصيب الغير من أضرار أثناء وجودهم في ممتلكاتهم ومن أضرار أثناء تنفيذهم لالتزاماتهم؛

* تأمين المسؤولية المهنية: ومنه تأمين مسؤولية أصحاب المهن كالأطباء والصيدال مما يصيبهم من مسؤولية قانونية تجاه الغير نتيجة مزاولتهم لمهنتهم.

ثانياً: تأمين الأشخاص: ويراد منه التأمين من الأخطار التي تهدد الشخص في حياته أو في سلامة جسمه أو قدرته على العمل، ومنه تأمين الحوادث الشخصية كأن يصاب في جسمه إصابة تعجزه عن العمل عجزاً دائماً أو مؤقتاً، وتأمين إصابات العمل، وتأمين نفقات العلاج الطبي، وتأمين التكافل الاجتماعي وهو ما يعرف بالتأمين على الحياة.

ثالثاً: تأمين أخطار النقل: ويقسم إلى ثلاثة أقسام وهي:

- التأمين البحري: ويقصد به التأمين من أخطار النقل بطريق البحر أو النهر سواء كان تأميناً على البضائع أو على السفن؛

- التأمين البري: ويقصد به التأمين على البضائع من أخطار النقل بطريق البر؛

- التأمين الجوي: ويقصد به التأمين على البضائع من أخطار النقل بطريق الجو.

رابعا: التأمينات الهندسية: ويدخل فيه تأمين أخطار مقاولي الإنشاءات والتركيب، وتأمين معدات وآليات المقاولين، وتأمين الأجهزة الإلكترونية.

ج. مبادئ التأمين التكافلي

إن شركات التأمين الإسلامية تمارس أعمالها وفق المبادئ التالية: (ملح، 2012، صفحة 46)

أولا: الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية في جميع معاملاتها: ويشمل ذلك:

- ممارسة العمليات التأمينية على أساس التأمين التكافلي المقرر شرعا كبديل للتأمين التجاري المحرم بحيث يشمل جميع أنواع التأمين، كالتأمين على الممتلكات، وتأمين الأشخاص؛
- عدم تأمين الممتلكات المحرمة كحماويات الخمر ولحوم الخنزير، وكذلك الشركات والمؤسسات التي يكون محور عملها الاتجار بالمحرمات أو صناعتها، أو التعامل بها؛
- أن تكون اتفاقيات إعادة التأمين وفق توجيهات هيئات الرقابة الشرعية؛
- إيداع أموال التأمين في المصارف أو المؤسسات المالية الإسلامية؛
- استثمار أموال التأمين بالطرق المشروعة وذلك باستثمار أموال المساهمين، والمتوافر من أقساط التأمين، والرصيد المتبقى من أموال معيد التأمين بمقتضى اتفاقيات إعادة التأمين بين الفريقين؛

- عدم اشتغال وثائق التأمين على شروط باطله شرعا؛

- الالتزام بالفتاوى الصادرة عن هيئات الرقابة الشرعية في جميع معاملاتها ونشاطاتها؛
- الالتزام بالمعايير الصادرة عن هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية؛
- تقديم التحكيم الشرعي على الاحتكام إلى القضاء والقانون المدني في حل المنازعات ورفع الخلافات وفق شروط التحكيم الشرعي الذي تشمل عليه وثائق التأمين؛
- إدارة العمليات التأمينية وأموال التأمين من قبل شركات التأمين الإسلامية على أساس الوكالة بأجر معلوم يحدد ابتداء قبيل بداية كل سنة مالية.

ثانيا: تحقيق مبدأ التعاون بين المستأمنين: وذلك من خلال الاحتفاظ بجميع أقساط التأمين المستوفاة منهم في حساب خاص بهم بصرف النظر عن نوع التأمين وعدد وثائق التأمين لكل مشترك، بحيث يتم تعويض المتضررين من هذا الحساب.

وتأكيدا لهذا المبدأ فقد اشتملت كل وثيقة من وثائق التأمين في شركة التأمين الإسلامية على سبيل المثال على فقرة التأمين التكافلي التالية: "يعتبر قبول حامل هذه الوثيقة التعامل مع

الشركة موافقة صريحة منه على مشاركة غيره من حملة الوثائق على أساس تعاوني واعتبارها وكيلا عنه بأجر معلوم لإدارة عمليات التأمين، واعتبار الشركة مديرا لاستثمار الأموال المتوفرة في حساب حملة الوثائق على أساس عقد المضاربة نظير حصة شائعة من أرباح تلك الاستثمارات بصفتها مضاربا".

ثالثا: تحقيق مبدأ العدالة بين المساهمين والمستأمنين: وذلك من خلال الفصل التام بين حقوق المساهمين وحقوق المستأمنين بحيث يكون لكل من الفريقين حساب مالي خاص به تجنبا لاختلاط الأموال، وتداخل الحقوق والواجبات المالية.

رابعا: تحقيق مبدأ التكافل بين المساهمين والمستأمنين: وذلك من خلال تبادل القرض الحسن دون أن تتحمل الجهة المقترضة لأية فوائد ويحصل ذلك بالنسبة للمستأمنين إذا لم تف أقساط التأمين لتغطية كافة الالتزامات المالية الخاصة بهم، وكذلك تحقيق مبدأ التكافل بين المستأمنين من جهة أخرى، فمبلغ التأمين الذي يدفع للورثة أو المستفيد في تأمين التكافل الاجتماعي (تأمين مخاطر الحياة)، يمثل صورة من صور التكافل بين المشتركين في هذا النوع من التأمين تماما كمن يكفل اليتيم بعد وفاة أبيه.

خامسا: تحقيق مبدأ التضامن بين شركات التأمين الإسلامية داخليا وخارجيا: وذلك من خلال:

- اقتسام الخطر المؤمن وفق نظام المخصصات المعمول به في شركات التأمين بحيث يتم توزيع الخطر على أكثر من شركة بسبب عدم توافر الطاقة الاستيعابية لدى شركة التأمين المباشر؛

- التبادل المعرفي الخاص بأعمال التأمين الإسلامي، والتعاون على تذليل العراقيل التي تعترض مسيرة عمل الشركات، والعمل على إيجاد البديل الشرعي لإعادة.

سادسا: المحافظة على مبدأ أمانة المسؤولية وشفافية العلاقة مع شركات إعادة التأمين: وذلك لبناء أواصر الثقة في التعامل بينهما وبين شركات التأمين الإسلامية.

3. نشاط شركة سلامة للتأمينات الجزائرية في سوق التأمين الجزائري

تم اختيار شركة سلامة للتأمينات الجزائرية كنموذج لدراسة واقع التأمين التكافلي في الجزائر على اعتبارها الشركة الوحيدة التي تقدم هذا النوع من التأمين.

1.3. تقديم شركة سلامة للتأمينات

سلامة الشركة العربية الإسلامية للتأمين هي إحدى الشركات الرائدة في تقديم حلول التأمين الملتزمة بالشرعية الإسلامية (التكافل) في جميع أنحاء العالم

أ. تقديم الشركة الأم

تم إنشاء الشركة العربية الإسلامية للتأمين عام 1979 في إمارة دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة حافظت على قيمها ومبادئها كرائد قطاع التكافل وتميزها كأكبر شركة تكافل وإعادة تكافل في العالم وحتى وقتنا هذا.

يقدر رأس مال الشركة 1.1 مليار درهم إماراتي (حوالي 300 مليون دولار أمريكي) وهي مدرجة في سوق دبي المالي، أما «بست ري» الشركة التابعة لها فهي أكبر شركة إعادة تكافل في العالم وموقعها تونس وتقدم خدماتها في أكثر من 60 دولة وقد حصلت على التصنيف BBB من ستاندرد آند بورز، كما حصلت على مؤشر التصنيف A- من قبل إيه إم بست.

في الوقت الحالي، تمتلك سلامة ست شركات تكافل تقدم الحلول للعملاء في دولة الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية ومصر والسنغال والجزائر والأردن وشركة إستثمارات في البحرين. وتعتزم مد النطاق الجغرافي لخدماتها في المستقبل القريب بحيث تغطي كافة دول مجلس التعاون الخليجي وجنوب شرق آسيا ثم أوروبا لاحقا لعرض حلول مبتكرة تلتزم بالشرعية الاسلامية.

ب. تقديم شركة سلامة للتأمينات الجزائر

اعتمدت شركة سلامة لتأمينات الجزائر بمقتضى القرار رقم 46 الصادر بتاريخ 02 جويلية 2006 عن وزارة المالية، وبذلك فهي استحوذت على الشركة السعودية البركة والأمان للتأمين وإعادة التأمين المنشأة في 26 مارس 2000، والتي أصبحت تحت اسم سلامة للتأمينات الجزائر بعد انضمامها لمجموعة سلامة.(غربي، 2010)

وتوفر حاليا خدمات متعددة في السوق الجزائرية حيث تتوفر على 260 نقطة بيع على مستوى كافة التراب الوطني و4 مديريات جهوية، إلا أنها تنفرد بخدمات التكافل وهي الوحيدة من كل مؤسسات التأمين في الجزائر التي تتعامل بالتأمين التكافلي الإسلامي، هذا وتم رفع رأسمالها لـ 2 مليار دج سنة 2010.(سلامة للتأمينات، 2022)

2.3. منتجات التكافل في شركة سلامة للتأمينات الجزائرية

ترغب شركة سلامة في عرض منتجاتها التكافلية التي تسمح للأفراد للاستفادة بتراكم رأس المال أو المعاش التقاعدي في حالة وقوع أحداث أمنية قد تؤدي لهبوط مفاجئ في دخولهم. وتطلق شركة سلامة الجزائر منتجات التأمين على أساس مبادئ الشريعة الإسلامية والمعروفة باسم التكافل، وتتمثل في: (حضري و بغداوي، 2012)

- التأمين التكافلي وتراكم رأس المال يتضمن توفير ودفع رأس المال معدل وقت التقاعد؛
- تأمين تكافلي والرعاية الاجتماعية: في حالة الوفاة أو العجز المطلق والنهائي للمؤمن عليه، يسمح بالدفع الفوري لمبلغ مقطوع للمستفيدين المعيّنين (الأزواج، الأبناء، الأمهات) في شكل تأمين على الحياة وهو سياسة جديدة مخصصة لأرباب الأسر؛
- التأمين التكافلي والائتمان: يتيح سداد رصيد القروض غير المسددة للمقرض في حالة وفاة المؤمن عليه وهو مخصص لموظفي القطاع العام والخاص.

ومن فوائد منتجات التكافل لشركة سلامة الجزائر أنها منتجات مرنة مصممة في ثلاث خيارات: الحد الأدنى، المتوسط، والأفضل وكل خيار يقدم ضمانات إضافية أو اعتمادا على احتياجات العملاء. (حوتيه و حوتيه، 2011)

هذا وتمثل منتجات التكافل للشركة فيما يلي: (سعود، 2011)

- تأمين السيارات (المسؤولية المدنية - الأضرار)؛
- المساعدة للسيارات؛
- تأمين الأخطار الصناعية الكبرى والصغرى؛
- تأمين المشاريع و المنشآت الفنية و الورشات؛
- تأمين الأخطار البسيطة للأفراد (المساكن - المحلات التجارية)؛
- تأمينات النقل البحري، البري و الجوي الخاص والعام؛
- تأمينات المسؤولية المدنية المختلفة؛
- تأمينات الأشخاص؛
- إعادة التأمين.

3.3. مكانة شركة سلامة في سوق التأمين الجزائري

لقد شهد سوق التأمين في الجزائر استقرارا على جميع النواحي مع تطور طفيف، والسمة الغالبة عليه هو سيطرة الشركات العمومية على حوالي 60% من حجمه، هذا وقد انتهجت

شركة سلامة للتأمينات الجزائرية استراتيجية تعتمد على شرعية التعامل بالتأمين التكافلي لجلب أكبر عدد من الزبائن وهو ما حقق لها استحوادها على حصة تقارب 4% من حجم السوق.

أ. رقم أعمال شركة سلامة للتأمينات وحصتها من السوق

بلغ مجموع التأمين المباشر للشركات العاملة بالجزائر سنة 2018 مبلغ 138.827 مليار دج بنسبة زيادة قدرها 4.91% مقارنة بسنة 2017، رغم انخفاض مجموع التأمين على الأشخاص بحوالي 624 مليون دج.

خلال سنة 2019 شهد إنتاج شركات التأمين ارتفاعا بنسبة 5.35% مقارنة بسنة 2018 ليصل لمبلغ 146.259 مليار دج، هذا الارتفاع راجع للتنوع الإيجابي لأنواع التأمين على الأضرار والتأمين على الأشخاص اللذان شهدا ارتفاعا لما يقارب 6 مليار دج و1.5 مليار دج على الترتيب مقارنة بسنة 2018.

هذا وقد شهدت سنة 2020 انخفاضا بنسبة 5.22% مقارنة بسنة 2019 ليصل إنتاج شركات التأمين مبلغ 138.617 مليار دج، هذا الانخفاض سببه الرئيسي وباء كوفيد 19 الذي أثر على مختلف القطاعات الاقتصادية في العالم بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة.

وفي الجهة المقابلة فإن رقم أعمال سوق التأمينات تسيطر عليه الشركات العمومية بنسبة 60%، مقابل 25% للشركات الخاصة و5% للشركات المختلطة والباقي المحدد بنسبة 10% من نصيب التعاونيات، وقد شغلت شركة سلامة للتأمينات الجزائرية نسبة لم تتجاوز 4% من السوق باستقرار نسبي بلغ حدود 5 مليار دج وبنسبة تفوق 16% من رقم أعمال المؤسسات الخاصة العاملة في السوق الجزائري، وفيما يلي جدول يبين بالتفصيل رقم أعمال سوق التأمينات في الجزائر ومكانة شركة سلامة للتأمينات.

الجدول 1: رقم أعمال سوق التأمينات في الجزائر ومكانة شركة سلامة للتأمينات

الوحدة: مليار دج

2020		2019		2018		2017		
الحصة	المبلغ	الحصة	المبلغ	الحصة	المبلغ	الحصة	المبلغ	
3.30	4.558	3.68	5.377	3.75	5.20	3.62	4.787	سلامة للتأمينات
91.05	126.207	90.35	132.141	90.90	126.198	90	119.074	مجموع التأمين على الأضرار
8.95	12.410	9.65	14.118	9.10	12.629	10	13.253	مجموع التأمين على الأشخاص
100	138.617	100	146.259	100	138.827	100	132.327	مجموع التأمين المباشر

المراجع: المجلس الوطني للتأمينات، التقارير الإحصائية لسنوات 2017، 2018، 2019 و2020.

ب. حجم تعويضات شركة سلامة للتأمينات وحصتها من السوق

شهدت سنة 2017 و2018 استقرار في إجمالي تعويضات سوق التأمين الجزائري بمبلغ إجمالي في حدود 70 مليار دج، مقابل مايفوق 81 مليار دج سنة 2018 وهذا راجع بالدرجة الأولى لارتفاع حجم التعويضات على التأمين على الأضرار الذي ارتفع بأكثر من 10 مليار دج. في حين سنة 2020 سجلت 63.427 مليار دج فقط كإجمالي تعويضات ويعود ذلك للتوقف الدولي الذي فرضته جائحة كوفيد 19 وبالتالي توقف العديد من الأنشطة في الجزائر كذلك. بالمقابل سجلت شركة سلامة للتأمينات ارتفاعا نسبيا من سنة لأخرى في حجم التعويضات حيث بلغ هذا الارتفاع ما يقارب 1 مليار دج سنة 2020 مقارنة بسنة 2017 ليستقر عند 3.242 مليار دج ما نسبته 5.11% من حجم تعويضات سوق التأمين الجزائري، وفيما يلي جدول يبين تعويضات سوق التأمين في الجزائر ومكانة سلامة للتأمينات.

الجدول 2: تعويضات سوق التأمينات في الجزائر ومكانة شركة سلامة للتأمينات

الوحدة: مليار دج

2020		2019		2018		2017		
الحصة	المبلغ	الحصة	المبلغ	الحصة	المبلغ	الحصة	المبلغ	
5.11	3.242	3.65	2.971	3.33	2.438	3.23	2.262	سلامة للتأمينات
92.53	58.690	93.95	76.394	94.37	66.349	94.40	66.071	تعويضات التأمين على الأضرار
7.47	4.737	6.05	4.917	5.63	3.961	5.60	3.919	تعويضات التأمين على الأشخاص
100	63.427	100	81.311	100	70.310	100	69.990	مجموع التعويضات

المراجع: المجلس الوطني للتأمينات CNA، التقارير الإحصائية لسنوات 2017، 2018، 2019 و2020.

4.3. الوضعية المالية لشركة سلامة للتأمينات الجزائرية:

تعمل شركة سلامة للتأمينات الجزائرية على تحسين صورتها المالية من خلال قيامها بالاستثمارات سواء ما تعلق بالأصول أو التوظيفات المالية، ما يمكنها من تغطية مصاريفها العامة.

أ. التوظيفات المالية لشركة سلامة للتأمينات وحصتها من السوق

في إطار المردودية، فإن توظيفات شركات التأمين وإعادة التأمين شهدت تطورا ملموسا، حيث استقرت عوائدها سنة 2017 عند مبلغ 167 مليار دج، بينما استقرت عوائد شركة

سلامة للتأمينات من خلال التوظيفات المالية سنة 2017 عند حدود 5 مليار دج وهو ما يمثل أكثر من 3% من حجم عوائد شركات التأمين العاملة في السوق الجزائري، هذا وشهدت سنة 2020 رفع استثمارات شركة سلامة للتأمينات لمبلغ 6 مليار دج كأصول و3.5 مليار دج كتوظيفات مالية، (سلامة للتأمينات، 2022) هذا التراجع في حجم التوظيفات المالية ليس خاصا بشركة سلامة للتأمينات فقط وإنما بكل القطاعات بصفة عامة وقطاع التأمين بصفة خاصة جراء إنتشار فيروس كوفيد 19.

ب. مستوى تغطية المصاريف العامة لشركة سلامة للتأمينات بhamش التأمين

تتكون المصاريف العامة من مجموع نفقات التشغيل والنفقات المالية باستثناء الاهتلاكات والتعويضات، وقد شهدت شركة سلامة للتأمينات نسبة معتبرة في تغطية المصاريف العامة بhamش التأمين ليستقر عند نسبة 140% سنة 2017، ورغم التراجع الطفيف في نسبة تغطية المصاريف سنة 2020 إلا أن هذه النسبة لشركة سلامة للتأمينات مقبولة جدا على اعتبار أن معدل نسبة تغطية المصاريف العامة بhamش التأمين مستقر نسبيا على مستوى شركات التأمين في الجزائر في حدود 130% (CNA، 2020).

4. خاتمة:

إن فكرة التأمين فكرة قديمة من حيث التفكير فيه، وحديث من حيث التعامل معه، وفي ظل التغيرات والتحولات الاقتصادية والاجتماعية يظل الفرد دائما معرضا إلى الإصابة بالعديد من المخاطر، ويظل التأمين الوسيلة الوحيدة للتصدي والتخفيف من حدة هذه المخاطر، كونه وسيلة حماية وادخار ووسيلة تعاون مع الآخرين، وما شركات التأمين وإعادة التأمين إلا أدوات لتنظيم العمليات التأمينية وتسويقها، ويعد التأمين التكافلي بصورته النظرية علم متعدد الجوانب كغيره من العلوم، وتبلورت مادته ليشكل مكانة مرموقة تعمل على تقديم خدمة فيما بين أطراف المجتمع فهده هو التضامن والتعاون، وليس تحقيق الأرباح.

1.4. نتائج الدراسة:

من خلال هذه الدراسة استخلصنا النتائج التالية:

- صناعة التأمين التكافلي في الجزائر صناعة ناشئة من أهم خصائصها ضعف الانتشار، إذ تعتبر شركة سلامة للتأمينات اللبنة الأولى للتأسيس لهذا النظام في الجزائر؛

- سيطرت شركات التأمين العمومية على سوق التأمين في الجزائر
- نظرا للانتشار الواسع لشركات التأمين في سوق التأمين في الجزائر يصعب من تمركز شركة سلامة للتأمينات على المدى القصير؛
- عدم تكافؤ المنافسة بين شركة سلامة للتأمينات وشركات التأمين التجاري؛
- حققت شركة سلامة للتأمينات استقرارا على مستوى سوق التأمينات في الجزائر.

2.4. توصيات واقتراحات الدراسة:

- من خلال النتائج السابقة يمكن اقتراح مجموعة من التوصيات متمثلة فيما يلي:
- ضرورة تبني العمل بالتأمين التكافلي من طرف البنك المركزي وإلزام شركات التأمين بالتعامل به وترك الحرية للزبائن في الاختيار بين التأمين التكافلي والتأمين التجاري، كما هو الحال مع شبائيك التعاملات الاسلامية على مستوى البنوك التجارية؛
 - ضرورة عقد علاقات تعاون بحثية بين الجامعات ومراكز البحث التي تعنى بالتكافل الاسلامي لاختصار زمن تطبيق التأمين التكافلي؛
 - ضرورة عقد علاقات تعاون مع شركات تأمين دولية الفاعلة في مجال التأمين التكافلي كماليزيا، السعودية والإمارات...؛
 - ضرورة تسويق صناعة التأمين التكافلي كبديل للتأمين التجاري والتكيز على شرعية هذا النوع من التأمين، خاصة وأن المجتمع الجزائري جد متمسك بدينه وإسلامه، مع التعامل بالجودة والنوعية اللازمين لإعطاء أفضل صورة ممكنة لكل ما يتعلق بالخدمات الإسلامية؛
 - على اعتبار أن شركات التأمين التكافلي هدفها غير ربحي وبالتالي عليها تخصيص جزء من ميزانيتها سنويا في سبيل تمويل برامج التوعية بصناعة التكافل.
- هذا ويمكن اقتراح آفاق للبحث متمثلة في دراسات مقارنة بين واقع التأمين التكافلي في الجزائر وباقي الدول الإسلامية السبابة المطبقة لهذا النوع من التأمين لاستخلاص التحديات الواجب تسطيرها لنجاح تطبيقه وتعميمه وتجنب العراقيل التي تؤدي لفشله.

5. قائمة المراجع.

-أحمد سالم ملحم، (2012)، التأمين التكافلي -دراسة شرعية تبين التصور للتأمين التكافلي وممارسته العملية في شركات التأمين الإسلامية (الطبعة الأولى)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.

-المجلس الوطني للتأمينات CNA، (2020)، التقارير الإحصائية لسنوات 2017-2018-2019 و2020.

-إيمان بغدادي، سيف الدين كعبوش، (2021)، الإطار القانوني لتطبيق التأمين التكافلي في الجزائر، مجلة العلوم الإسلامية، 3(1)، على الموقع:

www.asjp.cerist.dz/en/article/168344 (consulté le 10/7/2022)

-دليلة حضري، جميلة بغداوي، (2012)، صناعة التأمين التكافلي الإسلامي في دول مختارة بين الواقع، الآفاق والتحديات، الملتقى الدولي السابع حول: الصناعة التأمينية: الواقع العملي وآفاق التطوير -تجارب دول، جامعة حسيبة بن بوعللي الشلف، الجزائر.

-رابح بريش، نصيرة محاجبية، فضيلة زواوي، (2021)، آليات إدارة المخاطر في شركات التأمين التكافلي "شركة سلامة للتأمين التكافلي نموذجاً"، مجلة أبحاث كمية ونوعية في العلوم الاقتصادية والإدارية، 3(2)، على الموقع:

www.asjp.cerist.dz/en/article/175736 (consulté le 17/7/2022)

-سلامة للتأمينات، (2022)، على الموقع:

salama-assurances.dz/a-propos/presentation/ (consulté le 27/7/2022)

-عبد الخليم غربي، (2010)، تقييم تجربة الخدمات المالية الإسلامية في السوق الجزائرية وآفاقها المستقبلية، الملتقى العلمي الدولي حول الخدمات المالية وإدارة المخاطر في المصارف الإسلامية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر.

-عبد الحميد البعلي، (2004)، أسس رئيسية للتأمين التعاوني التكافلي، منتدى التكافل السعودي الأول، جامعة جدة، المملكة العربية السعودية.

-عمر حوتيه، عبد الرحمن حوتيه، (2011)، واقع خدمات التأمين الإسلامي بالجزائر (مع الإشارة لشركة سلامة للتأمينات الجزائرية)، الملتقى الدولي الأول حول: الاقتصاد الإسلامي -الواقع ورهانات المستقبل، المركز الجامعي غرداية، الجزائر.

-فاطمة تواتي بن علي، (2018)، دور أموال الفائض التأميني في نمو وتطور صناعة التأمين التكافلي الإسلامي، مجلة دراسات اقتصادية، 12(03)، على الموقع:
(consulté le 7/7/2022)www.asjp.cerist.dz/en/article/62869

-قره داغي، علي محي الدين، (2009)، التأمين التعاوني ماهيته وضوابطه ومعوقاته، ملتقى التأمين التعاوني، الهيئة الاسلامية العلمية للاقتصاد والتمويل، رابطة العالم الاسلامي، الرياض.

-محمد سعدو الجرف، (2001)، الفكر الاقتصادي الاسلامي في مجال التأمين، الملتقى الدولي حول الصناعة التأمينية في العالم الإسلامي، جامعة الأزهر، مصر.

-محمد عيسى سالم شديد، (2018)، اتجاهات المستفيدين من خدمات التأمين التقليدي (التجاري) وخدمات التأمين الاسلامي (التكافلي) في منطقة جنوب الضفة الغربية: دراسة مقارنة، مجلة العلوم الاقتصادية، 13(1)، على الموقع:

www.asjp.cerist.dz/en/article/85672 (consulté le 10/7/2022)

-وليد سعود، (2011)، تجربة سلامة للتأمينات الجزائرية في تسويق التأمين التكافلي في السوق الجزائري، الملتقى الدولي حول: مؤسسات التأمين التكافلي والتأمين التقليدي بين الأسس النظرية والتجربة التطبيقية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر.

أثر توليد المعرفة على بناء الذاكرة التنظيمية -دراسة حالة مؤسسة سيدار
الحجار عنابة-

**The Impact of knowledge Creation Process on building
organizational memory - Case study in the Sider El hadjar
Foudation Annaba.**

بوفطيمة فؤاد

Boufetima Foued

مخبر النقل الإدارة والإمداد

جامعة باتنة 1 الحاج لخضر_الجزائر

foued.boufetima@univ-batna.dz

*كوال روفيا

Koual Roufia

مخبر اقتصاديات استثمارات الطاقات المتجددة

واستراتيجيات تمويل المناطق النائية

جامعة باتنة 1 الحاج لخضر_الجزائر

roufia.koual@univ-batna.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/31

تاريخ الاستلام: 2022/11/20

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى وجود أثر لعملية توليد المعرفة على بناء الذاكرة التنظيمية، حيث تم استخدام الاستبيان أداة لجمع البيانات اللازمة على متغيرات الدراسة، من خلال توزيعه على عينة عرضية بلغت 30 موظفا بمركب الحديد والصلب سيدار الحجار عنابة، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS 24 V. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد توليد المعرفة على الذاكرة التنظيمية، لنقترح في الأخير مجموعة من التوصيات أبرزها توفير نظام حوافز يشجع على توليد المعرفة بين مختلف المستويات الإدارية.

الكلمات المفتاحية: المعرفة؛ توليد المعرفة؛ الذاكرة التنظيمية؛ الحوافز.

تصنيفات JEL: D83; M10; M53; L 32.

Abstract :

The study aims to identify the impact of the effect of the process of generating knowledge on building organizational memory where the questionnaire was used as a tool to collect the necessary data on the variables of the study, through a random sample of 30 employees in the Sider El hadjar Foudation Annaba, and the data was analyzed using the SPSS 24 V program. The study concluded that there is a statistically significant effect of the dimensions of knowledge generation on organizational memory, to propose a set of recommendations, most notably the provision of an incentive system that encourages knowledge generation among the various administrative levels.

Keywords: Knowledge; Knowledge Creation Process; Organizational Memory, Incentives.

JEL Classification: D83; M10; M53; L32.

1. مقدمة:

تواجه المنظمات العديد من التحديات والتغيرات التكنولوجية والديناميكية التي تفرضها بيئة الأعمال، وفي ظل الثورة المعلوماتية والتكنولوجية وزيادة حدة المنافسة، كل هذا أصبح مرهونا بمدى قدرتها على امتلاك الموجودات المعرفية، وأضحى نجاحها يقاس في هذا الإطار لأن المعرفة من أهم الإستراتيجيات والأساليب الإدارية الحديثة التي تسهم في إحداث التغيير وتحقيق الميزة التنافسية.

تعد عملية توليد المعرفة من أهم عمليات إدارة المعرفة وأكثرها شيوعا واستخداما، وذلك لأنها تتضمن شراء وابتكار واكتساب المعرفة، إذ تعتبر أساسا لإنشاء والتقاط المعارف التي تميز المنظمة عن غيرها وابتكار المنتجات والخدمات الجديدة، وتطوير الأفكار والحلول الابتكارية، ونتيجة لذلك أصبحت المنظمات اليوم تهتم بتوليد المعارف واستثمارها لتكوين طرق وأساليب عمل جديدة وحل المشاكل بطرق مبتكرة، الأمر الذي حتم عليها الاهتمام بتخزين هذه المعارف فيما يعرف بالذاكرة التنظيمية.

نظرا لأهمية الذاكرة التنظيمية كونها المستودع الفكري الذي يتضمن تخزين واسترجاع معارف المنظمة للاستخدام المستقبلي خوفا من خسارتها لأسباب متعددة كدوران العمل أو الاستقالة أو الموت، إذ تساعدها على الحفاظ على خبراتها ومعارفها وتعزيز فعاليتها، كما تساعدها على التخلص من ممارسات الماضي وتطوير وابتكار ممارسات جديدة.

وانطلاقا من أهمية عملية توليد المعرفة ودورها المهم في التقاط واكتساب المعارف والحقائق الجديدة، جاءت هذه الدراسة للتعرض لأثر هذه العملية على الذاكرة التنظيمية في مؤسسة سيدار الحجر.

أ. الإشكالية: من خلال ماسبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى يوجد أثر لعملية توليد المعرفة على بناء الذاكرة التنظيمية في مؤسسة سيدار الحجر عناية؟

ب. فرضيات الدراسة:

للإجابة على الإشكالية تمت صياغة فرضيات الدراسة على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد توليد المعرفة على الذاكرة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.

ويتفرع من الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

- الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التنشئة الاجتماعية على الذاكرة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)؛
- الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التجسيد على الذاكرة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)؛
- الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الإستيعاب على الذاكرة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)؛
- الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التجميع على الذاكرة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

ج. أهداف الدراسة:

- إلقاء الضوء على مفهوم توليد المعرفة والذاكرة التنظيمية كأحد المفاهيم المعاصرة والمهمة؛
- التعرف على الدور الذي تلعبه عملية توليد المعرفة في إمداد المؤسسة بالمعلومات والخبرات الجديدة التي تساعد في فهم محيط الأعمال؛
- سعت هذه الدراسة إلى الوقوف على أهم الجهود المبذولة لبناء الذاكرة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة؛
- هدفت هذه الدراسة لتقديم اقتراحات وتوصيات لبيان مدى أثر توليد المعرفة على بناء الذاكرة التنظيمية في مؤسسة سيدار الحجار عناية.

د. أهمية الدراسة:

- تنبع أهمية الدراسة في كونها تعالج موضوع جديد، وتقوم بإلقاء الضوء على مفهومين في غاية الأهمية وهما توليد المعرفة والذاكرة التنظيمية، كما تلمس أهمية الدراسة في استهدافها مركب الحديد والصلب سيدار الحجار عناية والذي يحاول توليد المعارف الجديدة وتطوير الخدمات الجديدة، وتوثيق هذه المعارف باعتباره مصدر حيوي للميزة التنافسية.

هـ. منهج الدراسة:

- بناء على طبيعة الموضوع والأهداف المرجو تحقيقها من خلال الدراسة، فقد انتهجنا المنهج الوصفي التحليلي، معززا بجانب تطبيقي فقد تم الاعتماد على منهج دراسة حالة على عينة عشوائية من العاملين لدى مؤسسة سيدار الحجار عناية، وتم الاعتماد في ذلك على الاستبيان، أما من أجل معالجة البيانات فقد تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (24 .VSPSS)

الإطار النظري للدراسة.

1.2 ماهية توليد المعرفة

هي من المفاهيم الإدارية الحديثة التي تكيف المؤسسات مع تغييرات البيئة وتعزز من قدرتها على التحول إلى مؤسسات معرفية، وتضمن لها البقاء والنمو، فالأصول المعرفية تشكل محرك أساسي للتفوق والابداع وركيزة لتحقيق الميزة التنافسية التي ترفع من كفاءة المنظمة وتحسن من أدائها وتحقق لها التميز المستدام.

2.2 مفهوم توليد المعرفة:

تعد عملية توليد المعرفة من الاستراتيجيات الجديدة التي ساهمت في تغيير جذري للأوضاع وتحولات عميقة على كافة المستويات، وحظيت باهتمام الباحثين باختلاف تخصصاتهم ومجالاتهم يرى كل من Nonaka&Tekeuch " أن الأفراد هم الذين يكتسبون ويولدون ويبدعون المعرفة أي أن المنظمة لا تستطيع ذلك بدون الأفراد وبالتالي على المنظمة أن تحفز نشاطات اكتساب وتبادل وتوليد المعرفة". (العوفي، 2019، صفحة 60)

كما عرفها Loudon " أن المنظمات تحصل على المعرفة بعدة طرق اعتمادا على نوع المعرفة التي تبحث عنها فقد تحصل عليها من الوثائق والتقارير والتطبيقات الخاصة بالمنظمة أو من خلال تطوير شبكات الخبرة عبر الأنترنت بحيث يجد العاملون الخبرة في المنظمة التي تملك المعرفة". (الياسري و حسين، 2015، صفحة 61)

كما أشار Cofee "هي العملية التي تبدأ بفكرة يقدمها الفرد أو ابتدعها، حيث ان المعرفة موجودة في عقول المستخدمين ويتم توليدها من خلال أقسام البحث والتطوير والتفكير الإبداعي". (بعلي، 2016، صفحة 28)

وعليه فتوليد المعرفة من أهم عمليات إدارة المعرفة فهي مزيج من تجميع تنظيم وابتكار وأسر المعرفة، ووسيلة لخلق الأفكار والحقائق الجديدة وابتكار معارف ومنتجات جديدة وابداعية، بهدف تحقيق التميز للمنظمة من خلال انتقاء وتوظيف الموارد البشرية التي تتمتع بالخبرة والذكاء والابداع وتشجع على تبادل وتأمين المعرفة بهدف تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة وتحسين كفاءتها وتزويدها بطرق واستراتيجيات لحل مشاكلها.

وعملية توليد المعرفة هي اكتساب والحصول على المعرفة من مصادر داخلية وخارجية وذلك من خلال:

-استقطاب الكوادر ذات الخبرة والمهارة والكفاءة العالية؛

-تحويل المعارف الداخلية الضمنية الكامنة في عقول الافراد إلى معارف صريحة أي من المستوى الفردي إلى المستوى الجماعي من خلال توفير بيئة مناسبة بالتحفيز على التفاعل والمشاركة وتبادل الخبرات؛

-اكتساب المعارف من مصادرها الخارجية مما يدعم نشاطها الداخلي ويدعم مركزها التنافسي.(فني، 2019، صفحة 274)

3.2 أبعاد توليد المعرفة:

يرى كل من Nanoka&Takeuchi أن عملية توليد المعرفة تتم من خلال التفاعل المستمر والديناميكي بين المعرفة الضمنية والصريحة، فعملية توليد المعرفة تجعل المؤسسة أكثر تنافسية وديمومة ويقودها هذا إلى اكتساب معارف جديدة، كما أن هذه العملية تتم عبر ثلاث مستويات أساسية متمثلة في الرد وجماعته وبيئته.

-التنشئة الاجتماعية: يعني تحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة ضمنية، وتقوم هذه العملية على التفاعل الاجتماعي والمعرفي بين الأفراد والعمليات الثقافية المرتبطة بالأنشطة التنظيمية الجارية، من خلال التجارب والحوار والاجتماعات والنقاش مما يسمح لهم بتقاسم المعلومات والمعارف والأفكار وتبادل الخبرات في المناقشات الرسمية وغير الرسمية، وأثناء العمل والتدريب خارج العمل.

أوضح Nanoka أنه عادة ما تحدث هذه العملية في مرحلة التدريب المهني حيث أن الافراد يكتسبون المعارف والمهارات اللازمة لمزاولة عملهم من خلال التفاعل الاجتماعي وتبادل الخبرات ومن خلال الاجتماعات الغير رسمية في مكان العمل والثقة المتبادلة بينهم بالإضافة إلى تبادل الآراء وجهات النظر وليس من خلال الطرق التقليدية المتمثلة في الكتيبات المكتوبة أو الكتب التعليمية.(العماموي، 2018، صفحة 19)

-التجسيد: يعني تحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة صريحة، وتعتبر عملية جوهريّة لكونها تتبلور حول نشر وشرح المعرفة الضمنية الموجودة في عقول الأفراد إلى معرفة صريحة من خلال الحوار والتعاون، لتتجسد في شكل مفاهيم وكتب ووثائق ورسومات، فكون المعرفة ملموسة يسهل على المنظمة تبادل المعارف والخبرات كما يعمل على زيادة المعارف الجديدة.(يحيياوي و شوشان، 2017، صفحة 529)

-الإستيعاب: ويعني تحويل المعرفة الصريحة إلى معرفة ضمنية، تتضمن هذه العملية إثراء معارف الافراد الضمنية وإعادة تشكيلها وتشاركها لتكوين معارف جديدة، كما أنها ترتبط بعملية التعلم والخبرة والتجربة والخطأ، إذ تستخدم برامج التدريب والمحاكاة والقراءة ووثائق حول مهام العمل بتعزيز كفاءة استيعاب معرفة الأفراد، فتكرار أداء المهام والأعمال يؤدي إلى ترسيخها في ذاكرة وأعمال الأفراد وخلق معارف جديدة.(بن خليفة و معاليم، 2020، صفحة 361)

-التجميع: تعني تحويل المعرفة الصريحة إلى معرفة صريحة، حيث تتضمن جمع ومبادلة المعارف الصريحة من مصادر داخلية وخارجية للمنظمة، إعادة تشكيل البيانات والمعلومات المتوفرة وإعادة تنظيمها من خلال الاتصالات والمكالمات الهاتفية والوثائق لإعادة تصنيفها يؤدي إلى خلق معارف جديدة.

وعملية تجميع المعرفة تتضمن عدة مراحل:

-يتم جمع المعرفة من الصريحة من داخل وخارج المنظمة ليتم تجميعها جميعاً؛

-يتم نشر المعرفة الصريحة الكلية على كامل مستويات المنظمة من خلال العروض والاجتماعات؛

-يتم تحرير المعرفة الصريحة ومعالجتها داخل المنظمة، لجعلها أكثر فائدة وأكثر قابلية للاستخدام.(السعدي و مسعي، 2014، صفحة 129)

مفهوم الذاكرة التنظيمية.

يعرفهاHuber بأنها "المستودع الذي تخزن فيه معرفة المؤسسة من أجل الاستخدام المستقبلي". (جوادي و قبوقب، 2019، صفحة 298)

وعرفها كل منDieng&Palanyi بأنها " مجموعة من المعارف الصريحة التي تنتقل عن طريق اللغة والتي يمكن كتابتها وإيصالها عن طريق الكتابة أو عن طريق الوثائق، والضمنية التي يمتلكها الافراد ولا يدركونها ويصعب إضفاء الطابع الرسمي عليها". (قوسي و عنان، 2021، صفحة 195)

كما عرفهاFicher بأنها " نظم معلومات تستند إلى تسجيل العرفة لجعلها معرفة مفيدة للأشخاص والمشاريع من خلال التطبيقات الاجتماعية مستقبلا (Ogundare , Shonubi , & Oluleti , 2021, p. 04)

كما تعرف الذاكرة التنظيمية بأنها "العملية التي يتم من خلالها التقاط وتخزين البيانات والمعلومات والمعرفة الصريحة أو الضمنية وتخزينها المستودعات التنظيمية (Al-Hashem, Almasri, & Abu Orabi, 2021, p. 03).

تعتبر الذاكرة التنظيمية المستودع المعرفي الديناميكي الذي تخزن فيه المعارف والمعلومات والخبرات والحقائق والممارسات والقواعد من أجل الاستخدام المستقبلي والتي تساهم في بقاء واستمرارية المنظمة ويساعها على تقوية شخصيتها وهويتها.

1.3 أسباب تكوين الذاكرة التنظيمية

- تعتبر الذاكرة التنظيمية مستودع معرفي يساهم في زيادة فاعلية المنظمة وعماملا أساسيا في تحقيق الميزة التنافسية من خلال احتفاظها بمعارف وخبرات عمالها حتى بعد تركهم للمنظمة واسترجاعها عند الحاجة من أجل الاستخدام الحالي أو المستقبلي؛

- إن الاستخدام العالي للذاكرة التنظيمية يسهل عليها حل المشاكل واتخاذ القرارات المناسبة من خلال استحضار المعارف الماضية للتأثير بها على الأنشطة والأعمال الحالية؛

- تعد الذاكرة التنظيمية ضرورية لتشجيع عملية التعلم التنظيمي إذ تزيد من الوعي بعملية توثيق التجارب الناجحة والفاشلة للمنظمة، إضافة إلى مساعدتها على تجنب تكرار نفي الأخطاء والتكيف مع المتغيرات؛

- جعل العمل التنظيمي داخل المنظمة يتم بشكل مؤسسي أي لا فردي، فالعمل المؤسسي يدوم لفترة أطول من العمل الفردي، إذ أن فترة بقاء المنظمة أطول من فترة بقاء العاملين فيها. (شرفة و صوالحية، 2018، الصفحات 572-573)

وقد فرس Jean Yves Prax بأن مسألة الذاكرة التنظيمية مسألة حيوية حيث تمكن من:

- تجنب الحوادث المكلفة وتجنب إعادة حل المشكلات؛

- الحفاظ على هياكل وأجهزة حساسة تتعدى فترة حياة العاملين فيه؛

- تعتبر الذاكرة التنظيمية وسيلة لتخزين واسترجاع المعرفة وتتضمن المعرفة الصريحة والمعرفة الضمنية، وتساهم بشكل فعال في تعزيز فاعلية المنظمة من خلال توثيقها لمختلف خبراتها ومعارفها بأشكالها المختلفة. (عوادي، رحال، و بن خليفة، 2020، صفحة 191)

2.3 أهمية الذاكرة التنظيمية

يمكن ان نوجز أهمية الذاكرة التنظيمية فيما يلي:

-الذاكرة التنظيمية لها دور جوهري ومهم في تكوين شخصية المنظمة وثقافتها، باعتبارها مستودع تخزين الخبرات والمعارف وخصائص القدرات الجوهرية للعاملين المنتشرة والغير مهيكله؛
-تعمل الذاكرة التنظيمية على رفع كفاء وفعالية صنع القرارات، وتساعد المستخدمين على اتخاذ القرارات واسترجاع الحلول السابقة ومعالجة المشكلات الحالية، كونها تستوعب جميع المعارف وتقوم بتوجيهها لجعلها متاحة للمستخدمين عند الحاجة إليها؛
-القدرة على تمثيل التفكير السببي من خلال الهيكل المفاهيمي الذي يؤدي إلى المؤسساتية التي تقود إلى الابداع وتصنيف الموجودات المعرفية الجديدة في المؤسسة؛
-القدرة على استرجاع المعلومات المعتمدة على السياق التنظيمي تمثيلها في السياق المعرفي بالنسبة لمصادر المعلومات، خاصة فيما يتعلق بحل المشكلات والعمليات. (صالح، 2021، صفحة 32)

منهجية الدراسة الميدانية

1.4 أدوات جمع البيانات.

تم جمع البيانات الأولية من خلال الاعتماد على الاستبانة وقد تضمنت الاستبانة 03 محاور أساسية: محور يتناول البيانات الشخصية للمستجوبين، ومحور يتعلق بتوليد المعرفة كمتغير مستقل من خلال أربعة أبعاد (التنشئة الاجتماعية، التجسيد، الاستيعاب، التجميع). ويتعلق المحور الثاني بالذاكرة التنظيمية كمتغير تابع، حيث تم الاعتماد في قياس إجابات المستجوبين على سلم ليكارت ذو الخمس مستويات (موافق تماما، موافق، موافق إلى حد ما، غير موافق، غير موافق بشدة)، وتكون مجتمع الدراسة في كافة العاملين في مؤسسة سيدار الحجار عناية، وتم اختيار عينة عرضية بسيطة بلغ حجمها 30 عاملا، وقد تم اعتماد 30 استبانة قابلة للتحليل الإحصائي.

2.4 خصائص عينة الدراسة.

- الجنس:

الجدول 01: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
ذكر	16	53.3	01
أنثى	14	46.7	02
المجموع	30	100	/

المرجع: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج (SPSS V 24).

يوضح الجدول توزيع أفراس العينة وفقا لمتغير الجنس، حيث كانت الغالبية من الذكور بنسبة 53.3%، أما نسبة الاناث قدرت بـ 46.7% تعكس هذه النتيجة هيمنة الذكور على الوظائف الإدارية ومحدودية مشاركة لعمل المرأة في المناصب الإدارية العليا.

• العمر:

الجدول 02: توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
من 20 إلى أقل من 30 سنة	06	20	02
من 31 إلى أقل من 40 سنة	06	20	02
من 41 إلى أقل من 50 سنة	12	40	01
من 51 إلى أقل من 60 سنة	05	16.7	03
أكثر من 61 سنة	01	3.3	04
المجموع	30	100	/

المرجع: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج (SPSS V 24).

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر، حيث أن أعلى نسبة تقع في الفئة العمرية الثالثة (من 41 إلى أقل من 50 سنة) بنسبة 36.7%، حيث نجد تساوي في النسب للفئتين (من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة) وفئة (من 31 إلى أقل من 40 سنة) بنسبة 20%، تليها الفئة العمرية (من 51 سنة إلى أقل من 60 سنة) بنسبة 16.7%، وأخيرا الفئة العمرية (أكثر من 61 سنة) بنسبة 3.3%، تدل النتائج على التنوع العمري لأفراد عينة الدراسة

• المؤهل التعليمي:

الجدول 03: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل التعليمي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
أقل من ثانوي	01	3.3	04
تكوين مهني	02	6.7	03
جامعي	24	80	01
دراسات عليا	03	10	02
المجموع	30	100	/

المرجع: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج (SPSS V 24).

يتوضح من الجدول توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير المؤهل التعليمي، حيث أن نسبة عالية من المستجوبين في المقدمة مثلتها فئة جامعي بنسبة 80%، تليها نسبة ذوي المؤهل العلمي

دراسات عليا بنسبة 10%، ثم فئة تكوين مهني بنسبة 6.7%، وأخيرا فئة أقل من ثانوي بنسبة 3.3%، ويتضح مما سبق أن أغلبية المستجوبين من فئة جامعي وهذا يعكس الجانب الثقافي والعلمي الذي يتمتع به أفراد العينة.

• المنصب الوظيفي:

الجدول 04: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المنصب الوظيفي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
مدير	01	3.3	03
رئيس قسم	11	36.7	01
نائب رئيس قسم	11	36.7	01
أخرى	07	23.3	02
المجموع	30	100	/

المراجع: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج (SPSS V 24).

حسب معطيات الجدول رقم توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير المنصب الوظيفي، فإن فئتي المسمى الوظيفي " رئيس قسم " و " نائب رئيس قسم " في مقدمة الترتيب بنسبة 36.7%، تليها فئة المسمى الوظيفي "أخرى" بنسبة 23.3%، أما فئة المسمى الوظيفي "مدير" فقد احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 3.3%.

• الأقدمية:

الجدول 05: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الأقدمية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
أقل من 5 سنوات	09	30	02
من 5 سنوات إلى أقل من 10	03	10	04
من 10 إلى أقل من 15 سنة	05	16.7	03
من 15 سنة فأكثر	13	43.3	01
المجموع	30	100	/

المراجع: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج (SPSS V 24).

حسب البيانات يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير الأقدمية، والملاحظ أن عدد موظفي المنظمة محل الدراسة يتجاوز عدد سنوات الخدمة أكثر من 15 سنة بنسبة 43.3% في المرتبة الأولى، تليها فئة المستجوبين ممن لديهم أقل من 05 سنوات بنسبة 30%، ثم فئة المستجوبين الذين نحصر سنوات عملهم بين (من 10 إلى أقل من 15 سنة) بنسبة 16.7%، وأخيرا أصغر النسب ممن لديهم أقدمية بين (5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات) بنسبة 10

% وتشير النسب إلى أن أغلبية المستجوبين لديهم خبرة من 15 سنة فأكثر وهذا يدل على أنهم أكثر تمرسا ودراية بالعمل.

3.4 النتائج ومناقشة النتائج:

1.3.4 نتائج تحليل محاور عينة الدراسة:

يهدف الاطلاع وتحليل آراء واتجاهات عينة الدراسة قمنا بتلخيص توجهاتهم نحو كل بعد من أبعاد الدراسة على النحو التالي:

الجدول 06: الأوساط الحسابية والإنحرافات المعيارية الخاصة بمتغيرات الدراسة

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الإنحراف لمعياري	مستوى الموافقة
التنشئة الاجتماعية	4.13	0.655	مرتفع
التجسيد	3.43	0.822	مرتفع
الاستيعاب	4.19	0.986	مرتفع
التجميع	3.95	1.031	مرتفع
الذاكرة التنظيمية	4.22	0.706	مرتفع جدا

المراجع: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج (SPSS V 24).

من خلال قراءة النتائج الواردة في الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات عينة الدراسة حول العبارات المكونة لبعده التنشئة الاجتماعية دلت على مستوى موافقة مرتفع بإجمالي وسط حسابي قدر بـ 4.13، وإنحراف معياري قيمته 0.655، مما يدل على أن معظم المستجوبين للمؤسسة محل الدراسة، يتفقون على أهمية التفاعلات الاجتماعية والروتينية التي تسمح بدعم تبادل الخبرات وتبادل الأفكار وتسهيل التعلم.

كما تبين أن المتوسط الحسابي العام لبعده التجسيد بلغ 3.43، في حين بلغت قيمة الإنحراف المعياري 0.822، والذي يقابلها مستوى مرتفع من الموافقة، وتشير هذه النتيجة إلى عدم رضا العاملين في المؤسسة محل الدراسة عن عدم مشاركتهم في اتخاذ القرارات.

أما فيما يخص بعد الإستيعاب فقد جاءت فقرات هذا البعد في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 4.19، وإنحراف معياري قدر بـ 0.986 ودرجة موافقة مرتفعة، وهذا يدل على أن المؤسسة محل الدراسة تمتلك نظام رقمي متطور وتتوفر على مستواها الأدوات التكنولوجية الحديثة التي تدعم تنمية وتطوير اكتشاف المعرفة.

في حين بلغ المتوسط الحسابي العام لبعده التجميع 3.95 يقابله درجة موافقة مرتفعة، كما بلغ الإنحراف المعياري 1.031، وهو ما يعكس حرص المؤسسة على نشر وتوثيق نتائجها المعرفية للاستفادة منها في مجالات وأنشطة حالية أو مستقبلية.

فيما يتعلق ببعد الذاكرة التنظيمية فقد بينت نتائج التحليل موافقة بدرجة مرتفعة جداً، بمتوسط حسابي قدره 4.22 وانحراف معياري قدر بـ 0.706، وهذا يعني أن المؤسسة محل الدراسة تولي اهتماماً بالغاً لتشجيع ودعم موظفيها لتقديم الأفكار المبتكرة والمبادرات الناجحة عن طريق اللقاءات الرسمية والغير رسمية لتطوير العمل.

15.4 اختبار الفرضيات:

لإثبات فرضيات هذه الدراسة سيتم الاعتماد على تحليل الإنحدار البسيط لمعرفة وجود الارتباط بين المتغيرات ومعامل التفسير لتفسير بكم يساهم المتغير المستقل في تفسير المتغير التابع، من خلال ما يلي:

أ. الاختبار الاحصائي للفرضية الرئيسية:

من أجل اختبار الفرضية الرئيسية تم استخدام نتائج الإنحدار الخطي البسيط، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول 07: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

المتغير المستقل	معامل الارتباط	معامل التفسير R^2	معامل قيمة F	مستوى الدلالة (SIG)	مستوى الموافقة
توليد المعرفة	0.764	0.583	6.262	*0.000	الرفض

المراجع: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V 24).

يتبين من الجدول أعلاه:

معامل الارتباط r : بلغ معامل الارتباط 0.764، ويدل ذلك على وجود علاقة طردية قوية بين توليد المعرفة والذاكرة التنظيمية.

معامل التفسير (R^2): بلغت قيمة معامل التفسير 0.583، وبالتالي 58.3% من التغيرات التي تطرأ على الذاكرة التنظيمية سببها توليد المعرفة، والنسبة الباقية 41.7% تعود على متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة.

معامل قيمة (F): بلغت قيمة F 39.217، و قدرت مستوى الدلالة 0.000 وهي أقل من مستوى معنوية (0.05)، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، التي تنص انه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد توليد المعرفة على الذاكرة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$). "

ب. الاختبار الاحصائي للفرضيات الفرعية:

أما فيما يتعلق بتأثير كل أبعاد توليد المعرفة المكونة من (التنشئة الاجتماعية، التجسيد، الإستيعاب، التجميع) على الذاكرة التنظيمية قمنا باستخراج اختبار الانحدار الخطي البسيط كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 08: نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

مستوى الموافقة	مستوى الدلالة (SIG)	معامل قيمة F	معامل التفسير R ²	معامل الارتباط	المتغير التابع	المتغير المستقل
الرفض	*0.000	30.796	0.507	0.724	الذاكرة التنظيمية	التنشئة الاجتماعية
الرفض	*0.000	38.347	0.578	0.760	الذاكرة التنظيمية	التجسيد
الرفض	*0.000	32.446	0.537	0.733	الذاكرة التنظيمية	الاستيعاب
الرفض	*0.000	15.82	0.363	0.603	الذاكرة التنظيمية	التجميع

المراجع: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج (SPSS V 24).

يتضح من خلال الجدول أعلاه ما يلي:

- اختبار الفرضية الفرعية الأولى :

معامل الارتباط (F): توجد علاقة ارتباط طردية موجبة بين المتغير المستقل التنشئة الاجتماعية والمتغير التابع المتمثل في الذاكرة التنظيمية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 72.4%، وبالتالي فهذه النسبة تعتبر قوية.

معامل التفسير (R²): 50.7% من التغيرات التي تطرأ على المتغير التابع الذاكرة التنظيمية سببها المتغير المستقل التنشئة الاجتماعية وهي نسبة متوسطة، والنسبة الباقية 49.3% تعود إلى متغيرات أخرى لم تدخل نموذج الدراسة

جودة النموذج: فمن معامل قيمة فيشر (F) والتي بلغت نسبة 30.796 ومستوى الدلالة التي قدرت ب 0.000، وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي مفادها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده التنشئة الاجتماعية على الذاكرة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- اختبار الفرضية الفرعية الثانية :

تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباط قوية للتجسيد مع الذاكرة التنظيمية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.760، كما تبين نتائج الجدول من خلال معامل التفسير R^2 والذي بلغ 0.578، وبالتالي 57.8% من التغيرات التي تطرأ على الذاكرة التنظيمية سببها التجسيد، والنسبة الباقية 42.2% تعود إلى متغيرات أخرى لم تدخل نموذج الدراسة، كما نلاحظ أن قيمة (F) المحسوبة بلغت 38.347 عند مستوى الدلالة قدر ب 0.000، وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي مفادها " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد التجسيد على الذاكرة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)".

-اختبار الفرضية الفرعية الثالثة :

فيما يخص الفرضية الفرعية الثالثة أظهرت نتائج التحليل الإحصائي الموضحة بالجدول أعلاه، أنه توجد علاقة ارتباط طردية موجبة بين المتغير المستقل الاستيعاب والمتغير التابع المتمثل في الذاكرة التنظيمية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 73.3%، وبالتالي فهذه النسبة تعتبر قوية. أما معامل التفسير R^2 فقد قدرت قيمته ب 53.7%، وبالتالي 53.7% من التغيرات التي تطرأ على الذاكرة التنظيمية سببها الاستيعاب، والنسبة الباقية 46.3% تعود إلى متغيرات أخرى لم تدخل نموذج الدراسة، وتشير قيمة معامل قيمة فيشر (F) والتي بلغت نسبته 32.446 وقدرت مستوى الدلالة ب 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي مفادها "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الإستهيعاب على الذاكرة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة ($\alpha \leq 0.05$)".

-اختبار الفرضية الفرعية الرابعة :

من خلال النتائج الواردة في الجدول يتبين من خلال معامل الارتباط r أنه توجد علاقة ارتباط طردية موجبة بين التجميع و الذاكرة التنظيمية، حيث بلغت قيمته 60.3%، وبالتالي فهذه النسبة تعتبر قوية، أما معامل التفسير R^2 فقد بلغ 0.363، أي أن ما قيمته 36.3% من التغيرات التي تطرأ على الذاكرة التنظيمية سببها التجميع، والنسبة الباقية 63.7% تعود إلى متغيرات أخرى لم تدخل نموذج الدراسة، كما تؤكد قيمة فيشر (F) والتي بلغت نسبته 15.982 عند مستوى الدلالة التي قدرت ب 0.000، وهي أقل من مستوى المعنوية (\leq)

$\alpha=0.05$)، وبالتالي رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي مفادها "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده التجميع على الذاكرة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)".

6.4 النموذج الرياضي واستخلاص النتائج:

يعرض لنا الجدول رقم (09) اختبار T-Test لإختبار معنوية المعلمات، واستخلاص النموذج الرياضي الخاص بالدراسة:

النموذج	معدل الانحدار	قيمة اختبار T-Test	مستوى الدلالة	القرار الإحصائي
الثابت (a ₀)	0.997	2.085	*0.047	مقبول
توليد المعرفة (a ₁)	0.518	3.720	*0.01	مقبول

المراجع: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج (SPSS V 24).

يمكن التعبير عن العلاقة بين توليد المعرفة والذاكرة التنظيمية وفق النموذج الرياضي كما يلي:

$$Y_i = 0.518X_i + 0.997$$

بحيث: b_0 قيمة الثابت

يتضح من نتائج الجدول أعلاه أن كل تحسن أو زيادة في توليد المعرفة بوحدة واحدة يؤدي إلى التحسين في الذاكرة التنظيمية بـ 0.518 وحدة.

خاتمة

لقد حاولت هذه الدراسة إعطاء صورة عن عملية توليد المعرفة بأبعادها الأربعة (التنشئة الاجتماعية والتجسيد والإستيعاب والتجميع)، باعتبارها من أهم عمليات إدارة المعرفة خاصة في ظل التطورات المتسارعة وتعاضم دور الأصول الغير ملموسة، فهذه العملية لها دور كبير في إثراء المخزون المعرفي للمنظمة بما يضمن لها البقاء والاستمرارية، ومحاولة معرفة العلاقة بينها وبين الذاكرة التنظيمية كونها وسيلة فعالة لتسيير مستقبل المنظمة من خلال الاحتفاظ بأهم معارفها وخبراتها.

ومما سبق فإن هذه الدراسة بحثت حول أثر توليد المعرفة على الذاكرة التنظيمية في مؤسسة سيدار الحجار بولاية عنابة، وقد تبين ان أثر توليد المعرفة على الذاكرة التنظيمية يختلف باختلاف ابعادها.

وعلى ضوء ما سبق توصلت الدراسة على مجموعة من النتائج يمكن إجمالها فيما يلي:

- أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائياً بين أبعاد توليد المعرفة (التشعُّب الاجتماعي، التجسيد، الإستيعاب) وبين الذاكرة التنظيمية لدى العاملين في مؤسسة سيدار الحجر لولاية عناية؛
- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتوليد المعرفة على الذاكرة التنظيمية في مؤسسة سيدار الحجر عناية بنسبة 58.3%؛
- من خلال دراسة تبين أن مؤسسة سيدار الحجر يتمتع بمستوى مرتفع جداً للذاكرة التنظيمية وهذا بمتوسط حسابي قدره 4.22؛
- يؤكد الموظفون محل الدراسة على أن المؤسسة تولي اهتماماً بالغاً ومميزاً بتشجيع تبادل الأفكار والمقترحات والخبرات في ظل بيئة عمل تساعد على التفاعل الاجتماعي فيما بينهم؛
- بينت النتائج أن المؤسسة محل الدراسة تحرص على تفجير طاقات وإمكانيات موظفيها من خلال الاستماع لآرائهم ومقترحاتهم بما يساهم في نقل وتحويل معارفهم الضمنية إلى معارف صريحة بما يتيح لهم إبراز طاقاتهم وتحسين مستواهم المعرفي
- أظهرت نتائج الدراسة أن المؤسسة تسعى لمواكبة تطورات العصر من خلال امتلاكها للأدوات والوسائل التقنية والتكنولوجية التي تسهل خلق المعارف الجديدة؛
- تهتم المؤسسة محل الدراسة بنشر وتوثيق نتائجها المعرفية لزيادة وعي موظفيها بأهمية توليد المعرفة وتشجيعهم على تطوير قدراتهم ومهاراتهم لخلق أفكار إبداعية جديدة؛
- بينت نتائج الدراسة أن المؤسسة تركز على الاحتفاظ بالمعرفة في مخازن ذكرائها، بشكل يمكن من الرجوع إليها من خلال تكثيف اللقاءات والاجتماعات التي تسهل الوصول إلى أفكار جديدة.

الاقتراحات:

- وفي إطار هذه الدراسة والنتائج المتوصل إليها يمكن الخروج بالاقترحات التالية:
- ضرورة تحفيز العاملين وتقدير جهودهم من خلال وضع نظام حوافز يشجع على اكتساب وابتكار المعارف الجديدة؛
- تشجيع العاملين على تبادل المعارف والخبرات والعمل بروح الفريق وتشجيع العمل الجماعي؛

- توفير صلاحيات أكبر للعاملين للمشاركة في صناعة القرارات ؛
- ضرورة إقامة المواقع الالكترونية والاجتماعات والندوات لتشجيع نشر نتائج العاملين الناجحة والاستفادة من تجاربهم المتميزة؛
- ضرورة زيادة الجهود التقنية والتكنولوجية الامر الذي يسهم في اكتشاف المعارف الجديدة لتواكب التغييرات المستمرة؛
- ضرورة العمل على وضع استراتيجية واضحة والمناخ التنظيمي المناسب لتنظيم وتشجيع الأفكار الجديدة، لتعزيز قدراتهم على الابداع والابتكار وتطوير خبراتهم ومهاراتهم ؛
- العمل على تسخير أنظمة الاتصال ونظم المعلومات التي تضمن الوصول إلى مستويات عالية من حيث حفظ وتخزين المعارف والأفكار الإبداعية؛
- ضرورة تعزيز مخزون الذاكرة التنظيمية بالمعرفة حول عملائها بما يرفع من مستوى التنبؤ بالتصاميم التي تلي احتياجاتهم.

قائمة المراجع.

-المراجع باللغة الأجنبية:

1. Al-Hashem, A., Almasri , A., & Abu Orabi , T. (2021). The mediation role of the organizational memory in the relationship between knowledge capturing and learning organization. *Cogent Business & Management, volume 08, issue 01* .
2. Ogundare , O. S., Shonubi , A. O., & Oluleti , D. J. (2021). The Nexus Between Organizatinal Memory And Organizational Performance Astudy Of Kresta Laurel Company In Lagos State Nigeria. *Nigeria Journal Of Management Sciences, volume 22 ; issue 02*.

-المراجع باللغة العربية

3. أسماء شرفة، و الزهرة صوالحية. (2018). المسؤولية البيئية في الذاكرة التنظيمية للمؤسسة دراسة ميدانية مؤسسة فرتبال عناية. *حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 11 ، العدد 05 ، الصفحات 561-584*.
4. العماوي، ص. ع. (2018). أثر عمليات توليد المعرفة على سلوك الأداء الابتكاري الدور الوسيط لرأس المال النفسي في البنوك التجارية الأردنية. *رسالة ماجستير .كلية الأعمال، قسم إدارة الأعمال، عمان، الأردن، :جامعة الشرق الأوسط .*
5. العوفي، أ. (2019). واقع تطبيق عمليات إدارة المعرفة في جامعة طاهري محمد بشار. *مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 04، العدد. 03، pp. 493-506*.

6. الياسري، أ.م. &، حسين، ظ. ن. (2015). مفاهيم معاصرة في الإدارة الاستراتيجية ونظرية المنظمة (Vol.1) الطبعة الأولى. (عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع).
7. بعلي، ح. (2016). دور تكنولوجيا المعلومات المساندة لإدارة المعرفة في خلق ميزة تنافسية دراسة حالة عينة من البنوك العاملة في ولاية عنابة، أطروحة دكتوراه. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
8. بلقاسم جوادي، و عيسى قبوقب. (2019). توجه الذاكرة التنظيمية وعلاقته باعداد السيناريوهات المستقبلية للمنظمة دراسة استطلاعية على عينة من عمال مديرية توزيع الغاز الكهرباء والغاز بولاية الأغواط. مجلة علوم الانسان والمجتمع، المجلد 08، العدد 02، الصفحات 289-316.
9. بن خليفة، أ.م. &، معالم، س. (2020). دراسة تحليلية لأثر توليد المعرفة على تعزيز الابداع التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة Casnos الوادي، مجلة الباحث الاقتصادي. مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 08، العدد 02، pp. 357-371.
10. رجال السعدي، و سمير مسعي. (2014). خلق المعرفة في المنظمات بالتطبيق على نموذج SECI. مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 04، العدد 02، الصفحات 115-137.
11. رشا مهدي صالح. (حزيران، 2021). دور الذاكرة التنظيمية في تعزيز الإرتجال التنظيمي بحث تحليلي لأراء عينة من القادة في مديرية شرطة محافظة البصرة. مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد 10، العدد 38.
12. سميرة قوسي، و فاطمة الزهراء عنان. (2021). تأثير خصائص عمال المعرفة على تطوير الذاكرة التنظيمية للمؤسسة دراسة ميدانية في مؤسسة سيدار الحجار عنابة الجزائر. مجلة دراسات و أبحاث اقتصادية في الطاقات المتجددة، المجلد 08، العدد 02، الصفحات 187-211.
13. فني، ف. (2019). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات إدارة المعرفة بالمصارف العمومية الجزائرية دراسة تطبيقية على عينة من قيادات بنوك عمومية جزائرية. مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 04، العدد 02، pp. 269-282.
14. مصطفى عوادي، نصر رحال، و أحمد بن خليفة. (2020). تفعيل الذاكرة التنظيمية في تعزيز رأس المال الفكري. مجلة دراسات وأبحاث اقتصادية في الطاقات المتجددة، المجلد 07، العدد 02، الصفحات 187-212.
15. يحيوي، ن. &، شوشان، س. (2017). دور عمليات إدارة المعرفة في بناء وتطوير قيادة مبدعة دراسة حالة مجمع كوندور برج بوغريج. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية) العدد (07)، 526-541.

– حوكمة تكنولوجيا المعلومات – تقنية الكوبيت 5 أنموذجا –
Information technology governance - COBIT 5 as a model –

بلعبيدي عبد الله

Belaidi Abdellah

جامعة عباس لغرور خنشلة – الجزائر –

belaidi.abdellah@univ-khenchela.dz

* قوريش زكرياء

Korriche Zakaria

جامعة عباس لغرور خنشلة – الجزائر –

مخبر: حاضنات المؤسسات والتنمية المحلية

korriche.zakaria@univ-khenchela.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/16

تاريخ الاستلام: 2022/12/06

الملخص:

في ظل ثورة المعلومات والتحول الرقمي تسعى منظمات الأعمال والمؤسسات بمختلف توجهاتها إلى التكيف الإيجابي مع محيطها خاصة ما تعلق بالإستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة والتحكم فيها، وهذا يقودنا إلى ما يعرف بحوكمة تكنولوجيا المعلومات، ومن خلال بحثنا تطرقنا إلى العديد من المفاهيم والتصورات النظرية في مجال حوكمة تكنولوجيا المعلومات IT Governance بالإضافة إلى أهم محاورها، أهدافها وأهميتها، كما تطرقنا إلى تقنية الكوبيت 5 (COBIT 5) بإعتبارها من أهم النماذج للوصول لحوكمة تكنولوجيا المعلومات، وخلصت دراستنا في الأخير إلى أهمية تحقيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات داخل المؤسسات.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، حوكمة تكنولوجيا المعلومات، كوبيت 5.

تصنيف JEL: A2,J24

Abstract :

In light of the information revolution and digital transformation, business organizations with different orientations seek to adapt positively to their surroundings, especially those related to the optimal use of modern technology, and this leads us to what is known as IT governance, in our research. We touched on many theoretical perceptions in the field of information technology governance in addition to its most important axes, objectives and importance, and we also touched on COBIT 5 technology as one of the models for accessing information technology governance, and we concluded our study referring to the importance of achieving information technology governance within organizations.

Key words: Digital Transformation, IT Governance, COBIT 5

JEL classification codes: A2,J24

* المؤلف المرسل

1. مقدمة:

تستهدف منظمات الأعمال والمؤسسات في الوقت الراهن محاولة التكيف مع ثورة المعلومات والتكنولوجيا الحديثة التي برزت كمرتكز أساسي في زيادة حدة التنافسية، وتسعى المنظمات من خلال التحول الرقمي البحث عن الإستغلال الأمثل للأنظمة والبرامج والتقنيات الحديثة للرفع من الأداء وطرق قياسه وتحقيق المزايا التنافسية في تسيير مختلف عملياتها، وكذا في مساعدة القائمين عليها في عملية إتخاذ القرارات والقيام بالممارسات الصحيحة بناء على أسس وأنظمة تقنية تتميز بدرجة كبيرة من الحكامة والرشد، ومن هذا المنطلق ظهر مفهوم حوكمة تكنولوجيا المعلومات IT Governance وهذا المفهوم تزايد الإهتمام به بإعتباره محور من محاور الحوكمة عموما لدوره في إرساء مبادئها تقنيا وكأحد القواعد التي تساهم في تطبيق أسس ومعايير الحوكمة الجيدة من خلال بناء أنظمة معلومات ومنصات رقمية لتعزيز الشفافية و معالجة البيانات وتحليلها ولقياس الأداء وتقييمه وتقويمه.

ومن خلال ما سبق يمكن طرح إشكالية الدراسة كما يلي :

• ماذا نقصد بحوكمة تكنولوجيا المعلومات؟ وماهو معيار الكويت COBIT؟ وما المزايا التي يقدمها ليعتبر واحد من أهم النماذج التي تساعد المنظمات والمؤسسات في تحقيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات ؟

- فرضيات الدراسة :

- تتعلق حوكمة تكنولوجيا المعلومات بكل ما يعني ويصب في توفير، إستغلال وإدارة وكذا التحكم في تكنولوجيا المعلومات بالمؤسسة.
- هناك العديد من المعايير والنماذج التي تساعد الإدارة التنفيذية في المؤسسة لتحقيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات .
- يقدم معيار الكويت 5 مزايا هامة تساعد في تحقيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات بالمؤسسة .

- أهمية الدراسة :

تتأني أهمية البحث من خلال تناوله لموضوع حوكمة تكنولوجيا المعلومات كموضوع مهم وحديث نوعا ما ، تزايد الإهتمام الدولي به لأنه يتماشى وما يشهده العالم من تطور في التقنيات المعلوماتية والتكنولوجيا، وكذا دراسة بعض النماذج التي تساعد المؤسسات في تحقيق الحوكمة وبالذات حوكمة تكنولوجيا المعلومات.

- أهداف البحث :

- إلقاء نظرة عامة على الإطار المفاهيمي والنظري لمصطلح حوكمة تكنولوجيا المعلومات.
- إبراز أهمية حوكمة تكنولوجيا المعلومات وأهم أهدافها وكذا بعض المعوقات التي تواجه عملية تطبيقها.
- توضيح بعض التقنيات المستخدمة في تحقيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات وتم دراسة معيار الكوبيت 5 (COBIT5) كنموذج .

- منهجية البحث :

للإجابة على إشكالية البحث سنعتمد من خلال الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الموافق لعرض الإطار النظري المتعلق بالموضوع ووصفه من خلال جملة من المفاهيم.

- الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع البحث وستتطرق لبعضها فيما يلي :

- الدراسة الأولى : تقييم مستوى حاكمية تكنولوجيا المعلومات في جامعة الطائف باستخدام مقياس كوبيت (محمود العتيبي 2014)

هدفت الدراسة إلى تقييم مستوى حوكمة تكنولوجيا المعلومات في جامعة الطائف بالسعودية باستخدام نموذج كوبيت، من خلال تقييم طريقة استخدام تكنولوجيا المعلومات للجامعة وقياس القواعد الموضوعية من أجل ضمان أكبر كفاءة وفاعلية للتقنيات المستخدمة ومواجهة الإختراقات ومحاولات التأثير على الموارد التقنية للجامعة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن تقنيات المعلومات في الجامعة تتوفر فيها أبعاد حاكمية تلك التكنولوجيا وفقاً لنموذج كوبيت.

- الدراسة الثانية: إمكانية تطبيق إطار كوبيت COBIT لتحسين أداء منظمات

الأعمال في سورية -دراسة تطبيقية - (محمد عدنان عوكل 2018)

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد متطلبات و قابلية تطبيق إطار كوبيت في منظمات الأعمال السورية لتحسين أداءها والتعرف على الإطار وصعوبة تطبيقه ومعرفة آليات وطرق القياس الخاصة به من خلال نموذج النضوج المرتبط ببطاقة الأهداف المتوازنة الاستراتيجية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات، حيث وجد وصل الباحث إلى أن إطار كوبيت مطبق في منظمات

الأعمال في سورية وبمستويات متفاوتة وأدى تطبيق الإطار الخاص بحوكمة تكنولوجيا المعلومات إلى تحسين أداء مختلف العمليات داخل المنظمات كالتقييم والتوجيه والمراقبة الخاصة بحوكمة تقنيات المعلومات، وكذلك إلى تحسين أداء عمليات الموائمة و التخطيط والتنظيم والاستحواد والبناء والتنفيذ وتقديم الخدمات والصيانة والدعم والمراقبة والتقييم وتقدير التوافقية الخاصة بإدارة تقنيات المعلومات.

• الدراسة الثالثة : نحو حوكمة تكنولوجيا المعلومات بالإعتماد على مجالها

الإستراتيجية (محمد مصطفى حسين، زيد فوزي أيوب 2018)

هدف البحث إلى دراسة حوكمة تكنولوجيا المعلومات بالإعتماد على المجالات الإستراتيجية التي تعد أساسية في المنظمة، والتحقق من وجود هذه المجالات في عينة البحث، و قد تم إعتداد منهج دراسة حالة في شركة Speed Way للإتصالات وخدمات الأنترنت. من خلال دراسة الحالة توصل الباحثان إلى جملة من الإستنتاجات النظرية والميدانية، و من أهمها أن إدارة الشركة عينة البحث لا تمتلك فكرة عن موضوع حوكمة تكنولوجيا المعلومات ومجالها الإستراتيجية والسبب في ذلك قد يكون المنافسة القوية القائمة بين الشركات العاملة في هذا المجال.

- التعريفات الإجرائية :

من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة وكذا على المفهوم العام لحوكمة تكنولوجيا المعلومات ولنموذج الكويت إستخلصنا التعريفات الإجرائية التالية:

• حوكمة تكنولوجيا المعلومات Information technology Governance:

حوكمة تكنولوجيا المعلومات هي كل مايمس إستخدام ، إدارة وتسيير تكنولوجيا المعلومات بالمؤسسة حيث من خلال تطبيقها تسعى المؤسسات الى توفير تكنولوجيا المعلومات بالشكل اللازم كما ونوعا مع ضمان التسيير الجيد لها، بالإضافة إلى ربط أهداف هذه التكنولوجيا المعلوماتية بالأهداف الإستراتيجية للمؤسسة .

• نموذج الكويت Cobit:

يعتبر نموذج الكويت أحد المعايير أو النظم التي تستخدمها الإدارة العليا في المؤسسات لتحقيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات بما والتي تسمح لها بوضع إستراتيجية لتوفير وتعزيز العمل بتكنولوجيا المعلومات وقياس مدى كفاءة ومردودية هذه التكنولوجيا في تحقيق أهداف المؤسسة.

• العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال TIC ونموذجِ الكويت Cobit:

نموذج الكويت لحوكمة تكنولوجيا المعلومات الذي تم إبتكاره من قبل جمعية تدقيق ومراقبة أنظمة المعلومات ISACA بغية توجيه أهداف تكنولوجيا المعلومات والإتصال لتتوافق والأهداف الإستراتيجية للمؤسسة، أي أن نموذج الكويت يمكن إعتبره أداة لتحقيق أفضل أداء لتكنولوجيا المعلومات والإتصال التي تستخدمها المؤسسة، والتي تسمح لها بتحقيق الحوكمة في هذا المجال من خلال مجموعة من المبادئ والمعايير والمكونات التي يتضمنها نموذج الكويت، ما يضمن المزيد من الكفاءة في مردودية تكنولوجيا المعلومات وتقليل المخاطر الناتجة عن التقنيات المعلوماتية إلى أقل حد ممكن .

– أقسام الدراسة :

- معالجة الموضوع تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى قسمين أساسيين كما يلي :
- القسم الأول : الإطار النظري لحوكمة تكنولوجيا المعلومات IT Governance.
- القسم الثاني: دراسة نموذج الكويت 5 لحوكمة وإدارة تقنيات وتكنولوجيا المعلومات.

2. الإطار النظري لحوكمة تكنولوجيا المعلومات IT Governance:

يعتبر مفهوم حوكمة تكنولوجيا المعلومات مفهوما حديثا تعزز الإهتمام به مع تزايد دور تقنيات المعلومات في خلق ميزات تنافسية للمؤسسات وكذلك مع تزايد المخاطر الناجمة عن التحول الرقمي .

1.2 تعريف حوكمة تكنولوجيا المعلومات:

يوجد العديد من المفاهيم والتعاريف لحوكمة تكنولوجيا المعلومات فقد عرفها معهد حوكمة تكنولوجيا المعلومات IT Governance Institute (ITGI) بأنها "مسؤولية مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية، كما أنها جزء لا يتجزأ من حوكمة المؤسسة، وتتكون من الهياكل والعمليات القيادية والتنظيمية التي تضمن أن تكنولوجيا المعلومات بالمنظمة تدعم وتوسع إستراتيجياتها وأهدافها" (Zahi Jamal, Belhaj Aadil, 2018, p. 97)

كما تعرف على أنها "القدرة التنظيمية لرقابة الصياغة والتطبيق لإستراتيجية تكنولوجيا المعلومات والتوجيه إلى اتجاه مناسب من أجل تحقيق ميزات تنافسية" (عديسة شهرة، علي موسى أمال، 23-24 افريل 2018، صفحة 08)

كما عرفت حسب المعيار الدولي لحوكمة تكنولوجيا المعلومات الإيزو 38500 (ISO/ IEC38500) بأنها " النظام الذي يتم من خلاله توجيه الإستخدام الحالي والمستقبلي لتكنولوجيا المعلومات والتحكم فيه، بحيث يتضمن تقييم وتوجيه خطط إستخدام تكنولوجيا

المعلومات لدعم المؤسسة ومراقبة هذا الاستخدام لتحقيق خطتها" (Mohamad S, Toomey M, 2015, p. 4)

2.2 المحاور الرئيسية لحوكمة تكنولوجيا المعلومات:

ترتكز حوكمة تكنولوجيا المعلومات على إعداد إستراتيجية لإستغلال أنظمة المعلومات والتكنولوجيا وتوفيرها في المؤسسات بالقدر الكافي والملائم ، وكذا وضع طريقة مناسبة للرقابة وكذا تقييم وتوجيه هاته تكنولوجيا بما يسمح بالإستغلال الأمثل لها وبتحقيق مختلف أهداف المنشآت.

وفيما يلي سنتطرق إلى المحاور الرئيسية لحوكمة تكنولوجيا المعلومات: (غضبان، 2015، الصفحات 273-274)

- **تدقيق نظم المعلومات** : حيث تأتي أهمية نظم المعلومات المستعملة داخل المؤسسات كإستراتيجية هامة لضمان التعامل السليم والفعال مع المعلومات وهذا من جانب توافر المعلومة ، سريتها وتكاملها.

- **إدارة مخاطر نظم المعلومات والإلتزام** : حيث في هذا الجانب يتم تحديد المخاطر والتهديدات التي يمكن أن تتعرض لها الأنظمة و موارد المعلومات التي تستخدمها المؤسسات لتنفيذ أهدافها، ومنه وجب العمل على إتخاذ الإجراءات والخطوات العملية المناسبة لتدنية هذه المخاطر، وبالتالي تقديم حل ناجح وناجع لإدارة مخاطر المعلومات من خلال منهجيات تم إثبات نجاحها وإتباع أفضل الممارسات المهنية في هذا الجانب .

- **إدارة أمن وخصوصية المعلومات** : لضمان تطبيق سليم لأمن وسرية المعلومات للعملاء ، يجب تفعيل عملية مراجعة وتقييم الشبكات والأنظمة العاملة لدى المؤسسة ، وتدقيق البنية التحتية للأنظمة المعلوماتية وتصميماتها، وهذا لتلبية الإحتياجات الضرورية لأمن وسرية المعلومات ، حيث يمكننا في هذا الجانب التنويه إلى أهمية الإجراءات التالية:

- حلول أمن وسرية المعلومات.
- تخطيط وتصميم نظم أمن المعلومات .
- إكتشاف ومراقبة الإختراق.
- تقديم حلول للمنازعات والتحقيقات التشريعية المرتبطة بتطبيقات الحاسب الآلي.

- إنتقاء تطبيقات البرامج ومورديها: وفي هذا الجانب لابد من الإشارة إلى ضرورة متابعة التنفيذ من خلال الإشراف على فعالية النظم والتطبيقات التي تم شراؤها داخل المؤسسة ، بالإضافة إلى التأكد من كفاءة تشغيلها وإستخدامها وتحديد أولويات التشغيل داخل مختلف الإدارات والمصالح وتحديد المسؤولية المترتبة عن هذا التشغيل.

3.2 أهداف حوكمة تكنولوجيا المعلومات :

تسعى المؤسسات ومنظمات الأعمال من خلال تجسيد حوكمة تكنولوجيا المعلومات إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما يلي : (خولة بنت عبد الله، سامية بنت تراحيب، 2021، صفحة 198)

- تحقيق الانسجام بين إستراتيجية التحول الرقمي وإستراتيجية المؤسسة من خلال التأكد من أن كل نشاط من أنشطة تكنولوجيا المعلومات يدعم أحد عمليات المؤسسة.
- التأكد من أن الإستثمارات في تكنولوجيا المعلومات تساعد المؤسسة في تحقيق أهدافها التنظيمية والإستراتيجية .
- تحديد أولويات تطبيق مبادرات التحول الرقمي ، بحيث يمنح الأولوية في المشاريع التي تقدم قيمة إضافية وميزة تنافسية للمؤسسة .
- تحديد دور ومسؤولية ونطاق إستخدام تكنولوجيا المعلومات .
- توفير مجموعة من المعايير والمبادئ المناسبة لتكنولوجيا المعلومات وذلك إستنادا إلى المعايير العالمية الصادرة عن المنظمات الدولية المعتمدة.
- الموازنة بين المخاطر والفوائد الناتجة عن إستخدام تكنولوجيا المعلومات من خلال تحسين وتطوير العمليات الأساسية بحيث تسهم في تحقيق أهداف العمل .
- توفير فرصا للتطوير والتجديد وخفض التكاليف والأخطار والخسائر بالنسبة للإستثمارات في التقنية مرتفعة الكلفة.
- إدارة المخاطر وحالة عدم التأكد الناجمة عن التحول الرقمي وإستخدام تكنولوجيا المعلومات، من خلال تحديد الهدف ونطاق ووظيفة كل نشاط يعتمد على تكنولوجيا المعلومات بشكل دقيق وهذا لتسهيل عملية مراقبتها والسيطرة عليها بما يضمن تحقيق أهداف المؤسسة التنظيمية والإستراتيجية والتقليل من المخاطر المحتملة.

4.2 أهمية حوكمة تكنولوجيا المعلومات :

تظهر أهمية حوكمة تكنولوجيا المعلومات من خلال القيمة المضافة التي تمنحها لأصحاب المصالح في المنشآت من أصحاب القرار و الموظفين إلى العملاء والسلطة والتي تظهر جليا في النقاط التالية: (رشوان عبد الرحمان، محمد سليمان، 2017، صفحة 13)

- تحديث ، تطوير وإدارة النظم التكنولوجية والمعلوماتية.
- تطوير إستخدام تكنولوجيا المعلومات وكذا الفحص التشغيلي والإستراتيجي للأنظمة.
- تنمية وتطوير إدارة التطبيقات والنظم التكنولوجية للمعلومات بما يخدم أهداف المؤسسة.
- تحديد الأساليب والمناهج والوسائل العملية المرتبطة بالرقمنة.
- ضمان الإستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات لمختلف الأقسام وأنشطة الأعمال التي تسمح برفع الفعالية والكفاءة الإنتاجية.
- تحديد أفضل الممارسات في مجال تطوير الأنظمة المعلوماتية وإستخدام الرقمنة .
- زيادة القدرات التكنولوجية لجذب الإختراعات والإبتكارات وتوصيل المنافع الموجودة.
- تطوير مؤشرات الأداء الرئيسية وكذا مؤشرات قياسه وتقويمه.

5.2 مقومات ومتطلبات نجاح حوكمة تكنولوجيا المعلومات :

تحتاج عملية تطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات والمنشآت متطلبات ومقومات عديدة، وشروط لا بد من توفرها لنجاح تجسيدها نذكر منها مايلي: (اليازجي، 2018، صفحة 13)

- تحقيق المواءمة بين الإستراتيجية العامة للمؤسسة، وخطط التشغيل اللازمة لتحقيق هذه الأهداف ، وبين الخطة الإستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات .
- وضع خطة تشغيل واضحة المعالم والأهداف لتكنولوجيا المعلومات.
- وضع خطة مالية وتمويلية بالقدر الكافي لتكنولوجيا المعلومات.
- وضع إطار عام لتطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات والرقابة الدائمة عليها، مع الأخذ في الإعتبار ما تفرضه جهات الرقابة والإشراف والتشريعات المنظمة للعمل بالمؤسسات والمنظمات وإختيار البدائل العملية المطروحة مثل نموذج الكويت .

- القيام بتشكيل اللجان المختصة في توجيه وإدارة تكنولوجيا المعلومات مع وضع الإستراتيجية الخاصة بها ، ويتعين أن يكون مستوى تلك اللجان من أعضاء مجلس الإدارة .

- المتطلبات التشريعية : (براهيمي، 2015، صفحة 39) تعتبر التشريعات العنصر الأساسي لتفعيل حوكمة تكنولوجيا المعلومات باعتبارها هدف الإدارة الإلكترونية من خلال وضع القوانين والتشريعات اللازمة التي تسمح بقيامها وتجسيدها، وذلك عن طريق وضع الإطار القانوني المناسب الذي ينص على هذا التحول، سواء من حيث التعامل بها أو من خلال ضبط المصطلحات القانونية التقنية المرتبطة بها، فالقوانين التقليدية لا تصلح في مجال حوكمة تكنولوجيا المعلومات ، كون التعامل الإلكتروني يرتبط بعدة جوانب قانونية يجب مراعاتها، كحجية الوثائق الإلكترونية، الخصوصية والسرية، وبالتالي وجب تكييف الأطر التشريعية بما يتماشى و متطلبات تطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات .

2-6 معوقات تطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات:

تتعدد الصعوبات التي تواجه تطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات بتعدد أطرافها والمتدخلين فيها ويمكن تناول أهم العراقيل فيما يلي : (محمد فوزي أمين البردان ، محمد موسى علي شحاتة، 2-3 أكتوبر 2021، صفحة 8)

- ضعف الإدارة والسياسات الداخلية والدعم الداخلي والخارجي.
- مقاومة التغيير من طرف العاملين وعدم تقبل السياسات والمعايير والمسؤوليات الجديدة.
- ضعف دعم إدارة الموارد البشرية باعتبارها من الوظائف الرئيسية بالمؤسسة.
- الغموض الذي يرافق سياسات تبني حوكمة تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات.
- الدعم المحدود أو الغياب الكلي له لإدارة الوحدات الحكومية لتكنولوجيا المعلومات.
- عدم ملائمة السياسة التنظيمية وغياب الوعي التكنولوجي.
- عدم كفاية الموارد المالية المتاحة و المخصصة لعمليات الرقمنة والأنشطة المرتبطة بها.
- غياب الإتصال والتنسيق بين مختلف المستويات الإدارية.
- غياب دعم عمليات تطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات.
- أولويات تكنولوجيا المعلومات غير محددة أو واضحة المعالم .

2-7 أهم المرجعيات والنماذج في حوكمة تكنولوجيا المعلومات:

تهدف حوكمة تكنولوجيا المعلومات إلى البحث عن الإستغلال الأمثل لتكنولوجيا المعلومات والإتصال، بما يضمن إدارة وإستثمار أحسن للموارد، وبذلك فهي تعمل على تمكين المؤسسات من تقييم وإدارة المخاطر الخاصة بتقنيات وتكنولوجيا المعلومات بفعالية وهذا ما يضمن لها تفادي الإنحرافات وتوافق عمل إدارة تكنولوجيا المعلومات مع الأهداف الرئيسية للمؤسسة. وفي هذا المجال ظهرت العديد من النماذج أو التقنيات أو الأطر التي تستخدم في إدارة التحول الرقمي، والتي توفر الإجراءات التنظيمية و الخطط لتقييم أداء وفعالية عمليات حوكمة تكنولوجيا المعلومات والإتصال ومن أهم هذه النماذج نذكر: (حمود، بلا تاريخ)

- **نموذج ISO 38500**: يوفر هذا النموذج مجموعة تعريفات و مبادئ لمساعدة الهيئات القيادية على فهم أهمية تكنولوجيا المعلومات، وهدفه مساعدة جميع المؤسسات في التوجيه والمراقبة والتقييم لإستخدام تقنية المعلومات فيها، ويعد الإطار الأساسي لحوكمة تكنولوجيا المعلومات، يتألف ISO 38500 من ممارسات الإدارة والقرارات المرتبطة بالإستخدام الحالي والمستقبلي لتكنولوجيا المعلومات، والغرض من هذا النموذج هو تعزيز الإستخدام الفعال والمقبول لتقنية المعلومات في جميع المؤسسات من خلال إعلام وتوجيه الهيئات الإدارية في إدارة إستخدام التقنيات المعلوماتية، وإنشاء مفردات حوكمة تكنولوجيا المعلومات.

- **نموذج مكتبة البنية التحتية لتقنية المعلومات ITIL**: هذا النموذج التي طوره شركة Axelos ويعد أكثر نماذج إدارة تكنولوجيا المعلومات (ITSM) شهرة واستخدامًا، وقد تم إطلاق أحدث إصدار، ITIL 4، في فبراير 2019، يشمل ITIL مجالات هامة أهمها: - إستراتيجية الخدمة والتصميم والانتقال والتشغيل والتحسين - إدارة المشاكل - إدارة الحوادث - إدارة تغيير تقنية المعلومات.

- **نموذج نضج القدرات المتكامل CMMI**: تم تطويره من قبل شركة تابعة لجمعية ضبط وتدقيق نظم المعلومات ISACA، Information Systems Audit and Control Association، يتم إستخدام CMMI لتقييم مستوى نضج العملية وتقديم إقتراحات حول كيفية تحسين وتطوير العمليات لمواءمتها مع أهداف المؤسسة، تم تصميم هذا النموذج لغرض: - تبسيط العمليات التجارية - تقليل المخاطر - تحسين السلوك التنظيمي.

- **نموذج المجموعة المفتوحة TOGAF**: هو إطار عمل معياري مصمم لتوجيه تخطيط بنية المؤسسة و يركز هذا الإطار على أهداف المؤسسة عالية المستوى مثل: - هندسة الأعمال - هندسة نظم المعلومات - حوكمة التنفيذ - إدارة تغيير البنية.

- نموذج تدقيق تقنية المعلومات ITAF : الذي طورته جمعية ضبط وتدقيق نظم المعلومات ISACA أيضاً و هو أداة لتحسين عمليات تدقيق تكنولوجيا المعلومات. يغطي في هذا الإطار المراحل الأساسية في عملية التدقيق بما في ذلك: - تقييم المخاطر - التخطيط - العمل الميداني.

- نموذج إدارة التغيير ADKAR : هذا النموذج يعتبر إطار عمل لإدارة التغيير التنظيمي ومصمم لتبسيط مشاريع تحويل الأعمال، هذا النموذج الذي طورته شركة Prosci للأبحاث ، يحدد مجموعة من الخطوات التي تركز على جانب الأفراد في التغيير، مثل: - بناء الوعي بالحاجة والرغبة في التغيير - تزويد الموظفين بالمهارات والقدرات التي يحتاجونها لدفع التغيير - تعزيز التغيير. هذا بالإضافة الى نموذج الكوبيت (COBIT) الذي سنتطرق إليه بالتفصيل في هذه الورقة البحثية.

3- نموذج الكوبيت 5 (COBIT 5) حوكمة وادارة تقنيات وتكنولوجيا المعلومات:

في ظل تزايد دور تكنولوجيا المعلومات في المشهد العالمي من جميع جوانبه خاصة منها الجانب الإقتصادي ، أصبح الإستثمار في التكنولوجيا وكيفية إدارتها أمراً مهماً لدى صناع القرار على مختلف مستوياتهم، كما أن توجيه هذه التقنيات المعلوماتية بما يخدم المؤسسات ويحقق أهدافها يحتاج إلى طرق وأطر تنظيمية ونماذج للوصول لما يسمى الحوكمة الرقمية أو حوكمة تكنولوجيا المعلومات وفي هذا الإطار تم تطوير نموذج الكوبيت COBIT والذي يساعد المنظمات في الوصول إلى ذلك من قبل جمعية تدقيق ومراقبة أنظمة المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية، Information Systems Audit and Control Association والمعروفة بإختصار ب ISACA ، وتعتبر نسخة الكوبيت 5 من أحدث وأنجح النسخ في مجال حوكمة تكنولوجيا المعلومات.

3-1 التعريف بنموذج الكوبيت COBIT:

تم بناء نموذج كوبيت Cobit لحوكمة تكنولوجيا المعلومات وهو إختصار للجملة : Control Objectives for Information and related Technology والتي تقابلها باللغة العربية : أهداف الرقابة للمعلومات والتكنولوجيا المرتبطة بها، من قبل جمعية تدقيق ومراقبة أنظمة المعلومات ISACA بغية توجيه أهداف نظم المعلومات، و ذلك بتطبيق أفضل الخبرات المتراكمة و القياسات و المؤشرات المتوفرة لمساعدة المنظمات على الإستفادة المثلى و القصوى من نظم المعلومات لديها .

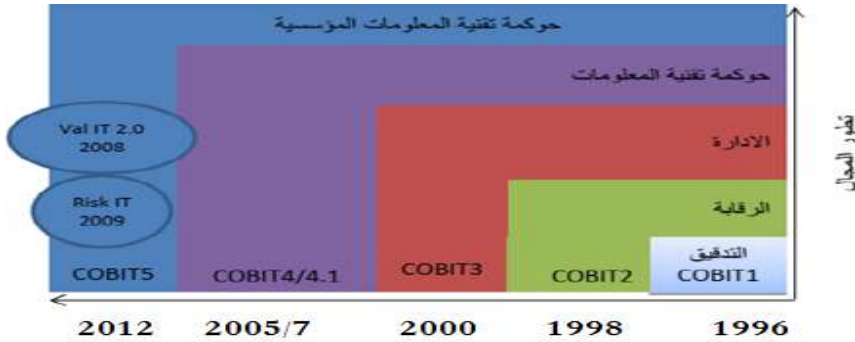
كما صدر له أربعة إصدارات الأول في عام 1994 و الثاني سنة 1998 و الثالث كان في عام 2000 في حين لم تظهر النسخة الالكترونية إلا في عام 2003 ثم ظهر الإصدار الرابع سنة 2005 الذي جعله :

- معيارا للحوكمة و مرجعية لأفضل الممارسات من أجل تحسين رقابة نظم المعلومات.
- نموذج للنضج ، يمكن المؤسسات من تقييم الأهداف العامة .
- أداة للتيسير والإدارة تضمن نصائح وإرشادات للمسيرين في جميع المستويات التنظيمية .
- أداة لتنسيق نظم المعلومات . (جبيرات، 2015، الصفحات 125-126)

عام 2012، صدرت النسخة الخامسة COBIT5، وفي عام 2014 أصدرت ISACA وظيفة إضافية ل COBIT5 ، لتُضيف إلى النسخة التي سبقتها أكثر معلومات خاصة فيما يتعلق بإدارة المخاطر وإدارة تقنيات المعلومات وقد صدرت بسبب إدراك المنظمات الناجحة لضرورة تبني مجلس الإدارة والمدراء التنفيذيين، تطبيق وإدارة تكنولوجيا المعلومات بإعتباره جزءا مهما في ممارسة الأنشطة ومختلف العمليات ، بحيث يتضمن أسلوب إدارة وحوكمة وظائف تكنولوجيا المعلومات، بالإعتماد على الإجراءات التنظيمية لمعالجة متطلباتها. (القصار، 2019، الصفحات 47-48)

ومن خلال الشكل التالي نبين مراحل تطور نموذج كوبيت لحوكمة تكنولوجيا المعلومات وكذا تطور المجالات التي تعالجها .

الشكل 01: التطور التاريخي لإطار الكوبيت Cobit



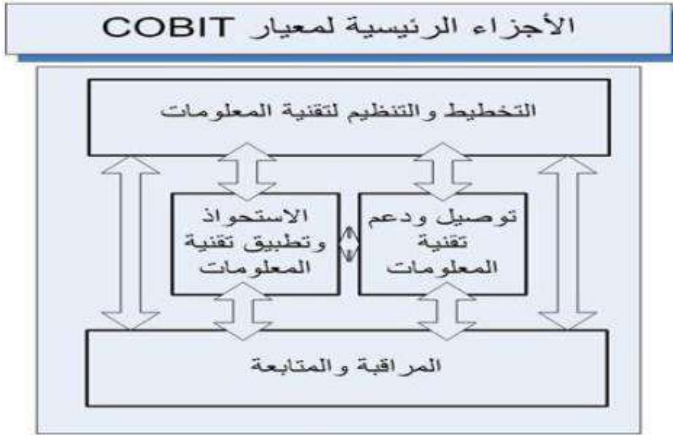
المراجع : (أحمد جاسم العبيدي، كريمة علي الجوهر، 2019، صفحة 22)

2-3 مكونات نموذج كوبيت 5 :

يتكون نظام عمل كوبيت 5 من أربع عناصر أساسية هي (بن أم السعد فتيحة ، يحيوي نعيمة، 2014، صفحة 474):

- **التخطيط والتنظيم** : يتم من خلال التعريف بالإستراتيجية ومن ثم تحديد الكيفية التي يتم من خلالها إستغلال مختلف التكنولوجيات لكي تتمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها، أي مدى تحقيق التوافق والمواءمة بين خطط أهداف إستخدام تكنولوجيا المعلومات وأهداف المنظمة.
 - **التحصيل أو الإكتساب والتنفيذ** : من خلال تحقيق إستراتيجية تكنولوجيا المعلومات بتحديد المتطلبات من تكنولوجيا المعلومات والموارد اللازمة وتحصيلها وتشغيلها، وكذا أنظمة الصيانة اللازمة لها ومتابعة وضمان التشغيل الجيد والمستمر لها .
 - **التوصيل ووسائل الدعم** : وهي الكيفية التي من خلالها تتم عملية ضمان فعالية وكفاءة مختلف التكنولوجيات المستعملة من خلال توفير وتقديم الخدمات اللازمة والضرورية لتحقيق التشغيل المطلوب لهاته التكنولوجيا كالموظفين المدربين و التطبيقات المساعدة
 - **المراقبة والتقييم**: من خلال تقييم الجودة ومدى كون التقنيات وتكنولوجيا المعلومات المستعملة تلي الإحتياجات الإستراتيجية الشاملة لمؤسسة كما ونوعا.
- والشكل التالي يبين المكونات والأجزاء الرئيسية لمعيار كوبيت والعلاقة التي تربط بينها :

الشكل 02: الأجزاء الرئيسية لإطار الكوبيت 5 Cobit

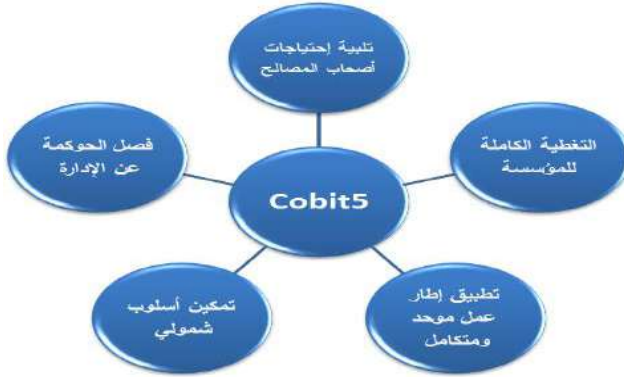


المرجع: (فايزة جيجخ ، سميرة فرحات، 2016، صفحة 121)

3-3 مبادئ نموذج كوبيت 5 :

- يقوم إطار عمل كويت 5 على مجموعة من المبادئ الموضوعية من قبل جمعية تدقيق ومراقبة أنظمة المعلومات ISACA التي نشرتها في 2012 والمتمثلة في: (isaca, 2012, p. 16)
- تلبية إحتياجات أصحاب المصالح: وذلك من خلال الحفاظ على التوازن بين تحقيق الفوائد وتقليل المخاطر من جهة، وإستغلال الموارد بشكل أمثل من جهة أخرى.
- التغطية الكاملة للمؤسسة: يجب أن تكون جميع عوامل التمكين الخاصة بالإدارة والحوكمة المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات شاملة تغطي جميع المؤسسة، أي جميع العوامل الداخلية والخارجية على مستوى بيئة المؤسسة .
- تطبيق إطار عمل موحد ومتكامل : هناك العديد من المعايير والعمليات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات، كل منها يوفر إرشادات حول مجموعة فرعية من أنشطة تكنولوجيا المعلومات التي تتوافق مع كويت 5 وبالتالي يمكن أن يكون بمثابة نموذج شامل لحوكمة وإدارة تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة
- تنفيذ أسلوب شامل : تتطلب الإدارة الفعالة لإدارة تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة إتباع أسلوب شامل يراعي المكونات المتفاعلة الأساسية (المبادئ والسياسات، العمليات، الهياكل التنظيمية، الثقافة والأخلاق، المعلومات والتطبيقات، الخدمات والبنية التحتية، الأفراد والمهارات والكفاءات) يحدد كويت 5 مجموعة من العوامل التمكينية لدعم تنفيذ نظام شامل لحوكمة وإدارة تكنولوجيا المعلومات للمساعدة في تحقيق أهداف المؤسسات.
- فصل الحوكمة عن الإدارة : يميز إطار كويت 5 بين الحوكمة والإدارة ، حيث يشمل هذان المجالان أنواعا مختلفة من الأنشطة ، مايجعلها تتطلب هياكل تنظيمية مختلفة مايجد أغراض إدارة وحوكمة تكنولوجيا المعلومات .
- ويمكن توضيح المبادئ الخمسة لإطار كويت 5 في الشكل الموالي :

الشكل 3: مبادئ نموذج COBIT5



(isaca, 2012, p. 15) : المرجع .

3-4 المزايا التي يقدمها إطار عمل COBIT5:

يترتب عن العمل بنموذج الكوبيت 5 العديد من الإيجابيات والمزايا وهي تتعلق بالجوانب التي تمسها نذكر منها: (فايزة جيجخ ، سميرة فرحات، 2016، صفحة 121)

- من ناحية مدير إدارة تكنولوجيا المعلومات : يعمل إطار كوبيت 5 على مساعدة المسؤول الأول على إدارة تقنيات المعلومات في الجوانب التالية:

- تطوير خطة إستراتيجية شاملة لتكنولوجيا المعلومات.
- المساعدة في إتخاذ القرارات الصحيحة المتعلقة بإستثمارات تكنولوجيا المعلومات.
- بناء هياكل وتوفير بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات.
- المساعدة في إتخاذ قرارات الإستحواذ على التقنيات والتكنولوجيا.
- المساندة في تنفيذ الخطة الإستراتيجية.
- ضمان وجود آلية مستديمة لتطوير وتحديث خدمات تكنولوجيا المعلومات.
- وجود مراقبة وتقييم لأداء تكنولوجيا المعلومات .

- من ناحية المراقبة والتدقيق على تكنولوجيا المعلومات: يلعب نموذج الكوبيت 5 دورا هاما في الحصول على المعلومات ومراقبة تكنولوجيا المعلومات من خلال :

- تحديد الضوابط الهامة والضرورية للبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات .
- توفير المعلومات اللازمة والكافية لإعداد التقارير للإدارة العليا .

- من ناحية المستخدمين والمستعملين لتكنولوجيا المعلومات:

- ضمان وجود ضوابط واجراءات لإعداد التقارير للإدارة العليا.

من خلال المزايا التي يقدمها إطار الكويت لحوكمة تكنولوجيا المعلومات تتضح أهميته في إدارة ومراقبة التحول الرقمي من خلال توفير خطة شاملة للمؤسسات لمتابعة مدى تحقيق الأهداف المرجوة من استخدام تكنولوجيا المعلومات وربطها بالأهداف الرئيسية للمؤسسة.

4- خاتمة

تسعى المؤسسات من خلال إدارة التحول الرقمي إلى إستغلال الأنظمة والبرامج والتقنيات الحديثة بما يسمح لها بتحقيق أهدافها، وللحصول على الإستغلال الأمثل لتكنولوجيا المعلومات كما ونوعا وجب على أصحاب القرار بالمؤسسات إتخاذ قرارات رشيدة لتحقيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات والتي تهم بكل ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات في المؤسسة من حيث الكم والنوع، الإدارة والتسيير، المتابعة والمراقبة وغيرها من العمليات التي تصب في مجملها في التحكم في تكنولوجيا المعلومات داخل المؤسسة وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى .

وفي إطار البحث عن تحقيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات تم إبتكار العديد من الأطر والنماذج التي تسمح وتساعد المؤسسات في تحقيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات نذكر منها: - نموذج ISO 38500 - نموذج مكتبة البنية التحتية لتقنية المعلومات ITIL - نموذج نضج القدرات المتكامل CMMI - نموذج المجموعة المفتوحة TOGAF - نموذج تدقيق تقنية المعلومات ITAF - نموذج إدارة التغيير ADKAR وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية بأنه يوجد العديد من الأطر والنماذج التي تساعد الإدارة التنفيذية في تحقيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات .

هذا بالإضافة الى نموذج الكويت (COBIT) الذي يسعى كغيره من أطر حوكمة تكنولوجيا المعلومات إلى ربط أهداف إستغلال تكنولوجيا المعلومات بأهداف المؤسسة بالشكل الملائم والكافي، من خلال بناء أنظمة معلومات تعزز الشفافية وتساعد في معالجة البيانات وتحليلها كما تساهم في قياس الأداء وتقييمه وتقويمه وتقليل المخاطر المرافقة لتكنولوجيا المعلومات وتحقق المزايا التنافسية التي تعتبر الهدف الرئيسي للمؤسسات وهذا يثبت صحة الفرضية الثالثة .

وكتوصيات يمكن إقتراحها في نهاية هذه الورقة البحثية نذكر مايلي:

- ضرورة تبنى التحول الرقمي وتوجيهه ليتوافق مع خطط وإستراتيجيات المؤسسات .
- توضيح أهمية حوكمة تكنولوجيا المعلومات ودورها في ربط التحول الرقمي بأهداف المؤسسات للإدارة العليا وأصحاب القرار .
- تعزيز و تطوير الأنظمة والبنى التحتية التكنولوجية للمؤسسات بما يتماشى مع الإحتياجات كما ونوعا .

- الإعتماد على الأطر والنماذج التي تحقق حوكمة تكنولوجيا المعلومات وكمثال نموذج الكوبيت COBIT ونموذج تدقيق تقنية المعلومات ITAF.
- إلتزام المؤسسات بتوفير التمويل اللازم أولاً للتحويل الرقمي وثانياً للأنشطة المرتبطة بها خاصة المتعلقة بحوكمة تكنولوجيا المعلومات.
- التقييم المستمر لتكنولوجيا المعلومات من حيث الكفاءة في العمل ، الكم والنوع .
- تكوين كفاءات بشرية قادرة على التحكم في التكنولوجيا مهمتها الأولى قيادة إدارة أو لجان متخصصة في مرافقة عملية الرقمنة وإستغلال التقنيات والتكنولوجيا الحديثة بما يخدم مصلحة المؤسسة وأهدافها .
- وضع إطار تنظيمي واضح للتنسيق بين مختلف المستويات في المؤسسات من أجل توضيح ودعم تطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات.

5- قائمة المراجع

• المراجع باللغة العربية:

- حسام الدين غضبان. (2015). محاضرات في نظرية الحوكمة. دار الحامد، عمان، الأردن.
- حنان براهمي. (2015). جرمة تزوير الوثيقة الرسمية الإدارية ذات الطبيعة المعلوماتية. أطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، كلية الحقوق، بسكرة ، الجزائر.
- رونيت عمر اليازجي. (2018). أثر آليات حوكمة تكنولوجيا المعلومات على الأداء المؤسسي في المؤسسات الأهلية في قطاع غزة ، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية ، إدارة أعمال، غزة ، فلسطين.
- سناء جبيرات. (2015). تقييم أثر نظم معلومات الموارد البشرية في تحسين الاداء البشري بالمؤسسة الاقتصادية من منظور المستعملين دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة ، الجزائر.
- نهي القصار. (2019). ، تقييم البنى التقانية لدى المصارف السورية بالاعتماد على إطار عمل COBIT5. مذكرة ماجستير، الجامعة الافتراضية السورية. سوريا.
- أحمد جاسم العبيدي، كريمة علي الجوهر. (2019). قياس أداء حوكمة تقنية المعلومات وفق إطار كوبيت 5 بإستعمال بطاقة العلامات المتوازنة. مجلة دراسات محاسبية ومالية، 14(47)، بغداد، العراق.
- بن أم السعد فتيحة ، مجياوي نعيمة، (2014)، الرهانات الإستراتيجية لتطبيق حوكمة نظام معلومات المؤسسة. مجلة الحقيقة(31)، الجزائر.

- خولة بنت عبد الله، سامية بنت تراحيب. (2021)، حوكمة التحول الرقمي في الإدارات التعليمية بالمملكة العربية السعودية في ضوء الممارسات العالمية، العدد 66، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والإجتماع، الإمارات العربية المتحدة
- رشوان عبد الرحمان، محمد سليمان. (2017). تحليل العلاقة بين تطبيق حوكمة الشركات وحوكمة تكنولوجيا المعلومات وأثرها على زيادة جودة المعلومات المحاسبية. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، 04(02)، الجزائر.
- فايزة جيجخ، سميرة فرحات. (2016). حوكمة تكنولوجيا المعلومات ودورها في الوقاية من الأزمات. ، مجلة الإقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال(01)، الجزائر
- عديسة شهرة، علي موسى أمال. (23-24 أفريل 2018). إدارة أمن المعلومات من خلال تبني حوكمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لحماية المعاملات. مدخلة في إطار الملتقى الوطني الثالث بعنوان المستهلك والاقتصاد الرقمي : ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، ميلة، الجزائر.
- محمد فوزي أمين البردان، محمد موسى علي شحاتة. (2-3 أكتوبر 2021). أثر تفعيل حوكمة تكنولوجيا المعلومات في ظل إستراتيجيات الرقمنة على الحد من مخاطر الهجمات السيبرانية بالبيئة المصرية. المؤتمر الدولي الثالث، الرقمنة وضمأن جودة التعليم العالي،جامعة مدينة السادات، مصر.
- مواقع الانترنت
- رؤى حمود. (بالتاريخ). أهم 7 أطر لمدراء أقسام المعلومات لنجاح حوكمة تقنية المعلومات. تم الإسترداد من <https://bit.ly/3bWGIQz> أطلع يوم 2022/08/14.
- مراجع باللغة الأجنبية
- isaca. (2012). Guide cobit 5. U.S.A.
- Mohamad S, Toomey M. (2015). A survey of information technology governance capability in five jurisdictions using the ISO 38500:2008 framework. International Journal of Disclosure and Governance,U.S.A.
- Zahi Jamal, Belhaj Aadil. (2018). La gouvernance des Technologies de l'Informationun : dispositif de contrôle du système d'information éducatif. Repères et Perspectives Economique,Maroc.

دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين الخدمات

شركتي علي بابا و أمازون أنموذجا

The role of digital entrepreneurship in providing services Alibaba and Amazon as a model

صالح محرز
Salah.Mahrez

جامعة تبسة_ الجزائر

salah_mahez@univ-tebessa.dz

فارس قاطر
fares gater

جامعة تبسة_ الجزائر

fares_gater@univ-tebessa.dz

*توفيق حناشي
Toufik hannachi

جامعة تبسة_ الجزائر

Toufik.hannachi@univ-tebessa.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/04/01

تاريخ الاستلام: 2022/12/09

الملخص :

تسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على واقع ريادة الأعمال الرقمية من طرف الشركتين علي بابا وأمازون في تقديم الخدمات. ونبعت أهمية هذه الدراسة من خلال تفشي جائحة كوفيد19 التي فرضت على المؤسسات والحكومات التوجه نحو التحول الرقمي في جميع المجالات. كما تم الاستعانة بدراسات سابقة. وعرض للشركتين ومجالات نشاطهما وأثار جائحة كورونا عليهما. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: التنوع في تقديم الخدمات من طرف الشركتين وزيادة نمو الشركة. الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال الرقمية، الخدمات، شركة علي بابا، شركة أمازون

تصنيف JEL: O33،O30

Abstract :

This study seeks to identify the reality of digital entrepreneurship in the provision of services by the two companies, Alibaba and Amazon. The importance of this study stems from the outbreak of the Covid-19 pandemic, which forced institutions and governments to move towards digital transformation in all fields. Previous studies have also been used. He presented the two companies, their areas of activity, and the effects of the Corona pandemic on them. The study reached a number of results, including: diversity in the provision of services by the two companies and an increase in the company's growth.

Key words: digital entrepreneurship, services, Alibaba, Amazon

JEL classification codes: O33·O30

1. مقدمة:

مع انتشار الأوبئة والأمراض، كجائحة كورونا، يجب على الشركات إعادة النظر في نماذج الأعمال الحالية وأخذ هذا المتغير البيئي بعين الاعتبار حيث إنه سوف يؤثر في الاقتصاد بشكل أو بآخر. مع تزايد خطر جائحة كورونا حول العالم ظهرت الحاجة إلى اتخاذ بعض الإجراءات الاحتياطية للحفاظ على سير العمليات في الشركات لتقليل حجم الضرر الاقتصادي. إلا أن الكوارث بما فيها الأوبئة تدفع الأعمال إلى تبني تقنيات ونماذج أعمال جديدة، فعلى سبيل المثال عندما تفشى وباء السارس عام 2003 ظهر معه تبني مفهوم التسوق الإلكتروني، ما أدى إلى تسارع نمو منصة علي بابا للتجارة الإلكترونية. وعندما تفشى فيروس كورونا في مدينة ووهان الصينية ظهرت تجربة يحتذى بها في جميع أنحاء العالم، حيث استخدمت الصين تتبع درجة حرارة المواطنين عبر تطبيق للهاتف المحمول، والذي يظهر المواطن ودرجة حرارته اللحظية ومكانه على الخريطة وبالمثل اتجهت المؤسسات والشركات التجارية إلى الاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية؛ لقدرتها على فتح مسارات جديدة وذكية أمام الشركات والمؤسسات، ودورها في دعم منظمات الأعمال في تجاوز العقبات الكثيرة التي تواجهها، سواء في عمليات البيع والشراء، أو فيما يتعلق بجوانبها الإدارية والفنية. (الراشدية، 2021)

1.1. الإشكالية:

إن انتقال القطاعات الحكومية أو الشركات إلى أنموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات، وتوفير قنوات جديدة من العائدات التي تزيد من قيمة منتجاتها. أصبح من الضروري بالنسبة إلى كافة المؤسسات التي تسعى إلى التطوير وتحسين خدماتها وتسهيل وصولها للمستخدمين، وهذا لا يعني فقط تطبيق التكنولوجيا داخل المؤسسة، بل هو برنامج شامل للمؤسسة ولطريقة عملها داخليا بشكل رئيسي وخارجيا أيضا. ويعود ذلك إلى التطور المتسارع في استخدام وسائل وأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سواء كانت متعلقة بالمعاملات مع القطاع الحكومي أو القطاع الخاص أو الأفراد.

ومن خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية الآتية:

ما مدى مساهمة ريادة الأعمال الرقمية في تحسين الخدمات من طرف شركتي علي

بابا وأمازون؟ وما أثر جائحة كورونا على الشركتين؟

للإجابة عن هذا السؤال يمكن طرح عدة أسئلة فرعية:

- ماهي الخدمات المقدمة من طرف شركة علي بابا ؟ وما أثر جائحة كورونا على شركة علي بابا في تقديم لخدمات ؟
- ماهي الخدمات المقدمة من طرف شركة أمازون؟ وما أثر جائحة كورونا على شركة أمازون في تقديم الخدمات؟

2.1. الفرضيات: نفترض أن:

- الخدمات المقدمة من طرف الشركتين علي بابا وامازون متنوعة.
- جائحة كورونا أثرت بصفة مباشرة على أداء الشركتين.

3.1. أهمية :

- تتبع أهمية الدراسة من ضرورة الاهتمام بالتحول الرقمي في كل مجالات الحياة.
- زيادة الإنتاجية؛ يمكن للتقنيات الناشئة مثل الخدمة السحابية توفير الوقت وتحسين الكفاءة في جميع أنواع إجراءات العمل... .
- تحسين تجربة العملاء خلال فترة ما بعد الجائحة، يتوقع العملاء توافراً مستمراً للخدمة عبر قنوات متعددة.
- خفض التكاليف التشغيلية.

4.1. الأهداف:

- الوقوف على ريادة الأعمال الرقمية في شركة علي بابا من خلال تقديم الخدمات
- الوقوف على ريادة الأعمال الرقمية في شركة أمازون من خلال تقديم الخدمات

5.1. الدراسات السابقة :

- حفيظة سليمان البراشدية (2021) دراسة بعنوان ريادة الأعمال الرقمية ظل جائحة كورونا (كوفيد19) الفرص والتحديات: سعت الدراسة إلى التعرف على دور جائحة كورونا في إعادة تشكيل قطاع ريادة الأعمال، والتعرف على الفرص والتحديات أمام ريادة الأعمال الرقمية عالميا وفي عمان تحديدا. استخدمت الدراسة المنهج النوعي التحليلي؛ حيث تم استخدام طريقتي SWOT و PEST لتحليل فرص وتحديات ريادة الأعمال الرقمية. ولقد أشارت نتائج الدراسات السابقة أن جائحة كورونا قد سرعت اتجاهات مؤسسات ريادة الأعمال نحو رقمته أعمالها التجارية القائمة فضلا عن زيادة عدد مشاريع ريادة أعمال جديدة ومبتكرة. كما أوضحت النتائج وجود العديد من الفرص لنمو قطاع

ريادة الأعمال الرقمية خلال فترة انتشار فيروس كورونا نظرا لدور الرقمنة في تعزيز مرونة الأعمال بالإضافة إلى دور الاقتصاد الرقمي في النمو الاقتصادي. ولقد أوصت الدراسة بمواجهة تحديات قطاع ريادة الأعمال الرقمية من خلال وضع خيارات متعددة لسياسات دعم التحول الرقمي لنماذج الأعمال، وتطوير السياسات الخاصة بالبنية التحتية الرقمية والابتكار القائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وإيجاد سبل نشر ثقافة استخدام التقنيات الرقمية في المجتمع.

- **هناء محمد محمد محمد هيكمل (2021)** بعنوان : **مقومات ريادة الأعمال الرقمية بالجامعات المصرية وسبل تعزيزها في ظل جائحة كورونا "دراسة استشرافية"**

أبرزت جائحة كورونا التي تعرض لها العالم بأسره الكثير من التداعيات الاجتماعية والاقتصادية السلبية التي أثرت على اقتصاديات جميع دول العالم لما فرضته من إجراءات للعزل والحظر الكلي أو الجزئي والتي تتوقع الدراسات والتقارير امتداد آثار تلك الجائحة إلى عدة سنوات حتى يتم التعافي منها، ولكن على الرغم من سلبيات تلك الجائحة فكان هناك منحة من هذه المحنة؛ ألا وهي لفت أنظار العالم إلى أهمية البحث العلمي والاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسرعت من استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة ووسائل التواصل في التعليم والعمل عن بُعد لمواجهة هذه الأزمة.

وكان لزاما على الجامعات المصرية أن تواكب المستجدات العالمية من تعليم وتدريب عن بُعد وكذلك غرس مهارات التعليم والعمل الرقمي لدى منتسبيها، استهدف البحث الحالي إلى تعزيز ريادة الأعمال الرقمية في الجامعات المصرية مواكبة لما فرضته الجائحة من الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة ووسائل الاتصال والتواصل عبر الإنترنت في التعليم والعمل والتجارة وتغير النظرة إلى الصور التقليدية من التعليم والعمل، وتم استخدام المنهج بالوصفي التحليلي في وصف وتحليل الأدبيات ذات الصلة بموضوع البحث. وتوصل البحث إلى ثلاثة سيناريوهات مستقبلية كبدايات محتملة يمكن أن تتخذها الجامعات المصرية و صولا لتعزيز مقومات ريادة الأعمال الرقمية.

- **موسى سهام (2010/2009)** دراسة بعنوان: **تحليل تنافسية المتاجر الالكترونية (دراسة حالة موقع أمازون)** : هدفت الدراسة على أن عصر التكنولوجيا والإنترنت يحمل تجليات عديدة، فلم تعد الأساليب والأشكال التنظيمية القديمة قادرة على استغلال فرص

هذه المرحلة، أو بالأحرى لا يمكن للمؤسسات التي تعمل وفق الأساليب والطرق التقليدية التكيف والتأقلم مع المعطيات الجديدة. لذلك برزت وسوف تبرز مفاهيم جديدة ويعاد النظر في المفاهيم القديمة المستخدمة لكي تأخذ أبعاداً تتماشى ومتطلبات المرحلة الراهنة . و توصلت هذه الدراسة إلى إعطاء تصوراً واضحاً حول أوازن عملاق تجارة التجزئة على شبكة الإنترنت، وأهم الاستراتيجيات التي اتبعتها لتستحوذ على حصة الأسد في مجال تجارة التجزئة خارج وداخل الشبكة.

– Zagreb, J. F. Kennedy Sq. (2018) هدفتم هذه الدراسة الموسومة ب THE IMPORTANCE OF DIGITAL ENTREPRENEURSHIP IN ECONOMIC DEVELOPMENT ZNAČAJ DIGITALNOG PODUZETNIŠTVA U RAZVOJU GOSPODARSTVA إلى أن التقنيات الرقمية توفر فرص نمو كبيرة للمؤسسات، وبالتالي المجتمعات المحلية. حيث يعتمد تطوير الاقتصاد الرقمي وريادة الأعمال الرقمية في المقام الأول على الاستخدام للتقنيات الرقمية من قبل الأفراد والشركات والحكومات. و يجب على القادة أن يجعلوا من أولوياتهم تشجيع الشركات الصغيرة والمتوسطة على تطبيق أحدث التقنيات الرقمية في عملياتهم اليومية من أجل استغلال الفوائد الاقتصادية الكاملة.

2. مفاهيم حول ريادة الأعمال الرقمية

1.1. تعريف ريادة الأعمال الرقمية

حددت المفوضية الأوروبية ريادة الأعمال الرقمية على أنها خلق وظائف جديدة من خلال تطوير تقنيات رقمية جديدة ومجالات جديدة لاستخدام هذه التقنيات أو تمكين رقمنة الشركات القائمة (غندور، 2022). وعرفت بأنها مصطلح يشمل الأعمال التجارية عبر الإنترنت التي ينشئها ويديرها الأفراد. ويمكن أن تكون المشاريع الريادية عبر الإنترنت مصادر للدخل أو مواقع نشطة لبيع السلع و تقديم الخدمات. و تعني ريادة الأعمال الرقمية ريادة الأعمال أو خلق قيمة جديدة، بما في ذلك السلع الرقمية أو الخدمات أو التوزيع الرقمي أو مكان العمل الرقمي أو السوق الرقمي أو مزيج من هؤلاء. يعتمد هذا النشاط الريادي على تكنولوجيا المعلومات لإنشاء السوق والتوزيع تحويل أو (في حالة الخدمات الرقمية) أداء المنتج. (Turuk، 2018)

2.2. ركائز ريادة الاعمال الرقمية: حددت المفوضية الأوروبية (2013) خمسة ركائز في نموذجها المفاهيمي لريادة الأعمال الرقمية ، كل منها له صلة بتحليل ريادة الأعمال الرقمية: (Collier و Zhao، 2016)

- قاعدة المعرفة الرقمية وسوق تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.
- بيئة الأعمال الرقمية.
- الحصول على التمويل.
- المهارات الرقمية والقيادة الإلكترونية.
- الثقافة الريادية.

3.2. محددات نجاح زيادة الاعمال الرقمية: تتمثل أهم محددات نجاح زيادة الأعمال

الرقمية في عالم المؤسسات اليوم بي: (غندور، 2022)

- **متطلبات الرقمنة:** المرونة والإنتاجية للمنصات الرقمية والوسائط الاجتماعية ومصادر البيانات الضخمة ومنتجات المعلومات، على سبيل المثال، اعتماد المحركات الرقمية، والمرافق الرقمية وتوفير البنية التحتية الرقمية الداخلية والطموح الرقمي وكذا القدرات الرقمية للمؤسسات.
- **التحولات الديناميكية:** أي قابلية الأفراد لزيادة الأعمال التجارية الرقمية وتقارب الأعمال الرقمية والأخلاقيات الرقمية لديهم وكذا اتجاهاتهم الرقمية، على سبيل المثال، قدرات تبادل المعلومات، وقدرات عملية التعاون والتعلم الاستراتيجي الرقمي وغيره من خلال اكتساب المعرفة بالأعمال التجارية الرقمية، على سبيل المثال معرفة وضع السوق واستراتيجية السوق والاستراتيجيات الرائدة للشركات الناشئة والاحتكارات الرقمية، وكذا المنافسة والقيادة.
- **ابتكار نموذج العمل الرقمي** مثل تقسيم المهام بين الموظفين وتوزيع المكافآت، وأوجه القصور في نماذج الأعمال الرقمية، التحقق من صحة نماذج الابتكار الرقمي وتقييمها، على سبيل المثال مخاطر العلاقات والمخاطر المرتبطة بنماذج الأعمال المبتكرة والمخاطر المهنية وغيرها.
- **الأعمال الرقمية أو ما يليها من المراسيم:** على سبيل المثال، الآثار غير المباشرة، والتأثير الاجتماعي للأسواق، وتوفير التكاليف، دعم وتطوير المزايا التنافسية، ودعم التغلب على حواجز السوق، ودعم أداء السوق وتطوير، تعزيز الدور والتسويق بين القدرات الرقمية وتطوير الاستراتيجيات الرقمية، والعلاقة المتبادلة بين الكثافة الرقمية والأداء التنظيمي، والروابط بين الأجهزة التقنية.

4.2. أهداف زيادة الأعمال الرقمية:

ترتكز زيادة الأعمال بصفة عامة على فلسفة مفادها: كيفية استغلال الفرص المتاحة وتحويلها إلى أعمال ذات قيمة للآخرين، ويمكن أن تكون هذه القيمة مادية أو ثقافية أو اجتماعية، وذلك من خلال الابتكار والإبداع وتحمل المخاطر. وبالتالي تقوم فلسفة زيادة الأعمال الرقمية على استغلال الفرص المتاحة من التقدم التكنولوجي، وتوجه الدولة نحو التحول الرقمي في شتى مناحي الحياة، واعتماد الأغلبية على التعاملات الرقمية والتسوق الإلكتروني وخاصة في ظل جائحة كورونا. (هيكل، 2022)

ويمكن تحديد أهداف زيادة الأعمال الرقمية في النقاط التالية: (هيكل، 2022)

- الإسهام في التنمية الاقتصادية للمجتمع، و زيادة الناتج القومي .
- الحد من مشكلة البطالة .
- تطوير المنتجات و الخدمات.
- استحداث وظائف جديدة معتمدة على التطور الرقمي .
- فتح أسواق إلكترونية جديدة .
- توفير الربح المادي .
- تحقيق ميزة تنافسية .
- استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية لتوفير الوقت والتكلفة و الجهد.

3. عرض تجربة شركة علي بابا :

1.3. التعريف بالشركة: هي شركة تكنولوجيا صينية متعددة الجنسيات، تأسست في أبريل/ نيسان 1999 من قبل 18 شخصاً وجهه على رأسهم مؤسس الشركة جاك ما (Jack Ma) لكن أعلى حصة بالمجموعة تخص شركة Soft Bank اليابانية، تأسست المجموعة بهدف دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في الصين وتمكينها من الاستفادة من التكنولوجيا لتحقيق النمو والتنافسية في السوق، إضافة إلى مساعدتها على البيع دولياً (عنف، 2022).

2.3. مجالات عمل مجموعة علي بابا: تخصصت شركة علي بابا في اربعة قطاعات رئيسية شملت التجارة، الحوسبة السحابية، الوسائط الرقمية والترفيه، ومبادرات الابتكار، هي: (عنف، 2022)

- التجارة الإلكترونية : يوفر قطاع التجارة في شركة علي بابا عدة خدمات هي :

- أسواق البيع بالتجزئة والجملة الرقمية المتنوعة

• الخدمات اللوجستية

• خدمات المستهلك المحلي

وتحقق الشركة إيراداتها من التجارة عبر بيع مجموعة من خدمات التسويق ورسوم العضوية وخدمات إدارة العملاء ومبيعات المنتجات والعمولات على المعاملات ورسوم خدمات البرمجيات، بينما تحقق الشركة إيراداتها من المستهلكين المحليين عبر عمولات المنصة ورسوم خدمة التوصيل عند الطلب.

ويُعتبر قطاع التجارة أكبر مصدرا لإيرادات شركة علي بابا بقيمة 27.9 مليار دولار، ما يعادل 88% من إجمالي إيرادات الشركة.

- الحوسبة السحابية: توفر "Alibaba Cloud" لعملاء المؤسسات مجموعة كاملة من الخدمات السحابية، بما في ذلك خدمات قاعدة البيانات والتخزين والإدارة والتطبيقات وتحليلات البيانات الضخمة ومنصة التعلم الآلي وغيرها، ويولد قطاع الحوسبة السحابية للشركة إيرادات من عملاء المؤسسات بناءً على المدة والاستخدام المحدد للخدمات.

وشكل قطاع الحوسبة السحابية ثاني أكبر مصدرا لإيرادات شركة علي بابا بقيمة 2.5 مليار دولار، ما يقارب 8% من إجمالي إيرادات الشركة.

- الوسائط الرقمية والترفيه: شكّل قطاع الوسائط الرقمية والترفيه في علي بابا جزءاً من استراتيجية الشركة لجني الإيرادات من الاستهلاك خارج نطاق أعمالها التجارية الأساسية، إذ يولد القطاع إيرادات بشكل أساسي من خدمات إدارة العملاء والألعاب عبر الإنترنت المطورة ذاتياً ورسوم اشتراك العضوية. ويعد قطاع الوسائط الرقمية والترفيه ثالث أكبر مصدرا لإيرادات شركة علي بابا، بقيمة 1.3 مليار دولار، أي حوالي 4% من إجمالي الإيرادات

- مبادرات الابتكار: يهدف قسم مبادرات الابتكار في شركة علي بابا إلى ابتكار وتطوير خدمات ومنتجات جديدة يمكنها من تلبية احتياجات عملائها، وشملت الابتكارات مثل تطبيق الملاحة الرقمية "Amap" وتطبيق الاتصالات الشبكية "DingTalk"، ويولد القطاع إيرادات عبر رسوم الخدمات ومبيعات المنتجات للمستهلكين وعملاء المؤسسة. ويشكّل قطاع مبادرات الابتكار أصغر حصة من عائدات شركة علي بابا بقيمة 213 مليون دولار، أو أقل من 1% من إجمالي إيرادات الشركة.

- **الحلول المقدمة لدعم المؤسسات الخدمات المالية:** من خلال منتجات السحابة الأصلية التي تعمل على تحسين الكفاءة التشغيلية وتجربة العملاء أطلقت مجموعة علي بابا كلاود مجموعة من الحلول للخدمات المالية، والتي تضم أكثر من 70 منتجًا مصممًا لمساعدة مؤسسات الخدمات المالية بمختلف أحجامها في مجال الخدمات المصرفية والتأمين والأوراق المالية والتكنولوجيا المالية على رقمنة عملياتها.

وهدفت هذه الحلول إلى دعم مؤسسات الخدمات المالية في كل مرحلة من مراحل رحلتها الرقمية وتوفير الوصول السهل إلى أحدث تقنيات السحابة الأصلية. وتتيح الحلول خمسة قدرات أساسية تغطي أكثر من 20 سيناريو عمل لتحسين الكفاءة التشغيلية وتجربة العملاء والأمان والامتثال في مؤسسات الخدمات المالية: (كلاود، 2022)

- بنية تحتية سحابية قوية ومرنة لتمكين مؤسسات الخدمات المالية من إدارة عملياتها اليومية بفعالية وتوسيع تطبيقاتها الرقمية عبر قدرات الحوكمة السحابية المدججة
- حلول الأمان والامتثال تمنح الثقة لمؤسسات الخدمات المالية في أنها تعمل وفقًا للمتطلبات الأمنية والتنظيمية الإقليمية والمتعلقة بالصناعة.
- تتحقق المرونة في تطوير تطبيقات الأعمال من خلال مجموعة واسعة من الأدوات السحابية ذات الدرجة المالية والبرمجيات الوسيطة ومنتجات قواعد البيانات الموزعة لتطوير تطبيقات السحابة الأصلية، فضلاً عن قدرة مؤسسات الخدمات المالية على إدارة أعباء العمل من خلال المنصات السحابية العامة والمهجينة في علي بابا كلاود، أو مبانها الخاصة أو البيئات متعددة السحابة بطريقة مرنة وقابلة للتطوير.
- يعمل الإعداد الرقمي على توظيف العديد من البرامج كخدمة والاستخدامات السحابية الهجينة في دعم العمليات المتنقلة والرقمية، ومنصات المبيعات القائمة على الفيديو عن بُعد، وحل إلكتروني للتعرف على العميل، مما يساعد مؤسسات الخدمات المالية على التحقق من المستخدمين عبر الإنترنت وإعدادهم في أي وقت ومن أي مكان.
- تعمل حلول توليد رؤى العملاء والتحليلات على تسخير الذكاء الاصطناعي، والبلوك تشين، والتعلم الآلي، وتحليلات البيانات لمساعدة مؤسسات الخدمات المالية

على تحليل وتصور معلومات التواصل الرقمي متعدد القنوات، مما يساعد على اكتشاف رؤى العملاء وتمكين اتخاذ القرار القائم على المعلومات.

4. الخدمات الخاصة بالمكفوفين:

لقد قامت شركة علي بابا عن تقديم تقنية خاصة بالمكفوفين لتسهيل عملية التسوق عبر الهواتف الذكية فقامت بالاستثمار في أكاديميتها DAMO للأبحاث، حيث توصلت إلى توفير ما أطلقت عليه (Smart Touch) وهي قطعة بلاستيكية توضع أعلى الشاشة تحتوي على ثلاث أزرار صغيرة من السليكون تمكن من إصدار الأوامر عند الضغط عليها، كأمر الرجوع في القائمة أو تأكيد طلب معين كالشراء مثلاً، مما يساعد المكفوف على تجنب الاختيارات الخاطئة للأوامر ويجعل الأمر أكثر سهولة باللجوء للضغط بشكل يدوي على الاختصارات بعيداً عن الواجهة المليئة بالأيقونات وسوء الفهم مع القارئ الرقمي. (قنديل، 2018)

5. آثار أزمة جائحة كورونا على شركة علي بابا:

إن المتتبع لتطور جائحة كورونا على إيرادات الشركة يلاحظ أن هناك آثاراً سلبية في البداية تعكسها إيرادات الشركة، ثم تتكيف الشركة مع الأزمة لتحقيق عوائد جيدة كما يلي:
مع بداية الأزمة تضررت أرباح شركة علي بابا الصينية العملاقة للبيع بالتجزئة على إنترنت بسبب جائحة كوفيد - 19 الناجمة عن تفشى فيروس كورونا المستجد ، وذلك عن الربع الأول من عام 2020 . و أعلنت الشركة أن الأرباح تراجعت 88% لتصل إلى 3.2 مليار يوان (448 مليون دولار) بسبب خسائر في الاستثمارات .

كما شعرت الشركة المدرجة في بورصة نيويورك بتأثيرات أزمة فيروس كورونا المستجد على أعمالها الجارية، حيث انخفضت أرباح التشغيل 19% لتصل إلى 7.1 مليار يوان، وقالت "علي بابا" في تصريحات سابقة إن الفيروس أضر بالإنتاج في الصين، نظراً لعدم قدرة كثير من العمال على العودة إلى أعمالهم بسبب الأزمة. كما أدى انتشار الفيروس إلى تغيير أنماط الشراء، حيث تراجع المستهلكون عن الإنفاق الترفيهي بما في ذلك السفر والذهاب إلى المطاعم. والمسجل أن بداية الأزمة سببت خسائر مالية ضخمة في الشركة نتيجة الصدمة التي عاشتها الصين والعالم ككل مما أدى إلى انحسار طلبات المستهلكين وزبائن الشركة في متطلباتهم الأساسية والعزوف عن الشراء بالصورة التي تعودوا عليها خاصة مع ظروف الحجر الصحي التي عرفتھا المعمورة ككل تقريباً. (بخوش، 2020)

6. نمو أداء شركة علي بابا

و بشكل عام، ارتفعت إيرادات علي بابا بنسبة 9% في الربع الأخير لتصل إلى 204.1 مليار يوان صيني (CNY) ، والتي تقدر بنحو 32.2 مليار دولار. و إيرادات التجارة الإلكترونية الأساسية لشركة علي بابا في الصين ارتفعت بنسبة 8% في الربع الأخير لتصل إلى 140.3 مليار يوان صيني (22.1 مليار دولار) ، وهو تحسن عن الربع السابق ، الذي شهد نموًا بنسبة 7%. على إجمالي المقبوضات. قامت Alibaba بتحسين أدائها بشكل طفيف في أهم أعمالها ربعًا تلو الآخر. وشهدت أيضًا قوة مستمرة في خدمات المستهلكين المحلية، حيث ارتفعت الإيرادات بنسبة 29% في الربع الأخير لتصل إلى 10.4 مليار يوان صيني (1.6 مليار دولار) ، والقطاع السحابي ، الذي شهد ارتفاع الإيرادات بنسبة 12% في الربع الأخير لتصل إلى 19 مليار يوان صيني (3 مليارات دولار).

الجدول 01: أداء شركة علي بابا

النسبة الاجمالية للإيرادات	YOY%	السنة المنتهية 31 مارس		النسبة الاجمالية للإيرادات	YOY %	الربع الأخير 31 مارس		البيانات (بالمليون يوان). باستثناء بيانات المشاركة والنسب المتوية
		2022	2021			2022	2021	
100%	19%	853.062	717.289	100%	9%	204.052	187.395	إجمالي الإيرادات
69%	18%	592.705	501.683	69%	8%	140.330	130.391	تجارة الالكترونية في الصين
7%	25%	61.078	48.851	7%	7%	14.335	13.416	التجارة الدولية
5%	23%	43491	35442	5%	29%	10445	8123	خدمات المستهلك المحلي
5%	24%	46107	37258	6%	16%	11582	9959	كايونو
9%	23%	74568	60558	9%	12%	18971	16865	القطاع السحابي
4%	3%	32272	31186	4%	-1%	8005	8047	وسائل الإعلام الرقمية والترفيه
1%	23%	2841	2311	0%	35-0%	384	594	مبادرات الابتكار وغيرها
8%	-22%	69638	89678	8%	N/A	1717	7.663-	(خسارة) دخل العمليات
3%	-52%	2391	50120	2%	N/A	-3.737	8.632	يضيف: حساب التعويض على أساس الأسهم
1%	-6%	11647	12427	2%	-17%	2.831	3.415	يضيف: ضعف الشهرة
3%	N/A	25141	-	-	-	-	-	يضيف: العرامة المقرضة بموجب قانون مكافحة الاحتيال الصيني
	8%	2.84	6.84		-205%	-0.76	-0.25	ربحية (الخسارة) المخففة للسهم
	-58%	22.74	54.70		-205%	-6.07%	-1.99	أرباح (الخسارة) المخففة لكل إعلان

Source : <https://www.xtb.com/ar/market-analysis/nmw-shm-ly-bb>

7. عرض تجربة شركة أمازون

1.7. تعريف بالشركة ومجالات عملها : أمازون. كوم أو أمازون بالإنجليزية Amazon.com : هو موقع للتجارة الإلكترونية و الحوسبة السحابية تأسس في 5 تموز 1994 ، من قبل جيف بيزوس ويقع مقره في سياتل واشنطن .و هو أكبر متجر للتجزئة القائمة على الإنترنت في العالم من حيث إجمالي المبيعات والقيمة السوقية. بدأ Amazon.com كمكتبة على الإنترنت، وتنوع لاحقا لبيع أقراص الفيديو الرقمية، وأقراص بلو-راي، والأقراص المدمجة، تنزيل وبث الفيديو، تنزيل وبث ملفات MP3 ، وتنزيل الكتب الصوتية، والبرمجيات، وألعاب الفيديو، والإلكترونيات، والملابس، والأثاث، والمجوهرات. وتنتج الشركة أيضا الإلكترونيات الاستهلاكية، ولا سيما جهاز القراءة الإلكتروني كيندل، جهاز كيندل فاير وتلفاز فاير، وهو أكبر مزود في العالم لخدمات البنية التحتية السحابية (IaaS and PaaS) . أمازون أيضا يبيع بعض المنتجات المنخفضة القيمة مثل كابلات USB تحت العلامة التجارية AmazonBasics .

و يوجد لأمازون مواقع منفصلة للبيع بالتجزئة في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وإيرلندا وفرنسا وكندا وألمانيا وإيطاليا وإسبانيا وهولندا وأستراليا والبرازيل واليابان والصين والهند والمكسيك . كما يقدم أمازون خدمة الشحن الدولي لبعض البلدان الأخرى لبعض المنتجات. (أمازون، 2021)

2.7. أهم الخدمات المقدمة من طرف متجر أمازون : سعت أمازون إلى التنوع من الخدمات المقدمة من أجل تدعيم وضعيتها التنافسية إزاء منافسيها، وفي هذا نذكر أهم الخدمات التي غيرت فعلا من لعبة التنافس الافتراضي عبر الإنترنت، والتي مكنت أمازون من الاستحواذ على وفاء وولاء زوارها:

- **محرك البحث 9A.com :** أطلقت شركة أمازون عملاق تجارة التجزئة على شبكة الإنترنت النسخة التجريبية (9 version) Beta 8 من محرك البحث 9A.com ، في موقع مستقل على الشبكة العالمية . وكانت أمازون قد أعلنت في سبتمبر 2004 الماضي عن تطوير A 9 ليكون مجرد أداة بحث ليساعد المستخدمين على البحث عن المنتجات و التسوق على الموقع الرئيسي للشركة، وسيكون محرك البحث الجديد مدعوما تقنيا من كل من أمازون (الشركة الأم) ومن شركة أليكسا لإحصائيات التحقق من الترويج على مواقع

الإنترنت وهي تتبع أمازون أيضا، ومن غوغل محرك البحث الأكثر شهرة، إضافة إلى الخبرة التقنية للقائمين على الموقع، ويقودهم أودي مانبر مدير التقنية السابق بشركة ياهو . ورغم أن المستخدم العادي لمحرك البحث قد يعتقد أنه ليس ثمة إضافات أو خصائص جديدة أكثر مما تتيحه محركات البحث الحالية مثل غوغل، استطاع محرك البحث 9A.com أن يضيف ملامح جديدة ربما تجعله يتفوق على شريكه (غوغل)، ويكسب السبق في هذا المجال التكنولوجي . من الملامح الجديدة التي يقدمها 9A إضافة إلى إمكانات محركات البحث التقليدية البحث داخل الكتاب، تاريخ البحث، الأعمدة المرنة، نتائج بحث سابقة، معلومات الموقع الطريق المختصر للبحث، خدمة الفحص الى غير ذلك من الخدمات المقدمة . (سهام، 2010)

3.7. آثار جائحة كورونا على الشركة

أعلنت أمازون. كوم عن تحقيق أكبر أرباحها على الإطلاق منذ تأسيسها قبل 26 عاما مع تنامي مبيعاتها عبر الإنترنت خلال جائحة فيروس كورونا. وفي حين اضطرت المتاجر التقليدية للتوقف في أثناء الإغلاقات التي فرضتها الحكومات، وظفت أمازون 175 ألف شخص في الأشهر الأخيرة وشهدت زيادة قوية في الطلب على خدماتها. وقالت الشركة إن الإيرادات قفزت بنسبة 40 بالمئة عنها قبل عام إلى 88.9 مليار دولار.

ولقد كانت أمازون حذرت من خسارة محتملة في الربع الثاني من العام بسبب إنفاق نحو أربعة مليارات دولار على تجهيزات الوقائية للعاملين ونفقات أخرى ترتبط بكوفيد-19 . لكن الشركة حققت 5.2 مليار دولار ربحا، بما يعادل مثلي صافي الربح قبل عام. وقفزت مبيعات متجر الإنترنت 48 بالمئة إلى 45.9 مليار دولار في الربع الثاني. وتوقعت الشركة صافي مبيعات بين 87 و93 مليار دولار للربع الثالث. وتوقع المحللون في المتوسط إيرادات قدرها 86.34 مليار دولار. (الهامي، 2020)

8. خاتمة :

سعت هذه الدراسة إلى الوقوف على الخدمات المقدمة من طرف شركتي علي بابا وأمازون لأحدهما من المؤسسات العالمية في ريادة الأعمال الرقمية، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج:

- التنوع في مجالات عمل مجموعة علي بابا و شركة أمازون من التجارة الإلكترونية من خلال أسواق البيع بالتجزئة والجملة، الخدمات اللوجستية، خدمات المستهلك المحلي، الحوسبة السحابية، الوسائط الرقمية والترفيه، مبادرات الابتكار و الحلول المقدمة لدعم المؤسسات المالية.
- بنية تحتية سحابية قوية ومرنة لتمكين مؤسسات الخدمات المالية من إدارة عملياتها اليومية بفعالية وتوسيع تطبيقاتها الرقمية عبر قدرات الحوكمة السحابية المدججة.
- حلول الأمان و الامتثال تمنح الثقة لمؤسسات الخدمات المالية في أنها تعمل وفقاً للمتطلبات الأمنية والتنظيمية الإقليمية والمتعلقة بالصناعة.
- قامت شركة علي بابا بتقديم تقنية خاصة بالمكفوفين لتسهيل عملية التسوق عبر الهواتف الذكية.
- خلال جائحة كورونا أمازون حققت تنامي في مبيعاتها عبر الانترنت، كما وظفت 175 الف شخص.
- ارتفعت إيرادات علي بابا بنسبة 9٪ في الربع الأخير لتصل إلى 204.1 مليار يوان صيني (CNY)، والتي تقدر بنحو 32.2 مليار دولار. و إيرادات التجارة الإلكترونية الأساسية لشركة علي بابا في الصين ارتفعت بنسبة 8٪ على أساس سنوي إلى 140.3 مليار يوان صيني (22.1 مليار دولار)، وهو تحسن عن الربع السابق، الذي شهد نمواً بنسبة 7٪. على إجمالي المقبوضات.

9. التوصيات و الاقتراحات:

- من خلال دراستنا لموضوع ريادة الأعمال الرقمية و بناءا على دراسة حفيظة سليمان البراشدية وهناء محمد، فإننا نقترح ما يلي:
- إن التحول من ريادة الأعمال التقليدية إلى رقمية أصبح أمراً ضرورياً، خاصة في ظل التحديات والتغيرات المجتمعية والمحلية ومواكبة مع ما أحدثته جائحة كورونا من ضرورة التوجه والتحول الرقمي في التعليم والتدريب والعمل، وهذا التحول بحاجة ماسة إلى إعادة هندسة المنظومة الجامعية وإحداث تغيير في نوعية القوى البشرية من ناقلين للمعرفة إلى مبدعين ومبتكرين، من مستهلكين إلى منتجين، من عقلية دوجماتية لا

- تؤمن بأي تغيير إلى عقلية مرنة ذات رؤية استراتيجية تؤمن بالتطوير والتقدم التكنولوجي الحادث في العالم أجمع وذلك لتحقيق التميز والريادة.
- توفير بنية تحتية ونظم جيدة للاتصالات، وتقديم التسهيلات المختلفة، كخفض تكلفة استخدام الإنترنت.
- إيجاد بيئة قانونية وتشريعية تنظم مثل هذه المعاملات التجارية الرقمية، وتلبي المعايير المتعلقة بالتجارة والضرائب والتبادل التجاري وغيرها من القوانين التي تغطي متطلبات ريادة الأعمال الرقمية، وتسهل من مزاوله أنشطتها أمام مختلف الأطراف سواء المؤسسات أم الأفراد والمشتريين
- توفير الخصوصية وإجراءات أمنية كافية لضمان إتمام عملية التبادل التجاري الرقمي، والحفاظ على خصوصية بيانات المؤسسات والعملاء المتعاملين عبر ريادة الأعمال الرقمية.
- نشر ثقافة التعامل الالكتروني في جميع مجالات من التعليم، الصحة، التجارة، ...
- التفكير في تقديم خدمات متنوعة تشمل كل فئات المجتمع مثلا الفئات من ذوي الاحتياجات الخاصة.
- ضرورة التزام الحكومات بتحويل خدماتها بشكل استباقي باستخدام التقنيات الرقمية وتمكين تعزيز التقدم المحرز في تمكين البيئة الرقمية و الاستعداد الرقمي والاستخدام الرقمي في منطقة الدول العربية والمؤسسات بصفة عامة.

10. قائمة المراجع.

- بخوش، م. (2020). دور الابداع التكنولوجي في استدامة الميزة التنافسية تجربة شركة علي بابا الصينية في ظل جائحة كورونا. مجلة دراسات في الاقتصاد وادارة الاعمال، 03(05)، 1-21.
- رتيبة، ط؛ حمزة، غ. (2022). ريادة الأعمال الرقمية ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية(دراسة تحليلية. مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، ص1121-1137.
- سهام، م. (2010). تحليل تنافسية المتاجر الالكترونية دراسة حالة موقع أمازون com.amazon. مجلة الباحث، 267-273.
- عبد الكريم، ع. (2022). مجموعة-علي-بابا-كل-ما-تريد-معرفته. تم الاسترداد من <https://www.anafabdulkarem.com>
- قديل، م. (2018). علي بابا تطور تقنية رخيصة لمساعدة المكفوفين للتسوق باللمس. Récupéré [/sur https://www.tech-wd.com/wd: https://www.tech-wd.com/wd](https://www.tech-wd.com/wd: https://www.tech-wd.com/wd)

- كلاود، ع. ب. (2022). علي بابا كلاود تكشف عن حلول الخدمات المالية لتعزيز رقمنة الصناعة. Récupéré sur <https://www.zawya.com/ar>
- هيكل، ه. م. (2022). مقومات ريادة الاعمال الرقمية بالجامعات المصرية وسبل تعزيزها في ظل جائحة كورونا " دراسة استشرافية". مجلة كلية التربية- عين شمس، 486-423.
- البراشدية، ح. س. (2021). ريادة الاعمال الرقمية ظل جائحة كورونا (كوفيد19). Al-, Journal of Information Studies & Technology, Vol. 2021(1). Art 5, 1-17.
- الهامي، ا. (2020). امازون تحقق اكبر ارباحها . Récupéré sur: <https://www.reuters.com/article/amazon-aa6-idARAKCN24V3KE>
- امازون، ش. (2021). شركة امازون. Récupéré sur <https://www.marefa.org/w/index.php?&action=history>
- Turuk, M. J. (2018). THE IMPORTANCE OF DIGITAL ENTREPRENEURSHIP IN ECONOMIC.ZNAČAJ DIGITALNOG PODUZETNIŠTVA U RAZVOJU GOSPODARSTVA. <https://www.researchgate.net/publication/329659691>, 178-186.
- Zhao, F., & Collier, A. (2016) Digital Entrepreneurship-Research and Practice. Récupéré sur <https://eprints.staffs.ac.uk/6274/1/>

الملاحق

Financial Highlights	Three months ended March 31,			Year ended March 31,				
	2021	2022	YoY% ⁽¹⁾	% of Total Revenue	2021	2022	YoY% ⁽¹⁾	% of Total Revenue
<i>(in RMB millions, except per share data and percentages)</i>								
Total revenue	187,395	204,052	9%	100%	717,289	853,062	19%	100%
China commerce	130,391	140,330	8%	69%	501,683	592,705	18%	62%
International commerce	13,416	14,335	7%	7%	48,851	61,078	25%	7%
Local consumer services	8,123	10,445	29%	5%	35,442	43,491	23%	5%
Cainiao	9,959	11,582	16%	6%	37,258	46,107	24%	5%
Cloud	16,865	18,971	12%	9%	60,558	74,568	23%	9%
Digital media and entertainment	8,047	8,005	-1%	4%	31,186	32,272	3%	4%
Innovation initiatives and others	594	384	-35%	0%	2,311	2,841	23%	1%
(Loss) income from operations	-7,663⁽²⁾	16,717⁽³⁾	N/A	8%	89,678	69,638	-22%⁽¹⁾	8%
Add: Share-based compensation expense	8,632	-3,737	N/A	-2%	50,120	23,971	-52%	3%
Add: Amortization of intangible assets	3,415	2,831	-17%	2%	12,427	11,647	-6%	1%
Add: Impairment of goodwill	-	-	-	-	-	25,141	N/A	3%
Add: Fine imposed pursuant to China's Anti-monopoly Law	18,228	-	-100%	N/A	18,228	-	-100%	N/A
Diluted (loss) earnings per share⁽¹⁾⁽²⁾	-0.25	-0.76	-205%⁽¹⁾		6.84	2.84	-58%⁽¹⁾	
Diluted (loss) earnings per ADS⁽¹⁾⁽²⁾	-1.99	-6.07	-205%⁽¹⁾		54.70	22.74	-58%⁽¹⁾	

أثر الأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسة من خلال الإبداع التنظيمي -
دراسة حالة المؤسسات الناشئة بالجزائر -

The impact of intelligence systems and processes on company
performance through organizational creativity
- a case study of start ups in Algeria-

صبري مقيمح
Sabri Mekimah
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر
مخبر الاقتصاد المالية وإدارة أعمال
s.mekimah@univ-skikda.dz

رحمة زيغهد
Rahma Zighed
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر
مخبر الاقتصاد المالية وإدارة أعمال
r.zighed@univ-skikda.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/16

تاريخ الاستلام: 2022/12/22

الملخص : تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى تأثير الأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسة من خلال الإبداع التنظيمي في المؤسسات الناشئة بالجزائر، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي مع استخدام الاستمارة لجمع البيانات، والتي وزعت على عينة عشوائية من المؤسسات قدر عددهم 255 مؤسسة، كما تم استخدام النمذجة بالمعادلات البنائية من خلال برنامج Smart pls 4 لاختبار فرضيات الدراسة. توصلت الدراسة إلى أن هناك تأثير ضعيف غير مباشر بين الأنظمة والعمليات الذكية وأداء المؤسسات الناشئة بالجزائر من خلال الإبداع التنظيمي المعبر عنه بمعامل الارتباط التي قدرتها ب 07,6 %، بينما كان التأثير المباشر أكبر مع معامل ارتباط 70,5 %، هذا ما يستوجب على المؤسسات الناشئة بالجزائر الاهتمام أكثر بالإبداع التنظيمي لكي يحقق الدور المتوقع منه في تحسين وتقوية الأثر بين الأنظمة والعمليات الذكية وأداء المؤسسة.

الكلمات المفتاحية: الأنظمة والعمليات الذكية-الإبداع التنظيمي- الأداء-المؤسسات الناشئة بالجزائر.

تصنيف JEL: O32, M12, M13

Abstract : This study aims to determine the extent of the impact of Intelligence systems and processes on the performance of the company through organizational innovation in the start ups in Algeria, based on the descriptive analytical approach questionnaire, was distributed to a random sample of the 255 companies. The structural equations modeling was used through the Smart pls 4 program to test the hypotheses of the study. The study concluded that there is a weak indirect effect between smart systems and processes and the performance of start ups in Algeria through organizational creativity expressed by a correlation coefficient estimated at 07.6%, while the direct effect was greater with a correlation coefficient of 70.5%. start ups in Algeria pay more attention to organizational innovation in order to achieve the role expected from it in improving and strengthening the impact between intelligence systems and processes and the performance of the company.

Keywords: intelligence systems and processes ;organizational creativity ; performance ; start ups.

Jel Classification: O32, M12, M13

1. مقدمة:

يشهد العالم الحديث اليوم تغيرات وتحولات جذرية في البيئة التشغيلية والتكنولوجية والضغط المالية المستمرة امتدت من الأفراد حتى المؤسسات، وذلك نتيجة للثورة التقنية والمعلوماتية المتسارعة والتقدم التكنولوجي الهائل خاصة في مجال تقنيات المعلومات والاتصالات، فهذه التغيرات الحاصلة سببت حاجة المؤسسات إلى عمليات ذكية لما لها من إمكانيات بيئية واجتماعية واقتصادية، وذلك وفقا لمدى استجابتها وتكيفها، ومن بين هذه الاستجابات ظهرت مفاهيم وتطبيقات للأنظمة والعمليات الذكية باعتبارها من المواضيع المهمة والحديثة في وقتنا الحالي فهي تساعد في توفير حياة أكثر راحة وأمنا في المؤسسات وترشيدا وحفاظا وتطورا ومدخلا كذلك لتأصيل الاستدامة.

فالإبداع التنظيمي يعد من المفاهيم الحديثة في الإدارة وعلم المؤسسات، وهو أداة من أدوات التعامل مع التطورات الدولية الجديدة ومفتاح أساسي لتحقيق ميزة تنافسية، إذ تمثل هذه الأخيرة القاعدة الأساسية التي يركز عليها أداء المؤسسات الناشئة، وأهم ما يميز هذه المؤسسات في الوقت الحالي هو وقوعها تحت هاجس التنافس سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي بالنسبة للبيئة التي تنشط بها، ولقد أصبحت المؤسسات الناشئة تعمل في بيئة تنافسية مما يتطلب عليها ضرورة تكثيف جهودها والعمل بجدية أكبر لمواجهة منافسيها الحاليين.

إشكالية الدراسة:

من خلال هذه الدراسة، سوف نعالج أثر الأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسة من خلال الإبداع التنظيمي في المؤسسات الناشئة بالجزائر، بحيث تم طرح الإشكالية التالية:

- ما مدى تأثير الأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسة من خلال الإبداع التنظيمي في المؤسسات الناشئة بالجزائر؟

ولتوضيح موضوع الدراسة أكثر نطرح التساؤلات التالية:

- ما مدى تأثير الأنظمة والعمليات الذكية على الإبداع التنظيمي في المؤسسات الناشئة بالجزائر؟
- ما مدى تأثير الإبداع التنظيمي على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر؟
- ما مدى تأثير الأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر؟

فرضيات الدراسة:

وكإجابة مبدئية عن الإشكالية والتساؤلات المطروحة سابقا تم تبني الفرضية الرئيسية التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسة من خلال الإبداع التنظيمي في المؤسسات الناشئة بالجزائر.

لكي يثبت عنها الفرضيات الفرعية المتمثلة في:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للأنظمة والعمليات الذكية على الإبداع التنظيمي في المؤسسات الناشئة بالجزائر.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للإبداع التنظيمي على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر.

أهداف الدراسة:

ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف المتعلقة بتوضيح مختلف المفاهيم التي تخص الأنظمة والعمليات الذكية، الإبداع التنظيمي وأداء المؤسسة، والتعرف على ما إذا كان لدى المؤسسات الناشئة بالجزائر توجهات وإجراءات تسعى من خلالها إلى تحديد أثر تطبيق الأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسة من خلال الإبداع التنظيمي، مع إبراز عناصر الأنظمة والعمليات الذكية لتبين أثرها على أداء المؤسسة من خلال الإبداع التنظيمي في المؤسسات الناشئة محل الدراسة.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من الدور الذي تلعبه الأنظمة والعمليات الذكية على مستوى المؤسسات الناشئة بالجزائر في تحسين أدائها من خلال الإبداع التنظيمي كما تكمن أهمية الدراسة أيضا في أنها تتناول موضوعا حديثا في ميدان البحث العلمي في الجزائر و ندرة الدراسات و الأبحاث المتعلقة به، كما أنها تكون من أولى الدراسات التي تطبق الأنظمة والعمليات الذكية في المؤسسات الناشئة بالجزائر لذلك نحن على أمل أن تكون مرجعا علميا يستفاد منه في المؤسسات.

منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال التعريف بمتغيرات الدراسة من الناحية النظرية المتمثلة في كل من متغير الأنظمة والعمليات الذكية الإبداع التنظيمي وأداء

المؤسسة، أما الجانب التطبيقي فيهدف جمع البيانات تم تصميم وتوزيع استمارة على عينة من المؤسسات الناشئة بالجزائر ومن أجل معالجة واختبار فرضيات الدراسة تم الاعتماد على النمذجة بالمعادلات البنائية 4 Smart PLS.

الدراسات السابقة:

-دراسة بعنوان " دور الإبداع الإداري في تحقيق التطوير التنظيمي دراسة سوسولوجية بمؤسسات القطاع العام بمدينة ورقلة.

هدفت الدراسة إلى التعرف عن دور الإبداع الإداري في تحقيق التطوير التنظيمي بمؤسسات القطاع العام بمدينة ورقلة، اعتمد الباحث على المنهج التحليلي وتم استخدام المنهج الوصفي، اعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة على عينة تتكون من (176) فرد قسمة على 3 مؤسسات كما يلي: 65 فرد بشركة الكهرباء والغاز، 63 فرد بمؤسسة اتصالات الجزائر 48 فرد بمديرية الشباب والرياضة، توصلت الدراسة إلى أن الإبداع الإداري لا يحل المشكلات وحسب بل يتجاوز ذلك إلى الحد الأدنى لتحقيق التعايش والتوافق في المؤسسة والبيئة الخارجية التي تحيط بها (لبوز، 2017).

-دراسة بعنوان " إدارة المعرفة ودورها في رفع كفاءة أداء المؤسسة الاقتصادية بمؤسسة اتصالات الجزائر.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور إدارة المعرفة في رفع كفاءة أداء المؤسسات الاقتصادية بمؤسسة اتصالات الجزائر، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، كما اعتمد أيضا على أداة الاستبانة على عينة تتكون من 150 واسترجعت 97 صالحة للدراسة، توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباط قوية ذات دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة وكفاءة أداء المؤسسة بمؤسسة اتصالات الجزائر (زواغي، 2021).

-Shafagat Mahmudova, Intelligent systems for the internet of things : Essence, perspectives and problems.

هدفت الدراسة إلى التعرف على تحديات الأنظمة الذكية وتحديد التوقعات، كما تحدف أيضا إلى الكشف عن مدى مساهمة الأنظمة الذكية في تطوير التكنولوجيا من أجل تنمية الاقتصاد، فقد اعتمد الباحث على المنهج التحليلي، حيث توصلت الدراسة إلى أن هناك تحديات

للأنظمة الذكية وأن هذه الأخيرة تساهم في تطوير التكنولوجيا بشكل كبير لتنمية الاقتصاد (Shafagat, 2021).

التعليق عن الدراسات السابقة:

تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في التعرف على الفجوة البحثية والمتمثلة أساسا في معرفة واقع الأنظمة والعمليات الذكية وأثرها على أداء المؤسسة من خلال الإبداع التنظيمي، كما تختلف هذه الدراسة عن سابقتها في أنها تتناول متغير وسيط متمثل في الإبداع التنظيمي على خلاف الدراسات الأخرى فقد تناولت كل متغير على حدى، وتختلف أيضا من حيث المجال الزمني باعتبارها تمت في السنة الحالية 2022، بينما الدراسات السابقة الأخرى فقد امتدت عبر السنوات من (2017-2021)، أما من حيث المكان فقد تركزت الدراسات السابقة في بيئات مختلفة عربية وأجنبية أما الدراسة الحالية فقد ركزت على الجزائر فقط.

2. الجانب النظري.

سيتم التطرق في هذا العنصر إلى مفاهيم متعلقة بالأنظمة والعمليات الذكية، الإبداع التنظيمي وأداء المؤسسة.

1.1. مدخل عام حول الأنظمة والعمليات الذكية:

تعرف الأنظمة الذكية على أنها مجموعة الوسائل التقنية أو التكنولوجية مجتمعة من خلال التفاعل مع شخص أو مجموعة من الأشخاص أو العمل بشكل مستقل، حيث يكون قادرا على اتخاذ القرار يستند إلى المعلومات، المعرفة والحافز من أجل إنتاج وتحقيق الهدف (Pupkov, 2017, p. 1)، كما تعد كذلك على أنها تقنيات وأدوات تسمح بجمع ودمج، تحليل وتقديم كميات كبيرة من المعلومات من أجل اتخاذ قرارات أفضل (Castellanos & al, 2009, p. 1)، فهي جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد في المؤسسة كونها قائمة على أحدث التقنيات المعلوماتية، التكنولوجية... الخ، فهذه الأخيرة تتميز بوجود قاعدة بيانات ضرورية لحل المشكلات بمختلف أنواعها، حيث يتم من خلالها اختيار وقبول المعلومات المفيدة بالمؤسسة ومن ثم تنفيذ القرارات، فهي تنمي قدرات الأفراد على التكيف مع ظروف الحياة المعيشية بالمؤسسة (Denys & al, 2021, p. 35).

فالعمليات الذكية تعتبر تطبيق يشمل أداء الأعمال المتكررة مثل العمليات الروبوتية والذي يعتمد على فكرة التعلم الآلي، وتطبيق ما تعلمه فقط يوميا بشكل متكرر، ليتسع التطبيق ويشمل أيضا تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتقنيات أخرى مثل الأنترنت، كما يمكن للعمليات

الذكية معالجة البيانات غير المهيكلة مثل رسائل البريد الإلكتروني، وإجراء تحليل البيانات المعقدة، استثناءات العمليات وإجراء التحليل التنبؤي، والتكيف مع التغييرات والتعلم عبر الوقت (محمد بيومي، 2021، صفحة 8)، كما أنها تشمل كذلك العمليات المتمثلة في تحديد الاحتياجات من المعلومات الذكية حيث يتم الاعتماد على عمليات التخطيط التكنولوجي والاستراتيجي كنقطة انطلاق لتحديد تلك الاحتياجات، أما بالنسبة لجمع المعلومات فهي تحتاج نموذج عن هذه العملية بما في ذلك نوع وعدد الأشخاص الذين يقوموا بجمع المعلومات ذوي خبرة وكفاءات عالية... الخ، أما عملية تحليل المعلومات فالهدف منها هو تقييم أهمية المعلومات التي تم جمعها، واستخدامها كجزء من صنع القرار التشاركي وعمليات التخطيط (Safdari Ranjbar & Cho, 2016, pp. 61-62)، كذلك نشر المعلومات فهذه العملية تتم من خلال دورة ذكية تتمثل في تنسيق مصادر الأفكار من خلال تحديد الاحتياجات من المعلومات والبحث عن الأهداف وانتقاء المعلومات الذكية وتحليلها وهكذا تتكرر العملية حتى يتم تحقيق نتيجة مرضية (Mortara & all, 2009, p. 4)، أما العملية الأخيرة المتمثلة في صناعة القرار فهو لا يعتمد على المعلومات الأكثر موثوقية فقط ولكن يعتمد على الحدس والتقاليد، حيث يمكن اتخاذ القرار في إطار عملية التخطيط أو بشكل عفوي (Safdari Ranjbar & Cho, 2016, p. 63).

2.2. الإطار المفاهيمي للإبداع التنظيمي:

الإبداع التنظيمي هو عملية يقوم بها أفراد يعملون معا في نظام اجتماعي معقد كإنشاء منتج أو خدمة أو فكرة جديدة ومفيدة، كما يشير كذلك على أنه مدى إنشاء المؤسسة الأساليب والأدوات والموارد من أجل تشجيع السلوك الجديد الهادف في المؤسسة (Sundgren & styhre, 2003, p. 3)، كونه يعتبر عملية فكرية منفردة تجمع بين المعرفة المتألقة والعمل الخلاق تمس شتى مجالات الحياة، وتتعامل مع الواقع وتوسع نحو الأفضل (خيرى، 2012، صفحة 40)، فهو يمتلك القدرة على ابتكار أساليب وأفكار مفيدة للعمل، حيث تلقي هذه الأفكار والأساليب التجارب الأمثل من قبل العاملين تحفز ما لديهم من قدرات ومواهب لتحقيق الأهداف الإنتاجية والأدائية الأفضل (الصيرني، 2008، صفحة 27)، والإبداع التنظيمي يتميز بأنه شيء ملموس أو محسوس سواء كانت منتجات أو عمليات توليد الأفكار،

كما أنه يجب أن يكون مستهدفا رغم وجود إمكانية لحصول تغيرات طارئة غير مخطط لها (منصور و الخفاجي، 2010، صفحة 195).

يقوم الإبداع التنظيمي على ثلاث مستويات رئيسية أهمها الإبداع على مستوى الفرد وهو الذي يتم التوصل إليه من قبل أحد الأفراد الذين يمتلكون قدرات وسمات إبداعية كالمعرفة والذكاء (الحريم، 2009، صفحة 359)، أما الإبداع على مستوى الجماعة وهو الذي يتم تحقيقه أو التوصل إليه من قبل الجماعة بناء على تفاعل قدراتهم الإبداعية فيما بينهم وتبادل الرأي والخبرة (ريتا، 2013، الصفحات 38-39)، وفي الأخير نجد الإبداع على مستوى المنظمات وهو الإبداع الذي يتم التوصل إليه من قبل المؤسسة بشكل عام، إذ يتشكل الإبداع التنظيمي من خلال الإبداع الفردي والجماعي معا داخل المؤسسة (النجار و ملكاوي، 2010، صفحة 265).

3.2. أداء المؤسسة:

يعد الأداء من أهم الأنشطة التي تمكن الفرد من إنجاز المهمة أو الهدف المخصص له بنجاح، فهو يعبر عن علاقة الموارد المخصصة بالنتائج المحققة، أي النسبة بين النتائج والاقتصاد في التكاليف وتدنيها (Brosquet, 1989, p. 11)، وهو محصلة أو انعكاس لكيفية استخدام المنظمة لمواردها المادية والبشرية واستغلالها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها (ادريس و الغالي، 2009، صفحة 38)، كما أنه يعتبر نشاط شمولي المستمر يعكس نجاح المنظمة، واستمراريتها وقدرتها على التكيف مع البيئة، وفشلها وفق أسس ومعايير محددة تضعها المؤسسة، وفق لمطالبات نشاطاتها في ضوء الأهداف طويلة الأمد (طالب و شبحان الشهداني، 2011، صفحة 64).

يتكون الأداء من عنصرين رئيسين تتمثل في كل من الكفاءة والفعالية، حيث تعرف الكفاءة على أنها الاستخدام الرشيد للموارد المتاحة، والذي يحقق أقل مستوى للتكلفة دون التضحية بجودة مخرجات المؤسسة، كما تعبر عن الاستخدام العقلاني في المفاضلة بين البدائل واختيار أفضلها بشكل يسمح بتقليل التكاليف أو تعظيم الربح إلى أقصى درجة (جعدي، 2014، صفحة 4)، أما الفعالية فهي القدرة على تحقيق أهداف المنظمة من خلال حسن أداء الأنشطة المناسبة، تقاس انطلاقا من أهداف المؤسسة، أي التقارب بين النتائج المحصل عليها والأهداف المسطرة فالمسؤول الفعال هو الذي يستطيع الوصول إلى تحقيق الأهداف في الأجل المحددة

(سليمان، 2007، صفحة 116)، فهذه الأخيرة تحسب من خلال العلاقة أو النسبة بين الانجازات المحققة والانجازات المحددة والمخطط لها، أي هناك عنصرين للمقارنة في درجة بلوغ الأهداف المسطرة والأهداف المنجزة (Lorino, 2001, p. 97).

تعتبر إدارة الأداء عملية إدارية تم تصميمها للربط بين كل من أهداف العامل وأهداف المؤسسة، وذلك بطريقة يمكن من خلالها ضمان أن يتم توحيد أهداف العامل وأهداف المؤسسة (المحاسنة، 2013، صفحة 71)، كما أنها تعمل على ربط الأهداف الفردية بالأهداف التنظيمية، وذلك بتوضيح الأهداف والتوقعات اتجاه كل فرد ومن ثم تقديم المكافآت التي تتناسب مع أدائهم (Lorraine dorai ponu & Zubair, 2015, p. 2)، فهي تتضمن صياغة وتنفيذ السياسة ووضع الأهداف وتقييم وتقدير الأداء وتصميم العمليات من أجل التحسين المتواصل، حيث أنها تتطلب فهما جيدا لاحتياجات الأفراد المتصلة بالتعلم والاحتياجات المتصلة بأداء العمل (جوي، مايتوز، و اخرون، 2008، صفحة 116).

3. الجانب التطبيقي.

يهدف اختبار فرضيات الدراسة والوصول إلى نتائج حول أثر الأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسة من خلال الإبداع التنظيمي، تم دراسة المؤسسات الناشئة بالجزائر كدراسة حالة.

1.3 مجتمع وعينة الدراسة:

قدر مجتمع الدراسة بمجموع المؤسسات الناشئة بالجزائر البالغ عددهم 756 مؤسسة، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة قدر حجمها من خلال معادلة ستيفن ثامبسون قدرت 255 مؤسسة تم استرجاع 215 مؤسسة قابلة للتحليل أي بنسبة استجابة قدرها 84,31% (Thompson, 2012, p. 51).

2.3 عرض وتحليل أداة الدراسة:

يهدف اختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة وبناء نموذج قياسي مع التأكد من صحته تم تصميم استبانة، شملت (20) سؤالاً مقسمة على ثلاث محاور، حيث اهتم المحور الأول بالأنظمة والعمليات الذكية الأسئلة من 01 إلى 08، والمحور الثاني الخاص بالإبداع التنظيمي من 09 إلى 12، أما أسئلة المحور الثالث حول أداء المؤسسة من 12 إلى 20.

ليتم تمثيل فقرات متغيرات نموذج الدراسة الذي يجمع بين المتغيرات الكامنة والمقاسة، بغية فحص التشعبات أي مدى إمكانية الأسئلة على التعبير والقياس الحقيقي للمتغير، وتبين أن

هناك عبارات لا تحقق الحد الأدنى المطلوب 70٪، ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول 1: فحص تشعبات الأسئلة للنموذج الافتراضي المعدل

معامل التشعب	الفقرات	المتغيرات الكامنة	
0,741	A1	الأنظمة الذكية A	الأنظمة والعمليات الذكية
0,811	A2		
0,689	A3		
0,722	A4		
0,736	O1	العمليات الذكية O	
0,846	O2		
0,874	O3		
0,391	O4		
0,871	I1	الإبداع التنظيمي I	
0,383	I2		
0,375	I3		
0,922	I4		
0,765	K1	الكفاءة K	أداء المؤسسة
0,832	K2		
0,776	K3		
0,671	K4		
0,830	F1	الفعالية F	
0,820	F2		
0,719	F3		
0,814	F4		

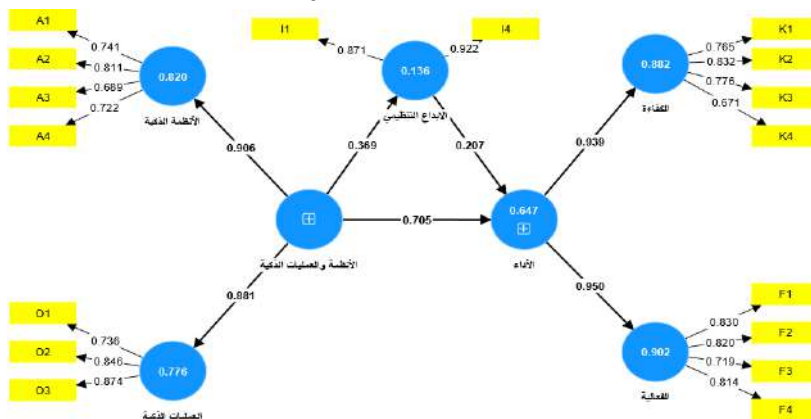
المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج smart pls 4 من الجدول أعلاه يتبين وجود مؤشرات أقل من 70٪ في المتغير المستقل " الأنظمة والعمليات الذكية" O4، والمتغير الوسيط " الإبداع التنظيمي " I2, I3، لهذا تم حذف كل المؤشرات سابقة الذكر.

إلا أنه على الرغم من وجود مؤشرات لا تتقيد بالشرط، فهي لا تقل عن 40٪ لكن تم الاحتفاظ بها في النموذج كونها تزيد في قيم الموثوقية المركبة أو متوسط التباين.

والشكل التالي يبين النموذج المعدل للدراسة بعد حذف المؤشرات المذكورة سابقا:

الشكل 1: النموذج المعدل لدراسة العلاقة الوسيطة لمُتغير الإبداع التنظيمي بين الأنظمة

والعمليات الذكية وأداء المؤسسة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج smart pls 4

3.3. تقييم الاعتمادية:

من خلال قياس مدى ثبات أداة الدراسة، تم الاعتماد على كل من مؤشر الفاكرونباخ وتعزيزه بمؤشر الموثوقية المركبة CR، والنتائج كانت كما مبينة في الجدول أدناه:

الجدول 2: قيمة مؤشر ألفا كرو نباخ ومؤشر RHO

المؤثوقية المركبة CR	مؤشر RHO	ألفا كرو نباخ	المتغيرات	
0,830	0,732	0,727	الأنظمة الذكية A	الأنظمة والعمليات الذكية
0,860	0,781	0,758	العمليات الذكية O	
0,892	0,791	0,761	الإبداع التنظيمي I	
0,847	0,763	0,758	الكفاءة K	أداء المؤسسة
0,874	0,810	0,807	الفعالية F	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج smart pls 4

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن كل معاملات ألفا كرو نباخ مرتفعة فهي أكبر من 0,7، أما قيم معاملات RHO فهي أيضا مرتفعة وتتعدى 0,70، ومنه يمكن الاعتماد على الاستبانة الموضوعية، بالإضافة إلى مؤشر CR فهو أكبر من 0.7 في جميع الأبعاد، وبالتالي يمكن القول أن أداة الدراسة تتصف بالثبات.

4.3. قياس الصدق التقاربي: يتم الحكم على أن النموذج يتمتع بالصدق التقاربي إذا كانت قيمة AVE المقبولة أكبر أو تساوي 0,50 بمعنى أن المبنى يفسر في متوسط أكثر من نصف تباين مؤشرات، والجدول التالي يبين متوسط التبيان المستخلص AVE:

الجدول 3: قياس صدق التقاربي للنموذج

المتغيرات	متوسط التبيان المستخلص AVE
الأنظمة والعمليات	0,551
الذكىة	0,673
الابداع التنظيمي I	0,805
أداء المؤسسة	0,582
	0,635

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج smart pls 4
 نلاحظ من الجدول أعلاه أن جميع قيم معاملات AVE مقبولة من الناحية الإحصائية لأن قيمتها أكبر من 0,50، وعليه يمكن الحكم على أن النموذج يتوفر على المصدقية التقاربية.
5.3. اختبار معامل التحديد R^2 :

يتم من خلال هذه المرحلة حساب قيم معامل التحديد الخاص بالآثر الكلي للعوامل، أي المتغيرات (المستقلة على المتغيرات التابعة من خلال الوسيطة)، والجدول التالي يوضح نتائج معامل التحديد:

الجدول 5: معامل التحديد R^2

المتغيرات	R^2	R^2 Adjusted
أداء المؤسسة	0,647	0,643
الأنظمة الذكىة	0,820	0,819
الابداع التنظيمي	0,136	0,132
العمليات الذكىة	0,776	0,775
الفعالية	0,902	0,902
الكفاءة	0,882	0,881

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج smart pls 4
 من خلال الجدول نلاحظ أن جميع المعاملات معنوية ومقبولة إحصائياً، بحيث أن الأنظمة والعمليات الذكىة تفسر ما قدره 0,13 من الإبداع التنظيمي وهو تفسير ضعيف، أما الأنظمة والعمليات الذكىة مع الإبداع التنظيمي يفسران ما مقداره 0,64 من أداء المؤسسة وهو تفسير كبير، وهو نفس التفسير لمعامل التحديد المعدل حيث نتائجه تقترب من نتائج معامل التحديد، ليدل على جودة التنبؤي للنموذج.

6.3. تقييم صلاحية النموذج: بعدما تم التأكد من صلاحية نموذج القياس، ننتقل إلى تقييم مدى صلاحية نموذج البناء الذي تم تحديده سابقاً، وذلك بحساب مؤشر جودة المطابقة من خلال الأخذ بمؤشر GOF .

بحيث يحسب بالقانون التالي:

$$GOF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

$$GOF = \sqrt{0.649 \times 0.693}$$

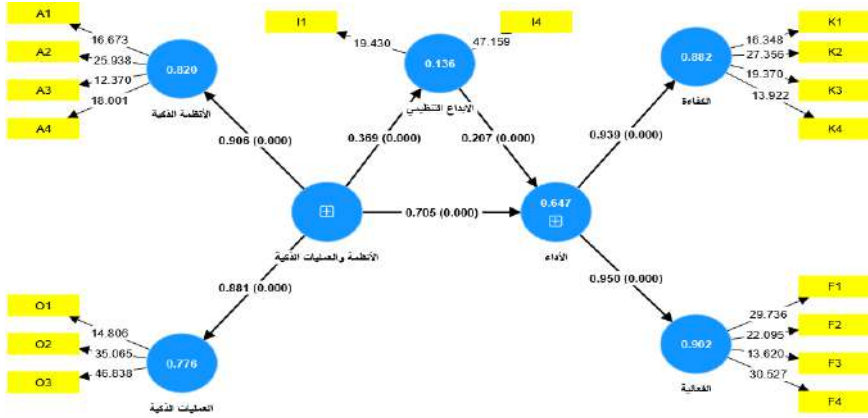
$$GOF = 0.670$$

وعليه فإن قيمة $GOF=0.67$ وهي أكبر من 0.36 فإن النموذج يتميز بجودة عالية.

7.3. تحليل النتائج:

يتم التأكد من مدى دلالة المسارات بالاعتماد على تقنية شد الأحزمة Boots trapping بتوليد 500 عينة جزئية، فكانت النتائج على النحو المبين في الشكل الآتي:

الشكل 02: الدلالة الإحصائية لمسارات النموذج البنائي



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج smart pls 4

والجدول التالي يوضح النتائج المتحصل عليها من تحليل مسارات العلاقة بين متغيرات النموذج.

الجدول 6: نتائج تحليل مسارات النموذج البنائي

P-value	T-value	Std.Dev	معاملات المسار	المسارات
0,000	56,936	0,016	0,906	الأنظمة والعمليات الذكية
				← الأنظمة الذكية
0,000	46,787	0,019	0,881	الأنظمة والعمليات الذكية
				← العمليات الذكية
0,000	5,091	0,072	0,369	الأنظمة والعمليات الذكية
				← الإبداع التنظيمي
0,000	4,507	0,046	0,207	الإبداع التنظيمي
				← أداء المؤسسة
0,000	64,215	0,015	0,939	أداء المؤسسة

				الكفاءة ←
0,000	74,243	0,013	0,950	أداء المؤسسة ←
				الفعالية ←
0,000	18,548	0,042	0,781	الأنظمة والعمليات الذكية ←
				أداء المؤسسة ←

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج smart pls 4

يتضح من الجدول السابق أن كل مسارات معاملات النموذج ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0,05 مما يدل على وجود علاقة بين متغيرات النموذج الهيكلي، بمعنى:
-توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الأنظمة والعمليات الذكية والإبداع التنظيمي.
-توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الإبداع التنظيمي وأداء المؤسسة.
-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأنظمة والعمليات الذكية وأداء المؤسسة.

8.3. اختبار الفرضيات:

سيتم اختبار الفرضيات الفرعية والفرضية الرئيسية وذلك لتحديد أثر الأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر من خلال الإبداع التنظيمي.

اختبار الفرضية الأولى:

-لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للأنظمة والعمليات الذكية على الإبداع التنظيمية في المؤسسات الناشئة بالجزائر.

الجدول 7: يوضح نتائج الفرضية الأولى

المسارات	Beta	Std.Dev	قيمة T	قيمة P
الأنظمة والعمليات الذكية ← الإبداع التنظيمي	0,369	0,072	5,091	0,000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج smart pls 4

من خلال الجدول نلاحظ أن معامل الارتباط بين المتغيرين قدر ب 0,369 ما يدل على العلاقة الطردية الموجبة التي تجمع بين المتغيرات، والتي تتميز بأنها علاقة ضعيفة، كما نلاحظ أن هذا الارتباط يدل إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,000 وهي أقل من 0,05، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند

مستوى معنوية 0,05، لأنظمة والعمليات الذكية على الإبداع التنظيمي في المؤسسات الناشئة بالجزائر.

اختبار الفرضية الثانية:

-لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للإبداع التنظيمي على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر.

الجدول رقم 8: يوضح نتائج الفرضية الثانية

المسارات	Beta	Std.Dev	قيمة T	قيمة P
الإبداع التنظيمي ← أداء المؤسسة	0,207	0,046	4,507	0,000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج 4 smart pls

من خلال الجدول نلاحظ أن معامل الارتباط بين المتغيرين قدر ب 0,207 ما يدل على العلاقة الطردية الموجبة التي تجمع بين المتغيرات، والتي تتميز بأنها علاقة ضعيفة، كما نلاحظ أن هذا الارتباط يدل إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,000 وهي أقل من 0,05، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للإبداع التنظيمي على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر.

اختبار الفرضية الثالثة:

-لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر.

جدول رقم 9: يوضح نتائج الفرضية الثالثة

المسارات	Beta	Std.Dev	قيمة T	قيمة P
الأنظمة والعمليات الذكية ← أداء المؤسسة	0,705	0,042	18,548	0,000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج 4 smart pls

من خلال الجدول نلاحظ أن معامل الارتباط بين المتغيرين قدر ب 0,705 ما يدل على العلاقة الطردية الموجبة التي تجمع بين المتغيرات، والتي تتميز بأنها علاقة قوية، كما نلاحظ أن

هذا الارتباط يدل إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,000 وهي أقل من 0,05، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر.

اختبار الفرضية الرئيسية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر من خلال الإبداع التنظيمي.

الجدول 10: يوضح نتائج الفرضية الرئيسية

المسارات	Beta	Std.Dev	قيمة T	قيمة P
الأنظمة والعمليات الذكية ← الإبداع التنظيمي ← أداء المؤسسة	0,076	0.025	3,032	0,002

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج smart pls 4

من خلال الجدول نلاحظ أن معامل الارتباط بين المتغيرات قدر ب 0,076 ما يدل على العلاقة الطردية الموجبة التي تجمع بين المتغيرات، والتي تتميز بأنها علاقة ضعيفة، كما نلاحظ أن هذا الارتباط يدل إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,002 وهي أقل من 0,05، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 للأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر من خلال الإبداع التنظيمي.

4. خاتمة

تعتبر الأنظمة والعمليات الذكية من أهم الأنظمة الحديثة التي تعمل على تحسين أداء المؤسسة وذلك من خلال توفر عملية الإبداع التنظيمي، فهي جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد في المؤسسة كونها قائمة على أحدث التقنيات المعلوماتية، التكنولوجية، فالأنظمة والعمليات الذكية تهدف إلى تحقيق هدف معين كتوظيف التقنية في تلبية متطلبات وحاجات ورغبات الإنسان بأفضل الطرق وأسرعها، توفير الأمان والسلامة وتحقيق قيم الاستدامة، بالإضافة إلى ذلك أيضا التقليل من دور الإنسان في إتخاذ القرار والعمل.

النتائج:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المتعلقة بالأنظمة والعمليات الذكية وتأثيرها على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر من خلال الإبداع التنظيمي، حيث تم التوصل إلى أن الأنظمة والعمليات الذكية تعد الوسيلة الضرورية لحل المشكلات بمختلف أنواعها، كونها تنمي قدرات الأفراد على التكيف مع ظروف الحياة المعيشية بالمؤسسة وأن الإبداع التنظيمي هو المحرك الرئيسي لتحقيق الميزة التنافسية، كون أن هذا الأخير يركز عليها أداء المؤسسات، كما تم التوصل أيضا إلى أن هناك علاقة بين الأنظمة والعمليات الذكية وأداء المؤسسة من خلال الإبداع التنظيمي كمتغير وسيط في المؤسسات الناشئة بالجزائر، وأنه يوجد أثر للأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسات الناشئة بالجزائر من خلال الإبداع التنظيمي بدرجة ضعيفة قدرت ب 07,6 % ، وهذا ما يدل على أن هذا الأخير لا يقوم بدوره الفعال في العلاقة بين الأنظمة والعمليات الذكية وأداء المؤسسات، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك أثر للأنظمة والعمليات الذكية على الإبداع التنظيمي في المؤسسات الناشئة بالجزائر بدرجة ضعيفة قدرت ب 36.9%، ووجود أثر للإبداع التنظيمي على أداء المؤسسات بدرجة ضعيفة قدرت ب 20.7%، كما تم التوصل أيضا إلى أن هناك أثر للأنظمة والعمليات الذكية على أداء المؤسسات بدرجة قوية قدرت ب 70,5%.

التوصيات:

من خلال النتائج السابقة نوصي المؤسسات الناشئة بالجزائر بضرورة الاهتمام بالأنظمة والعمليات الذكية كونها الوسيلة الضرورية لاتخاذ القرارات الأفضل في المؤسسة، وهذا ما يساعدها على تحسين أدائها، كما يجب عليها أيضا الاهتمام أكثر بالإبداع التنظيمي، كون أن هذه العملية تمتلك القدرة على ابتكار أساليب وأفكار مفيدة للعمل لتحقيق أهداف إنتاجية وأدائية أفضل، مع ضرورة القيام بعملية التحسين المستمر بشكل دوري وبصفة مستمرة للأنظمة والعمليات الذكية، وهذا ما يساعدها على تحقيق إدارة فعالة في المؤسسات، كما يجب على المؤسسات الناشئة بالجزائر أيضا الاهتمام أكثر بالإبداع التنظيمي لكي يحقق الدور المتوقع منه في تحسين وتقوية الأثر بين الأنظمة والعمليات الذكية وأداء المؤسسة.

5. قائمة المراجع.

- A Lorraine dorai ponu و H Zubair. (2015). The influence of organizational culture on performance, management in assurance industry: zurich insurance malaysia, business and management. International journal of accounting, Vol 1(1).
- Castellanos, M., & al, e. (2009). Data integration flows for business intelligence. proceedings of the 12 th international conference on extending database technology. Advances in database technology.
- Denys, F., & al, e. (2021). Theoretical And Technological Aspects Of Intelligent Systems:Problems Of Artificial Intelligence. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, vol 21(5).
- mahmudova Shafagat. (2021). intelligent systems fr the internet of things: essence, perspective and problems. journal of natural science research, doi:10.18488/journal 63.2021.91.17.25, vol 9(1).
- Mortara, L., & all, e. (2009). Technology Intelligence practice in UK technology-based companies. International Journal of Technology Management, DOI: 10.1504/IJTM.2009.024603, Vol 48(1).
- philippe Lorino. (2001). Méthodes et pratiques de la performance, le pilotage par les processus et les compétence. 2eme édition. edition d'organisation. paris.
- Pupkov, K. (2017). Intelligent systems: development and issues. Procedia computer science, doi: 10.1016/J.procs.01.069.
- R Brosquet. (1989). Fondement de la performance humaine dans l'entreprise. edition d'organisation. paris.
- Safdari Ranjbar, M., & Cho, N. (2016). Exploiting technology intelligence in designing and manufacturing complex product systems. Asian Journal of Information and Communications, vol 8(2).
- steven Thompson. (2012). williey séries in probability and statistics. inc. publication.
- sundgren, m., & styhre, a. (2003). managing organizational creativity: the case of astrazeneca.
- ابراهيم محمد المحاسنة. (2013). ادارة وتقييم الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق ط1. دار جرير للنشر والتوزيع. الأردن.
- أسامة خيرى. (2012). ادارة الابداع والابتكارات. دار الراجية للنشر والتوزيع. عمان، الأردن.
- الياس لبوز. (2017). دور الابداع الاداري في تحقيق التطوير التنظيمي دراسة سوسيوولوجية بمؤسسات القطاع العام بمدينة ورقلة. الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.
- بسام سعيد محمد بيومي. (2021). استخدام أتمنة العمليات الروبوتيه والذكية في المراجعة في ظل أزمة كورونا covid 19. أثر أزمة كورونا على الاقتصاد المقترحات والحلول. جامعة عين شمس.

- جينفر جوي، دافيد مارك مايتوز، و اخرون. (2008). ترجمة علاء أحمد اصلاح، تنمية الموارد البشرية. ط1. مجموعة النيل العربية. مصر.
- حسين الحرير. (2009). السلوك التنظيمي (سلوك الافراد والجماعات في منظمات الاعمال) ط1. دار الحامد للنشر والتوزيع. عمان، الاردن:.
- زينة زواغي. (2021). ادارة المعرفة ودورها في رفع كفاء أداء المؤسسة الاقتصادية. الجزائر: جامعة البويرة.
- شريفه جعدي. (2014). قياس الكفاءة التشغيلية في المؤسسات المصرفية دراسة حالة عينة من البنوك العاملة في الجزائر خلال الفترة 2006-2012. جامعة قاصدي مرباح. ورقلة:.
- طاهر محسن منصور، و نعمة الخفاجي. (2010). نظرية المنظمة مدخل العمليات. ط1. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. الأردن.
- علاء فرحان طالب، و ايمان شيحان الشهداني. (2011). الحوكمة المؤسسية والأداء المالي الاستراتيجي للمصارف. ط1. دار صفاء للنشر والتوزيع. عمان، الأردن.
- فايز جمعة النجار، و نازم محمود الاحمد ملكاوي. (2010). دور نظم المعلومات واثرها في مستويات الابداع دراسة ميدانية في شركات التامين الاردنية. مجلة كلية الدراسات الاقتصادية والادارية، مجلد 26(2).
- محمد الصيرفي. (2008). ادارة الأفكار. مؤسسة حورس الدولية للنشر. مصر:.
- محمد سليمان. (2007). الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة دراسة حالة ملبنة الخضنة بالمسيلة. جامعة المسيلة.
- موسى عبد الله العلي ريتا. (2013). العلاقة بين عمليات ادارة المعرفة، الابداع التنظيمي وأثرهما في أداء المنظمة دراسة تطبيقية على منظمات قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الأردن. جامعة الشرق الأوسط. الأردن:
- وائل محمد صبحي ادريس، و طاهر نحمد منصور الغالي. (2009). أساسيات الأداء وبطاقة التقييم المتوازن. ط1. دار اوائل للنشر. عمان، الأردن.

السياحة الرياضية في قطر: تجربة رائدة في الشرق الأوسط والعالم Sports tourism in Qatar : A leading experience in the Middle East and the world

العايب سهام

Laib siham

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل-الجزائر

Laib.siham@univ-jijel.com

* عرود وردة

Arroud warda

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل-

الجزائر

arroud.warda@univ-jijel.com

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/31

تاريخ الاستلام: 2022/12/29

الملخص :

تهدف هذه الدراسة الى إبراز تجربة قطر في الاستثمار في السياحة الرياضية من خلال اعتمادها على استراتيجية ناجعة، جعلتها تعتبر من النجح النماذج الدولية لما تتوفر عليه من امكانيات ومرافق متعددة ومتنوعة، فقد قامت بتنظيم العديد من التظاهرات الرياضية الكبرى مثل دورة الالعاب الآسيوية سنة 2006، وكأس العالم لكرة القدم سنة 2022 مستقطبة بذلك ملايين السياح، لتتحدى بذلك جميع العوائق الطبيعية خاصة المناخ، هذا من جهة وتبنيها لمبادئ تحقيق تنمية مستدامة من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية: السياحة الرياضية، السياحة البيئية، التظاهرات الرياضية في قطر، المرافق الرياضية في قطر، التنمية المستدامة.

تصنيف JEL: Z2, Z32

Abstract :

This study aims to highlight Qatar's investment experience in sports tourism through its reliance on an effective strategy that made it considered one of the most successful international models due to its many and varied capabilities and facilities. It organizes many major sporting events such as the 2006 Asian Games and the FIFA World Cup 2022, thus attracting millions of tourists, defying all natural obstacles, especially the climate on the one hand, adopting the principles of achieving sustainable development on the other hand.

Key words: sports tourism, environmental tourism, sports events in Qatar, sports facilities in Qatar, sustainable development.

JEL classification codes: Z 2, Z 32

مقدمة:

تحتل الخدمات السياحية موقعا مهما في عالمنا المعاصر نتيجة التحولات العالمية، فالسياحة اليوم هي صناعة وقطاع اقتصادي واعد حيث أذرت ملايين الدولارات حسب إحصائيات منظمة السياحة العالمية، وأكثر من مليار دولار تصرف بشكل يومي، وتعد السياحة الرياضية نوعا مهما من أنواع السياحة التي تعتبر مصدرا للعملة الصعبة، وهذا ما يفسر أنها تمثل 15% من حجم السياحة الدولية.

ولقد انتشر هذا النوع من السياحة في كثير من الدول، خاصة الدول المتقدمة ذات المستوى المعيشي المرتفع، بالإضافة إلى توافر المنشآت الرياضية من ملاعب وأدوات وغير ذلك من مقومات السياحة الرياضية، وتمتع هذه الدول بمقومات عديدة للسياحة مثل الطقس المناسب لممارسة الألعاب والرياضات المختلفة والقرى الرياضية الأولمبية والموقع الجغرافي الذي يتوسط الكثير من الدول المحبة لهذه الرياضات، وتعتبر دولة قطر من بين الدول العربية الرائدة في هذا المجال، حيث لقيت الإشادة والثناء خلال السنوات الأخيرة لاستضافتها العديد من الأحداث الرياضية الدولية المرموقة بما فيها دورة الألعاب الآسيوية الخامسة عشر التي أقيمت بتاريخ 15 ديسمبر 2006، كأس العالم لكرة القدم 2022. كما تجرى بعض المناسبات الرياضية السنوية ذات المشاركة العالمية مثل بطولة الغولف الدولية، وبطولة إكسون موبيل قطر المفتوحة للتنس (رجال). وقد سعت دولة قطر جاهدة لاحتضان أكبر التظاهرات الرياضية في العالم وحصلت على شرف تنظيم كأس العالم لكرة القدم سنة 2022، فكما هو معلوم ليس سهلا قبول ملف أي دولة ومنحها الموافقة لتنظيم مثل هذه التظاهرات، وعليه فقد كان لزاما على الدولة القطرية تشييد العديد من الملاعب والهياكل الرياضية والسياحية لاستقبال ملايين الرياضيين والسياح بما يتوافق مع المقاييس الدولية.

وتجتذب قطر حاليا مع مرافقها الرياضية ذات المستوى العالمي العديد من الرياضيين على المستوى الدولي وبالتالي تستقطب عدد كبير من السياح، وفضلا عن اهتمامها بالجانب الرياضي والسياحي فلقد تم إصدار قرار من قبل اللجنة الأولمبية القطرية بأن تكون جميع المنشآت الرياضية التي سوف تقام في دولة قطر مباني خضراء وسيتم مراعاة الجانب البيئي فيها من جميع النواحي.

بناء على ما سبق، سنحاول من خلال بحثنا هذا التطرق إلى التجربة القطرية في مجال السياحة الرياضية وذلك انطلاقا من السؤال الرئيسي التالي:

ماهي الاستراتيجية التي اتبعتها دولة قطر لتطوير سياحة رياضية ترقى الى العالمية؟

الفرضيات: من خلال ماسبق يمكننا وضع الفرضيات التالية:

- تعتمد قطر في استراتيجيتها الخاصة بترقية السياحة الرياضية على التنوع في المرافق والاستثمارات الرياضية.

- تعتمد قطر في استراتيجية السياحة الرياضية لها على تنظيم العديد في التظاهرات الرياضية لجذب عدد كبير من السياح تقريبا كل سنة تظاهرة عالمية او قارية او عربية.

- تبني قطر مبادئ التنمية المستدامة سواء في استثماراتها الرياضية او انشطتها السياحية.

أهداف البحث: تهدف هذه الدراسة الى:

- تبيان الآثار المختلفة من تبني السياحة الرياضية وأهميتها.

- تحديد مفهوم السياحة الرياضية والعلاقة التكاملية بين هذين العنصرين.

- تسليط الضوء على تجربة عالمية ناجحة في مجال السياحة الرياضية وهي قطر من خلال استراتيجيتها المتبعة التي يمكن الاقتداء بها.

- التعريف بمختلف السياسات القطرية المتبعة في الساحة الرياضية وخاصة المتعلقة منها بالتنمية المستدامة.

منهجية البحث: يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي حيث تم وصف ومعالجة مختلف النقاط الاساسية والهامة التي لها صلة بالموضوع، كما قمنا بتحليل مختلف الاحصائيات الخاصة بالسياحة الرياضية من مرافق وتظاهرات سياحية وعلاقتها بزيادة عدد السياح.

ومن أجل توضيح ما سبق ارتأينا أن يكون هيكل البحث على الشكل التالي:

1. أساسيات السياحة الرياضية

2. واقع المرافق والتظاهرات الرياضية بدولة قطر

3. استراتيجية السياحة الرياضية في قطر ودورها في تحقيق التنمية المستدامة.

1. أساسيات السياحة الرياضية:

تكسي السياحة الرياضية أهمية متزايدة نظرا لدورها البارز الذي تلعبه في نمو اقتصاديات الدول، خاصة الرياضية المحلية أو الدولية، كونها يترتب عليها مجموعة من التأثيرات التنموية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية في المقصد السياحي أي الدول المنظمة.

1.1 مفهوم السياحة الرياضية:

لقد عرفت السياحة الرياضية على أنها جميع النشاطات التي تجذب السياح الى المشاركة في نشاط او حدث رياضي بهدف المنافسة، وتتضمن المشاركين في هذا النشاط الرياضي بالإضافة الى المتفرجين الذين يسافرون لزيارة المعالم الرياضية أو حضور المقابلات والاجتماعات الخاصة بالرياضة (Denis Paquet,2012,p2)

كما تعرف على انها انتقال الفرد بصفة مؤقتة من البلد الذي يقيم فيه الى البلد آخر بغرض المشاركة في المنافسات الرياضية أو حضورها وما يصاحبها من نشاطات مختلفة. (قادري تقي الدين، 2018، ص806)

وتعتبر السياحة الرياضية السياحة التي يهدف منها السائح الى ممارسة أو مشاهدة أنواع الرياضات التي تتناسب وطبيعة مناخ البلد الذي يزوره، بهدف إشباع حاجة الفرد لممارسة الرياضة المفضلة لديه، أو يكون الغرض منها هو إشباع الحاجة إلى مشاهدة بعض المباريات أو المسابقات أو العروض الرياضية. (خليفة البهاني، 2007، ص10).

إن الدمج بين الرياضة والسياحة لا يعتبر امرا مستحدثا، فلطالما سافر السياح لمسافات طويلة عبر العالم لحضور دورة الالعاب الاولمبية أو كأس العالم، ومع ذلك نما قطاع السياحة الرياضية مؤخرا في بلدان لم تكن وجهات رياضية تقليدية، حيث لاحظت هذه البلدان الآثار الاقتصادية والاجتماعية الواسعة، وأصبحت ترغب في الحصول على حصة منها، وتعد هذه الحصة كبيرة نسبيا فوفقا لأرقام منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة قبل جائحة كورونا، تستقطب السياحة الرياضية حول العالم ما بين 12 و15 مليون سائح، وتشكل 15 بالمئة من صناعة السياحة في العالم، كما تحقق إيرادات بحوالي 800 مليار دولار. (حنان عبد الله العوين، 2022، ص3)

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن السياحة الرياضية تركز على ما يلي:

- انتقال الفرد بصفة مؤقتة من البلد الذي يقيم فيه الى بلد آخر بغرض المشاركة في المنافسات الرياضية أو حضورها.
- يهدف منها السائح الى ممارسة أو مشاهدة أنواع الرياضات التي تتناسب وطبيعة مناخ البلد الذي يزوره.
- تعتبر السياحة الرياضية أحد الوسائل الهامة لتدريب وتأهيل بالنسبة للفرق والافراد.
- زيادة الدخل والتنوع فيه بالنسبة للبلدان والهيئات المستضيفة.

2.1- أهمية السياحة الرياضية: يمكننا إبراز الدور الذي تلعبه السياحة الرياضية في تنمية الاقتصاد من خلال مايلي: (نعمان عبد الغني، 2022)

إن السياحة الرياضية تلعب دوراً أساسياً في التنمية الاقتصادية حيث يؤثر رواجها بشكل مباشر على اقتصاد ورواج الصناعات والأنشطة الناجمة عنها، فالإنفاق على الخدمات والسلع المرتبطة بالحدث الرياضي يؤدي إلى انتقال الأموال من جيوب السائحين إلى جيوب أصحاب هذه الخدمات والسلع المشتغلين بما فيتفرع عن هذا الانتقال للأموال سلسلة أخرى من الإنفاق مثل: الإقامة بالفندق للفرق الرياضية المشاركة والجماهير الوافدة المناصرة لفرقها من الجنسيات المختلفة...، يتفرع عن هذا الإنفاق سلسلة أخرى من الإنفاق وهي ما تعرف بالتشابكات الامامية والخلفية لقطاع الخدمات السياحية. ولا شك انه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية الرياضية خاصة أثناء التظاهرات الرياضية سواء المحلية أو الدولية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية وبالتالي إلى ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط هذه الصناعات والخدمات المتصلة بصناعة السياحة سواء بالطريق المباشر أو غير المباشر. كما يوجد نوع آخر من الإنفاق ليس من جانب السائحين الرياضيين أو غير الرياضيين كعائلات الرياضيين والمهتمين بالأحداث الرياضية والصحفيين ورجال السياسة والمناصرين والجمهور الرياضي الداخلي.

أما عن أثر السياحة الرياضية على التنمية الاجتماعية فإنها:

- تعمل على رفع مستوى معيشة المجتمعات والشعوب وتحسين نمط حياتهم، وتعمل على خلق فرص عمالة.

- العمل على خلق وإيجاد تسهيلات ترفيهية وثقافية لخدمات المواطنين إلى جانب الزائرين.
- المساعدة على تطوير الأماكن والخدمات العامة بدولة المقصد السياحي الرياضي.
- المساعدة على رفع مستوى الوعي بأهمية السياحة الرياضية لدى فئات واسعة من المجتمع.

- تنمية شعور المواطن بالانتماء إلى وطنه وتزويد من فرص التبادل الثقافي والرياضي والحضاري بين كل من المجتمع المنظم والزائر.
- توفير التمويل اللازم للحفاظ على التراث للمباني وللمواقع الأثرية والتاريخية.
- العمل على تنمية عملية تبادل الثقافات والخبرات والمعلومات بين السائح الرياضي

والوفد المرافق له (الطاقم التدريبي، الأنصار، محبي السياحة الرياضية...) والمجتمع المنظم للدورة الرياضية للتظاهرة الرياضية.

- الأثر الايجابي من تنظيم مثل هذه السياحة الرياضية على البيئة حيث تساعد على إنشاء المنتزهات وتعمل على المحافظة على البيئة وحمايتها، وتزيد من الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع المضيف.

و تعد السياحة الرياضية إحدى الوسائل الهامة في الترويج السياحي مما أضفى على السياحة متعة وترفيها تسعى إليه كل الشعوب، وقد أصبحت السياحة الرياضية عاملا مهما جدا في الجذب السياحي. (أبو بكر عوني، 2022)

2- واقع المرافق والتظاهرات الرياضية بدولة قطر:

قبل أن نتطرق إلى مختلف المرافق الرياضية والبنى التحتية التي تمتلكها قطر والتي مكنتها من تنظيم العديد من التظاهرات الرياضية العالمية، سنقدم تعريفا بسيطا لدولة قطر.

1.2- التعريف بدولة قطر: تعتبر دولة قطر من بين أهم الدول العربية التي عرفت تميزا في العديد من المجالات فهي: (اللجنة الاولمبية القطرية، 2022)

شبه جزيرة وتبلغ مساحتها 11.437 كيلو متر مربع والتي تمتد من الجزء الرئيسي من بلاد العرب ويبلغ طولها حوالي 160 كيلو مترا وعرضها 80 كم عند عرض نقطة. وتتكون من أرض صحراوية تغطيها الرمال، أما الجانب الاقتصادي تتميز بـ : الزيت الخام والغاز الطبيعي والمنتجات الزراعية الرئيسية كالفواكه والخضراوات، إنتاج وتكرير البترول، والأسمدة، البتروكيماويات، الحديد والصلب، الإسمنت، منتجات البترول، الحديد والصلب، الأسمدة والغاز المسال.

نالت قطر استقلالها في 3 سبتمبر 1971 حيث كانت بموجب معاهدات سابقة مع بريطانيا منذ أوائل القرن العشرين. ويعتبر الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني، أمير دولة قطر الحالي والذي ولد عام 1950 ثامن أفراد العائلة الحاكمة يحكم البلاد. وقد اضطلع الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني بمهام الحكم في البلاد في 27 يونيو 1995 بعد أن كان يشغل منصب ولي العهد ووزير الدفاع لمدة ثمان عشر عاما.

إن تطور المجتمع الحديث في قطر يمتد ليشمل مجالات عديدة من قبيل الخدمات الصحية والتعليمية والاقتصادية. كذلك فإن قطر بصفتها عضوا في منظمة التجارة العالمية

والمنظمات المالية العالمية قامت باستكمال اندماجها في النظام الاقتصادي والتجاري الدولي الحر. وتعتبر قطر ثالث أكبر دولة بعد روسيا وإيران من حيث احتياط الغاز.

إن مدينة الدوحة هي العاصمة تقع على الساحل الشرقي من قطر وتعتبر العاصمة والمركز التجاري العام الهام للبلاد. ويقطن المدينة أكثر من 70 في المائة من إجمالي السكان.

2.2- المرافق الرياضية في دولة قطر:

قدمت دولة قطر نموذجاً باهراً في ميدان الاستثمار السياحي الرياضي عبر استضافتها لدورة الألعاب الآسيوية الخامسة عشرة الدوحة 2006 والتي اعتبرت بإجماع الآراء أنها الأفضل في تاريخ الألعاب الآسيوية منذ انطلاقتها، وكذلك كأس العالم لكرة القدر 2022. والجدول الموالي يبين المنشآت الرياضية ونوعيتها في قطر.

الجدول رقم (01): المنشآت الرياضية حسب النوع في دولة قطر ما بين سنة 2019/2022

السنة				المنشآت الرياضية
2021/2022	2020/2021	2019/2020	2018/2019	
10	10	10	10	١ استاد رياضي
85	95	90	86	٢ ملعب كرة قدم
19	20	20	20	٣ بركة سباحة
41	37	37	37	٤ صالة مغطاة
15	19	18	15	٥ ملعب كرة سلة
13	12	12	11	٦ ملعب كرة طائرة
10	8	8	9	٧ ملعب كرة يد
5	6	6	6	٨ صالة بلياردو
0	0	0	0	٩ قاعة شطرنج
10	10	10	10	١٠ ميدان ألعاب القوى
6	6	6	6	١١ مضمار سباق الهجن
2	2	2	2	١٢ مضمار سباق الخيل
5	4	5	5	١٣ حلبة سباق سيارات
6	5	5	4	١٤ ملعب كرة شاطئية
10	10	10	10	١٥ ميدان للفروسية
7	6	6	6	١٦ ميدان للرماية
11	14	13	13	١٧ قاعة كرة طاولة
19	21	19	19	١٨ ميدان تنس
11	11	11	11	١٩ ميدان إسكواش
0	0	0	0	٢٠ ملعب هوكي
2	3	2	1	٢١ ملعب جولف
0	1	0	0	٢٢ نادي الشراع
1	1	1	1	٢٣ مركز البولننج
288	301	291	282	المجموع

المصدر: جهاز التخطيط والاحصاء لدولة قطر، النشرة السنوية لإحصاءات الشباب والرياضة 2021/2022، سبتمبر 2022، ص13.

من خلال الجدول رقم (01) نرى ان هنالك تنوع كبير في الاستثمارات الرياضية في دولة قطر هذا ما يسمح لها بتنظيم العديد من التظاهرات الرياضية، فدولة قطر تولي اهتمام كبيراً للرياضة في جميع مجالاتها، وهذا ما خوّلها لأن تكون رائدة في الشرق الأوسط والعالم.

وعملت الدولة على تطوير هذا القطاع المهم لتصبح السياحة الرياضية عنواناً لافتاً في السياحة القطرية وأصبح لقطر شأن كبير في احتضان وتنظيم الفعاليات الرياضية الإقليمية والقارية والعالمية: كرالي السيارات أو رياضة الرمال، سباق القوارب التقليدية أو تنظيم الوملياد، أو كأس العالم، لأنها هيأت البنية اللازمة والإمكانات الكبيرة من منشآت متميزة اجتذبت العديد من نجوم العالم وأعطت الدولة الصغيرة بريقاً عالمياً كمدينة خليفة الأولمبية ومجمع التنس وصلات التنس الدولية ومضامير سباق الخيل وغيرها ويضاف إلى ذلك كله الكادر البشري المتخصص والهيئات المختصة التي أشرفت على تنظيم هذه النشاطات فكان للرياضة الدور البارز في تنشيط الحركة السياحية على مختلف الأصعدة.

وتعتبر القرية الرياضية التي بنيت من أجل إقامة البعثات الرياضية التي شاركت في الدورة الخامسة عشرة للألعاب الآسيوية نموذجاً حياً للاستثمار بعيد المدى.

كما تم إصدار قرار من قبل اللجنة الأولمبية القطرية بأن تكون جميع المنشآت الرياضية التي سوف تقام ستكون مباني خضراء وسيتم مراعاة الجانب البيئي فيها من جميع النواحي، كما أنها تجري أبحاثاً على أنواع مختلفة من تكنولوجيا الطاقة الشمسية، وأنها تتعاون مع مؤسسة كهرباء لتتحرى سبل استخدام أنواع الطاقة المتجددة لتزويد المنشآت بالكهرباء. (بوابة قطر)

كما نلاحظ أن قطر استثمرت في زيادة عدد المرافق حيث زادت ما بين سنتي 2019 و2021 بحوالي 20 مرافق خاصة ملاعب كرة القدم التي اعتمدت عليها في كأس العالم 2022، فقد تم تجهيز كافة الملاعب ومرافق التدريب والمناطق المخصصة للمشجعين بتكنولوجيا تبريد تعمل بالطاقة الشمسية للحفاظ على درجة حرارة معتدلة، مع العلم أن جميع الملاعب صديقة للبيئة مع إمكانية التحكم في درجة الحرارة بها وهي كالتالي: (حكومة قطر الالكترونية، 2022)

أ- **ملعب البيت**: يتسع استاد البيت لـ 68,985 متفرجاً. ويتميز الاستاد ببنائه على شكل خيمة هائلة تغطي الاستاد بأكمله، ويحتفي بتصميم الاستاد بجزء هام من ماضي قطر ويحاكي حاضرها مع كونه نموذجاً للتنمية الصديقة للبيئة والاستدامة. وبعد البطولة، سيتم تقليص عدد .

ب- **ملعب أحمد بن علي**: يقع استاد أحمد بن علي في مدينة أم الأفاعي، غرب وسط مدينة الدوحة، وقد تم توسعته ليستوعب حتى 45,032 متفرجاً باستخدام وحدات متحركة في تشكيل الجزء العلوي قبل موعد

انطلاق بطولة كأس العالم 2022، وسيتم تخفيض عدد مقاعده بعد البطولة. وواجهته الخارجية على شكل تموجات الكتبان الرملية.

ج- **ملعب الجنوب:** يقع استاد الجنوب في مدينة الوكرة الجنوبية، وتبلغ سعته الاستيعابية 44,325 مقعداً. استوحى التصميم للمهر لهذا الاستاد من أشعة المراكب التقليدية القطرية احتفاء بتاريخ الوكرة العريق كمركز للصيد والبحث عن اللؤلؤ، وبعد انتهاء بطولة كأس العالم، سيتم تقليص سعة للمعب إلى 20,000 مقعداً والتبرع بما لمشاريع رياضية أخرى في مختلف أنحاء العالم.

د- **ملعب خليفة الدولي:** استضاف استاد خليفة الدولي قائمة طويلة من الفعاليات الرياضية التاريخية منذ إنطلاقه عام 1976. في الواقع، نادراً ما تذكر كرة القدم أو ألعاب القوى في قطر دون الإشارة إلى هذا الاستاد الذي خضع لسلسلة من عمليات التجديد والتغيير استعداداً لكأس العالم 2022.

هـ- **المدينة التعليمية الجديد:** يقع استاد المدينة التعليمية الجديد وسط عدة جامعات ذات المستوى العالمي في مركز قطر العالمي للتميز، وهو المدينة التعليمية، ويتسع الاستاد لـ 44,667 متفرجاً.

و- **ملعب لوسيل:** يقع استاد لوسيل في مدينة لوسيل، ويعتبر ملعب لوسيل الجديد أحد أهم ملاعب كأس العالم في قطر حيث استضاف حفل الختام لبطولة كأس العالم 2022.

سيتحول ملعب لوسيل بعد البطولة إلى مركز مجتمعي يضم مدارس ومتاجر ومقاهي ومنشآت رياضية وعبادات صحية كجزء من التزام قطر بالتنمية المستدامة.

ي- **استاد 974:** استاد 974 هو مشروع رائد في عالم بناء الملاعب الرياضية، حيث تم بناء هذا الملعب من حاويات الشحن، وسيتم تفكيكه بالكامل وإعادة استخدام المواد التي تم استخدامها في البناء.

س- **استاد الثمامة:** يشكل استاد الثمامة أيقونة معمارية عربية متميزة، فهو مستوحى من شكل القحفية التقليدية (الطاقية التي تلبس تحت العترة والعقال) في الوطن العربي. لقد تم اختيار هذا التصميم لأنه يعد قاسم ثقافي مشترك بين العرب في مختلف دول الوطن العربي، وبالتالي فهو يعبر عن العمق الحضاري والإرث التاريخي والثقافي للشبابك للدول العربية، يحتوي استاد الثمامة على 44,400 مقعداً، وسيتم تقليصها بعد البطولة.

3.2- التظاهرات الرياضية في قطر:

استضافت دولة قطر ما يقارب 500 فعالية رياضية دولية منذ عام 2005، شملت جميع أنواع الألعاب الرياضية ومختلف الفئات العمرية. (مكتب الاتصال الحكومي لدولة قطر) سوف نوضح مختلف التظاهرات الرياضية التي أقيمت وسوف تقام من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (2): التظاهرات الرياضية في قطر من 2008 الى 2022.

التاريخ	الحدث	السنة	
14-16 فبراير 2008	البطولة الآسيوية لألعاب القوى في الصالات المغلقة	2008	1
10-12 ابريل 2008	البطولة الدولية للفروسية Global Champions Tour	2008	2
4-6 يوليو 2008	بطولة آسيا للمصارعة (الشباب)	2008	3
1-24 أكتوبر 2008	بطولة آسيا للشراع لفئة الأوبتمست (IODA)	2008	4
3-9 نوفمبر 2008	بطولة العالم للسيدات (سوي-اريكسون) للتنس الارض	2008	5
17-21 فبراير 2009	بطولة قطر الدولية الثالثة عشرة لكرة الطاولة	2009	6
12 سبتمبر 2009	البطولة الآسيوية للمبارزة	2009	7
2009	دورة الجمنازياد الدولية	2009	8
2010	بطولة العالم لألعاب القوى للصالات	2010	9
7-28 يناير 2011	كأس آسيا لكرة القدم	2011	10
9-23 ديسمبر 2011	دورة الألعاب العربية الثانية عش	2011	11
2012	بطولة كأس العالم للسباحة	2012	12
2013	بطولة كأس العالم للسباحة	2013	13
15 يناير 2015	كأس العالم لكرة اليد للرجال	2015	14
2016	كاس العالم للدراجات	2016	15
2015	بطولة العالم للملاكمة	2015	16
2015	بطولة العالم للجنباذ الفني	2015	17
2015	كرة اليد للاندية	2015	18
2019	الالعاب العالمية الشاطئية	2019	19
2020	كاس العالم للأندية	2019/2020	20
2020	بطولة الماسترز	2020	21
2021	بطولة كأس العرب	2021	22
2022	كأس العالم لكرة القدم	2022	23
2023	بطولة العالم لرياضات المائية	2023	24
2023	بطولة كأس آسيا لكرة القدم	2023	25
2030	دورة الالعاب الآسيوية	2030	26

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مجموعة من المراجع.

من خلال الجدول رقم (02) نلاحظ ان قطر نظمت عدد الكبر للظواهر الرياضية خلال الفترة ما بين 2008-2022، ومن أهمها الألعاب الآسيوية التي نظمت في دورتها الخامسة عشرة في العاصمة القطرية الدوحة بمشاركة 45 دولة آسيوية يمثلهم نحو 11 ألف رياضي تنافسوا في 39 لعبة فردية وجماعية منها 28 لعبة معتمدة على مستوى الالمبياد.(بوابة قطر، اللجنة الالمبية القطرية) وقد حققت هذه البطولة مكاسب كبيرة لدولة قطر على مختلف الأصعدة الإعلامية والسياحية والرياضية والطبية والخدماتية والاقتصادية وفتحت مجالات واسعة للتعريف بالإمكانات الاقتصادية والموارد الطبيعية الهائلة التي تتمتع بها البلاد، وأشاروا إلى أن الدورة أسهمت بشكل فاعل في تطوير وتحديث البنية التحتية للدولة وساعدت على إكمال تلك البنيات الأساسية في أزمان قياسية مما سيكون له انعكاسات كبيرة على حركة التنمية الاقتصادية في المستقبل خاصة وان ما تم إنفاقه على تلك البنيات يصل إلى نحو 3 مليارات دولار وشيدت بتلك الأموال مشروعات رائدة تشمل مدنا رياضية ومنشآت صحية وطرقا وجسورا ومراكز ومعاهد رياضية ومراكز إعلامية ومنشآت خدمية وفندقية راقية تعد مفرحة للقطريين. كما أن الدورة حققت لدولة قطر مكاسب إعلامية لا تقدر بثمن إذ شاهد حفل الافتتاح أكثر من 3 مليارات من سكان العالم وان ذلك سيفتح المجال أمام رجال الأعمال الأجانب والشعوب والدول الأخرى للتعرف عن قرب على الإنسان والتاريخ القطري والانجازات الاقتصادية والتنموية الضخمة التي حققتها دولة قطر .

هذه المعالم الجديدة الرائعة التي تزين وجه الدوحة تشكل قائمة طويلة وفريدة بما تضمه من 44 مكانا من الأماكن والمرافق التي بنيت بالكامل أو تم توسعتها وتطويرها لاستضافة 39 منافسة رياضية و 423 حدثا تنافس فيها نحو 13 ألف من اللاعبين والرياضيين ومسؤولي الفرق من 45 دولة وإقليم عبر آسيا. على مسافة حوالي 9 كيلومترات من قرية الرياضيين وحوالي 14 كيلومترا فقط من مطار الدوحة الدولي، ومن المقرر أن يضم البرج لاحقا فندقا من فئة خمسة نجوم ومطلات وشرفات لمشاهدة كافة معالم المنطقة من أعلى البرج بالإضافة إلى متحف من أحدث المتاحف الرياضية التفاعلية المتخصصة وعدد من المطاعم الراقية.

تعتبر القرية الرياضية التي بنيت من اجل إقامة البعثات الرياضية التي شاركت في الدورة الخامسة عشرة للألعاب الآسيوية الدوحة -2006- نموذجا حيا للاستثمار بعيد المدى . وقد جهزت القرية لإقامة ما يقارب 7300 رياضي ورياضية بالإضافة إلى 3000 من الموظفين الرسميين المرافقين من 45 دولة مشاركة في الألعاب ولمدة 39 يوما. إلى جانب 4000 من المتطوعين أقاموا بالقرية الالمبية. ونجحت قطر في تنظيم "ألعاب العمر"، وهي التسمية التي أطلقت على

هذه الدورة قبل انطلاقتها وسجلت نقاطا في سعيها لاستضافة دورة الألعاب الأولمبية الصيفية عام 2016.

4.2- أرقام قياسية عديدة خاصة بمونديال قطر 2022:

بلغ عدد الحضور في مباريات دور المجموعات لمونديال قطر 2.45 مليون مشجع، ما عدله 96% من سعة الملاعب، وذلك وفق الأرقام التي نشرها الاتحاد الدولي لكرة القدم "فيفا"، ورغم بعض دعوات المقاطعة للمونديال الأول بالشرق الأوسط والمنطقة العربية، أشار فيفا إلى أن دور المجموعات في النسخة 22 حقق نجاحا باهرا وتجاوز رقم الجمهور الـ 2.17 مليون في مونديال روسيا قبل 4 أعوام.

ووفق أرقام الاتحاد الدولي، كانت مباراة الأرجنتين والمكسيك بالجولة الثانية من منافسات المجموعة الثالثة - الأعلى حضورا بالمدرجات منذ مونديال الولايات المتحدة عام 1994، إذ بلغ عدد الجمهور في ملعب لوسيل 88.966 متفرجا.

وحسب فيفا "سجلت الكثير من المباريات أرقاما قياسية من حيث عدد المشاهدات في بلادها، وأصبحت المواجهة بين إنجلترا وأميركا، مباراة كرة القدم للرجال الأكثر مشاهدة على الشاشات الأميركية."

وأبرز الاتحاد الدولي أن دور المجموعات أسفر عن تأهل منتخبات من جميع القارات إلى ثمن النهائي لأول مرة في تاريخ كأس العالم، ثلاثة منها تحت لواء الاتحاد الآسيوي (أستراليا، اليابان وكوريا الجنوبية) للمرة الأولى أيضا. (أحمد طارق، 2022)

3- استراتيجية السياحة الرياضية في قطر ودورها في تحقيق التنمية المستدامة.

3-1- السياحة الرياضية في قطر:

تعتمد السياحة في قطر بشكل رئيسي على البحر والصحراء، اللذين شكلا منذ القدم مصدر عيش القطريين. حيث بدأت الدولة في السنوات الماضية تولي قطاع السياحة الاهتمام الذي يستحقه، ومن أجل ذلك أنشئت الهيئة العامة للسياحة. كما شهدت الصناعة الفندقية تطورا بارزا لتلبية الاحتياجات السياحية، خاصة وأن قطر تستقطب عدة مؤتمرات عالمية، وتعتمد دولة قطر تنفيذ مجموعة من المشاريع السياحية الكبرى خلال السنوات العشر القادمة وتصل تقديراتها الإجمالية إلى 15 مليار دولار. وهذه المشاريع السياحية تشمل العديد من المنشآت الثقافية والمدن العصرية والمنتجعات الشاطئية والجزر السياحية إلى جانب إقامة العديد من الفنادق الكبيرة والمتوسطة والمنشآت الرياضية. وتشير التوقعات الى ارتفاع عدد

السواح القادمين إلى قطر بالإضافة إلى أن الحكومة القطرية والشركات الخاصة سوف تستثمر 15 مليار دولار في هذا المجال. وتعمل الهيئة العامة للسياحة التي أسست عام 2000 على رسم السياسة العامة للسياحة في البلاد، ورعاية وتنظيم القطاع السياحي المتنامي، والترويج له داخليا وخارجيا، ليجعل من دولة قطر مقصدا مميّزا على خريطة الساحة العالمية، ومن أهم العوامل التي تساعد على انتعاش السياحة الاهتمام بالبنية التحتية والاتصالات المتطورة إلى جانب توفير خدمات الشواطئ وتسهيلاتهما والنهوض بالشركات السياحية والاهتمام بالسياحة الرياضية بإقامة البطولات الدولية وبناء المرافق الرياضية الضخمة، وكذلك الاهتمام بـ"المول" التسوق من خلال بناء المجمعات التجارية الحديثة والكبرى، مثل "ستي سنتر" و"المول" و"اللاندمارك"، وسواها مما يجعل قطر قادرة على تنظيم مهرجانات تسوق عالمية. (موقع بوابة قطر)

والجدول الموالي سوف يوضح عدد التظاهرات الرياضية وعدد السياح الوافدين الى قطر :

الجدول رقم (3): السياح الوافدين الى قطر ما بين 2009 الى 2019 والتظاهرات الرياضية.

عدد التظاهرات الرياضية	-	-	3	5	1	2	1	2
السنة	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2018	2019
عدد السياح	690	700	800	1.659	1.866	1.926	1.819	2.136

الوحدة ألف سائح (1000).

المصدر: من اعدادنا بالاعتماد على مجموعة من المراجع.

من خلال الجدول رقم (03) يتضح زيادة عدد السياح كل عام ففي سنة 2007 ازداد بنحو 2% عن سنة 2006 حيث تم تنظيم دورة الألعاب الآسيوية الخامسة عشرة الدوحة 2006 والتي اعتبرت بإجماع الآراء أنها الأفضل في تاريخ الألعاب الآسيوية. وهذا ما يفسر هذه الزيادة، كما ازداد عدد السياح بحوالي 15 % من سنة 2007 الى 2008 كما ازداد بنسبة أكبر من سابقتها سنة 2009 ومن بين الأسباب عدد التظاهرات المنظمة والمقدرة بـ5 كما استمر هذا الارتفاع سنتي 2010 و 2011.

ولقد ازداد عدد وافدين الخليج العربي بنحو 50%، ومن الدول الأوروبية بمقدار 15%، علاوة على الارتفاع الملموس في عدد الزوار الدوليين خلال شهر يناير 2011 للمشاركة

في دورة الألعاب الآسيوية. من جانب آخر، ازداد العدد الإجمالي للسياح بنحو 60,514 سائحا خلال عام 2012. وتشير الإحصائيات إلى ارتفاع نسبة السياح الوافدين من دول الخليج العربي إلى قطر بنحو 22% خلال الربع الأول من عام 2012. كما شهدت أعداد الزوار الأجانب ازديادا مائلا وخاصة من القارة الآسيوية؛ حيث سجل السياح الآسيويون إلى قطر أعلى نسبة نمو مع قدوم 36,385 زائرا خلال الربع الأول من عام 2012، يليهم السياح الأوروبيون بعدد إجمالي بلغ 10,456 سائحا. (الهيئة العامة لسياحة القطرية)

وازداد عدد السياح قبل جائحة كورونا ما بين عامين 2018 و2019 بحوالي 17.4% وهذا لوجود العديد من التظاهرات الرياضية في هذه السنة أهمها كأس العالم للأندية، ودورة أنوك للألعاب العالمية الشاطئية. (Annual tourism report 2021 Qatar)

3-2- دور استراتيجية السياحة الرياضية في قطر في تحقيق التنمية المستدامة:

كما هو معروف التلوث البيئي يؤثر على الصحة والتدريب والأداء سواء أكان تلوث هواء، تلوث ماء، ارتفاع درجة الحرارة وتآكل الأوزون، لهذا تقوم اللجنة الأولمبية الدولية بتشجيع الحركة الأولمبية لإظهار الاهتمام بالموضوعات البيئية وأخذ كل الخطوات لعكس هذا الاهتمام في أنشطتها وكذا حث كافة الجهات المتصلة بالحركة الأولمبية وتوعيتهم بأهمية التنمية المستدامة.

فلقد أصبحت البيئة أحد أهم المعايير لتقييم واختيار المدن التي تستضيف الألعاب الأولمبية كما أن لها أولوية كبيرة في الإعداد للألعاب، حيث ترتبط الرياضة ارتباطا وثيقا بالبيئة، فالبيئة الصحية ضرورية لرياضة صحية، إن هذا الارتباط الوثيق بينهما هو الذي يدفع ويحث الرياضيين على الحفاظ على بيئتهم. (اللجنة الأولمبية القطرية)

وبما أن قطر تولى البيئة قدرا من الاهتمام أصدرت اللجنة الأولمبية القطرية قرارها رقم 1242 بإنشاء وتشكيل اللجنة الوطنية للرياضة والبيئة، وتختص اللجنة بما يلي: (اللجنة الأولمبية القطرية)

- أ- تؤدي اللجنة الوطنية للرياضة والبيئة دور استشاري للمجلس التنفيذي للجنة الوطنية الأولمبية فيما يختص بالسياسات ذات الصلة بالرياضة والبيئة.
- ب- التواصل مع السياسات ذات الصلة والعمل معها على ترويج حماية البيئة باستخدام الرياضة كوسيلة للوعي البيئي.

ج- ترويج الأسس الأولمبية التي تهدف إلى انسجام الإنسان مع البيئة والعمل على تنفيذ برامج اللجنة الأولمبية الدولية التي تخدم الرياضة والبيئة.

د- حث الاتحادات القطرية على وضع معايير إرشادية (صحية وبيئية) تطبق خلال المسابقات في كافة المنشآت الرياضية وغيرها.

هـ- تشجيع البرامج والأنشطة الترويجية التي تساهم في تعميق مفهوم المحافظة على البيئة.

و- وضع الخطة والسياسة العامة لأعمال اللجنة وفق التوجهات الرئيسة لخطط التنمية في المجالات التي وضحت المحافظة على البيئة ومعطياتها، والاستفادة من الخبرات المحلية والإقليمية والدولية في مجال الرياضة والبيئة.

س- تشجيع الدراسات وإقامة الندوات والمؤتمرات وإصدار الكتيبات والنشرات الدورية للتعريف بأهمية المحافظة على البيئة في المجال الرياضي والإطلاع على برامجها .

ومن أهم أهدافها كذلك: تخصيص يوم للبيئة، رفع الوعي العام بقيم البيئة، وتشجيع المواطنين والمقيمين على المشاركة بفعالية في حماية البيئة.

ومنذ بداية التسعينات (1990) ، أخذت الحركة الأولمبية البيئة والاستدامة في اعتباراتها مشروع الألعاب الأولمبية حيث تركز عليها وتحاول إدارتها بالطريقة التي تقلل التأثيرات البيئية المختلفة.

ومن هذا المنطلق يمكننا أن نعتبر بأن الرياضة والبيئة يجب أن يكونا وجهان لعملة واحدة وخاصة بعد أن اتضحت ان قضية حماية البيئة من القضايا الاستراتيجية المهمة التي تضعها الدولة في مقدمة اولوياتها لما لها من تأثير على مختلف جوانب الحياة في الحاضر والمستقبل ونفس الوقت فان الاهتمام بممارسة الرياضة اصبح من احد التوجهات الرئيسية للدولة لإعداد جيل جديد سليم يشارك في صنع الحياة على أرض قطر وقد شهد الفكر الرياضي تحول كبير حيث تم الاهتمام بالشباب رياضيا وتجميع فئاته وتم ادماج المرأة في بعض الانشطة الرياضية لتمارس دورها في المجتمع القطري، إن جميع الملاعب الرياضية في البلاد يتم ربيها بالمياه المعاد تدويرها.

وكانت قطر قد استضافت خلال السنوات الماضية عددا من الأحداث الرياضية البارزة ومن بينها دورة الألعاب الآسيوية عام 2006 وكأس آسيا لكرة القدم 2010 ودخلت البلاد التاريخ عام 2022 عندما قامت بتنظيم بطولة كأس العالم لكرة القدم، وترشحت لاستضافة دورة الألعاب الأولمبية عام 2024 بعدما أعلنت أنها في صدد بناء خمس

منشآت رياضية كبرى متعددة الاستخدامات، وأعلن أن الاستدامة تشكل إحدى دعائم الترشح الذي قدمته قطر لاستضافة دورة الألعاب الأولمبية.

وأعلن أنها تتعاون مع منظمة الخليج للأبحاث والتطوير ومؤسسة قطر وشركة كهرباء الحكومية لابتكار طريقة تسمح للمنشآت الرياضية في البلاد باستخدام المياه "الرمادية"، كمياء الاستحمام مثلا، لري الملاعب الرياضية. بالإضافة أن كل الملاعب والمنشآت مستدامة في استهلاكها للمياه منذ نهاية عام 2015. كما أنها أنشأت حديقتين أولمبيتين حيث زرعت نباتات وأشجار تشجع مبدأ الاستدامة من خلال الطبيعة. كما انه تم استخدام الطاقة الشمسية في الملاعب الجديدة ، من خلال القيام بأبحاث على أنواع مختلفة من تكنولوجيا الطاقة الشمسية. (بوابة قطر)

وجدير بالذكر ان الرياضة في دولة قطر ظلت تزدهر الى ان جاء القرن التاسع عشر فأصبحت الدولة تملك جميع مقومات الرياضة بجميع انشطتها وفوز قطر باستضافة مونديال 2022 احد هذه الانجازات التي حققتها.

إن النجاحات التي حققتها دولة قطر يرتبط بالأساس في قدرة الاجهزة المسؤولة على توفير البيئة المناسبة لهؤلاء الرياضيين لتحقيق تلك الانجازات. فقد أدركت قطر العلاقة الوثيقة بين الرياضة وحماية البيئة واتضح هذا الاهتمام من خلال التوسع في انشاء النوادي والملاعب الرياضية بين المناطق والحدايق والمنتزهات العامة. (بوابة قطر)

الخاتمة

تعتبر السياحة الرياضية إحدى الوسائل الهامة في الترويج السياحي مما أضفى على السياحة متعة وترفيها تسعى إليه كل الشعوب، وقد أصبحت السياحة الرياضية عاملا مهما جدا في الجذب السياحي.

ومن أهم النتائج التي نستخلصها من بحثنا هذا حول النموذج العالمي الناجح لدولة قطر مايلي:

- السياحة الرياضية هي السفر من مكان لآخر داخل الدولة أو خارجها من أجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات أو من أجل الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة .
- تعتبر دولة قطر من أنجح النماذج الدولية في مجال تنظيم التظاهرات الرياضية السياحية

نظرا لما تتوفر عليه من امكانيات ومرافق متعددة ومتنوعة يخولها لتنظيم العديد من البطولات المتعلقة بأنواع عديدة من الرياضيات.

- عدد السياح في دولة قطر في تزايد مستمر ومن أهم العوامل الذي أدت الى هذه الزيادة التظاهرات الرياضية الدولية.

- قدمت قطر نموذجا باهرا في ميدان الاستثمار الرياضي السياحي من خلال استضافتها السنوات الماضية عددا من الأحداث الرياضية البارزة ومن بينها دورة الألعاب الآسيوية عام 2006 وكأس آسيا لكرة القدم 2010 ودخلت التاريخ عام 2022 بتنظيمها لبطولة كأس العالم لكرة القدم متحديا بذلك العوائق التي واجهها وخاصة المتعلقة بالمناخ.

- إصدار اللجنة الأولمبية القطرية قرارها رقم (1242) بإنشاء وتشكيل اللجنة الوطنية للرياضة والبيئة من أهم مهامها التواصل مع السياسات ذات الصلة والعمل معها على ترويج حماية البيئة باستخدام الرياضة كوسيلة للوعي البيئي وضرورة الاخذ بالجانب البيئي عند انشاء الاستثمارات الرياضية.

- ترشحت قطر لاستضافة دورة الألعاب الأولمبية عام 2024 بعدما أعلنت أنها في صدد بناء خمس منشآت رياضية كبرى متعددة الاستخدامات، وأعلن أن الاستدامة تشكل إحدى دعائم الترشح الذي قدمته قطر لاستضافة دورة الألعاب الأولمبية.

الاقتراحات والتوصيات:

- نشر ثقافة أهمية السياحة الرياضية خاصة من جوانب أبعاد التنمية المستدامة.
- قدمت قطر نموذجا ناجحا لسياحة رياضية تحافظ على البيئة من خلال سياستها المتبعة، والإستراتيجية المرسومة على المدى الطويل، وعلى الدول العربية الاقتداء بها.
- الاعتماد على النشاطات والتظاهرات الرياضية لترويج لسياحة في البلدان والتعريف بثقافتهم مثلما استغلت قطر ذلك في كأس العالم لكرة القدم 2022.
- العمل على تبني نوع واحد من السياحة والتركيز على بناء مرافق واستثمارات فيه أفضل بكثير من تبني أنواع كثيرة من السياحة خاصة في البلدان النامية.

قائمة المراجع:

1. خليفة البهبهاني، (2007)، السياحة الرياضية، مكتبة العامرية، الكويت.
2. قادري تقى الدين، (2018)، بناء استراتيجية وطنية لاهياء الانشطة الرياضية الترفيهية من أجل تنمية السياحة الرياضية، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 35.
3. حنان عبد الله العون، آلاستير جراهم، (2022)، السياحة الرياضية والميزة التنافسية، KPMG.
4. جهاز التخطيط والاحصاء لدولة قطر، (سبتمبر 2022)، النشرة السنوية لإحصاءات الشباب والرياضة 2021/2022، العدد السادس.
5. Dnis paquet , (2012),tourisme touristique,paris, conférence, alliance canadienne.
6. Highlights of tourisme in Qatar, (2022), Annual Tourisme repoort 2021,.
7. اللجنة الاولمبية القطرية و الهيئة العامة لسياحة القطرية.
8. حكومة قطر الالكترونية، (2022).
9. <https://hukoomi.gov.qa/ar/digital-project/qatar-digital-government>
9. http://iusst.org/index.php?option=com_content&view=article&id=192:2010-06-10-21-31-40&catid=54:2010-06-10-21-23-20&Itemid=102
السياحة الرياضية ودورها في الاندماج في الاقتصاد العالمي، نعمان عبد الغني
10. <http://www.mj-sp.com/articles-action-show-id-516.htm> . دور أبو بكر عوني.
السياحة الرياضية في تنشيط السياحة الداخلية والخارجية،
11. <http://www.olympic.qa/ar/AboutQatar/Pages/WhereQatar.aspx> اللجنة الاولمبية القطرية ،
12. <http://www.qtrgate.com/vb/showthread.php?t=10424> ، موقع بوابة قطر ،
13. <http://www.cop18.qa/ar-qa/الاجار/الخبر.aspx?id=106> بوابة قطر
14. <http://www.althaghab.net/index.php/columns-3/item/109-سامي-ويبي>
<http://www.qatartourism.gov.qa/about/index/2?lang=2> الهيئة العامة لسياحة القطرية،
15. <http://www.olympic.qa/ar/Community/Pages/البيئة-و-الحركة-الاولمبية.aspx> اللجنة الاولمبية القطرية.
16. <https://www.emaratalyoun.com/sports/world-cup/2022-12-17-1.1700100> أحمد طارق، 2022
17. <https://www.gco.gov.qa/ar/focus/sport/> مكتب الاتصال الحكومي لدولة قطر ،
الرياضة في دولة قطر .

أثر وظيفة البحث و التطوير في المؤسسة على القيمة المدركة للعملاء دراسة حالة مخابر فينوس لمواد التجميل-الجزائر -

The impact of the Research and Development Function in the Firm on the Perceived Value of Customers: a Case study of Venus Cosmetics Laboratories-Algeria-

بوكفة حمزة

Boukeffa Hamza

جامعة أم البواقي-الجزائر-

مخبر المحاسبة، المالية، الجباية و التأمين

hamzabkf@gmail.com

* بن خالد جميلة

Benkhaled Djamila

جامعة أم البواقي-الجزائر-

مخبر الابتكار و الهندسة المالية

bkdjamila11@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/16

تاريخ الاستلام: 2022/12/29

الملخص :

من خلال هذه الورقة البحثية قمنا بتسليط الضوء على أنشطة البحث و التطوير كوظيفة في المؤسسة وكذلك حاولنا معرفة علاقتها بالقيمة المدركة للعملاء و حجم تأثيرها عليها، وكيف يمكن للمؤسسة المحافظة على عملائها أو جذب عملاء جدد بالتميز على منافسيها بعروض تجعل العميل يحصل على قيمة مادية و معنوية ، وقد حاولنا إسقاط هذه الدراسة على تجربة مخابر فينوس لمواد التجميل في مجال البحث و التطوير ، لذلك قمنا بتوزيع استبانة على عينة من عملائها ، وتوصلنا إلى أن هناك اثر واضح و ذو دلالة إحصائية لأنشطة البحث و التطوير في المؤسسة محل الدراسة على القيمة التي يدركها عملاءها .

الكلمات المفتاحية: القيمة المدركة للعملاء- عروض المنافسين - إستراتيجية الابتكار و التجديد - تجديد نماذج الأعمال - وظيفة البحث و التطوير.

تصنيف JEL: D12 , M13

Abstract Modern firms are distinguished by their orientation toward innovation and renewal strategies, which include incorporating research and development activities as functions within the firm in order to retain or attract new customers and distinguishing from their competitors with offers that make the customer obtain more material and moral value. This is what we attempted to demonstrate in our impact study. which research and development activities have on the value perceived by the customer, taking Venus Cosmetics Laboratories as a sample for the study, and we concluded that there is a clear and statistically significant impact of the R&D activities in the institution under study on the value perceived by its customers.

Keywords: perceived value-competitor offers- innovation- business models, research and development function

JEL classification codes: D12 , M13

1. مقدمة:

من بين الأهداف الإستراتيجية لأي مؤسسة هي توسيع حصتها السوقية ، و الحفاظ على عملائها و كسب ولائهم وضمان بقائها في السوق، ولا يتأتى لها ذلك إلا من خلال التفوق على منافسيها وذلك بإتباعها لإستراتيجيات تجعل منتجاتها أو خدماتها متميزة عن التي يقدمها المنافسون، ذلك التميز من شأنه أن يؤثر على قرار الشراء لدى العملاء، وذلك عندما يحس العميل بأن إقتناه لمنتج المؤسسة أو استعمال خدماتها يحقق له قيمة أكبر من القيمة المادية أو المعنوية التي يدفعها بالمقابل ، لذلك تتبع المؤسسات إستراتيجية التجديد من خلال الاهتمام بأنشطة البحث و التطوير و جعلها أولوية في المؤسسة، ومن خلال هذه الورقة البحثية سنحاول أن نعرف مامدى نجاح هذه الإستراتيجية في تحقيق القيمة للعملاء محاولين الإجابة على الإشكالية التالية :

كيف يمكن للمؤسسة خلق قيمة لعملائها من خلال وظيفة البحث و التطوير ؟

فرضيات الدراسة:

H1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمنتجات الجديدة التي تطرحها مخابر فينوس على القيمة المدركة للعملاء عند مستوى المعنوية 0.05 %.

H2 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتعديلات المستمرة على منتوجات مخابر فينوس على القيمة المدركة للعملاء عند مستوى المعنوية 0.05 %.

H3 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتطوير في أساليب الترويج لمخابر فينوس على القيمة المدركة للعملاء عند مستوى المعنوية 0.05 %.

أهمية الدراسة:

تقوم المؤسسات بإتباع إستراتيجية الابتكار و التجديد من أجل الحفاظ على حصتها السوقية من خلال زيادة تنافسيتها ويتمثل ذلك في اتخاذها لأنشطة البحث و التطوير كوظيفة في المؤسسة ، لذلك من خلال هذه الدراسة حاولنا قياس أثر تبني المؤسسات لإستراتيجية التجديد من خلال أنشطة البحث و التطوير على القيمة المدركة لعملائها باعتبارهم مؤشرا رئيسيا من مؤشرات أداء الأعمال و من أهم المحركات الأساسية للنمو و محددات لخصتها السوقية .

منهجية الدراسة:

في هذه الدراسة قمنا بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ، واستكمالا لاختبار فرضيات الدراسة قمنا بتقديم استبيان و توزيعه على عملاء المؤسسة محل الدراسة ، كما اعتمدنا في التحليل الإحصائي على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

2. مدخل نظري لوظيفة البحث و التطوير:

سنتناول في هذا الجزء من البحث بعض المفاهيم المتعلقة بالبحث و التطوير، و إبراز دوره كوظيفة في المؤسسة :

1.2. مفاهيم متعلقة بالبحث و التطوير :

يشمل البحث و التطوير (R & D) العمل الإبداعي الذي يتم إجراؤه بطريقة منهجية بهدف زيادة مجموعة المعرفة، بما في ذلك معرفة الإنسان والثقافة والمجتمع، فضلاً عن استخدام هذه المجموعة المعرفية للتطبيقات الجديدة. (OCDE, 2002, p.17) و تندرج ضمنه ثلاثة أنواع وهي البحوث الأساسية و البحوث التطبيقية و التطوير التجريبي.

أ. البحوث الأساسية : هي مجموعة البحوث التجريبية و النظرية التي تبحث في فهم مختلف الظواهر و تفسيرها و الوصول للنظريات و صياغة النماذج التفسيرية ، بهدف الحصول على معارف جديدة لا بهدف تطبيقها في المدى القصير على الأقل وعادة ما تنشر نتائج هذا النوع من البحوث في المجالات العلمية و ينحصر هذا النوع من البحوث في قطاع التعليم العالي (OCDE, 2002, p. 30; OCDE, 2015, p. 47) لكن في المدى البعيد تصبح نتائج البحث الأساسي الأصل لجميع الاكتشافات و الابتكارات و كذلك السبب في إحداث ثورات علمية خاصة (Bimbot & Martelly, 2009, p. 2).

ب. البحوث التطبيقية : يتم من خلال هذا النوع من البحوث الوصول إلى منتجات جديدة أو تطوير منتجات أو عمليات أو أساليب حالية مستخدمة نتائج البحث الأساسي، وذلك لتحقيق بعض الأهداف و إيجاد حلول لبعض المشاكل.

ج. التطوير التجريبي: هو مجموعة من الأعمال المنظمة والتي يتم من خلالها تطبيق نتائج البحوث لأغراض صناعية و تجارية. (Detrie, 2005, pp. 47-48)

2.2. مفاهيم متعلقة بالابتكار:

يحمل الابتكار عدة مفاهيم و من الصعب ان نجد مفهوماً موحداً له، ففي السابق تم حصر هذا المصطلح في مجال التكنولوجيا لكنه في الواقع يشمل كل مجالات و ميادين الحياة كما تنوعت التعاريف لدى العلماء والمفكرين فيصفه البعض بأنه البحث المصمم و المنظم من اجل التغيير الذي يخلق فرصاً للتقدم الاقتصادي و الاجتماعي.

كما يعرفه الاقتصادي Josef Schumpeter كعامل إنتاج يؤدي إلى جلب فكرة أولية إلى السوق حيث يقوم بتحريك الدورة الاقتصادية من خلال نظريته الشهيرة التدمير الخلاق (J-Yves Prax, 2015, p. 45; Schumpeter, 1934, p. 140).

أ. المعيار الأول : حسب النوع والدرجة و تمثلت في :

-الوصول إلى طرق جديدة في الإنتاج.

-صنع منتج جديد في السوق.

-فتح أسواق جديدة أو طرق تسويقية مبتكرة.

-إيجاد مصادر جديدة للمواد الأولية.

-طرق جديدة في التسيير.

ب. المعيار الثاني : حسب درجة الابتكار ويشمل الابتكار الجزئي و الابتكار الجذري كما أن هناك معايير أخرى للابتكار تمثلت في : (saha, 2013, p. 485).

ج. المعيار الثالث: حسب طبيعة الابتكار : يصنف الابتكار حسب هذا المعيار إلى نوعين:

- ابتكار المنتج: ابتكار المنتجات بما في ذلك التغييرات الكبيرة في التصميم والسلع أو الخدمات الرقمية. يستثنى إعادة البيع كما هو الحال بالنسبة للسلع أو الخدمات الجديدة والتغييرات ذات الطبيعة الجمالية.

- ابتكار العملية : سواء بخلق عملية جديدة في الإنتاج أو تحسن في العملية الإنتاجية الحالية من خلال إدخال بعض التغييرات عليها لرفع الكفاءة الإنتاجية

3.2. العوامل المشجعة على الابتكار و البحث و التطوير في المؤسسات:

هناك ثلاثة عوامل رئيسية تشجع المؤسسات على الابتكار

أ- حجم المؤسسة: كلما كان حجم المؤسسة كبيرا استطاعت الإنفاق على أنشطة البحث و التطوير (Crepon & Duguet, 2000, p. 68) تقوم المؤسسات الكبيرة بإطفاء نفقات البحث والتطوير الثابتة الخاصة بها بالوحدات المباعة.

ب. حصتها السوقية: المؤسسات ذات النمو الكبير و التي تملك حصة سوقية كبيرة أو تكون في حالة احتكار مؤقت للسوق تكون الأكثر استثمارا في البحث و التطوير محاولة الحفاظ على ذلك المركز الاحتكاري.

ج. منتجاتها: إن المؤسسات التي تملك حافظة أنشطة متنوعة تقوم بتوزيع تكاليف البحث و التطوير الثابتة على عدد أكبر من المنتجات. (Crepon & Duguet, 2000, p. 70)

2.4. البحث و التطوير كوظيفة في المؤسسة :

يعتبر نشاط البحث و التطوير المصدر الأساسي للابتكار و التجديد وهو الضمان لبقاء المؤسسة في السوق لذلك يحتل نشاط البحث و التطوير مركز الصدارة لدى المؤسسات ويعتبر سبب استمرارها في السوق و مواجهة المنافسين، وذلك من خلال الاستثمار في أنشطة البحث و التطوير ، وقد أدرجت هذه الأخيرة كوظيفة داعمة ضمن سلسلة القيمة لمايكل بورتر، حيث أنها تعتبر مصدرا لخلق القيمة في المؤسسة من خلال دعمها لبقية الوظائف ، وقد أصبحت كبرى الشركات تعتبر هذه الوظيفة مصدرا للقوة لذلك توجه مبالغ ضخمة للإنفاق على أنشطة البحث و التطوير ، ويكون الاستثمار في هذا المجال عبر عدة طرق ، سواء بإنشاء وظيفة داخل المؤسسة أو بالتعاقد مع مراكز البحث و الجامعات أو من خلال نقل التكنولوجيا عن طريق الشراكة او عمليات الاندماج مع مؤسسات لديها خبرة في مجال التكنولوجيا ، لكن تجدر بنا الإشارة بأنه ليست كل المؤسسات قادرة على الاستثمار في البحث و التطوير لعدة اعتبارات أهمها التكاليف ، كما تأخذ وظيفة البحث و التطوير في المؤسسة أشكالا مختلفة، وذلك حسب الإستراتيجية المتبعة فقد تقوم ب:

أ. رفع جودة المنتج وذلك من خلال تطوير المنتج الحالي أو عرض منتجات جديدة وهذه المؤسسات في الغالب تهدف إلى الوصول لأسواق جديدة او الحفاظ على السوق الحالي و وعلاقتها مع العملاء.

ب. تطوير العمليات الإنتاجية الحالية أو الوصول لعمليات جديدة بهدف خفض تكاليف الإنتاج و الحفاظ على مرونة الجهاز الانتاجي (Louis Raymond, 2018, p. 5) ، أو الاستفادة من إقتصاديات السلم (وفورات الحجم) من خلال وصول الإنتاج إلى مستويات في الإنتاج تؤدي إلى إنخفاض التكاليف. (Drucker, 2002, pp. 06-07)

ج. تقوم بالجمع ما بين العمليتين: أي التطوير في المنتج و العمليات معا. (saha, 2013, p. 485)

3. مدخل نظري للقيمة المدركة للعميل :

في هذا الجزء من البحث سنتناول بعض المفاهيم النظرية المتعلقة بالقيمة المدركة للعملاء.

1.3. مفهوم القيمة :

القيمة مصطلح قديم ظهر مع أولى الأدبيات في علم الاقتصاد و تناوله بالتفصيل آدم سميث في كتابه ثروة الأمم كما تناوله دافيد ريكاردو ، فحسب مقاربة آدم سميث فإن القيمة لها معنيان مختلفان ، فقد تشير إلى فائدة شيء معين ، وقد تشير إلى القوة التي يمنحها امتلاك هذا الشيء و التي تمكن من شراء سلع أخرى، و يطلق على الأولى القيمة الإستعمالية أما الثانية فهي القيمة التبادلية (Fries, 2016, p. 713)، هناك أربعة أنواع من القيم التي يشتمل عليها المنتج وهي:

أ.قيمة التكلفة **Valeur de cout** :

هي مجموع التكاليف المتعلقة بالمنتج ابتداء من مرحلة البحث و التطوير إلى غاية التسويق ، كل هذه التكاليف يجب أن تندرج ضمن سعر التكلفة و تمثل تقديرا للقيمة المادية للمنتج .

ب.القيمة الإستعمالية **Valeur d'usage** :

هي مجموعة من الخصائص و المزايا التي يحققها المنتج للعميل

ج.القيمة المعنوية **Valeur Subjective** :

يمكن أن يكون للمنتج قيمة معنوية أو ذهنية دون أن تكون لديه قيمة إستعمالية ، فهي لا تعتمد على مقياس محدد و انما تتحدد على أساس التقدير الذاتي للشخص ، و تختلف من شخص لآخر فهي تتعلق بالحالة النفسية والمادية و الثقافية للمستهلك و من وقت لآخر حتى عند الشخص ذاته، مثل إقتناء بعضهم للتحف الأثرية بأعلى الأسعار أو شراء تذكرة للدخول إلى متحف أو حضور عرض للأوبرا .

د.القيمة التبادلية **Valeur d'échange** :

وسبق تعريفها من منظور آدم سميث ، و هي عموما تمثل ذلك التقييم الذي يستند على معيار موضوعي يسمح بقياس قيمة المنتوجات مقارنة ببعضها ، فقيمة التبادل هي خاصية للسلعة تسمح بمقارنتها بالسلع الأخرى في السوق بهدف التبادل(Michel, 2015, p. 47) .

2.3. القيمة المدركة للعميل :

يمثل العميل نقطة البداية لأي نشاط تجاري ، فقد اعتبره البعض كأحد الأصول، كما اصبحت المؤسسات تدرك بان العميل كلما تحصل على القيمة زاد ولاءه للمنتوج و المؤسسة، كما أن نظرة العميل للمؤسسة و المنتوج هي التي تحدد موقعها و مصيرها في السوق، لذلك تولى المؤسسات أهمية كبيرة لدراسة سلوك المستهلك و تطلعاته، و تعرف على انما الفرق بين القيمة الكلية (و هي مجموع المزايا التي يحصل عليها العميل من خلال المنتوج أو الخدمة) و التكاليف يقصد بها مجموع التكاليف المالية و الوظيفية و العاطفية التي يتحملها العميل أثناء التقييم و الإستحواذ و الإستعمال و التخلي عن العرض (Kotler & Gary, 2014, p. 28). ويمكن تفصيلها في الجدول التالي :

الجدول رقم 01: القيمة الكلية للعميل و التكلفة الكلية للعميل.

التكلفة الكلية للعميل	القيمة الكلية للعميل
-التكاليف المالية : هي التكلفة النقدية التي يدفعها العميل مقابل الحصول على المنتج. -تكاليف الوقت: -التكاليف الطاقة أو الجهد. -التكاليف العاطفية.	-قيمة المنتج / الخدمة : هي الخصائص و المزايا التي تخلق قيمة للمنتوج عند العميل. -الخدمات المصاحبة للمنتوج أو الخدمة : وهي مجموعة من المنافع الغير مادية و التي تضفي قيمة إضافية للمنتوج أو الخدمة . -مستوى أداء العاملين في المؤسسة. -القيمة الذهنية للعلامة.

Source : (Kotler & Dubois, 2003, p. 67)

3.3. سلسلة القيمة :

الشكل رقم 03 سلسلة القيمة لمايكل بورتر.



source :(porter, 1996, p. 37).

قام مايكل بورتر بتقديم مفهوم سلسلة القيمة لتسهيل تحديد طرق خلق القيمة ، فكل مؤسسة تقوم بممارسة مجموعة من الأنشطة من اجل خلق و انتاج و تسويق منتجاتها ، ويقوم بورتر بتقسيمها إلى تسعة أقطاب ، حيث يمثل كل قطب منها مركزا للتكلفة و مصدرا للقيمة في نفس الوقت ، كما قسمها إلى مجموعتين ، تتكون المجموعة الأولى من خمسة وظائف أساسية و المجموعة الثانية مكونة من أربعة وظائف داعمة وتعتبر البنية الأساسية للمؤسسة .

إن خلق القيمة للعملاء يحتاج إلى سلسلة كاملة من الوظائف و يركز هذا النموذج على وزن كل وظيفة أو نشاط في خلق القيمة، حيث تقوم المؤسسة بفحص تكاليفها في كل وظيفة و أدائها مقارنة بأداء المنافسين ، وتحتاج إلى جودة التنسيق بين هذه الوظائف كما يتوجب عليها التحليل الجيد لبعض المهارات الاساسية في المجالات التالية :

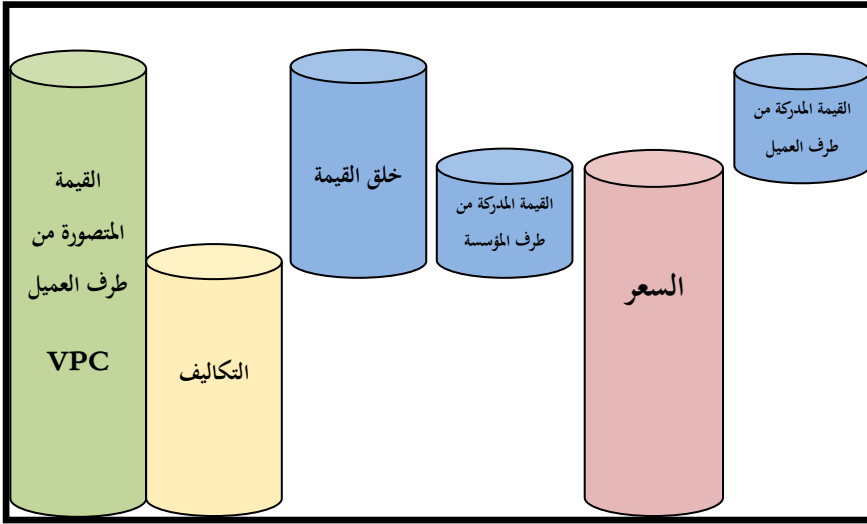
- فهم السوق ويتعلق بذلك بكل الانشطة القائمة على جمع المعلومات حول السوق و العملاء و المنافسين ونشرها في المؤسسة
 - تطوير منتجات او خلق منتجات جديدة من خلال أنشطة البحث و التطوير
 - غزو اسواق جديدة و جذب عملاء جدد
 - الادارة الجيدة للعملاء و تطوير العروض و ارسال المنتجات في الوقت المحدد
- إن المؤسسات الناجحة هي التي تطور مهاراتها في كل مجال من هذه المجالات الرئيسية تكتسب ميزة تنافسية و ميزة استراتيجية (Kotler & Dubois, 2003, p. 76).

4.3. القيمة المدركة للعميل و القيمة المدركة من طرف المؤسسة:

كل ما سبق ذكره عن إستراتيجية التجديد و ممارسة أنشطة البحث و التطوير في المؤسسة يحتاج إلى تكاليف عالية ، و عليه ينتحم على المؤسسة تسويق عرضها الجديد أو بصيغة أخرى يبيعه بسعر يفوق تكاليف إنتاجها وهذا أمر بديهي، لكن تجدر الإشارة هنا أنه عند تحديد هذا السعر يتوجب الأخذ بعين الاعتبار أن تكون القيمة التي يحصل عليها العميل عند اختياره لهذا العرض كافية لجعله يدفع الثمن الذي حددته المؤسسة ، لأن العميل يقارن سعر و قيمة العرض مع العروض البديلة المتاحة في السوق. (Detrie, 2016, p. 187) و بعبارة أخرى إعطاء سعر يجعل العميل يعتقد أنه يحصل على أكثر مما يدفعه مقابل الفوائد التي يحصل عليها من استعماله للمنتوج مقارنة بالعروض المنافسة.

و هناك مسألتان رئيسيتان على المؤسسة مراعاتهما عند خلق القيمة المتحصل عليها ، فمن خلال تسويق عرض المؤسسة ينتج عنه قيمة مضافة ، هذه الأخيرة يجب توزيعها بين القيمة المتحصل عليها من طرف المؤسسة (السعر - التكاليف) أو ما يسمى بهامش الربح والقيمة المتحصل عليها من طرف العميل (القيمة المدركة - السعر) كما يجب أن يحترم أي عرض ذي قيمة جيدة "قاعدتين رئيسيتين توليد أقصى قيمة مضافة (القيمة المدركة من قبل العميل - التكاليف) و تحويل جزء كافٍ إلى العميل ، ولكن الاحتفاظ بجزء كافٍ ليكون مربحًا اقتصاديًا ويعوض رأس المال بشكل صحيح. (Detrie, 2005, p. 125)

شكل رقم 04: القيمة المدركة للمؤسسة و القيمة المدركة للعميل.



Source : (Detrie, 2016, p. 186)

5.3. البحث و التطوير وإستراتيجية التجديد لرفع القيمة المدركة للعميل:

يمكن أن يكون الابتكار رافعة جديدة لخلق القيمة حيث يؤثر الابتكار والتقنيات الجديدة على سلوك العملاء ويغير من توقعاتهم، لذلك يجب أن تتكيف المؤسسات مع هذه الاحتياجات الجديدة لتظل قادرة على المنافسة، ولكن قبل كل شيء اقتناص فرصة للتطوير وكسب عملاء جدد، والتميز عن المنافسين وزيادة مبيعاتها، لذلك تقوم المؤسسات باعتماد إستراتيجية التجديد سعياً منها لتقديم عرض (منتج أو خدمة) متميز أو مختلف عن العرض الذي يقدمه المنافسون في الصناعة، ويكون ذلك من خلال ابتكار كلي أو جزئي للمنتج أو الخدمة، عن طريق ممارسة أنشطة البحث و التطوير، حيث تقوم المؤسسة باستغلال مختلف مواردها و كفاءاتها سواء كانت داخلية أو الاستعانة بأخرى من خارج المؤسسة كالتعاقد مع مراكز للبحث و التطوير وهذا من أجل تجديد نماذج أعمالها أو خلق أخرى جديدة (Detrie, 2016, p. 187)

4. دراسة إحصائية :

في هذا الجزء قمنا بدراسة إحصائية لأثر وظيفة البحث و التطوير في محابر فينوس على القيمة المدركة لعملائها، وذلك من خلال توزيع 200 استبيان على عينة عشوائية من عملائها حيث تم استرجاع 139 استبانة، كما قمنا بإلغاء اثنتين فأصبح العدد 137 استبيان، تم تدرج اختيار الإجابات حسب مقياس ليكرت الخماسي، و تضمن الاستبيان ثلاثة أجزاء الجزء الأول يحتوي

على معلومات وصفية لأفراد العينة (الجنس ، السن، المهنة، سنوات التعامل مع المؤسسة ، والجزء الثاني متعلق بالمتغير المستقل وظيفة البحث و التطوير فقط تضمن ثلاثة محاور(المنتج الجديد، تطوير المنتج، تطوير أساليب الترويج)، أما بالنسبة للجزء الثالث فهو متعلق بالمتغير التابع و هو القيمة المدركة للعملاء و تضمن أيضا ثلاثة محاور (السعر، التصور تجاه العلامة، المنفعة المتوقعة من استعمال المنتج).

1.4. قياس الثبات (الموثوقية): لقياس درجة الثبات و الموثوقية لأداة الإختبار قمنا بالإعتماد على معامل ألفا كرونباخ ، وقد تحصلنا على نسبة 0.93 بالمئة و هي نسبة جيدة ، تعبر عن ثبات و موثوقية أداة الإختبار.

الجدول رقم 02: ثبات و موثوقية أداة الدراسة.

عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
26	0.931

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS

2.4. تحليل نتائج الدراسة:

1.2.4. تحليل محور الأول: المعلومات الوصفية : بلغ عدد أفراد العينة 137 مكونة من 75 ذكر و 62 أنثى ، الأغلبية الساحقة من العملاء كانت موظفين مستوى تعليمهم جامعي و تتراوح أعمارهم ما بين 31 و 45 سنة بنسبة 85 بالمئة ، كما بلغت نسبة العملاء الذين يتعاملون مع محابر فينوس لأكثر من 05 سنوات 45.3 بالمئة.

جدول رقم 03: المعلومات الوصفية لعينة الدراسة.

النسبة	التكرارات	
54.7 %	75	ذكور
45.3 %	62	إناث
الفتة العمرية		
17.5 %	24	أقل من 30 سنة
65 %	89	من 31 إلى 45 سنة
16.1 %	22	من 46 إلى 60 سنة
1.5 %	2	فوق 60 سنة
المستوى التعليمي		
14.6 %	20	ثانوي
77.4 %	106	جامعي
8 %	11	أخرى
المهنة		

موظف	95	69.3%
أعمال تجارية	3	2.2%
أخرى	39	28.5%
سنوات التعامل مع المؤسسة		
أقل من سنة	28	20.4%
من 01 - 03 سنوات	23	16.8%
من 03 - 05 سنوات	24	17.5%
أكثر من 05 سنوات	62	45.3%
المجموع	137	100%

2.2.4. تحليل إجابات عينة البحث:

جدول رقم 04: تحليل الفقرات المتعلقة بوظيفة البحث و التطوير.

الرقم	الفقرات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اتجاه العينة
01	تتجه مخابر فينوس دوما نحو طرح المنتجات الجديدة في السوق.	0.867	4.11	موافق
02	المنتجات الجديدة لمخابر فينوس متوافقة مع رغبات و تطلعات العملاء ، من خلال تتبعها دائما لحاجات عملائها.	0.811	3.89	موافق
03	تعمل مخابر فينوس على إدخال تكنولوجيات جديدة على عمليات الإنتاج	0.982	3.85	موافق
04	Venus Viderm هي مجموعة جديدة من منتجات العناية بالبشرة أصدرتها مخابر فينوس بترخيص من الشركة الفرنسية Sofia لمواد التجميل ، هل تجدها خطوة موفقة من حيث الاستفادة من خبرات وتجارب جديدة في الإنتاج.	1.18	3.91	موافق
05	تقوم مخابر فينوس بتجديد منتجاتها من خلال إدخال خاصيات جديدة أو تحسينات جديدة على المنتج.	0.833	4.16	موافق
06	التعديلات التي تقوم بها مخابر فينوس كل مرة على منتجاتها تضيفي على المنتج قيمة إضافية.	0.839	4.09	موافق
07	تتجه مخابر فينوس نحو الاعتماد على استعمال المواد الطبيعية في تصنيع منتجاتها	1.132	3.88	موافق بشدة

08	يظهر منتوج مخابر فينوس دائما و بشكل مستمر بتصميم جديد وخصائص جديدة.	1.076	3.89	موافق
09	توفر لك مخابر فينوس كل المعلومات الخاصة بالمنتوج فوق العبوة.	0.916	4	موافق
10	تمتاز الإعلانات الخاصة بمخابر فينوس بالتجديد.	1.088	3.60	موافق
11	بإمكانك الإطلاع على كل مايخص مخابر فينوس من خلال موقعها على الأنترنت.	1.088	3.79	موافق
12	إن توفر منتوجات مخابر فينوس عبر مواقع البيع الإلكتروني Jumia يجعلها متاحة لك بشكل أفضل مع زيادة الفرص للاستفادة من التخفيضات.	1.067	3.91	موافق
13	هل تعتبر تطبيق فينوس سايبكو اسلوب جيد لتمكين المحلات والصيدليات من إقتناء منتوجاتها من خلال الهاتف النقال.	0.943	3.88	موافق
14	تشارك مخابر فينوس بقوة في المعارض الوطنية.	0.99	3.86	موافق
	المجموع	0.891	3.91	

تتجه معظم إجابات العملاء على محور البحث و التطوير نحو عبارة "موافق" بوسط حسابي اجمالي قدره 3.91 و انحراف معياري اجمالي قدره 0.891 وهذا يدل على تجانس اجابات عينة الدراسة و تشتت منخفض لإجابات العينة الدراسة حول وسطها الحسابي.

جدول رقم 05: تحليل الفقرات المتعلقة بمحور القيمة المدركة للعملاء.

الرقم	الفقرات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرتبة
15	أسعار منتجات مخابر فينوس تعتبر مرتفعة مقارنة بأسعار المنتجات الأخرى المنافسة السوق.	0.766	4.23	موافق بشدة
16	أسعار منتوجات مخابر فينوس تتناسب مع قدرتك الشرائية.	0.907	4.32	موافق
17	العبوات العائلية لمنتوجات مخابر فينوس تعتبر إقتصادية مقارنة بسعرها و بجودتها	0.891	4	موافق
18	تعتبر أسعار منتوجات فينوس منخفضة مقارنة بجودتها	1.059	3.77	موافق
19	برأيك هل منتجات مخابر فينوس قادرة على منافسة	1.093	3.86	موافق

			المنتجات المستوردة	
موافق	4.05	1.104	عندما تشتري منتج مخابر فينوس تعيد شراؤه مرة أخرى	20
موافق بشدة	3.91	1.153	هل تعتبر علامة فينوس مهمة فعلا لتتال لقب المنتج الجزائري المنتخب من طرف المستهلكين لسنة 2022	21
موافق بشدة	4.20	1.008	منتجات مخابر فينوس تعطي نظرة إيجابية عن المنتج الوطني	22
موافق	3.61	1.146	المنفعة المحققة من استعمال منتجات مخابر فينوس تعتبر أكبر من سعرها	23
موافق	3.97	0.939	عبوة منتجات مخابر فينوس جذابة و مصممة بطريقة تسهل لك إستخدام المنتج	24
موافق	3.95	0.877	منتجات مخابر فينوس مختبرة تحت الرقابة الطبية تمنحك الثقة عند إستعمالها	25
موافق بشدة	3.92	1.022	منتجات مخابر فينوس خالية من مادتي البرابان و السليكون ، يجعلها في نظرك أكثر أمانا على صحتك عند الإستخدام	26
	3.97	0.997	المجموع	

الإتجاه العام لمعظم إجابات العملاء على القيمة المدركة للعملاء تتجه نحو عبارة "موافق" بوسط حسابي اجمالي قدره 3.97 و انحراف معياري اجمالي قدره 0.997 وهذا يدل على تجانس اجابات عينة الدراسة و تشتت منخفض لإجابات عينة الدراسة حول الوسط الحسابي .

3.2.4. حساب معامل الارتباط :

من خلال حساب معامل الارتباط بين متغيري الدراسة (وظيفة البحث و التطوير و القيمة المدركة للعملاء) توصلنا إلى هناك إرتباط إيجابي معنوي بين متغير وظيفة البحث و التطوير و القيمة المدركة للعملاء مخابر فينوس حيث بلغ 0.72 بالمئة و هي نسبة جيدة كما كان مستوى الدلالة 0.00 و هو أقل من 0.05 ، وهذا دليل على وجود دلالة احصائية لهذا الإرتباط و أن نسبة 27.8 بالمئة فقط هي التي لا تفسر هذا الإرتباط ولها علاقة بمتغيرات أخرى غير مدرجة في الدراسة .

جدول رقم 06 : حساب معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة.

Corrélations		R&D	القيمة المدركة للعملاء
R&D	Corrélation de Pearson	1	0.722*
	Sig (bilatérale)	0.000	
	N	137	137
القيمة المدركة للعملاء	Corrélation de Pearson	0.722*	1
	Sig (bilatérale)		0.000
	N	137	137

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج spss

3.4. اختبار فرضيات الدراسة

1.3.4. اختبار الفرضية الأولى: من خلال الجدول رقم لاحظنا وجود ارتباط معنوي طردي بين تطوير المنتج و أبعاد القيمة المدركة للعميل ، حيث كان قوي بين المنتج الجديد و القيمة الإستعمالية للمنتج حيث بلغت قيمته 0.72 ، وكذلك بالنسبة للتصور تجاه العلامة التجارية 0.66 ، لكنه متوسط نوعا ما مع السعر حيث بلغ 0.45 . كما بلغ مستوى الدلالة 0.00 وهو أقل من مستوى المعنوية 0.05 ، و بالتالي نقبل الفرضية الأولى وهو وجود أثر ذو دلالة احصائية للمنتجات الجديدة التي تطرحها مخابر فينوس في السوق على أبعاد القيمة المدركة لعملائها .

جدول رقم 07: مصفوفة الارتباط بين المنتج الجديد و أبعاد متغير القيمة المدركة للعملاء.

أبعاد القيمة المدركة للعميل			
القيمة الإستعمالية للمنتج	التصور تجاه العلامة	السعر	أبعاد وظيفة البحث و التطوير : المنتج الجديد
0.72*	0.66*	0.45*	معامل الارتباط
0.00	0.00	0.00	مستوى الدلالة sig

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج spss

2.3.4. اختبار الفرضية الثانية:

من خلال الجدول رقم لاحظنا وجود ارتباط معنوي طردي بين تطوير المنتج و أبعاد القيمة المدركة للعميل ، حيث كان قوي بين المنتج الجديد و القيمة الإستعمالية للمنتج فقد بلغت قيمته 0.705 ، وكذلك بالنسبة للتصور تجاه العلامة التجارية 0.665 ، لكنه ضعيف مع السعر حيث بلغ 0.392 . كما بلغ مستوى الدلالة 0.00 وهو أقل من مستوى المعنوية 0.05 ، و بالتالي نقبل الفرضية الثانية وهي وجود أثر ذو دلالة احصائية للتطوير في منتجات مخابر فينوس على أبعاد القيمة المدركة للعميل.

جدول رقم 08: مصفوفة الارتباط بين تطوير المنتج و أبعاد متغير القيمة المدركة للعملاء.

أبعاد القيمة المدركة للعميل			
أبعاد وظيفة البحث و التطوير : تطوير المنتج	السعر	التصور تجاه العلامة	القيمة الإستعمالية للمنتج
معامل الارتباط	0.392	0.665*	0.705
مستوى الدلالة sig	0.00	0.00	0.00

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS

3.3.4. اختبار الفرضية الثالثة:

من خلال الجدول رقم لاحظنا وجود ارتباط معنوي طردي بين التطوير في أساليب الترويج و أبعاد القيمة المدركة للعميل ، حيث كان متوسطا مع القيمة الإستعمالية للمنتج 0.501 ، وكذلك بالنسبة للتصور تجاه العلامة التجارية 0.596، لكنه ضعيف مع السعر حيث بلغ 0.321 . كما بلغ مستوى الدلالة 0.00 وهو أقل من مستوى المعنوية 0.05 ، و بالتالي نقبل الفرضية الثالثة وهي وجود أثر ذو دلالة احصائية للتطوير في أساليب الترويج التي تعتمد عليها مخابر فينوس في السوق على أبعاد القيمة المدركة لعملائها.

جدول رقم 09 : مصفوفة الارتباط بين تطوير أساليب الترويج و أبعاد متغير القيمة المدركة للعملاء.

أبعاد القيمة المدركة للعميل			
أبعاد وظيفة البحث و التطوير : تطوير أساليب الترويج	السعر	التصور تجاه العلامة	القيمة الإستعمالية للمنتج
معامل الارتباط	0.321	0.596	0.501*
مستوى الدلالة sig	0.00	0.00	0.00

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج spss

4.4. تحليل الانحدار: لقياس الأثر الذي يتركه المتغير المستقل وظيفة البحث و التطوير في مخابر فينوس على القيمة المدركة للعملاء كمتغير تابع قمنا بتحليل الانحدار بين المتغيرين وتوصلنا لماليي :

جدول رقم 10: ملخص النموذج.

ملخص النموذج				
النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري للتقدير
	0.722	0.515	0.511	0.47786

a. Prédicteurs : (Constante), rd

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS

جدول رقم 11: ANOVA.

النموذج	المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة Fisher	مستوى الدلالة
الإنحدار	32,680	1	32,680	143,112	0.000
البواقي	30,828	135	0,228		
المجموع	63,508	136			

a. Variable dépendante : العملاء

b. Prédicteurs : (Constante), rd

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 بأن قيمة معامل التحديد قد بلغت 0.511 ومعناه أن وظيفة البحث و التطوير تعتبر متغير مفسر بما نسبته 51 بالمئة للتباين الحاصل على القيمة المدركة للعملاء ، مع قيمة F التي بلغت 143.112 و مستوى الدلالة المقدر ب 0.000 وهو أقل من مستوى المعنوية ($a < 0.005$) وهذا دليل على وجود أثر معنوي لوظيفة البحث و التطوير في مخابر فينوس على القيمة المدركة لعملائها .

جدول رقم 12: جدول المعاملات.

النموذج	B المعاملات الغير معيارية	الخطأ المعياري	t	sig
الثابت	0,926	0,252	3,670	0,000
وظيفة البحث و التطوير	0,762	0,064	11,963	0,000

a. Variable independante : القيمة المدركة للعملاء :

المصدر : من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال جدول المعاملات تحصلنا على قيمة الثابت بلغت 0.926 ، و قيمة b: 0.762 ، ومنه يمكننا وضع معادلة الإنحدار على النحو التالي :

$$y = a + bx$$

Y : القيمة المدركة للعملاء و X : وظيفة البحث و التطوير

$$\text{القيمة المتوقعة للعملاء} = 0.926 + 0.762 \text{ التطوير}$$

حيث كل زيادة في وظيفة البحث و التطوير بوحدة واحدة تؤدي إل تغير في القيمة المدركة للعملاء بنسبة 0.762 .

5. خاتمة (مناقشة النتائج و التوصيات):

تعتبر أنشطة البحث و التطوير من أكثر الأنشطة أهمية بالنسبة للمؤسسة ، لذلك تقوم بعض المؤسسات الكبرى بصرف ميزانيات ضخمة على أنشطة البحث و التطوير، لأجل التجديد المستمر في نماذج أعمالها أو خلق نماذج أعمال جديدة تتناسب مع إحتياجات السوق و العميل، ومن

خلال دراستنا لحالة مخابر فينوس لاحظنا أنها تدرك بأن البحث و التطوير هو ضرورة حتمية للاستمرار في السوق و كسب ولاء العميل، من خلال تنوعها الدائم لحفاظة الأنشطة و ادخال تحسينات على المنتوجات التي طال استعمالها في السوق، وتوصلنا إلى أن هنالك أثر واضح للمجهودات التي تبذلها مخابر فينوس في تطوير منتوجاتها على القيمة المدركة لعملائها، لكن رغم ذلك فهي تحتاج إلى مجهودات أكبر في مجال البحث و التطوير حتى تكسب ثقة العميل في علامتها التجارية و تصل لتطبيق معايير الجودة لمنتوجاتها، فبالرغم من تدني أسعار منتوجات مخابر فينوس مقارنة بالمنتجات المنافسة إلا أن العميل لا يرى بأنه يضحي بثمن أقل من القيمة التي يدركها من خلال إستعماله للمنتوج، وهذا يتعلق بالتقدير الذاتي له فأحياناً يرى العميل بان انخفاض سعر بعض المنتجات دليل على انخفاض الجودة و ربما يرجع ذلك لعدم الثقة بالعلامة لأنها تلعب دوراً مهماً تجاه الحكم الذاتي للعميل لذلك تحتاج مخابر فينوس لمجهود أكبر لبناء ثقة العملاء خاصة وأن منتجات التجميل تتميز بنوع من الخصوصية، ومن خلال ماسبق يمكن أن نخرج ببعض التوصيات:

- على مخابر فينوس أن تأخذ بعين الإعتبار بأن معظم المنتوجات المنافسة المتواجدة في الصناعة هي منتجات مستوردة و من ماركات عالمية مشهورة.
- زيادة كثافة البحث و التطوير بتخصيص ميزانية أكبر و التعاقد مع مخابر داخل و خارج الوطن تعمل على مستوى عالي، حتى يتسنى لها توجيه أنشطة البحث و التطوير بشكل صحيح ، واستقطاب الكفاءات تحفيزها على تفجير طاقاتها الابداعية
- يمكنها أن تمارس سياسة التطوير بأوجه مختلفة مستفيدة من خصائص منتجات مواد التجميل لما يمكن أن تحمله من أفكار جديدة .

5. قائمة المراجع :

1. B.Buisson, Ph. Silbezahn J-Yves Prax. (2015). *Objectif Innovation* . Paris: Dunod.
2. Crepon, B., & Duguet, E. (2000). Mesurer le rendement de l'innovation. *ÉCONOMIE ET STATISTIQUE* .
3. Detrie, J.-P. (2005). *Strategor Une politique d'entreprise -politique générale de l'entreprise- 4é edition*. France: Dunod.
4. Eric Fries. (2016). Le paradoxe de la valeur chez adam smith: Un mythe. *Revue économique* ، Vol. 29, No. 4 (Jul., 1978), pp. 713-729.

5. Guillermo CORTES ROBLES .*Management de l'innovation technologique et des connaissances* .:
6. Jean-Pierre Detrie .(2016) .*strategor- toute la stratégie d'entreprise-7é édition* .Paris-france: Dunod.
7. josph Schumpeter .(1934) .*The Theory of Economic Development* . Cambridge mass: Harvard University Press.
8. Kotler, P., & Dubois, B. (2003). *Marketing Management*. France: Pearson Editeur.
9. Kotler, P., & Gary, A. (2014). *Principes of Marketing*. France: Pearson.
10. Louis Raymond, J. S.-P. (2018). La R&D en tant que déterminant de l'innovation dans les PME.: *HAL Id: hal-01701621* .
11. Michel, J. (2015). LA VALEUR, INDISPENSABLE BOUSSOLE. *cairn info* , 2015/4 Volume 52 | pages 47 à 48.
12. OCDE. (2002). *Frascati Manual*. paris: OECD.
13. OCDE. (2015). *Mesurer les activités scientifiques,Manuel de Frascati 2015*. Paris.: OECD Publishing.
14. Petter Drucker .(2002) .The dicipline of innovation .*Harvard business review*.07-06 ،
15. porter, m. (1996). *l'avantage concurrentiel*. paris: inter edition Dunod.
16. René Bimbot و Isabelle Martelly .(2009) .La recherche fondamentale, source de tout progrès .*La revue pour l'histoire du CNRS*.
17. saha, s. (2014). Firm's objective function and product and process R&D. *Economic Modelling* , Volume 36, January 2014.

تحليل وقياس أثرالنمو الاقتصادي على معدل البطالة في الجزائر باستخدام
نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL للفترة(1990-2021)

**Analysis and measure the impact of economic growth on the
unemployment rate in Algeria-using autoregressive Distributed
Lag(ARDL) Approach for the period(1990-2021)**

*نوة بن يوسف

Naoua Benyoucef

جامعة محمد بوضياف، المسيلة _الجزائر

naoua.benyoucef@univ-msila.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/02

تاريخ الاستلام: 2022/12/31

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل وقياس أثر النمو الاقتصادي على معدلات البطالة في الاقتصاد الجزائري للفترة (1990-2021) بتطبيق نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL. حيث تم القيام باختبارات استقرار السلاسل الزمنية بواسطة اختبار ADF، ثم تقدير العلاقة بين معدلات البطالة والنمو الاقتصادي عن طريق استخدام منهج الحدود للتكامل المشترك، من أجل الكشف عن وجود علاقات توازنية طويلة المدى، وأخيرا تطرقنا إلى اختبارات التشخيص التي أثبتت خلو النموذج المدروس من المشاكل القياسية.

كلمات مفتاحية: معدل البطالة، معدل النمو الاقتصادي، التكامل المشترك، منهجية ARDL.

تصنيفات JEL: B23, C23, E24, O40.

Abstract :

This study aimed to analyze and measure the impact of economic growth on unemployment rates in the Algerian economy for the period (1990-2021) by applying the ARDL autoregressive distributed time lag model. Where time series stability tests were done by the ADF test, then the relationship between unemployment rates and economic growth was estimated by using the method of limits for co-integration, in order to detect the existence of long-term equilibrium relationships, and finally we touched on the diagnostic tests that proved that the studied model is free from standard problems.

Keywords: unemployment rate, economic growth rate, co-integration, Co-integration, ARDL Methodology.

Jel Classification Codes: B23, C23, E24, O40.

1. مقدمة:

تعد البطالة من المؤشرات المهمة التي تعبر عن الأداء الاقتصادي في أي مجتمع من المجتمعات، ومن ثم يولي صانع السياسة اهتماما كبيرا للتعرف على اتجاهها من فترة إلى أخرى وذلك على أساس أنها تمثل مقياسا مهما للوضع الاقتصادي، كما أنها تعد من أهم المشاكل التي تتخبط فيها الدول النامية عامة والجزائر خاصة. فرغم محاولاتها للحد من الزيادة في معدلات البطالة عن طريق العديد من البرامج والمشاريع التي صاحبت التحولات الاقتصادية، والتي جاءت في غالبيتها بصفة سريعة وغير مدروسة بصفة علمية، مما جعلها قليلة الفاعلية في الحد من تنامي هذه الظاهرة. ففي مجال تطور مستويات البطالة في سياق الإصلاحات، يمكن القول بأن انخفاض أسعار النفط وتراجع الاستثمار أديا إلى ركود في القطاع الزراعي وانخفاض مساهمته في توفير فرص العمل، وبالتالي تم تحويل مناصب العمل اتجاه القطاعات الاقتصادية العصرية، وتحول العمال من القطاع الريفي إلى القطاع الحضري أي من الزراعة والصناعة التقليدية إلى الإدارة، كل ذلك كان له انعكاس في ارتفاع مستويات البطالة التي رصدت في ارتفاع مستمر منذ بداية الإصلاح.

1.1. إشكالية البحث:

إن ارتفاع معدلات البطالة في الجزائر يدل بشكل أساسي إلى عدم فعالية السياسات الاقتصادية المتبعة من أجل حل هذه المشكلة، وعليه لا بد من العمل على التقليل من نسبها عن طريق تجسيد برامج تنموية شاملة يكون هدفها الأساسي هو التخفيض من معدلات البطالة وليس العمل فقط على الرفع من معدلات النمو الاقتصادي لوحدها. وهكذا تحورت المشكلة في البحث حول السؤال الرئيسي التالي:

- ما مدى تأثير معدل النمو الاقتصادي على معدل البطالة في الجزائر خلال الفترة 1990-2021؟

2.1. فرضية البحث:

- توجد علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين معدل النمو الاقتصادي ومعدل البطالة خلال الأجل الطويل والقصير في الجزائر خلال فترة الدراسة.

3.1. أهداف البحث:

تعد دراسة أثر معدل النمو الاقتصادي على معدل البطالة باستخدام الأساليب القياسية الهدف الرئيسي لهذا البحث وتقديرها. ويهدف البحث إلى التعرف على مدى تأثير معدل النمو

الاقتصادي كمؤشر مهم لمدى نجاح البرامج الاقتصادية وانعكاس ذلك على معدل البطالة في الجزائر.

4.1. أهمية البحث:

تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة، تنبع من مدى أهمية معدل النمو الاقتصادي وانعكاساته على المعدل البطالة في المدى القصير والطويل، وهذا من خلال إبراز العلاقة باستخدام نموذج الفجوات الزمنية الموزعة، وأيضاً إعطاء صورة واضحة عن مدى أهمية النمو الاقتصادي في تحفيز سوق العمل، وخلق مناصب شغل والتقليل من البطالة.

5.1. منهجية البحث:

تم استخدام كل من الأسلوب الوصفي التحليلي، الذي تضمن عرض نظري للنمو الاقتصادي والبطالة وطبيعة العلاقة بينهما وتتبع مسار تطورها في الجزائر كما اعتمدنا أسلوب التحليل الكمي، الذي يقوم على أساس تقدير العلاقة الكمية بين معدل النمو الاقتصادي ومعدل البطالة في الجزائر، وبناء نموذج اقتصادي قياسي لعلاقة التأثير بينهما، مع استخدام نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL، والذي يعد من النماذج القياسية الحديثة لدراسة العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية.

2. الإطار النظري للبطالة والنمو الاقتصادي

1.1. مفهوم البطالة و طرق قياسها.

1.1.1. مفهوم البطالة. إن البطالة تعني عدم وجود فرصة عمل لمن يرغب في العمل، وقادر عليه، وفي سن العمل، أي أنها تتضمن العاطلين عن العمل من الراغبين فيه، ممن هم في سن العمل والقادرين عليه (حسن، 2007، ص335).

أما منظمة العمل الدولية فتعرف العاطل بأنه: كل من هو قادر على العمل، ورغب فيه ويبحث عنه، ويقبله عند مستوى الأجر السائد ولكن دون جدوى وينطبق هذا التعريف على العاطلين الذين يدخلون سوق العمل لأول مرة، وعلى العاطلين الذين سبق لهم العمل واضطروا لتركه لأي سبب من الأسباب (رمزي، 1998، ص15).

أما تعريف البطالة حسب الديوان الوطني للإحصاء: يعتبر الشخص بطالا إذا توفرت فيه الشروط الآتية: (ONS, 2008, P7)

- أن يكون في سن يسمح له بالعمل (بين 15 - 65 سنة)؛

• لا يملك عملا عند إجراء التحقيق الإحصائي ونشير إلى أن الشخص الذي لا يملك عملا هو الشخص الذي لم يزاول عملا ولو لمدة ساعة واحدة خلال فترة مرجعية إجراء التحقيق؛

• أن يكون في حالة بحث عن العمل، حيث أنه يكون قد قام بالإجراءات اللازمة للعثور على منصب شغل؛

• أن يكون على استعداد تام للعمل ومؤهلا لذلك؛

والديوان الوطني للإحصائيات في الجزائر يفرق بين فئتين من البطالين الفئة الأولى وهم الأشخاص الذين لا يعملون ويبحثون عن عمل، لكنهم كانوا يشتغلون من قبل، والفئة الثانية هم الأشخاص الذين لا يعملون ويبحثون عن عمل لكنهم لم يشتغلوا أبدا من قبل.

2.1.2. قياس معدل البطالة.

يعتبر معدل البطالة مؤشرا اقتصاديا ذو دلالة وأهمية خاصة، لأنه يدل على مدى تفشي البطالة بين الأشخاص الراغبين في العمل والقادرين عليه والباحثين عنه وعلى اعتبار أن البطالة هي جزء من قوة العمل التي لا تعمل وبجالة بحث عن العمل بما فيهم من ترك وظيفته أو فقدتها فإنه يمكن تعريف معدل البطالة كالتالي:

$$\text{معدل البطالة} = \frac{\text{عدد المتعطلين}}{\text{أفراد القوة العاملة}} \times 100$$

حيث أن أفراد القوى العاملة تشمل الأفراد العاملون والعاطلون فنجد أن (سام ويلسون، 2006، ص596):

• العاملون: وهم الذين ينجزون أي عمل مقابل أجر، علاوة على الأشخاص الذين لديهم وظيفة إلا أنهم متغيبون بسبب المرض أو الإضراب أو العطلة.

• العاطلون عن العمل: وهم الأفراد غير العاملين إلا أنهم جادون في البحث عن عمل.

أما الأفراد الذين ليسوا ضمن القوى العاملة فهم المتواجدون على مقاعد الدراسة وربات البيوت، ومرضى بحيث لا يستطيعون العمل أو المتقاعدين أو من هم دون سن معينة، كالأطفال مثلا في الجزائر يستبعد الأطفال دون الخامسة عشر.

2.2. أنواع البطالة.

لم تعد البطالة في تعريفها ومفهومها الاقتصادي تقتصر فقط على تعريف العاطل عن العمل بأنه الشخص الفاقد للعمل بل تجاوز مفهوم البطالة إلى مستويات أوسع وأكثر شمولية

بحيث تم تصنيف أنواع عديدة من البطالة وإدخالها ضمن تعريفات البطالة ومن أجل التعرف على موضوع البطالة بشكل شامل لابد من عرض هذه الأنواع.

1.2.2. البطالة الإجبارية. البطالة الإجبارية أو كما يطلق عليها أحيانا البطالة السافرة وتعني وجود أفراد قادرين على العمل ويبحثون عن العمل بشكل جاد عند الأجور السائدة ولكنهم لا يجدون عملا، وبالتالي لا توجد لهم مناصب عمل داخل الاقتصاد الوطني (محمد فوزي، 2004، ص220). ويندرج تحت مفهوم البطالة الإجبارية البطالة الدورية.

- البطالة الدورية: تعتبر هذا النوع من البطالة موافقا للأزمات الاقتصادية وفترات الركود والكساد الاقتصادي، حيث يواجه الاقتصاد فترات من انخفاض الطلب الكلي مما يؤدي إلى فقدان جزء من القوى العاملة لوظائفها وبالتالي ارتفاع معدل البطالة في الاقتصاد، إلا أن هذا المعدل يبدأ بالانخفاض عندما يبدأ الطلب الكلي بالارتفاع مجددا.

2.2.2. البطالة الاختيارية. تشمل هذه البطالة الأفراد القادرين على العمل إلا أنهم لا يرغبون في العمل في ظل الأجور السائدة، ويندرج تحت هذا النوع من البطالة عدة أنواع منها:

أ- البطالة الاحتكاكية : والتي يطلق عليها في بعض الأحيان البطالة الفنية أو الانتقالية، وهي بطالة طوعية لأشخاص يمتلكون مؤهلات أو خبرات مهنية معينة، ولكن لا يجدون حالا العرض المناسب للعمل، وقد تحدث هذه البطالة بسبب حاجة صاحب العمل وطلب العمل لفترة الزمن قبل كشف السوق للطرفين، ولا تستمر هذه البطالة لفترة طويلة خاصة في ظروفنا الراهنة حيث تطورت وسائل الاتصالات المختلفة وانخفضت تكاليفها، كما أن السياسة الحكومية لتعزيز فرص العمل وزيادة التشغيل يمكن أن تمارس دورا هاما في هذا المجال كتأسيس وكالات حكومية للتشغيل وإعداد برامج للتدريب والتأهيل... الخ (معروف، 2005، ص212).

ب- البطالة الهيكلية. تظهر البطالة الهيكلية عندما تؤدي التغيرات في أنماط الطلب إلى عدم التوافق بين المهارات المطلوبة والمعروضة فيها، أو عندما تتسبب هذه التغيرات في عدم التوازن بين المطلوب والمعروض من العمال، فيما بين المناطق المختلفة. ويمكن إرجاع وجود البطالة الهيكلية إلى بعدين يتمثل البعد الأول في عدم التوافق بين مؤهلات العاطلين وخبراتهم وبين المهارات المطلوبة لفرص العمل المتاحة، وأيضا لعدم التوافق الجغرافي بين المناطق التي يوجد بها فرص العمل والمناطق التي يوجد بها الأفراد الباحثين عن فرص العمل، أما البعد الثاني فيرجع إلى

ضعف المقدرة الاستيعابية للاقتصاد الوطني، بسبب عدم التناسب بين حجم فرص العمل الجديدة وبين حجم الداخلين الجدد لسوق العمل سنويا (محمد فوزي، 2004، ص222).

3.2.2. أنواع أخرى من البطالة. توجد أنواع أخرى من البطالة مثل:

أ- **البطالة المقنعة:** تظهر البطالة المقنعة عندما يعمل الأفراد بأقل من الطاقة الإنتاجية المفترضة لهم، فهم في حالة عمالة ظاهريا فقط، بينما عملهم لا يسفر عن خلق سلع وخدمات، وينجم عن ذلك انخفاض الإنتاجية الحدية للعمل بحيث تكاد تنعدم (حسن، 2007، ص339).

ب- **البطالة الجزئية:** وتسمى أيضا بالبطالة الموسمية وهي تشير إلى حالة الأفراد الذين يعملون أقل من ساعات العمل المعتادة أو يعملون في مواسم معينة ولا يعملون في مواسم أخرى (محمد فوزي، 2004، ص223).

3.2. مفهوم النمو الاقتصادي :

يعتبر مفهوم النمو الاقتصادي مفهوماً كمياً يعبر عن زيادة الإنتاج في المدى الطويل، ويعرف النمو الاقتصادي بأنه: "الزيادة المحققة على المدى الطويل لإنتاج البلد"، كما يمكننا الإشارة إلى مفهوم التوسع الاقتصادي، الذي هو الزيادة الظرفية للإنتاج، وبالتالي نستطيع القول: إن النمو الاقتصادي هو عبارة عن محطة لتوسع الاقتصاد المتتالي، وبما أن النمو يعبر عن الزيادة الحاصلة في الإنتاج، فإنه يأخذ بعين الاعتبار نصيب الفرد من الناتج؛ أي: معدل نمو الدخل الفردي، ووفقاً لما سبق فإن النمو الاقتصادي يتجلى في: - زيادة الناتج الوطني الحقيقي بين فترتين. - ارتفاع معدل الدخل الفردي. كما يمكن للنمو أن يكون مصاحباً لتقدم اقتصادي إذا كان نمو الناتج الوطني أكبر من معدل نمو السكان، أو أن يكون غير مصاحب بتقدم اقتصادي إذا كان معدل نمو الناتج الوطني مساوياً لمعدل نمو السكان، بينما إذا كان معدل نمو السكان أرفع من معدل نمو الناتج الوطني فإن النمو حينئذ يكون مصحوباً بتراجع اقتصادي.

عرّفه سيمون كوزنت على أنه: "ارتفاع طويل الأجل في قدرة الدولة على تقديم مجموعة واسعة ومتنوعة من السلع الاقتصادية وبشكل متزايد لسكانها، وتستند هذه القدرة المتنامية على التقدّم التقني والتعديلات المؤسسية والإيديولوجية التي يحتاج الأمر إليها (Pierre Robert, 2010, p02)

4.2. قياس النمو الاقتصادي و العوامل المحددة له :

على الرغم من وجود طرق عديدة لقياس النمو الاقتصادي، فإن الناتج المحلي الإجمالي المؤشر الأكثر انتشاراً في قياس النمو، ويعرف الناتج المحلي الإجمالي بأنه " القيمة الاسمية أو الحقيقية

للسلع والخدمات النهائية المنتجة خلال فترة زمنية معينة عادة سنة واحدة، باستخدام الموارد الاقتصادية للبلد أو الإقليم، والخاضعة للتبادل في الأسواق وفق التشريعات المعتمدة". (معروف، 2005، ص77) باعتبار أن النمو الاقتصادي ما هو إلا تغير في حجم النشاط الاقتصادي الوطني، وبالتالي فإن قياس ذلك التغير يكون من خلال دراسة مؤشرات الاقتصاد الوطني التي تعبر عن ذلك النشاط، ومن هنا فإن هذه المقاييس تعد من المقاييس البسيطة وليست من المقاييس المركبة والتي تتمثل فيما يلي :

1.4.2. المعدلات النقدية للنمو: هي معدلات النمو التي يتم حسابها استنادا إلى التقديرات النقدية لحجم الاقتصاد القومي، أي بعد تحويل المنتجات العينية لذلك الاقتصاد إلى ما يعادلها بالعملة النقدية المتداولة، ورغم العديد من التحفظات على ذلك الأسلوب التي ترجع أغلبها إلى سوء التقدير، أو إغفال أثر التضخم، أو إغفال نسب التحويل فيما بين مختلف العملات، إلا أنه لا يزال أفضل وأسهل الأساليب المتاحة خاصة بعد التعديلات التي تجري على هذه التقديرات تلافيا للملاحظات السابق ذكرها، ويمكن إضافة سلبات أخرى خاصة عند الدراسات الدولية المقارنة، وهي تلك الخاصة بالأساليب المحاسبية التي تأخذها الدول عند إجراء التقديرات الخاصة بها، وقد دفعت هذه المشاكل المختصين بمحاولة الاتفاق على نظام محاسبي موحد تلتزم به جميع دول العالم، مما يسهل التعامل مع البيانات الاقتصادية المنشورة. ويمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من المعدلات النقدية للنمو كما يلي (مصطفى، 1999، ص119-117):

أ- **معدلات النمو بالأسعار الجارية:** عادة ما يتم قياس الاقتصاد الوطني باستخدام العملات المحلية، ويتم نشر البيانات الخاصة به سنويا، وبذلك يمكن قياس معدلات النمو السنوية أو معدلات النمو الخاصة بفترات معينة استنادا إلى هذه البيانات، وهذا الأسلوب يصلح عند دراسة معدلات النمو المحلية ولفترة قصيرة.

ب- **معدلات النمو بالأسعار الثابتة:** حيث لا تعبر الأسعار الجارية تعبيرا صحيحا عن الزيادة في الإنتاج أو الدخل على سبيل المثال، وعلى ذلك يتم استخدام نفس المؤشرات السابقة بحيث يتم تقديرها بالأسعار الثابتة بعد إزالة أثر التضخم، وذلك بالاعتماد على سنة مرجعية تدعى سنة الأساس.

2.4.2. المعدلات العينية للنمو : مع التأثير الكبير لارتفاع معدلات ازدياد السكان في الدول المتخلفة بدرجة تقارب معدلات نمو الدخل والنتاج، أصبح من الملائم استخدام مؤشرات

معدلات نمو متوسط نصيب الفرد، حيث تقيس هذه المعدلات النمو الاقتصادي في علاقاتها بمعدلات النمو السكاني، ونظرا لعدم دقة استخدام المقاييس النقدية في مجال الخدمات كان لا بد من استخدام بعض المقاييس العينية التي تعبر عن النمو الاقتصادي.

3. تطور معدلات البطالة و النمو الاقتصادي في الجزائر

3.1. تطور معدلات البطالة خلال الفترة 1990-2021.

رغم الإصلاحات المنتهجة في نهاية الثمانينات وبداية التسعينات والتي اهتمت فقط بإعادة الهيكلة التنظيمية للمؤسسات العامة مصحوبة بتطهير مالي لهذه الأخيرة إلا أنها لم تمس علاقات التوظيف. وعليه فقد تدهورت الحالة العامة للتوظيف نتيجة غياب الاستثمارات الجديدة من قبل المؤسسات الاقتصادية العامة والخاصة في ظل تطبيق السياسة العامة وأهداف برنامج التعديل الهيكلي الذي طبق في سنة 1994، ومنه أصبحت هذه المؤسسات غير منتجة وبها فائض من العمالة مما دفعها إلى التسريح الجماعي للعمال، نتيجة لإعادة هيكلة المؤسسات أو غلقها لعدم إيجاد مصادر التمويل، مما نتج عنه اختلال في سوق العمل و ارتفاع مستويات البطالة ابتداء من سنة 1994 (عبد الرحيم، محمد، 2008، ص44). حيث تشير العديد من التقارير الرسمية إلى أن مستوى البطالة في الجزائر بدأ في الارتفاع إلى 28% سنة 1995 لتصل حدود 30% سنة 1999. ورغم محاولاتها للحد من هذه الزيادة عن طريق العديد من البرامج والمشاريع التي صاحبت هذه التحولات، والتي جاءت في غالبيتها بصفة سريعة وغير مدروسة بصفة علمية، مما جعلها قليلة الفاعلية في الحد من تنامي هذه الظاهرة. (حاكمي، 2010، ص221).

وقد قدرت البطالة في هذه المرحلة بحوالي 3.2 مليون شخص، خصت 80% من فئة الشباب اللذين لا يتجاوز سنهم الثلاثين سنة 75% منهم يتقدمون بطلبات عمل لأول مرة، وخصت كذلك 80 ألف من خريجي الجامعات في سنة 1996، وذلك من بين أكثر من 100 ألف خريج جامعي. كما زادت إعادة الهيكلة من تفاقم البطالة، بحيث أن أكثر من 360 ألف عامل أو موظف فقدوا مناصب عملهم أو وجهوا إلى البطالة التقنية ما بين سنتي 1994 و 1998. ونتيجة لغياب سياسة توجي بالقضاء على البطالة من منظور السياسة العامة للاقتصاد الجزائري، اكتفت الحكومة بمحاولات لتوفير فرص عمل مؤقتة واعتماد نظام التكفل والشبكة الاجتماعية والتضامن الوطني، وهو ما أدى إلى زيادة فرص العمل التعاقدية والفصلية بالمقارنة بفرص العمل الدائم (عبد الرحيم، محمد، 2008، ص ص 44-45).

وقد سجلت الفترة (1990-2000) ارتفاعا لمعدلات البطالة، حيث انتقلت من 19.79% سنة 1989 إلى 29.8% سنة 2000، هذا نتيجة الضائقة المالية التي مرت بها البلاد الناجمة عن انخفاض أسعار النفط، لكن بعد ما ارتفعت إيرادات الجزائر بارتفاع أسعار النفط، مما مكن الحكومة من تسطير برنامج الإنعاش الاقتصادي (2001-2004)، حيث خصص له غلاف مالي قدره 525 مليار دينار. ودعم هذا البرنامج ببرامج أخرى مثل برنامج التنمية الفلاحية والريفية، وبرامج وتمويل مختلف برامج دعم الشباب. فلجأت بذلك الجزائر إلى تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي من أجل الوصول إلى الموازنة العامة في الاقتصاد ولم يكن هو أيضا من غير سلبيات، بحيث قفزت معدلات البطالة إلى 30% سنة 2000 يرجع 52% منها إلى القطاع الحكومي و48% إلى القطاع الخاص (شبيبي، شكوري، 2008، ص 17).

وقد أعلنت رئاسة الحكومة بتاريخ 07 أبريل 2005 عن برنامج تكميلي خماسي ضخم يمتد على مدار خمسة سنوات (2005-2009)، يهدف إلى نفس أهداف البرنامج السابق، مما أدى إلى الانخفاض الملموس في معدلات البطالة حيث انتقلت نسبة البطالة إلى 11.3% سنة 2008 (عبد الغني، عبد الرحمان، 2012، ص 182). وفي سنة 2010 قدر معدل البطالة بـ 10%. وهو مؤشر إيجابي في سوق الشغل لم تعرفه الجزائر منذ الاستقلال، ويرجع هذا التحسن إلى الاستقرار السياسي والأمني، بالإضافة إلى ارتفاع أسعار النفط التي انعكست مداخلها على تمويل التنمية الاقتصادية من خلال برامج خماسية سطرتها الدولة كان آخرها برنامج الإنعاش الاقتصادي وبرنامج دعم النمو الاقتصادي (ONS, 2012, P2). تضل نسبة البطالة تتراوح بين 10 و 11% إلى أن تتصل إلى 10.51% سنة 2019 لترتفع سنتي 2020 و 2021 إلى 12.55% و 12.77% وهذا نتيجة الزيادة في حجم اليد العاملة الباحثة عن العمل.

2.3. تطور معدلا لاقتصادي خلال الفترة 1990-2021.

عرفت الفترة 1990-2021 عرفت تذبذبات حادة في معدل النمو الاقتصادي الحقيقي يمكن تفسيرها بالتقلبات الحادة في أسعار النفط و أزمات المالية العالمية العديدة التي بدورها تأثر على طلب العالمي للطاقة، حيث شهدت التسعينات أزمة حقيقية للاقتصاد الوطني نتيجة انهيار أسعار النفط و تفاقم الأزمة الاقتصادية والاجتماعية والأمنية في الجزائر، مما انعكس سلبا على معدلات النمو خلال 1990-1994 التي تراوحت ما بين 0.89- % و 1.8% و معدلات نمو متواضعة بين 1995-1999، ومع تحسن أسعار النفط ابتداء من

عام 2000 عاودت معدلات النمو ارتفاع بمستويات بسيطة نسبياً حين وصلت أقصى معدل لها عام 2003 بحوالي 7.2% بالرغم من الأزمة المالية العالمية ، لم تتأثر أسعار النفط بشكل حادة جدا نتيجة الطلب العالمي الكبير والمتزايد، وبروز الصين كزبون كبير ومهم في السوق النفطية. كما شهد معدل النمو انخفاضاً خلال سنتي 2008 و 2009 إذ بلغ نسبة 2.4% و 1.6% على التوالي، وذلك بسبب الأزمة المالية العالمية سنة 2008 التي أثرت على الطلب العالمي للطاقة. وأما في السنوات الأخيرة لفترة الدراسة، فقد كانت المعدلات شبة مستقرة، إذ بلغت النسب 3.8%، 3.7% و 3.2% خلال السنوات 2014 إلى 2016، (مداني، 2017، ص 11) ليبدأ بالانخفاض سنة 2020 بنسبة تقدر بـ 5.1%، وهذا بسبب جائحة كورونا والتي أثرت على النمو الاقتصادي في كافة دول العالم حيث شهد أدنى المستويات خلال فترة كورونا ليرتفع إلى 3.84% سنة 2021.

4. قياس اثر معدل النمو الاقتصادي على معدل البطالة في الجزائر للفترة (1990-2021)

4.1. نموذج الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL لتحليل البيانات السنوية للاقتصاد الجزائري للفترة 1990-2021، ولضرورة الاقتصاد القياسي ونتيجة لعدم تجانس السلاسل الزمنية سوف نأخذ شكل اللوغاريتمات لمتغيرات الدراسة. وقد تم تجميع البيانات من خلال التقارير السنوية والفصلية لصندوق النقد الدولي والبنك العالمي. حيث يمكن كتابة نموذج ARDL على الشكل التالي :

- لوغاريتم معدل البطالة (المتغير التابع) : ونمز له بالرمز (%)LTCH

- لوغاريتم معدل النمو (المتغير المستقل) : ويمثل معدل التغير في الناتج المحلي الإجمالي ونرمز له بالرمز (%)LTCR

- β_0 , β_1 : تمثل مرونة متغيرات النموذج محل الدراسة. - ϵ_t : حد الخطأ العشوائي

4.2. تحليل استقرارية السلاسل الزمنية .

في هذه الدراسة نستخدم اختبار ديكي فولر الموسع "ADF"، والذي يتم الحكم من خلاله على استقرارية السلاسل الزمنية للمتغيرات الاقتصادية المستعملة في الدراسة. حيث نجد أن النموذج الأول يمثل السلسلة التي تحتوي الحد الثابت وبدون اتجاه عام والنموذج الثاني هو السلسلة التي تتضمن الحد الثابت والاتجاه العام معاً، إما النموذج الثالث فهو بدون اتجاه عام

وبدون حد ثابت. إذا بينت لنا نتيجة الاختبار أن السلسلة الزمنية غير مستقرة وتحتوي جذر الوحدة، نقوم بتحويلها إلى سلسلة مستقرة بتطبيق مرشح الفروق الأولى (Henin, 1989, PP 661-691)

1.2.4. تحديد درجات التباطؤ لاختبار ديكي-فوللر الموسع .

قبل إجراء اختبار جذر الوحدة لابد من تحديد فترات التباطؤ الزمني المثلى لاختبار ديكي فوللر باستخدام اقل قيمة لمعيارى AIC و SC حيث قمنا بحساب قيم هذين معيارين لكل نموذج في اختبار ديكي فوللر واختبار اقل قيمة. وتم تلخيص النتائج المتحصل عليها في الجدول التالي:

الجدول رقم (1): تحديد درجات التباطؤ الزمني لاختبار ديكي فوللر الموسع.

عدد فترات الإبطاء	0	1	2	3	4	5	فترة الإبطاء المثلى	
							Akaike	Schwarz
2	0.89	-1.57	-1.51	-1.45	-1.45	-1.38	LTCH	
	0.94	-1.47	-1.37	-1.25	-1.20	-1.08		
5	1.59	1.53	1.56	1.66	1.65	1.74	LTCR	
	1.63	1.62	1.70	1.85	1.88	2.03		

المصدر : من اعداد الباحثة باستخدام برنامج Eviews12

يبدو جليا من خلال النتائج المعروضة في الجدول أعلاه أن درجات الإبطاء التي تعطي أقل قيمة لمعيارى Akaike و Schwarz هي الدرجة واحد عند سلسلة لوغاريتم معدلات البطالة، وسلسلة لوغاريتم معدل النمو الاقتصادي .

2.2.4. اختبار ديكي فوللر الموسع ADF.

يوضح الجدول التالي النتائج الإحصائية لاختبار جذر الوحدة لاستقراري السلاسل الزمنية الأصلية عند المستوى.

الجدول رقم (2): نتائج اختبار ديكي فوللر الموسع ADF للسلاسل الزمنية الأصلية عند المستوى

نوع النموذج	1	2	3
القيمة المحسوبة LTCH	-0.64	-1.42	-0.81
(القيمة الحرجة)	(-2.96)	(-3.56)	(-1.95)
الاحتمال الحرج	0.847	0.834	0.3527
القيمة المحسوبة LTCR	-3.07	-3.62	-1.16
(القيمة الحرجة)	(-2.99)	(-3.61)	(-1.95)
الاحتمال الحرج	0.0418	0.0483	0.2149

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج Eviews12

من خلال جدول تطبيق اختبار ديكي - فولر ADF لاختبار استقراري السلاسل الزمنية بالصيغة اللوغارتمية الداخلة في النموذج عند السلسلة الأصلية، تبين نتائج اختبار جذر الوحدة للسلاسل الزمنية الأصلية أنها تحتوي على جذر وحدوي، باعتبار أن القيم المحسوبة أقل تماما للمتغير LTCH من القيم الحرجة في النماذج الثلاث، وما يعزز هذه النتيجة هو قيم الاحتمال الحرجة الأكبر من 5%. وبذلك فهي غير مستقرة عند السلسلة الأصلية لجميع المتغيرات .

كما تبين نتائج اختبار جذر الوحدة للسلسلة الزمنية الأصلية للمتغير LTRC أنها لا تحتوي على جذر وحدوي، حيث نجد أن القيم المطلقة الإحصائية لـ ADF أكبر من القيم الحرجة في النموذج الأول والثاني وما يعزز هذه النتيجة هو قيم الاحتمال الحرجة الأقل من 5%. وبذلك فهي مستقرة عند السلسلة الأصلية. والخطوة الموالية هي تطبيق الاختبار السابق عند الفروق من الدرجة الأولى للسلسلة الزمنية اللوغارتمية لمتغير LTCH عند مستوى معنوية 5%. ويوضح الجدول التالي النتائج الإحصائية التي تم الحصول عليها من جراء تطبيق اختبار ADF. (Dickey & Fuller, 1981, PP1057-1072)

الجدول رقم (3): نتائج اختبار ديكي فولر الموسع ADF للسلاسل الزمنية المحولة عند الفروق من الدرجة الأولى.

نوع النموذج	1	2	3
القيمة المحسوبة LTCH	-4.19	-4.11	-4.19
(القيمة الحرجة)	(-2.96)	(-3.56)	(-1.95)
الاحتمال الحرج	0.0027	0.0153	0.0001

المصدر: من اعداد الباحثة باستخدام برنامج Eviews12

نلاحظ أن السلسلة المحولة للمتغير LTCH عن طريق الفروق من الدرجة الأولى مستقرة، حيث نجد أن القيم المطلقة الإحصائية لـ ADF أكبر من القيم الحرجة في النماذج الثلاثة لاختبار. ما يعزز هذه النتيجة هو قيم الاحتمال الحرج الأقل من 5%، تكون السلسلة اللوغارتمية لمعدل البطالة LTCH مستقرة عند الفروق من الدرجة الأولى.

3.4. اختبار عدد فترات التباطؤ الزمني في النموذج.

عمليا هناك طريقة يتم من خلالها تحديد عدد فترات التباطؤ المثلى وهي طريقة تعتمد على

استعمال المعايير الكمية حيث يوجد ثلاث معايير وهي (Régis, 2003, P262):

Akaik Criterion (AIC) - Shwartz Criterion (SC) - Hanna - Quinn Criterion (HQ)

ولتحديد العدد الأمثل لفترات التباطؤ الزمني بحيث تكون فترة التباطؤ كبيرة كفاية لضمان عدم ترابط المتغيرات العشوائية، وصغيرة كفاية لإجراء عملية التقدير، يتم اختيار اقل قيمة لكل من (AIC) و (SC) والتي يقابلها التباطؤ الزمني الأمثل، وبعد تطبيق هذين المعيارين جاءت النتائج على نحو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (4): اختبار عدد فترات التباطؤ الزمني للنموذج

VAR Lag Order Selection Criteria						
Endogenous variables: LTCR DLTCH						
Exogenous variables: C						
Date: 12/28/22 Time: 12:11						
Sample: 1990 2021						
Included observations: 21						
Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	1.767050	NA	0.003505	0.022186	0.121664	0.043775
1	8.331914	11.25405	0.002756	-0.222087	0.076348*	-0.157319
2	10.52859	3.347314	0.003321	-0.050342	0.447050	0.057605
3	17.81986	9.721690*	0.002512*	-0.363796*	0.332552	-0.212670*
4	19.05980	1.417074	0.003488	-0.100933	0.794372	0.093371

* indicates lag order selected by the criterion
 LR: sequential modified LR test statistic (each test at 5% level)
 FPE: Final prediction error
 AIC: Akaike information criterion
 SC: Schwarz information criterion
 HQ: Hannan-Quinn information criterion

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج Eviews12

من خلال الجدول (4) والذي يبين ان أدنى قيمة ل(AIC) هي عند فترات تباطؤ زمني تساوي (3) أي يتم اخذ فجوة زمنية ثالثة في تأثير معدل النمو الاقتصادي على المعدل البطالة.

4.4 اختبار التكامل المشترك باستخدام منهج الحدود BOUND'S Test

والذي من خلاله يمكن الإقرار بوجود علاقة تكامل مشترك بين متغيرات الدراسة من عدمه، ويعتمد على توزيع فيشر، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (5): اختبار الحدود Bound's Test

F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
Asymptotic: n=1000				
F-statistic	5.154416	10%	3.02	3.51
k	1	5%	3.62	4.16
		2.5%	4.18	4.79
		1%	4.94	5.58
		Finite Sample: n=35		
Actual Sample Size	22	10%	3.223	3.757
		5%	3.957	4.53
		1%	5.763	6.48
		Finite Sample: n=30		
		10%	3.303	3.797
		5%	4.09	4.663
		1%	6.027	6.76

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج Eviews12

من خلال نتائج التكامل المشترك بمنهج الحدود Bound's Test يتضح لنا أن الإحصائية-F-stat تقدر بـ 5.154416 وهي أكبر من قيم F الجدولية لـ Pesaran، عند مستوى المعنوية 5% و 10%، مما يدفعنا إلى رفض فرضية العدم H_0 عند هذا المستوى، وبالتالي توجد علاقة تكامل مشترك طويلة الأجل بين معدل النمو الاقتصادي وبين معدل البطالة عند مستوى المعنوية 10% و 5%، حيث إن هذين المتغيرين لا يتعدان كثيرا عن بعضهما البعض في الأجل الطويل، حيث تسلك سلوكا متشابهًا.

5.4. تقدير نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL

بعد التأكد من أن السلسلتين LTCH و LTRC قد استقرت عند المستوى وعند الفروق من الدرجة الأولى على التوالي، ومعرفة درجة التباطؤ الزمني المقدرة بـ (1) نقوم بتقدير نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة ARDL بين كل من لوغاريتم معدل النمو الاقتصادي (LTRC) وتغير لوغاريتم معدل البطالة (D LTCH) وبالاستعانة ببرنامج Eviews12 تحصلنا على المعادلة التالية:

Estimation Command:

```
=====
ARDL(DLTCH) LTRC @
```

Estimation Equation:

```
=====
DLTCH = C(1)DLTCH(-1) + C(2)DLTCH(-2) + C(3)DLTCH(-3) + C(4)LTRC + C(5)LTRC(-1) + C(6)LTRC(-2) + C(7)LTRC(-3) + C(8)
```

Substituted Coefficients:

```
=====
DLTCH = -0.0483190402629DLTCH(-1) - 0.281335177473DLTCH(-2) + 0.40402672016DLTCH(-3) + 0.0044682566379LTRC - 0.0727802324486LTRC(-1) - 0.0454063017865LTRC(-2) - 0.1587665825LTRC(-3) + 0.28062962906
```

Cointegrating Equation:

```
DLTCH(-) = -0.926827445410DLTCH(-1) - (-0.26537388LTRC(-1) + 0.30311221)
```

6.4. تقدير نموذج الأجل الطويل والقصير باستخدام نموذج ARDL

يمكن الحصول على نتائج ومعاملات تقدير نموذج الأجل الطويل والقصير من خلال الجدول

التالي: الجدول رقم (6): تقدير نموذج الأجل الطويل والقصير باستخدام نموذج ARDL

ARDL Long Run Form and Bounds Test				
Dependent Variable: D(DLTCH)				
Selected Model: ARDL(3, 3)				
Case 2: Restricted Constant and No Trend				
Date: 12/26/22 Time: 17:21				
Sample: 1990 2021				
Included observations: 22				
Conditional Error Correction Regression				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.280630	0.093942	2.987262	0.0098
DLTCH(-1)*	-0.925827	0.294744	-3.141120	0.0072
LTCR(-1)	-0.273465	0.082387	-3.319259	0.0051
D(DLTCH(-1))	-0.122492	0.236592	-0.517734	0.6127
D(DLTCH(-2))	-0.404027	0.198331	-2.037138	0.0610
D(LTCR)	0.004489	0.044949	0.099859	0.9219
D(LTCR(-1))	0.205174	0.082301	2.492971	0.0258
D(LTCR(-2))	0.159767	0.060888	2.623923	0.0200
* p-value incompatible with t-Bounds distribution.				
Levels Equation				
Case 2: Restricted Constant and No Trend				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LTCR	-0.295374	0.104259	-2.833089	0.0133
C	0.303112	0.122923	2.465870	0.0272
EC = DLTCH - (-0.2954*LTCR + 0.3031)				

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج Eviews12

-تقدير نموذج في الأجل الطويل: من خلال الجدول يتضح أن هناك تأثير سالب لمعدل النمو الاقتصادي على المعدل البطالة وهذا يتفق مع النظرية الاقتصادية، وهو معنوي إحصائياً (0.013)، فمعدل النمو الاقتصادي يسجل تأثيراً واضحاً على معدل البطالة في الجزائر خلال الأمد الطويل حيث بلغت قيمة معامل النمو الاقتصادي -0.295، حيث تشير هذه القيمة إلى أن النمو الاقتصادي إذا ارتفع بـ 1% سيؤدي إلى انخفاض معدل البطالة إلى 0.295%، كما هو متوقع وربما يعود تفسير ذلك في الغالب إلى انتقال آثار النمو الاقتصادي المحقق و الذي يخضع إلى ارتفاع أسعار النفط العالمية، حيث أن عودة ارتفاع أسعار النفط أدى إلى تحسن ملحوظ في النمو الاقتصادي من خلال تشجيع الاستثمار والاستهلاك اللذين يؤديان إلى تحفيز الطلب الكلي، ومن ثم زيادة معدلات نمو الاقتصادي، التي تزيد نسبة التوظيف في الاقتصاد الجزائري وانخفاض معدلات البطالة في الجزائر.

-تقدير نموذج في الأجل القصير: يتضح من نتائج الجدول لمعاملات الأجل القصير في إطار منهجيةARDL بتأخيرDLTCHسنة تمارس تأثيرا سلبيا و معنويا في المدى القصير على معدل البطالة، أظهرت نتائجECMأن معامل إبطاء حد تصحيح الخطأ $Et-1$ معنوية وسالبة، وهذا يكشف عن سرعة عودة متغير معدل البطالة نحو قيمته التوازنية في الأجل الطويل، حيث في كل فترة زمنية نسبة اختلال التوازن من الفترة $(t-1)$ تقدر ب (-0.925) والتي تعد معامل تعديل (تكيف) عالي نسبيا، بمعنى آخر عندما ينحرف معدل البطالة خلال الفترة قصيرة الأجل في الفترة السابقة $(t-1)$ عن قيمتها التوازنية في الأجل الطويل فإنه يتم تصحيح ما يعادل 92.5% من هذا الاختلال في الفترة t إلى أن يصل إلى التوازن في الأجل الطويل بعد حوالي $(1/0.925=1.08)$ أي 1.08 سنة.

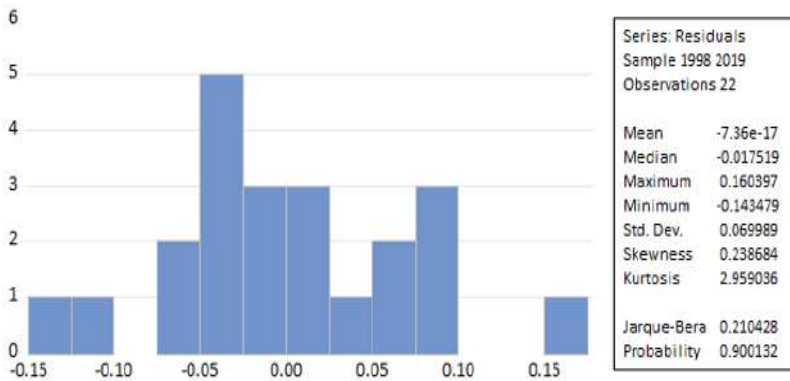
اما معامل النمو الاقتصادي بتأخير سنة بلغ -0.273 فهو يمارس تأثيرا سلبيا ومعنويا في المدى القصير على معدل البطالة. لكن هذا التأثير يكون بنسبة قليلة جدا لان النمو الاقتصادي في الجزائر يرتبط بشكل كبير بالنفط وهذا القطاع لا يقلل من معدلات البطالة المرتفعة في الجزائر.

7.4. تشخيص النموذج: من اجل التحقق من صحة النموذج المقدر يجب أن نتأكد من خضوع البواقي للتوزيع الطبيعي وأنها غير مرتبطة ذاتيا .

1.7.4. التوزيع الاحتمالي للبواقي :

نستخدم اختبارJarque –Bera (Jarque,Bera,1981,P64) كما يظهر في الجدول التالي:

الشكل رقم (01): اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي



المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامجEviews12

بما أن إحصائية Jarque-Bera تساوي 0.21 وهي قيم أقل من $X_{0.05}^2(2) = 5.99$ ، فإننا لا نستطيع رفض الفرضية الأساسية القائلة بان البواقي تتوزع توزيعاً طبيعياً، كذلك كإجراء بديل، بما أن القيمة الاحتمالية لإحصائية Jarque - Bera التي تساوي 0.9 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05، لذا فإننا لا نستطيع رفض الفرضية الصفرية، ومنه نقبل فرضية التوزيع الطبيعي لسلسلة البواقي عند مستوى المعنوية 5 %.

2.7.4. اختبار الارتباط الذاتي للبواقي

:Breusch-Godfrey serial correlation LM Test

الجدول رقم (7): اختبار الارتباط الذاتي لبواقي النموذج

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	1.446255	Prob. F(2,12)	0.2737
Obs*R-squared	4.272969	Prob. Chi-Square(2)	0.1181

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج Eviews12

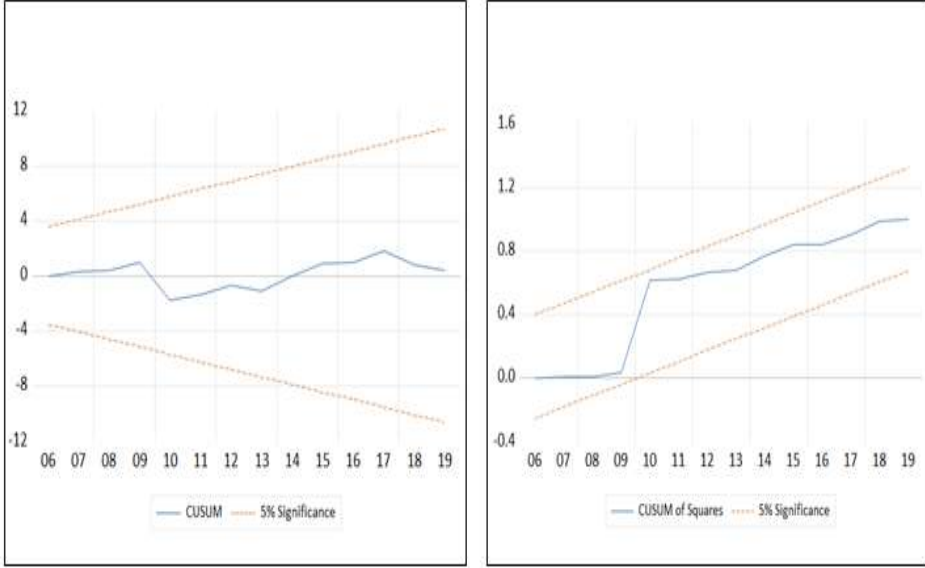
يشير اختبار الارتباط الذاتي للبواقي (LM Test) إلى أن قيمة إحصائية F.Test قدرت بـ 1.44 عند مستوى المعنوية 0.05 باحتمال قدره 0.273 أكبر من 0.05، مما يجعلنا نقبل فرضية العدم القائلة بأنه لا توجد مشكلة ارتباط ذاتي لبواقي معادلة الانحدار .

3.7.4. نتائج اختبار الاستقرار الهيكلي لنموذج ARDL مقدر:

أي خلو البيانات المستخدمة في هذه الدراسة من وجود أي تغيرات هيكلية فيها عبر الزمن. ولتحقيق ذلك يتم استخدام اختبارين هما - اختبار المجموع التراكمي للبواقي المتابعة، Cumulative Sum of Recursive Residual، (CUSUM) - اختبار المجموع التراكمي لمربعات البواقي المتابعة Cumulative Sum of Square Recursive Residual، (CUSUMSQ)، يتحققا لاستقرار الهيكلي لمعاملات المقدرة إذا وقع الشكل البياني لإحصائية كل من CUSUM و CUSUMSQ داخل الحدود الحرجة عند مستوى معنوية 5%، ومن ثم تكون هذه المعاملات غير مستقرة إذا انتقل الشكل البياني لإحصاء الاختبارين المذكورين خارج الحدود عند هذا المستوى. يتضح من خلال الشكلين ادناه أن المعاملات

المقدرة لنموذجARDLالمستخدم مستقر هيكليا خلال فترة الدراسة. مما يؤكد وجود استقرار بين متغيرات الدراسة وانسجام في النموذج بين نتائج تصحيح الخطأ في المدى القصير والطويل، حيث وقع الشكل البياني لإحصاء الاختبارين المذكورين لهذا النموذج داخل الحدود الحرجة عند مستوى معنوية 5%

الشكل رقم (02): المجموع التراكمي للبواقي ولربعات البواقي للنموذج



المصدر: من اعداد الباحثة باستخدام برنامجEviews12

5. خاتمة :

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور واثـر المعدل الاقتصادي على معدلات البطالة ، أي هل تؤثر التغيرات في معدل النمو الاقتصادي على معدل البطالة في الجزائر خلال الفترة 1990-2021. على اعتبار أن الاقتصاد الجزائري مر بالعديد من الاختلالات الاقتصادية التي مست الجانب النقد والمالي منذ الاستقلال إلى يومنا هذا. وباعتبار إن النمو يمثل أهم الأهداف التي تسعى إليها مختلف الحكومات وذلك لارتباطه بارتفاع متوسط الدخل الحقيقية ومستويات المعيشة، كما أن المشاريع التنموية كان هدفها الاساسي هو زيادة معدلات النمو الاقتصادي التي كان من المفروض أن تؤثر إيجابيا على معدلات البطالة إلا أنه كان لا بد من العمل على

سياسات تقلل من معدلات البطالة والتي بدورها ترفع من معدلات النمو الاقتصادي في الأمد الطويل. وذلك من أجل تفعيل مشاريع استثمارية كثيفة العنصر البشري التي تعمل على امتصاص معدلات البطالة من الاقتصاد كون أن الاقتصاد الجزائري اقتصاد ريعي استهلاكي يعتمد على المحروقات التي تتميز بتقلبات في أسعارها في الاسواق الدولية.

1.5. نتائج البحث:

توصلنا من خلال هذا البحث إلى النتائج التالية:

- شهد النمو الاقتصادي تطورا متزايدا خلال الفترة 1990-2021، والذي شكل القطاع الصناعي النصيب الأكبر من مجمل القطاعات السلعية الأخرى بما فيها النفط. في حين الإنتاج الزراعي كان تطوره يتم ببطيء شديد مقارنة بالقطاعات السلعية الأخرى .

- تحول النمو الاقتصادي في الجزائر إلى مسار أدنى بشكل ملحوظ مقارنة بمستويات ما قبل الأزمة وقد استمر هذا التباطؤ وسط ضعف الطلب الكلي، وانخفاض أسعار السلع الأساسية.

- معدلات النمو يمكنها أن تقلل من معدلات البطالة في المستقبل شرط أن تعمل السياسات على تشجيع الاستثمارات الكثيفة اليد العاملة وتعديل هيكل الاقتصادي الجزائري بهدف امتصاص أكثر معدلات البطالة

- ارتباط معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر بإيرادات وهمية ناجمة عن الاقتصاد الريعي الذي ينتمي إليه الاقتصاد الجزائري مما يستدعي تغيير النمط الاقتصادي في الجزائر حتى يعيد هيكلة معدل النمو ليصبح قادرا على التخفيض من معدلات البطالة.

- من خلال تطبيق اختبار ديكي- فولر ADF لاختبار استقراره السلاسل الزمنية بالصيغة اللوغاريتمية الداخلة في النموذج، تبين نتائج اختبار جذر الوحدة للسلاسل الزمنية لكل من معدل النمو الاقتصادي LTCH أنها مستقرة عند المستوى و السلسلة الزمنية لمعدلات البطالة LTCH أنها مستقرة من الدرجة الأولى.

- لقد تبين من خلال تحليل النموذج القياسي ARDL لقياس اثر معدل النمو الاقتصادي معدل البطالة خلال الفترة المدروسة في الأجل الطويل؛ فمعدل النمو الاقتصادي يسجل تأثيرا سلبيا على معدل البطالة في الجزائر خلال الاجل الطويل حيث يشير النموذج ان النمو الاقتصادي اذا ارتفع ب 1% سيؤدي الى انخفاض معدل البطالة الى 0.295%.

-أظهرت نتائج ECM أن معامل إبطاء حد تصحيح الخطأ $Et-1$ معنوية وسالبة ، وهذا يكشف عن سرعة عودة متغير معدل البطالة نحو قيمته التوازنية في الأجل الطويل، حيث في كل فترة زمنية نسبة اختلال التوازن من الفترة $(t-1)$ تقدر ب (-0.925) ، بمعنى آخر عندما ينحرف معدل البطالة خلال الفترة قصيرة الأجل في الفترة السابقة $(t-1)$ عن قيمتها التوازنية في الأجل الطويل فإنه يتم تصحيح ما يعادل 92.5% من هذا الاختلال في الفترة t إلى أن يصل إلى التوازن في الأجل الطويل بعد حوالي $(1/0.925=1.08)$ أي 1.08 سنة.

2.5. اقتراحات البحث :

في ضوء النتائج السابقة خلص هذا البحث إلى الاقتراحات التالية:

- من أجل زيادة فرص التوظيف باستمرار، يتعين إعادة النظر من حين لآخر في مكونات سياسات التعليم والتدريب حتى يكون هناك توافق بين مؤهلات العمالة، التي تدخل سوق العمل سنوي او متطلبات هذه السوق.
- تشجيع الاستثمارات الأجنبية ودعم القطاع الصناعي، والعمل على زيادة الاستثمارات من أجل زيادة نسبة النمو الاقتصادي وامتصاص اليد العاملة .
- التوجه الجيد للاستثمارات المحلية والأجنبية نحو المؤسسات التي تخلق نموا اقتصاديا وتعتمد على استخدام عنصر العمل أكثر من رأسمال مما يسمح بتقليل معدلات البطالة السائدة، ومن أهم القطاعات الكثيفة اليد العاملة هي القطاع الزراعي والصناعي.
- تركيز على قطاعات جديدة و واعدة في الجزائر، وأهمها القطاع السياحي الذي يعتبر قطاع مهمش في الجزائر بالرغم من توفر الجزائر على الكثير من المقومات السياحية، ومن خلال الاستثمار في هذا المجال سوف يفعل الكثير من القطاعات المرتبطة به (الفندقة، النقل، ...)، وبذلك يجد من البطالة المرتفعة في الاقتصاد كما أنه سوف يحقن النمو الاقتصادي.

6. قائمة المراجع:

- بول سامويلسون، وليام نورد هاوس، 2006، الاقتصاد، ترجمة هشام عبد الله، الطبعة الثانية، الدار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان.
- دادن عبد الغني، بن طجين محمد عبد الرحمان، 2012، دراسة قياسية لمعدلات البطالة في الجزائر خلال الفترة 1970-2008، مجلة الباحث، العدد 10، جامعة ورقلة، الجزائر.
- هوشيار معروف، 2005، تحليل الاقتصاد الكلي، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- زكي رمزي، 1998، الاقتصاد السياسي للبطالة، تحليل لأخطر مشكلات الرأسمالية المعاصرة، عالم المعرفة، الكويت.
- حاكمي بوحفص، 2010، البطالة بين التحدي والاحتواء دراسة حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.
- حسبية مداني، 2017، أثر الإنفاق الحكومي على بعض المتغيرات الاقتصادية الكلية في الجزائر خلال الفترة 1980-2014 مجلة مجاميع المعرفة، جامعة تندوف، الجزائر.
- محمد مدحت مصطفى، سهير عبد الظاهر أحمد، 1999، النماذج الرياضية للتخطيط والتنمية الاقتصادية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر.
- محمد فوزي أبو السعود، 2004، مقدمة في الاقتصاد الكلي، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية.
- شبيبي عبد الرحيم، شكوري محمد، 2008، سوق العمل بالجزائر وأثر السياسات الاقتصادية التجميعية على معدلات البطالة، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد العاشر، العدد الثاني، المعهد العربي للتخطيط، الكويت.
- شبيبي عبد الرحيم، شكوري محمد، 2008، البطالة في الجزائر مقارنة تحليلية وقياسية، المؤتمر الدولي حول "أزمة البطالة في الدول العربية"، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- خلف فليح حسن، 2007، الاقتصاد الكلي، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث، عمان.
- تقرير ONS، 2012، النشاط الاقتصادي والتشغيل والبطالة خلال الثلاثي الرابع من سنة 2012، الجزائر.

- Belmokadem Mustapha ,1994,efficiencie de l'appareil productif algérien, Tlemcen , Algérie.
- BERA ,A. K. and Jarque. C. M,198, efficient large Sample test for normality of observationsand regression residuals,Working paper in Econometrics No 40,Australion National university,Canberra,1981.
- Dickey. D & Fuller. W, July1981, The likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series With a unit Root, Econometrica, New York University, Vol.49, No.4.
- Henin P.Y, 1989, Bilans et Essais sur la Non-Stationnarité des series Macroéconomiques, Révue d'économie politique, N⁰5, Paris.
- ONS,Éditions2008, L'emploi et Chômage, données statistiques, N° 514, Alger.
- Pierre Robert,2010 , Croissance et crise (Analyse économique et historique), chapitre I : Lacroissance, présentation d'un processus complexe, Pearson, France.

المزيج التسويقي الوردي وتأثيره على الصورة الذهنية لمنتجات Johnson & Johnson _دراسة عينة من الأمهات الجزائريات_

Pink marketing mix and its impact on the mental image of Johnson & Johnson products _Study a sample of Algerian mothers_

وافية زاير

Wafia ZAIR

جامعة لونييسي علي، البلدة2_الجزائر
marketingblida@gmail.com

أسماء سي علي

Assma SIALI

جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف_الجزائر
a.siali@univ-chlef.dz

* سهام طرشاني

Siham TERCHANI

جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف_الجزائر
s.terchani@univ-chlef.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/02

تاريخ الاستلام: 2023/01/02

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر المزيج التسويقي الوردي على بناء الصورة الذهنية لمنتجات الرضع من علامة (Johnson & Johnson) لدى الأمهات، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لاختبار فروض الدراسة واستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، تم توزيعها على عينة عشوائية من النساء المستخدمات لمنتجات (Johnson & Johnson) الخاصة بالرضع، حيث بلغ عدد مفردات العينة (213). وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية لمعالجة البيانات وتحليلها باعتماد برنامج **spss**. وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لعناصر المزيج التسويقي الوردي (المنتج الوردي، السعر الوردي، التوزيع الوردي، الترويج الوردي) لمنتجات (Johnson & Johnson) في بناء وتعزيز صورتها الذهنية.

الكلمات المفتاحية: تسويق وردي، مزيج تسويقي وردي، صورة ذهنية، Johnson & Johnson .

تصنيف JEL: M31

Abstract :

This study aims to find out the effect of the pink marketing mix on building the mental image of infant products from the (Johnson & Johnson) brand among mothers, and the descriptive analytical approach was relied on to test the hypotheses of the study and the questionnaire was used as a tool for data collection, which was distributed to a random sample of women Female users of (Johnson & Johnson) products for infants, as the number of the sample was (213). Statistical methods were used to process and analyze the data by adopting the **spss** program, and the study concluded that there is a significant positive effect of the elements of the pink marketing mix (pink product, pink price, pink distribution, pink promotion) for Johnson & Johnson products in building and enhancing its mental image.

Key words: pink marketing, pink marketing mix, mental image, Johnson & Johnson

JEL classification codes: M31

1. مقدمة:

يعتبر التسويق الوردى من المفاهيم التسويقية المعاصرة، و الذي حظي باهتمام الكتاب والباحثين لما له من خصوصية، حيث يقوم على استهداف المنظمات المرأة كزبونة ومحاوله فهم طبيعتها ليس فقط بالنسبة للمنتجات الموجهة إليها مباشرة و لكن أيضا بالنسبة للمنتجات الموجهة لأطفالها، ولذلك تسعى المنظمات للتأثير عليها عن طريق بناء صورة ذهنية مميزة لدى الأمهات بالنسبة لمنتجات الرضع مثلا، وذلك عن طريق استخدام استراتيجيات تسويقية تراعي خصوصية المرأة وحرصها الدائم على اقتناء أفضل المنتجات وأحسنها صورة بالنسبة إليها. حيث أصبحت العديد من المؤسسات في العالم تتجه إلى العمل باستراتيجية التسويق الوردى وتطبيقها على المرأة من خلال قولبة عناصر المزيج التسويقي الأربعة: المنتج، السعر، التوزيع والترويج بطريقة تتماشى وتنسجم مع سيكولوجية المرأة.

■ **إشكالية الدراسة:** تركز هذه الدراسة على مدى تأثير المزيج التسويقي الوردى على الصورة الذهنية التي تتشكل لدى الأمهات بالنسبة لمنتجات الرضع من علامة (**Johnson & Johnson**)، حيث تسعى هذه الورقة البحثية إلى الإجابة عن الإشكالية الرئيسية التالية: ما مدى تأثير المزيج التسويقي الوردى في بناء الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لعينة الدراسة ؟

تقوم الإشكالية الرئيسية للدراسة على الفرضية التالية:

✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المزيج التسويقي الوردى والصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.

و تتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المنتج الوردى والصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التسعير الوردى والصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التوزيع الوردى والصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين الترويج الوردي والصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.
- **محاور الدراسة:** لمعالجة الإشكالية المطروحة تم تناول هذا الموضوع عبر ثلاثة محاور:
 - مفاهيم أساسية حول التسويق الوردي و مزيجيه.
 - ماهية الصورة الذهنية.
 - دراسة استقصائية لآراء عينة الدراسة حول تأثير المزيج التسويقي الوردي على الصورة الذهنية لمنتجات (**Johnson & Johnson**).
 - **أهمية الدراسة:** تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال:
 - الدور الذي تلعبه المرأة في مجال التسويق كبائعة أو كمشترية خاصة بعد خروجها للعمل، الأمر الذي دعم استقلاليتها المادية و الاجتماعية.
 - حاجة الأمهات إلى معرفة طبيعة المنتجات الموجهة لأطفالهن، مما يدعم ثقة الأمهات في المؤسسات المسوقة لمنتجات الرضع.
 - كون الأمهات هن المكون الأهم في وحدة صنع قرار شراء المنتجات الموجهة للرضع.
 - النظر إلى المرأة _باعتبارها أمًا_ في ضبط و توجيه الاستراتيجيات الخاصة بالمؤسسات المنتجة للسلع الموجهة للرضع.
 - **أهداف الدراسة:** تسعى هذه الورقة البحثية إلى تحقيق الأهداف التالية:
 - التعرف على خصوصية المزيج التسويقي الموجه للمرأة خاصة بالنسبة لمنتجات الرضع.
 - التعرف على أثر المزيج التسويقي الوردي على الصورة الذهنية لمنتجات الرضع لدى الأمهات.
 - قياس مدى تأثير التسويق الوردي على الصورة الذهنية لمنتجات الرضع من علامة (**Johnson & Johnson**) بالنسبة للأمهات باعتبارهن طرفا مهما في العملية التسويقية بالنظر لمسؤولياتهن تجاه أطفالهن.
 - إبراز أهمية التسويق الوردي بالنسبة للأمهات في المؤسسات المسوقة لمنتجات الرضع.

2. مفاهيم أساسية حول التسويق الوردي ومزيجيه:

يعتبر التسويق الوردي مصطلحا حديثا في علم التسويق، يرتبط بالتسويق الموجه للمرأة، حيث يرمز اللون الوردي عادة إلى المرأة باعتباره لون الأنوثة، وهو ما يفسر ربط التسويق النسائي بهذا اللون، حيث يشير اللون الوردي إلى الأسلوب الأمثل لتسويق المنتجات الموجهة

للنساء، باعتباره لونا يجذب النساء أكثر من الرجال، وهذا لا يعني اعتماد هذا اللون فقط في المنتجات الموجهة للمرأة، بل يمكن استخدام أي لون آخر يناسب الأثني، ويختلف ذلك حسب حاجاتها و رغباتها و أذواقها من جهة، وحسب طبيعة المنتج من جهة أخرى.

1.2. مفهوم التسويق الوردى وأهميته:

بدأت الكتابات في هذا النوع من أنواع التسويق مع بداية القرن الحادي والعشرين، ويتبين وجود اختلاف و تباين في تركيز كل من الشرق والغرب على مفهوم التسويق الوردى، فيغلب على الشرق فهمهم للمصطلح على أنه يمثل "فرق البيع النسائية"، بينما يغلب على الغرب النظر إليه على أنه يمثل "المشتريين من النساء". (أحمد و بلبل، 2017، صفحة 2)

أ. تعريف التسويق الوردى: ظهر التسويق الوردى كأسلوب قائم بذاته يبحث على تلبية حاجيات النساء بصفة مباشرة وخاصة، وقد اقترن في بداياته بالعاملات أو البائعات اللاتي يتواجدن بداخل المحلات للعناية بالزبائن من السيدات. (غضبان، 2015، صفحة 471)

نستعرض فيما يلي تعريفات دالة على هذا المفهوم، حيث يعرف التسويق الوردى بأنه:

- التسويق الذي يستهدف المرأة على وجه التحديد، وهو وردى لأنه يتناسب مع طبيعة المرأة اللطيفة والرييقة. (الباشقالي و خضر، 2015، صفحة 15)

- كل الأنشطة والجهود التسويقية المستهدفة للعملاء من النساء، من منتج، سعر، توزيع وترويج بطريقة تناسب المرأة. (أحمد و بلبل، 2017، صفحة 7)

- كافة الأنشطة التسويقية التي تقوم بها الشركة عندما تستهدف بمنجاتها شريحة الإناث من المستهلكين، و تقوم الشركة هنا بتعديل كل استراتيجياتها التسويقية لتناسب المرأة و طريقة تفكيرها لتلبية رغباتها وحاجاتها. (كرتات، 2021، صفحة 606)

- التسويق إلى النساء، أو كيف نسوق للنساء؟ أو التسويق من و إلى النساء. لكن الأغلبية من الكتاب اتفقوا على أن "التسويق إلى النساء" هو الأنسب للتسويق الوردى، أي أن التسويق الوردى هو استراتيجية تسويقية تراعي فيها المؤسسة متطلبات العملاء من النساء من خلال مسوقين من الجنسين، والنجاح يكون في مدى إدراك قيمة التفرقة بين كل من المرأة والرجل على مستوى العملاء. (مقدم، شناق، و بن علي، 2018، صفحة 273)

ففي التسويق الوردى تكون التقنيات التسويقية المستخدمة من قبل الشركة أكثر تأثيرا في المرأة من تأثيرها في الرجل، فالطبيعة السيكلوجية للمرأة تختلف عن الطبيعة السيكلوجية

للرجل، وهذا يعني أن دوافع الشراء لدى المرأة تختلف عن دوافع الشراء لدى الرجل، وبالتالي فإن السلوك الشرائي للمرأة يختلف عن السلوك الشرائي للرجل. (مقدم، شناق، و بن علي، 2018، صفحة 273)

ويرى باحثون آخرون أن التسويق الوردى لا يقتصر على البيع للمرأة، بل هو نشاط قد يكون موجها من المرأة إلى المرأة، يتكون من مجموعة عناصر تسمى المزيج التسويقي، يتم صياغتها حسب المتطلبات والعوامل النفسية للمرأة التي تؤثر في اتجاهاتها و سلوكياتها، وحتى ما يقتضيه الآخرون عندما تكون مؤثرة على قراراتهم الشرائية. (حسين، سعود، و سعود، 2020، صفحة 344)

إذ يلاحظ أن التسويق الوردى لا يقتصر فقط على البيع الموجه للمرأة، بل يمتد إلى المنتجات الموجهة للرجل، كون المرأة مؤثرا جيدا على اتخاذ قرار الشراء من خلال المعلومات التسويقية المقدمة إليها. (زيدان، 2020، صفحة 203)

ب. أهمية التسويق الوردى: تنطلق أهمية التسويق الوردى من أهمية المرأة في مجال التسويق، حيث تتجاوز كونها بائعة أو مشترية إلى دورها المحوري في اتخاذ القرارات الشرائية أو المشاركة في ذلك عن طريق تأثيرها الواضح على اتخاذ قرار الشراء، إذ يمتد تأثيرها إلى نسبة 80% من القرارات الشرائية، كما أن المشتريات النسائية تمثل 85% من مجموع المشتريات بالعالم، فيما تمثل النساء 85% من إجمالي الإنفاق الاستهلاكي، كما تسيطر النساء على أكثر من 20 تريليون دولار من الإنفاق العالمي.

وقد أثبتت الدراسات أن دور المرأة المسوقة يعد من الأمور الهامة جدا لصالح المؤسسة، فأغلب المنظمات أصبحت تهتم بنسب الذكور والإناث العاملين لديها، لأن النساء يمكنهن تحمل العميل أكثر من الرجال. (الباشقالي و خضر، 2015، صفحة 16)

إلى جانب دورها الأفضل في التعامل مع العملاء من النساء، فضلا عن انخفاض المتوسط العام لأجورهن، مما يؤكد على شراكة ودور المرأة في المجتمع. (زيدان، 2020، صفحة 203)

2.2. أبعاد التسويق الوردى:

ترتكز أبعاد التسويق الوردى على أربعة محاور أساسية: (حسين، سعود، و سعود، 2020، صفحة 344، 345)

- أ. **العلامة التجارية:** هي الصورة أو العلامة التي تعني الانطباع في ذاكرة الزبون تجاه العلامة التجارية، كذلك هي معتقدات الشخص و الأفكار و الانطباع حول منتج محدد.
- ب. **التسعير:** وهو المقدار الذي يدفعه الزبائن من النساء لقاء المنتج الذي يلي حاجات معنوية قد لا يراها الرجل في هذا المنتج، إلا أن المرأة قد تهتم بتفاصيل أكثر، و النقود التي تنفقها النساء على التسويق في الغالب تكون أكبر من تلك التي ينفقها الرجال.
- ج. **مميزات المنتج:** هي مماثلة للخصائص الجسدية والوظيفية للمنتجات لتحقيق مجموعة متنوعة من حاجات الزبائن، وبصورة عامة تبحث النساء عن المعلومات والتفاصيل الخاصة بالمنتجات ومواصفاتها بشكل أكبر من الرجال، فهن يهتمن بكل تفصيل وكل معلومة عن المنتج.
- د. **تأثير الجماعات المرجعية:** وهي درجة التأثير من قبل الأقارب والأصدقاء على الفرد، ومن المتعايشين معه في نفس المحيط على أفكاره ومواقفه وتقييمه لبدائل الشراء المختلفة التي من شأنها التأثير في السلوك الشرائي للزبون.

3.2. المزيج التسويقي الوردى:

تستخدم المنظمات مجموعة من الوسائل والمتغيرات التسويقية لاستهداف النساء والتأثير عليهن بالشكل الذي يسمح بتحقيق أهداف المنظمة في الربح وأهداف السيدات في الإشباع، وهو ما يعرف بالمزيج التسويقي الوردى، حيث يتم تكييف عناصره الأربعة (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع) مع خصائص المرأة و شخصيتها، مع التركيز على المغريات العاطفية عند تصميمه على نحو يسمح بتسويق منتجاتها الوردية بالشكل الأمثل.

أ. **المنتج الوردى (Pink Product):** هو كل سلعة أو خدمة تتوافق خصائصها مع رغبات العملاء من النساء و أذواقهن، سواء كان منتجاً موجهاً للمرأة أو لأحد أفراد أسرتها، بالنظر لدورها الكبير كمؤثر على متخذ قرار الشراء.

فالمنتج الوردى يختلف عن المنتج الموجه لبقية العملاء، فالرجل يبحث عن المنافع النهائية من المنتجات المقدمة له، كالسعر و خصائص المنتج الملموس و التي تخاطب العقل و المنطق عند الرجل. (شحاتة و فياض، 2020، صفحة 223)

في حين تبحث النساء عن المعلومات والتفاصيل الخاصة بالمنتجات ومواصفاتها بشكل أكبر من الرجل، فهن يبدن اهتمامهن بكل تفصيل وكل معلومة، فعلى سبيل المثال عند شراء المرأة للملابس تهتم بنوعية الملابس ومدى توافقها مع الموضة ومدى مناسبة هذه الملابس

لمظهرها، و تهم بعدد القطع المعروضة من نفس الصنف، فهي تبحث عن التميز في الملابس أكثر من الرجل، وكذلك الأم تهتم بقراءة مكونات المنتجات الغذائية التي تشتريها لأطفالها، فهي حريصة بشكل كبير على أطفالها ولا تقوم بشراء أي منتج لأطفالها قبل التأكد أنه صحي لهم. (العبيدي، 2017، صفحة 406)

ب. **السعر الوردي (Pink Price)**: يمثل مقدار ما يدفعه العملاء من النساء لقاء الحصول على المنتج، و بشكل عام تختلف المرأة عن الرجل في إدراكها للسعر و تقييمها له، فالمنتج الذي يراه الرجل ذو سعر مرتفع قد تراه المرأة ذا سعر مناسب، حيث تربط المرأة بين القيمة الحقيقية للمنتج و مدى قدرته على إشباع حاجات معنوية قد لا ينتبه إليها الرجل.

ج. **الترويج الوردي (Pink Promotion)**: معلوم أن المرأة عاطفية أكثر من الرجل، ما يجعل اختيارها للمنتجات يركز على عواطفها أكثر من ارتكازها على الجوانب العقلية، وهذا لا يعني أن المرأة لا تعتمد على المحاكاة العقلية عند شراء المنتجات، ولكنها تتأثر بشكل أكبر بالمغريات العاطفية.

فمثلا عند تصميم الإعلان الموجه للسيدات يجب اختيار الألوان التي تفضلها النساء، وهي الألوان الحارة كاللون الوردي والأحمر، فقد أظهرت دراسة قامت بها جامعة (Wisconsin) بمدينة (Madison) بالولايات المتحدة الأمريكية أن 70% من المحتوى الترويجي يظل في عقل السيدات ويتأثرن به، هذا مع ضرورة استخدام عبارات في المتن الإعلاني يخاطب رغبات و مشاعر السيدات، كحاجتها المستمرة للجمال أو الحفاظ على صحة أبنائها، وهو ما يعرف باسم "التأثير في اللاوعي". (شحاتة و فياض، 2020، صفحة 225)

وللوصول إلى أهم أساليب الإقناع و الترويج يجب الاعتماد على الكلمة المنطوقة التي تقوم بسرد التجارب الناجحة لمنتجات معينة، حيث أن 64% من الأمهات تسألن صديقاتهن الأمهات حول المنتجات قبل القيام بشرائها، و هذا ما يبرز أهمية الكلام المتناقل بين السيدات (word of mouth) في التسويق الوردي. (ميمون، 2018، صفحة 123)

د. **التوزيع الوردي (Pink Place)**: يمثل الموقع الذي يتم فيه بيع المنتج للزبائن من النساء مع ضرورة مراعاة أذواقهن في الألوان و الأشكال المستخدمة في تصاميمه الخارجية و الداخلية. إن الرجل يركز أكثر على العناصر المادية في المتاجر، فهو يهيمه وجود موقف للسيارات لكي يركن سيارته، و يركز على المخزون الموجود في المتجر، في حين أن المرأة تركز أكثر على تصميم

المتجر و الديكور الخاص بالمتجر، و تحتم بطريقة معاملة موظفي المبيعات لها. (العبيدي، 2017، صفحة 407، 408)

3. ماهية الصورة الذهنية:

تكوين صورة ذهنية جيدة و ايجابية هو هدف كل مؤسسة تسعى للبقاء، لما لها من أهمية في تكوين الآراء و اتخاذ القرارات و تشكيل السلوك الشرائي، و قد أدركت المؤسسات الحديثة أهمية دراسة صورتها الذهنية المرسومة في أذهان زبائنهم، لأنها قد تشكل مصدر للثروة إذا كانت إيجابية، في حين قد تكون عبئا على المؤسسة إذا كانت سلبية.

1.3. تعريف الصورة الذهنية:

تعرف الصورة الذهنية بأنها "انطباع المنظمة الذي يحمله الجمهور على أساس المعرفة و الخبرة، أو على الاكتساب من خلال التفاعل الاجتماعي". (Hamici, 2014, p. 191) و يقدم (David Bernstein) تعريفا دقيقا للغاية لصورة الشركة، فهذه الصورة وفقا له هي التصور العام الذي يتشكل حول الشركة من قبل الجماهير المختلفة من خلال تجاربهم ومعرفتهم و معتقداتهم تجاهها. كما يؤكد أن هذه الصورة يمكن أن تنشأ عمدا من خلال جهود المنظمة لتقديم نفسها كما تفعل في حملات العلاقات العامة، أو بشكل تعسفي من خلال ما يكتبه الإعلام أو يتبادلده الناس من خلال التواصل بين الأشخاص في حياتهم اليومية. (Hamici, 2014, p. 191)

و بالنسبة لـ (Denis, 1989)، فإن الصور الذهنية هي شكل فريد من أشكال التمثيل العقلي الذي يسمح للعقل البشري بالاحتفاظ بالمعلومات المستخرجة من بيئته والتلاعب بها، و يضيف أن هذه إحدى طرق التمثيل العقلي التي تتميز بخاصية الاحتفاظ بالمعلومات الإدراكية في شكل يحتوي على درجة عالية من التشابه البيوي مع الإدراك. (CHAMARD, 2000, p. 2)

2.3. تقسيمات الصورة الذهنية:

حسب (Décaudin, 1999) يمكن تقسيم الصورة الذهنية إلى الصورة المرغوبة ، الصورة المنقولة ، الصورة المدركة: (RATIER, 2002, p. 3)

أ. **الصورة المرغوبة:** هي ما تود الشركة نقله إلى مختلف الجهات المستهدفة من خلال تقنيات الاتصال. يتعلق الأمر بالموقف المطلوب من قبل الشركة: الرغبة في الحصول على صورة راقية على سبيل المثال.

ب. **الصورة المرسل:** هي ترجمة الصورة المطلوبة بتقنيات الاتصالات المستخدمة، حيث تتواصل الشركة بالطريقة التي تؤدي إلى نقل الرسالة إلى المستهدف منها.

ج. الصورة المدركة: هي الصورة التي يشكلها المستهدفون بعد تلقيهم تقنيات الاتصال التي تستخدمها الشركة. يتعلق الأمر بالطريقة التي يتم بها تحليل الرسالة وفهمها من قبل المستهدف. بمعنى آخر، إنه نتيجة إجراء الاتصال.

3.3. أبعاد الصورة الذهنية:

توصف طبيعة الصور الذهنية بأنها متعددة الأبعاد، و يعتبر تصنيف (Helme-Guizon, 1997) ضمن التصنيفات الأكثر شمولاً، و الذي أشار فيه إلى الأبعاد التالية: (CHAMARD, 2000, p. 5)

أ. الحيوية: يشير إلى أنها خاصة تشهد على الصور "الجيدة".

ب. الوضوح: يشير إلى دقة الصورة الذهنية.

ج. كمية الصور: و التي يتم التعبير عنها في عدد الصور الذهنية التي يثيرها الحافز دون مراعاة جودة التمثيل.

د. سهولة تكوين الصور الذهنية: و التي تعكس الجهد الذي يتم من خلاله تنشيط المعلومات المرتبطة بالمنبه، المخزنة مسبقا في الذاكرة طويلة المدى.

هـ. التكافؤ: و الذي يشير إلى الطابع السار أو غير السار للصورة الذهنية التي يثيرها المنبه.

و. التفصيل: يعبر عن التكامل في التمثيلات التي يتم تنشيطها في الذاكرة العاملة لعنصر أو أكثر من العناصر الإضافية الناتجة إما عن الذاكرة أو من خيال الفرد.

ز. الارتباط الذاتي: هو شكل معين من التفصيل، والذي يمثل قدرة الصورة الذهنية على إشراك الفرد في سيناريو الصور (سيناريو متعلق بذاته).

4. دراسة استقصائية لأراء عينة الدراسة حول تأثير المزيج التسويقي الوردى على الصورة

الذهنية لمنتجات Johnson & Johnson.

1.4. متغيرات الدراسة: يوجد في دراستنا متغيران، متغير مستقل ومتغير تابع:

أ. المتغير المستقل: المتمثل في التسويق الوردى، والمعبر عنه بثلاث عشرة (15) عبارة، وسيتم قياسه وفق مقياس ليكرت الخماسي.

ب. المتغير التابع: هو الصورة الذهنية، والمعبر عنه بخمس (05) عبارات، وسيتم قياسه وفق مقياس ليكرت الخماسي.

2.4. مجتمع و عينة الدراسة: تمثل مجتمع الدراسة في جميع النساء اللواتي يستخدمن منتجات

جونسون للأطفال، وقد اشتملت عينة الدراسة على مجموعة من مراتادات مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث تم توزيع الاستبيان إلكترونياً، وتم جمع 213 استمارة قابلة للتحليل.

3.4. أساليب جمع البيانات: تم الاعتماد على البيانات الثانوية من خلال المسح المكتبي في المكتبات الافتراضية وغير الافتراضية، وبيانات أولية تم جمعها ميدانيا من خلال الاستبانة الموجهة لعينة الدراسة.

4.4. تحليل و مناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

سنحاول عرض نتائج التحليل الوصفي لعينة الدراسة، من خلال الأداة المستخدمة للقياس، بالإضافة إلى خصائص الجودة للمقياس المستخدم و المتمثلة في معامل الثبات و معامل الصدق:

أ. تحليل صدق و ثبات المقياس المستخدم.

▪ **تحليل ثبات المقياس:** تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص لأخذ وجهات نظرهم والاستفادة من آرائهم في تعديله والتحقق من مدى ملائمة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه، وفي ضوء آراء المحكمين تم إعادة صياغة بعض العبارات وإضافة عبارات أخرى لتحسين أداة الدراسة ليصبح الاستبيان في شكله النهائي ، ويتم اختبار ثبات المقياس باستخدام معامل ألفا كرونباخ كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول 1: قيمة معامل ألفا كرونباخ لمحاو أداة الدراسة

معامل ألفا كرونباخ		محاو الاستبيان
القيمة	عدد العبارات	
0.674	04	البعد الأول: المنتج الوردى
0.603	04	البعد الثاني: السعر الوردى
0.621	03	البعد الثالث: التوزيع الوردى
0.751	04	البعد الرابع: الترويج الوردى
0.662	15	متغير المزيج التسويقي الوردى
0.720	05	متغير الصورة الذهنية
0.691	20	ألفا كرومباخ العام للاستبيان

المراجع: من إعداد الباحثات، بالاعتماد على مخرجات **SPSS**.

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن معامل ألفا كرونباخ لأبعاد التسويق الوردى مقبول، حيث أنه يفوق العتبة 0.6، إذ أنه بلغ 0.674 بالنسبة لبعد المنتج الوردى، 0.603 بالنسبة لبعد السعر الوردى، 0.621 بالنسبة لبعد التوزيع الوردى أما بعد الترويج الوردى فإنه بلغ على التوالي 0.751، كما بلغ معامل ألفا كرونباخ العام لمتغير المزيج التسويقي الوردى قيمة 0.662، أما بالنسبة لمتغير الصورة الذهنية فقد بلغ قيمة 0.720.

كما بلغ ألفا العام للاستبيان 0.691، و هذا يدل على أن أداة الدراسة ذات ثبات،
 مما يجعلنا على ثقة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار فرضياتها.

▪ صدق الاتساق الداخلي لعبارات متغير المزيج التسويقي الوردي:

الجدول 2: يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات متغير المزيج التسويقي الوردي

الأبعاد	الفقرة	الدلالة المعنوية	معامل الارتباط r	النتيجة
المنتج الوردي	تتوفر منتجات جونسون على الشروط المسلم بوجودها في منتجات الأطفال.	0.000	0.676	يوجد ارتباط معنوي دال
	تتوفر منتجات جونسون على تشكيلة متنوعة تتناسب مع جميع الفئات.		0.532	
	التصميم الخارجي لمنتجات جونسون (اللون، الشكل، الحجم) ملائم للأطفال.		0.412	
	منتجات جونسون ذات جودة عالية ترقى لمستوى توقعاتك.		0.481	
السعر الوردي	تتناسب أسعار منتجات جونسون مع مستواك الاجتماعي.	0.000	0.284	يوجد ارتباط معنوي دال
	السعر يجعلك تميز بين منتجات المؤسسة والمنتجات المنافسة.		0.229	
	تتناسب أسعار منتجات جونسون مع جودتها.		0.331	
	تشتري منتجات جونسون حتى ولو كانت أسعارها مرتفعة.		0.529	
التوزيع الوردي	بإمكانك الحصول على منتجات جونسون في مقر إقامتك.	000.0	0.276	يوجد ارتباط معنوي دال
	يمكنك طلب المنتج من الانترنت في حالة عدم توفره.		0.483	
	عادة ما تحصلين على منتجات جونسون في الوقت المناسب.		0.304	
الترويج الوردي	تعرفت على منتجات جونسون من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.	0.000	0.573	يوجد ارتباط معنوي دال
	تركز إعلانات جونسون على الجوانب العاطفية للمرأة (الألوان، الموسيقى..)		0.741	
	يمكنك الحصول على منتجات مجانية في حالة شرائك لحزمة من المنتجات.		0.489	
	تعتمد إعلانات جونسون على تجارب المشاهير في استعمال منتجاتها (الكلمة المنطوقة)		0.692	

المراجع: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV.24

يلاحظ من الجدول السابق أن هنا علاقة ارتباط متفاوتة بين كل عبارة من عبارات متغير المزيج التسويقي الوردى و الدرجة الكلية لعبارته، و هي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، حيث نجد أن r محصورة بين (0.229) كأدنى قيمة و(0.741) كأكبر قيمة عند مستوى الدلالة 0.05، إلا أن معظمها كان يقارب أو يفوق القيمة ($r = 5$)، و منه تعتبر عبارات متغير المزيج التسويقي الوردى صادقة ومتسقة داخليا، و هي تقيس ما وضعت لقياسه.

■ **صدق الاتساق الداخلي لعبارات متغير الصورة الذهنية:**

الجدول 3: يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات متغير الصورة الذهنية

الفقرة	الدلالة المعنوية	معامل الارتباط r	النتيجة
لديك انطباع إيجابي حول منتجات جونسون	0.000	0.617	يوجد ارتباط معنوي دال
ترغبين في الاستمرار بشراء منتجات جونسون	0.000	0.561	يوجد ارتباط معنوي دال
تنصحين قريباتك و زميلاتك بمنتجات جونسون	0.000	0.324	يوجد ارتباط معنوي دال
أنت راضية عن طريقة تسويق منتجات جونسون	0.000	0.469	يوجد ارتباط معنوي دال
تتلقيين معلومات جيدة و إيجابية عن منتجات جونسون	0.000	0.512	يوجد ارتباط معنوي دال

المراجع: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV.24

يلاحظ من الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباط متفاوتة بين كل عبارة من عبارات متغير الصورة الذهنية و الدرجة الكلية لعبارته، و هي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، حيث نجد أن r محصورة بين (0.324) أدنى قيمة و (0.617) أكبر قيمة عند مستوى الدلالة 0.05، إلا أن معظمها كان يقارب أو يفوق القيمة ($r = 5$)، و منه تعتبر عبارات متغير الصورة الذهنية صادقة و متسقة داخليا، و هي تقيس ما وضعت لقياسه.

■ **المتوسط الحسابي:** الجدول الموالي يوضح الوسط الحسابي و الانحراف المعياري للمتغيرين التابع و المستقل بالإضافة إلى أبعاد المتغير التابع.

الجدول 4: يبين نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات أبعاد المتغيرين (التابع و المستقل)

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	مستوى الموافقة
المنتج الوردى	4.31	0.481	70.4%	مرتفعة
السعر الوردى	3.11	0.215	60.0%	متوسطة
التوزيع الوردى	3.54	0.267	67.6%	متوسطة
الترويج الوردى	4.87	0.398	82.0%	مرتفعة جدا
المزيج التسويقي الوردى	3.95	0.396	75.7%	مرتفعة
الصورة الذهنية	4.18	0.377	80.3%	مرتفعة جدا

المراجع: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV.24

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي للمزيج التسويقي الوردية يساوي 3.95 وبوزن نسبي قدره 75.7%، فمستوى الموافقة فيه مرتفعة، في حين يساوي المتوسط الحسابي للصورة الذهنية 4.18 و بوزن نسبي قدره 80.3% و مستوى موافقة مرتفعة جدا، و بالتالي نستنتج أن 75.7% من عينة الدراسة موافقون على أن المؤسسة تطبق المزيج التسويقي الوردية، و أن 80.3% من عينة الدراسة موافقون على أن المزيج التسويقي الوردية يؤثر على الصورة الذهنية للمؤسسة. كما يمكننا ترتيب عناصر المزيج التسويقي الوردية كما يلي: الترويج الوردية، المنتج الوردية، التوزيع الوردية، السعر الوردية، بمتوسط حسابي على التوالي كما يلي: (4.87)، (4.31)، (3.54)، (3.11).

ب. اختبار الفرضيات: سنحاول اختبار الفرضية الرئيسية ثم اختبار الفرضيات الفرعية لها:

■ اختبار الفرضية الرئيسية:

➤ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المزيج التسويقي الوردية و الصورة الذهنية لمنتجات Johnson & Johnson لدى عينة من الأمهات الجزائريات.

من أجل اختبار صحة الفرضية تم الاعتماد على تحليل الانحدار الخطي البسيط، و قد كانت مخرجات برنامج SPSS وفق الجدول الموالي:

الجدول 5: ملخص نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية

المعبر	معامل الارتباط كارل بيرسون R	معامل التحديد R ²	معامل التحديد المعدل R ² ajusté	معامل المعبر المستقل b	معامل المعبر الثابت a	اختبار F للنموذج		اختبار t للنموذج	
						القيمة	مستوى المعنوية	القيمة	مستوى المعنوية
أثر المزيج التسويقي الوردية على الصورة الذهنية لمنتجات Johnson & Johnson	0.437	0.324	0.197	1.829	0.581	7.200	0.000	5.585	0.000

المراجع: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV.24

نلاحظ من الجدول أن معامل الارتباط لكارل بيرسون R متوسط بقوة ارتباط بلغت 0.437، مما يدل على وجود قوة ارتباط موجبة متوسطة و ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، أما بخصوص القدرة التفسيرية للنموذج المتمثلة في معامل التحديد R²، فتبين نتائج التحليل أن قيمته كانت أقل من المتوسط بقيمة تساوي ($R^2 = 0.324$)، و هو ما

يعني أن القدرة التفسيرية للنموذج تقدر بنسبة **32.4%**، كما أظهرت النتائج أن الدلالة الإحصائية (**sig=0.000**)، و هي أقل من (**$\alpha \leq 0.05$**)، مما يدل على وجود أثر ذو دلالة للمزيج التسويقي الوردى على الصورة الذهنية لمنتجات جونسون، أي أن تطبيق المزيج التسويقي الوردى من طرف المؤسسة محل الدراسة يؤدي إلى تحسين و تعزيز صورتها الذهنية بـ **43.7%**. كما أن **32.4%** من المتغيرات التي تطرأ على الصورة الذهنية لعلامة **Johnson & Johnson** سببها المزيج التسويقي الوردى المطبق و **67.6%** تسببها عوامل أخرى. بناء على ما تقدم يكون تمثيل نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين المتغيرين كالتالي:

$$Y=1.829 + 0.581 X$$

و هو ما يسمح بقبول الفرضية الرئيسية و رفض فرضية النفي، أي أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (**$\alpha \leq 0.05$**) للمزيج التسويقي الوردى على بناء الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** من وجهة نظر الأمهات الجزائريات.

▪ اختبار الفرضيات الفرعية:

➤ **الفرضية الفرعية الأولى:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (**$\alpha \leq 0.05$**) بين المنتج الوردى و الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.

- معامل الارتباط لكارل بيرسون **R** كان متوسط بقوة ارتباط بلغت **0.402**، مما يدل على وجود ارتباط موجب متوسط و ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية **0.05**، أما بخصوص القدرة التفسيرية للنموذج المتمثلة في معامل التحديد **R²**، فتبين نتائج التحليل أن قيمته كانت متوسطة بقيمة تساوي (**$R^2 = 0.221$**)، و هو ما يعني أن القدرة التفسيرية للنموذج تقدر بنسبة **22.1%**، كما أظهرت النتائج أن الدلالة الإحصائية (**sig=0.000**)، و هي أقل من (**$\alpha \leq 0.05$**)، مما يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمنتج الوردى على الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson**، أي أن المنتج الوردى يؤدي إلى تعزيز الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** بـ **40.2%**. كما أن **22.1%** من المتغيرات التي تطرأ على متغير الصورة الذهنية سببها المنتج الوردى و **77.9%** تسببها عوامل أخرى، وبناء على ما تقدم يكون تمثيل نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين المتغيرين كما يلي:

$$Y=1.021 + 0.471 X$$

و هذا ما يسمح بقبول فرضية الإثبات و رفض فرضية النفي، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (**$\alpha \leq 0.05$**) بين المنتج الوردى و الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.

➤ **الفرضية الفرعية الثانية:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين السعر الوردى و الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.

- كان معامل الارتباط لكارل بيرسون **R** ضعيفا، بارتباط بلغ **0.171**، مما يدل على وجود ارتباط موجب ضعيف و ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، أما بخصوص القدرة التفسيرية للنموذج المتمثلة في معامل التحديد **R²**، فتبين نتائج التحليل أن قيمته كانت ضعيفة بقيمة تساوي ($R^2 = 0.094$)، و هو ما يعني أن القدرة التفسيرية للنموذج تقدر بنسبة **9.4%**. كما أظهرت النتائج أن الدلالة الإحصائية (**sig=0.000**) و هي أقل من ($\alpha \leq 0.05$)، مما يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للسعر الوردى على الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson**، أي أن التسعير الوردى من طرف مؤسسة **Johnson & Johnson** يؤدي إلى الزيادة في تحسين وتعزيز صورتها بـ **17.1%**. كما أن **9.4%** من المتغيرات التي تطرأ على متغير الصورة الذهنية سببها تطبيق التسعير الوردى و **90.6%** تسببها عوامل أخرى، و بناء على ما تقدم يكون تمثيل نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين المتغيرين كما يلي:

$$Y = 2.181 + 0.315 X$$

و هو ما يسمح بقبول فرضية الإثبات و رفض فرضية النفي، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين السعر الوردى و الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.

➤ **الفرضية الفرعية الثالثة:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التوزيع الوردى و الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.

- كان معامل الارتباط لكارل بيرسون **R** ضعيفا بقوة ارتباط بلغت **0.208**، مما يدل على وجود ارتباط موجب و ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية **0.05**، أما بخصوص القدرة التفسيرية للنموذج المتمثلة في معامل التحديد **R²**، فتبين نتائج التحليل أن قيمته كانت متوسطة بقيمة تساوي ($R^2 = 0.065$)، و هو ما يعني أن القدرة التفسيرية للنموذج تقدر بنسبة **6.5%**، كما أظهرت النتائج أن الدلالة الإحصائية (**sig=0.000**) و هي أقل من ($\alpha \leq 0.05$)، مما يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتوزيع الوردى على الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson**، أي التوزيع الوردى يؤدي إلى تحسين الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** بـ **20.8%**. كما أن **6.5%** من المتغيرات التي تطرأ على الصورة الذهنية

سببها استعمال التوزيع الوردى و 93.5% تسببها عوامل أخرى، و بناء على ما تقدم يكون تمثيل نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين المتغيرين كما يلي:

$$Y = 1.314 + 0.276 X$$

و هذا ما يسمح بقبول فرضية الإثبات و رفض فرضية النفي، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التوزيع الوردى و الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.

➤ **الفرضية الفرعية الرابعة:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التوزيع الوردى و الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.

- جاء معامل الارتباط لكارل بيرسون **R** مرتفعا بقوة ارتباط بلغت **0.652**، مما يدل على وجود ارتباط موجب و قوي و ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية **0.05**، أما بخصوص القدرة التفسيرية للنموذج المتمثلة في معامل التحديد **R²**، فتبين نتائج التحليل أن قيمته كانت متوسطة بقيمة تساوي ($R^2 = 0.370$)، و هو ما يعني أن القدرة التفسيرية للنموذج تقدر بنسبة 37%، كما أظهرت النتائج أن الدلالة الإحصائية ($\text{sig} = 0.001$) وهي أقل من ($\alpha \leq 0.05$) مما يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتوزيع الوردى على الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson**، أي أن التوزيع الوردى يؤثر على الصورة الذهنية بنسبة 65.2%. كما أن 37% من المتغيرات التي تطرأ على الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** سببها التوزيع الوردى و 63% تسببها عوامل أخرى، و بالتالي يمكن تمثيل نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين المتغيرين كما يلي:

$$Y = 2.131 + 0.701 X$$

و هو ما يسمح بقبول فرضية الإثبات و رفض فرضية النفي، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التوزيع الوردى و الصورة الذهنية لمنتجات **Johnson & Johnson** لدى عينة من الأمهات الجزائريات.

5. خاتمة

يعتبر التسويق الوردى من المفاهيم الحديثة في علم التسويق، يعنى بتفهم طبيعة المرأة البيولوجية و السيكولوجية _والتي تختلف تماما عن الرجل_ و تؤثر بشكل واضح على سلوكها، بناء على ذلك تقتضي ممارسات التسويق الوردى مخاطبة حاجات النساء و رغباتهن عن طريق مزيج تسويقي متنوع يختلف باختلاف الدور الذي تلعبه المرأة في العملية الشرائية، وهو ما يؤثر

- على الصورة الذهنية التي تتشكل لدى المرأة حول المنتج المعني. تناولت هذه الدراسة دور المرأة كمشترية لمنتجات تشبع حاجات أطفالها الرضع من علامة **Johnson & Johnson** وكيف تتأثر الصورة الذهنية لديها بممارسات التسويق الوردية، و قد تم التوصل للنتائج التالية:
- يستهدف التسويق الوردية المرأة على وجه التحديد، ينفذ عن طريق مزيج تسويقي تتم صياغته حسب المتطلبات والعوامل النفسية للمرأة التي تؤثر في اتجاهاتها وسلوكياتها؛
 - تتركز الكيفية التي يتم بها التسويق للمرأة على المغريات العاطفية أكثر من التركيز على المغريات التي تخاطب العقل و المنطق عند الرجل؛
 - الصورة الذهنية هي انطباع يتشكل حول المنظمة من قبل الجماهير المختلفة من خلال تجاربهم و معرفتهم و خبراتهم و معتقداتهم تجاهها؛
 - يوجد تأثير معنوي إيجابي لعناصر المزيج التسويقي الوردية (المنتج الوردية، السعر الوردية، التوزيع الوردية، الترويج الوردية) لمنتجات **Johnson & Johnson** في بناء وتعزيز صورتها الذهنية؛
 - أظهرت نتائج الدراسة أنه يمكن ترتيب عناصر المزيج التسويقي الوردية لمنتجات **Johnson & Johnson** حسب قوة تأثيرها في صورتها الذهنية كما يلي: الترويج الوردية، المنتج الوردية، التوزيع الوردية، السعر الوردية، بمتوسط حسابي على التوالي كما يلي: (4.87)، (4.31)، (3.54)، (3.11).
 - توجد علاقة موجبة و متوسطة بين المنتج الوردية لمؤسسة **Johnson & Johnson** والصورة الذهنية لعلامتها التجارية؛
 - توجد علاقة ضعيفة بين التسعير الوردية من طرف مؤسسة **Johnson & Johnson** والصورة الذهنية لها؛
 - توجد علاقة ضعيفة بين التوزيع الوردية من طرف مؤسسة **Johnson & Johnson** والصورة الذهنية لها؛
 - توجد علاقة قوية بين استخدام الترويج الوردية من طرف مؤسسة **Johnson & Johnson** و الصورة الذهنية لها.

6. قائمة المراجع.

قائمة المراجع العربية:

- أزهار العبيدي. (2017). دور السلوك الأخلاقي في تبني التسويق الوردى _دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في عدد من المولات التجارية الكبيرة في محافظة النجف الأشرف_. العراق: كلية الأدب، جامعة الكوفة.
- حسام الدين غضبان. (2015). دور التسويق الوردى في التأثير على القرار الشرائي لدى لنساء _دراسة لعينة نسوية وطنية_. مجلة العلوم الإنسانية (40).
- رقية محمد كرتات. (2021). أثر التسويق الوردى على قرار الشراء لدى طالبات كلية المجتمع للبنات بخميس مشيط. المجلة العالمية للاقتصاد و الأعمال ، 10 (3).
- عبد الجليل مقدم، سميحة شناق، و أمينة بن علي. (2018). تحليل استراتيجيات التسويق الموجه للنساء باستعمال SWOT _دراسة حالة مؤسسة فينوس لمواد التجميل_. مجلة اقتصاديات المال و الأعمال (6).
- علي السيد شحاتة، و سامح فياض. (2020). أثر السلوك الشرائي في العلاقة بين ممارسات التسويق الوردى و ولاء السيدات للفنادق. مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة و الضيافة ، 18 (1).
- فاطمة عبد الحلیم بابكر أحمد، و صديق بلل إبراهيم بلل. (2017). التسويق الوردى: دراسة العوامل المؤثرة على النية و القرار الشرائي لدى النساء. السودان: جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا.
- محمود محمد أمين عثمان الباشقالي، و شهاب أحمد خضر. (2015). تشخيص مزايا و موقات التسويق الوردى _دراسة لآراء عينة من العاملين في سوق مدينة ناكري_. مجلة زانكو للعلوم الإنسانية ، 19 (6).
- مروان حسين، زيد سعود، و ربيع سعود. (2020). التسويق الوردى وتأثيره على السمعة التنظيمية_بحث تطبيقي في شركة فلورمار للتجميل_. مجلة الدنانير (18).
- نبيلة ميمون. (2018). أثر التسويق الوردى في إرضاء الزبائن_دراسة عينة من مستخدمات منتجات التجميل لوريال بالمسيلة (الجزائر). مجلة العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية ، 11 (2).
- هبة زيدان. (2020). دور التسويق الوردى في عملية اتخاذ القرار الشرائي للمرأة نحو المنتجات السياحية_دراسة ميدانية على شواطئ النساء السياحية بالساحل الشمالي الغربي المصري_. مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة و الضيافة ، 18 (2).

قائمة المراجع الأجنبية:

- CHAMARD, C. (2000). *Les facteurs d'efficacité du processus d'imagerie mentale en publicité*, CONVEGNO "LE TENDENZE DEL MARKETING IN EUROPA". Venezia: Università Ca' Foscari Venezia.
- Hamici, N. (2014, Juin). Les Relations Publiques et l'Image de l'Entreprise Reflexions Theoriques et Methodologiques. *Revue des sciences sociales* (18).
- RATIER, M. (2002, Novembre). L'image en marketing : cadre théorique d'un concept multidimensionnel. (I. d. Centre de Recherche en Gestion, Éd.) *Cahier de recherche no. 2002 – 152*.

علاقة الاستراتيجيات التسويقية برضا السائح في الجزائر دراسة ميدانية – الجزائر العاصمة –

The impact of marketing strategies on tourist satisfaction in Algeria: A field study – Algiers-

بلقاضي آسيا Belkadi Assia جامعة سطيف 1_الجزائر Assia.belkadi@univ-setif.dz	عداد رشيدة Addad Rachida جامعة الجزائر 3_الجزائر addad_rachida@yahoo.fr	يوسف إيمان YousfiImane جامعة سطيف 1_الجزائر yousfi_imane@yahoo.fr
--	--	---

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/31

تاريخ الاستلام: 2023/01/04

الملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر الاستراتيجيات التسويقية (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع، الأفراد، عملية تقديم الخدمة والبيئة المادية) في تحقيق رضا السياح الأجانب حول المنتج السياحي الجزائري، حيث تم تصميم استبيان وجه إلى عينة من 107 سائحا وافدا إلى الجزائر العاصمة، تم اعتماد برنامج (SPSS) لتحليل النتائج. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السياح وكل من: إستراتيجية المنتج والتوزيع والأفراد ومقدمو الخدمات، وعدم وجود علاقة بين رضا السياح وكل من: السعر والبيئة المادية والترويج. ما يفسر النقص الكبير الذي تشهده الجزائر في عدد السياح نظرا لنقص الهياكل الرئيسية وضعف الترويج للمنتج السياحي الجزائري.

الكلمات المفتاحية: السياحة، رضا السائح، الاستراتيجيات التسويقية، الجزائر.

تصنيف JEL: Z3، M31، J28

Abstract :

This study aims to identify the impact of marketing strategies on foreign tourists' satisfaction in Algeria. A questionnaire was distributed, to a sample of (107) tourist, the (SPSS) is used to analyze the data. The study findings revealed that there is a statistically significant relationship between tourists' satisfaction and the following variables: product, people, place, process. There is no statistically significant relationship between tourists' satisfaction and the following variables: price, physical evidence and promotion strategy. This explains the great shortage in the number of tourists due to the high costs of travel and hotels, in addition to the lack of hotels and transportation means.

Keywords: Tourism, Tourist Satisfaction, Marketing Strategies, Algeria.

1. مقدمة:

تعد السياحة ظاهرة بشرية قديمة قدم الوجود الإنساني، حيث بدأت مع الإنسان أساسها الانتقال من مكان إلى آخر لتحقيق أهدافه المختلفة، ومع تطور فكره تطورت نظرتة لها من مجرد الاستمتاع في الماضي إلى أن أصبحت حركة إنسانية هدفها المتعة والاستجمام واكتساب الثقافات المختلفة وتعميق الصلات بين الشعوب، وبذلك اكتسبت السياحة مفهوماً جديداً وتطورت إلى أن أصبحت بديلها الحديث صناعة وخدمة، تعتمد عليها كثير من الدول في تنمية مواردها لتحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية لشعبها. تعتبر صناعة السياحة من الأنشطة الاقتصادية للبلدان التي تتمتع بمواقع سياحية جذابة يتم التردد عليها وزيارتها من قبل الأفراد كسياح، وكذلك الجهات ذات العلاقة بأمر السياحة ومشاريعها.

هذا يجزنا إلى ضرورة الحديث عن المنتج السياحي الذي هو عبارة عن مجموعة خدمات متكاملة يحصل عليها السائح، فهو لا يتمثل في سلعة مادية يمكن نقلها من مكان لآخر. لذلك تعتبر السياحة واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالانتقال بنفسه إلى المنتج في مكانه للحصول عليه، ويتكون المنتج السياحي من المغريات السياحية والتسهيلات السياحية التي تتمثل في مشروعات البنية الأساسية ووسائل الاتصال والأمن ومنشآت الإقامة كالفنادق وغيرها ومشروعات النقل السياحي والمنشآت السياحية والترويجية وطريقة الوصول إلى البلد المضيف.

إن التخطيط السليم للتسويق السياحي بعناصره المختلفة يكون بمثابة الضمان الأكيد لإبراز السياحة كمنشآت إنساني يهدف للتقارب بين الثقافات فهو وسيلة لتعزيز التعارف والتفاهم والحوار بين الحضارات المختلفة، وكنشاط اقتصادي محفز وداعم حيث تعتبر السياحة القوة الحقيقية للاستثمار في مجالات الفنادق والمطاعم والمنتجعات السياحية وإقامة المهرجانات والمعارض وغيرها، مما يستدعي الاهتمام بالمرافق العامة كالمطارات والطرق وخدمات الماء والكهرباء و شبكة الاتصالات والخدمات المصرفية وغيرها، وما يلزم هذه المرافق من اهتمام واسع وشامل للبنية التحتية الأساسية. كما تعتبر السياحة مصدرا رئيسيا للحصول على العملة الصعبة وكذلك العمالة بما توفره من فرص عمل كبيرة في القطاعات الاقتصادية المختلفة.

إذ يمثل العائد من السياحة دخل رئيسي للبلدان المهتمة بالسياحة ويساهم مساهمة كبيرة في نمو الناتج المحلي الإجمالي. لذا فوجود استراتيجيات عملية مناسبة مبنية على أسس تسويقية

صحيحة يمثل الأساس لنجاح الجهود السياحية الهادفة لاجتذاب المزيد من الإيرادات والدخل. ولأن الخدمات السياحية لها طبيعة خاصة في تسويقها ترجع إلى طبيعة الخدمة بشكل عام كون الخدمة تتميز في كونها غير مادية وتعتمد على التلازمية في الإنتاج والتقديم. وعند تقديم الخدمة لا تتطلب نقل الملكية من مقدم الخدمة إلى المستهلك.

من جهة أخرى يلعب التسويق دورا مهما في مساعدة المؤسسات لتفهم حاجات الجمهور وفي تطوير الخدمات والاتصال والتوزيع للخدمات العامة كما يلعب دورا في تقييم درجة رضا الجمهور عن الخدمات التي تقدم لهم، حيث لا يمكن لأية مجهودات أو أنشطة في المجال السياحي أن تنجح إلا بوجود استراتيجيات مناسبة خصوصا على المستوى التسويقي، ذلك أن التخطيط السليم للتسويق السياحي بعناصره المختلفة هو الضمان الأكيد لوجود قطاع سياحي ناجح كنشاط إنساني من جهة وكرافد اقتصادي لموازنته الدول المعنية من جهة أخرى.

من الواضح جدا ان قطاع السياحة في الجزائر يتميز بتدني مستوى خدماته وقلة عدد السياح الوافدين وبالتالي قلة وضعف المداخيل المحصلة من هذا القطاع رغم تنوع المقومات في هذا المجال وتوفر العديد من المناطق السياحية في الجزائر. إذ يجد الدارس أن استغلال هذه المقومات لم يرق إلى المستوى المطلوب. نظرا للأهمية البالغة التي يمكن ان يلعبها هذا القطاع في ازدهار الاقتصاد الوطني ونمو الإيرادات خارج محروقات.

أما على صعيد المنافسة فإن الجزائر تواجه منافسة شديدة على مستوى الدول المجاورة، اختلاف طبيعة العروض السياحية وتقديمها بأسعار منافسة في تلك الدول، وكذلك تواجه منافسة من الشركات العالمية التي تقدم خدمات في الجزائر مثل الفنادق وشركات الطيران ووكالات السياحة والأسفار مما يعني ضرورة قيام المعنيين في قطاع السياحة بتطوير الخدمات من حيث الكم والنوع والسعر لتكون منافسة وقادرة على جذب أكبر عدد ممكن من السياح. لذلك هدفت هذه الدراسة بالدرجة الأولى الى دراسة واقع المنتج السياحي الجزائري والبحث عن مكامن زيادة الطلب عليه من خلال تقصي أثر الاستراتيجيات التسويقية على رضا السياح القادمين الى الجزائر.

1.1 إشكالية البحث

على ضوء ما سبق يمكن طرح إشكالية البحث كما يلي:
ما هو أثر الاستراتيجيات التسويقية (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع، الأفراد، مقدمو الخدمات والبيئة المادية) في تحقيق رضا السياح في الجزائر؟

2.1 أهداف الدراسة

- إن الهدف الرئيس لهذه الدراسة يكمن في تحديد أثر الاستراتيجيات التسويقية في تحقيق رضا السياح، وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:
- التعرف على واقع المزيج التسويقي السياحي في الجزائر بشكل عام من خلال إجراء تقييم لأثر تطبيق الاستراتيجيات التسويقية للمنتج السياحي في المناطق السياحية.
 - التعرف على اتجاهات ومدى رضا السياح في الجزائر عن المزيج التسويقي السياحي المتمثل في: المنتج، السعر، الترويج، التوزيع، الأفراد، مقدمو الخدمات والبيئة المادية
 - تحديد أهم التحديات والمشاكل التي تواجه عملية تسويق المنتج السياحي الجزائري ووضع توصيات تناسب وهذه التحديات والمشاكل مع اقتراح حلول لها.

3.1 هيكل الدراسة

بالنسبة لهيكل البحث فقد تم تقسيمه إلى محورين رئيسيين، عالج المحور الثاني الإطار النظري للدراسة أين تم فيه التطرق إلى أهم المفاهيم المرتبطة بمتغيرات الدراسة، أما المحور الثالث تم فيه إجراء الدراسة التطبيقية وتحليل النتائج وختم البحث بخاتمة اشتملت على أهم نتائج البحث وتوصياته.

4.1 حدود البحث الزمانية والمكانية

بالنسبة لحدود البحث المكانية فقد اقتصرت الدراسة على الوكالات السياحية بالجزائر العاصمة، أما فيما يخص الحدود الزمانية فقد امتدت فترة الدراسة ما بين توزيع الاستبيان واسترجاعه من ماي 2022 إلى غاية أكتوبر 2022.

5.1 الدراسات السابقة

تمت دراسة ومناقشة العديد من الدراسات السابقة التي كانت لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة كالتالي:

دراسة (تلي و طيبي، 2019) بعنوان الاستراتيجية التسويقية السياحية لوجهة الجزائر-بناء على مخطط (sdatt) 2030-: سعت هذه الدراسة إلى إبراز الإستراتيجية السياحية لتسويق وجهة الجزائر وتحقيق التحول السياحي من خلال الاقطاب السياحية السبعة ودورها في ترقية السياحة في الجزائر، من خلال ما تزخر به من إمكانيات سياحية كبيرة، وما تتميز به من تنوع

في المشاريع الاستثمارية التي من شأنها أن تعزز من مكانتها وحصتها السوقية لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح الأجانب والسياح المحليين.

وفي السياق ذاته جاءت دراسة (ماضوي و بن جروة، 2020) بعنوان استراتيجيات التسويق السياحي حتمية لتطوير القطاع السياحي بالجزائر: هدف الباحثين إلى إبراز أهم المفاهيم العلمية والأكاديمية المتعلقة باستراتيجيات التسويق السياحي، كما حاولا إسقاطها على الواقع السياحي بالجزائر، وحاولا تبيان الإستراتيجية المتبعة أو المطبقة لتطوير هذا القطاع من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، حيث توصلا إلى أن الإستراتيجية ليست مبنية على أسس علمية كبحوث التسويق، الأمر الذي انعكس سلبا على الواقع السياحي في بلادنا، مما جعلها تظهر في المراتب الأخيرة في الترتيب العالمي بالنسبة للدول المستقطبة للسياح أو الاستثمارات السياحية أو مساهمتها في الناتج المحلي الخام .

6.1 فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح والاستراتيجيات التسويقية.

ولفحص هذه الفرضية تم تقسيمها إلى الفرضيات الفرعية التالية:

H_{1-1} : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية المنتج السياحي.

H_{1-2} : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية تسعير المنتج.

H_{1-3} : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية توزيع المنتج السياحي.

H_{1-4} : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح عن إستراتيجية ترويج المنتج السياحي.

H_{1-5} : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية مقدمو الخدمات.

H_{1-6} : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية الأفراد.

H_{1-7} : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية البيئة المادية.

2. الإطار النظري للدراسة

سوف يتم في هذا المحور إعطاء بعض المفاهيم المرتبطة بالسياحة بالإضافة إلى التسويق السياحي واستراتيجياته المختلفة، كما سيتم التطرق إلى أهم الدراسات السابقة التي عالجت مواضيع مشابهة.

1.2 مفاهيم عامة حول السياحة وخصائصها

تعدّ السياحة نشاطا مهما في الكثير من الدول والمجتمعات المتقدمة، لكنها مازالت تواجه الكثير من المعوقات في دول العالم الثالث رغم أنها الطريق الأنجح الذي يمكن أن يعيد لها توازنها من خلال تخفيف الفروق الاقتصادية والاجتماعية. اختلف مفهوم السياحة عما كان يعرف قديما، فقد كانت حركة الأشخاص بسيطة بكل عناصرها (أسبابها؛ وسائلها وأهدافها)، ومع بداية عقد الخمسينات ظهر ما نطلق عليه الآن بالسياحة الحديثة ذات الأبعاد السياسية، الاجتماعية والاقتصادية التي تحكمها قواعد ونظم فنية وعلمية تحت إشراف مؤسسات وطنية وعالمية.

أ. **السياحة:** السياحة مفهوم حديث لم يتبلور بشكل واضح ومحدد إلا في العصر الحديث. تعددت تعريفات السياحة بتعدد التخصصات العلمية التي تناولت هذه الظاهرة بالدراسة والتحليل. يتصف مفهوم السياحة بالديناميكية والتطور، فهي تعد من الأنشطة التي تدرس السلوك الإنساني، وبالتالي فهي نشاط غير خاضع إلى نظريات ثابتة أو قواعد مستقرة. وقد اختلف المختصون في مجال السياحة في إيجاد تعريف محدد للسياحة، فظهرت العديد من التعريفات في العقود الماضية ومن بينها ما يلي:

لفظ السياحة في اللغة العربية يعني الضرب في الأرض ويقابله في اللغات اللاتينية كلمة (Tourisme) وهي لفظ مستحدث مشتق من جملة (to tour) وتعني يجول أو يدور (الجلاد، 2010، صفحة 93). فكلية "السياحة" لغويا مشتقة من: "السيح أي الماء الجاري على وجه الأرض ومنها ساح يسبح سباحا... والسياحة هي الذهاب في الأرض للعبادة والترهب. أما اصطلاحا عرفتها المنظمة العالمية للسياحة "على أنها أنشطة الأشخاص المسافرين إلى مكان آخر غير المكان المعتاد لإقامتهم، ولمدة لا تزيد عن سنة كاملة لغرض الترويح أو الأعمال أو أغراض أخرى" (الجلاد، 2010، صفحة 11).

ب. **السائح:** بما أن سبب وجود صناعة السياحة هو وجود ونمو حجم السياح فإن جهود التخطيط والتنظيم لهذه الصناعة تتطلب فهم للسائح؛ وحاجاته ورغباته وسلوكه ومن ثم محاولة إشباع هذه الحاجات والرغبات (مقابلة، 2003، صفحة 20). ففي تعريف جاء حول السائح على أنهكل شخص يتنقل خارج مكان إقامته المعتاد لفترة لا تقل عن 24 ساعة (ليلة واحدة)، ولا تزيد عن أربعة أشهر بهدف الاستمتاع بالعطل أو أواخر الأسبوع، العلاج (التداوي بالمياه المعدنية)، الأعمال (اجتماع وندوات) أو الدراسة (Tinard, 1992, p. 1)..

ت. **خصائص السياحة:** تمتاز صناعة السياحة عن غيرها من الصناعات فيما يلي (بلقاضي، 2021، صفحة 36):

- السياحة صادرات غير منظورة: فالسياحة تمثل عرضا للخدمات بصفة أساسية وليست منتجا ماديا يمكن نقله من مكان لآخر، والمستهلك يأتي بنفسه إلى مكان المنتج السياحي للحصول عليه؛
- استحالة تخزين أو نقل العرض السياحي: معظم المنتجات لا يمكن تخزينها كطاقات الإيوائية أو مقاعد الطائرات أو المطاعم، فعدم تشغيل أي من غرف تلك الفنادق أو المقاعد في الطائرات والمطاعم يعد خسارة، لأنه لا يمكن تخزينها أو نقلها قصد عرضها في مكان آخر؛
- عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير: يتصف العرض السياحي بالجمود وقلة المرونة وعدم القابلية للتغيير في المدى القصير، إذ لا يمكن انتاج منتجات سياحية جديدة أو اقامة مشاريع سياحية في وقت قصير؛
- السياحة نشاط موسمي: إن الطلب على المنتجات السياحية يتميز بتوزيع مؤقت وغير متكافئ، فخلال السنة نسجل ارتفاعا كبيرا في الطلب على هذه المنتجات يستمر لأسابيع أو أشهر، بينما نسجل في باقي الأشهر طلبا منخفضا، وهو ما يجعل النشاط السياحي يتصف بخاصية الموسمية؛

2.2 الاستراتيجيات التسويقية السياحية

يدعو المدخل الاستراتيجي للتسويق المعاصر إلى ضرورة تحديد مكونات المزيج التسويقي وتأثيرها وصولا إلى تحقيق فاعلية هذا المزيج التسويقي بكل عناصره، ويجب أن توضع الاستراتيجيات والتكتيكات المتعلقة بكل عنصر من عناصر المزيج التسويقي في ظل المعلومات والدراسات المتعلقة بأطراف العملية التسويقية سواء (المستهلك أو المنتج)، أو السوق وطبيعته وظروفه، وكذلك طبيعة هيكل الوسطاء القائمين في السوق وإمكانياتهم. وعليه فإن عناصر المزيج التسويقي للخدمات السياحية تتكون من التالي:

أ. **المنتج السياحي (الخدمة السياحية):** يعرف المنتج السياحي على انه مجموع العناصر الملموسة وغير الملموسة التي تحقق المنفعة التي يسعى لتحقيقها زبون أو مجموعة من الزبائن (Tocquer, Zins, & Hazerbroucq, 1999, p. 95) إذ يمكن القول

أن المنتج السياحي عبارة عن مجموعة كلية متكاملة والتي بإمكانها إشباع الحاجات التي من أجلها ينتقل السائح إلى منطقة ما

ب. التسعير: السعر ثاني متغير في المزيج التسويقي وهو المبلغ الذي يقدمه الزبون " السائح" عند شراء السلع والخدمات والتسهيلات، للسعر أهمية خاصة باعتباره العنصر الوحيد الذي من خلاله تتحصل المؤسسة على دخل كما انه يؤثر بصفة خاصة على مستوى الطلب حيث يعكس صورة معينة في ذهن السائح عن السلع والخدمات المعروضة (مقابلة، 2003). من المعروف أن المنتجات السياحية تتميز بالتنوع والتعقيد وبالتالي من الصعب تطبيق سعر موحد للمنتج السياحي يستجيب لكل مستويات واحتياجات السائح، حيث توجد العديد من الاستراتيجيات لتسعير المنتج السياحي (Barma, 2001, p. 153):

- إستراتيجية اختراق السوق: تقوم هذه الإستراتيجية على تقديم أسعار تقل عن المنافسين، للاستحواذ على حصة كبيرة من السوق السياحية، وعلى الرغم من أن هذه الإستراتيجية قد تؤدي إلى التعامل مع مقدم الخدمة السياحية إلا أن تخفيض السعر قد يتسبب في خسارته، نتيجة لارتفاع مصاريف التشغيل أو نتيجة لتحويل الزبائن إلى منافسين يقدمون خدمات بسعر أو تقديم منتج بجودة أقل؛
- استراتيجية كشط السوق: بموجب هذه الإستراتيجية يتم تقديم منتجات وخدمات سياحية بأسعار مرتفعة، ترتبط هذه الإستراتيجية بالصورة الذهنية والمركز السوقي لمقدم الخدمات السياحية. كما أن نجاحها يتوقف على طرح منتج أو خدمة بمستوى عال من الجودة بصورة متميزة عن المنافسين، ويتم توجيه هذه الإستراتيجية لشريحة السياح أصحاب الدخل المرتفعة.
- إستراتيجية التسعير المتميز: وفقا لهذه الإستراتيجية فانه يتم تقديم مجموعة من العملاء والعروض المتميزة في السعر، تناسب كل السوق، وكل شريحة ووسط ويمكن لمقدمي الخدمات السياحية ومنظمي الرحلات أن يمنحوا أسعارا مخفضة للأفواج والمجموعات السياحية ذات الأعداد المناسبة، كما يمكنهم أن يقدموا خدمات وعروض سياحية متميزة بأسعار مرتفعة لشريحة السائحين الباحثين عن التميز والمستوى العالي من الجودة.

ت. **الترويج السياحي:** يعرف الترويج بأنه الجهود والأعمال التي تبذل في سبيل الاتصال بالمستهلك المستهدف عن طريق قنوات الاتصال الشخصية وغير الشخصية التي تحمل له رسالة معينة بغرض إثارة اهتمامه وإقناعه بتفضيل المنتج أو الشركة على ما تقدمه الشركات الأخرى ثم إقناعه بشرائه. يعتمد الترويج السياحي على إستراتيجيتين أساسيتين وهما إستراتيجية الدفع وإستراتيجية الجذب (الخصيري، 1989، صفحة 159_160). كما يعد مزيج الترويج السياحي خليط من مجموعة عناصر يساهم كل منها في تحقيق أهداف الترويج السياحي وهذه العناصر هي: الإعلان والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات والعلاقات العامة.

ث. **التوزيع:** التوزيع أحد عناصر المزيج التسويقي الذي يجعل السلع والخدمات في تصرف المستهلك مكانيا وكميا وزمنا أي انتقال المنتج إلى المستهلك أو المستهلك، إلا أن نظام التوزيع في الخدمات السياحية يختلف عن نظام التوزيع في الصناعات الأخرى (الطائي، 2004، صفحة 285) حيث أنه لا يوجد توزيع عملي لأن المنتجات السياحية لا يمكن وضعها ضمن نطاق التصنيع، وبالتالي شحنها للمسافرين أو العملاء أو حتى خزنها في المخازن لأجل بيعها في المستقبل. إلا أن سوق الخدمة يولي اهتماما أقل لاعتبارات التخزين والنقل والشحن وذلك لطبيعة التلازم بين الإنتاج والاستهلاك، وأن السياحة هي خدمات تستهلك فور حضور الزبون وبشكل موقعي، حيث أن الغرف الفندقية ومقاعد الطائرة يفترض أن تباع في نفس اليوم وبالتالي فإن عدم إشغال هذه الخدمات سوف يعني خسارة تتحملها المؤسسة.

ج. **الدليل المادي (البيئة المادية):** تعني الطبيعة غير الملموسة للخدمة أن الزبائن المحتملين غير قادرين على أن يحكموا على الخدمة قبل استهلاكها مما يزيد من الخطورة المتأصلة في قرار الشراء، لذلك يعد تقليل مستوى هذه المخاطرة بتقديم دليل ملموس لطبيعة هذه الخدمة عنصرا هاما في استراتيجية مزيج التسويق، ويشمل الدليل المادي تصميم مركز الخدمة وتأثيره وتجهيزه، وإعداد الأماكن السياحية والأثرية وتزويدها بالمرافق والتسهيلات اللازمة لاستثمارها بشكل أمثل وتقديم المنتج السياحي بالشكل الأمثل والمطلوب.

ح. **الأفراد:** وقد عرفهم Lovelock بأهم الأفراد الذين يلعبون دورا مهما في العمليات وتقديم الخدمة في منظمات الخدمة ويشكلون جزءا من الخدمة ذاتها ويكون هناك علاقة تفاعلية بينهم وبين العملاء (Lovelock & Wirtz, 2001, p. 212). ترتبط الخدمات السياحية بمقدميها وتتأثر بهم وبالحالة النفسية لذا يجب الاهتمام بالعنصر البشري بشكل أكبر، ويعد

التدريب السياحي عملية هادفة لتعريف العاملين بطبيعة العمل، وتطوير أدائهم باستمرار وتعريفهم بكل ما هو جديد في طرق تقديم الخدمات، ويعتبر القطاع السياحي من أكثر القطاعات حاجة للتدريب، لذا يجب على الإدارة إتباع أسلوب التدريب المستمر للعاملين، لمواكبة التطورات في أداء الخدمات السياحية لأنهم يتعاملون ويحتكون مع أنماط متنوعة من السياح (Robert, 1995).

خ. **عملية تقديم الخدمة:** تتضمن العمليات آلية ومراحل تدفق الأنشطة التي تقدم من خلالها الخدمات حيث يعد تنميط العمليات والخطوط اللازمة لأداء الخدمة وتحديد مدى تدخل السائح في إنتاج الخدمة ضروريا للمحافظة على مستوى عال من الجودة. وقد عرفها Lovelock بأنها سلوك العاملين وكيفية تقديم الخدمة وتوصيلها للعملاء ودرجة الآلية المستخدمة في تقديم الخدمة ودرجة الحرية المعطاة للعاملين ودرجة اشتراك العملاء في إنجاز تلك الخدمة وتدفق المعلومات وأنظمة الحجوزات والانتظار (lovelock & wirtz, 2001, p. 218).

3.2 رضا السائح:

يعتبر مفهوم الرضا من المفاهيم التي أثار اهتمام الكثير من الباحثين خاصة المهتمين بشؤون إدارة الجودة والتسويق، يقينا منهم بأن تميز المؤسسة يعتمد على أساس احترام الزبون والعمل على إرضائه. كما يستحوذ رضا الزبون في المؤسسات الخدمية على أهمية أكبر كونه من المؤشرات الأكثر فاعلية لنجاح المؤسسة، لأن تحقيق الرضا يجعله يكرر الشراء للمنتج أو الخدمة وهذا ما يتعدى من مجرد التجربة إلى الولاء (Chi & Qu, 2008).

أ. **تعريف الرضا:** يعرف الرضا عموما على أنه «مقارنة الأداء المدرك للخدمة بعد الاستخدام بتوقعاته المسبقة عن أداء هذا المنتج، فإن لم ينجح الأداء الفعلي للخدمة في مقابلة توقعات الزبون، فإن هذا من شأنه أن يجعله في حالة من عدم الرضا والعكس صحيح، أما إذا كانت الخدمة المقدمة توافق توقعات الزبون فإن هذا يحقق له الاشباع الذي يسعى اليه ومن ثم يجعله زبون راضيا» (أبو النجا، 2008، صفحة 36).

وفي السياق ذاته يعرف رضا السائح على أنه "إحساس وشعور السائح الناتج عن حكمه المقارن بين أداء المنتج السياحي وبين توقعاته لهذا للمنتج" (Armario, 2008, p. 369).

يمكن استنتاج أن الرضا هو عبارة عن انطباع إيجابي أو سلبي يشعره السائح اتجاه تجربة شراء واستهلاك برنامج سياحي، مقترن بما هو متوقع وما هو مدرك أو فعلي. ومن هنا يمكن التمييز بين ثلاث مستويات:

- الأداء أقل من المتوقع: السائح غير راضٍ؛
 - الأداء يساوي المتوقع: السائح راضٍ؛
 - الأداء أكبر من المتوقع: درجة عالية من الرضا لدى السائح.
- ب. **خصائص الرضا:** يمكن التعرف على طبيعة الرضا من خلال الخصائص التالية (بوعنان، 2006-2007، الصفحات 114-115)
- الرضا الذاتي: بما أن الرضا مرتبط بمستوى وطبيعة التوقعات الشخصية للسائح من جهة والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة له من جهة أخرى، لهذا فحكم السائح على جودة الخدمة لا يكون واقعي وموضوعي بل يحكم على الخدمة من خلال ما يتوقع منها؛
 - الرضا النسبي: الرضا هنا ليسا مطلقا وإنما هو تقدير نسبي، فلكل سائح نظرة مقارنة لمعايير السوق تتعلق به هو؛
 - الرضا التطوري: يتبدل رضا السائح من خلال تطوير عنصرين وهما مستوى التوقع ومستوى الأداء المحقق، ويعود ذلك إلى ظهور خدمات جديدة ومتطورة مما يستدعي استجابة السائح لهذه التطورات بالأخذ في الحسبان جميع التغيرات الحاصلة.
- ت. **أهمية دراسة رضا السائح:** تكتسي دراسة رضا السائح أهمية بالغة تعود للعديد من الأسباب نذكر منها (Rafat, 2012, pp. 63-64):
- يمكن صناع السياحة والمؤسسات السياحية من فهم سلوك ودوافع كل الشرائح السوقية سواء تعلق الأمر بالسائح لأول مرة أو الذي يكرر التجربة كتغذية عكسية للمنشأة السياحية حيث تكون أكثر اطلاعا برغبات واحتياجات السياح مما يساعدها على تطوير الخدمة المقدمة لهم، وتحديد الأسواق السياحية الواعدة أو الناشئة؛
 - يعتبر رضا السائح معيار عن مدى قوة او صحة الاستراتيجيات التسويقية والتخطيط الاستراتيجي؛
 - يعتبر رضا السائح مقياس لتقييم جودة الخدمات السياحية على المدى الطويل، والذي يمكن المنشآت السياحية من المنافسة والمحافظة على المكانة السوقية.
- ### 3. الدراسة التطبيقية

في هذا المحور سوف يتم التطرق إلى أهم الأساليب والطرق الإحصائية المستخدمة في تحليل النتائج بالإضافة إلى عرض أهم النتائج المتوصل إليها وتفسيرها.

3.1 أداة جمع البيانات: تم قياس متغيرات الدراسة من خلال تطوير استبيان خاص بالسياح الوافدين لزيارة هذه الوكالات السياحية في الجزائر العاصمة. بعد استرداد الاستبيانات من أفراد عينة الدراسة تم فحصها للتعرف على مدى ملاءمتها لأغراض التحليل الإحصائي، وقد تم ترميزها وإدخالها في الحاسب الآلي، استخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)

3.2 مجتمع وعينة الدراسة: لقد تكون مجتمع الدراسة من كل السياح القادمين الى الوكالات السياحية بالجزائر العاصمة كما تم اختيار عينة عشوائية تكونت من 107 سائح حيث تم توزيع 200 استبيان في حين استرجع منها فقط 150 استبيان وتم استبعاد 43 كانت غير صالحة للمعالجة.

3.3 ثبات أداة الدراسة: لقد تم الاعتماد على اختبار كرو نباخ ألفا الذي يقيس الاتساق الداخلي بين أسئلة الاستبيان، ويعتبر مقياس كرو نباخ ألفا من أكثر الأساليب الإحصائية استخداما في هذا المجال (حيث يحسب معامل كرو نباخ ألفا من تحليل كل عامل داخل الاستبيان، وكلما كانت قيمته عالية كانت درجة الاتساق الداخلي عالية وهذا مايدل على ثبات الأداة). ويلاحظ من الجدول رقم (1) أن أسئلة الاستبيان كانت متسقة داخليا وان النتائج تتصف بالثبات النسبي، أي انه إذا تم توزيع الاستبيان أكثر من مرة فانه من المتوقع الحصول على نفس النتائج، (Sekaran, 2003, p. 120) لان معاملات كرو نباخ ألفا للأسئلة التي تقيس متغيرات الدراسة كانت أعلى من (60%) حيث تراوحت قيم معامل كرونباخ ألفا بين (71,6% و 82,6%) والنتائج مبينة بالجدول التالي:

جدول رقم(1): معامل الاتساق الداخلي كرونباخ لأداتي الدراسة

المتغير	قيمة كرونباخ ألفا للسائح
1. المتغيرات المستقلة:	
- إستراتيجية المنتج	89,6%
- إستراتيجية التسعير	89,0 %
- استراتيجيّة التوزيع	87,9 %
- استراتيجيّة الترويج	88,6%
- استراتيجيّة الأفراد	92,3%
- استراتيجيّة الدليل المادي	82,2 %
- استراتيجيّة عملية تقديم الخدمة	88,6%
2. المتغير التابع: رضا السائح	71,6%

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

4.3 قدرة النموذج على تفسير نتائج الدراسة:

من الجدول الموالي نلاحظ أن النموذج المستخدم في الدراسة كانت له قدرة تفسيرية حيث أن الإحصائية (F) كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 5 بالمائة. المتغيرات المستقلة فسرت 77% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

جدول رقم (2): قدرة النموذج الخاص بالسياح على تفسير النتائج

النموذج	Sig.	F	Adjusted R Square	R Square	R
1	.000	85.964	.591	.773	,773

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

5.3 وصف خصائص عينة الدراسة

يوضح الجدول الموالي توزيع مفردات العينة حسب خصائصها الديموغرافية.

جدول (3): نتائج توزيع عينة السياح حسب المعلومات الديموغرافية

المتغير	الخيار	النسبة (%)	التكرار
الجنس	ذكر	60,71	65
	أنثى	39,28	42
	المجموع	100	107
العمر	اقل من 25	29,0	31
	من 25-35	40,2	43
	36-45	17,8	19
	46 فما فوق	13,1	14
	المجموع	100,0	107
مستوى التعلم	مستوى متوسط	22,4	24
	مستوى ثانوي	40,2	43
	مستوى جامعي	22,4	24
	دراسات عليا	15,0	16
	المجموع	100,0	107
جنسية السائح	عربي	77,6	83
	اوروبي	15,0	16
	اسيوي	3,7	4
	امريكي	1,9	2
	افريقي	1,9	2
	المجموع	100,0	107
معدل الدخل الشهري	اقل من 1000 يورو	34,6	37
	من 1001-2000	31,8	34
	من 2001-3000	27,1	29
	اكثر من 4000		

7	6,5	المجموع	
107	100,0		
23	21,5	تلفاز	وسيلة الإتصال التي تعرفت من خلالها
17	15,9	صحف	على الموقع السياحي
15	14,0	نشرات	
27	25,2	اصدقاء	
21	19,6	انترنت	
4	3,7	معارض	
107	100,0	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتبين من الجدول رقم (3) أن أغلبية السياح الوافدين لزيارة المواقع السياحية هم من فئة الذكور بنسبة 60,71% بينما بلغت نسبة الإناث 39%، أما فيما يخص نسبة العمر فقد عادت أكبر نسبة من السياح الوافدين للفئة العمرية من (25-35) سنة بنسبة تقدر بـ(40,2%). أما فيما يخص المستوى التعليمي لعينة الدراسة من السياح فقد حققت الفئة ذات المستوى التعليمي الثاني النسبة الأكبر بما يعادل 40,2 بالمائة وجاءت بالمرتبة الأخيرة حملة شهادة الدراسات العليا حيث بلغت نسبتهم تقدر بـ (15,9%) من مجمل عينة الدراسة.

أما توزيع أفراد عينة الدراسة حسب جنسيتهم فقد جاء بالمرتبة الأولى السياح ذوي الأصول العربية حيث بلغت نسبتهم (77,6%) وهذا ما يمكن تفسيره بالتقارب الجغرافي والثقافي مما يسهل التواصل. وفي المرتبة الأخيرة السياح الأمريكيين والأسويين حيث بلغ عددهم 2 بنسبة (1,9%) رغم أن أكثر الدول المصدرة للسياح حسب إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة هي دول أوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية وهذا لاعتقادهم بعدم توفر الاستقرار والأمن في الجزائر إضافة إلى البعد الجغرافي.

وقد توزعت عينة الدراسة حسب معدلها الشهري كما يظهر في الجدول أعلاه حيث أن أغلبية السياح جاء معدل دخلهم الشهري أقل من 1000 يورو بنسبة تقدر بـ (34,6%) وقد احتل معدل الدخل الشهري أكثر من 4000 يورو المرتبة الأخيرة بمعدل (1,9%). وهذا التوزيع لمعدلات الدخل يرتبط بجنسيات السياح حيث أن معدلات الدخل للجنسيات العربية هي أدنى معدلات الدخل مقارنة بالجنسيات الأوروبية والأمريكية.

أما فيما يخص وسيلة الاتصال التي من خلالها تعرف السياح على المنتج السياحي الجزائري، فإنه يتبين من الجدول أعلاه أن وسيلة الأصدقاء كانت الأعلى حيث بلغ عدد السياح عن طريقها 27 سائح بنسبة (25,2%) مما يبين أثر الكلمة المنطوقة في التسويق للوجهة

السياحة، وقد جاءت المعارض في المرتبة الأخيرة حيث بلغ عدد السياح القادمين من خلالها 4 سياح بمعدل (3,7%)، وهذا ما يدل على ضعف التسويق للجزائر كوجهة سياحية.

6.3 نتائج اختبار فرضيات الدراسة

لاختبار هذه الفرضيات تم استخدام معامل الارتباط بيرسون وذلك لقياس العلاقة من وجهة نظر السياح والجدول التالية توضح ذلك.

الفرضية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية المنتج السياحي.

يبين الجدول رقم (4) أنه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0,05 \geq \alpha)$ بين إستراتيجية المنتج السياحي ورضا السائح، ويشير الجدول أيضا إلى أن معامل الارتباط يساوي $(0,60)$ مما يعني وجود علاقة قوية بين المتغيرين وبذلك تقبل الفرضية، وتدل العلاقة القوية إلى أن رضا السياح عن إستراتيجية المنتج السياحي من المفترض أن ينعكس على الطلب على هذه المواقع السياحية.

الجدول (4): معامل ارتباط بيرسون لرضا السياح وإستراتيجية المنتج السياحي

رضا السياح		
,60	Pearson correlation	إستراتيجية المنتج السياحي
,000	Sig.(2-tailed)	
107	N	

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية تسعير المنتج. يبين الجدول رقم (5) أنه ليست هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0,05 \geq \alpha)$ بين إستراتيجية تسعير المنتج السياحي ورضا السائح، ويشير الجدول أيضا إلى أن معامل الارتباط يساوي $(,201)$ ، مما يعني وجود علاقة ضعيفة بين المتغيرين وبالتالي رفض الفرضية ويمكننا القول أن تسعير المنتج السياحي غير مناسب بالنسبة للسياح أي أن تكاليفه مرتفعة كأسعار الفنادق والرحلات السياحية.

الجدول (5): معامل ارتباط بيرسون لرضا السياح وإستراتيجية تسعير المنتج السياحي

رضا السياح		
,201	Pearson correlation	إستراتيجية تسعير المنتج السياحي
,111	Sig.(2-tailed)	
107	N	

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفرضية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية توزيع المنتج السياحي.

يبين الجدول رقم (6) أنه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $0,05 \geq \alpha$ بين إستراتيجية توزيع المنتج السياحي ورضا السياح، و يشير الجدول أيضا إلى أن معامل الارتباط يساوي (0,553)، مما يعني وجود علاقة قوية بين المتغيرين وبذلك تقبل الفرضية البديلة وترفض الفرضية العدمية، و تدل العلاقة القوية إلى أن رضا السياح عن إستراتيجية توزيع المنتج السياحي يدل على أن توزيع المنتج السياحي الجزائري من خلال إمكانية حجز الخدمات الفندقية من خلال مندوبي مبيعات الفنادق للموقع السياحي ينعكس على الطلب على هذه المواقع السياحية.

الجدول (6): معامل ارتباط بيرسون لرضا السياح وإستراتيجية توزيع المنتج السياحي

رضا السياح		
,553	Pearson correlation	إستراتيجية توزيع المنتج السياحي
,000	Sig.(2-tailed)	
107	N	

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفرضية الرابعة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية ترويج المنتج السياحي. يبين الجدول رقم (7) أنه ليست هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $0,05 \geq \alpha$ بين رضا السياح وإستراتيجية ترويج المنتج السياحي، ويشير الجدول أيضا إلى أن معامل الارتباط يساوي (0,253)، مما يعني وجود علاقة ضعيفة بين المتغيرين وترفض الفرضية الرابعة، وتدلل العلاقة الضعيفة على ضعف سياسات الترويج المنتج السياحي الجزائري خاصة في الخارج وهذا لشح الحملات المروجة للمواقع السياحية وعدم توفر المعلومات الكافية.

الجدول (7): معامل ارتباط بيرسون لرضا السياح وإستراتيجية ترويج المنتج السياحي

رضا السياح		
,253	Pearson correlation	إستراتيجية ترويج المنتج السياحي
,091	Sig.(2-tailed)	
107	N	

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفرضية الخامسة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية عملية تقديم الخدمات. يبين الجدول رقم (8) أنه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0,05 \geq \alpha)$ بين رضا السياح وإستراتيجية عملية تقديم الخدمات للمنتج السياحي، ويشير الجدول أيضا إلى أن معامل الارتباط يساوي (0,676) مما يعني وجود علاقة قوية بين المتغيرين وبذلك تقبل الفرضية الخامسة، العلاقة القوية بين رضا السياح وإستراتيجية عملية تقديم الخدمات للمنتج يفترض أن تنعكس بالإيجاب على الطلب السياحي.

الجدول (8): رضا السياح وإستراتيجية عملية تقديم الخدمات للمنتج السياحي

رضا السياح		إستراتيجية عملية تقديم الخدمات للمنتج السياحي
,676	Pearson correlation	
,000	Sig.(2-tailed)	
107	N	

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفرضية السادسة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية الأفراد. يبين الجدول رقم (9) أنه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0,05 \geq \alpha)$ وهذا يعني أنه هناك علاقة بين رضا السياح وإستراتيجية الأفراد، ويشير الجدول أيضا إلى أن معامل الارتباط يساوي (0,591) مما يعني وجود علاقة قوية بين المتغيرين وبذلك تقبل الفرضية، و تدل العلاقة القوية على أن أثر إستراتيجية الأفراد المتمثلة في جاهزيتهم لتقديم الخدمات الفورية وتعاونهم، مع فهمهم واستجابتهم لمتطلبات السائح له أثر قوي على زيادة الطلب على المنتج السياحي في المواقع السياحية.

الجدول (9): معامل ارتباط بيرسون لرضا السياح وإستراتيجية مقدمو الخدمات للمنتج السياحي

رضا السياح		إستراتيجية مقدمو الخدمات للمنتج السياحي
,591	Pearson correlation	
,000	Sig.(2-tailed)	
107	N	

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفرضية السابعة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السائح وإستراتيجية البيئة المادية. بين الجدول رقم (10) أنه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0,05 \geq \alpha)$ وهذا يعني أنه هناك علاقة بين رضا السياح وإستراتيجية البيئة المادية للمنتج السياحي، ويشير

الجدول أيضا إلى أن معامل الارتباط يساوي (0,353) مما يعني وجود علاقة قوية بين المتغيرين وبذلك ترفض الفرضية السابعة، و تدل العلاقة القوية على أن أثر إستراتيجية البيئة المادية على زيادة الطلب على المنتج السياحي في المواقع السياحية، مما ينعكس إيجابا على نصح الأصدقاء إلى المجيء لزيارتها وأيضا ينعكس على تكرار الزيارة للسائح أنفسهم.

الجدول (10): معامل ارتباط بيرسون لرضا السياح وإستراتيجية البيئة المادية للمنتج السياحي

رضا السياح		
,538	Pearson correlation	إستراتيجية البيئة المادية للمنتج السياحي
,082	Sig.(2-tailed)	
107	N	

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

4. خاتمة

رغم المقومات الطبيعية الهائلة التي تمتلكها الجزائر إلا أن عدد السياح القادمين إليها يعتبر متواضعا جدا مقارنة بالدول الرائدة في هذا المجال ونظرا لأهمية هذا القطاع وما يمكن أن يرجع به من نفع على البلاد، فقد سعت هذه الدراسة إلى تقييم الاستراتيجيات التسويقية المطبقة ومعرفة أهم هذه لاستراتيجيات وأكثرها تأثيرا على رضا السياح.

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائيا بين رضا السياح وكل من المتغيرات المستقلة التالية (إستراتيجية المنتج و التوزيع و الأفراد و عملية تقديم الخدمة)، كما بينت النتائج عدم وجود أي علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا السياح كمتغير تابع وبين كل من المتغيرات المستقلة التالية (السعر والبيئة المادية والترويج)، وهذا ما يفسر النقص الكبير الذي تشهده الجزائر في عدد السياح نظرا لارتفاع تكاليف السفر وارتفاع تكاليف الفنادق بالإضافة الى نقص الهياكل الرئيسية من فنادق ووسائل نقل والتي تسهل عملية انتقال السائح من منطقة الى أخرى، كما تجدر الإشارة إلى أوضاع عدم الاستقرار السياسي الذي عانت منه الجزائر في سنوات سابقة والصورة السيئة التي تبلورت حول السياحة في الجزائر آنذاك لازالت اثارها الى يومنا هذا.

إن نجاح صناعة السياحة تقتضي مشاركة جميع الأطراف ومسؤولية الجميع في تنسيق الجهود بدءاً بتوفير مقومات البنية التحتية والأساسية اللازمة ومراكز الخدمة المكتملة مروراً بالموارد البشري المؤهل والعامل في المؤسسات والمنظمات السياحية والمقاصد السياحية وصولاً إلى تحقيق مزيج تسويقي أمثل من المنتجات السياحية التي تشكل بمجملها العرض السياحي، ومن ثم يأتي

دور السياسات التسويقية وبرامج الإدارة وخططها لتحقيق التوازن والتناسب المطلوب بين العرض والطلب السياحي الذي نطمح إلى تناميّه بمعدلات طموحة.

وفي هذا السياق نؤكد على ضرورة الاهتمام بالمزيج التسويقي السياحي المشار إليه في بحثنا هذا خاصة من قبل المؤسسات السياحية من خلال التركيز على التعريف بالمنتج السياحي المعروض وتحفيز السياح وإقناعهم لاختيار المقصد السياحي وتشجيعهم على شراء المنتجات والخدمات السياحية عبر مختلف قنوات الترويج والتوزيع المعروفة بالإضافة إلى تفعيل عملية الترويج والإعلان للتعريف بالمناطق السياحية المختلفة إلى جانب تحسين البنى التحتية لتسهيل وتقريب الخدمات من السياح كإنشاء فنادق جديدة وتوفير المرافق الضرورية. كما ينبغي التركيز على أكثر العناصر فعالية في تحقيق الغاية المطلوبة مع ضرورة رصد وتوفير الاعتمادات والموارد المالية اللازمة لهذا الغرض والاستعانة بالخبراء والمختصين في هذا المجال. ومن خلال ما سبق من عرض النتائج وتحليلها فإن ما يمكن أن يوصى به لنجاح إستراتيجية المنتج السياحي الجزائري وتنمية الطلب عليه وتحقيق رضا السياح هو كما يلي:

- التركيز على تحسين البنى التحتية وترقية المرافق العامة لجلب السياح من خلال انشاء الفنادق في اماكن سياحية مختلفة وبأسعار تنافسية مقارنة بالبلدان المجاورة.
- تحديد أهداف واضحة، يمكن قياسها وتنفيذها لكل موقع سياحي مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية كل موقع.
- التركيز على نقاط القوة والفرص ومحاولة تقليل أثر نقاط الضعف والتهديدات عند تطبيق الاستراتيجيات التسويقية.
- التركيز عند التوجه بإستراتيجية الترويج على الميزة التنافسية التي يمتلكها الموقع السياحي والعمل على إستراتيجية التوجه إلى الزبون من خلال توجيه الرسالة الإعلانية لأسواق مستهدفة.
- إعادة إحلال المنتج السياحي الجزائري بما يتناسب مع متطلبات المرحلة الراهنة والمستقبلية مع الأخذ بعين الاعتبار كافة العوامل السياسية والبيئية وحتى الصحية الداخلية والخارجية المؤثرة على الطلب السياحي.

5. قائمة المراجع.

- Armario, E. (2008). Tourist Satisfaction: An Analysis of its Antecedents. *Universidad, Sociedad by Mercados Globales*, pp. 367-382.
- Barma, J. (2001). *Marketing du Tourisme de L'hôtellerie*. paris: Edition d'organisation.
- Chi, C. G.-Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationship of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), pp. 624-636.
- lovelock, c., & wirtz, j. (2001). *Services Marketing* (éd. 6). New Jersey: Prentice Hall.
- Rafat, S. B. (2012). Factors that Influence Tourist Satisfaction. *Journal of Travel and Tourism Research*, 12, pp. 61-79.
- Robert, T. (1995). *Handbook of Professional Tourist Management* (éd. 2). London: Delmar Publisher Ink.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business--A Skill Building Approach* (éd. 4). New York: John Wiley.
- Tinard, Y. (1992). *le tourisme: économie et management*. Paris: McGRAW-HILL.
- Tocquer, G., Zins, M., & Hazerbroucq, J. (1999). *Marketing du Tourisme* (éd. 2). Gaétan Morin.

أحمد الجلاذ. (2010). *جغرافيا السياحة*. مصر: عالم الكتب.
آسيا بلقاضي. (مارس، 2021). دراسة قياسية لمحددات الطلب السياحي الدولي: مقارنة بين الجزائر وتونس (اطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، سطيف: جامعة فرحات عباس _ سطيف 1_.

حميد عبد النبي الطائي. (2004). *التسويق السياحي مدخل استراتيجي*. الأردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

خالد مقابلة. (2003). *فن الدلالة السياحية*. الاردن: دار وائل للنشر.
عبد العزيز ماضي، و حكيم بن جروة. (2020). *استراتيجية التسويق السياحي، حتمية لتطوير القطاع السياحي بالجزائر*. مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، 5(1)، الصفحات 102-113.

محسن أحمد الخضيري. (1989). *التسويق السياحي: مدخل اقتصادي متكامل*. القاهرة: مكتبة مدبولي.
محمد اسلام تلي، و رتيبة طيبي. (2019). *الاستراتيجية التسويقية السياحية لوجهة الجزائر* بناء على مخطط 2030 (SDAT). مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، 2(2)، الصفحات 23-46.
محمد عبد العظيم أبو النجا. (2008). *التسويق المتقدم (التسويق العالمي- ادارة العلاقات مع العملاء CRM)*. الدار الجامعية.

نور الدين بوغانان. (2006-2007). *جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيدة* (مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المسيلة: جامعة محمد بوضياف.

سبل تفعيل السياحة في مدينة قسنطينة Ways to activate tourism in the city of Constantine

زغيب مليكة

ZEGHIB Malika

جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2-الجزائر

malika.zeghib@univ-constantine2.dz

* غلاب نعيمة

GHALLAB Naima

جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2-الجزائر

naima.ghallab@univ-constantine2.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/31

تاريخ الاستلام: 2023/01/04

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على سبل تفعيل السياحة في مدينة قسنطينة التي تزخر بمقومات سياحية لا تعد ولا تحصى لا سيما الثقافية والعمرانية والجغرافية والحضارية، في الوقت الذي يشككي فيه الاقتصاد الجزائري من مشاكل عديدة والتي يمكن أن يساهم في حلها قطاع السياحة خاصة وأن السائح الجزائري يضطر للسفر خارج الجزائر على الأقل مرة في السنة لقضاء عطلته.

الكلمات المفتاحية: سياحة، مدينة قسنطينة، تفعيل السياحة.

تصنيف JEL: Z11, Z13

Abstract :

This study aims to identify ways to activate tourism in the city of Constantine, which is full of countless tourist potentials, especially cultural, urban, geographical and civilizational, at a time when the Algerian economy complains of many problems that can be solved by the tourism sector, especially since the Algerian tourist is forced to travel outside Algeria at least once a year to spend his vacation.

Keywords: tourism, city of Constantine, activation of tourism.

JEL classification codes: Z11, Z13

1. مقدمة:

في ظل تزايد احتياجات البشر وتنوعها وتحولها من المأكّل والمشرب إلى الكماليات من ترفيه واستجمام وترويح عن النفس، لم تعد السياحة مجرد نشاط ترفيهي يمارسه الاسنان خلال العطل وإنما تحولت إلى صناعة حقيقية ذات وزن في الاقتصاد العالمي نظرا للتدفقات التي تدرها هذه الصناعة والتي تصل إلى 1500 مليار دولار سنويا، وهي بذلك تتجاوز تدفقات بعض القطاعات الصناعية لذا أصبحت السياحة تلقب بالصناعة دون دخان. تولي العديد من الدول عناية خاصة للسياحة في مخططاتها التنموية والتي مكنتها من تطويرها لتصبح من أهم مصادر الدخل، وعلى العكس من ذلك لا زالت السياحة في الجزائر تراوح مكانها بحيث تكاد تكون عائداتها من العملة الصعبة معدومة. وفي إطار النهوض بالاقتصاد الجزائري في الوقت الراهن وفي هذه الأوضاع المتردية نرى أنه من أهم الإصلاحات التي يجب أن تباشرها الدولة دون تأخير هو تفعيل السياحة في بلد يزخر بمقومات سياحية لا عد ولا حصر لها مع عدد كبير للسياح الجزائريين الذين يفضلون وجهات أخرى للسياحة، وبالرغم من الأموال الطائلة التي سخرتها الدولة لهذا الغرض تحديدا ما زال قطاع السياحة يتخبط في العديد من المشاكل التي حالت دون تطويره.

مشكلة البحث:

تعتبر السياحة من أهم القطاعات التي يمكن أن تنهض بالاقتصاد الجزائري وتساهم في دخول العملة الصعبة للجزائر عامة ولقسنطينة على وجه الخصوص، فما هي سبل تفعيل السياحة في مدينة قسنطينة؟ للإجابة عن هذا السؤال ارتأينا تقسيم المقال لمحورين أساسيين:

- مقومات السياحة في مدينة قسنطينة.
- سبل تفعيل السياحة في مدينة قسنطينة.

أهمية البحث:

تنبع أهمية البحث من أهمية الدور الاقتصادي للسياحة كآلية للتمويل في ظل تراجع مداخيل الجزائر من المصدر الوحيد ألا وهو قطاع المحروقات، وكمجال حيوي من شأنه النهوض بالاقتصاد وتحقيق التنمية المستدامة من خلال تفعيل السياحة في الجزائر والعمل على تطوير هذا القطاع وإعطائه المكانة اللازمة التي يستحقها لا سيما أن الجزائر عموما وقسنطينة تحديدا تزخر بمقومات سياحية عدة إن كانت جغرافية أو عمرانية أو حضارية. إذن فاستغلال المقومات

السياحية في مدينة قسنطينة بطريقة صحيحة لتحويلها لمنتج ثقافي اقتصادي سيكون مصدرا أكيدا للمداخيل ويسمح بالحفاظ على الموروث الثقافي للمدينة.

أهداف الدراسة:

إلقاء الضوء على الإمكانيات والمقومات السياحية في مدينة قسنطينة والتي تشكل إحدى الروافد للقطاع السياحي المناسب جدا لإمكانيات المدينة والذي من شأنه أن يدر مداخيل هامة جدا وأن يستحدث فرص للعمل.

منهج البحث:

اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي بغية الإحاطة بعناصر الموضوع، بالإضافة إلى مراجعة المنشورات والأبحاث التي تخص مدينة قسنطينة.

الدراسات السابقة:

-دراسة الأخضر عزي، صالح بزة، 2012، أطروحة السياحة كقطاع اقتصادي فعال في حراك التنمية المستدامة المحلية (تحليل واقع وآفاق ترقية مناطق التوسع السياحي في ولاية المسيلة)، هدفت الدراسة إلى إجراء مسح حول مبادئ وقواعد الترقية والتسيير وتهيئة مناطق التوسع السياحي في ولاية المسيلة وخلصت إلى أن المنتج السياحي في المسيلة يتميز بكونه قادرا على المنافسة إذا توفرت له الخدمات السياحية المكاملة، كما لاحظ الباحثان إهمال السلطات العمومية للمنتج السياحي وللحرفيين في الصناعات التقليدية وغياب ترميم الآثار وصيانتها وعدم حماية المعالم السياحية.

-دراسة حفصي بونبعو ياسين، 2017، إمكانيات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات ترفيته لتنمية الاقتصاد الوطني، تناولت هذه الدراسة كيفية تفعيل مؤشرات القطاع السياحي في الجزائر للمساهمة في تنمية الاقتصاد الجزائري وتوصلت إلى أن المؤهلات السياحية التي تمتلكها الجزائر هائلة إلا أنها غير مستغلة، كما أن مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية في الجزائر ضعيفة مع غياب قانون خاص بالاستثمار السياحي، مما أدى إلى نقص توافد السياح الأجانب إلى الجزائر.

- دراسة علي ماي، 2018، تحليل تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية: الجزائر، تونس والمغرب، هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية باستخدام مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تباين في أداء هذه المؤشرات في البلدان المغاربية مع وجود أفضلية في كل من المغرب وتونس مقارنة بالجزائر.

- دراسة عفاف عبد الحفيظ محمد رحمة، 2022، توظيف التراث الشعبي في تنمية السياحة الثقافية المستدامة، سلطت الدراسة الضوء على علاقة التراث الشعبي بالسياحة وأهميته في تنوع المنتج السياحي والارتقاء بصناعة السياحة في السودان، كما قدمت مقترحات لتوظيف التراث الشعبي في مشروع السياحة الثقافية في السودان وزيادة العائد الاقتصادي والاجتماعي منها.

- دراسة بوشوشة هبة وبن محمد هدى وطوبال ابتسام، 2022 مقومات العرض السياحي وسبل ترفيته لتحقيق الجذب السياحي دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب، هدفت الدراسة إلى التعرف على مختلف المقومات والمؤشرات التي تعكس طبيعة القطاع السياحي في كل من الجزائر والمغرب، توصلت الدراسة إلى أن العرض السياحي الجزائري يتميز بتنوع مقوماته الطبيعية والثقافية مع تسجيل نشاط ملموس في بيئته الاستثمارية خاصة شبكة الطرقات إلا أنه يعاني قصورا في عدد منشآته الفندقية مما أدى إلى فجوة كبيرة في مؤشرات أداء قطاع السياحة الجزائري مقارنة مع المغربي الذي يعرف نموا وتطورا ملموسا.

- دراسة غواري رزيقة وبليلطة نبيل، 2022، الإعلام السياحي ودوره في تثمين المعالم الأثرية في مدينة قسنطينة، تناولت هذه الدراسة دور الإعلام السياحي في إبراز وتثمين المعالم الأثرية العثمانية التي تزخر بها مدينة قسنطينة لتنشيط السياحة واستقطاب السياح وتنمية السياحة التراثية، وقد خلصت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الوطنية مقصرة أو غائبة تماما في إبراز التراث الثقافي الوطني المادي واللامادي وتسويقه كمنتج سياسي داخليا وخارجيا.

أما بخصوص دراستنا فستسلط الضوء على سبل تفعيل السياحة في مدينة قسنطينة وذلك في محورين المحور الأول خاص بمقومات السياحة في مدينة قسنطينة والمحور الثاني خاص بعناصر الجذب السياحي والبنى التحتية الواجب توفرها حتى نعطي لهذه المدينة فرصا أكبر لاستغلال المقومات التي تزخر بها.

2. تعريف السياحة.

السياحة هي العملية التي يقوم فيها الأشخاص بالتنقل من مكان لآخر للقيام بالعديد من الأنشطة الترفيهية لمدة لا تتجاوز السنة. ومع اختلاف أغراض السياحة، تأخذ هذه الأخيرة أشكالاً مختلفة وتعدد أنواعها فهناك السياحة العلاجية والرياضية والتعليمية والدينية وغيرها، ولذلك فإن للسياحة فوائد كبيرة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية، حيث تساعد حركات السياحة النشطة في دفع عجلة النشاط الاقتصادي. نمت السياحة خلال العقود الماضية لتصبح واحدة من أكثر القطاعات الاجتماعية والاقتصادية العالمية الرائدة في عصرنا. والسياحة من الصناعات الهامة التي تعتمد عليها الدول في تنمية الموارد المالية وتحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي. فضلا عن كونها صناعة كثيفة العمل ومدرة للدخل وباعثة على رواج الصناعات والخدمات المكملة للنشاط السياحي، فإنها تؤثر إيجاباً على القطاع الاجتماعي بتعزيز الهوية الاجتماعية وزيادة التماسك في المجتمعات، كما تعتبر وسيلة تعليمية وتثقيفية تعمل على التعريف بالميزات الثقافية والحضارية للمجتمعات البشرية، وتعمل على التبادل الثقافي وزيادة التواصل بين الحضارات والشعوب حيث تنتقل اللغات والمعتقدات الفكرية والآداب والفنون ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية، فتؤثر الشعوب والحضارات وتتأثر ببعضها وبذلك يتحقق التأثير الثقافي للسياحة والذي يمثل محورا مهما من محاور التنمية في المجتمع. (الدين، 1991).

3. مقومات السياحة في مدينة قسنطينة.

تزرع مدينة قسنطينة بمقومات سياحية ضخمة من طبيعية وثقافية وتاريخية وعمرانية نذكر أهمها فيما يلي:

1.3. الموقع الجغرافي.

تقع مدينة قسنطينة في الشرق الجزائري وتبعد عن الجزائر العاصمة بحوالي (437 كم) وعن عنابة بـ (156 كم)، تحدها سكيكدة من الشمال (89 كم) من الغرب ميلة (50 كم) من الجنوب أم البواقي (100 كم) ومن الشرق قالمة (106 كم). ما يميز قسنطينة هو تواجدها ضمن الشبكة الحضرية الساحلية شمالا والشبكة الحضرية الداخلية جنوبا، مما جعلها بوابة للشرق الجزائري ومدخلا للصحراء. وتعد واحدة من أقدم المدن المغاربية التي كانت تسمى سيرتا لما يقرب من 2500 عام من التاريخ، وقد شهدت مرور أو استقرار النوميديين و الفنيقيين

والرومانيين والوندال والبيزنطيين والمسلمين. (cote, 2014). مدينة قسنطينة من أشهر وأجمل الأماكن السياحية حول العالم، كانت تعرف المدينة باسم (كرطة) أو (كرثن) وهي لفظة سامية كنعانية معناها القلعة أو المدينة وهو الاسم الذي حرفه اللاتينيون فيما بعد إلى سيرتا، وينسب اسمها الحالي إلى القائد الروماني قسنطين (271م-337م) الذي أعاد بناءها وتسميتها باسمه قسنطين، وأبقى العرب على هذا الاسم مع بعض التحريف فأطلقوا عليها اسم "قسنطينة" وسماها بعض الجغرافيين "قسنطينة" وسميت أيضا بقصر طينة. (فيلاي، 2002). وتتميز المدينة بأن لها تاريخا طويلا، فضلا عن أنها تحتوي على عدد كبير من الآثار الهامة، وتعتبر مدينة قسنطينة من أكبر مدن جمهورية الجزائر العريقة ومن أقدم مدن العالم أيضاً، ومن أسمائها الحالية مدينة الجسور المعلقة بسبب وجود الجسور التي تنقل الشخص من الضفة الشرقية إلى الضفة الغربية في المدينة وبالعكس، وهي تُسمى بمدينة الصخر العتيق؛ وذلك لأنها بُنيت على صخرة من الكلس القاسي، كما أنّها حصلت على لقب عاصمة الثقافة العربية عام 2015م، حيث استفادت من مجموعة مشاريع تخص ترميم المساجد والزوايا والمنازل والساحات والحمامات والأزقة القديمة وكذلك مشروعان لترميم منطقتين أثريتين هما المدينة الرومانية تيديس وضريح ماسينيسا، كما شمل المشروع بناء العديد من الفنادق الكبيرة في المدينة.

أما المدينة القديمة أو كما تسمى الصخرة فتتوسط مدينة قسنطينة وتفصلها خنادق وادي الرمال ووادي بومرزوق، كما تربطهما أربعة جسور هي: جسر سيدي راشد، جسر ملاح سليمان، جسر باب القنطرة وجسر سيدي مسيد أو المستشفى. تتربع المدينة القديمة على مساحة 45 هكتار تقريبا، تتميز بطابعها المعماري الإسلامي القديم وبيوتها المسقوفة ودروبها الضيقة التي تشهد بجمال وعظمة المدينة.

تعد المدينة القديمة تحفة فنية تعكس عبقرية الانسان على مر الحضارات التي شهدتها مدينة قسنطينة، وتمتاز بجمال ذي طابع عمراني خاص مستمد من التخطيط العربي الإسلامي فهي تضم ساحات لكل منها اسم ونشاط معين، تتميز بطبيعة بناياتها المتلاصقة والمتراطة والمتشابهة، تجمع أهم المحلات التجارية سواء لبيع المنتوجات التقليدية أو العصرية مما يؤهلها لاستقطاب آلاف الزوار يوميا، لا تزال تحافظ على أسمائها القديمة مثل رحبة الصوف، رحبة الجمال، الرصيف، سيدي الجليس زنقة بومقيس وغيرها.

الشكل 1: الجسور الأربعة لمدينة قسنطينة

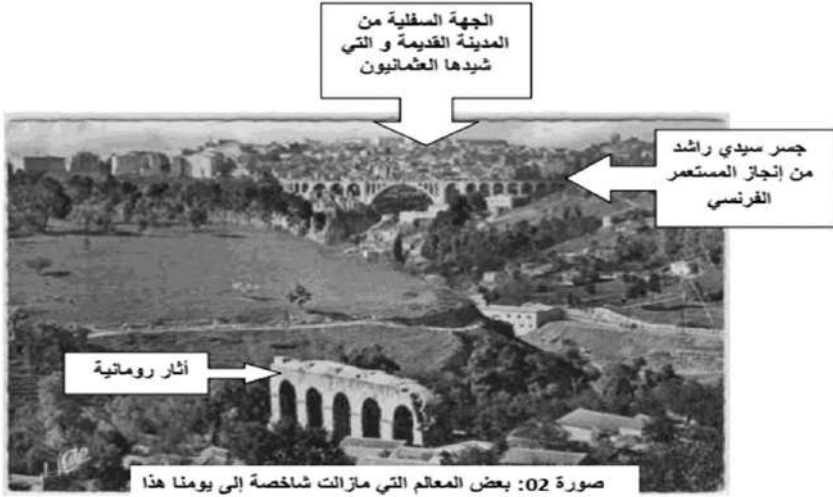


المصدر: (وليد ب.، 2014) ص 2.

هناك العديد من الآثار الهامة للإمبراطورية الرومانية والتي خلفت مجموعة من أروع التماثيل والمعابد، وذلك في عهد الدولة القسنطينية والتي تميزت بتوسع رقعتها، فضلا عن الحضارة المتزامية الأطراف، وعن آثار تضم الحضارة الفرنسية والتي تم إقامتها إبان الاستعمار الفرنسي للجزائر، كما أن المدينة تشهد أيضا على العديد من الآثار والأماكن التي تخص العمارة الإسلامية وتلك التي خلفتها الدولة البيزنطية.

لقد كان لموقع قسنطينة الاستراتيجي أهمية كبرى عبر الحقب التاريخية حيث أنه كان سببا في استقرار العديد من الحضارات بالمدينة العتيقة، بداية من الحضارة النوميديّة، البيزنطية، الرومانية مروراً بالحضارة العربية الإسلامية ممثلة في الزيريين، الحماديين والحفصيين وانتهاء بالعثمانيين قبل أن يدخلها المستعمر الفرنسي سنة 1837، محتلا لأراضيها ومغيرا لتراثها العمراني ومعالم مبانيها. كل هذه الحضارات تركت وراءها معالم وآثارا كثيرة شاهدة على تاريخها العريق، ولعبت دورا كبيرا في الحفاظ على هوية المدينة، وقد يكون لها دورا أكبر في الانعاش الاقتصادي إذا ما تم استغلالها في المجال السياحي والترفيهي وذلك فضلا عن الأعداد الكبيرة من الوافدين إليها من باحثين ومختصين في علم الآثار والترميم والمتنزهين والسواح، إلا أن القائمين عليها اليوم تركوا أكبر إرث عرفته قسنطينة وهو المدينة القديمة (المدينة العتيقة) فالسائح لا تجذبه العمارات والمحلات بقدر ما تجذبه المباني القديمة الأصيلة لذلك يستلزم إعادة الاعتبار لها بالحفاظ عليها وترميمها.

الشكل 2: بعض المعالم التاريخية لمدينة قسنطينة



المصدر: (وليد ب.، إعادة الاعتبار للتراث العمراني في إطار تظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015 وأثره على التنمية السياحية بمدينة قسنطينة، 2014) ص3

2.3. الإمكانات الطبيعية.

تتخرق قسنطينة بإمكانيات طبيعية جميلة نذكر أهمها: غابة جبل الوحش والمريج، مجموعة من الكهوف والمغارات والقبور كانت لأهالي قسنطينة في حقبة ما قبل التاريخ أهمها كهف الدبية (طوله 60 م) وكهف الأروي (طوله 6 م)، مغارة الحمام، المقابر الميغالييتية لبونوارة ببلدية أولاد رحمون، رسومات ما قبل التاريخ والمتواجدة على مستوى عين النحاس، بلدية الخروب.

3.3. التراث العمراني.

يعود ما تبقى من تراث معماري في المدينة القديمة إلى الفترة العثمانية، عدا المسجد الكبير والذي بني في عهد الحماديين وكذا الجسور وبعض المباني والمنشآت التي تعود للفترة الاستعمارية والتي نوضحها في الجدول الموالي.

جدول 1 التراث المعماري لمدينة قسنطينة

المساجد	المسجد الكبير، صالح باي أو الكنانية، سيدي الأخضر، سوق الغزل، الاستقلال، سيدي عفان، سيدي ميمون.
المدارس	الكتانية، العربي بن مهدي، سيدي الاخضر.
الزوايا	عبد الرحمان باشتارزي، التيجانية السفلى والعليا، السيدة حفصة، العيساوية، بو عبد الله الشريف، سيدي أدرار، الطيبية، حنصالة، القادرية، بن الشيخ لفقون.....
الدروب	بن شريف، بن الشيخ لفقون، السياح.
الرحاب	العقيدسي الحواس، سيدي جليس، سوق العصر، الرصيف، الزلايقة، رحبة الصوف.
القصور والديار	أحمد بابي 1835 م، دار الداخية بنت الباي، درا بن شريف،
الجسور	باب القنطرة، سيدي راشد، الشلالات، ملاح سليمان، الشيطان، سيدي مسيد، مجاز الغنم، جسر صالح باي "الجسر العملاق" 2015.
الفنادق	بن حمادي، باشتارزي، جاب الله، الزيت، الزيت، المزاي،
الأقواس	الرومانية عند التقاء وادي الرمال بوادي بومرزوق.
الكهوف	الدبية، الأروي، مغارة الحمام.
أخرى	تمثال الامبراطور الروماني قسطنطين أمام محطة القطار .

المصدر: (وليد ب.، إعادة الاعتبار للتراث العمراني في إطار تظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015 وأثره على التنمية السياحية بمدينة قسنطينة، 2014) بتصرف ص 5

تحتضن قسنطينة أكبر جامعة في الشرق الجزائري جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 1 التي أنشئت في 17 جوان 1969 من تصميم المهندس البرازيلي الشهير أوسكار نيماير، والعديد من الجامعات والمدارس مما يجعلها تستقطب آلاف الطلبة من مختلف مناطق الوطن وبعض الدول الشقيقة. أنشئ المسجد والجامعة الإسلامية "الأمير عبد القادر" سنة 1991، وهو من أضخم المساجد كما أنه يتميز بعمارته وزخرفته الرائعة، يتسع المسجد لما يتعدى 15 ألف مصلي ويصل ارتفاع قبته لحوالي 64 متر. ويوجد أكثر من 194 مسجد موزعة على كامل تراب الولاية، بالإضافة إلى خمس زوايا كان لها دور كبير في تعليم القرآن والدروس الدينية. كما يعد قصر أحمد باين أشهر وأجمل الوجهات السياحية في المدينة ومن أجمل القصور المبنية يجسد طبيعة العادات والتقاليد القديمة ويتميز القصر ببناؤه بنمط يشبه المنازل العصرية المغربية، وقد بني القصر على آثار المدينة الرومانية سيرتا، ويحيط به ثلاث حدائق، كما يتميز بمساحته الكبيرة والتي تصل الى 5600 متر مربع، وقد تم بناؤه في عام 1835، تزين أروقة القصر البالغ عددها 27 رواق ما يفوق

250 عمود من الرخام ويتميز بالنقوش الإسلامية على جدرانه كما أنه يتألف من 121 غرفة أسطحها من الأخشاب المزينة أيضا بالنقوش الإسلامية وتمتلى حجراته بالأعمدة المصنعة من الرخام، وقد أستغرق بناؤه 10 سنوات، ومن أجمل المناظر التي سترها به هو خزان الماء الموجود في وسط القصر حيث يحتوى على أسماك حمراء رائعة. فالقصر عبارة عن آية فنية تستحق المشاهدة لأنه من أفضل وأهم الاماكن السياحية في قسنطينة.

يمثل الصخر العتيق موضعا سياحيا مهما له شكل شبه منحرف مساحته 470000 م مربع مليء بالشقوق والفوالق والحفر وكذا المغارات والمخايبي تخفي أسرار حضارات مضت وآثار لمختلف العصور.(العلمي، آليات تفعيل دور التسويق السياحي في تتمين الواجهة السياحية لولاية قسنطينة، 2015) أما مدينة تيديس فتقع على بعد 30 كم عن مدينة قسنطينة وهي حاضرة محصنة فينيقية-رومانية كانت تحمي مدينة سيرتا ضد الغزوات الأجنبية توجد في منطقة صخرية، ويقع على بعد 4 كم منها ضريح لوليوس في منطقة الحري شيدته لوليوس لوالديه وأخويه وعمه يشكل إنجازا ذا قيمة تاريخية كبيرة وعملا معماريا متينا. (العلمي، آليات تفعيل دور التسويق السياحي في تتمين الواجهة السياحية لولاية قسنطينة، 2015). أما الأقواس الرومانية فتقع عند الطريق الذي يؤدي إلى شعبة الرصاص، هذه الأقواس من أجمل شواهد الحضارة الرومانية، فيما تقع حمامات القيصر في وادي الرمال وتم بناؤها في عصر الدولة الرومانية، وعددها حوالي 20 حمام. أما عن ضريح ماسينيسا بالخروب فهو برج مربع تم نحته في قلب الحجارة على هيئة ثلاث مدرجات، ويتميز بشكله المستوحى من الطراز الإغريقي.

جسر سيدي مسيد المعلق هو من أشهر الجسور السبعة في المنطقة وهذا الجسر يعبر منطقة وادي الرمال ويصل بين مستشفى قسنطينة ومنطقة ننج القصبة. أما نصب الأموات فيرجع تاريخه إلى عام 1934، وقد تم بناؤه تخليدا لذكرى ضحايا الحرب العالمية الثانية من الفرنسيين، تمثل سيدة السلام أو تثال مريم العذراء يقع قبالة نصب الأموات أعلى قمة سيدي مسيد، مقابر عصر ما قبل التاريخ تأسست قبل الدولة الفينيقية، وتعرف بأنفاق الدببة وقد تم اكتشافها في منطقة بكيرة.

كما تزخر المدينة ببعض الآثار الإسلامية وهي من أجمل الآثار كبعض المساجد التي تشهد على روعة العمارة الإسلامية ومنها، جامع سوق الغزل، جامع سيدي الأخضر، مسجد البيضاوي، جامع سيدي الكتاني، أما فيما يخص أبواب مدينة قسنطينة فهي باب القنطرة وباب الجابية وباب الجديد وباب سيرتا، وباب الرواح، وباب الحناشنة.

ومناهم المعالم الثقافية في قسنطينة المسرح الجهوي الذي شيد سنة 1883 والمتحف الوطني «سيرتا» الذي يعتبر من أقدم المتاحف تم إنشاؤه سنة 1852م يجمع عدد كبير من الحفريات التي تم اكتشافها بقسنطينة وعلى مستوى منطقة الشرق الجزائري ككل، ودار الثقافة محمد العيد آل خليفة 1987 وقصر الثقافة مالك حداد 1994.

إلا أن ما يدعو للقلق هو غزو النشاطات التجارية غير الرسمية لأغلبية الرحاب كما تحولت الفنادق إلى متاجر تباع فيها الألبسة. فيما بقيت المساجد والزوايا والحمامات تمارس وظائفها بشكل عادي، لكن الملاحظة العامة تتمثل في تدهور بنايات وعدم قدرتها على مقاومة الظروف المناخية وعدم تمكن السلطات العمومية من إعادة تأهيلها وترميمها الشيء الذي كان مبرجا أثناء تظاهرة قسنطينة عاصمة للثقافة العربية بسبب انعدام اليد العاملة المؤهلة حسب تصريحات المسؤولين عن العملية.

مما يلاحظ أن الحالة العامة للعمران بالمدينة القديمة متدهورة ويعود ذلك إلى جملة من العوامل نذكر منها: عدم صيانة المباني من طرف الساكنة وبعض عمليات الترميم التي تمت بالمواد الحديثة دون أي اكتراث لمواد البناء الأصلية، كما أحدثت الزلازل وحركية السيارات هزات تسببت في عدة انهيارات، إضافة إلى الكثافة السكانية داخل المباني القديمة، كما نشير إلى ظاهرة التهديم العمدي من طرف الساكنة بغرض الحصول على سكنات جديدة، مما يؤثر على المباني المجاورة له أو تأثير التوسعات الأفقية والعمودية على صلابة المباني.

4.3. التراث الثقافي.

تزرع مدينة قسنطينة بتراث ثقافي غزير وبالعديد من العادات والتقاليد التي تمسك بها القسنطينيون منذ القدم وفي عدة مجالات نذكر أهمها: العيد السنوي لتقطير الزهر والورد، موسيقى المألوف، الموسيقى الأندلسية، اللباس القسنطيني "القطيفة"، الحلويات التقليدية (البقلاوة، المقرود، الجوزية، طمينة اللوز،...)، الطبخ التقليدي (الشخشوخة، المشلوش، الرفيس، شباح الصفرا)، صناعة الحلبي الذهبية والفضية، صناعة النحاس.

4. سبل تفعيل السياحة في قسنطينة.

لتفعيل السياحة في مدينة قسنطينة لا بد من تحقيق التنمية السياحية والتي تتركز على توفير عناصر الجذب السياحي بمختلف أشكالها وتطوير البنى التحتية التي ستساعد دون شك على تطوير السياحة، وهو ما سنتناوله في العنصرين المواليين.

1.4. عناصر الجذب السياحي:

وتتمثل في:

أ. **العوامل الطبيعية.** كل الظروف المناخية وتمايز الفصول مثل أشكال السطح والمناخ والغابات والشواطئ والأنهار والبحيرات وعناصر أخرى من صنع الانسان كالبساتين وهي عناصر متوفرة وتزخر بها مدينة قسنطينة.

ب. **العوامل الثقافية:** كالمنتزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية، الفنون الشعبية، العادات والثقافات، وهو ما تعرف به مدينة قسنطينة.

ج. **العوامل البشرية:** حسن الضيافة وجودة الخدمات المقدمة وأساليب الراحة والترفيه وتوفر عمالة ماهرة ومدربة تتقن مهارات البيع والاستقبال. وهذا يتأتى من استراتيجية محكمة لتكوين العاملين في القطاع السياحي. إعطاء أهمية للسائح الداخلي لجعله يفكر في القيام بالسياحة داخل بلده عوض أن يفكر في ذلك خارج البلد، توفيراً للعملة الصعبة وتحقيقاً للمداخيل.

د. **الطاقة الفندقية:** تتمثل في أماكن المبيت كالفنادق أو بيوت الضيافة وشقق الإيجار، وفي هذا السياق نذكر انشاء العديد من الفنادق الفخمة في المدينة مثل Mariotte, Novotel, Ibis وإعادة تهيئة الفنادق القديمة في المدينة. إضافة إلى مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك، العمران،... إلخ، ومدى توفر الخدمات المكملة كالبريد والاطعام والمقاهي ومراكز الترفيه والتسليية.

هـ. **التسهيلات.** توفير المعلومات عن المناطق السياحية بلغات مختلفة مع خرائط توضيحية، توظيف المرشدين السياحيين المدربين، سرعة إنجاز معاملات دخول السياح عبر المعابر الحدودية، تطوير عمليات التفتيش الجمركي، تأهيل رجال الجمارك والأمن بحيث يمثلوا الوجه المشرف للبلد. - التسهيلات المساندة بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك،

- يمكن للتسويق السياحي الالكتروني أن يساعد على رسم صورة إيجابية وتطوير منتجات جديدة وترويج المنتجات السياحية وتوسيع قاعدة الزبائن إلا أننا نسجل مرة أخرى التأخر الكبير مقارنة بالجزيران تونس والمغرب في مجال السياحة الالكترونية.

- تدريب العاملين في المؤسسات السياحية والفندقية على الترويج لمنتجاتهم السياحية بأعلى كفاءة وأقل تكلفة.

2.4. البنية التحتية:

إن تنمية السياحة تتطلب تنمية بعض المرافق مثل الطرق العامة ومياه الشرب ووسائل النقل والمطارات والموانئ، هذه المرافق تنعكس إيجاباً على السياح والمواطنين الأصليين (الحمدان، 2001). تمثل شبكة المواصلات أحد أهم العوامل المؤثرة في السياحة من طرقات برية وسكك حديدية ونقل جوي وبحري. مدى توفر البنى التحتية، كالمطارات وتوفير شبكة النقل بنوعيه البري والجوي، والعمل على انتظام ودقة الرحلات وتزويدها بعمال من ذوي الأخلاق الحميدة. تشير أنه أضيف إلى رصيد الولاية كل من التليفريك والطرامواي إلا أن التليفريك معطل منذ سنوات، بالإضافة إلى شبكات المياه والكهرباء والاتصالات، وضرورة متابعة السلطات العمومية للمخططات والمشاريع المختلفة التي تهدف إلى تطوير السياحة.

من خلال ما سبق يمكن اعتبار هذه المقومات الفريدة من نوعها في مدينة عريقة تترجع على صخرة ترتبط أربعة من أطرافها بجسور كل منها يحكي تاريخاً خاصاً به، بمثابة ثروة لا بد من استغلالها، وتتمين هذه الإمكانيات أمر لا بد منه لتصبح مدينة قسنطينة محجاً للسياح ونواة للاستثمار في اليد العاملة المحلية للقضاء على البطالة وزيادة المداخيل من العملة الصعبة، مما يشكل انطلاقة حقيقية للتنمية الاقتصادية لمدينة قسنطينة وللولاية ككل سياحياً.

وتطوير السياحة تتحول إلى أداة تسويقية للحضارة المحلية حيث يتمكن الزوار من التعرف على الثقافة الشعبية والمجالات الصناعية المختلفة والتعرف على المنتجات المحلية، وزيادة حركة السوق السياحي، مما يوفر عملة صعبة، كما يساهم في القضاء على البطالة من خلال التوظيف في المطاعم والفنادق والوكالات السياحية ووظائف الترويج بشكل عام.

إلا أن واقع السياحة في مدينة قسنطينة لا يختلف كثيراً عنه في الجزائر ككل والذي يواجه العديد من العراقيل والصعوبات نذكر منها: (بزة، 2012)

- العراقيل البيروقراطية.
- نوعية المنتج السياحي لا ترقى إلى تلك الموجودة عند الدول المجاورة بالإضافة إلى أسعارها المرتفعة مما يفسر تفضيل الجزائريين للسفر خارج البلاد.
- نقص تأهيل وأداء الموظفين في قطاع السياحة.

- عدد غير كاف من مرافق الفنادق ونقص في البنى التحتية بشكل عام وإن وجدت فأثامها باهضة لنقص أو انعدام المنافسة بسبب العراقيل العديدة في مجال الاستثمار في القطاع الخاص. (مناجلية، 2017)
- غياب الأمن في الأماكن السياحية.
- عدم مرونة الجهاز المصرفي من حيث تسهيل عمليات الصرف الالكتروني والخدمات البنكية الأخرى.
- نقص التوعية بالسياحة وأهميتها ودورها في تحقيق التنمية.

5. خاتمة

إن تطوير السياحة في مدينة قسنطينة مهم للغاية، لأن السياحة تعتبر أهم وسائل تبادل الثقافات والتعرف على تقاليد وعادات الشعوب المختلفة وقسنطينة تزخر بموروث ثقافي وحضاري وتاريخي عريق لا بد من استغلاله، فحين يسافر الانسان إلى مكان ما فهو يتعرف على طبيعة المكان الجديد وطبيعة سلوكيات أهل هذا المكان وعاداتهم وتقاليدهم وعليه لا بد من إعطاء صورة مشرفة وإيجابية عن مدينة الصخر العتيق من خلال العمل بجدية على تطوير البنى التحتية وترميم المدينة القديمة وفقا للمعايير الدولية، والاهتمام بتطوير الصناعات الحرفية المعرضة لخطر الزوال لا سيما صناعة النحاس. من أهم النقاط التي يجب أن نتحدث عنها عند الحديث عن عملية تطوير السياحة في قسنطينة، هي قضاء السياحة المزدهرة على البطالة، حيث توفر فرص عمل كثيرة في المنشآت والوسائل السياحية المتنوعة كالمطاعم والفنادق، وكذلك وظائف أخرى كالمارشد السياحي ووظائف الترويج بشكل عام. ومن هنا لا بد من الاهتمام بزيادة الوعي السياحي لدى القسنطينيين، حيث يؤثر ذلك بالإيجاب على الزوار الذين قدموا للتعرف على ثقافة المدينة، كما يجب جمع البيانات اللازمة التي تساعد في عملية تطوير السياحة بشتى الطرق، وأيضا القيام بحملات الترويج الناجحة التي تجذب السياح، وتوفير التسهيلات المختلفة لهم. مع تطوير السياحة بمختلف أشكالها تتحول إلى أداة تسويقية للحضارة المحلية، حيث يستطيع الزوار التعرف على الثقافة الشعبية والمجالات الصناعية المتنوعة الموجودة في قسنطينة، وعلى المنتجات المحلية وزيادة حركة السوق السياحي، كل هذا يوفر عملة صعبة تدعم الدخل المحلي.

المقترحات:

- تسهيل إجراءات دخول السياح الأجانب إلى الجزائر.
 - انشاء مكاتب للصرافة أمر بالغ الأهمية حيث أن أول صعوبة تواجه السائح الأجنبي هي تغيير العملة والتي لا تتم إلا في الوكالات البنكية، ناهيك عن عدم قبول الفنادق للعملة الصعبة وبطاقات الائتمان.
 - الاهتمام بالتقاليد والصناعات الحرفية للمدينة، حيث أن السائح الأجنبي يتوق لمعرفة عادات وتقاليد أي بلد يزوره وقسنطينة لا تفتقر لهذا بل تزخر برصيد ثقافي وعمراني وحضري جد غزير لا ينتظر إلا استغلاله فلا بد من الاهتمام به وتثمينه وجعله يساهم في ترقية السياحة الداخلية والخارجية.
 - تحفيز الطلب السياحي الذي ينشأ من طلب الوافدين السائحين على السلع والصناعات التقليدية والخدمات التي تشكل المنتج السياحي، وتعتبر طرق وكيفيات الترويج والتسويق للمنتج السياحي من أهم عوامل تنشيط الطلب السياحي.
 - تهيئة المدينة والمحافظات على المحيط والبيئة من التلوث والتدهور الذي يعرفه ومحاولة تحسينه وهو المشكل العويص الذي تعاني منه مدينة قسنطينة، والعمل على توعية المواطنين للسهر على نظافة المدينة ككل والمناطق السياحية تحديدا.
 - توفير الأمن وتطوير البنى التحتية وتوفير الخدمات الصحية المناسبة.
 - نشر الوعي السياحي لدى المواطنين الذي سيؤثر إيجابا على الزوار الأجانب.
- ولكن هذه المقترحات لن تجد لها صدى إن لم تدعم بإرادة سياسية جدية وحقيقية للنهوض بالقطاع السياحي في مدينة قسنطينة.

- constantine cité antique et ville .(2014). marc cote
.constantine: média-plus.nouvelle
- الأخضر عزري، صالح بزة. (2012). أطروحة السياحة كقطاع اقتصادي فعال في حراك التنمية المستدامة المحلية (تحليل واقع وآفاق ترقية مناطق التوسع السياحي في ولاية المسيلة). مجلة دفاتر بوداكس ، 22-44.
- الهذبة مناجلية. (2017). الإمكانيات والمقومات السياحية في الجزائر. مجلة دراسات وأبحاث، 141-151.
- بن الشيخ الحسين وليد. (2014). إعادة الاعتبار للتراث العمراني في إطار تظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015 وأثره على التنمية السياحية بمدينة قسنطينة. الملتقى الوطني حول التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية والمجتمعية، (صفحة 2). الطارف.
- بن الشيخ حسين وليد. (2014). إعادة الاعتبار للتراث العمراني في إطار تظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015 وأثره على التنمية السياحية بمدينة قسنطينة. الملتقى الوطني حول التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية والمجتمعية، (صفحة 3). الطارف.
- بن الشيخ حسين وليد. (2014). إعادة الاعتبار للتراث العمراني في إطار تظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015 وأثره على التنمية السياحية بمدينة قسنطينة. الملتقى الوطني حول التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية والمجتمعية، (صفحة 5). الطارف.
- سهيل الحمدان. (2001). الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية . دمشق: دار الرضا للنشر.
- عبد العزيز فيلاي. (2002). مدينة قسنطينة في العصر الوسيط. قسنطينة: دار البعث .
- عبد الوهاب صلاح الدين. (1991). التنمية السياحية. القاهرة: مطبعة زهران.
- عبود زرقين وإيمان العلمي. (2015). آليات تفعيل دور التسويق السياحي في تميمين الواجهة السياحية لولاية قسنطينة. حوليات، 84-132.
- عبود زرقين وإيمان العلمي. (2015). آليات تفعيل دور التسويق السياحي في تميمين الواجهة السياحية لولاية قسنطينة. حوليات، 84-132.

تأثير المرافقة المقاولاتية على أداء المؤسسات - دراسة قياسية للوكالة الوطنية

لتسيير القرض المصغر فرع بشار

The impact of entrepreneurial accompaniment on the performance of institutions - a benchmark study for the National Agency for the Management of Microcredit, Bechar Branch

بجوصي مجدوب	بن شلاط مصطفى	* الوالي فاطمة
Bahoussi madjdoub	Benchellat mostefa	Louali fatima
جامعة طاهر محمد بشار _ الجزائر	جامعة طاهر محمد بشار _ الجزائر	جامعة طاهر محمد بشار _ الجزائر
Bahoussi8191@gmail.com	benchellate@yahoo.fr	Loualifatim3@yahoo.com
تاريخ النشر: 2023/04/30	تاريخ القبول: 2023/04/07	تاريخ الاستلام: 2022/05/04

الملخص:

أصبح لموضوع المرافقة المقاولاتية لإنشاء المؤسسات أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول لما يترتب عن ذلك من خلق مناصب شغل جديدة، والنهوض بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية، و إنجاح مسار هذه المؤسسات من خلال تقليل المشاكل والصعوبات التي تعترض عملية إنشاء وتنمية المؤسسات. تهدف هذه الدراسة لتبيين مساهمة الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر - فرع بشار - في المرافقة المقاولاتية لتحسين أداء المؤسسات، وكنتيجة لهذه الدراسة أن الخدمات التي تقدمها الوكالة تدعم انشاء المقاولاتية. الكلمات المفتاحية: مقاولاتية، مرافقة، أداء مؤسسات، ثقافة مقاولاتية

تصنيف JEL: M 10, M 13

Abstract:

The issue of entrepreneurship accompaniment for the establishment of institutions has become of great importance in the economies of countries due to the consequent creation of new jobs, the advancement of economic and social development, and the success of the path of these institutions by reducing the problems and difficulties encountered in the process of establishing and developing institutions.

This study aims to show the contribution of the National Agency for the Management of Microcredit - Bashar Branch - in the entrepreneurial accompaniment to improve the performance of institutions, and as a result of this study that the services provided by the Agency support the establishment of the enterprise.

Key words: Entrepreneurship, Escort, Performance of institutions, Entrepreneurial culture

JEL classification codes: M10 , M 13

1. مقدمة :

تعتبر المفاوضية (Entrepreneurship) من أهم المفاهيم الاقتصادية في المجتمع الحديث ، فهي عملية ابتكار وتطوير طرق وأساليب جديدة لاستغلال الفرص التجارية ، كما يمكن تعريفها على أنها عملية المغامرة بالبدء في عمل تجاري، وتنظيم الموارد اللازمة لذلك، مع الأخذ في الاعتبار للمخاطر والعوائد المترتبة عن هذا العمل التجاري .

أصبح موضوع المفاوضية وإنشاء المؤسسات يحتل حيزا كبيرا من اهتمام الحكومات والعديد من الدول، خاصة مع تزايد المكانة التي تحتلها المؤسسات في اقتصاديات مختلف هذه الدول مهما كان مستوى تطورها، والدور الذي باتت تلعبه في مختلف برامج التنمية المستقبلية والاستراتيجية ان الدخول إلى عالم الأعمال يعد خطوة مهمة جدا في حياة الفرد خاصة إذا تعلق الأمر بطرح منتج جديد مبتكر، فحتى لو كانت الفكرة جيدة وكان الفرد يمتلك مهارات وقدرات مفاوضية إلا أن هناك بعض العراقيل التي يمكن أن توقف أو تأجل مساره نحو المفاوضية، ويكفي أن العديد من الإحصائيات تشير إلى ان نسبة كبيرة جدا من المؤسسات تزول أو تخرج من السوق خلال السنوات الأولى من بداية نشاطها وتسجل المؤسسات غير المستفيدة من الدعم والمرافقة النسبة الأكبر، وبالتالي فان عملية مرافقتها ودعمها خاصة في السنوات الأولى من إنشائها وبداية نموها يعد أمرا ضروريا لتحسين ادائها من خلال الوقوف على مدى كفاءة وفعالية المؤسسات والنهوض بها وتبني برامج لرعايتها وضمان البيئة المناسبة لاستمرارها.

✓ إشكالية الدراسة:

ما مدى مساهمة الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر فرع بشار في المرافقة المفاوضية لتحسين أداء المؤسسات ؟

✓ فرضيات الدراسة:

- الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمرافقة المفاوضية بأبعادها الثلاثة على تحسين أداء المؤسسات عند مستوى معنوية 05% في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.
- الفرضيات الفرعية:

- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للاستقبال الجيد للمقاولين الراغبين في إنشاء المؤسسات على تحسين أداء المؤسسات عند مستوى معنوية 05% في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.
- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لخدمات الاستشارة على تحسين أداء المؤسسات عند مستوى معنوية 05% في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لخدمات المتابعة على تحسين أداء المؤسسات عند مستوى معنوية 05% في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

✓ أهمية الدراسة:

- توظيف تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الحديثة في تحسين أداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

- تساهم في توضيح مفهوم و متطلبات المرافقة المقاتلانية لتحسين و تطوير أداء المؤسسات.

- معرفة الدور الذي تلعبه المرافقة المقاتلانية في تحسين الاداء من خلال التكلفة و الوقت .

✓ أهداف الدراسة:

- اظهار واقع المرافقة المقاتلانية في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر - فرع بشار - .

- اظهار اهمية التركيز على المرافقة المقاتلانية بغرض زيادة فعالية الأداء .

- تقديم بعض التوصيات المناسبة في هذا المجال .

✓ حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: يقتضي هذا البحث ربط دور المرافقة المقاتلانية في تحسين الأداء وبالأخص بالوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

- الحدود الزمنية: الموضوع من حيث الحدود الزمنية مفتوح كون أن المرافقة المقاتلانية في مرحلة النضج, اما عن الفترة التي اجري فيها هذه البحث فهي خلال سنة 2019 .

✓ تقسيم الدراسة:

- الإطار المفاهيمي للمقاتلانية.

- ماهية المرافقة المقاتلانية .

- نبذة حول نشأة الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

- دراسة قياسية لمساهمة المرافقة المقاتلانية في تحسين أداء المؤسسات بالوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر فرع بشار.

2. الإطار المفاهيمي للمقاتلانية:

1.1 مفاهيم حول المقاتل

أغلب الدراسات تطرقت الى موضوع المقاتل من خلال أسلوبين لتعريفه هما(لفقيه 2015،

: (119)

- الأسلوب الوظيفي : هو يركز على أعمال المقاول و سلوكياته و وظائفه.
 - الأسلوب الوصفي : هو الذي يصف المقاول في حد ذاته أي صفاته و خصائصه.
- و يمكن التطرق لأهم التعاريف كالتالي (خصاونة 2011، 143) :
- منهم من يرى أن المقاول هو الشخص الذي يمتلك ما لا يمتلكه الاخرين من خصائص مقاولاتية و قدرات من اغتنام الفرص و تحقيق التميز.
 - و يرى **دركر "Druker"** عام 1985 بأن المقاول هو الشخص المبادر الذي يستطيع أن ينقل المصادر الاقتصادية من إنتاجية منخفضة إلى إنتاجية عالية.
 - و يرى **روبرت "Robert"** بأن المقاول هو الشخص المبدع الذي يأتي بأشياء فريدة و يحقق المنفعة و الفرص الأفضل للأخرين.
 - و يرى **"Cantillon"** أن المقاول هو صاحب رأس المال الذي يتحمل المخاطر الناجمة عن اللايقين البيئية.
 - كما يرى **"Knight"** أن المقاول هو الذي يتصرف على أساس توقعاته لتقلبات السوق، و يتحمل اللايقين في ديناميكية عمل السوق.
- من هذه التعاريف يمكن استخلاص التعريف التالي :
- المقاول هو الشخص الذي يمتلك الصفات و القدرات و المهارات الشخصية التي تولد له روح مقاولاتية لاستغلال الفرص المتاحة و تحمل المخاطر الناجمة عن خلق و تطوير مؤسسة ما في ظل بيئة لا يقينية.
- ## 2.2. الخصائص الشخصية للمقاول :
- هناك حد أدنى من الصفات التي ينبغي توفرها لدى الشخص صاحب الفكرة و التي يمكن حصرها فيما يلي (الظاهر 2013، 4):
- الطاقة و الحركية : سلوك ضروري لا يمكن الاستغناء عنه .
 - القدرة على احتواء الوقت : ينبغي على صاحب الفكرة القيام بتطوير مجموعة من الأنشطة في الحاضر، و التي سوف لن يكون لها أي أثر إلا لاحقا.
 - قياس المخاطر : ينبغي أن يواجه المخاطر التي تواجهه في المستقبل و أن لا يعتمد على الحظ الذي نادرا ما يتكرر.

- **التجديد و الإبداع** : فلاستمرار المؤسسة يجب أن تتطور من ناحية منتجاته أو هياكله أو مخططها الاجتماعي.

- **الثقة بالنفس** : فيها يجعل المقاول أعماله ناجحة، حيث يملك شعورا متفوقا و حساسا بأنواع المشاكل المختلفة بدرجات أعلى (العلي 2006، 12).

بالإضافة إلى خصائص أخرى مثل : الاندفاع للعمل، الالتزام، التفاؤل، الرغبة في الاستقلالية.... إلخ

3.2. تعريف المقاولاتية

تعود جذور المقاولاتية إلى نظرية احتكار الغلة "oligopolytheory" حيث لم يكن بمقدور المقاول سوى حساب الكميات و الاسعار للسلع التي سوف ينتجها و يتخذ قرارا مناسباً بشأنها (بدران 2013، 162).

توجد مجموعة من المقاربات التي تعرف بالمقاولاتية فأولها **المقاربة الوصفية** التي سعت لفهم دور المقاول في الاقتصاد و المجتمع مستعملة العلوم الاقتصادية في تحليله ان، و ثانيها **المقاربة السلوكية** التي سعت لتفسير نشاطات و سلوكيات المقاولين وفق ظروفهم الخاصة، و أخيرا **المقاربة المرحلية** التي حللت ضمن منظور زمني و موقفي المتغيرات الشخصية و المحيطية التي تشجع أو تمنع و تعيق الروح المقاولاتية. و تعرف المقاربة المرحلية المقاولاتية على أنها : "مجموعة من المراحل المتعاقبة تبدأ من امتلاك الشخص لميول مقاولاتية إلى غاية تبني السلوك المقاولاتي، و يتوسط هذه المراحل مرحلة اتحاد قرار الدخول لمجال المقاولاتية، و هذا الأخير تسبقه مرحلة تسمى بالتوجه المقاولاتي(سلامي 2012، 2).

و هناك من يرى بأن المقاولاتية لها ارتباط وثيق بالابداع لتحقيق الربح : "المقاولاتية عملية تكوين منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة و عدم التأكد".

كما تعتمد المقاولاتية على نشاطات و خبرات المقاول و قدرته على توجيهه من حوله فهي عبارة عن : "عملية ديناميكية تتضمن قيام المقاول بتحفيز و تنشيط و استثارة العاملين معه لكي يدركوا كيفية تحقيق طموحاتهم و أهدافهم من خلال إحداث أثر في الربح أو في جودة الخدمات و المنتجات و قدرتها على المنافسة". إذ نجد البروفسور هوارد ستيفنسن " Haward Stevenson" بجامعة هارفارد يوضح بأن المقاولاتية "عبارة عن مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات و متابعتها و تجسيدها" (صايب 2009، 5).

و من كل هذه التعاريف نستطيع استخلاص التعريف التالي: المفاوضية هي حركة إنشاء و استغلال فرص أعمال من طرف فرد أو عدة أفراد، يتمتعون بروح مفاوضية تبعاً لمختلف المتغيرات الشخصية و المتغيرات المحيطة التي يمتلكونها وصولاً إلى إنشاء منظمات جديدة لخلق قيمة مضافة.

4.2. مصطلحات ذات علاقة بالمفاوضية

ارتبط مصطلح المفاوضية بمصطلحات عديدة لها صلة وطيدة بموضوع المفاوضية نذكر منها :
- **الثقافة المفاوضية**: يمكن تعريف الثقافة المفاوضية على أنها (حفيفي 2010، 07): مجمل المهارات و المعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة من الأفراد و محاولة استغلالها و ذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الأموال و ذلك بإيجاد أفكار مبتكرة جديدة، ابتكار في مجمل القطاعات الموجودة إضافة إلى وجود هيكل تسييري تنظيمي، و هي تتضمن التصرفات، التحفيز، ردود أفعال المفاوضين، بالإضافة للتخطيط، اتخاذ القرارات، التنظيم و المراقبة. كما أن هناك ثلاث أماكن يمكن أن ترسخ فيها هذه الثقافة هي: العائلة، المدرسة، المؤسسة.

- **العملية المفاوضية**: لقد تم تقديم مفهوم المفاوضية على أنها عملية خلق و إيجاد شيء جديد ذي قيمة مع اعتبار المخاطر والعوائد المصاحبة لهذه العملية من المفاوضين أنفسهم، ومن هنا فإنه يمكن تعريف العملية المفاوضية بأنها القدرة على تعريف و تقييم الفرص، ثم تطوير خطة المشروع المناسبة، ومن ثم تحديد الموارد اللازمة أو المطلوبة لبناء و إدارة المشروع المنبثق. فهذه الأنشطة و الإجراءات لا بد و أن تتولد مع انطلاقة أي منظمة ريادية أو مشروع ريادي (مبارك 2009، 129).

- **ثالثاً: المفاوضة المؤسسية**: لقد تعددت المفاهيم الخاصة بالمفاوضة المؤسسية فمنها المفاوضة الداخلية Intrapreneurship و التي تمثل المفاوض داخل التنظيم، أو عمل المشاريع التابعة للمنظمة Internal Intrapreneurship أو مستوى المفاوضة المؤسسية داخل التنظيم Internal Corporate Intrapreneurship و يعود الفضل إلى الباحث Gifford Pincgot الذي أبرز مفهوم المفاوضة المؤسسية على أنها مفاوضية يعمل بها في منظمة قائمة بالأصل.

3. ماهية المرافقة المفاوضية :

1.3 مفهوم عملية المرافقة:

يعتبر تعريف المرافقة، وخاصة مرافقة المؤسسة الصغيرة أمر معقد لحد ما، ويرجع سبب هذا التعقيد إلى (بوخمخ 2009، الصفحة 51):

تعدد الفاعلين في هذا المجال وتشعبهم؛

- تنوع أشكال المرافقة، وإجراءات تنفيذها.

ويعتبر التعريف الأكثر شمولاً لمهنة المرافقة هو الذي اقترح من طرف " أندري لوتأوسكي " " André Letowski"، وهو مسؤول عن الدراسات في وكالة إنشاء المؤسسات بفرنسا " APCE " في مذكرة داخلية أعدها، إذ نجده قد عرفها على أنها " تجنيد للهياكل والاتصالات والوقت من أجل مواجهة المشاكل المتعددة التي تعترض المؤسسة، ومحاولة تكييفها مع ثقافة وشخصية المنشئ".

أي أن مهنة المرافقة تتعلق بإتباع سيرورة تشمل ثلاث مراحل هي:

- استقبال الأفراد الذين يرغبون في إنشاء مؤسسة؛

- تقديم خدمات تناسب وشخصية كل فرد؛

- متابعة المؤسسة الفتية لفترة عموماً تكون طويلة (حسب طبيعة المرافقين).

2.3. مفهوم المرافقة المفاوضية:

يعتبر مصطلح المرافقة او " aller avec " مصطلح جد مستعمل يشار اليه في (التدريب، الاستشارة، الارشاد ...) حيث تعمل المرافقة على نقل شخص ما من حالة لأخرى والتأثير عليه من أجل اتخاذ قرارات.

4. نبذة حول نشأة الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر:

نشأت الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بعد تجربة قصيرة خاضتها بلادنا منذ سنة 1999 عبر تمويل مشاريع مصغرة أسند تسييرها للجماعات المحلية، ليأتي تنظيم الجزائر للملتقى الدولي حول تجربة الجزائر في مجال القرض المصغر سنة 2002 بمثابة حجر الأساس للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر حيث جاء من بين توصيات الملتقى ضرورة خلق هيئة تسند له مهمة مرافقة أصحاب المشاريع وتقديم الدعم والمساعدة التقنية لرفع النقائص التي كان يشهدها التسيير السابق للقرض المصغر.

وجاءت ثمار هذا الملتقى سنة 2004 عبر المرسوم الرئاسي رقم 13/0 المتعلق بجهاز القرض المصغر المعدل والمتمم بالمرسوم الرئاسي رقم 11/133. حيث نصت أحكامه على إنشاء وكالة تسند لها مهام تسيير القرض المصغر، وبالفعل جاء ذلك عبر نصوص المرسوم التشريعي رقم 04/14 المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

5. دراسة قياسية لمساهمة المرافقة المفاوضية في تحسين أداء المؤسسات بالوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر فرع بشار :

تتم الدراسة الميدانية بشكل اساسي على دراسة دور المرافقة المفاوضية بالوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر فرع بشار- في تحسين أداء المؤسسات , حيث يشمل هذا المبحث في التعرف على ميدان الدراسة و تحديد الطرق والأدوات المستعملة في جمع البيانات المتعلقة بدراسة الميدانية .

1.5. مجتمع الدراسة:

تركز هذه الدراسة على احد اهم الموضوعات التي تخص دور المرافقة المفاوضية في تحسين أداء المؤسسات ،أي كيف تستطيع الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر باستخدام عمليات المرافقة و تحسين اداء المؤسسات وهذا من خلال مجموعة من الاجراءات التي تحقق هذه الغاية .

2.5. عينة الدراسة :

تم تحديد حجم عينة الدراسة بشكل مسبق قبل توزيع استمارة الاستبيان , حيث تم توزيع حوالي 50 استمارة ،لم يسترجع 4 استبيانات منها واسترجعت 46 استمارة وقبلت 39 إستمارة وخضعت لدراسة اعتمدت طريقة التسليم والاستلام المباشر مع افراد العينة

3.5. أداة الدراسة :

تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاثة أقسام وهي كالتالي على الترتيب :

- **القسم الأول:** مقدمة مفادها تقديم موضوع الدراسة للمستقضي منهم ,وتعريفهم بهدفها الاكاديمي لتشجيعهم على المشاركة في الموضوع ,لذا قمنا بتقديم الدراسة على انها في اطار اكاديمي ,وان هدفها هو دراسة دور المرافقة المفاوضية في تحسين أداء المؤسسات , كما بينا ان جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها لن تستخدم إلا لأغراض علمية بحتة.

- **القسم الثاني:** يشتمل على الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة دراسة متضمنا (الجنس ,الرتبة الادارية العمر ,المستوى التعليمي ,الاقدمية)

- **القسم الثالث:** اشتمل على عبارة المتغيرين التابع و المستقل.

4.5. متغيرات الدراسة :

يتضمن موضوع الدراسة متغيرين اساسيين الاول متغير مستقل والمتمثل في المرافقة المفاوضية اما الثاني متغير تابع متمثل في أداء المؤسسات.

5.5. المعالجة الاحصائية لبيانات الاستبيان :

- ادوات التحليل الاحصائي: اعتمدت على برمجية ادخال البيانات المتوافر حزمة الاساليب الاحصائية المخصصة للبحوث الاجتماعية والمعروف بـ SPSS وأسلوب الفرز السطحي والذي يقصد به تحليل المتغيرات كل واحدة على حدة وذلك باستخراج نسبة تكرارها .

- المدى العام: تم استخدام مقياس (Likert) الخماسي في عبارات المتغير التابع والمستقل وفقا للتدرج التالي (5) موافق بشدة, (4) موافق, (3) محايد, (2) غير موافق, (1) غير موافق بشدة .

- لتحديد طول خلايا مقياس الخاص بقياس درجة وجود دور المرافقة المقاولتية في تحسين أداء المؤسسات ، تم حساب $4=1-5$ والحصول على طول الخلية نقوم بقسمة المدى العام على خمسة $0.8=5/4$ وبإضافة هذه القيمة الى الحد الأدنى لدرجة الموافقة نحصل على الحد الأعلى للمجال الذي يمثل الموقف المشترك لإجمالي افراد العينة و عليه ، اذا تراوحت قيمة المتوسط الحسابي المرجح لدرجة الموافقة حول اي عبارة من عبارات الاستبيان ما بين :

الجدول 1: مقياس ليكارت الخماسي

الاوران	المستوى	المتوسط المرجح
1	غير موافق بشدة	من 1 الى 1.79
2	غير موافق	من 1.80 الى 2.59
3	محايد	من 2.60 الى 3.39
4	موافق	من 3.40 الى 4.19
5	موافق بشدة	من 4.20 الى 5

المصدر : من اعداد الباحثين

- معامل ثبات و صدق الاستبيان:

الجدول 2 : معامل ثبات و صدق الاستبيان

عدد	Cronbach' Alpha	المحور
22	0.871	درجة صدق وثبات الاستبيان

المصدر : من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائج spss

معامل ألفا كرونباخ الفا Cronbach's Alpha قدرت قيمته بـ $87,1\%$ مما يبين صدق وثبات هذا الإستبيان.

- المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة :

جدول 3: تحديد المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري مع اتجاه العينة محور المرافقة المقاولاتية

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الملاحظة
01	المساعدة في تخطي العراقيل أثناء تنفيذ الإجراءات الإدارية.	4.59	0.751	موافق بشدة
02	سهولة الحصول على التمويل و تقليل الإجراءات و إختصارها	4.26	0.938	موافق بشدة
03	تساعد الوكالة المقاول لمواكبة كل جديد يتعلق بنشاط مؤسسته.	4.21	0.656	موافق بشدة
04	تساهم الوكالة في تغيير وضع المؤسسات نحو الأحسن.	4.26	0.751	موافق بشدة
05	توفر الوكالة خدمة الاستشارة من خبراء محليين و دوليين لأصحاب المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.	3.90	0.718	موافق
06	تقدم الوكالة خدمة الاستشارة القانونية و المالية و الجبائية.	3.87	0.732	موافق
07	للوكالة معلومات لازمة للمشروع بصفة متجددة و مستمرة.	3.92	0.739	موافق
08	تقوم الوكالة بالعملية التسويقية للمؤسسة.	3.72	0.887	موافق
09	للوكالة دور في الربط بين المؤسسات لتبادل الخبرات و المهارات.	3.85	0.779	موافق
10	تقوم الوكالة بمتابعة الإستثمارات المنجزة.	4.03	0.778	موافق
11	تقدير المخاطر التي يواجهها المقاول أثناء تنفيذ المشروع.	3.85	0.630	موافق
12	تقدم الوكالة معلومات حول السوق.	4.46	0.368	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على برنامج SPSS

جدول 4: تحديد المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري مع اتجاه العينة محور تحسين الأداء

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ملاحظة (اتجاه العينة)
01	إقتراحات العاملين تؤخذ بعين الإعتبار من قبل إدارة المؤسسة.	4.15	0.961	موافق
02	يوجد تشارك بين العاملين و تقديم حلول و خطط بغية تطوير العمل و تحديثه.	3.92	0.807	موافق
03	يوجد تزايد مستمر في الإنتاجية داخل المؤسسة.	3.82	0.970	موافق
04	إنجاز الأعمال الخاصة بالمؤسسة في ظرف وجيز أي إنخفاض في وقت الإنجاز.	3.97	0.668	موافق
05	زيادة أداء العمل في المؤسسة يتناسب مع الإمكانيات المتاحة و الموجودة.	3.79	0.864	موافق

06	الإستغلال الأمثل للإمكانيات المالية التي تتوفر عليها المؤسسة.	3.79	0.695	موافق
07	إستخدام مجمل إستثمارات المؤسسة بطريقة فعالة.	3.74	0.850	موافق
08	تحفيز الأفراد العاملين في المؤسسة من أجل رفع الأداء.	3.67	1.060	موافق
09	توفير الجو الملائم للبحث و الابتكار و التجديد.	3.77	0.986	موافق
10	وضع خطط إستراتيجية تتوافق مع أهداف المؤسسة.	3.45	0.299	موافق

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS

6.5. عرض نتائج الاستبيان :

- النتائج المتعلقة بالمعلومات الشخصية :

الجدول 5: توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار المطلق	التكرار النسبي
ذكر	24	61.5
أنثى	15	38.5
المجموع	39	100

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss

تتكون العينة المدروسة من 39 فردا، بحيث تزيد نسبة الذكور على نسبة الإناث، إذ نجد أن الذكور يمثلون 24 ذكر أي بنسبة 61.5% من العينة، في المقابل عدد الإناث يتمثل في 15 فرد أي بنسبة 38.5% من كامل العينة.

الجدول 6: توزيع العينة حسب العمر

السن	التكرار المطلق	التكرار النسبي
أقل من 25	1	2.6
من 25 - 40	32	82.1
أكثر من 40	6	15.4
المجموع	39	100.0

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss

تم تقسيم أفراد العينة المدروسة إلى ثلاثة فئات عمرية حيث نجد أن الفئة من 25 إلى 40 سنة تحتل المرتبة الأولى بما يعادل 32 فردا وهذا بنسبة 82.1%، ثم تليها الفئة أكثر من 40 بما يعادل 6 أفراد وهذا بنسبة 15.4%، أما الفئة أقل من 25 فتحتل المرتبة بنسبة 2.6%.

الجدول 7: توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار المطلق	التكرار النسبي
ثانوي وأقل	6	15.4
جامعي	26	66.7
مابعد التدرج	7	17.9
المجموع	39	100.0

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss.

من خلال العينة المدروسة التي تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات دراسية، حيث وجدنا أن الفئة الكبرى هي التي لديها المستوى التعليمي جامعي والمتكونة من 26 فردا بنسبة 66.7%، ثم يليها المستوى مابعد التدرج المتكون من 7 أفراد بنسبة 17.9%، في حين يليها المستوى التعليمي ثانوي وأقل المتكون من 6 أفراد بنسبة 15.4%.

الجدول 8 : توزيع العينة حسب الخبرة

الخبرة	التكرار المطلق	التكرار النسبي
أقل من 5 سنوات	2	5.1
من 06 إلى 10 سنوات	23	59.0
من 11 إلى 15 سنة	11	28.2
أكثر من 15 سنة	3	7.7
المجموع	39	100.0

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss

توزعت عينة الدراسة حسب أربع فئات للأقدمية أو الخبرة المهنية إلى: (23) عاملا (موظفين، رؤساء، أقسام) من الفئة الثانية التي لديها من 6 إلى 10 سنوات خبرة كأكثر نسبة بما يعادل 59.0%، ثاني أكبر نسبة المقدرة ب 28.2% أخذتها الفئة الثالثة ب 11 عاملا تنحصر مدة عملهم في المؤسسة من 11 إلى 15 سنة، تليها الفئة الرابعة بنسبة 7.7% تضم 3 عمال مدة عملهم في المؤسسة أكثر من 15 سنة، حيث كانت في الأخير الفئة الأولى أقل من 5 سنوات هي الأقل نصيبا من عدد العمال بعاملين و بنسبة قدرت ب 5.1%.

- حساب معامل الارتباط بين المتغيرين (التابع والمستقل) :

خلال هذا العنصر نحاول حساب درجة الارتباط معرفة نوعية العلاقة بين كل من محور المرافقة المقاولاتية وتحسين أداء المؤسسات باستخدام برنامج SPSS19 الذي سمح لنا بعرض النتائج التالية المبينة في الجداول التالية: فالجدول الموالي يوضح معامل الارتباط بين المرافقة المقاولاتية وتحسين أداء المؤسسات.

الجدول 9 : معامل الارتباط بين المرافقة المقاولتية و تحسين أداء المؤسسات

أداء المؤسسات	المرافقة القاوتية		
0.516 0.001 39	1 39	معامل الإرتباطسبيرمان Sig معنوية التكرارات	المرافقة المقاولتية
1 39	0.516** 0.001 39	معامل الإرتباطسبيرمان Sig معنوية التكرارات	أداء المؤسسات
عند مستوى معنوية 0.01			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS

من الجدول السابق يتبين أن معامل الارتباط سبيرمان قدر بـ 0.516 وهو موجب وأن معنوية Sig = 0.001 عند الدلالة الإحصائية 0.01، هنا نستطيع القول أن العلاقة الموجودة بين المحوريين المرافقة و الأداء علاقة ارتباط طردية، وذلك راجع لاقتراب معامل الارتباط من الواحد.

الجدول 10 : اختبار التداخل والارتباط الذاتي لمتغيرات الدراسة

العنصر	R	R ²
المرافقة المقاولتية و أداء المؤسسات	0.550	0.302

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على برنامج SPSS

نلاحظ أن المرافقة المقاولتية تؤثر في أداء المؤسسات بنسبة 30% وما تبقى يعود لعوامل أخرى.

7.5. اختبار فرضيات:

- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: العلاقة بين الاستقبال الجيد و تحسين أداء المؤسسات. H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للاستقبال الجيد لعملية المرافقة المقاولتية في تحسين أداء المؤسسات عند مستوى معنوية 05% .
- H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للاستقبال الجيد لعملية المرافقة المقاولتية في تحسين أداء المؤسسات عند مستوى معنوية 05% .

الجدول 12: العلاقة بين الاستقبال الجيد و تحسين أداء المؤسسات.

قبول الفرضية H ₁	المتغير التابع: تحسين الأداء					الإستقبال الجيد
	Sig مستوى الدلالة	R ² معامل التحديد	R معامل الإرتباط	معامل الثبات b	ميل خط الإنحدار a	
	0.03	0.093	0.305	2.37	0,296	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج spss

يبين الجدول أعلاه أن قيمة الارتباط بين الاستقبال الجيد لعملية المرافقة المفاوضية و تحسين أداء المؤسسات قدر ب 0,305 أي 30,5% فهو ارتباط ضعيف و لكن يخضع لعلاقة طردية أما معامل التحديد فبلغ 0.093 و يعني هذا أن التغير في تحسين الأداء سببه الاستقبال الجيد بنسبة 9.3% أما تبقى يعود لعوامل أخرى. وبما أن 0.05 أكبر من sig=0.03 فإننا نرفض فرضية العدم و نقبل الفرضية البديلة التي مفادها أنه يوجد تأثير للاستقبال الجيد لعملية المرافقة المفاوضية في تحسين أداء المؤسسات.

والمعادلة كانت كما يلي :

$$Y=0.296x_1+2.37$$

- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: العلاقة بين خدمات الإستشارة و تحسين الأداء

H₀: لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لخدمات الإستشارة على تحسين أداء المؤسسات عند مستوى معنوية 05% .

H₁: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لخدمات الإستشارة على تحسين أداء المؤسسات عند مستوى معنوية 05% .

الجدول 13: العلاقة بين خدمات الاستشارة و تحسين الأداء

قبول الفرضية H ₁	المتغير التابع: تحسين الأداء					خدمات الإستشارة
	Sig مستوى الدلالة	R ² معامل التحديد	R معامل الإرتباط	معامل الثبات b	ميل خط الإنحدار a	
	0.003	0,181	0,426	2.23	0.372	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج spss

يبين اللىوب أعلاه أن قيمة الارتباط بين آءامات الاسءشارة و آءسبن الأءاء قءر ب 0,426 أي 42,6% فهو إرباط ضعيف و لكن بىضع لعلاقة طرءية أما معامل الءءءء فبلع 0.181 و يعنى هذا أن الءعبر فى آءسبن الأءاء سببه آءامات الاسءشارة بنسبة 18.1% أما ما ببقى يعوب لعوامل أخرى. وبما أن 0.05 أكبر من sig=0.003 فإننا نرفض فرضية العءم و نقبل الفرضية البءءلة الءى مفاها أنه بوبء آأببر ذو ءلاله معنوبه لآءامات الإسءشارة على آءسبن أءاء المؤسساء. والمعاءلة كانت كما بلى :

$$Y=0.372x_2+2.23$$

- اءءبار الفرضية الفرعية الءالءة: العلاقة بين آءامات المءابعة و آءسبن الأءاء

H₀: لا بوبء آأببر ذو ءلاله معنوبه لآءامات المءابعة على آءسبن أءاء المؤسساء عءء مسءوبى معنوبه 05%

H₁: بوبء آأببر ذو ءلاله معنوبه لآءامات المءابعة على آءسبن أءاء المؤسساء عءء مسءوبى معنوبه 05% .

اللىوب 14 : العلاقة بين آءامات المءابعة و آءسبن الأءاء

المءببر الءابع: آءسبن الأءاء						
آءامات المءابعة	مبلى آءء الإءءار a	معامل البءاب b	R معامل الإرباط	R ² معامل الءءءء	Sig مسءوبى ءلاله	قبول الفرضية H ₁
	0.437	2.05	0,535	0.287	0.000	

المصدر: من إءءاء الباءءبن اعءماءا على نءابج spss

يبين اللىوب أعلاه أن قيمة الارتباط بين آءامات المءابعة و آءسبن أءاء المؤسساء قءر ب 0,535 أي 53,5% فهو إرباط مءوسء و لكن بىضع لعلاقة طرءية أما معامل الءءءء فبلع 0,287 و يعنى هذا أن الءعبر فى آءسبن الأءاء سببه آءامات المءابعة بنسبة 28,7% أما ما ببقى يعوب لعوامل أخرى. وبما أن 0.05 أكبر من sig=0.000 فإننا نرفض فرضية العءم و نقبل

الفرضية البديلة التي مفادها أنه يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لخدمات المتابعة على تحسين أداء المؤسسات. والمعادلة كانت كما يلي:

$$Y=0.437x_1+2.05$$

- اختبار الفرضية الرئيسية:

العلاقة بين المرافقة المقاولاتية و تحسين أداء المؤسسات في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمرافقة المقاولاتية في تحسين أداء المؤسسات عند مستوى معنوية 05% .

H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمرافقة المقاولاتية في تحسين أداء المؤسسات عند مستوى معنوية 05% .

الجدول 15: العلاقة بين المتغيرات المستقلة و تحسين أداء المؤسسات (متغير تابع)

المتغير المستقل المرافقة المقاولاتية	ميل خط الإنحدار a	المتغير التابع: تحسين الأداء			معامـل الثبات b	R	R ²	Sig	قبول الفرضية H ₁
		معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة					
	0.622	1.45	0,550	0.302			0.000		

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج spss

يبين الجدول أعلاه أن قيمة الارتباط بين المرافقة المقاولاتية و تحسين أداء المؤسسات قدر ب 0,550 أي 55% فهو إرتباط متوسط و لكن يخضع لعلاقة طردية أي كلما زادت المرافقة المقاولاتية في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر كلما زاد أداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة أما معامل التحديد فبلغ 0,302 و يعني هذا أن التغير في تحسين الأداء سببه المرافقة المقاولاتية بنسبة 30.2% أما ما تبقى يعود لعوامل أخرى. وبما أن 0.05 أكبر من sig=0.000 فإننا نرفض فرضية العدم و نقبل الفرضية البديلة التي مفادها أنه يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمرافقة المقاولاتية على تحسين أداء المؤسسات. والمعادلة كانت كما يلي :

$$Y= 0 ,622 X + 1 ,45$$

5. خاتمة :

تلعب المؤسسات المصغرة دوراً مهماً في التنمية الاقتصادية لأي بلد بفضل المزايا والمرونة العالية التي تتمتع بها مقارنةً بنظيراتها من المؤسسات الضخمة، لكنها من جهة أخرى تعاني غالباً من هشاشة خطيرة التي تكمن في استدامة تأسيسها حديثاً و في العقبات التي تواجهها عند انطلاقها، خصوصاً المؤسسات الحديثة التي تحتوي على درجة عالية نسبياً من المخاطرة ، ويكمن الحل في نظر المختصين في تطوير آليات دعم ومرافقة متنوعة بتنوع احتياجات المشاريع، من أجل تحسين أدائها، حيث تقدم الدعم والتوجيه اللازمين لزيادة فرص نجاح المشاريع الوليدة وتسريع وتيرة التنمية .

✓ نتائج الدراسة :

- إن المقاوله هي الركيزة الأساسية لبناء التقدم الاقتصادي بصفة عامة و نجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بصفة خاصة.
- تقدم المرافقة المقاولاتية تشكيلة متنوعة من الخدمات و تؤثر في إنشاء مؤسسات مصغرة بأداء متميز.
- هنالك عدة متغيرات تدفع بالوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر لتبني المرافقة المقاولاتية لتحسين أداء المؤسسات.
- الخدمات التي تقدمها الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر تدعم انشاء مقاوله مصغرة مبتكرة و تجنبها المخاطر.
- تؤثر المرافقة بصورة ايجابية في تحقيق مسار المؤسسة الجيد.
- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للاستقبال الجيد لعملية المرافقة المقاولاتية في تحسين أداء المؤسسات.
- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لخدمات الإستشارة على تحسين أداء المؤسسات.
- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لخدمات المتابعة على تحسين أداء المؤسسات.
- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمرافقة المقاولاتية على تحسين أداء المؤسسات.

6. قائمة المراجع :

- ابراهيم بدران. الريادية. الأردن: دار الشروق للنشر و التوزيع، 2013.
- بلقاسم ماضي، عبير حفيفي. "ثقافة المؤسسة و المقاولاتية." الملتقى الدولي الأول حول المقاولاتية : التكوين و فرص الأعمال، جامعة بسكرة، الجزائر، 6-7-8 افريل، 2010: 7.
- حمزة لفقير. "دور التكوين في دعم الروح المقاولاتية لدى الأفراد." مجلة الاقتصاد الجديد، لعدد 12، مجلد 1، برج بوعرييج، الجزائر، 2015: 119.
- خديري توفيق، حسين الطاهر. "المقولة كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية : المسارات و المحددات." الملتقى الوطني حول واقع و افاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة و لمتوسطة في الجزائر ، جامعة الوادي، 2013: ص 4.
- صندرة صايبي. سيرورة إنشاء مؤسسة أساليب المرافقة. جامعة قسنطينة، الجزائر: دار المقاولاتية، 2009.
- تأليف إدارة الإبداع و الابتكار في منظمات الأعمال، بقلم عاكف لظفي خصاونة، 143. عمان ، الاردن: دار الحامد للنشر و التوزيع، 2011.
- عبد الفتاح بوخمخم. "صندرة سايبي، دور المرافقة في دعم إنشاء المؤسسات الصغيرة : واقع التجربة الجزائرية3." المؤتمر الثاني القضايا الملحة للاقتصاديات الناشئة في بيئة الأعمال الحديثة، كلية الأعمال، الجامعة الأردنية. عمان، الأردن: الجامعة الأردنية، 2009. 51.
- فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي. الريادة و إدارة الأعمال الصغيرة. عمان: دار الحامد، 2006.
- مجدي عوض مبارك. الريادة في الأعمال، إريد. الأردن: عالم الكتب الحديثة، 2009.
- منيرة سلامي. "التوجه المقاولاتي للشباب في الجزائر." الملتقى الدولي حول استراتيجيات التنظيم و مرافقة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 18-19 افريل، 2012: 2.

قيم المواطنة الذكية وتحديات الرقمنة في الإمارات العربية المتحدة Smart citizenship values and digitization challenges in the United Arab Emirates

أ. د. يحيى هادية
Yahiaoui hadia
جامعة عباس لغرور خنشلة - الجزائر
مخبر الدراسات القانونية والسياسية والشرعية
yahiaoui.hadia@univ-khenchela.dz

ط. د. جميل هاجر
Djemil hadjer
جامعة لغرور عباس خنشلة - الجزائر
مخبر الدراسات القانونية والسياسية والشرعية
djemil.hadjer@univ-khenchela.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/04/11

تاريخ الاستلام: 2023/02/04

الملخص :

يمثل مفهوم المواطنة الذكية تحولا نوعيا في الممارسة الديمقراطية المعاصرة، وتعد الإمارات العربية المتحدة من الدول العربية الرائدة في هذا المجال باحتلالها المراتب الأولى في توظيف التكنولوجيا الحديثة في صياغة ناجعة لعلاقة المواطن بدولته، فبتبنيها لنهج الحكومة الذكية تكون بذلك قد رسخت لمئاته هذه العلاقة راسمة استراتيجيات رفيعة من اجل حماية المعلومات الفردية والعامه من كل أنواع التهديدات التي من شأنها أن تقوض الهدف المنشود، فنرى في التجربة الإماراتية نموذجا يفيد تطبيقه بالنظر إلى المشتركات العديدة التي تجمع بين الدول العربية . وهو ما تسعى ههه الورقة إلى تبيانها حيث تستهدق البحث في مدى استفادة الإمارات العربية المتحدة من الذكاء الاصطناعي في ترسيخ قيم المواطنة

كلمات مفتاحية: المواطنة، المواطنة الذكية، الرقمنة، الديمقراطية الرقمية، المشاركة الالكترونية، القيم

تصنيفات JEL : A2, O31

Abstract :

The concept of smart citizenship represent a qualitative change in democratic practice. The united Arab emirates is one of leading Arab countries in this field of occupying the first tanks in employing modern technology

In an efficient formulation of the citizen relationship with his state by adopting the smart government The relation between the citizen and his state will be established following high level strategies in order to protect the personal information.

Key words: .citizenship, smart citizenship, digitalization, Digital, Democracy, e-participation, values
JEL Classification Codes: A2, O31

1. مقدمة:

بفعل مخرجات العولمة شهدت البشرية في القرن الحادي والعشرين ثورة رقمية اجتاحت كافة مناحي الحياة التي تأثرت مختلف قيمها التقليدية، فاسحة المجال أمام تحولات نوعية في مضامين العملية الاتصالية ووسائلها. كما دفع ظهور وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى إعادة التفكير، ومناقشة الآليات التقليدية لعلاقة الحاكم بالمحكوم وفق منظور حقوقي واسع المدى يواكب مفاهيم جديدة كالرقمنة والمواطنة الذكية.

تماشياً مع التوظيفة السالفة، عمدت عديد الدول العربية، وفي صدارتها الإمارات العربية المتحدة إلى إصلاح منظومتها السياسية، وأجهزتها البيروقراطية بشكل يتيح لمواطنيها مباشرة حقوقهم في أريحية مقبولة، كما يتيح تنشئة سياسية جديدة تستجيب لمتطلبات الحياة السياسية العصرية، ولرغبة المواطنين في المشاركة المجتمعية العامة، وهي احتياجات نوعية فرضتها عولمة المنظومة العلاقاتية البشرية.

انطلاقاً من هذا الطرح تهدف هذه الورقة البحثية إلى فحص تأثيرات الرقمنة والوسائل التكنولوجية على العلاقة بين المواطن وحكومته ضمن حدود مكانية تركز على التجربة العربية الإماراتية كحالة للدراسة اعتباراً للنتائج الإيجابية التي حصلت لها الدولة في هذا الإطار.

تنطلق الدراسة من طرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى تمكنت الإمارات العربية المتحدة من التحكم في تأثيرات سياسات الرقمنة على قيم المواطنة الذكية؟

منهجية الدراسة

اقتضت طبيعة البحث الاعتماد مقارنة منهجية أساسها الوصف وتحليل والتفسير باستخدام

- المنهج الوصفي بهدف استعراض التحرية الإماراتية ضمن موضوع الدراسة
- منهج دراسة الحالة ونلمسه في تفكيك خصوصية حالة الإمارات العربية المتحدة في مجال الرقمنة والمواطنة
- مسح إحصائي لتدعيم الدراسة

القسم الأول: الضبط المفاهيمي لمتغيرات الدراسة

أفضى التطور التكنولوجي إلى إدخال عملية الرقمنة إلى كل مجالات الحياة، بما فيها الخدمة العمومية مما مكن المواطن على اقتناء خدماته عن طريق نقرات من هاتفه الذكي، وهي العملية

التي يعبر عنها بالمواطنة الذكية حيث تسعى الدولة من خلال هذا النوع الجديد من المواطنة بتوجيهه، والتحكم في عملية الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة دون المساس بخصوصية المواطن وحرياته. تعد هذه المصطلحات بعيدة على العلوم السياسية، فهي تتعلق بالأساس بمجال الإعلام الآلي والتكنولوجي والتي غيرت الكثير من المفاهيم في الآتي سنعرض أهم هذه المصطلحات ذات الصلة بموضوع الدراسة.

تعريف القيم

- تعرف القيم على " أنها مجموعة العادات، والأعراف، ومعايير السلوك، والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس، أو جماعة، أو فرد". (شمس، 2017، صفحة 18)

إجرائيا القيم هي مجموعة المبادئ، والصفات الأخلاقية المرغوبة، والتي تمثل ثقافة مجتمع ما، والتي يتم التعبير عنها بالأقوال والسلوكيات.

تعريف المواطنة

"مكانة أو علاقة اجتماعية تقوم بين فرد طبيعي ومجتمع سياسي (دولة)، ومن خلال هذه العلاقة يقدم الطرف الأول وهو (المواطن) الولاء والانتماء في من جميع الجوانب (الدينية، الثقافية، السياسية) وغيرها، ويتولى الطرف الثاني الحماية (الدولة)". (صفرار، 2018/2017، صفحة 07)

- كما عرفتها الموسوعة السياسية بأنها "صفة المواطن الذي يتمتع بالحقوق، ويلتزم بالواجبات التي يفرضه عليه انتماءه إلى وطن وأهمها واجب الخدمة العسكرية، وواجب المشاركة المالية في موازنة الدولة". (دحمان، 2013/2012، صفحة 29)

إجرائيا

هي علاقة طبيعية تجمع بين المواطن ودولته يتمتع من خلالها المواطن بحقوق، ويلتزم بالواجبات، يقدم الطرف الأول فيها الولاء والانتماء في مختلف جوانب الحياة، أما الثاني فيتولى عملية الحماية.

تعريف المواطنة الذكية

- "عبارة عن مجموعة القواعد، والضوابط، والمعايير، والأعراف المتبعة في الاستخدام الأمثل والقيم للتكنولوجيا، والتي يحتاجها المواطنون صغارا وكبارا من اجل المساهمة في رقي الأوطان والمجتمعات فهي تهتم بالتوجيه والحماية، والتعامل توجيه نحو منافع التكنولوجيا الحديثة والحماية من أخطارها، وفهم لقواعد السلوك فيما يتعلق بالتكنولوجيا، واستخدامها بالمدن الذكية من خلال الخدمات الذكية التي تقدمها القائمة على التكنولوجيا والتقنيات الرقمية، فالمواطنة الذكية

أكثر من مجرد أداة تعليمية، بل هي وسيلة لإعداد لجيل واعٍ متقن بمخاطر وإيجابيات التكنولوجيا إعداد جيداً من أجل مجتمع تكنولوجي رقمي صحي" (اسماعيل، 2018، صفحة 93) - "عبارة عن قواعد السلوك المناسب والمسؤول فيما يتعلق باستخدام التكنولوجيا، والمواطنة الذكية ليست مجرد مجموعة من القواعد لما يمكن القيام بها على شبكة المعلومات، ولكنها تعد نظرة شاملة لكيفية قيام الأفراد بحل المشكلات، والمشاركة بنشاط على شبكة المعلومات بخاصة من خلال المنصات والمجتمعات الإلكترونية والشبكات الرقمية". (العسكري، 2019، صفحة 91)

إجرائياً

وهي عبارة على مجموعة المبادئ، والقواعد، والضوابط التي ينبغي الالتزام بها أثناء استخدام التكنولوجيات الحديثة، ما يضمن استخدام امثل وذكي وقويم لكل فئات المجتمع، هذا ما يساهم في إنشاء مواطنين رقميين أذكياء قادرين على تحقيق الرقي لمجتمعاتهم، والمواطنة الذكية تكمن معالمها في استخدام التكنولوجيات الذكية الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية.

تعريف قيم المواطنة الذكية

هي عبارة عن مبادئ وضوابط أخلاقية فرضتها الدولة لتقويم سلوكيات الأفراد في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، بغية تكوين مواطنين صالحين هدفهم ترقية وتطوير أوطانهم.

تعريف الرقمنة

- "عملية نقل، أو تحويل البيانات إلى شكل رقمي للمعالجة بواسطة الحاسب الآلي، وفي نظم المعلومات" (فتحي عبد الهادي، 2010) - كما يشار إلى الرقمنة على "أنها تحويل النص المطبوع الصور الفوتوغرافية، والإيضاحات، والخرائط... الخ) أو باستخدام وسيلة للمسح الضوئي لإمكان عرض النتيجة على شاشة حاسب آلي، وفي الاتصالات عن بعد يقصد بالرقمنة تحويل الإشارات التناظرية المستمرة إلى إشارات رقمية نابضة، وفي عمل المكتبات والمعلومات يقصد بالرقمنة "عملية إنشاء نصوص رقمية من الوثائق التناظرية" (يس، 2013، صفحة 18)

- ويرى تيري كاني Terry Kunny "أن الرقمنة هي عملية تحويل مصادر المعلومات على اختلاف أشكالها (كتب، دوريات، صور، تسجيلات صوتية...) إلى شكل مقروء آلياً بواسطة استخدام الحاسب الآلي عبر النظام الرقمي الثنائي Bits، والذي يعد وحدة المعلومات الأساسية لنظام معلومات آلي قائم على استخدام الحاسبات الآلية، وتحويل المعلومات إلى مجموعة من الأرقام الثنائية، يمكن ان يطلق عليها "الرقمنة"، ويتم القيام بهذه العملية باستخدام مجموعة من التقنيات والأجهزة المتخصصة". (عكنوش، 2010، صفحة 148)

إجرائيا

تحويل الخدمات الحكومية إلى خدمات رقمية ذكية من خلال نقل الوثيقة من شكلها المادي إلى طبيعة رقمية يمكن معالجتها واستحضارها بسهولة. تعد الرقمنة عملية تحويل البيانات من الطبيعة المادية الورقية إلى معلومات رقمية تسهل معالجتها واسترجاعها، ليستفيد منها المواطن من خلال نقرات على المواقع أو تطبيقات الموجودة في هاتفه الذكي، ما يوفر الجهد والوقت ويحقق الشفافية، والقضاء على كل مظاهر الفساد الإداري والمحسوبية التي أرهقت كاهل الإدارة التقليدية.

ومن خلال هذا التعريف نعرج على تعريف الحكومة الذكية التي تعتبر المرحلة البعيدة للحكومة الالكترونية، حيث عرفت بأنها "مفهوم عصري يقوم على الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات، من أجل توفير الخدمات الحكومية للمواطنين، المقيمين، والزوار، قطاع الأعمال، والدوائر الحكومية، وموظفيها عبر قنوات الكترونية متعددة، من أجل تيسير معاملاتهم وتسهيل حياتهم". (الخمايسة، 2017، صفحة 187)

الديمقراطية الرقمية

- يعرفها جمال محمد غيطاسغلى أنها "توظيف أدوات تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات الرقمية في توليد وجمع وتصنيف وتحليل وتداول كل المعلومات، والبيانات، والمعارف المتعلقة بممارسة قيم الديمقراطية، وآلياتها المختلفة، بغض النظر عن الديمقراطية وقالبها الفكري ومدى انتشارها وسلامتها مقصدها وفعاليتها في تحقيق أهدافها". (هرود، 2017)

- وعرفت أيضا على أنها "أنها المشاركة في الاقتراع عن طريق شبكة المعلومات، والحاسوب باستخدام البريد الإلكتروني، والرسائل القصيرة، وغيرها من الوسائط، والأدوات الرقمية، والالكترونية، ما ييسر للمواطنين المشاركة في التصويت عبر الإنترنت، مما يعزز حقوقهم السياسية" (رمضان، 2017، صفحة 80)

إجرائيا

الديمقراطية الرقمية هي استغلال التكنولوجيات الحديثة والمقرنة في ممارسة العمليات السياسية سواء الرسمية، أو غير الرسمية، من عمليات انتخابية، واستطلاعات الرأي العام حول قضية معينة. المشاركة الالكترونية (الافتراضية)

- "عملية انخراط المواطنين من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السياسة، وصنع القرارات من خلال التفاعل بين مجال المجتمع المدني، والمجال السياسي الرسمي، وبين مجال المجتمع

المدني، والإدارة متجسدا في إتاحة المعلومات، وتوظيف المداخلات لتعزيز المشاركة، ومعرفة احتياجات المواطنين". (زدام، 2018، صفحة 98)

إجرائيا

المشاركة الالكترونية هي إشراك المواطنين في عملية صنع القرارات من خلال الوسائط الالكترونية الحديثة كوسائل التواصل الاجتماعي، التي أصبحت مجالا للتعبير المواطن عن آرائه حول سياسة، أو قرار معين، والتعبير عن انشغالاته الضرورية دون خوف، أو قمع هذا ما سهل عملية التواصل بين القيادات والمواطنين.

تعتقد الباحثة بان للرقمنة والمواطنة الذكية مقومات أساسية مشتركة، وتمثل في الألياف الضوئية، وتوفير الإنترنت فائق السرعة على أوسع نطاق جغرافي، وتوفير البيئة التمكينية الداعمة للأطر التشريعية والتنظيمية، ووضع سياسات لحماية المستخدمين، وتطوير البنية التحتية السحابية، ورصد سرعة الإنترنت، والعمل على تطويرها وتحسينها بصورة مستمرة (الوطن). وهذا بالإضافة إلى السهر على تكوين وتعليم المواطن في المجال التكنولوجي بغية انتاج مواطن صالح يستفيد من إيجابيات التكنولوجيا، ويساهم في عملية تطوير وترقية وطنه، وتوفير الأجهزة الالكترونية اللوحية التي تساهم في رسم معالم الرقمنة والمواطنة الذكية. .

القسم الثاني: تجليات المواطنة الذكية في الإمارات العربية المتحدة

استخدام الشباب الإماراتي للوسائل التواصل الاجتماعي

احتلت الإمارات العربية المتحدة الصدارة في مجال المواطنة الذكية حيث استطاعت ان توفر خدمات الانترنت لسكانها بنسبة %99 (ويليامز) ليكتسوا مساحة إضافية للمناقشات، ولإبداء الرأي في المسائل السياسية، وتعبيرا عن تصوراتهم وأفكارهم حول الحياة العامة والعيش المشترك. ويدكر تقرير صادر عن موقع «Global Media Insight» المتخصص أن عدد الحسابات النشطة في دولة الإمارات قد بلغ 38.63 مليون حساب (موقع الخليج <https://rb.gy/hy8fjd>) مع تصدر اليوتيوب طليعة الاستخدامات يليه الفاييس بوك، كما صنفت المشاركة الالكترونية بالإمارات العربية ضمن المرتبة السادسة عالميا وفق مؤشر تقرير الأمم المتحدة للحكومة الالكترونية. (استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من اجل تنفيذ اتفاقية الامم المتحدة، 2016)، مما يعكس شفافتها ونزاهتها من خلال فتح المجال

للمواطنين بتقديم اقتراحاتهم للحفاظ على العدالة والمساواة بينهم من خلال التواصل مع الشخصيات السياسية، والجدول الموالي يبين معدل التغريدات لشخصيات إماراتية. أ. أشهر خمس شخصيات سياسية استعمالاً للمواقع التواصل.

الجدول 2: العنوان أشهر خمس شخصيات سياسية استعمالاً للمواقع التواصل

التغريدات عدد	المتحدة الإمارات في شخصيات خمس أشهر قائمة
1136983	(HHSheikh Mohammed@)HShkMohd
865241	HamdanMoham@(Hamdan bin Mohammed)med
249548	زايد بن محمد أخبار (MBZNews@)
30188	نهيان آل زايد بن سيف (aifBZayed@)
19639	الإمارات برق (AE_BARQ@)

المصدر: ناصر محمد عبيد، الضحوي، ص 56

هي عبارة عن حسابات حكومية رسمية على موقع تويتر، فالأول لشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس دولة وزير الدفاع، وحاكم إمارة دبي ساهم في العديد من الإصلاحات أهمها: إطلاق استراتيجية الحكومة الاتحادية في عام 2008 ورؤية الإمارات 2021، وكذا المبادرات كمهرجان دبي للتسوق، وحكومة الالكترونية، أما الثاني لحمدان بن محمد بن راشد آل مكتوم ولي العهد الابن الثاني للشيخ بن راشد آل مكتوم تم تعيينه رئيساً للمجلس التنفيذي 09 سبتمبر 2006 أطلق العديد من المبادرات منها الألعاب الحكومية تحدي اللياقة شركاء دبي للابتكار وغيرها عرف بحرصه الدائم على الالتقاء بالمواطنين دون أية حواجز ويعتبر من بين القادة الأكثر تأثيراً في المنطقة العربية، وتمثل حساباته على مواقع التواصل الاجتماعي منبرا للمناقشة السياسات والمبادرات المتنوعة والخلاقة التي تضعها حكومة دبي. والثالث لمحمد بن زايد بن سلطان آل نهيان ولي عهد ورئيس المجلس التنفيذي لإمارة أبوظبي شغل العيد من المناصب، وعرف بجهوده الكبيرة لتعزيز المعايير التعليمية في إمارة أبوظبي لرفقي به إلى المعايير الدولية وبعد توليه للمجلس التعليم عمل جاهداً على إقامة شراكات مع المؤسسات التعليمية والمراكز الفكرية العالمية، أما الرابع فهو يعود للفريق سمو الشيخ سيف بن زايد بن سلطان آل نهيان هو نائب رئيس مجلس الوزراء، ووزير الداخلية، وعضو بالمجلس الأعلى للأمن الوطني في دولة الإمارات العربية المتحدة، تقلد العديد من المناصب القيادية ومن إنجازاته الشرطة والأمنية إطلاق مشروع الشرطة المجتمعية، وتأسيس مراكز وزارة الداخلية لتأهيل وتشغيل ذوي الاحتياجات الخاصة ومركز الدعم الاجتماعي، وضع الخطة الخمسية للتطوير الاستراتيجي لشرطة

أبوظبي، والإشراف على وضع الهيكل التنظيمي الجديد لشرطة أبوظبي، وإيجاد حل دائم عبر اتخاذ مجموعة من الخطوات الأمنية في مشكلة استخدام الأطفال في سباقات الهجن، والعملية لمواجهة وإطلاق مشروع بصمة العين الذي نجح في منع أكثر من 114 ألف شخص من العودة إلى الدولة منذ بداية تطبيقه، ومشروع هيئة الإمارات للهوية. (موسوعة ويكيديا)

أما الخامس هي عبارة عن صفحة إعلامية يتم فيها عرض القضايا التي تم الشباب مثل التدخين وغيرها.

الحكومة الالكترونية

تتجسد مظاهر الحوكمة الالكترونية في ظل وجود الحكومة الذكية مجموع الخدمات التي تقدمها لمواطنيها التي سهلت عملية التواصل بين الحاكم والمحكوم، وزيادة المصداقية والشفافية بينهم. فحسب إحصائية أوت 2019 التي أصدرتها هيئة تنظيم قطاع الاتصالات بلغ معدل مستخدمي خطوط الهواتف الأرضية الثابتة ب26.2، خط ارضي لكل 100 نسمة، في حين بلغ معدل مستخدمي الهاتف المحمول ب213.8 مستخدم لكل 100 نسمة، وبلغ معدل المشتركين في شبكة الانترنت ب33.94 مستخدم لكل 100 نسمة والتميز الانترنت (ae) (بوابة الرسمية للحكومة الامارات العربية المتحدة) ومعدل استخدام الانترنت قدر 3 ساعات 31 دقيقة، حيث نجد نسبة 45% من رواد التواصل الاجتماعي يستخدمون لأغراض مرتبطة بالعمل، بينما بلغ متوسط المتصفحين لهذه المواقع إلى ساعتين و57 دقيقة . (بنكاسم)

ومن خلال نسبة الزيارات للموقع الرسمي الخاص بالخدمات الحكومية المحلية والاتحادية نجد معدل الخدمات قدر ب4 ملايين خدمة، وقدرت الخدمات الالكترونية في الإمارات بحوالي 2.445 خدمة الكترونية، مجزئة بين الخدمات الإجرائية التي قدرت ب1.983 والمعلوماتية ب177، واجتماعية ب29، ووظيفية ب86 وقدرت التجارية ب70 حيث تقدم هذه الخدمات من خلال الدخول الذكي بدلا من الهوية الرقمية، حيث تتميز الخدمات الالكترونية بمجموعة من الخصائص التي تمكن المتعامل تحميل المستندات، وحفظ الطلب لتقديمه في أي وقت لاحق، ومن الخدمات الالكترونية الأكثر تداولاً في 2019 خدمات الإذن بالدخول ب2.382.111 إلى جانب خدمات دفع الفواتير الكهرباء والماء ب1.866.107، في حين قدرت المخلفات المروية ب1.553.681، وخدمات تحديد تصريح وعقد عمل ب1.453.908، أما فيما يخص خدمات عقد عمل داخل الدول قدرت ب1.123.999، أما تصاريح الإقامة ب761.821 وتحديد بطاقة

الهوية ب: 697.538، وخدمات إصدار بطاقة جديدة قدرت ب: 523.751. (بوابة الرسمية للحكومة الامارات العربية المتحدة)

التصويت والانتخابات

اتبعت الإمارات العربية نظام التصويت الالكتروني كأول دولة عربية، واستعملته لاختيار مجلسها الوطني الاتحادي الأربعين كأول مرة، وهو نظام أكثر دقة وأماناً وشفافية في العالم يعمل بطريقة مشفرة يمنع أي شخص من تغيير بيانات الناخب، فبعد ان يصوت الشخص تتجه البيانات مباشرة إلى النظام بشكل مشفر يستحيل على أي شخص فكها إلا الأشخاص المخولين من قبل اللجنة لهذا العمل، والذين يملكون مفاتيح البيانات الأمر الذي يشجع المواطنين على الإقبال للإدلاء بأصواتهم متأكدين من نزاهة عملية الاقتراع. (اللجنة الوطنية للانتخابات)

حرية الرأي والتعبير

عرفت الصحافة في الإمارات العربية المتحدة نقلة نوعية خاصة بعد القرارات، أو التوجيهات التي أصدرها صاحب السمو الشيخ بن راشد آل مكتوم حاكم دبي، ونائب رئيس الدولة، ورئيس مجلس الوزراء التي تقتضي بمنع حبس الصحافي بسبب عمله، وذلك 25 سبتمبر 2007، وان أي مخالفة يرتكبها الصحفي لاتصل إلى السجن، حيث لقت هذه القرارات إشادات كبيرة على المستويين المحلي والدولي خصوصاً من اتحاد الصحفيين العرب والاتحاد الدولي للصحفيين، واعتبروه بمثابة طوق نجاة وتعد حرية التعبير عن الرأي في الإمارات العربية المتحدة من الحريات التي كفلها الدستور. (الحمودي، الصفحات 05-06)

وفي ظل هذه القرارات المتعلقة بحرية الصحافة، ومع وجود الانترنت وظهور ما يعرف بالديمقراطية الرقمية وجد الشباب الإماراتي متنفساً لتعبير عن أفكاره وانشغالاته، من خلال التعليق على القرارات الرسمية والسياسية بحرية من دون قيد، أو رقابة كونها متاحة للجميع على مدار الوقت، والاحتجاج الرقمي الفردي والجماعي، حملات للتنديد ألقصري، الإهمال الطبي وغيرها من انتهاكات حقوق الإنسان التي تحتاج لمناصرة مجتمعية وأحياناً دولية. حيث أصبحت وسيلة لتفعيل المشاركة السياسية لتهتم بها السلطات و تأخذها بعين الاعتبار، وهذا ما ضعف من هيمنة وسائل الإعلام التقليدية في صناعة الأخبار والمعلومات محلياً ودولياً. (هردو، 2017)

استطلاعات الرأي

استفادت استطلاعات الرأي العام من الشبكة العنكبوتية من خلال رفع الشروط التي كانت تضعها الحكومات لإجراء الاستطلاعات، أو تحكم جهات حكومية محددة فيها، حيث أصبح بمقدور الجهات غير حكومية، والأشخاص، والمواقع الإخبارية وغيرها، القيام باستطلاعات الرأي بتكلفة شبه معدومة وبسهولة حيث تتوقف على مصداقية الموقع، أو الشخص الذي سيجري

الاستطلاع، هو ما يعزز الشفافية و المصادقية بين الحكومة وشعبها. (هدو، 2017) ومن خلال الاستطلاع " الوعي السياسي بين الشباب الإماراتي "الذي أجرته وزارة الدولة لشؤون المجلس الوطني الاتحادي بالتعاون مع كليات التقنية العليا، والذي كانت نتائجه كالأتي 95% من الشباب يدركون أهمية دور المجلس الوطني الاتحادي فيما أعرب 70% من الطلبة عن رضاهم عن أداءه، وعبر 68.5% منهم عن رضاهم عن الطريقة المعتمدة لاختيار أعضائه، في حين بلغت نسبة المهتمين بتحسين الاجتماعي ب 64%، و نسبة المهتمين في التطوير الاقتصادي 19% وبلغت نسبة المهتمين في التطوير السياسي ب 17% كما اظهر الاستطلاع ان نسبة 85% أبدوا استخدام التصويت الالكتروني، في حين كانت نسبة الذين ابداو رغبتهم في التصويت في الانتخابات القادمة ب 75%، ومثلت نسبة 50% من الطلبة المهتمين بالمشاركة في الأنشطة السياسية المتصلة بالانتخابات الإمارات العربية المتحدة وزارة الدولة لشؤون المجلس الوطني الاتحادي. وهذا ما أكده وكيل وزارة الدولة لشؤون المجلس الوطني الاتحادي سعادة طارق هلال ان الوزارة تعمل على تعزيز ثقافة المشاركة السياسية بين أفراد المجتمع وخاصة فئة الشباب باعتبارها الفئة الأكثر أهمية. (الاتحادي، 2013)

آلية التنظيم والفعل السياسي في الإمارات

استطاعت الإمارات العربية المتحدة ان تحقق نجاحات عظيمة على الصعيدين الداخلي والخارجي، ومن أهم هذه النجاحات تأسيس الكيان الاتحادي وبقاؤه واستمراره إلى يومنا هذا. فبقاء نظامها السياسي قويا وفاعلا في منطقة مضطربة ومتوترة كالخليج العربي يعد انجازا في حد ذاته، هذا لا يعني خلو الاتحاد من الثغرات، والصعوبات فإتباع أسلوب الحنكة والثاني هو السبيل الوحيد لمواجهة هذه التحديات، حيث استطاعت الدولة الاتحادية من خلال تشريعاتها الاتحادية من بسط نفوذها، والوصول إلى كل فرد من أفراد الإمارات، كما ساهمت القوانين الاتحادية على تغلغل الحكومة الاتحادية في كافة الجوانب الحياتية.

من أهم ما حققته الدولة الاتحادية على الصعيد السياسي هو الدمج المؤسسي، والقانوني، والتشريعي قد أوصل عمليات الدمج إلى مراحلها المتقدمة ومتداخلة من تاريخ تأسيسه 1971، وهو ما أوصله إلى مرحلة النضوج والاستقرار، للمحافظة على بقاءه لا بد من تضاعف الجهود حتى لا يكون مستقبل الاتحاد في خطر. دون ان نتجاوز دور القائد السياسي الذي أسهم في إقامة دولة اتحادية ناجحة على المستوى العربي الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان، وهذا راجع إلى حنكته و امتلاكه مقومات القائد الحقيقي، وتحقيق نوع من التماسك بين الإمارات السبع، الآن بكون البيئة السياسية غير مستقرة خاصة في دول الخليج العربي، نلاحظ ان هنا انجرار في التغيرات التي تحدث في المنطقة العربية بحيث توجد أصابع اتهام

خفية قد تعمل على تحريك الكثير من الملفات والقضايا هذا يشكل أكبر تحديد للاتحاد الانجح في العالم العربي. (فضلي، الصفحات 92-93)

سمحت الشبكة التفاعلية للحكومة والسلطة في التغلب على الحواجز المؤسساتية التي تؤثر في تطوير المجتمعات، ومكنت المواطن بان يصبح مشاركا وإعطائه صلاحيات، يمكن ان تؤدي إلى نزع الشرعية عن بعض الأنظمة ذات طابع الرسمي في اتخاذ القرارات، مهما كانت أهميتها لمصلحة الشعب، أو مصلحة الحكومات، أو الهيئات. (مراد، 2019، صفحة 153)

المجتمع المدني

تضعف قوة ونفوذ المجتمع المدني واحتلت منظماته مساحات واسع في الفضاء الالكتروني مع الثورة الرقمية، حيث أصبحت نشاطاته تحكمها علاقات التشبيك المدعومة بالوسائط الالكترونية، أين تبنت العديد من منظمات المجتمع المدني قواعد المجتمع الافتراضي، من خلال الشبكات الاجتماعية التي تستغل بعض النقابات، والجمعيات الأهلية من اجل زيادة التواصل بين أفرادها، ودعوة المستفيدين إلى برامجها ومشروعاتها. مما أدى إلى روج مصطلح جديد هو المجتمع المدني العالمي، وهو مجتمع عابر للحدود بحيث لم يعد حبيس الدولة القومية، وأصبح يعنى بقضايا الديمقراطية، والتعددية، واحترام حقوق الإنسان. (لامة، 2014، صفحة 09) حيث أرادت الإمارات العربية حماية شعبها من هذا النوع من المجتمع المدني عن طريق حجبه للكثير من المواقع التي من شأنها ان تضرب امن واستقرار الدول، حيث يمكن ان يستغل هذا النوع بطرق شيطانية تحت وطأة حقوق الإنسان وحرية التعبير (لامة، الديمقراطية الرقمية الفرص والتحديات، 2014، صفحة 09).

القسم الثالث: استراتيجيات الإمارات العربية في مواجهة مخاطر الرقمنة

ونميز في هذا الجزء عنصران :

1-تحديد المخاطر

لا يخلو التوجه نحو الرقمنة كآلية رئيسية لتسيير الشأن العام، والمشاركة فيه عن تحديات تواجه صانع القرار في حماية سياسته، ولعل أصعبها هو انحراف المستخدمين عن المنحى السليم للوسائل التكنولوجية الحديثة ونوجز هذه التحديات في نقاط أهمها:

-خلق فجوة رقمية كبيرة بين الأفراد هذه فجوة تعكس تباين كبير بين مناطق البلد الواحد في إمكانية الوصول، واستخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لشرائح واسعة من المواطنين. حيث تفتقر دول ومجتمعات الجنوب إلى ما يمكن أن نطلق عليه "البيئة التمكينية" هي البنية الداعمة لتنمية المهارات والقدرات البشرية في مجال استخدام تكنولوجيا والاتصالات، ولاشك في أن غياب مثل هذه القدرات والمهارات من شأنه تعميق الهوة،

ويضعف من إشكالية ولوج كل المواطنين إلى العالم الشبكي الافتراضي الذي تنهض عليه الديمقراطية الرقمية. (لامة، 2014، صفحة 11)

ولهذا عمدت الإمارات المتحدة لسد هذه الفجوة التي تمثل احد تحديات بالنسبة لأي مبادرة للتحويل الرقمي. لذلك سعت لتحقيق تحول رقمي كامل بنسبة 100% لجميع الخدمات الحكومية، وتعزيز نمط الحياة الالكتروني في الدولة.

-التحديات الأخلاقية فهي تتعلق باستغلال العالم الرقمي بطريقة غير مشروعة.

-التمييز العنصري وكرهية الأجانب و ما يتصل بها من أشكال

التعصب، والكرهية، والعنف، وجميع انواع الاعتداء على الأطفال، المخدرات، الإرهاب، واستغلال الأطفال في المواقع الإباحية، والتجار بالأشخاص واستغلالهم.

-القرصنة الفكرية والالكترونية بصفة عامة، وهو مايرى فيه الباحثين من أخطر المشكلات الواجب حلها، وسعياً للتخفيف من المخاطر المذكورة أعلاه، عمدت الدولة الإماراتية إلى وضع جملة من الإجراءات الرادعة التي من شأنها التخفيف من هذه الظاهرة الفتاكة، التي باتت تهدد استقرار المجتمعات، وهي اخطر أنواع القرصنة في العالم الالكتروني. (لامة، 2014، الصفحات 09-10) من خلال إجراء الباحثة لمقارنة في عدد المواقع المحجوب عليها خلال العامين 2019/2020 حسب هيئة تنظيم قطاع الاتصالات

ترى بان هناك تناقص في عمليات الحجب وهذا دليل على وعي المواطن الإماراتي، فنسبة انتهاك نظام الحجب انخفضت من 14.99% إلى 9.12% أما بالنسبة لمواقع الإباحة والتعري التي من شأنها ضرب أخلاق الفرد الإماراتي تناقصت من 32.11% إلى 28.83% أما بالنسبة لعمليات النصب والاحتيال عرفت هي الاخرى تناقصا ملحوظا من 25.83% إلى 13.68% حيث نجد الفرد الإماراتي متشبعا بالثقافة الإسلامية العربية

الأصيلة، وهذا ما انعكس على نسبة التشهير والقذف بحيث لم تسجل أي نسبة الدليل الواضح على وعي المواطن الإماراتي الشيء الذي يعطي صورة أجمل لوطنه داخله وخارجه بينما شهدت مواقع انتهاك الخصوصية ارتفاع من 0.18% إلى 15.80% وعدد المواقع من 03 إلى 97 موقع، وهو ما أصبح يمثل تهديدا كبيرا للخصوصية الرقمية بالنسبة لدعم الأعمال والمهارات الإجرامية، نلاحظ ثبات في النسبة خلال العامين، وهذا دليل على حب الفرد الإماراتي لوطنه واعتزازه بالانتماء له، أما بالنسبة للمخدرات نلاحظ ارتفاع في النسبة فبعد ان كانت 7.94% أصبحت 25.69% كذلك بالنسبة للممارسة الطبية والأدوية المخالفة للقانون نجد ارتفاع ضئيل من 0.12% إلى 0.49% والمواقع كانت 02 أصبحت 03 موقع.

أما بالنسبة لانتهاك حقوق الملكية في الإمارات نلاحظ ان هناك تناقص بعض الشيء من 3.38% إلى 2.44% والمواقع من 57 إلى 15 موقع.

فالتمييز العنصري في الإمارات المتحدة يكاد يكون منعدم من 0.41% إلى 0.16% وهذا دليل على تقبل الفرد الإماراتي للآخر، أما بالنسبة للفيروسات والبرامج الخبيثة نلاحظ هناك تناقص في عدد المواقع التي تم الحجب عليها من 16 موقع إلى 02. نلاحظ في التحدي الموالى ان نسبتها 0.24% وقدرت عدد المواقع ب 21 في حين في 2020 انعدمت النسبة وعدد المواقع المحجوبة، وهذا راجع إلى الاستراتيجيات الذكية لدولة الإمارات في مراقبة المواطن الإماراتي في ظل هذا التيار الالكتروني الجارف، أما خدمات الاتصالات الغير مشروعة هي الأخرى عرفت تناقص واضحا في عدد المواقع من 50 إلى 01 فالقمار و الإرهاب اشتراكا في نفس عدد المواقع وعرفت نسبتها تضائل كبير هذا راجع إلى وعي المواطن الإماراتي وعدم دعمه لأي جهة من شأنها ضرب امن استقرار الدولة، كما نجد الفرد في المجتمع الإماراتي متشبع بالثقافة المحافظة، وهو يسعى إلى تنمية وترقية وطنه لا تخريبه مثل ما يجري في بعض الدول العربية، كذلك انعدمت النسبة في النطاقات العليا المحظورة الأنشطة المخالفة للقانون وتناقصت بشكل كبير بعد ان كانت 7.11% أصبحت 0.49%، الأمر من السلطات القضائية انعدم في 2020 بعد ان كان 0.06% أما بالنسبة لتحدي الأخير الإساءة للدولة والإخلال بالنظام العام كانت 2.25% أصبحت 0.65% أما في المواقع كانت 38 أصبحت

04 (هيئة تنظيم الاتصالات) الأطفال الذين يستعملون الانترنت والوسائل التكنولوجية، والألعاب الرقمية إلى 08 ساعات دون مراقبة الأهل لأولادهم، مما يجعلهم عرضة لابتزاز ما ينعكس على صحتهم النفسية والجسدية خاصة في ظل انتشار الألعاب الرقمية التي تحرض على العنف.

كل هذه التحديات من شأنها ان تحز ثقة المواطن بدولته، لذا نجد ان دولة الإمارات حاولت التقليل من هذه التحديات من خلال تبنيتها لاستراتيجيه فاعلة تعزز علاقة المواطن ودولته، وتساهم في حماية مواطنيها من العصر الرقمي الجارف، حيث نلاحظ من خلال التحديات من جهة ان الدولة تمارس سلطتها في حجب المواقع الخطيرة، ومن جهة أخرى نلاحظ مدى وعي المواطن الإماراتي بعدم ارتياده على المواقع التي قد تشكل تحديا وخطر عليه وعلى دولته.

للمواجهة هذه التحديات عمدت الإمارات العربية، لوضع إستراتيجية فعالة من شأنها التقليل من مخاطر وتحديات الرقمنة، من خلال الاعتماد على موقع الإمارات العربية المتحدة الرسمي للأمن الرقمي.

2- السياسة الإماراتية الوقائية اتجاه الرقمنة

أتاحت الإمارات العربية المتحدة لشعبها إمكانية التبليغ عن أي جريمة إلكترونية تهدد مجتمعها ومصالحها، من خلال تطبيق استراتيجيات تسمح لهم بالتبليغ عن أي طارئ، أو اختراقات، أو احتيالات، أو قرصنة.. الخ من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق هواتفهم الذكية عبر التطبيق الذكي مجتمعي امن. (بوابة الرسمية للحكومة الامارات العربية المتحدة الامن الرقمي، 2020) هناك أربعة وسائل للتقديم البلاغ عن طريق الصور، أو فيديو، أو تسجيل صوتي حيث يحمل هذا التطبيق على اندرويد الإمارات عبر منصة. www.ecrim.ae

*تعزيز الأمن الرقمي من خلال إصدار الهوية الرقمية التي تسمح للمستخدمين الوصول إلى الخدمات الحكومية المحلية، والاتحادية عبر هواتفهم الذكية دون ضرورة لوجود اسم المستخدم والرقم السري.

*إمكانية التوقيع الإلكتروني على المستندات دون ضرورة للتنقل إلى مقرات الخدمة حيث تتوفر عبر منصتي google play itunes، بعد قيام دولة الإمارات بتسجيل كافة سكانها مع اخذ الصفات الفريدة.

*إطلاق وزارة الداخلية للمبادرة السلامة الرقمية للأطفال لضمان حياة رقمية سليمة ومؤمنة، لنشر الوعي بين الأطفال وطلاب المدارس حول تحديات وتهديدات العالم الرقمي، وتشجيعهم على الاستخدام الأمثل لشبكة الرقمية بالإضافة إلى تكوين وتأهيل الأهل والمعلمين بطرق مواجهة تحديات الانترنت، وهو ما يضمن السعادة والسلامة الرقمية لأطفالهم، وتهدف هذه المبادرة في توعية الأطفال للفئة العمرية 5 إلى 18 بأسياسات استخدام الانترنت، وكيفية التصرف في حال أي خطر محتمل من خلال تدريبهم.

*مخيمات تفاعلية للأطفال للفئة العمرية التي سبق ذكرها، وهذا لتوعيتهم بالاستخدام الآمن للانترنت.

*بوابة إلكترونية معرفية شاملة لتوفير الأدوات والمعلومات التي تساعد الآباء والأمهات في مواجهة تحديات العالم الرقمي.

*منصة دعم للإجابة على الاستفسارات الطارئة من الأهالي حول السلامة الرقمية.

*إصدار قانون اتحادي لحماية بيانات الطفل والمعروف باسم قانون ودمنة حيث تنص المادة 29 من القانون انه يجب الإبلاغ على شركات الاتصال، ومزودي خدمات شبكة الانترنت إبلاغ السلطات المتخصصة عن أية مواد إباحية للأطفال يتم تداولها عبر شبكة المعلومات الإلكترونية، يجب تقديم المعلومات، والبيانات عن الأشخاص، أو الجهات، أو المواقع التي

تداول هذه المواد وتعتمد على التغيير بالأطفال، هذا بالإضافة إلى قانون بيانات دبي يهدف إلى حماية الأفراد بما فيهما الأطفال.

* وضع شبكة الكترونية اتحادية حيث أتيحت هذه الشبكة، من أجل توصيل بنى البيانات بين الجهات المحلية الاتحادية، وهو ما يعزز قنوات التواصل فيما بينها من أجل استخدام بنية تكنولوجيا آمنة، وهذه الشبكة تتوفر على طبقات متعددة تضمن مستوى امن أعلى في البنية التحتية على التميز البروتوكولات iyp، مما يضمن ربط امن بين الجهات الحكومية من شأنه ان يقلل للتعرض للهجمات، وذلك من خلال سد الثغرات حيث ترصد وتراقب مجريات البنية التحتية في هذه الشبكة على مدار الساعة من خلال فريق مختص.

* تأسيس مركز، وتكريس فريق الاستجابة لطوارئ الحاسب الآلي، هذا بالإضافة إلى حماية البنية التحتية لقطاع الاتصالات . (بوابة الرسمية للحكومة الامارات العربية المتحدة الامن الرقمي، 2020)

مبادرات السلامة الرقمية.

* مبادرة سالم التوعوية وهي عبارة عن الموقع بوابة رسمية الوطنية الموحدة تجتمع عليه جميع الجهات المعنية على مستوى الدولة، وجاءت للتوعية الالكترونية الموجهة أساسا للطلبة، حيث يقوم سالم بعمليتي الإرشاد والتوجيه من خلال فيديوهات تثقيفية لمستخدمي الشبكة، وهذا بهدف تحقيق ثقافة معلوماتية آمنة.

* سفراء الإمارات للأمن الالكتروني.

وأطلقت هذه المبادرة الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات، وتهدف إلى تدريب نخبة من الطلبة لتمثيلها كسفراء في نشر وتعزيز الوعي الأمني في كافة أنحاء دولة الإمارات.

* الابتزاز الالكتروني ونظمتها خدمة الأمين التابعة لشرطة دبي، بالاشتراك مع الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات، ومكافحة الابتزاز الالكتروني 2016، حيث تهدف إلى حماية المتضررين من جريمة الابتزاز، وملاحقة الفاعلين في جميع أنحاء العالم، وإصدار نشرة في حقهم عند الانزبول الدولي باعتقالهم.

* مبادرة ساير سي 3 كان الهدف من هذه المبادرة تطوير مواطن رقمي صالح قادر على الاستفادة من ايجابيات الانترنت، كما تهدف أيضا إلى حماية المستخدم من مخاطر الشبكة العنكبوتية، وذلك لتعزيز الثقافة الالكترونية، هذا بالإضافة إلى الاستخدام الايجابي للتكنولوجيات، وسياسيات امن المعلومات، وضمنت هذه المبادرة 08 محاور رئيسية

الوصول إلى البيئة السبرانية، والثقافة السبرانية، قواعد السبرانية السلامة، السبرانية التفاعل والتعاون السبراني المشروعات الالكترونية الرعاية، والاهتمام السبراني، المساواة تحمل المسؤولية السبرانية، حيث أتاحت لكل من طلبة المدارس الصفوف 9-12 طلبة الكليات الجامعات، والراغبين في التطور المهني والمؤسسات الأسرية وأولياء الأمور بالانضمام للبرنامج، حيث تم تضمين قوانين الجرائم الالكترونية في دولة المناهج الدراسية لخلق فهم أفضل لهذه القوانين. (بوابة الرسمية للحكومة الامارات العربية المتحدة الامن الرقمي، 2020)

بالإضافة التي ما حققته الإمارات العربية المتحدة في مجال الأمن الرقمي السبراني، فالإمارات العربية عملت على نشر التعليم الالكتروني، والقضاء على الأمية لا تمثل عائقا أمام الإمارات حيث أنها اقل من 1 بالمائة ففي الإمارات العربية، ووفقا للوزارة التربية والتعليم يتم ربط المدارس بشبكة الانترنت بشكل متزايدة، وتجهيزها الوسائل التعليم الالكتروني، والكثير من المدارس تشجيع طلابها على استخدام الأجهزة اللوحية، أو الكمبيوتر حيث تم إطلاق برنامج محمد بن راشد للتعليم الذكي وذلك لخلق بيئة تعليمية فريدة في المدارس من خلال فكرة الدروس الالكترونية. (بوابة الرسمية للحكومة الامارات العربية المتحدة سد الفجوة الرقمية)

الخلاصة

ختاما لهذه الورقة البحثية التي استعرضت الرقمنة كمدخل نوعي في مجال التنمية، وتنظيم الحياة السياسية، استخلصت الباحثتان عددا من النتائج المتصلة بمختلف أقسام البحث توجزها في المضامين الآتية :

• النتائج

- تسارع التطورات التكنولوجية جعلت من قيم المواطنة على المحك، وهذا ما دفع بالكثير من الدول إلى تعليم قيم المواطنة الذكية للأجيال للتفادي للجرائم التكنولوجية.
- إتاحة الانترنت، والأجهزة الذكية لأفراد المجتمع، مما جعل الدول تضع استراتيجيات للأمن السبراني من اجل حماية كافة الفئات العمرية.
- لمشاركة الالكترونية الفاعلة لكافة أفراد المجتمع في صنع القرار السياسي، من خلال تواصلهم مع القادة السياسيين إضافة إلى مشاركتهم في العمليات السياسية، كالانتخابات الالكترونية كمظهر من مظاهر الديمقراطية الرقمية.
- للنجاح الرقمنة لا بد من وجود بيئة رقمية وبنية تحتية قوية، تكون فيها متاحة للكافة أفراد المجتمع، وهو ما يحقق مواطنة ذكية.

- لا تختلف قيم المواطنة التقليدية عن قيم المواطنة الذكية بشكل جذري، حيث يكمن الاختلاف في الوسيلة والصيغة إذ تعتبر المواطنة الرقمية تعبير بوجه أحدث عن نفس الولاء للوطن، وهو وضع اتصل تلقائياً بالثورة التكنولوجية العالمية.
- من متطلبات نجاح استراتيجيات الرقمنة، وجود بني تحتية صلبة للمنظومة الاتصالية مثل تدفق شبكة الأنترنت
- تركز المواطنة الذكية على الإرادة السياسية الحقيقية في فتح الفضاء العام، وتحريره من كل أنواع القيود التقليدية.
- سبقت الإمارات عديد الدول العربية في انتهاج الرقمنة في مجالها السياسي، مما ضاعف من انخراط مواطنيها في الشأن العام، ومن ثمة تحقيق قدر أكبر من الديمقراطية .
- استكملت الإمارات العربية المتحدة استراتيجياتها في ترسيخ المواطنة الذكية بسياسة وقائية فعالة لتأمين انخراط مواطنيها في صناعة القرار العام..

● المقترحات

- الدعوة إلى الاستفادة من التحرية الإماراتية في مجال لرقمنة والمواطنة الذكية
- من الضروري الانخراط في تنشيط المجال السياسي العام عبر الوسائط الافتراضية لما تضمنه من فعالية
- العمل على ترسيخ المواطنة المعاصرة في الدول العربية يصنع سياسة اتصالية ذكية

ثائمة المراجع

. المؤلفات:

1. صدام محمد طالب الحماسة، (2017)، الحكومة الذكية مابعد الحكومة الالكترونية، قنديل للطباعة والنشر والتوزيع، الامارات العربية.
2. عبدالرؤوف اسماعيل، (2018)، المدينة الذكية واستراتيجية دعم التحول الرقمي، دار روابط للنشر، الامارات العربية.
3. ناصر محمد عبيد، هناء على محمد الضحوي، (2017)، المواطنة الرقمية، جامعة الملك عبد العزيز مركز الامير خالد الفيصل للاعتدال، السعودية
4. نجلاء احمد يس، (2013)، الرقمنة وتفنياتها في المكتبات العربية، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
5. ندى على حسن بن شمس (2017)، المواطنة في العصر الرقمي، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين.

الأطروحات:

1. عبد الله بن محمد بن بحيث صفرار. (2017/2018). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني . جامعة الشرق الاوسط،. عمان .

2. عمربن دحمان. (2012/2013). المواطنة في الفقه الاسلامي دراسة تاصيلية وتطبيقية . جامعة وهران .
3. راشد محمد ربيع الحمودي. حرية الراى والتعبير وفقا لقانون دولة الامارات العربية، اطروحة الماجستير .
4. نبيل عكنوش(2010) المكتبة الرقمية بالجامعة الجزائرية تصميمها وانشاؤها . اطروحة دكتوراة. الجزائر : جامعة منتوري قسنطينة .

المقالات:

1. جمال نون، غسان مراد. (2019) الفعل السياسي الرقمي في العالم العربي ومنظومة القيم والتحولات. مجلة دراسات اعلامية ، مركز الجزيرة صفحة 153.
2. سليمان ابراهيم العسكري.(2019)مستقبلات تربوية.المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج،المجلد(04)، العدد(03)،ص91.
3. عبد المجيد رمضان(2017)لديمقراطية الرقمية كالية لتفعيل الديمقراطية التشاركيةمجلة دفاتر القانون،العدد 16،الصفحة80.
4. نادية فاضل عباس فضلي(2014)،النظام السياسي في الامارات العربية المتحدة.مجلة دراسات دولية،العدد59،ص92-39.
5. يوسف زدام.(2018).المشاركة الالكترونية نحو يتجاوز التغريد.مجلة العلوم الاجتماعية،المجلد15،العدد27ص98.

التقارير

1. ديوان المحاسبة للامارات العربية المتحدة (2016) ، استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من اجل تنفيذ اتفاقية الامم المتحدة، ابوظبي.
2. مركز هردو (2017). الديمقراطية الرقمية التكنولوجيا وظاهرة رقمنة السياسة، القاهرة.

المدخلات

- فرج محمد لامة. (2014). الديمقراطية الرقمية الفرص والتحديات. الاعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر ، 09. بسكرة، الجزائر: جامعة محمد خيضر.

مواقع الانترنت:

1. المجلس الوطني الاتحادي. (2013). تاريخ الاسترداد 2020.5.8، من <https://www.mfnca.gov.ae/ar>.
2. بوابة الرسمية للحكومة الامارات العربية المتحدة . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 06 20 2020، من <https://u.ae/ar-AE/information-and-services>
3. بوابة الرسمية للحكومة الامارات العربية المتحدة الامن الرقمي . (2020). تاريخ الاسترداد 06 19 2020، من <https://u.ae/ar-ae/information-and-services/justice-safety-and-the-law/cyber-safety-and-digital-security>
4. بوابة الرسمية للحكومة الامارات العربية المتحدة سد الفجوة الرقمية (بلا تاريخ تاريخ الاسترداد 06 20 2020، من <https://u.ae/ar-AE/about-the-uae/digital-uae/bridging-digital-divide#education>
5. جراي ويليامز.(بلا تاريخ). *wizcase* تاريخ الاسترداد 15.06.2020 من <https://ar.wizcase.com/blog>
6. جريدة الوطن. (بلا تاريخ). <https://www.alwatan.com.sa/article/374998>. تاريخ الاسترداد 08 13 2021، من موقع الوطن.
7. محمد بنكاسم. (2016). موقع الجزيرة. تاريخ الاسترداد 06 15 2020، من محمد بنكاسم، 2016، أرقام جديدة لماذا يفوق استهلاك الانترنت لدي العرب نظيره الغرب، على الرابط: <https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/>
8. موسوعة ويكيبيديا . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 08 12 2021، من <https://ar.wikipedia.org/wiki>.
9. هيئة تنظيم الاتصالات . (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 06 20 2020، من <https://www.tra.gov.ae/ar/services-and-activities/mgovernment/info/wsa.aspx>

الصيرفة الإسلامية كمقاربة لتعزيز الشمول المالي وتحقيق التنمية المستدامة في الدول العربية

Islamic banking as an approach to enhancing financial inclusion and achieving sustainable development in Arab countries

*قلي محمد

Kolli Mohamed

جامعة بومرداس-الجزائر

مخبر بحث ALPEC

m.kolli@univ-boumerdes.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/01/30

تاريخ الاستلام: 2022/06/14

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تحليل واقع الشمول المالي في الوطن العربي وتطور مؤشرات مقارنة بنظيراتها على المستوى الدولي؛ كما يهدف البحث إلى دراسة وتحليل دور الصيرفة الإسلامية، بما توفره من فرص وخدمات مالية متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، في تطوير وتعزيز الشمول المالي في الدول العربية، بما يسمح وتحقيق أهداف التنمية المستدامة في الوطن العربي، خاصة ما تعلق بالاستدامة المالية. خلص البحث إلى أن نمو الخدمات المالية الإسلامية المقدمة من قبل المصارف الإسلامية الناشطة في البلدان العربية كان لها دور أساسي في تحسين مؤشرات الشمول المالي وضمان استدامة الحصول على الخدمات المالية المناسبة، بما يعزز جهود التنمية المستدامة فيها.

الكلمات المفتاحية: الشمول المالي، الصيرفة الإسلامية، التنمية المستدامة، البلدان العربية.

تصنيف JEL: G21، P34، Q01، F36.

Abstract :

This research paper aims to analyze the reality of financial inclusion in the Arab world and the development of its indicators compared to its counterparts at the international level. The research also aims to study and analyze the role of Islamic banking, with its financial opportunities and services compatible with the provisions of Islamic law, in developing and enhancing financial inclusion in the Arab countries, in order to allow and achieve the goals of sustainable development in the Arab world, especially those related to financial sustainability. The research concluded that the growth of Islamic financial services provided by Islamic banks operating in the Arab countries played a fundamental role in improving financial inclusion indicators and ensuring the sustainability of obtaining appropriate financial services, in order to enhance sustainable development efforts in them.

Key words: Financial inclusion, Islamic banking, sustainable development, Arab countries.

JEL classification codes: G21. P34. O01. F36.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة

يرتبط تعظيم منافع تعزيز الشمول المالي في مواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية والإسهام في تعزيز الاستقرار المالي وتحقيق التنمية المستدامة في الدول العربية، بمدى قدرته في ابتكار وتطوير منتجات وخدمات مالية مناسبة بما يعزز فرص ولوج جميع فئات وشرائح المجتمع إلى التمويل. في هذا السياق، حظيت صناعة الخدمات المالية الإسلامية في السنوات الأخيرة باهتمام متزايد في إطار استراتيجيات تعزيز الشمول المالي، لما تمثله هذه الخدمات من نافذة مهمة يمكن من خلالها تعزيز فرص الوصول للتمويل.

يمثل الشمول المالي المتوافق مع الشريعة الإسلامية إحدى نماذج التنمية المستدامة التي يمكن أن تكون الحل الأنسب للولوج إلى الخدمات المالية للملايين الفقراء الذين يسعون لتجنب المنتجات المالية الربوية. تتبع أهمية الشمول المالي الإسلامي في خدمة الزبائن، خاصة الطبقات المهمشة والفقيرة، ما يساعد في تحسين جودة حياة الفقراء والمهمشين في المجتمع، من خلال تعزيز فرص العمل وإقامة المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتشجيع المقاولاتية وريادة الأعمال، وخفض مستويات الفقر والبطالة. لذلك يلقي الشمول المالي المتوافق مع الشريعة الإسلامية اهتماما كبيرا بين مزودي الخدمات المالية.

إشكالية الدراسة: مما سبق، يمكن أن نصوغ إشكالية البحث كما يلي:

ما هو دور المصارف الإسلامية وما إسهامها في تعزيز الشمول المالي وتحقيق التنمية المستدامة في الدول العربية؟

فرضيات الدراسة: لمحاولة الإجابة على الإشكالية، نطرح فرضيات العمل التالية:

- توجد علاقة وثيقة بين تطور الخدمات المالية الإسلامية في الوطن العربي واحتمالات تعزيز مؤشرات الشمول المالي في الدول العربية؛
- يفترض أن تشكل الخدمات المالية الإسلامية العامل الأساسي والجوهري في استراتيجيات وسياسات تعزيز الشمول المالي في الدول العربية؛
- يفترض أن يسمح تطور مؤشرات الشمول المالي في الدول العربية بتعزيز فرص استدامة التنمية في الوطن العربي.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في إبراز أبعاد ومؤشرات الشمول المالي في الوطن العربي، إلى جانب إبراز الإمكانيات والقدرات التي يتمتع بها التمويل الإسلامي من خلال الخدمات المتعددة التي يمكن أن يقدمها كبديل مقبول للخدمات المالية الكلاسيكية، بما يسمح ويعزز فرص انخراط المواطنين في البلدان العربية في الاستفادة من الخدمات المالية الرسمية. ينعكس

هذا إيجاباً في رفع مؤشرات الشمول المالي في الوطن العربي، ويعزز جهود تحقيق التنمية المستدامة والشاملة، بما فيها الاستدامة المالية.

أهداف الدراسة: يهدف هذا البحث إلى تحليل واقع الشمول المالي في الوطن العربي وتطور مؤشرات مقارنة بنظيراتها على المستوى الدولي؛ كما يهدف البحث إلى تحديد متطلبات تعزيز مستويات الشمول المالي في البلدان العربية؛ في الأخير، يهدف البحث إلى دراسة وتحليل دور الصيرفة الإسلامية، بما توفره من فرص وخدمات مالية متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، في تطوير وتعزيز الشمول المالي في الدول العربية، بما يسمح وتحقيق أهداف التنمية المستدامة في الوطن العربي، خاصة ما تعلق بالاستدامة المالية.

منهج الدراسة: بالنظر إلى طبيعة الموضوع محل الدراسة، تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهجين الوصفي والتحليلي؛ استخدمت الدراسة المنهج الوصفي لأجل عرض المفاهيم الأساسية والجوانب النظرية للشمول المالي؛ بالمقابل، استخدم المنهج التحليلي لأجل تشخيص واقع الشمول المالي على المستوى الدولي، وكذا في المنطقة العربية؛ إلى جانب تحليل الدور الذي يمكن أن تسهم به المصارف الإسلامية في الرفع من مستويات الشمول المالي في المنطقة العربية.

1.1. الدراسات السابقة:

– دراسة **Kabiru Kamalu and Wan Hakimah Binti Wan Ibrahim (2021)**، «Islamic banking development and financial inclusion in OIC member countries: The moderating role of institutions»، ناقشت الدراسة تأثير تطوير الصيرفة الإسلامية على تعزيز مستويات الشمول المالي؛ استخدمت الدراسة منهجية العزم المعممة (GMM) واختبارات التكامل المشترك لبيانات مدجة تخص 30 دولة عضو في منظمة التعاون الإسلامي (OIC) خلال الفترة 2013-2018. أثبتت النتائج قوة الارتباط بين تطور الخدمات المالية الإسلامية وتعزيز مؤشرات الشمول المالي، خاصة في البلدان التي تتميز بجودة مؤسساتية ضعيفة في أنظمتها المصرفية، وكفاءة متدنية في تقديم الخدمات المالية. (Kabiru & Wan Hakimah, 2021)

– دراسة **Ledhem Mohammed Ayoub (2022)**، «Role of Islamic finance on enhancing financial inclusion: Recommended lessons for Algeria from the Malaysian experiment»، سعت الدراسة إلى استخلاص الدروس المستفادة من التجربة الماليزية المتعلقة بمنهج التمويل الإسلامي ودورها في تحسين مؤشرات الشمول المالي، مع محاولة إسقاطها على النظام المصرفي الجزائري، لتفعيل دور التمويل الإسلامي

كأداة فعالة لتعميم وصول الأفراد إلى الخدمات المالية. أظهرت نتائج الدراسة أن مستويات الشمول المالي في الجزائر لا تزال ضعيفة، بالرغم من أنها تتوفر على إمكانيات جيدة، كما أظهرت النتائج ضعف حصة التمويل الإسلامي في القطاع المصرفي الجزائري، الأمر الذي يعطي مؤشرات إيجابية حول مدى الاستعانة به لتحسين مؤشرات الشمول المالي في حال تفعيله والرفع من حصته. (Ledhem, 2022)

– دراسة **Daud Mustafa, Abubakar JamiluBaita and Aminu Yusuf Usman (2018)**، بعنوان: «Impact analysis of Islamic finance on financial inclusion and economic growth in selected Muslim countries: Lessons for Nigeria»، قامت هذه الدراسة بتحليل أثر انتشار التمويل الإسلامي على النمو الاقتصادي والشمول المالي لعينة من البلدان الإسلامية، صنفت على أنها الأسواق الأساسية للتمويل الإسلامي، وهي: المملكة العربية السعودية، ماليزيا، الإمارات العربية المتحدة، الكويت، قطر، تركيا، إندونيسيا، البحرين وباكستان. سعت الدراسة إلى استخلاص الدروس من تجارب هذه البلدان لمحاولة محاكاتها والاستفادة منها في نيجيريا. استخدمت الدراسة منهجية المعادلات المتزامنة (SME) لبيانات مدججة حول بلدان العينة خلال الفترة 2011-2014. خلصت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة طردية ومعنوية بين التمويل الإسلامي والنمو الاقتصادي من جهة، وبين التمويل الإسلامي والشمول المالي من جهة أخرى.

(Daud, Abubakar, & Aminu, 2018)

2. الجوانب النظرية والمفاهيم الأساسية للشمول المالي

1.1. مفهوم الشمول المالي:

نال مفهوم الشمول المالي اهتمام العديد من المصارف المركزية والمنظمات الدولية أهمها صندوق النقد الدولي (International Monetary Fund (IMF)، البنك الدولي (World Bank (WB)، مجموعة دول العشرين (G20)، مؤسسة التمويل الدولية (International Finance Corporation (IFC)، التحالف العالمي للشمول المالي (The Alliance for Financial Inclusion (AFI)، المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء (Consultative Group to Assist the Poor (CGAP)، وذلك لآثاره المباشرة على النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية. (Amidžić, Massara, & Mialou, 2014, p. 4)

يعرف صندوق النقد الدولي (IMF) بالاشتراك مع المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء (Consultative Group to Assist the Poor) (CGAP) الشمول المالي بأنه الحالة التي تعكس قدرة الأفراد والشركات بما فيهم ذوي الدخل المنخفضة وصغار السن في الوصول إلى

مصنوفة متكاملة من الخدمات المالية ذات الجودة العالية (المدفوعات، التحويلات، المدخرات، الائتمان، والتأمين)، والمقدمة من قبل مجموعة متنوعة من مقدمي تلك الخدمات بطريقة سهلة ومستدامة، وفي ظل بيئة قانونية وتنظيمية مناسبة. (Attia & Benson, 2018, p. 11)

تعرف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD) والشبكة الدولية للتثقيف المالي (INFE) الشمول المالي بأنه العملية التي يتم من خلالها تعزيز الوصول إلى مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات المالية الرسمية، والخاضعة للرقابة في الوقت والسعر المعقولين وبالشكل الكافي، وتوسيع نطاق استخدام هذه الخدمات والمنتجات من قبل شرائح المجتمع المختلفة، من خلال تطبيق مناهج مبتكرة، تشمل التوعية والتثقيف المالي، وذلك بهدف تعزيز الرفاه المالي والاندماج الاجتماعي والاقتصادي. (عبد الله، حن، جبارين، وحتاوي، 2016، صفحة 16)

2.2 نظريات الشمول المالي

يهتم الإطار المتكامل بالعلاقات التبادلية بين العناصر التي تكمل بعضها البعض في تحقيق الشمول والاستقرار المالي، وتمثل تلك العناصر في النقاط التالية:

1.2.2 الاستقرار المالي:

قد يكون من الصعب تصور استمرار الاستقرار المالي مع وجود نسبة متزايدة من المجتمع والقطاع الاقتصادي التي لا تزال مستبعدة من الناحية المالية (مثل سكان المناطق الريفية، مجموعة من الأقل حظاً في المناطق الحضرية الفقيرة، والفقراء). ويوحى ذلك إلى وجود ارتباط وثيق بين الاستقرار المالي والشمول المالي في كلا الاتجاهين.

على جانب الالتزامات، تفترض بعض الدراسات أن القطاع المالي الشامل عادة ما يتميز بقاعدة ودائع مستقرة إذا كانت أكثر تنوعاً، حيث ثبت أن الزيادة بنسبة 10% من نصيب الأفراد القادرين على الحصول على خدمة الودائع المصرفية قد يؤدي إلى التخفيف أو الحد من معدلات سحب الودائع بنحو ثلاثة إلى ثمانية نقاط في المئة. كما تبين أن المدخرين ذوي الدخل المنخفض يتجهون إلى الحفاظ على الودائع خلال فترات الأزمات النظامية وبالتالي فإن ودائع العملاء ذوي الدخل المنخفض تعتبر عادة مصدر مستقر للتمويل في حالة نفاذ المصادر الأخرى أو صعوبة الحصول عليها. على جانب الأصول، تشير نتائج بعض الدراسات إلى أن خسائر القروض الصغيرة تشكل مخاطر نظامية أقل من الخسائر المحققة من القروض الكبيرة. وبالتالي فإن زيادة الشمول المالي من حيث تيسير منح ائتمان القروض الصغيرة يؤدي إلى قدر أكبر من الاستقرار على مستوى مقدمي الخدمات المالية. (صندوق النقد العربي، 2019، الصفحات 6-8)

سوف يؤدي توافر قاعدة ودائع متنوعة ومستقرة في نظام مالي يتسم بالشمول إلى زيادة استقرار النظام المالي، كما يؤدي إلى الحد من مخاطر عدم الاستقرار السياسي والاجتماعي. يتمتع، كذلك، أي نظام مالي يتسم بالشمول بإمكانية تعزيز الاستقرار الاقتصادي، وهو ما يمثل مكوناً أساسياً للاستقرار المالي. (أحمد، 2015، صفحة 8)

2.2.2. النزاهة والسلامة المالية: تشجع المعايير الدولية على النزاهة المالية من خلال مكافحة غسيل وتمويل الإرهاب وتساند مكافحة الجريمة، وإذا ما تم التنفيذ الصحيح لهذه المعايير في إطار النزاهة المالية فإن ذلك سيشمل الملايين من أصحاب الدخل المنخفضة بالخدمات المالية الرسمية، والعكس صحيح فيما إذا لم تكتمل البيانات وامتناع المصارف عن التعامل مع المستفيدين، فإن ذلك سيدفعهم إلى اتباع الخدمات المالية غير الرسمية، ومن ثم سيشكل عائق على التقدم الاجتماعي والاقتصادي، ويعوق الجهات الرقابية القائمة على تنفيذ القوانين التي من شأنها أن تعزز النزاهة المالية. (أرشد عبد الأمير، 2018، صفحة 149)

3.2.2. الحماية المالية للمستهلك: تسعى الحماية المالية للمستهلك إلى خلق التوازن في العلاقة بين مقدمي الخدمات المالية والمستهلكين، وتعتبر المعلومات المتوفرة لدى عملاء التجزئة عن معاملاتهم المالية قليلة مما يؤدي إلى عدم إدراك العملاء للخيارات المالية المتاحة، ذلك بالإضافة إلى ارتفاع معدلات أسعار العائد المدفوعة بشكل مبالغ فيه، وعدم إدراك العملاء لمفهوم معدلات أسعار العائد السنوية الفعلية. ويزيد أثر التباين في المعلومات عندما يكون العملاء أقل خبرة مع وجود منتجات أكثر تعقيداً. إن عدم توافر سياسات للتحكم في قوى السوق لدى تطبيق مبادئ الشمول المالي مع غياب حماية مالية مناسبة للمستهلك قد يؤدي إلى نتائج سلبية تضر بمصالح المستهلكين نتيجة حصولهم على خدمات مالية، ما بين زيادة المديونيات على العملاء وارتفاع أسعار العائد المبالغ فيه، وبالتالي فقدان المدخرات أو الأصول المرهونة خاصة لدى وجود مؤسسات تهدف إلى تحقيق أرباح الأجل القصير. (صندوق النقد العربي، 2019، الصفحات 13-14)

4.2.2. الخيارات المتاحة لتحسين فرص الحصول على الخدمات المالية: يعد التوسع في استخدام التكنولوجيا الجديدة ونماذج الأعمال المبتكرة من أهم سبل تعزيز عرض الخدمات المالية وإيصالها وتحسين القدرة المالية للمستفيدين من هذه الخدمات والنهوض بمستوى إلمامهم بالشأن المالي. فقد تحسن مستوى تقديم الخدمات المالية تحسناً تدريجياً في الماضي من خلال بطاقات

الدفع الإلكتروني وأجهزة الصراف الآلي، كما ساهم التطور الهائل والسريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في بروز العديد من الخدمات المالية ونماذج الأعمال المبتكرة وتحسين فرص وصولها للأفراد وتحسين الشمول المالي، وبفضل الخدمات المبتكرة مثل سداد الفواتير وإجراء المعاملات المالية من خلال الهاتف المحمول تقلصت العديد من القيود التي تعوق إمكانية الحصول على الخدمات المالية، وخاصة بالنسبة للأفراد قاطني المناطق النائية والريفية. (أحمد، 2015، صفحة 9)

تسعى الدراسات الحديثة لمحاولة تحقيق المواءمة بين تلك الأهداف أعلاه وصولاً لأعلى قدر من التكامل، وبأقل ما يمكن من التفاضل فيما بينها، مما يطلق على ذلك بنظرية I-SIP بغية الوصول لقطاع مالي مستقر يتمتع بقدر عالٍ من النزاهة ويهتم بحماية وسلامة حقوق العملاء. ويحاول متخذي القرار التقليل من المخاطر التي تواجه الجهات الرقابية الساعية لتحقيق تلك الأهداف مجتمعة جراء قيامها بتفضيل هدف أو آخر على بعضها مما ينعكس ذلك على اتخاذ القرارات الخاطئة ومن ثم تؤدي بنتائج سلبية غير مقصودة. (أرشد عبد الأمير، 2018، صفحة 150)

3.2. أبعاد الشمول المالي

تطور مفهوم الشمول المالي خلال العقد الماضي ليشمل أربعة أبعاد رئيسية، وهي: سهولة الوصول إلى التمويل لجميع الأسر والمؤسسات، استرشاد المؤسسات بالقواعد التنظيمية والإشراف المالي، الاستدامة المالية للشركات والمؤسسات، بالإضافة إلى المنافسة بين مزودي الخدمات المالية لتحقيق أفضل البدائل للعملاء. في السابق تم قياس الشمول المالي بحساب نسبة المستفيدين من البنوك التجارية وأجهزة الصراف الآلي وأحجام الودائع والقروض التي تم تغطيتها بواسطة الأسر ذات الدخل المنخفض والمشاريع الصغيرة والمتوسطة؛ ولكن توفر الخدمات المالية لا تساوي مفهوم الشمول المالي لأن الفرد قد يستبعد نفسه من الخدمات المالية لأسباب دينية أو ثقافية على الرغم من توفر إمكانية الحصول على هذه الخدمات.

قام التحالف العالمي للشمول المالي The Alliance for Financial Inclusion (AFI) بإعداد رابطة عمل لبيانات الشمول المالي Financial Inclusion Data Working Group (FIDWG)، والتي قامت بمبادرة لوضع مجموعة من الأبعاد لقياس الشمول المالي، حيث تم تصميم هذه الرابطة من قبل صناعات القرار حتى تكون مرنة وملبية

للاحتياجات الخاصة بكل بلد، ولكنها بنفس الوقت تسمح بإجراء المقارنة والقياس بين البلدان. ركزت هذه المجموعة على إمكانية الوصول للخدمات المالية واستخدام الخدمات المالية من جهة؛ ومن جهة أخرى، أدركت الشراكة العالمية من أجل الاشتمال المالي مؤخرًا (Global Partnership Financial Inclusion) أن الشمول المالي هو عنصر رئيسي للتمكين في مكافحة الفقر وتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية الشاملة مما يؤدي إلى زيادة التركيز والاهتمام بالسياسات والمبادرات من أجل الشمول المالي. ومن ثم الخروج ببيانات موثوقة حول أبعاد وقياس الشمول المالي لتحقيق التنمية المستدامة. (عجور، 2017، الصفحات 10-11)

قام البنك الدولي بإعداد منهجية كاملة لأبعاد الشمول المالي، حيث حددها في خمسة أبعاد رئيسية بحيث يتوى كل بعد على مؤشرات معينة. تتمثل هذه الأبعاد فيما يلي: (بن رجب، 2018، الصفحات 5-6)

1.3.2. البعد الأول: استخدام الحسابات المصرفية: يتضمن هذا البعد مجموعة من المؤشرات من أهمها نسبة البالغين الذين لهم حساب مالي في المؤسسات الرسمية مثل البنوك، ومكاتب البريد ومؤسسات التمويل الصغرى؛ الغرض من هذه الحسابات (بمعنى هل مفتوحة لأغراض شخصية أم تجارية)؛ عدد المعاملات سواء ما تعلق بالإيداع أو السحب؛ وكذا طريقة الوصول إلى الحسابات المصرفية (مثل أجهزة الصراف الآلي، فروع البنك...).

2.3.2. البعد الثاني: الادخار

يمكن قياس هذا البعد بواسطة ثلاث نسب رئيسية، هي: النسبة المئوية للبالغين الذين قاموا بادخار خلال 12 شهر الماضية باستخدام المؤسسات المالية الرسمية (مثل البنوك ومكاتب البريد وغيرها)؛ النسبة المئوية للبالغين الذين قاموا بادخار خلال 12 شهر الماضية باستخدام مؤسسة توفير غير رسمية أو أي شخص خارج الأسرة؛ النسبة المئوية للبالغين الذين قاموا بادخار خلاف ذلك (على سبيل المثال، في المنزل) خلال 12 شهر الماضية.

3.3.2. البعد الثالث: الاقتراض: يضم هذا البعد مؤشرين هما: النسبة المئوية للبالغين الذي اقترضوا في 12 شهر الماضية من مؤسسة مالية رسمية؛ والنسبة المئوية للبالغين الذي اقترضوا في 12 شهر الماضية من مصادر تقليدية غير رسمية بما في ذلك الاقتراض من الأسرة والأصدقاء.

4.3.2. البعد الرابع: المدفوعات: يشمل هذا البعد النسبة المئوية للبالغين الذي استخدموا حساب رسمي لتلقي الأجور أو المدفوعات الحكومية في 12 شهر الماضية؛ النسبة المئوية للبالغين

الذي استخدموا حساب رسمي لتلقي أو إرسال الأموال إلى أفراد الأسرة الذين يعيشون في أماكن أخرى خلال 12 شهر الماضية؛ النسبة المئوية للبالغين الذين استخدموا الهاتف المحمول لدفع فواتير أو إرسال أو تلقي أموال في 12 شهر الماضية.

5.3.2 البعد الخامس: التأمين: يضم هذا البعد كل من النسبة المئوية للبالغين الذي يقومون بتأمين أنفسهم والنسبة المئوية للبالغين الذي يعملون في الزراعة والغابات أو صيد الأسماك ويقومون بتأمين أنشطتهم (محاصيلهم ومواشيهم) ضد الكوارث الطبيعية (عواصف، فيضانات...).

4.2. أهمية تعزيز الشمول المالي

ينعكس تعزيز مستوى الشمول المالي والوصول للخدمات المالية إيجاباً على البيئة الاقتصادية والسياسية على حد سواء. كما يساهم في تخفيف مستويات مخاطر المؤسسات المالية والنظام المالي بشكل عام. يمكن حصر آثار هذه الزيادة في النقاط التالية: (معهد الدراسات المصرفية، 2016، صفحة 2)

1.4.2. تعزيز جهود التنمية الاقتصادية: توجد علاقة طردية بين مستويات الشمول المالي ومستويات النمو الاقتصادي. كما يرتبط عمق انتشار واستخدام الخدمات المالية بمستويات العدالة الاجتماعية في المجتمعات، كما تأثر إيجابياً على أسواق العمل؛ كذلك، يساهم توسيع انتشار استخدام الخدمات المالية والوصول إليها في انتقال المزيد من المؤسسات الصغيرة من القطاع غير الرسمي إلى القطاع الرسمي.

2.4.2. تعزيز استقرار النظام المالي: إن زيادة استخدام السكان للخدمات المالية سيسهم بالتأكيد في تعزيز استقرار النظام المالي، حيث أن مزيداً من الاستخدام للنظام المالي الرسمي سينوع من محفظة الودائع لدى المصارف والمؤسسات المالية، مع تخفيف مستويات التركيز فيها، وبما يقلل من مخاطر هذه المؤسسات؛ كما يعزز هذا التنوع من استقرار النظام الاقتصادي للدول، حيث أظهرت دراسة للبنك الدولي أن الدول ذات المستويات الأكبر للشمول المالي أقل عرضة لحدوث التقلبات المالية والاقتصادية.

3.4.2. تعزيز قدرة الأفراد على الاندماج والمساهمة في بناء مجتمعاتهم: أظهرت الدراسات أن تحسين قدرة الأفراد على استخدام النظام المالي ستعزز قدرتهم على بدء أعمالهم الخاصة والاستثمار في التعليم، بالإضافة لتحسين قدرتهم على إدارة مخاطرتهم المالية وامتصاص الصدمات المرتبطة بالتغيرات المالية.

4.4.2. أتممة النظام المالي: يتطلب توسيع انتشار الخدمات المالية وزيادة معدلات استخدامها المزيد من أتممة هذه الخدمات، وبما يجذب المزيد من المستخدمين مع الثورة التكنولوجية في مجال الاتصالات والإلكترونيك التي يشهدها العالم خلال القرن الواحد والعشرين. إن زيادة الاعتماد على الخدمات المالية الإلكترونية، خاصة فيما يتعلق بالمدفوعات، سيفيد كل من المرسل والمستقبل والمؤسسات المالية التي تقدم هذه الخدمات، بحيث تصل المدفوعات بسرعة أكبر وتكلفة أقل، كما ستفيد النظام المالي من خلال تحسين القدرة على متابعة حركة الأموال ومراقبتها لتقليل مستويات الجرائم المالية والعمليات المتعلقة بغسيل الأموال وتمويل الإرهاب. كما أن أتممة المدفوعات المختلفة ستخلق فرصة لدخول المزيد من الأفراد في عداد مستخدمي النظام المالي الرسمي.

3. واقع الشمول المالي على المستوى العالمي

دشن البنك الدولي في العام 2011 _ بتمويل من مؤسسة بيل وميلندا جيتس _ قاعدة بيانات المؤشر العالمي للشمول المالي التي تعد أشمل قاعدة بيانات في العالم عن كيفية قيام البالغين بالادخار والاقتراض و سداد المدفوعات وإدارة المخاطر المالية. تعتمد هذه القاعدة على بيانات المسوح الاستقصائية التي يتم جمعها بالتعاون مع مؤسسة Gallup، وتغطي أكثر من 140 بلدا حول العالم. أعقبت الجولة الأولى من المسوح الاستقصائية جولة ثانية في العام 2014 وأخرى ثالثة في العام 2017. (أسلي، ليورا، دوروثي، سنية، و جيك، 2018، صفحة 10)

اعتمدت العديد من الحكومات سياسات لتوسيع نطاق الشمول المالي، والتي بدأت تظهر نتائجها في بعض البلدان، حيث تكشف البيانات الجديدة لهذا المؤشر أن نسبة البالغين الذي يملكون حسابات تبلغ حاليا 69% على مستوى العالم، أي بزيادة قدرها 7% منذ العام 2014. وتعني هذه الأرقام 515 مليون بالغ تمكنوا من الاستفادة من الأدوات المالية. ولا تزال أرقام العام 2017 المتعلقة بإجمالي ملكية الحسابات تواصل مسارها التصاعدي الذي نشهده منذ إصدار قاعدة بيانات هذا المؤشر لأول مرة، حيث ارتفعت نسبة الشمول المالي بنسبة 18% منذ العام 2011، حيث كانت نسبة امتلاك الحسابات تبلغ 51%.

تعكس بيانات المؤشر العالمي للشمول المالي للعام 2017 استمرار التطور في هذا الشأن. فما تحقق من تقدم مؤخرا كان مدفوعا بأنظمة الدفع الرقمي والسياسات الحكومية وإصدار جيل جديد من الخدمات المالية التي يمكن الوصول إليها من خلال الهواتف المحمولة والانترنت. أثبتت قدرة التكنولوجيا المالية على توسيع نطاق الحصول على الحسابات واستخدامها بصورة أكثر إقناعا في منطقة إفريقيا، حيث يمتلك حاليا 21% من البالغين

حسابات مالية عبر الهاتف المحمول، وهي تقريبا ضعف النسبة في العام 2014. ورغم تركيز الخدمات المالية عبر الهواتف المحمولة في شرق إفريقيا، فإن تحديث العام 2017 يظهر أن هذه الخدمات انتشرت في غرب إفريقيا وخارجه.

تحديث التكنولوجيا الرقمية تحولاً في خريطة أنظمة الدفع فعالياً، قام 52% من البالغين بإرسال أو تلقي مدفوعات رقمية في العام 2017، مقابل 42% في العام 2014. وقد دخلت المؤسسات التكنولوجية العملاقة في المجال المالي، مستفيدة من المعرفة المتعمقة بالعملاء لتقديم طائفة واسعة من الخدمات المالية. وتسهل عمليات الدفع التي تجرى عبر منصاتها التكنولوجية زيادة استخدام الحسابات في البلدان الصاعدة الرئيسية مثل الصين، حيث يستخدم 57% من مالكي الحسابات الهواتف المحمولة أو الأنترنت في عمليات الشراء أو دفع الفواتير، وهي تقريبا ضعف النسبة في العام 2014. (أسلي، ليورا، دوروثي، سنية، و جيك، 2018، الصفحات 6-7)

يختلف واقع الشمول المالي في العالم من منطقة جغرافية إلى أخرى، وعلى حسب مستويات التقدم والتنمية: (البنك الدولي، 2018)

فيما يخص منطقة شرق آسيا والمحيط الهادي نما استخدام المعاملات المالية الرقمية حتى مع ثبات ملكية الحسابات. وحالياً، يمتلك 71% من البالغين حسابات، وهي نسبة لم تتغير كثيراً منذ العام 2014. ويستثنى من ذلك إندونيسيا حيث ارتفعت نسبة مالكي الحسابات بواقع 13 نقطة مئوية إلى 49%. وقد تسارعت وتيرة إجراء المعاملات المالية الرقمية خاصة في الصين، حيث زادت نسبة مالكي الحسابات الذين يستخدمون الأنترنت في دفع الفواتير أو الشراء بأكثر من الضعف إلى 57%. ويمكن الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية لتحقيق زيادة أكبر في استخدام الحسابات، حيث يدفع 405 ملايين من مالكي الحسابات في المنطقة فواتير المرافق نقداً رغم أن 95% منهم يمتلكون هواتف محمولة.

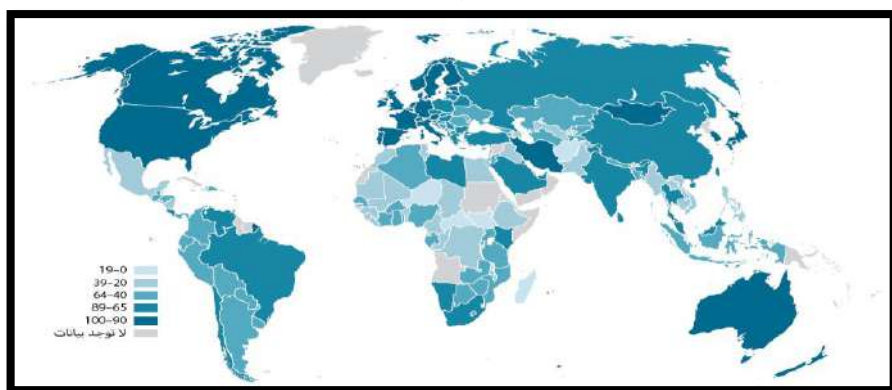
فيما يخص منطقة أوروبا وآسيا الوسطى، ارتفعت نسبة ملكية الحسابات بين البالغين من 58% في العام 2014 إلى 65% في العام 2017. وساعدت أنظمة الدفع الحكومية الرقمية للأجور والمعاشات والإعانات الاجتماعية في دفع تلك الزيادة. من بين مالكي الحسابات، قام 17% بفتح أول حسابات لهم لتلقي المدفوعات الحكومية. وارتفعت نسبة البالغين الذين يقومون بإرسال أو تلقي مدفوعات رقمية بواقع 14 نقطة مئوية إلى 60%. ومن خلال صرف جميع مدفوعات المعاشات العامة رقمياً، يمكن تقليص عدد البالغين الذين لا يمتلكون حسابات مصرفية بما يصل إلى 20 مليوناً.

فيما يخص منطقة أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي، يمكن تحقيق نمو سريع في استخدام التكنولوجيا المالية من خلال توسيع سبل الحصول على التكنولوجيا الرقمية، حيث أن 55%

من البالغين يمتلكون هواتف محمولة ويمكنهم الاتصال بالإنترنت، وهي نسبة تزيد عن المتوسط في العالم النامي بواقع 15 نقطة مئوية. ومنذ العام 2014، ارتفعت نسبة البالغين الذين يقومون بإرسال أو تلقي مدفوعات رقمية بحوالي 8 نقاط مئوية أو أكثر في بلدان مثل بوليفيا والبرازيل وكولومبيا وهايتي وبيرو. ويقوم نحو 20% من البالغين الذين لديهم حسابات باستخدام الهاتف المحمول أو الإنترنت لإجراء معاملات من خلال الحسابات في الأرجنتين والبرازيل وكوستاريكا. ومن خلال سداد مدفوعات الأجور النقدية رقمياً، يمكن لمؤسسات الأعمال توسيع نطاق ملكية الحسابات لإدخال ما يصل إلى 30 مليوناً من البالغين ممن ليست لديهم حسابات، وهؤلاء يمتلكون حوالي 90% منهم هواتف محمولة.

فيما يخص منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فإن فرص زيادة الشمول المالي كبيرة خاصة بين النساء. وحالياً، يمتلك 52% من الرجال حسابات مقابل نسبة لا تتجاوز 35% من النساء، وهي أكبر فجوة بين الجنسين مقارنة بالمناطق الأخرى. ويتيح ارتفاع ملكية الهواتف المحمولة نسبياً مجالاً لتوسيع نطاق الشمول المالي: من بين الأشخاص الذين ليست لديهم حسابات مصرفية، يمتلك 86% من الرجال و75% من النساء هواتف محمولة. ويقوم حوالي 20 مليوناً من البالغين الذين لا يمتلكون حسابات مصرفية في المنطقة بإرسال أو تلقي التحويلات المحلية نقداً أو من خلال خدمة الشباك، من بينهم 7 ملايين في مصر.

الشكل 1: نسبة البالغين ممن لديهم حساب مصرفي في العام 2017



المصدر: (أسلي، ليورا، دوروثي، سنية، و جيك، 2018، صفحة 14)

أخيراً، وفيما يخص منطقة جنوب آسيا، فقد ارتفعت نسبة البالغين الذين لديهم حسابات بواقع 23 نقطة مئوية إلى 70% وقادت الهند هذا التقدم، حيث ارتفعت نسبة مالكي الحسابات إلى نحو 80% مدفوعة باعتماد الحكومة سياسة لزيادة الشمول المالي من خلال تحديد الهوية بالبصمة الإلكترونية، مع تحقيق مكاسب كبيرة بين النساء والبالغين الأشد

فقرا. وباستثناء الهند، ارتفعت نسبة ملكية الحسابات في المنطقة بواقع 12 نقطة مئوية، لكن الرجال استفادوا في الغالب بدرجة أكبر من النساء. وفي بنغلاديش، ارتفعت نسبة ملكية الحسابات بواقع 10 نقاط مئوية بين النساء، فيما زادت بواقع الضعف تقريبا بين الرجال. ومن خلال رقمنة المدفوعات الخاصة بالمنتجات الزراعية، يمكن تقليص عدد البالغين الذين لا يمتلكون حسابات مصرفية بحوالي 40 مليونا على مستوى المنطقة.

4. واقع الشمول المالي في الدول العربية

تصنف المنطقة العربية كمجموعة من أضعف المناطق حول العالم فيما يتعلق بمؤشرات الشمول المالي. حيث تشير الإحصاءات الدولية المتاحة أن نسبة السكان البالغين في الدول العربية الذين تتوفر لهم فرص الوصول للخدمات المالية والتمويلية الرسمية، تصل إلى نحو 29% فقط مقارنة بما نسبته 69% لدول شرق آسيا على سبيل المثال. وتنخفض هذه النسبة لنحو 24% على صعيد النساء، ولنحو 7% فقط على صعيد الفئات الفقيرة ومحدودة الدخل في الدول العربية. (أبو مويس، 2018، الصفحات 16-17) تشير الإحصاءات الدولية كذلك أن أقل من ربع البالغين الذين تتوفر لديهم حسابات لدى المؤسسات المالية لديهم حسابات ادخار، وأن 72% من البالغين لا يحصلون على الخدمات المالية الرسمية؛ بالإضافة إلى أن 5% فقط منهم، باستثناء دول الخليج العربي، يقومون بالافتراض من القنوات الرسمية. (بن رجب، 2018، صفحة 5)

يعتبر الشمول المالي الرقمي في الدول العربية من الرهانات الاستراتيجية التي يعول عليها كثيرا لأجل توفير الخدمات المالية لحوالي 63% من السكان البالغين لاسيما فئات الإناث والشباب والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. يعتبر، كذلك، حجم تدفقات تحويلات العاملين في المنطقة العربية، الذي وصل 60 مليار دولار العام 2019، فرصة كبيرة للاستفادة من هذه التحويلات في تدعيم الولوج الرقمي للخدمات المالية الرسمية. تركز الدول العربية جهودها في التوسع في تقديم الخدمات المصرفية والمالية عبر الأنترنت والهاتف النقال في ضوء تزايد الاهتمام العالمي بالتكنولوجيات المالية الحديثة ودورها في تعزيز الخدمات المالية وزيادة الشمول المالي. من الدول العربية التي حققت تطورا ملحوظا في نسبة استخدام السكان البالغين للأنترنت والهاتف النقال للولوج إلى الخدمات المالية، هي: الإمارات العربية المتحدة بنسبة 46.6%، البحرين بنسبة 29%، الكويت بنسبة 23.8% والسعودية بنسبة 25.7%. (طلحة و الفران، 2020، صفحة 5)

الجدول 1: ترتيب الدول حسب المؤشرات الجزئية للشمول المالي

ترتيب الدول حسب نسبة البالغين الذين لهم حساب مالي في المؤسسات المالية الرسمية	ترتيب الدول حسب النسبة المتوقعة للبالغين الذي قاموا بادخار خلال 12 شهر الماضية باستخدام المؤسسات المالية الرسمية	ترتيب الدول حسب النسبة المتوقعة للبالغين الذين اقتترضوا في 12 شهر الماضية من مؤسسة مالية رسمية	
1	2	3	الإمارات العربية المتحدة
2	1	1	البحرين
3	3	4	الكويت
4	5	6	المملكة العربية السعودية
5	6	13	الجزائر
6	4	2	لبنان
7	8	7	تونس
8	12	5	الأردن
9	10	10	فلسطين
10	7	8	موريتانيا
11	9	11	السودان
12	11	9	مصر
13	13	12	العراق
14	14	14	اليمن

المصدر: (بن رجب، 2018، صفحة 5)

تبت العديد من الدول العربية استراتيجيات للشمول المالي في السنوات الأخيرة بهدف تحقيق زيادة مستويات الشمول المالي للأفراد والمؤسسات. ارتكزت هذه الاستراتيجيات أساساً على المحاور التالية: عصرنة وتطوير البنية التحتية لنظم الدفع؛ تشجيع المصارف على التوسع في فتح الحسابات المصرفية؛ تنويع الخدمات المالية للأفراد والمؤسسات؛ الاستفادة من التكنولوجيات الرقمية في زيادة الشمول المالي للشباب والإناث والمؤسسات الصغيرة والصغيرة والمتوسطة؛ دعم دور المؤسسات المالية غير المصرفية في الشمول المالي؛ الاستفادة من التمويل المتوافق مع الشريعة الإسلامية؛ التثقيف المالي والحماية المالية للمستهلك وتعزيز المنافسة المالية. (الطيب، 2020، صفحة 17)

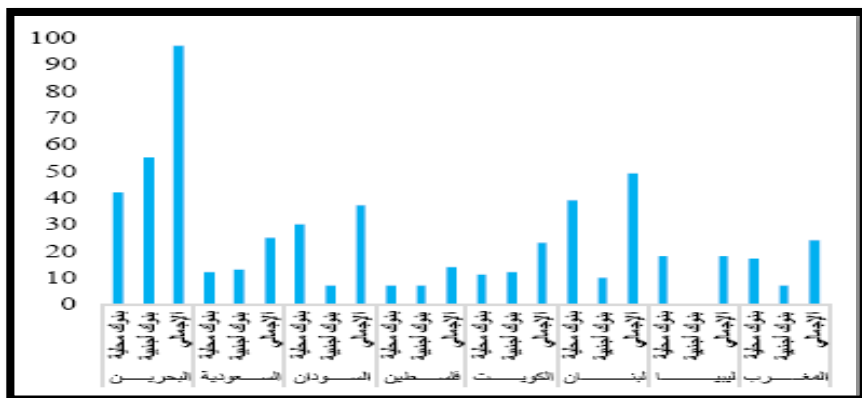
الجدول 2: مؤشرات الشمول المالي في الدول العربية للعام 2017

الرتبة عالمياً	الفجوة بين الأغنياء والأكثر فقراً (%)	الفجوة بين الرجال والنساء (%)	نسبة البالغين الذين يملكون حسابات لدى المؤسسات المالية (%)	البلد
35	9	16	88	الإمارات العربية المتحدة
42	11	11	83	البحرين
51	15	10	80	الكويت
59	12	22	72	السعودية
66	12	11	66	ليبيا
97	25	24	45	لبنان
101	13	27	43	الجزائر
103	16	30	42	الأردن
114	26	17	37	تونس
121	21	12	33	مصر
127	16	25	29	المغرب
134	7	6	23	العراق
138	13	11	21	موريتانيا
144	8	8	9	جنوب السودان

Source: (Demirgüç-Kunt, Klapper, Singer, Ansar, & Hess, 2018, pp. 123-126)

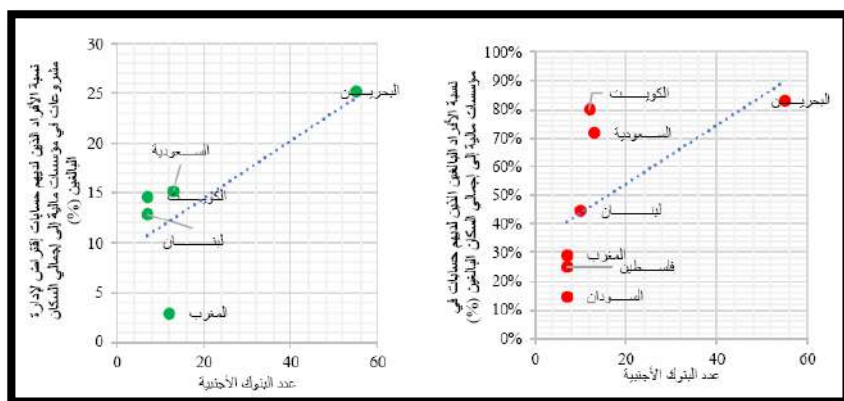
يعد صندوق النقد العربي من أبرز المبادرين والمساهمين في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي. في هذا الإطار، قام الصندوق بتأسيس فريق العمل الإقليمي لتعزيز الشمول المالي العام 2013، لزيادة التعاون والتنسيق في هذا المجال؛ كما أطلق الصندوق العام 2017 المبادرة الإقليمية لتعزيز الشمول المالي في الدول العربية، بالتعاون مع المؤسسات المالية الدولية؛ استحدثت الصندوق، كذلك، تسهيل البيئة المواتية لدعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة العام 2016، لضمان وصول هذه الفئة إلى التمويل الملائم لأنشطتها؛ أنشأ الصندوق، في نفس السياق، مجموعة عمل التقنيات المالية الحديثة العام 2018 لمتابعة تطبيقات التكنولوجيا المالية وتطورها؛ في الأخير، أنشأ الصندوق منصة "بني" لتسوية المدفوعات العربية العام 2020، بهدف تسهيل عملية تسوية المدفوعات العربية البينية. (الطيب، 2020، الصفحات 18-19)

الشكل 2: التوزيع النسبي للمصارف المحلية والأجنبية في بعض الدول العربية للعام 2019 (بالنسبة المئوية %)



المصدر: (عبد المنعم و زايد، 2020، صفحة 11)

الشكل 3: تواجد البنوك الأجنبية والشمول المالي للأفراد والمشروعات في بعض الدول العربية



المصدر: (عبد المنعم و زايد، 2020، صفحة 11)

أظهرت الدراسات الميدانية على المستوى الدولي بصفة عامة، والوطن العربي بصفة خاصة، وجود علاقة تكاملية بين مستويات الشمول المالي والمنافسة المصرفية من جهة، وبين الشمول المالي والنتائج المحلي الإجمالي من جهة أخرى. قامت دراسة لصندوق النقد العربي، في هذا الإطار، بتقدير العلاقة بين الشمول المالي ونصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في الدول العربية في الاتجاهين، باستخدام نماذج المعادلات الآتية. استهدفت الدراسة، كذلك، اختبار أثر محددات أخرى على الشمول المالي، كمؤشر التركيز المصرفي ومؤشر سهولة ممارسة أنشطة

الأعمال، بهدف استخلاص استراتيجية وخطط عمل ملائمة لدعم الشمول المالي. توصلت الدراسة إلى أن نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي يعتبر من أهم محددات الشمول المالي في البلدان العربية، كما خلصت الدراسة أن المؤشرات الجزئية تبقى غير كافية لمعرفة وتحديد وضع الشمول المالي في البلدان العربية، وإنما يجب الاعتماد على مؤشر مركب يمكن من الحصول على صورة شاملة ومنسقة للشمول المالي. في هذا السياق، بينت الدراسة أهمية مؤشرات أخرى مثل انخفاض مستويات التركز المصرفي وسهولة ممارسة أنشطة الأعمال، والتي تساهم في رفع مستويات الشمول المالي. (عبد المنعم و زايد، 2020، صفحة 9)

5. مكانة ودور المصارف الإسلامية في البلدان العربية في تعزيز مؤشرات الشمول المالي

يعتبر تطوير منتجات وخدمات مالية تلي احتياجات الأفراد والمؤسسات عاملا جوهريا في تعزيز الشمول المالي في مختلف دول العالم. عليه، يبرز دور الصيرفة الإسلامية في تعزيز الشمول المالي، كونها تقدم حولا لتلك الفئات التي أحجمت عن التعامل مع القطاع المصرفي التقليدي لاعتبارات دينية بالخصوص. توفر المصارف الإسلامية جملة من المنتجات والأدوات تتوافق وأحكام الشريعة الإسلامية، وتستخدم عقود مشاركة وتقاسم المخاطر، الأمر الذي يعد بديلا عمليا وفعالا للتمويل القائم على الديون التقليدية. مثال ذلك التأمين التكافلي والتمويل متناهي الصغر وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مما سيعزز من فرص الحصول على التمويل. يحتوي النظام المالي الإسلامي، كذلك، على أدوات خاصة لإعادة توزيع الثروة مثل الزكاة والصدقة والوقف والقرض الحسن، والتي من شأنها أن تحدث اندماجا وتناسقا مع أدوات تقاسم المخاطر لاستهداف أصحاب الدخل المنخفض، وبالتالي إدماجهم في النظام المالي الرسمي. (عبيد، 2019، صفحة 2)

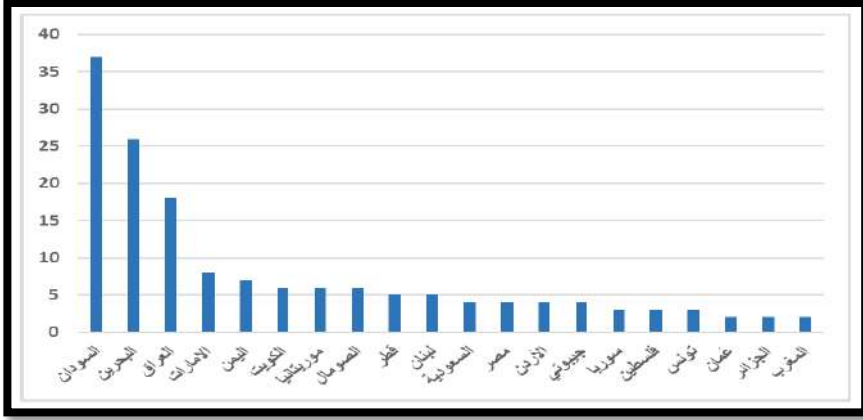
تعمل البنوك المركزية في الدول العربية على تحفيز التوسع في قطاع الخدمات المصرفية الإسلامية كجزء من الاستراتيجيات والبرامج الوطنية للشمول المالي، سيما أن قطاع التمويل الإسلامي أظهر صلابه ومرونة كبيرة في مواجهة الأزمات المالية المختلفة، وذلك لطبيعة وخصائص التمويل الإسلامي التي تتفادى الإفراط في المديونية والمضاربات غير المنتجة. في هذا الإطار، قام بنك الجزائر مثلا باتخاذ عدة إجراءات تهدف إلى تعزيز الشمول المالي من نافذة الصيرفة الإسلامية، لاستهداف كل فئات الزبائن والمتعاملين. من أهم اللوائح التنظيمية التي صدرت عنه، تلك المؤرخة في 15 مارس 2020، والتي كرست المعاملات المصرفية الإسلامية كأحد الطرق والنوافذ المهمة في تمويل الاقتصاد الوطني. ستسمح النوافذ المصرفية الإسلامية

المفتوحة على مستوى كل المصارف بتقديم خدمات متعددة، كما ستستجيب، حسب بنك الجزائر، لمطالب شريحة واسعة من المتعاملين اللذين لا يرغبون في المعاملات الربوية. في نفس السياق، قام بنك الجزائر بإصدار نظام تغطية وضمائم الودائع التي تدخل في إطار أسلوب التمويل الإسلامي. (بنك الجزائر، 2020، صفحة 3)

حسب تقرير مجلس الخدمات المالية الإسلامية IFSB للعام 2018، فقد عرفت الصيرفة الإسلامية ارتفاعاً في الحصة السوقية المحلية في 19 دولة، حيث يتركز حوالي 90% من حجم الصناعة المالية الإسلامية في 12 دولة. يعتبر معدل النمو المحقق بمنطقة مجلس التعاون الخليجي الأعلى عالمياً، حيث وصل إلى 44.9% العام 2018، تليها منطقة الشرق الأوسط (ما عدا دول مجلس التعاون الخليجي) بمعدل نمو قدره 34.4%، أما حصة دول آسيا فانخفضت لتصل إلى 16.9% العام 2018 بعدما كانت تمثل ما نسبته 24.4% العام 2017. (قندوز و قعلول، 2020، صفحة 11)

يزداد التعامل وفق أساليب الصناعة المصرفية الإسلامية بشكل مستمر في السنوات الأخيرة على المستوى العالمي. في هذا الإطار تظهر الإحصاءات ارتفاع حجم الأصول المتوافقة مع الشريعة الإسلامية من 386 مليار دولار أمريكي العام 2006 إلى 1509 مليار دولار العام 2017، أي بمعدل نمو سنوي مركب بلغ 12%. يعكس ذلك أهمية الاستفادة من تطور الصناعة المصرفية الإسلامية في تعزيز مؤشرات الشمول المالي في الدول العربية، خاصة إذا علمنا أن الدول العربية تستحوذ على نحو 50% من حجم الأصول المصرفية الإسلامية المتداولة عالمياً. فيما يخص المصارف الإسلامية في الوطن العربي فقد بلغ عددها 155 مصرف عربي إسلامي، حيث تحتل السودان المرتبة الأولى في هذا المجال بمجموع 37 مصرف، تليها كل من البحرين بمجموع 26 مصرف والعراق بمجموع 18 مصرفاً والإمارات، بمجموع 8 مصارف. بلغ أصول المصارف الإسلامية في الوطن العربي حوالي 603 مليار دولار العام 2017، والتي تمثل نسبة 20% من إجمالي الأصول المصرفية العربية، كما مثلت نسبة هذه الأصول إلى الناتج المحلي الإجمالي حوالي 25% العام 2017. كما بلغت أرصدة القروض المقدمة من المصارف الإسلامية العربية إلى الزبائن حوالي 376 مليار دولار، كما بلغ حجم الودائع لديها حوالي 429 مليار دولار العام 2017. فيما يخص نسبة موجودات القطاع المصرفي الإسلامي إلى مجمل موجودات القطاع المصرفي في نفس البلد، فقد احتلت السودان المرتبة الأولى بنسبة 100%، تليها السعودية بنسبة 51%، الكويت بنسبة 45% والبحرين بنسبة 30%. (عبيد، 2019، الصفحات 3-5)

الشكل 4: عدد المصارف الإسلامية العاملة في الدول العربية العام 2017



المصدر: (عبيد، 2019، صفحة 4)

6. خاتمة

خطت الدول العربية خطوات هامة فيما يخص الشمول المالي، حيث أطلقت العديد منها استراتيجيات وطنية لتعزيز الشمول المالي بشكل مدروس، مع توفير البنية التحتية اللازمة له، بما يعزز التنمية المستدامة والشاملة. ارتكزت هذه الاستراتيجيات والسياسات على عدة محاور، من أهمها: تطوير برامج واستراتيجيات وطنية للشمول المالي، الاستفادة من التقنيات المالية الحديثة، تعزيز حماية المستهلكين والخدمات المالية، الاهتمام بقضايا التثقيف والتوعية المالية، الاهتمام بوصول المرأة والشباب للخدمات المالية الرسمية، والاهتمام بدعم المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة ووصولها للخدمات المالية.

على ضوء ما سبق ومن خلال ما ورد في الدراسة، يمكن الإجابة على فرضيات الدراسة إلى جانب استخلاص النتائج وتقديم جملة من الاقتراحات والتوصيات فيما يأتي من نقاط أدناه.

الإجابة على الفرضيات:

- فيما يخص الفرضية الأولى يمكن تأكيد العلاقة الوطيدة بين تطوير الخدمات المالية الإسلامية واحتمالات تعزيز مستويات الشمول المالي في الوطن العربي، نظير استهداف هذه الخدمات لفئة عريضة من المجتمعات العربية التي أحجمت عن الاستفادة من الخدمات المالية لاعتبارات دينية.

- فيما يخص الفرضية الثانية أظهرت نتائج الدراسة أن الخدمات المالية الإسلامية فعلا تشكل عاملا أساسيا ومحوريا في استراتيجيات تعزيز الشمول المالي في الدول العربية، لكن ليس هو العامل الوحيد، حيث يعتبر نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، البنى التحتية التكنولوجية والرقمية، مستويات التثقيف المالي، ومستوى التركيز المالي، عوامل جوهرية هي الأخرى في تحديد استراتيجياته.

- فيما يخص الفرضية الثالثة والأخيرة، يمكن تأكيدها، حيث يسمح تعزيز الشمول المالي في الدول العربية بزيادة فرص الحصول على الخدمات المالية وضمان استدامتها، بما يتوافق وأبعاد التنمية المستدامة.

النتائج:

- خطت الدول العربية خطوات هامة فيما يخص الشمول المالي، حيث أطلقت العديد منها استراتيجيات وطنية لتعزيز الشمول المالي بشكل مدروس، مع توفير البنية التحتية اللازمة له، بما يعزز التنمية المستدامة والشاملة.

- تتبنى المنطقة العربية، كذلك، مبادرات تدعم الشمول المالي، مثل مجموعة العمل الإقليمية للتقنيات المالية الحديثة، ومبادرة الشمول المالي للمرأة، ومبادرة التمويل المسؤول المرتبط بحماية الزبائن. توفر هذه المبادرات برنامج العمل والموارد اللازمة لضمان تناسق وتكامل الجهود المستمرة.

- تعتبر الثقافة المالية حجر الأساس لتحقيق الشمول المالي، حيث تعتبر قضية جوهرية وعاملا أساسيا لاتخاذ القرارات المالية السليمة. فيما يخص التثقيف المالي في الدول العربية، المستنتج وجود ضعف في الثقافة المالية الإسلامية بشكل عام، وفي موضوع الشمول المالي بشكل خاص، ما يستدعي الحاجة إلى تعزيز الوعي والثقافة في العمل المصرفي الإسلامي وتظافر كل الجهود من الجهات الرقابية والمصارف الإسلامية والجامعات وقطاعات الشؤون الدينية.

- المؤكد أن قطاعات التمويل الإسلامي كان لها دور كبير في تحسين مستويات الشمول المالي لدى الكثير من الدول العربية وضمان استدامة الحصول على الخدمات المالية، خصوصا دول مجلس التعاون الخليجي.

- يمكن أن يساعد تشجيع قطاع المؤسسات المالية الإسلامية على الاستثمار وتمويل المشاريع في المناطق النائية من خلال برامج تمويلية ميسرة على تعميم وصول الخدمات المالية في هاته المناطق.

- من المتوقع أن يكون للتمويل الإسلامي دور أكبر في تعزيز الشمول المالي في باقي الدول العربية، خاصة أن شريحة كبيرة من المواطنين في هذه الدول لا يزالون يقصون أنفسهم من الاستفادة من الخدمات المالية لأسباب دينية.

التوصيات:

- لإدراك الفرص التي يمكن أن تتيحها الخدمات المالية الإسلامية في البلدان العربية، يتطلب المزيد من البحوث والابتكار في مجال الصناعة المالية الإسلامية، بما يسهم في توفير منتجات وخدمات مالية، تعزز من وصول الأسر والمقاولين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للنظام المالي الرسمي في الدول العربية من جهة؛ وتتوافق وأحكام الشريعة الإسلامية من جهة أخرى.

- يتطلب تطوير الخدمات المالية الإسلامية في الوطن العربي، كذلك، تطوير البنية التحتية والتشريعية والرقابية للمؤسسات المالية الإسلامية بكافة أشكالها، لتمكينها من القيام بدورها على أكمل وجه، بما يعزز الاستقرار المالي.

- يجب تهيئة بيئة تنافسية عادلة بين المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية ونظيرتها التقليدية، من ناحية الاستفادة من الفرص ومجالات الدعم والمساندة والأولوية.

- يجب تعزيز دور المنتجات المالية الإسلامية وأدوات توزيع الثروة في الرفع من مؤشرات الشمول المالي في البلدان العربية (كالزكاة والصدقات والوقف والقروض الحسن)، وذلك من خلال حصر استقبال وتوزيع أموال هذه الأدوات في النظام المالي الرسمي عن طريق حسابات مصرفية، بما يرفع عدد المواطنين البالغين ممن يملكون حسابات مصرفية في الوطن العربي، خاصة ذوي الدخل المحدود والفئات الفقيرة.

- زيادة مستويات التثقيف المالي والحماية المالية للمستهلك في البلدان العربية، ولا بد أن تستهدف برامج التثقيف المالي جميع فئات المجتمع، خصوصا النساء والشباب والمؤسسات الصغيرة والصغيرة والمتوسطة، والفئات محدودة الدخل، والبعيد جغرافيا (مثل المقيمين في الأرياف والقرى المعزولة).

- الاستثمار في مجال التكنولوجيا المالية وتطبيقاتها، بما يسمح بتطوير منصات للخدمات المالية الإسلامية يمكن ان تستفيد منها المصارف الإسلامية في تقريب خدماتها ومنتجاتها للأفراد والمؤسسات.

7. قائمة المراجع

Amidžić, G., Massara, A., & Mialou, A. (2014, February 1). Assessing Countries' Financial Inclusion Standing-A new Composite Index. Retrieved from IMF Working Paper, International Monetary Fund: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2014/wp1436.pdf>

Attia, H., & Benson, C. (2018, April 1). Digital Financial Services: Payment Aspects for Financial Inclusion in the Arab Region. Retrieved from Working Paper , Arab Monetary Fund: <https://www.amf.org.ae/sites/default/files/publications/2022-01/dfs-payment-aspects-for-financial-inclusion-in-the-arab-region.pdf>

Daud, M., Abubakar, J., & Aminu, Y. (2018). Impact analysis of Islamic finance on financial inclusion and economic growth in selected Muslim countries: Lessons for Nigeria. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, Vol. 26(N°02), 393-414.

Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*. Washington: World Bank Group.

Kabiru, K., & Wan Hakimah, B. (2021). Islamic banking development and financial inclusion in OIC member countries: The moderating role of institutions. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, Vol. 7(No.3), 527-544.

Ledhem, M. (2022). Islamic finance on enhancing financial inclusion: Recommended lessons for Algeria from the Malaysian experiment. *Journal of Management and Economic Sciences Prospects*, Vol. 6(N°01), 640-659.

البنك الدولي. (19 04, 2018). المؤشر العالمي للشمول المالي يكشف التزايد المطرد في الشمول المالي مع استمرار الفجوات. تاريخ الاسترداد 2022 03, 25، من مجموعة البنك الدولي:

<https://www.albankaldawli.org/ar/news/press-release/2018/04/19/financial-inclusion-on-the-rise-but-gaps-remain-global-findex-databaseshows>

الوليد طلحة، و صبري الفران. (16 ديسمبر، 2020). الشمول المالي الرقمي. تم الاسترداد من موجز سياسات، العدد السابع عشر، صندوق النقد العربي:

<https://www.amf.org.ae/ar/publications/mwjz-alsyasat/alshmw1-almaly-alrqmy>

بنك الجزائر. (27 أفريل, 2020). بيان السيد محافظ بنك الجزائر بمناسبة اليوم العربي للشمول المالي 27 أفريل 2020. تم الاسترداد من موقع بنك الجزائر:

https://www.bankofalgeria.dz/pdf/communication_27042020gouv_ar.pdf

جاسم أرشد عبد الأمير. (2018). الشمول المالي وأثره في تحقيق النجاح الاستراتيجي للمنظمات الخدمية: دراسة استطلاعية لعينة من القطاع المصرفي الخاص العراقي. مجلة الكلية الإسلامية الجامعة، المجلد 13 (العدد 49)، 139-189.

جلال الدين بن رجب. (2018). احتساب مؤشر مركب للشمول المالي وتقدير العلاقة بين الشمول المالي والنتائج المحلي الإجمالي في الدول العربية. دراسات اقتصادية (العدد 45)، 1-22.

حنان الطيب. (11 نوفمبر, 2020). الشمول المالي. تم الاسترداد من سلسلة كتيبات تعريفية، صندوق النقد العربي، العدد 1:

<https://www.amf.org.ae/ar/publications/alktybat/alshmw1-almaly>

حنين محمد بدر عجور. (1 مارس, 2017). دور الاشتغال المالي لدى المصارف الوطنية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه العملاء (دراسة حالة البنوك الإسلامية العاملة في قطاع غزة). تم الاسترداد من الجامعة الإسلامية - غزة:

<https://iugspace.iugaza.edu.ps/handle/20.500.12358/16763>

ديميرجوتش- كونت آسلي، كلاير ليورا، سينجر دورو ثي، أنصار سنية، و هيس جيك. (2018). قاعدة بيانات المؤشر العالمي للشمول المالي 2017: قياس مستوى الشمول المالي وثورة التكنولوجيا المالية. واشنطن: البنك الدولي.

رامي يوسف عبيد. (2019). أثر الخدمات المالية الإسلامية على الشمول المالي في الدول العربية. أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة: صندوق النقد العربي.

سمير عبد الله، حبيب حن، علي جبارين، و محمد حتاوي. (2016). الشمول المالي في فلسطين. القدس، فلسطين: معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس).

صندوق النقد العربي. (17 ماي, 2019). العلاقة المتداخلة بين الاستقرار المالي والشمول المالي. تم الاسترداد من فريق العمل الإقليمي لتعزيز الشمول المالي في الدول العربية:

<https://www.amf.org.ae/ar/publications/fryq-alshmw1-almaly-fy-aldwl-arbyat/allaqt-almtdakhlit-byn-alastqrar-almaly-walshmw1>

عبد الكريم أحمد قندوز، و سفيان حمده قعلول. (2020). الصناعة المالية الإسلامية بدول المغرب العربي: الواقع والتحديات والآفاق. أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة: صندوق النقد العربي، دراسات معهد التدريب وبناء القدرات.

غسان أبو موسى. (28 فيفري، 2018). تداعيمات التزام قطاع البنوك بتطبيق التوصيات والإجراءات المتعلقة بمكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب على قدرته في تحقيق الشمول المالي في الدول العربية. تم الاسترداد من صندوق النقد العربي:

<https://www.amf.org.ae/ar/publications/aldrasat-alaqtsadyt/altzam-qta-albnwk-bttbyq-altwsyat-walajraat-almtlqt-bmkafht-ghsl>

فؤاد خليل أحمد. (30 سبتمبر، 2015). آليات الشمول المالي نحو الوصول للخدمات المالية. مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد 23 (العدد 3)، 7-10.

معهد الدراسات المصرفية. (1 فيفري، 2016). الشمول المالي. تم الاسترداد من إضاءات:

http://www.kibs.edu.kw/upload/Edaat_Feb2016_Financial_Inclusion_1773.pdf

هبة عبد المنعم، و كريم زايد. (8 جوان، 2020). المنافسة المصرفية والشمول المالي في الدول العربية. تم الاسترداد من صندوق النقد العربي:

<https://www.amf.org.ae/ar/publications/aldrasat-alaqtsadyt/almafst-almsrfyt-walshmwil-almaly-fy-aldwl-alrbyt>

دور تبني المسؤولية الاجتماعية ضمن برامج التسويق الاجتماعي في تحسين الصور الذهنية لمنظمات الأعمال - شركة TOYOTA أنموذجاً -

The role of adopting social responsibility within social marketing programs in improving the mental images of business organizations -TOYOTA as a model-

* داود قليل

Daoud kellil

جامعة عباس لغرور خنشلة

kellil.daoud@univ-khenchela.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/04/16

تاريخ الاستلام: 2022/07/30

الملخص:

تهدف الدراسة إلى تحديد دور تبني المسؤولية الاجتماعية ضمن برامج التسويق الاجتماعي في تحسين الصور الذهنية للمؤسسة، وقد تم تبني شركة Toyota نموذج ريادي في هذا المجال حيث تم تحليل تجربتها لكشف عوامل نجاحها وكيفية تعزيز صورتها والحفاظ عليها من خلال تبنيها للمسؤولية الاجتماعية. توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن لشركة Toyota رؤية واعدة بخصوص الرعاية الاجتماعية وحماية البيئة من خلال استدامة منتجاتها والأخذ بمسؤولياتها الاجتماعية وتكريس القيم المجتمعية. حققت الشركة مكانا وسط الكبار وحافظت عليه لسنوات من خلال رصيد هام من الممارسات الاجتماعية والبيئية. الكلمات المفتاحية: مسؤولية اجتماعية؛ تسويق اجتماعي، سلوك مستهلك؛ صور ذهنية للمؤسسة؛ تغيير اجتماعي.

تصنيف JEL: M30، M39، M31

Abstract:

The study aims to determine the role of adopting social responsibility within social marketing programs in improving the mental image of the organization. Toyota has adopted a pioneering model in this field, where its experience was analyzed to reveal its success factors and how to enhance and maintain its image through its adoption of social responsibility.

The study reached the most important results, the most important of which is that Toyota has a promising vision regarding social care and environmental protection through the sustainability of its products, the adoption of its social responsibilities and the dedication of societal values.

It has achieved and maintained a place among adults for years through an import balance of social and environmental practices.

Key words: social responsibility; social marketing, consumer behavior; mental images of the enterprise; social change.

JEL classification codes: M30، M39، M31

1. مقدمة:

لقد رافق التطور في مسؤوليات منظمات الأعمال تجاه مجتمعاتها تصاعدا في التأثير على المجتمع والضغط عليه لأن تبنى إدارة المنظمات الأعمال مزيدا من أهداف المجتمع وتطلعاته أدت الى مزيد من الالتزام بالطلب الاجتماعي سواء كان ذلك مفروضا بحكم القانون أو بالمبادلات التي تقوم بها لإرضاء المجتمع وهكذا ظهرت المسؤولية الاجتماعية نتيجة تفاعل عدة عوامل. مع تطور الشركات و انفصال الملكية و الإدارة تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية و كانت الفكرة الأولى للمفهوم في مرحلة الثورة الصناعية بسيطة تتمحور حول تحقق مصالح المجتمع بتحقيق الأرباح ، رافق ذلك تحسن بسيط في ظروف العمل لتساهم أزمة الكساد في التوجه الى تأصيل أفكار وعناصر المسؤولية الاجتماعية في ظل تداعيات اجتماعية متصاعدة. وباعتبار الصور الذهنية للمنظمة تقوم بدور هام ومحوري في تكوين الآراء وصنع القرارات ، وتشكيل سلوك الأفراد والتأثير في تصرفاتهم تجاه منظمات الأعمال في مختلف القطاعات ، كان لزاما علينا البحث في أهم الآليات ، التوجهات والاستراتيجيات التي من شأنها خلق وتعزيز تلك الصور الذهنية من خلال برامج التسويق الاجتماعي.

سؤال الدراسة:

بناء على الطرح أعلاه يمكن أن نقدم السؤال التالي:

ما دور تبنى المسؤولية الاجتماعية ضمن برامج التسويق الاجتماعي في تعزيز الصور الذهنية

لشركة Toyota ؟

وللإجابة على سؤال الدراسة قمنا بتجزئته إلى أسئلة فرعية على النحو:

- كيف يساهم الأخذ بالمسؤولية الاجتماعية في تفعيل آلية تحسين الصورة الذهنية في شركة Toyota ؟

- هل نجحت شركة Toyota في تكوين صور ذهنية متميزة وتعزيزها لدى الزبون؟
- هل كان للممارسات الاجتماعية في إطار برامج التسويق الاجتماعي دور في تعزيز الصورة الذهنية لشركة Toyota ؟

فرضية الدراسة:

يمكن تقديم الفرضية التالية :

ان الأخذ بالمسؤولية الاجتماعية له دور هام في تعزيز الصور الذهنية لشركة Toyota من خلال التركيز على مسؤولياتها الاجتماعية البيئية وتكريس القيم المجتمعية ضمن برامج التسويق الاجتماعي.

2.1 . الفرضيات الفرعية: من خلال الفرضية الرئيسية تتبادر لنا الفرضيات الفرعية التالية :

- تساهم الشركة محل الدراسة من خلال برامج التسويق الاجتماعي في تكريس القيم المجتمعية.

- اخذ الشركة بالمسؤولية الاجتماعية تعزز الصورة الذهنية للشركة محل الدراسة.

- نجحت الشركة محل الدراسة في بناء صور ذهنية متميزة لدى الزبون.

هدف الدراسة : تهدف الدراسة إلى استقراء تجربة الشركة محل الدراسة وتحليل تجربتها الرائدة ، في الاخذ بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية من خلال تعزيز نقاط القوة وتدارك مواطن الضعف وتوظيف ذلك في بناء نموذج ريادي متميز.

منهج الدراسة : تم اعتماد المنهج الوصفي للإمام بمختلف جوانب الدراسة النظرية وتحليل أبعادها والإجابة عن الإشكالية المطروحة وتكوين قاعدة نظرية مستقاة من عدة مراجع انطلاقاً من تشخيص المشكلة واختبار الفرضيات ، ذلك بالرجوع إلى الأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة من كتب ومقالات ، أطروحات ، رسائل ، دوريات ، تقارير ، منشورات ، أبحاث باللغة العربية والأجنبية.

تم الاعتماد على أسلوب دراسة الحالة ، من أجل جمع البيانات حول مدى تبني الشركة لمسؤوليتها الاجتماعية ضمن برامج التسويق الاجتماعي ، كما سيتم جمع البيانات الأولية من خلال استقراء ، مقارنة ، وتحليل احصائيات الشركة و المتعلقة أساسا بعناصر الدراسة .

الدراسات السابقة:

- (عصماني، 2019) إسهامات التسويق الاجتماعي في مجال الصحة العامة : (مقال) عالج الباحث أحد مجالات التسويق ، وهو التسويق الاجتماعي ك مجال معرفي متزايد الأهمية لمعالجة القضايا والمشاكل الاقتصادية والاجتماعية ومن بينها تعزيز الصحة العامة ، من خلال توظيف حملات التسويق الاجتماعي لتغيير السلوكيات السلبية كما تُبرز دور هذه الحملات في نشر التوعية من أجل تنمية الوعي الصحي وترسيخه في المجتمع.

- (صديقي، عبد الكرم، و عبد الدايم، 2020) التسويق الاجتماعي كأداة لترسيخ الصورة الذهنية للشركات في وقت الأزمة -حالة بعض الشركات في ظل أزمة فيروس

كوفيد 19 - (مقال) هدفت الدراسة إلى التأكيد على دور التسويق الاجتماعي في بناء وترسيخ الصورة الذهنية للشركات أثناء الأزمات مع أخذ الأزمة الوبائية الحالية موضوعا ، حيث تم وضع إطار نظري للتسويق الاجتماعي والصورة الذهنية ثم الإجراءات التي قامت بها بعض الشركات العالمية لتظهر في صورة جيدة من جهة وللتخفيف من الأزمة من جهة أخرى. حيث توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن هذه الشركات اتجهت بسلوك اجتماعي تجاه المجتمع ، وقدمت مساعدات في المستوى مستخدمة أنشطة التسويق الاجتماعي للحد من انتشار الفيروس ، وأيضا ترسيخ صورتها لدى المستهلكين ، كما توصي الدراسة بضرورة العمل في إطار خطة إستراتيجية محكمة وتجنب العشوائية في تنفيذ الحملات ليتمكن المسوق الاجتماعي من تحقيق أهداف الحملة ، مع الالتزام بتنوع الممارسات المسؤولة اجتماعيا وأخلاقيا للحماية من الأزمات.

- (قلش و خنتار، 2019) أثر الوعي بأخلاقيات الاتصالات التسويقية على الصورة الذهنية للعلامة التجارية لشركة كوندور - دراسة عينة من المستهلكين من ولاية الشلف (مقال) هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين أخلاقيات الاتصالات التسويقية والصورة الذهنية للعلامة التجارية لشركة كوندور الجزائر بالتركيز على مستوى قوة العلاقة ونمطها ، حيث ركزت على الالتزام بأخلاقيات الاتصالات التسويقية ، وتمت الدراسة الميدانية على عينة من المستهلكين من ولاية الشلف ضمت 110 فرد بالاعتماد على الاستبيان الالكتروني وأدوات التحليل اللازمة بالاستعانة ببرنامج (spss)، توصلت الدراسة إلى أن الاتصالات التسويقية تعتبر عامل مهم في التأثير على الصورة الذهنية للعلامة التجارية وخاصة من مدخل البعد المعرفي ، حيث أكدت على وجود علاقة ارتباط خطية قوية بين أخلاقيات الاتصالات التسويقية والصورة الذهنية للعلامة التجارية. ومن أهم توصياتها أنه من الضروري أن تعمل المؤسسات على اختلافها على دراسة وتحليل قناعة ورؤية جمهورها الداخلي والخارجي حول القيم والأخلاق التي يتصورونها حول الأنشطة التسويقية والعمل على الاقتداء بها لأنها تمثل عنصرا أساسيا لنجاح نشاطها التسويقي كسبا للثقة وتعزيز الولاء.

موقع الدراسة بين الدراسات السابقة :

ان التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية ، البيئية والأخلاقية ضمن ما برامج التسويق الاجتماعي له انعكاس واضح على بناء وتعزيز صورة المؤسسة ومنتجاتها في ذهن المستهلكين

، ولعل أهم إضافة لهاته الدراسة هي كيفية تمكين مسيري المؤسسات من وضع استراتيجيات مسؤولة تسمح لهم بالتموقع وخلق ميزة تنافسية مستدامة في بيئة تنافسية تتسم بالحركة المستمرة .

2- الإطار النظري:

2.2 المسؤولية الاجتماعية والتسويق الاجتماعي بمنظمات الأعمال:

1.1.2 عوامل ظهور المسؤولية الاجتماعية للشركات: لقد رافق التطور في مسؤوليات منظمات الأعمال تجاه مجتمعاتها تصاعدا في التأثير على المجتمع والضغط عليه لأن تبني إدارة المنظمات الأعمال مزيدا من أهداف المجتمع وتطلعاته أدت إلى مزيد من الالتزام بالطلب الاجتماعي سواء كان ذلك مفروضا بحكم القانون أو عن طريق المبادلات التي تقوم بها لإرضاء المجتمع وهكذا ظهرت المسؤولية الاجتماعية كتفاعل لعدة عوامل منها (طاهر ، منصور، و صالح ، 2016، صفحة 48) :

- تصاعد ضغوط المجتمع مع التوسع في حجم منظمات الاعمال وتعدد علاقاتها.
- إسهام أكبر لمنظمات الأعمال في تطوير نوعية الحياة والارتقاء بها.
- ضرورة إسهام منظمات الأعمال في تعزيز القيم الإنسانية والاجتماعية.
- أهمية رضا المجتمع وقبوله لأهداف منظمات الأعمال ووسائل عملها.
- التطور في وعي الإنسان وإدراكه لذاته وللمجتمع.
- الاهتمام الذي تبديه الجامعات العالمية الكبرى ومراكز البحوث بتدريس مساقات تخص علاقة الأعمال بالمجتمع.
- تراكم البحوث العلمية النظرية منها والتطبيقية في هذا المجال.
- نتيجة تعدد المفاهيم التي تناولت المسؤولية الاجتماعية للشركات ظهرت العديد من الاتجاهات والمقاربات النظرية التي تفسر المسؤولية الاجتماعية ، وأهم هذه المقاربات ما أشار إليه كل من Igalon و grand حيث تعتبر المسؤولية الاجتماعية (مانع، 2011، صفحة 14) :
- أداة تنظيم اجتماعي من خلال إدماج أهداف المجتمع ضمن أهداف الشركة.
- كعلاقة سلطة من خلال تأثير أصحاب المصالح على الشركة وجعلها ترضخ لهم.
- منتج اجتماعي من خلال تكييف المؤسسة مع ثقافة المحيط التي تعمل فيه.
- بناء للإدراك الاجتماعي من خلال التفاوض بين الشركة والمجتمع مما يزيد من وعي المجتمع.

2.1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات: يكون من الصعب في كثير من الأحيان الاتفاق على تحديد تعريف معين بإعطاء مضمون شامل وجامع لظاهرة ما وتزداد هذه الصعوبة كثيرا إذا ما ربطناها بالعلوم السلوكية و الاجتماعية ، وهذا ينطبق على مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ، والتي عرفت بأنماط وأشكال مختلفة حيث صدر ل ARCHIE CAROL بحث يؤكد فيه أنه ولحد سنة 2010 م ، تم إحصاء أكثر من 37 تعريفا أكاديميا قدم للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال.

حيث عرفت المنظمة العالمية للمعايير (ISO) المسؤولية الاجتماعية على أنها : مسؤولية المنظمات عن قراراتها وأنشطتها التي تؤثر على المجتمع و البيئة ، من خلال التزامها بالشفافية والسلوك الأخلاقي الذي يساهم في التنمية المستدامة بما في ذلك الصحة ورفاهية المجتمع. (شريط و خلوي، 2019، صفحة 349)

جدول رقم 1: تعريف المسؤولية الاجتماعية للمنظمة حسب الباحثين

المصدر	التعريف
MURRAY AND MONTANARI 1986	تعد المسؤولية الاجتماعية منتج PROCUCT يقدم الى جمهور المنظمة الداخلي والخارجي.
Hunt & Goolsby 1992	عقد اجتماعي بين المنظمة والمجتمع الذي تعمل فيه.
Konkolewsky 1996	تعد محاولة للرقى وتطبيق أفكار حول المسائل الاقتصادية وكذا المتعلقة بالمسائل الطوعية تجاه المجتمع والبيئة وتجاه العاملين وصحتهم.
Feell & Pride 1997	التزام المنظمة بتعظيم التأثيرات الايجابية والتقليل من التأثيرات السلبية للمجتمع.
Flop & Others 2000	تعني ادارة عادلة وفعالة تسهم في تطوير الاقتصاديات.
Schermerhorn 2001	التزام المنظمة بالعمل بطرق تخدم مصالحها وأصحاب المصالح.
Maguire 2001	تشمل المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تحقيق المتطلبات المحلية وتحقيق التزامات المنظمة تجاه العاملين في تقديم التغذية الصحية والحماية الصحية اللازمة وتعد المنظمات المسؤولة اجتماعيا منظمات شجاعة.
Cragg 2001	تعبر المسؤولية الاجتماعية للمنظمة عن العلاقة بين المنظمة وأصحاب المصالح بما فيهم المستهلكين العاملين ، المجتمعات المحلية ، المستثمرين المالكين ، الحكومة والمجهزين المنافسين.
Obrien & Robinson 2002	القيام بالأشياء الصحيحة.
2006 ثامر البكري	مجملة الالتزامات التي تتعهد بها المنظمة في تقديم ما يرغبه الزبون وانسجاما مع القيم المشتركة فيما بينها والتي تصب بالنهاية في تحقيق رفاهية المجتمع واستمرار عمل المؤسسة.

المصدر : فؤاد محمد حسين الحمدي ، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاسها

على رضا المستهلك، 2003 ، أطروحة دكتوراه ، جامعة المستنصرية ، ص 40.

3.1.2 تبلور مفهوم التسويق الاجتماعي:

بعد البعد الاجتماعي للتسويق امتدادا لانعكاس المسؤولية الاجتماعية على وظيفة التسويق في المؤسسة ، حيث يركز على المسائل التالية : المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والاعتبارية للتسويق - سلوك القائمين على التسويق وأخلاقياتهم-المساءلة أي محاسبة أصحاب المصالح في المؤسسات الإنتاجية والخدمية على حد سواء. (نسيمة، 2015، صفحة 267)

أما عن التسويق الاجتماعي ففي عام 1971 عرف كل من "كوتلار" و"زلتمان" التسويق الاجتماعي على أنه عملية التصميم ، التنفيذ والرقابة لبرامج ثم إعدادها بهدف تقبل الأفراد لفكرة أو ممارسة اجتماعية معينة بغية حصول التأثير وينطوي على اعتبارات تخطيط المنتجات التسعير الاتصالات التوزيع بحوث التسويق ومن ثم فهو تسويق لسلوكيات اجتماعية. (Dan, 2005, p. 40)

وفي عام 1973 استخدم لازار مصطلح التسويق الاجتماعي لتغطية مجالات أخرى بما في ذلك ما يسمى بأخلاقيات التسويق غير أن هذا الطرح الذي قدمه وجد الكثير من الانتقادات ، لعل أهمها أنه لم يحدد الفرق بالضبط بين ما المقصود بالتسويق الاجتماعي وميدانه المعرفي كما عبر عن ذلك أندرسون أما زلتمان فقد أشار أن الطرح يشمل الخلط بين كل من التسويق الاجتماعي والتسويق المجتمعي والمسؤولية الاجتماعية للتسويق. (S & V, 1991, p. 02)

أما توماس فعرف التسويق الاجتماعي 1988 على أنه تصميم ، تنفيذ ومراقبة البرامج التي تخطط للتأثير على مدى تقبل الناس للأفكار الاجتماعية والتي تتضمن تطبيق الأساليب التسويقية وبحوث التسويق ، تخطيط المنتج ، التسعير التوزيع وإدارة الاتصالات في تلك البرامج. (وهابي كلثوم، 2016، صفحة 25)

عرف التسويق الاجتماعي من طرف المركز البريطاني للتسويق الاجتماعي The British Social Marketing National سنة 2006 على أنه التطبيق المنهجي لمفاهيم وتقنيات التسويق للوصول لتحقيق أهداف سلوكية محددة في القضايا الاجتماعية بغية الرقي الاجتماعي (عيون و شريط، 2014، صفحة 143)

يرى الباحث ان التسويق الاجتماعي يعد من أهم مظاهر التسويق الحديث ، والذي يأخذ في حسبه النهوض بالمجتمع والإسهام في تطويره والحفاظ على موارده وحق الأجيال القادمة فيه

، كما يأخذ بضوابط البعد البيئي استجابة للتطورات البيئية، يتم فيه تخطيط المنتجات ،
تسعيها ، ترويجها وتوزيعها وفق أسس ومعايير مجتمعية وبيئية ضمن إطار الاستدامة.

2.1.2 المزيج التسويقي الاجتماعي: لا تتفرق عناصر المزيج التسويقي الاجتماعي عن
المزيج التجاري إلا في المحتوى وكذلك كيفية تطبيقها وتمثل عناصره في:

● **المنتج الاجتماعي:** المنتج الاجتماعي يعني ذلك المزيج المكون من الأفكار ،
المفاهيم والخدمات المساعدة والسلع الملموسة المراد إيصالها للجهات المستهدفة من البرنامج
الاجتماعي باستخدام مختلف الأنشطة التسويقية المتاحة. (بن سحنون، 2014، صفحة
108) .

فهو كل شيء مشبع للحاجات الاجتماعية، سواء كان سلعة، خدمة، فكرة، شخص ،
تنظيم الخ وموجه للسلوك نحو تبنى فكرة ما لمصلحة الفرد والمجتمع على حد سواء أو تغيير نمط
الاستهلاك بما يخدم المجتمع.

● **السعر الاجتماعي:** السعر في التسويق الاجتماعي أكبر من التكلفة النقدية ذلك أن
هذا العنصر يتطلب نوع من التعديلات على المستوى النظري ، كما أن سعر المنتج
الاجتماعي لا بد أن يكون قابلا للاحتمال والدفع من طرف الجمهور المستهدف. ذلك أن
سعر المنتج الاجتماعي يشمل كل من المكونين السعر النقدي أو القيمة المدفوعة والسعر غير
النقدي أو ما يسمى بمجموع الأسعار الاجتماعية (سفيان عصماني، 2018، صفحة 33)

● **التوزيع الاجتماعي:** يعرف التوزيع على أنه "المساهمة في توفير وإتاحة وصول المنتجات
الاجتماعية الجديدة ، بذلك تكمن أهمية التوزيع في توفير وإيصال المنتج الاجتماعي للفرد
المستهدف لكن ما يجب على المسوق الاجتماعي مراعاته في إنشاء قنوات التوزيع. (بن قشوة
و الرق، 2015، صفحة 15)

وعموما فالمنتج الاجتماعي يتطلب بيانا عمليا بالشرح والوصف في كيفية توزيعه ، اذ هناك
أربعة حالات يمكن أن تظهر في حالة توزيع المنتج الاجتماعي: (سفيان عصماني، 2018،
صفحة 144)

- يكون المنتج ملموسا ويتطلب توصيل رسالته شرحا وعرضا شخصيا.
- يكون المنتج غير ملموس ويتطلب توصيل رسالته شرحا وعرضا.
- يكون المنتج غير ملموس ولا يتطلب توصيل رسالته شرحا وعرضا.

- لا يوجد منتج ملموس لكن توصيلها يحتاج شرحا وعرضا شخصيا.
- **الترويج:** يعتمد الترويج الاجتماعي أكثر على الرسائل المعرفية والتعليمية التي تسعى لإيصال فكرة تؤدي إلى تغيير السلوك ، باستخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة لإخبار المستهلك المستهدف بخدمة ما أو شرح برنامج ما أو إقناعه بسلوكيات وممارسات محددة (سعيدة بولطيف، 2018، صفحة 108)
- عموما الهدف من الاتصال والترويج الاجتماعي هو الوصول إلى الجمهور المستهدف من أجل التأثير في سلوكهم من خلال:
- تعريف الزبائن الحاليين والمحتملين ببرامج المسؤولية الاجتماعية المتبناة في نشاطها التسويقي، وتزويدهم بالمعلومات اللازمة والتي من شأنها حث سلوكهم الإيجابي تجاه فكرة ما أو خدمة ما، هدف إخباري .
- تكرار الحملات الترويجية وتكثيفها بغية حث السلوك نحو المنظمة ومنتجاتها بما يخدم المجتمع والزبون والمنظمة ذاتها. (هدف إقناعي).
- عند إدراك المنظمة للوعي التام للزبون بماركتها و بمنتجاتها ، تعمل على تذكيره ومحاوله توجيهه مرة أخرى لمنتجاتها مقارنة بمنتجات المنافس.

3.2 الصورة الذهنية للعلامة التجارية:

إن الحديث عن الصورة الذهنية للمنظمة لدى زبائنها مرتبط أساسا بعلامتها التجارية، والمكانة التي تحتلها في أذهانهم، أي موقعها في ذلك الصندوق المظلم.

1.3.2 تعريف الصورة الذهنية للعلامة التجارية": تعرف الصورة الذهنية على أنها : مجموع الخصائص والمواصفات التي تمكن الزبائن من تقييم العلامة ومقارنتها مع مثيلاتها إذ يمكن لتلك الخصائص والمواصفات أن تنشئ قوة جاذبة(علامة ترضي الزبون)أو قوة منفرة(علامة تزعج الزبون) (بن سيرود و بن سيرود، 2020، صفحة 125).

كما عرفها KERNEY وعرفها KILLER على أنها: "الانطباع المتكون لدى المستهلك عن المنتج أو الشركة للعلامة التجارية، ويرى "PETER أنها "واحدة من أهم الموارد غير المحسوسة والأصول الإستراتيجية التي تدعم استمرارية الميزة التنافسية. (قلش و خنتار، 2019، صفحة 08).

ان الصورة الذهنية لا تتوقف عند قياس الخصائص التي تملكها العلامة التجارية بل يجب قياس إدراك المستهلك للقيمة والمنفعة التي تتحقق باستعمال العلامة التجارية لأن أغلبية

العلامات التجارية تملك نفس الخصائص لكن لا تمثل نفس الحصة السوقية. (لراي و بربر، 2017، صفحة 31).

وعليه يرى الباحث ان الصورة الذهنية للعلامة التجارية هي ذلك الانطباع الذي يرسمه الزبون في ذهنه للمنظمة وعلامتها التجارية أي الموقع الذي تحتله في ذلك الصندوق المظلم نتيجة عديد المواقف والظواهر التي تمر عليه والتي ترتبط مباشرة بالمنظمة وعلامتها وتعتبر أصلا استراتيجيا غير ملموس في رصيدها كلما زادت إيجابيتها.

2.3.2 خصائص الصور الذهنية للعلامة التجارية: حدد (أكر وآخرون) خصائصها في مجموعتين العناصر الوظيفية والعناصر الخيالية فالأولى مرتبطة بالمنتج بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بالإضافة إلى الفوائد المحصلة من قبل المستهلك وثانيها ارتبطت بالجانب الشعوري للمستهلك كالتعبير عن الذات والالتقاء الطبقي هذه العناصر هي ما أجمع الباحثون على تأثير بعضها على عامل الإدراك للعلامة ويرجع ذلك إلى خصائص ثلاث وهي: (كوثر، 2018، صفحة 314)

■ **القوة:** هي ما يقيس شدة الارتباط بين العلامة والعناصر المرتبطة بها فالعناصر القوية تشكل صورة العلامة وتعمل على ترسيخها في ذهن المستهلك عبر الزمن مقارنة بارتباطها بالعلامات.

■ **السيطرة:** تدل على شدة ارتباط عناصر العلامة بالعلامة ذاتها في ذهن المستهلك مقارنة بارتباطها بالعلامات المنافسة بالإضافة إلى ذلك فإن مفهوم السيطرة يدل على وجود عناصر مكونة للعلامة تشترك فيها علامات منافسة أخرى الأمر الذي سيسمح باستحضار العلامة في ذهن المستهلكين وتسمح لهم بإدراجها ضمن الصنف الذي تنتمي إليه وتمييزها عن المنافسة.

■ **درجة الملائمة:** التقييم الإيجابي أو السلبي للعناصر المشكلة للعلامة التجارية في ذهن المستهلك فنجاح البرنامج التسويقي الذي تعده المنظمات باعتماد كبير على مدى قدرته على خلق العناصر الايجابية المشكلة للعلامة.

4.2 دور تبنى برامج التسويق الاجتماعي في تعزيز الصورة الذهنية للعلامة التجارية
حدد كل من HOEFFLER AND KOTLER سنة 2000 الوسائل الستة التي يمكن بها بناء صورة ذهنية جيدة للمؤسسة من خلال برامج التسويق الاجتماعي وهي: (خالد قاشي، رمزي بوردجة، 2018، صفحة 218)

■ **بناء الوعي بالعلامة التجارية:** تعتبر برامج التسويق الاجتماعي وسيلة لتحسين التعرف على العلامة التجارية لكن ليس بالضرورة لتذكرها لأن تذكر العلامة التجارية يعتمد

بشكل كبير على خلق الروابط المناسبة بينها وبين فئة المجتمع أو طبيعة الاستهلاك أو الاستخدام.

■ **تعزيز مصداقية العلامة التجارية:** تشير مصداقية العلامة التجارية إلى المدى الذي يمكن اعتبار العلامة التجارية ككل صادقة من حيث ثلاث أبعاد حددها كل من KELLER AND AAKER في:

- **الخبرة:** كأن تكون المنظمة رائدة في السوق.

- **الإخلاص:** أي الوثوق بالعلامة لوضعها مصالح الزبون دائما في المقدمة.

■ **خلق مشاعر اتجاه العلامة التجارية:** حدد كل من kahle poulos and sukhdial 1988 فئتين من المشاعر اتجاه العلامة التجارية التي تنتج بشكل خاص على برامج التسويق الاجتماعي هي:

- **الموافقة الاجتماعية:** تبعث العلامة التجارية في المستهلكين مشاعر إيجابية حول ردود الفعل من الآخرين عندما يعتقد المستهلكون أن الآخرين ينظرون إليهم نظرة إيجابية حول سلوكهم ومظهرهم.

- **احترام الذات:** ولإبراز هذه الأنواع من المشاعر يمكن لبرامج التسويق الاجتماعي إعطاء المستهلكين فكرة أنهم يفعلون الشيء الصحيح وأهم يجب أن يشعروا بالرضا على أنفسهم عند القيام بذلك.

ان خلق قابلية اجتماعية للمنتجات الشركة هو هدفها الاستراتيجي ولا يتسنى ذلك إلا من خلال توطين أفكار الشركة في ذهن ليس زبائنها فقد بل وكافة أطراف البيئة والخارجية للشركة فان تحقق ذلك اكتسبت الشركة الولاء المطلق لأفكارها والوفاء الكبير لمنتجاتها.

■ **خلق شعور بمجتمع العلامة التجارية:** إن الأحكام التي تولدها برامج التسويق الاجتماعي تؤثر على طبيعة العلاقة بين المستهلك والعلامة التجارية حيث تعطي إحساسا أوسع للمستهلك بالانتماء لمجتمع. حيث يعرف مجتمع العلامة التجارية على أنها مجتمعات خاصة غير محددة جغرافيا تستند لمجموعة منظمة من العلاقات الاجتماعية بين مستخدمي العلامة التجارية.

■ **خلق الالتزام بالعلامة التجارية:** فالزبائن المشاركون في أنشطة التسويق الاجتماعي قد يصبحون أنفسهم سفراء للعلامة التجارية ويقومون بالمساعدة في الإعلان والاتصال وتعزيز العلاقة التجارية مع العلامات الأخرى.

5.2 شركة Toyota "نموذج الريادة اجتماعيا وبيئيا"

تعد شركة Toyota أكبر منتج للسيارات في العالم حيث يبلغ إنتاجها 5,8 مليون سيارة في السنة ، وهي منتشرة في أكثر من 160 دولة محققة بذلك دخلا قدره 108 مليار دولار سنويا ، وتنتج شركة Toyota مجموعة كاملة من موديلات السيارات وتوظف 246700 موظفا وتعتبر أيضا واحدة من أكبر عشرة شركات في قائمة "فورشن " العالمية لأكثر 500 شركة تجارية حيث تتمتع بشرف اعتبارها أكبر الشركات إنتاجا للسيارات التي تحظى بالإعجاب والتقدير و Toyota اليوم رائدة في السوق الآسيوي دون منازع (بلمختار، صفحة 325)

هذا التمتع الهام لشركة Toyota في الأسواق العالمية فرض عليها مراعاة اتجاه المستهلك العالمي والهيئات الدولية نحو الاقتصاد المسؤول ، لذلك كانت السباق في تبنى المنتجات الصديقة وحل القضايا البيئية العالمية.

1.5.2 المفاهيم البيئية للشركة المحققة من تطبيق برامج التسويق الاجتماعي:

صنعت شركة Toyota تميزا يبيها ناتجا عن ممارساتها التسويقية الاجتماعية ترجمت في مفاهيم بيئية تبنيتها تعكس التزامها أمام مجتمعها وهذا ما يمكن تلخيصه فيما يلي:

الجدول 2: المفاهيم البيئية لشركة تويوتا

الممارسة التسويقية	مضمونها
Toyota الخضراء	ترافق طرح هذا شعار مع انجاز Toyota المكبات الصفرية ، حيث أن مصانع Toyota في الولايات المتحدة الأمريكية تبيع السيارات التي تنتج بدون هدر وكل سيارة منها يتم إعادة تدوير نفاياتها ، حيث المعادن تمزج والبلاستيك يصهر من جديد من اجل إعادة الاستخدام.
مفهوم التنظيف كليا	طرحت Toyota هذا المفهوم من أجل أن تكون منتجاتها نظيفة كليا في كل مراحل الإنتاج والاستخدام والتخلص، وهذا جعل Toyota أول منتج للسيارات تحصل على جائزة الخمسمائة العالمية التي تمنح من قبل برنامج الأمم المتحدة للبيئة سنة 1999.
الطاقة الخضراء	أطلقت Toyota الرمز الوطني من أجل الطاقة الخضراء المستدامة كشهادة مستقلة لقيادة الأمة في مصانعها من مصادر متجددة كالشمس والرياح الكتلة الحيوية الحرارة الجيولوجية ومراكز الكهرباء المالية المصغرة محققة بذلك 98 بالمائة من الطاقة الكهربائية ل Toyota من هذه المصادر المتجددة.

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على : (بكوش، 2013، الصفحات 56-57)

شركت تويوتا عملت وتعمل على الإتيان بالجديد فيما يخص كل ما يتعلق بالصدقة مع البيئة وكان عقدا يربط بينها وبين بيئتها هذه القراءة تسمح للشركة بالاجتهاد في كل ما يخص المبادرات التي تعود بالنفع على البيئة وعلى الشركة بطريقة غير مباشرة.

وكون الشركة تنشط في قطاع مستهلك للمواد البلاستيكية الضارة بالبيئة جاءت الفكرة لإعادة تدويرها ليعد استخدامها في صناعات أخرى مثلا بقايا العجلات تقطع ويعاد استعمالها في إنشاء أرضيات الملاعب المعشوشبة اصطناعيا.

ان اعتماد شرطة تويوتا على المنتج التنظيف كليا من خلال تطويرها لتكنولوجيات تعمل على رفع كفاءة استهلاك الطاقة لتقليل المواد المبعثة والمضرة بالبيئة أو تطوير سيارات تعمل على الطاقات البديلة التي تعمل على الكهرباء خاصة على مستوى وسائل النقل الجماعية في المدن التي تعرف ازدحاما كبيرا.

ان اعتماد تويوتا الطاقة الخضراء ليس فقط في منتجاتها وإنما على مستوى خطوط الإنتاج للوصول إلى استدامة استخدام الطاقة اعتمادا على الطاقات المتجددة على غرار الطاقة الشمسية وطاقة الرياح.

2.5.2 الممارسات البيئية للشركة ضمن برامج تسويقها الاجتماعي:

الجدول 3 : الممارسات التسويقية لشركة تويوتا

نوع الممارسات	مضمونها
الممارسات البيئية	<p>-المساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع والمساهمة الاجتماعية في مجالات مثل التربية البيئية ودعم العمل البيئي والمحافظة على التنوع البيولوجي، من خلال برامج المنح لعدد من الأنشطة البيئية التي تنفذها المنظمات غير الهادفة للربح والذي بدأ منذ عام 2000 تحت شعار التكنولوجيا البيئية والمساهمة في التنمية الموارد البشرية للحفاظ على البيئة.</p> <p>-برامج لتوعية الشباب الصيني بموضوعات الحماية البيئية منذ عام 2005؛</p> <p>-برنامج منع التصحر بالصين منذ عام 2001؛</p> <p>-مشروع حماية الغابات باليابان؛</p> <p>-مؤسسة Toyota في اليابان والتي تقوم بعمل برامج تعليمية بيئية للأطفال وبالغين منذ عام 2005</p> <p>-مؤسسة التنمية المستدامة باليابان التي تقدم برامج التنمية البيئية بالاشتراك مع المنظمات غير الهادفة للربح منذ 2009.</p> <p>-مشروع Toyota ايكو للشباب ماليزيا اندونيسيا: إنشاء مجموعة من المدارس الثانوية بالقرب من فروع Toyota بهدف تخطيط وتنفيذ مشاريع تحسين البيئة مثل ترشيد استهلاك الكهرباء وتنقية المياه 2001.</p> <p>-مبادرة استعادة الغابات المطيرة بالفلبين منذ عام 2007 تم التعاقد مع المنظمات غير الحكومية البيئية في أنشطة غرس الأشجار في مقاطعة كاجيان بالفلبين.</p> <p>-مبادرة القيادة البيئية، بالتعاون مع مجموعة من الدول الأوروبية حيث تعتبر العوامل الرئيسية لتحسين كفاءة استهلاك الوقود وتكنولوجيا المركبات هي تطوير مهارات القيادة ذلك من خلال تنظيم ورش عمل بيئية تقوم بنظم محاكاة لتعليم قيادة السيارات منذ عام 2007.</p> <p>-مبادرة Together green بالولايات المتحدة منذ عام 2008 لتمويل مشاريع المحافظة</p>

<p>على للبيئة وتشجيع العمل التطوعي. تساهم الشركة مع دولة البرازيل في ترميم والحفاظ على الغابات على المحيط الأطلسي للمناطق الأكثر تضررا في البرازيل عام 2009.</p>	
<p>-تدريس برامج تعليمية يستهدف العاملين حيث يدرهم على أساليب تدريس اللغة الانجليزية والرياضيات والعلوم. -قامت الشركة بإجراء برامج للمنح الدراسية في الصين مند عام 2006 بالتعاون مع مؤسسة "سونج تشينج" لمساعدة الطلاب في وسط وغرب الصين الذين يواجهون صعوبات اقتصادية في استكمال دراستهم الجامعية. -تنظيم ورش عمل لتعزيز روح الابتكار لدى الأطفال باليابان في مجالات العلوم والتكنولوجيا وتنظيم ورش عمل بين الفنانين والأطفال بالتعاون مع المنظمات غير الهادفة للربح في اليابان لتعزيز المحس الفني للأطفال من خلال تفاعل الأطفال مع الفنانين. -مؤسسة Toyota للمنح الدراسية بكوبا منذ عام 2005 بدأت بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني في تقديم منح دراسية لطلاب المدارس الفقيرة بواقع 45 طالب في السنة. -إعداد دورات تدريبية تدرس باللغة البرتغالية في مجال السيارات للبرازيليين قاطني اليابان كما تم الاحتفال مؤخرا بالذكرى العاشرة لإعداد تلك الدورات وقد تخرج أكثر من 200 طالب وطالبة.</p>	<p>الممارسات الاجتماعية</p>

المصدر: من اعداد الابحث بالاعتماد على (خالد قاشي، رمزي بوردجة، 2018، الصفحات 231-232)

تواصل الشركة السعي لادماج المسؤولية الاجتماعية والبيئية ضمن عملياتها ودورة حياة منتوجها وتمثل بالنسبة لديها بعدا إضافيا للابتكار في ما يخص تصميم منتجاتها، وينعكس هذا الالتزام في القرارات المكتصلة بالمنتجات والاستجابة لطلب المستهلكين على الخيارات المستدامة.

في الاسواق العالمية تتوفر لدى المستهلكين خيارات أكثر ويستطيعون القيام بالاختبارات بناء على معايير غير المنتج والسعر وقنوات التوزيع وقد أكدت البحوث الاكاديمية بان المستهلكين يتخذون قرارات الشراء الاخاصة بهم بناء على السمعة المرتبطة بممارسات الاعمال التزيهة والمستدامة وتحقيق رفاهية المجتمع.

والمزايا التسويقية عديدة وتشمل زيادة الشهرة التجارية في المجتمع وخلق تفضيل للمنتجان وبناء مركز ذهني للعلامة التجارية وتحسين جودة المنتجات وزيادة الاحترام المجتمعي وكما هو الحال مع المبادرا تالاجتماعية الأخرى توفر هذه الأنشطة أيضا فرصا لبناء علاقات مع شركاء خارجيين مثل المؤسسات غير هادفة للربح ، تستخدم الشركة خبراتها لتصنيع البرامج التي تعمل على النهوض بالعلوم وتدعم البرامج التعليمية.

من خلال تمننا في تطور نشاط الشركة اجتماعيا وبيئيا نجد ان للشركة نظرة مستقبلية هادفة وواعدة فيما يخص ارساء ابعاد المسؤولية الاجتماعية والبيئية بمستوى يتوافق مع ما تلميه ضروريات الحياة واحتياجات المجتمع من جهة وأهداف الشركة من جهة اخرى، فكلما

تطورت حاجات المجتمع زادت ممارسات الشركة اجتماعيا وبيئيا وهذا ما ينعكس ايجابا على زيادة مبيعات الشركة من خلال تموقع الشركة ودعم صورتها في اذهان مستهلكيها.

3.5.2 تطور مبيعات الشركة الصديقة للبيئة 1997-2010

أطلقت Toyota مبيعات أولى سياراتها بالدفع الهجين إلى السوق الياباني في أوت 1997، لتكشف بعدها الشركة عن بيع مليون سيارة تعمل بالدفع الهجين في اليابان ، وأكثر من 2.86 مليون عالميا حتى تاريخ 31 يوليو 2010، وتمثلت في حافلة الحجم الصغير "EV" ، وفي ديسمبر لنفس العام أطلقت الجيل الأول من سيارة الدفع الهجين الأكثر شهرة و مبيعا في العالم " بريوس " ثم توسعت في توظيف أنظمة الدفع الهجين للمزيد من سياراتها لتشمل سيارات الركاب والمركبات النفعية الرياضية SUV، نجحت الشركة اليابانية وخلال الفترة من عام 1998 و حتى 31 يوليو 2010 في تخليص البيئة في اليابان من 4 ملايين طن من انبعاث ثاني أكسيد الكربون الضار بالبيئة ، وتخليص البيئة حول العالم من قرابة 15 مليون طن ، وهي كميات هائلة من الغاز الذي يتسبب بشكل رئيسي في ظاهرة "الاحتباس الحراري. (نوري و لجلط، 2012، صفحة 09)

4.5.2 تحدي تويوتا البيئي حتى سنة 2050 : بالمقارنة مع الفترة 1997-2010

الوجهة 2050 هذا هو الهدف الذي وضعته تويوتا للتحرك نحو تنقل أنظف وتقليل التأثير البيئي لإنتاج السيارات وتداولها قدر الإمكان من خلال معالجة القضايا العالمية الحرجة مثل تغير المناخ وندرة المياه واستنفاد الموارد والتنوع البيولوجي ، تحدف استراتيجية "تحدي تويوتا البيئي 2050 إلى تقليل التأثير البيئي لإنتاج السيارات وتداولها.

يتم تقديمه في ثلاثة مجالات : (https://www.toyota.fr, 2022)

■ التحسين المستمر للمركبات:

تقليل المتوسط العالمي لانبعاث ثاني أكسيد الكربون من السيارات الجديدة بنسبة 90٪ بحلول عام 2050 (مقارنة بمتوسط تويوتا العالمي لعام 2010) .

التخلص من جميع انبعاثات ثاني أكسيد الكربون الناتجة خلال دورة حياة السيارة ، بما في ذلك المواد والأجزاء والإنتاج.

القضاء تماما على انبعاث ثاني أكسيد الكربون في جميع مواقع الإنتاج بحلول عام 2050. تنفيذ إدارة سليمة لمياه الصرف الصحي وتقليل استهلاك المياه، مع مراعاة الظروف الخاصة لكل بلد ومنطقة.

تعزيز النشر العالمي للتقنيات اليابانية لإعادة معالجة وإعادة تدوير المركبات المنتهية الصلاحية ، من خلال إنشاء مشروعين لإعادة التدوير في عام 2016.

تعزيز عمليات حماية الطبيعة العالمية خارج مجموعة Toyota وشركائها ، من خلال إنشاء ثلاثة مشاريع دولية استشرافية في عام 2016.

تويوتا ميراي في طليعة عصر جديد من مركبات الهيدروجين ، التي تعمل بخلية وقود. توفر الطاقة الهيدروجينية قيادة خالية من الانبعاثات ، وموارد طاقة غير محدودة من مجموعة متنوعة من المصادر ، وحلاً ذكياً لتخزين الطاقة. يمثل دفع الهيدروجين نقطة تحول حقيقية لمستقبل حلول التنقل المستدام وخاصة للحفاظ على البيئة.

■ **الإنتاج الصديق للبيئة** : كجزء من المشروع الأوروبي ZEFER (مركبات خالية من الانبعاثات للنشر الأوروبي) ، تم نشر المركبات التي تعمل بالهيدروجين في أوروبا. في العاصمة الفرنسية، شريك البرنامج هو شركة سيارات الأجرة Hype ، التي تم إطلاقها في ديسمبر 2015 خلال COP 21.

أول أسطول في العالم من سيارات الأجرة العاملة بالهيدروجين والكهرباء، Hype هي شركة رائدة في التنقل باستخدام الهيدروجين.

تم إطلاق Energy Observer في عام 2017 في سان مالو ، وهي أول سفينة هيدروجين حول العالم - هي أكثر بكثير من مجرد قارب : وسيلة إعلام حقيقية تقدم معلومات إيجابية وملهمة ، وعرض للطاقات المتجددة.

في مايو 2021 ، أضيء برج إيفل ، أحد المعالم الأثرية لباريس ، باللون الأخضر كجزء من حدث " Le Paris de l'Hydrogen " الذي نظّمته Energy Observer. يعد اختيار الإضاءة الخضراء رمزاً للهيدروجين المعتمد من مصدر متجدد يستخدم لتشغيل خلية وقود تويوتا في قلب مولد الهيدروجين GEH2.

■ **حياة المجتمعات المحلية**: من خلال الابتكار لاحتياجات التنقل المتغيرة باستمرار، من أجل مجتمع يسهل الوصول إليه وأكثر شمولاً. لهذا السبب أصبحت تويوتا منذ عام 2015 شريكاً عالمياً للتنقل في الألعاب الأولمبية وأولمبياد المعاقين. ومع علامتنا التجارية KINTO ، لديها أيضاً الطموح لأن تصبح أول شركة تأجير في العالم تحقق أسطولاً هجيناً أو كهربائياً أو هيدروجينياً بنسبة 100٪ (مقارنة بـ 74٪ اليوم) ، للتنقل الذكي والشفاف. تويوتا يارس أنها السيارة الأكثر مبيعاً في أوروبا، إذا صادفت واحدة ، فهي واحدة من 19 مليون سيارة هجينة تم بيعها في جميع أنحاء العالم بواسطة Toyota على مدار الـ 25 عاماً

الماضية. ولدينا طموحات قوية لعام 2025: ستقدم قريباً 55 موديل كهربائي ، 70٪ منها هجينة. جيل جديد بالكامل من المركبات بتقنية أكثر تقدماً ونظافة عند تحليل الباحث لمحتوى ممارسات الشركة يتضح جلياً بما لا يدع مجال للشك ان اعتمدت على استراتيجية محددة ومركزة ذات توجه بيئي واجتماعي مكنها ذلك من ان تصب كامل مجهوداتها في نسق واحد اسهم في الأخير في تحقيق الكفاية المالية .

يرى الباحث ان نسق التحسينات التي تتبعها الشركة لاسيما في مجال الحفاظ على البيئة اكسبها مركز تنافسي مهم مما انعكست على المردود المالي للشركة وهي تعمل على إيجاد أرضية عمل تسمح لها بالاستعمال التكنولوجيات الحديثة في تحقيق استدامة لمنتجاتها، يزيد تفضيل العلامة التجارية من احتمال اختيار منتج معين من وسط عديد من المنتجات المماثلة وقد نجحت الشركة من خلال حملات التسويق الاجتماعي من خلق ارتباطات قوية مع علامتها التجارية.

استمرارية المنظمات وبقائها مرهون بمدى مواكبتها لعصر التقنية ومجتمع المعرفة ولا يتسنى لها ذلك إلا من خلال بناء منظومة معلومات ذكية تمكنها من زيادة تنافسيتها فيما يخص انتهاز الفرص وتجنب العراقيل التي تحول دون ذلك ، ان الميزة التنافسية المبنية على ولاء الزبائن هي الميزة المستدامة لأنها غير قابلة للتقليد ولا يمكن تحقيقها إلا من خلال ممارسات اجتماعية وبيئية تراعي مصلحة المجتمع والبيئة.

تثبت الشركة من خلال مشاريعها الواعدة انه لا يمكن الفصل بين الفطنة التجارية والوعي الاجتماعي ، ومن خلال هذه التوليفة تسعى الشركة لبناء مجتمع المستقبل التي تعتبر المعرفة ركيزته الأساسية اذ تسعى لتطوير نظم معلومات تكرس زيادة الوعي الاجتماعي من جهة وتوسع دائرة العلم والمعرفة من جهة أخرى وتحقق عائد على الاستثمار غير مباشر للشركة وتعتبر بمثابة اللبنة الأساسية لمشاريع واعدة أخرى

4. اختبار فرضية الدراسة:

نص الفرضية : يلعب التسويق الاجتماعي دوراً هاماً في تعزيز الصورة الذهنية لشركة Toyota من خلال التركيز على مسؤولياتها الاجتماعية البيئية والتعليمية وتكريس القيم المجتمعية ضمن نشاطها التسويقي.

يرى الباحث أن تفكير الشركة الاستراتيجي جعلها تستشرف المستقبل من خلال الاندماج في مجتمع المعرفة من خلال بناء منظومة معلومات تتمكن المعلومة قبل المنافسين وتستعملها في

الوقت المناسب وبالكمية المناسبة وهذا ما يحقق للشركة وفرة في التكاليف تحافظ من خلالها على الريادة في القطاع الذي تنشط فيه لاسيما ان القطاع يتسم بالتطور التكنولوجي المستمر. اتضح للباحث من خلال استقراء تجربة شركة Toyota أن الأنشطة والبرامج المتنوعة التي تقوم بها في إطار التزامها بمبادئ المسؤولية الاجتماعية ، الأخلاقية والبيئية كبرامج التسويق الاجتماعي والتسويق البيئي والالتزام بأخلاقيات الأعمال عاملا مؤثرا على عواطف الجماهير نحوها وكسب الثقة والتأييد. ويعتبر ذلك جزء من مكونات بناء الصورة الذهنية لأنها تجسد السلوك المسؤول اتجاه المجتمع والجماهير. ونظرا للدور الفعال الذي يلعبه التسويق باعتباره حلقة الوصل بين المؤسسة والمستهلكين وأمام متطلبات التنمية المستدامة من جهة وتزايد حاجات المستهلكين من جهة أخرى كان لا بد من التفكير في تقنيات جديدة لتوجيه المستهلكين إلى سلوكيات مسؤولة محترمة لمبادئ المسؤولية الاجتماعية ضمن ما يسمى برامج التسويق الاجتماعي وهو ما يعكس تحقق فرضية الدراسة.

5 الخلاصة :

يعد التسويق الاجتماعي الأداة الهامة في حث السلوك البناء والخلاق لدى المستهلك والذي من خلاله يمكن دعم وتعزيز الصورة الذهنية للمنظمات في أذهانهم. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج نعرضها فيما يلي:

- تسعى المؤسسات جاهدة للاستفادة من مزايا التسويق الاجتماعي حيث تضحي بجزء من أرباحها مقابل تثبيت صورتها في أذهان المستهلكين.
- تتضمن المنافع المنتظرة من تحسين الصورة الذهنية في تحسين الربحية وإحداث تأثير اجتماعي حقيقي.
- توجد علاقة وثيقة بين التسويق الاجتماعي والصورة الذهنية فإتجاه المؤسسات لذلك من شأنه أن يدفع بها إلى ضرورة الاهتمام والإبداع والبحث والتطوير لتقديم ابتكارات متمثلة في منتجات جديدة متميزة اجتماعيا عن باقي المنافسين ما يزيد في ثقة المستهلكين وهذا جانب مهم في الصورة الذهنية
- تساهم الصورة الذهنية الجيدة في جذب رؤوس الأموال وزيادة عدد المساهمين؛
- لشركة Toyota رؤية واعده بخصوص حماية البيئة واستدامة منتجاتها من خلال الأخذ بمسؤولياتها الاجتماعية والبيئية وتكريس القيم المجتمعية.
- حققت شركة Toyota مكانا وسط الكبار وحافظت عليه لسنوات عدة من خلال رصيد لا بأس به من الممارسات الاجتماعية والبيئية.
- كما تقدم الدراسة مقترحات أهمها:

- استخدام التسويق الاجتماعي في إحداث التغيير الاجتماعي المطلوب أصبح ضرورة ملحة تمليها التحولات والتحديات الراهنة في ظل العولمة بكل أبعادها.
- ضرورة اعتماد أساليب تسويقية جديدة تستهدف زيادة الوعي الجماعي للرقى إلى مصافي المجتمعات المتطورة.
- إشراك المستهلك في العملية التسويقية يزيد من فرص المؤسسة في إحداث التغيير المطلوب.
- التقييم المستمر لاستراتيجيات التسويق الاجتماعي من طرف القائمين عليها من أجل تعديل الرسالة في الوقت المناسب لتحقيق الأهداف المسطرة.
- ضرورة سعي المنظمات إلى إقامة أبعاد المسؤولية الاجتماعية ضمن نشاطها التسويقي كضرورة ملحة لتعزيز صورتها.

6. قائمة المراجع:

Dan, s. (2005). *Social cahnge marketing in the age of direct benefit*. Quenshard: Quenshard university of technology.

<https://www.toyota.fr>. (2022, juin 30). Retrieved juin 30, 2022, from

<https://www.toyota.fr>

S, k., & V, R. (1991). *focusing the concept of social canting*. harvard: harvard business school.

- الياس شاهد، عبد النعيم دفور. (2016). أهمية المنتجات الخضراء في المؤسسات الصناعية، مؤسسة تويوتا نموذجا. مجلة البحوث اإدارية واقتصادية (20)، صفحة 299_300.
- جلول بن قشوة، و زينب الرق. (2015). دور استراتيجية التسويق الاجتماعي في تغيير السلوكات الصحية. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة (45)، صفحة 15.
- خالد قاشي، رمزي بودرجة (2018). *التسويق والمسؤولية الاجتماعية* عمان، الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- دلال فيصل. (2010). دور بيئة التسويق الجزائرية في توجيه استراتيجيات التسويق لشركة تويوتا، رسالة ماجستير. 145_146. الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر3.
- سعيدة بولطيف. (2018). اثر تطبيق التسويق المستدام على تحقيق الميزة التنافسية، دكتوراه ل م د علوم التسيير، تخصص تسويق واتصال. 108. جامعة الحاج لخضر باتنة 1.
- سفيان عصماني. (2019). اسهامات التسويق الاجتماعي في مجال الصحة العامة. مجلة العلوم الاقتصادية التسيير والعلوم التجارية، 12 (01).
- سفيان عصماني. (2018). اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، مدى فاعلية حملات التسويق الاجتماعي في توعية الجمهور بالصحة العامة، اطروحة دكتوراه. 33. سطيف: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 1.

- سفيان لراي، و نور الدين بربار. (2017). ادارة الصورة الذهنية للوجهات السياحية نموذج مقترح. الافاق للدراسات الاقتصادية (03)، صفحة 31.
- سمير بن سحنون. (2014). اسهام التسويق الاجتماعي والبيئي في معالجة الاثار السلبية للممارسات التسويقية الاخلاقية، اطروحة دكتوراه علوم تجارية. الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3.
- سهيلة عيون، و وليد شريط. (2014). التسويق الاجتماعي ضمن نشاط المجتمع المدني. مجلة الباحث الاقتصادي، 02 (02)، صفحة 143.
- شوقي مانع. (2011). رسالة ماجستير إدارة الأعمال الاستراتيجية والتنمية المستدامة، دور المسؤولية المجتمعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير. جامعة فرحات عباس سطيف.
- عبد الله قلش، و نوال خنتار. (2019). أثر الوعي بأخلاقيات الاتصالات التسويقية على الصورة الذهنية للعلامة التجارية لشركة كوندور. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 21.
- كريمة بكوش. (2013). رفع كفاءة الاداء التسويقي من خلال تحضير استراتيجية المؤسسة، شركة تويوتا كنموذج. مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة خميس مليانة، 04 (02)، 56_57.
- كمال شريط، و سفيان خلوفي. (2019). المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في قطاع الصناعة الغذائية بالمملكة العربية السعودية-دراسة حالة شركة المراعي، الرياض، المملكة العربية السعودية (المجلد 10). مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، (الخر) البليدة.
- لخضاري نسيم. (2015). مدى تطبيق مفهوم التسويق الاجتماعي وأثره على تقدم ونمو مؤسسة نفضال. مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، 6، صفحة 267.
- مجاهد فاتح، مخلوف سمية، حاج نعاس كوثر. (2018). أثر تطبيق التسويق الاجتماعي لمعاملتي الاتصالات في الجزائر "موبيليس-أوريدو- على اتجاهات المستهلك الجزائري دراسة مقارنة. المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، 04 (02).
- محسن طاهر، الغالبي منصور، و مهدي صالح. (2016). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (المجلد ط 5). عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- منير نوري، و إبراهيم لجلط. (2012). الملتقى الدولي الثالث بعنوان منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية. بشار: كلية العلوم الاقتصادية التسيير والعلوم التجارية، جامعة بشار.
- نعاس صديقي، نادية عبد الكرم، و هاجر عبد الدايم. (2020). التسويق الاجتماعي كأداة لترسيخ الصورة الذهنية للشركات في وقت الأزمة-حالة بعض الشركات في ظل أزمة فيروس كوفيد 19. مجلة الاقتصاد الصناعي، 10 (01).
- نور الهدى بن سيروود، و فاطمة الزهراء بن سيروود. (2020). اثر الصورة الذهنية للعالمية على نية شراء المستهلك الجزائري لأجهزة الكهرومنزلية. 10 (02)، صفحة 125.
- وهايي كلثوم. (2016). التسويق الاجتماعي وتتميز اموال المتبرعين في المنظمات غير الهادفة للربح، اطروحة دكتوراه علوم التسيير. 25. بومرداس: جامعة بومرداس.
- يسين بلمختار. (بلا تاريخ). المسؤولية الاجتماعية للتسويق كمدخل لبناء صورة المؤسسة دراسة حالة شركة toyota لصناعة السيارات. مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، دراسات اقتصادية، جامعة زيان عاشور الجلفة، 03 (08)، صفحة 325.

العوامل المؤثرة في ممارسة تمهيد الدخل: حالة بعض الشركات الجزائرية Factors Affecting Income Smoothing Practice: The Case of Some Algerian Companies

كيموش بلال

Kimouche Bilal

جامعة 20 أوت - سكيكدة (الجزائر)

b.kimouche@univ-skikda.dz

بن طوبولة أشواق

Benteboula Achwaq

جامعة 20 أوت - سكيكدة (الجزائر)

مخبر الاقتصاد المالية وإدارة الأعمال ECOFIMA

a.benteboula@univ-skikda.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/01/30

تاريخ الاستلام: 2022/07/19

الملخص:

هدفت الدراسة إلى استكشاف بعض العوامل المحددة لممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية، حيث شملت 40 شركة خلال الفترة 2013-2020، بالاعتماد على بيانات سلسلة زمنية مقطعية. من أجل ذلك، تم تقسيم العينة إلى شركات ممهدة وغير ممهدة باستخدام نموذج "Eckel 1981"، ثم اختبار أثر كل من حجم الشركة، الربحية، المديونية، الكثافة الرأسمالية، والمدفوعات الضريبية في ممارسة تمهيد الدخل، من خلال نموذج للانحدار الخطي المتعدد. أشارت النتائج إلى أن سياسة تمهيد الدخل تتحدد بمستوى ربحية الشركة وكثافتها الرأسمالية، حيث تبين وجود تأثير لهاتين الخاصيتين في ممارسة تمهيد الدخل، في حين لم يتم تسجيل أي تأثير للحجم، المديونية والمدفوعات الضريبية.

الكلمات المفتاحية: تمهيد الدخل، نموذج Eckel، الربحية، الكثافة الرأسمالية

تصنيف JEL: M40، M41

Abstract: The aim of this study is to explore some determinants of income smoothing practice in Algerian companies. The study included 40 companies during 2013-2020, depending on panel data. For that, the sample was divided into smoothing and non-smoothing companies using the "Eckel 1981" model, then the impact of company size, profitability, debt, capital intensity, and tax payments on income smoothing practice, was tested through a multiple linear regression model. The results indicated that income smoothing is determined by the profitability and capital intensity, while no impact of company size, debt, and tax payments was recorded.

Keywords: Income smoothing, Eckel model, Profitability, Capital intensity

JEL classification codes: M40, M41

1. مقدمة:

تعتبر التقارير المالية من أهم مصادر المعلومات التي تعتمد عليها الأطراف ذات المصلحة في الشركة من أجل اتخاذ مختلف القرارات، كما تعد وسيلة لإشباع حاجات المستخدمين الذين يتطلعون دائما إلى معلومات دقيقة، تعكس بشكل دقيق الوضع المالي للشركة، مما استدعى البحث عن وسيلة للتحكم في جودة التقارير المالية، للوصول بها إلى مستوى الثقة والمصدقية والشفافية اللازمة. تسعى العديد من الشركات إلى تحميل تقاريرها المالية، مستغلة المرونة التي تتيحها المعايير والمبادئ المحاسبية، وباعتبار استقرار الدخل واستمراره معيار أساسي لتقييم أداء الشركات والحكم عليها، وعامل مهم لدعم ثقة المستثمرين، تلجأ الإدارة إلى انتهاج السلوك الانتهازي لإخفاء تقلبات الدخل وتخفيف حدتها، وهو ما يعرف بـ "تمهيد الدخل".

نال موضوع "تمهيد الدخل" حيزا كبيرا في الأدبيات المحاسبية، وأخذ اهتمام العديد من الباحثين من عدة جوانب، غير أن تلك الأدبيات ترتبط معظمها بالبيئات الاقتصادية المتقدمة، الأمر الذي استدعى دراسة سياسة تمهيد الدخل، والوقوف على محدداتها والعوامل المؤثرة فيها في البيئات الاقتصادية النامية والصاعدة، وبالتحديد في البيئة الجزائرية، نتيجة لاختلاف الظروف الاقتصادية والسياسية، وكذا القوانين والتنظيمات المحاسبية المعمول بها في كل دولة. ومن المتوقع أن يساهم ذلك في توجيه الاهتمام عند تحليل التقارير المالية للشركات الجزائرية، والتنبؤ بالسلوكيات المحاسبية للإدارة الداعمة للتلاعب بالمعلومات المحاسبية، وضبط جودة التقارير المالية، وإمكانية الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات.

إشكالية الدراسة:

تعتبر المرونة المحاسبية، سواء فيما يتعلق باختيار السياسات المحاسبية أو إعداد التقديرات المحاسبية، من الأسباب التي قد تؤدي إلى التلاعب بهدف الحصول على مستوى ثابت ومستقر من الدخل، بغية إرضاء المستثمرين وتلبية رغبتهم، لذلك يتم انتهاج سياسة تمهيد الدخل كأحد أشكال تدخل الإدارة في عملية القياس والإبلاغ المالي، لما لها من تأثير في تقييم المستخدمين لجودة المعلومات المحاسبية، وإمكانية الاعتماد عليها، لاسيما وأن هنالك إجماع في الأدبيات على أن تمهيد الدخل يرجع لأسباب ودوافع مختلفة، وعليه تكمن مشكلة البحث في وجود عدد من العوامل أو المحددات التي تؤثر في سلوك تمهيد الدخل من طرف الإدارة والتلاعب بالأرقام المحاسبية، وبناء عليه يمكن صياغة إشكالية الدراسة في التساؤل الآتي:

ما هي أهم العوامل المؤثرة في ممارسة تمهيد الدخل بالشركات الجزائرية؟

فرضيات الدراسة:

من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة تم الانطلاق من الفرضيات الآتية:

- أ. **الفرضية الأولى:** هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لحجم الشركة في ممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية خلال فترة الدراسة.
- ب. **الفرضية الثانية:** هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لربحية الشركة في ممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية خلال فترة الدراسة.
- ت. **الفرضية الثالثة:** هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للرفع المالي في ممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية خلال فترة الدراسة.
- ث. **الفرضية الرابعة:** هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للكثافة الرأسمالية في ممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية خلال فترة الدراسة.
- ج. **الفرضية الخامسة:** هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للمدفوعات الضريبية في ممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية خلال فترة الدراسة.

أهداف الدراسة:

يتمثل هدف الدراسة في تحديد العوامل المؤثرة في ممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية، مما يساعد في توفير أساس للتنبؤ بالسلوك المحاسبي الذي قد تتبعه الإدارة للتأثير في المعلومات المحاسبية. كما تهدف الدراسة إلى توجيه جهود واهتمامات صانعي السياسات المحاسبية في البيئة الجزائرية نحو المجالات والمواقف التي يرجح أن يحدث فيها تمهيد للدخل.

الدراسات السابقة:

أ. دراسة (Moses, 1987): والتي كانت بهدف اختبار تأثير بعض العوامل في سلوك الإدارة باتجاه تمهيد الدخل (حجم الشركة، الحصة السوقية، أجور العاملين، الحوافز الإدارية، ورقابة المالكين). من أجل ذلك، تم اختبار التغيرات المحاسبية في القوائم المالية لعينة مكونة من 212 شركة، وقد أشارت النتائج إلى وجود علاقة قوية بين سلوك تمهيد الدخل وكل من حجم الشركة وخطط المكافآت، في حين لم تسجل أي علاقة بين سلوك تمهيد الدخل والعوامل الأخرى.

ب. دراسة (Soumehsaraei, Rezazadeh, و Gholizadeh, 2014): هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من إدارة الربح الحقيقي (التدفق النقدي التشغيلي) وإدارة الربح المحاسبي (المستحقات التقديرية) من منظور تمهيد الدخل، بالاعتماد على القوائم المالية لـ 100

شركة مدرجة في سوق طهران المالي خلال الفترة 2002-2011. وقد أظهرت النتائج أن المديرين يستخدمون كلا من إدارة الربح المحاسبي وإدارة الربح الحقيقي معاً كمكملين لتمهيد الدخل، وأوصت الدراسة بعمل نموذج للمقارنة بين التدفقات النقدية والمستحقات التقديرية.

ت. دراسة (شخاترة و الخوري، 2014): هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف فيما إذا كانت الشركات المدرجة في سوق عمان المالي تمارس سياسة تمهيد الدخل، وفيما إذا كانت خصائص الشركات تؤثر في مستوى هذه الممارسة، وذلك باستخدام عينة من 45 شركة خدمية خلال الفترة 2005-2009، بالاعتماد على نموذج (Eckel، 1981)، من خلال ثلاث مستويات للدخل هي: الدخل التشغيلي، الدخل قبل الضريبة، الدخل الصافي. خلصت الدراسة إلى عدم وجود علاقة لكل من ربحية الشركة وتوزيعات الأرباح بسياسة تمهيد الدخل، بينما كانت هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بقية العوامل وتمهيد الدخل.

ث. دراسة (جهماني، 2001): والتي كانت بهدف استكشاف مدى وجود ممارسات لتمهيد الدخل في الشركات الأردنية، باستخدام عينة مكونة من 60 شركة مدرجة في بورصة عمان، من بينها 42 شركة صناعية و 18 شركة خدمية. توصلت الدراسة إلى وجود ممارسات لتمهيد الدخل في الشركات الأردنية المدرجة في بورصة عمان، مع عدم وجود أي فروق بين القطاعات أو أحجام الشركات فيما يخص ممارسات تمهيد الدخل.

2. الإطار النظري للدراسة:

1.2. مفهوم تمهيد الدخل:

اختلف الباحثون في تحديد مفهوم تمهيد الدخل، وبالرغم من تباين التعاريف، إلا أنها تصب في معنى واحد. يعرف (Copeland، 1968) تمهيد الدخل بأنه "تعديل تقلبات الدخل من سنة لأخرى، عن طريق تحويل المكاسب من سنوات الذروة إلى سنوات الركود". أما (Imhoff، 1981) فيرى بأن تمهيد الدخل هو "حالة خاصة من عدم كفاية وملاءمة الإفصاح عن المعلومات المالية، بطريقة مصطنعة لتقليل التقلب في الدخل".

حسب (Koch، 1981) فإن تمهيد الدخل يشمل "الوسائل المستخدمة من قبل الإدارة لتخفيف تقلبات الدخل المعلن نسبة إلى الدخل المستهدف، من خلال التلاعب بالمتغيرات الحقيقية، كالتوقيت وحجم المعاملات، أو المتغيرات الوهمية كالسياسات المحاسبية وتغييرها". أما حسب (Belkaoui، 2004) فإن تمهيد الدخل هو "تسوية مقصودة للدخل المعلن، بغية

الوصول إلى الاتجاه المرغوب، إذ يعبر عن رغبة الإدارة في تخفيض الانحرافات غير الطبيعية في الدخل في ظل المبادئ المحاسبية المقبولة عموماً".

مما سبق يمكن القول أن تمهيد الدخل هو سلوك تقوم به الإدارة قصد تقليل وتخفيض التقلبات غير العادية في الدخل المعلن عنه إلى الحد الممكن، وذلك من خلال استغلال المرونة والثغرات الموجودة في المعايير المحاسبية والتنظيمات المطبقة.

2.2. أبعاد تمهيد الدخل:

تشير أبعاد تمهيد الدخل إلى طبيعة ونطاق الممارسات والأنشطة المستخدمة لتمهيد الربح المعلن عنه، وقد بينت مختلف الأدبيات أن هناك بعدين أساسيين لتمهيد الدخل وهما:

أ. **تمهيد الدخل الطبيعي (غير المقصود):** يكون نتيجة العمليات والأنشطة العادية دون تدخل الإدارة، بمعنى آخر يعبر تمهيد الدخل الطبيعي عن طريقة التسوية التي تحدث بشكل طبيعي، والتي هي نتيجة العملية الطبيعية لتوليد الأرباح في الشركة دون أي عوامل غير طبيعية (Rezazadeh, Soumehsaraei, و Gholizadeh, 2014).

ب. **تمهيد الدخل المقصود:** ويشمل الحالات الآتية:

- **التمهيد الحقيقي للدخل:** يتم من خلال قرارات تشغيلية متعلقة بالمعاملات الاقتصادية، عن طريق المناورة بإيرادات ومصروفات الفترة، وإحداث التأثير المطلوب في الدخل المعلن عنه، مما يعني أن التسوية الحقيقية تكون في توقيت المعاملات استناداً إلى تأثيرها في مستوى الدخل، كما هو الحال مع تأجيل المبيعات في نهاية الفترة (Chong, 2006).

- **التمهيد المحاسبي للدخل:** يسمى أيضاً التمهيد المصطنع أو الوهمي، ويعتمد على تدخل الإدارة في اختيار السياسات المحاسبية للتقليل من تقلبات الأرباح بين الفترات المختلفة، إذ لا يؤثر بشكل مباشر في التدفقات النقدية، بل يؤثر في بعض الأرقام المحاسبية، كتحويل المبالغ بين الفترات (عقيل، 2003، صفحة 22).

- **تمهيد الدخل من خلال التصنيف:** يتم من خلال وقوع الأحداث أو الاعتراف بها أو ما يسمى بالتوقيت المخطط (مثل البحث والتطوير والصيانة والإعلان وبرامج التدريب)، من خلال التوزيع الزمني للأحداث (رسملة أو إطفاء نفقات البحث والتطوير)، أو من خلال تصنيف فقرات بيان الدخل (تصنيف بعض بنود المكاسب والخسائر على أنها عادية أو غير عادية) (Khalid, Saadaby, و Waheeb, 2020، صفحة 6).

3.2. دوافع تمهيد الدخل:

إن مشكلة عدم تماثل المعلومات وتضارب الوكالات والعقود تخلق بيئة تتيح للمديرين المشاركة في السيورة المحاسبية، بما يتيح لهم تعزيز مصالحهم (الدوافع الانتهازية)، من ناحية أخرى فإنها تخلق فرص لهم لاستخدام سلطتهم التقديرية لتوصيل المعلومات بطريقة مناسبة للمستثمرين (الدوافع المعلوماتية) (Sun و Rath، 2008).

أ. **الدوافع الانتهازية:** ينظر هنا إلى تمهيد الدخل كإجراء يتخذه المديرون لتضليل المستخدمين بشأن أداء الشركة، بما يسمح لهم تعظيم منافعهم الشخصية. تؤكد العديد من الدراسات التي أجريت في السياق الأمريكي أن المديرين لديهم حوافز لإدارة المعلومات المحاسبية لأسباب انتهازية (Fakhfakh، 2009، صفحة 60). يتبنى مدخل السلوك الانتهازي وجهة نظر مفادها أن المديرين يستخدمون عدم التماثل المعلوماتي لتعظيم منافعهم فيما يتعلق بالتعامل مع عقود التعويضات والديون واللوائح.

ب. **الدوافع المعلوماتية:** ينظر هذا الجانب نظرة تفاعلية لتمهيد الدخل، باعتبار أن المديرين لديهم معلومات خاصة عن الشركة، يجب توصيلها إلى المستخدمين لتمكينهم من تقييم الشركة بشكل صحيح. فوفقاً لنظرية الإشارة فإن اختيار السياسات المحاسبية يعد وسيلة لتوصيل إشارات للمستخدمين، وبالتالي يمكن تفسير تمهيد الدخل بأنه رغبة المديرين في بعث إشارات للسوق حول الأداء المستقبلي للشركة (Fakhfakh، 2009).

في هذا الصدد، يشير (Healy و Wahlen، 1999) إلى أنه يمكن تقسيم دوافع تمهيد الدخل إلى ثلاثة دوافع رئيسية، قد ينطوي كل منها على الانتهازية أو المعلوماتية أو كلاهما: دوافع تعاقدية، دوافع سوق رأس المال، دوافع تنظيمية.

ت. **الدوافع التعاقدية:** تلعب الدوافع التعاقدية دوراً مهماً في تفسير سلوك المديرين، فعندما تبنى التعاقدات على النتائج المحاسبية، يتولد دافع لدى المديرين لتمهيد الدخل، بهدف تخفيض تكلفة التعاقدات، وتجنب القيود المفروضة ضمن بنود التعاقد، وأهم هذه الدوافع: زيادة مكافآت وحوافز الإدارة، التوافق مع شروط الدين، وتحقيق الأمن الوظيفي (نيربي و شهيد، 2020، صفحة 101).

- **زيادة مكافآت و حوافز الإدارة:** تتفق كلا من نظرية الوكالة والنظرية الإيجابية للمحاسبة على أهمية استخدام الشركات لعقود المكافآت والتعويضات للمدراء كوسيلة لتحفيزهم على

تقديم أفضل ما لديهم (قرال، زحاف، و قزال، 2019، صفحة 149). تركز تلك المكافآت والتعويضات في الغالب على صافي الربح، لذا قد يلجأ المديرون إلى إتباع ممارسات لتمهيد الدخل ينتج عنها دخل مستقر وقابل للتنبؤ، للحصول على المكافآت والحوافز المحددة في بنود التعاقد (العبيدي، 2008، صفحة 83).

- **التوافق مع شروط الدين:** تلجأ الإدارة إلى تمهيد الدخل لطمأنة الدائنين بأن الشركة قادرة على الوفاء بالتزاماتها المستقبلية، وهذا من شأنه خفض مخاطر الإفلاس ومن ثم خفض تكلفة الدين. يرى (Titman و Trueman، 1988) أن الدائنين عادة ما يقومون بوضع قيود عند منح الائتمان، كتسقيف توزيعات الأرباح والاقتراضات، وتزداد حدة هذه القيود بزيادة نسبة الديون، وعليه تلجأ الإدارة إلى تمهيد الدخل لتقليل احتمالية انتهاك تلك الشروط، وتجنب ما قد يترتب عنها (شخاترة و الخوري، 2014، صفحة 574).

- **تحقيق الأمن الوظيفي:** تؤثر الأرقام المحاسبية تأثيراً مباشراً في مقدار الحوافز المالية وغير المالية التي تحصل عليها الإدارة، وكذا في احتمالات إنهاء خدماتها (شتيوي، 2009، صفحة 13). تسعى الإدارة إلى خلق انطباع جيد لدى المساهمين، بهدف تحسين علاقتها بهم وإحراز رضاهم، بما يحقق أمنها الوظيفي ويجنبها المساءلة، وهو ما يدفعها إلى تبني السياسات المحاسبية التي تؤدي إلى استقرار الدخل، الأمر الذي قد يساهم أيضاً في زيادة شهرتها في سوق العمالة الإدارية (Tirole و Fudenberg، 1995).

ث. دوافع سوق رأس المال

يشكل الاستخدام الواسع للمعلومات المحاسبية من قبل المستثمرين والمحللين دافعا للمديرين لتمهيد الدخل، في محاولة منهم للتأثير في أسعار الأسهم والتوافق مع تنبؤات المحللين الماليين.

- **التأثير في أسعار الأسهم:** قد يلجأ المديرون إلى تمهيد الدخل لإظهاره في صورة طبيعية وتقريبه من الدخل المستهدف، وبالتالي التأثير إيجاباً في قيمة الأسهم، من خلال تخفيض المخاطر الناجمة عن تقلبات الدخل (غزالي و غزالي، 2019، صفحة 192). وفقاً للنظرية التعاقدية-السياسية، إذا كان المديرون يملكون أسهم في الشركة، يكون حافز تمهيد الدخل لديهم أقل، فالمديرون الذين يرغبون في بيع أسهمهم في المدى الطويل يسعون إلى تعظيم قيمة الشركة، في حين أن رغبة المديرين في بيع أسهمهم بسرعة قد تدفعهم إلى رفع سعر السهم في المدى القصير، من خلال زيادة مستوى الدخل (Mard، 2011).

- التوافق مع تنبؤات المحللين الماليين: تمارس الأسواق ضغوطا على المديرين، حيث تمنح علاوة للشركات التي لها اتجاه منتظم ومتزايد للأرباح، أو التي تتجاوز توقعات المحللين. من جهة أخرى، يتجنب المستثمرون الأسهم التي تقل عن التوقعات، مما يضع الإدارة تحت الضغط عند إعداد التقارير المالية، ففي الصين تفرض اللوائح حدا أدنى من الأداء المالي للشركات التي ترغب في إصدار أسهم، أو حتى لمجرد بقائها في السوق المالي، لذا نجد أن هذه القيود تشجع الشركات على تمهيد الدخل بالزيادة (Mard، 2011).

ج. الدوافع التنظيمية

يظهر دور الدوافع التنظيمية عندما يكون للأرباح واستقرارها تأثير على واضعي التشريعات والسياسات الحكومية، وأهم هذه الدوافع: تجنب التكاليف السياسية وتخفيض الأعباء الضريبية. - تجنب التكاليف السياسية: أوضح (Zimmerman و Watts، 1978، الصفحات 115-116) أن القطاع السياسي يتمتع بقدرة على نقل الثروة في المجتمع، والشركات خصوصا أكثر عرضة لذلك، ولهذا تتولد لديها رغبة في الحد من التدخلات الحكومية المحتملة، فتتجه الإدارة إلى استخدام آليات دفاعية كحملات المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، والضغط الحكومي، وتخفيض الدخل المعلن عنه، لتفادي لفت انتباه الجمهور، وبذلك تخفض من احتمالية الإجراءات السياسية المعاكسة، وتقلل من التكاليف المتوقعة نتيجة مطالبات النقابات العمالية.

- تخفيض الأعباء الضريبية: تتجه الإدارة إلى تمهيد الدخل لتحقيق وفورات ضريبية، أو تأجيل المدفوعات الضريبية، عن طريق اختيار السياسات المحاسبية، أو التحكم في توقيت الإيرادات والمصروفات، كما أن ذلك قد يقلل من القيمة الحالية للالتزامات الضريبية المستقبلية (شخاترة و الخوري، 2014، صفحة 573).

4.2. العوامل المؤثرة في تمهيد الدخل:

تعددت الأدبيات وازداد اهتمام الباحثين لإيجاد متغيرات من شأنها تفسير توجهات مديري الشركات باتجاه تمهيد الدخل، إلا أنها لم تتفق في تحديد عوامل مؤثرة بشكل شامل وفي اتجاه واحد، حيث أن كل دراسة وضعت عوامل قيد الاختبار، اختلفت درجة تأثيرها باختلاف مجال النشاط والقوانين السائدة والمعمول بها في كل بيئة اقتصادية.

أ. **حجم الشركة:** حاولت نظرية التكاليف السياسية الربط بين حجم الشركة وتعرضها للتدخلات الحكومية، حيث تكتسب الشركات الكبيرة أهمية خاصة، لما لها من تأثير كبير في النشاط الاقتصادي إلى جانب دورها الاجتماعي، لذا تزداد عليها الضغوط السياسية والتكاليف الناتجة عنها (Khalid, Saadaby, و Waheeb, 2020، صفحة 7). وعلى هذا الأساس من المحتمل أن تتبنى الإدارة سياسة تمهيد الدخل، لتجنب الأرباح غير العادية، التي تزيد من احتمالات دخول منافسين جدد، الأمر الذي ينعكس سلباً في موقفها التنافسي وقدرتها في المحافظة على حصتها السوقية؛ كما يجعلها تحت مراقبة مستمرة من قبل الدولة وأجهزتها المختلفة. من ناحية أخرى فإن الانخفاض غير المتوقع في أرباح الشركات الكبيرة قد يؤثر في قدرتها على الوفاء بالتزاماتها، ويقلل من ثقة المستثمرين فيها، الأمر الذي قد يؤثر سلباً في أسعار أسهمها (Inoue و Herrmann, 1996، صفحة 165).

ب. **المديونية:** تعتبر المديونية من أهم مؤشرات تقييم كفاءة سياسات التمويل للشركات، كما أنها ذات دلالة بالنسبة للدائنين، إذ توضح هامش الأمان المتاح لاستعادة ديونهم؛ كما تعبر عن مدى اعتماد الشركة على مصادر تمويل خارجية (حميدي، 2011، صفحة 68). تميل الشركات التي تعتمد على الديون بشكل أعلى إلى اختيار السياسات التي تؤدي إلى أرباح أعلى أو أبكر، كما تلجأ إلى التخلي عن السياسات المحاسبية التي تقلل أو تؤجل الأرباح (Khalid, Saadaby, و Waheeb, 2020، صفحة 8). وعليه كلما زادت مديونية الشركات كانت أكثر تمهيداً للدخل، فتذبذب الدخل مؤشر على زيادة المخاطر، مما يدفع الدائنين إلى طلب تكلفة أعلى للتمويل (شخاترة و الخوري، 2014، صفحة 581).

ت. **الربحية:** تعد ربحية الشركة محددًا مهماً لممارسة تمهيد الدخل، فكلما حققت الشركة أرباحاً أعلى، عملت الإدارة على تمهيد الدخل، من خلال تحويل البنود بين الفترات، بهدف خلق انطباع جيد عن أداء الشركة والمحافظة على قيمتها السوقية (القثامي، 2010، صفحة 26). أما إذا عانت الشركة من ضعف الأداء، فمن الصعب أن تجد الإدارة وسائل لتمهيد الدخل، وتقتصر على بعض الممارسات الصورية، لذا فزيادة ربحية الشركة يزيد من احتمال تمهيد الدخل، لوجود الخيارات أمام الإدارة لذلك (جهماني، 2001، صفحة 119).

ث. **المدفوعات الضريبية:** هناك دافع قوي لتوجه الإدارة نحو تمهيد الدخل من أجل تخفيض العبء الضريبي، لأن الضريبة تحسب انطلاقاً من الأرباح المحاسبية، حيث تلجأ الإدارة إلى تمهيد

الدخل لتقليل أثر الضرائب على أرباح الشركة، وتقوم باختيار السياسات المحاسبية للوصول إلى أقل قدر ممكن من المدفوعات الضريبية (شخاترة و الخوري، 2014، صفحة 582).

ج. الكثافة الرأسمالية: يقصد بها مدى اعتماد الشركة على الأصول الثابتة، كالمعدات والعقارات والمنشآت والمصانع لتحقيق أنشطتها، فالشركة ذات الكثافة الرأسمالية تعتمد على أقل قدر من العمالة. تعبر هذه الميزة عن الدور الاجتماعي للشركات في توفير فرص العمل، فالشركات ذات الكثافة الرأسمالية توفر فرص عمل أقل (Moses، 1987، صفحة 363)، مما يحملها مسؤوليات مجتمعية في الحد من الفقر والبطالة، لذا فهي تمتلك دافعا أكبر لتمهيد واستقرار الدخل مقارنة بالشركات ذات الكثافة الرأسمالية المنخفضة، وذلك في سبيل التهرب من التكلفة السياسية المترتبة (قرعان، 2005، صفحة 29).

3. الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.3. منهجية الدراسة:

للإجابة على إشكالية الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي، من خلال اختيار 40 شركة جزائرية غير مالية، خلال الفترة 2013-2020، ليتم بعدها الاستناد إلى الطريقة الإحصائية، من خلال تصميم نموذج في شكل معادلة انحدار خطي متعدد، يربط بين ممارسة تمهيد الدخل، والمتغيرات المفسرة (حجم الشركة، المديونية، الربحية، الكثافة الرأسمالية، والمدفوعات الضريبية). بعد الحصول على البيانات المالية للشركات محل الدراسة، تم تقدير نموذج الدراسة، واستخدام الارتباط وبعض الاختبارات الإحصائية لدراسة مدى صلاحية هذا النموذج وفحص الفرضيات، على غرار اختبار المعنوية الكلية (Fisher)، واختبار (Student) لفحص مدى معنوية معاملات الانحدار. و تجدر الإشارة إلى أن معالجة البيانات وتنفيذ مختلف الاختبارات الإحصائية تم باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS 25 وبرنامج Excel.

2.3. نموذج الدراسة:

لاختبار فرضيات الدراسة، تم تصميم نموذج في شكل معادلة انحدار خطي متعدد، مكونة من متغير تابع وهو تمهيد الدخل، وخمسة متغيرات مفسرة ممثلة في: حجم الشركة، ربحية الشركة، مديونية الشركة، الكثافة الرأسمالية للشركة، والمدفوعات الضريبية للشركة:

$$SMOOTH_i = \alpha_0 + \alpha_1 SIZE_i + \alpha_2 PROF_i + \alpha_3 LEV_i + \alpha_4 INCAP_i + \alpha_5 TAX_i + \zeta_i \quad (1)$$

حيث:

SMOOTH_i: مدى ممارسة الشركة i لتمهيد الدخل خلال فترة الدراسة.

SIZE_i: حجم الشركة i خلال فترة الدراسة.

PROF_i: مستوى ربحية الشركة i خلال فترة الدراسة.

LEV_i: مستوى مديونية الشركة i خلال فترة الدراسة.

INCAP_i: الكثافة الرأسمالية للشركة i خلال فترة الدراسة.

TAX_i: المدفوعات الضريبية للشركة i خلال فترة الدراسة.

α_0 : ثابت.

$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4, \alpha_5$: معاملات المحدد النموذج.

ϵ_i : حد الخطأ.

3.3. مصادر جمع البيانات:

تم جمع بيانات الدراسة بالاعتماد على القوائم المالية لـ 40 شركة جزائرية، منها 5 شركات مدرجة في بورصة الجزائر و35 شركة غير مدرجة، تحصلنا على معظمها من خلال التنقل إلى مقر الشركات والاتصال المباشر بمسيريها، واختيارها كان على أساس إمكانية الحصول على قوائمها المالية، مع استبعاد شركات القطاع المالي (شركات التأمين والبنوك) نظرا لخصوصية قوائمها المالية، وتغطي البيانات الفترة بين 2013 و2020.

4.3. قياس المتغير التابع (تمهيد الدخل):

تم في هذه الدراسة تصنيف الشركات المدروسة إلى ممهدة وغير ممهدة باستخدام نموذج (Eckel, 1981)، الذي يعتمد على تحليل سلوك الدخل مقارنة بسلوك المبيعات خلال فترة زمنية معينة، استنادا إلى معامل التباين لقياس مدى تذبذب الدخل مقارنة بتذبذب المبيعات، بافتراض أن الدخل هو دالة خطية للمبيعات، أي أن كل تغير في المبيعات ينتج عنه تغير مماثل في الدخل، وعليه تعد الشركة ممهدة للدخل إذا كان معامل التباين للتغير في الدخل أقل من معامل التباين للتغير في المبيعات:

$$SB = |(CVI/ CVS)| \quad (2)$$

حيث: SB يمثل مؤشر تمهيد الدخل؛ CVI هو معامل التباين للتغير في الدخل؛ CVS

هو معامل التباين للتغير في المبيعات.

بعد حساب مؤشر تمهيد الدخل بقسمة معامل التباين للتغير في الدخل على معامل التباين

للمبيعات (بالقيمة المطلقة)، كما هو موضح في المعادلة (2)، تم إعطاء الرمز 0

للشركات غير الممهدة للدخل، وهي الشركات التي لها مؤشر تمهيد الدخل (SB) أكبر من أو يساوي الواحد؛ وإعطاء الرمز 1 للشركات الممهدة للدخل، وهي الشركات التي لها مؤشر تمهيد الدخل (SB) أقل من الواحد.

$$\text{SMOOTH} = 0, \text{ if}(SB \geq 1), 1 \quad (3)$$

حيث: if معناها إذا كان.

يتميز هذا النموذج بأنه يأخذ في الحسبان جميع الوسائل المستخدمة في تمهيد الدخل، ويستخدم سلسلة زمنية من البيانات، بدلا من سنة واحدة، فضلا عن اتسامه بالموضوعية لاعتماده أساس إحصائي يوفر مقياسا واضحا لتمهيد الدخل (عقيل، 2003، صفحة 37).

5.3. قياس المتغيرات المفسرة:

يوضح الجدول (1) كيفية قياس المتغيرات المفسرة، والتي تم قسمتها على إجمالي الأصول، من أجل تفادي التأثير السلبي لتشتت البيانات في النتائج، بسبب تباين أحجام الشركات:

الجدول 1: قياس المتغيرات المفسرة.

اسم المتغير	الرمز	طريقة الحساب
حجم الشركة	SIZE _i	اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول
ربحية الشركة	PROF _i	النتيجة الصافية\إجمالي الأصول
مديونية الشركة	LEV _i	مجموع الديون\إجمالي الأصول
الكثافة الرأسمالية للشركة	INCAP _i	الأصول الثابتة\إجمالي الأصول
المدفوعات الضريبية للشركة	TAX _i	(النتيجة قبل الضريبة - النتيجة الصافية)\إجمالي الأصول

المصدر: من إعداد الباحثين.

4. نتائج الدراسة:

1.4. الإحصاء الوصفي للبيانات:

يلخص الجدول (2) الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة، والتي تخص 40 شركة جزائرية خلال الفترة 2013-2020. يتضح من الجدول أن نصف الشركات (20 شركة) هي ممارسة لتمهيد الدخل، أما الشركات المتبقية (20 شركة) فهي غير ممارسة لتمهيد الدخل. نلاحظ أن أداء الشركات الجزائرية كان سالبا خلال فترة الدراسة، حيث بلغ مستوى الربحية -7,66% من إجمالي الأصول في المتوسط، في حين كان مستوى المديونية مرتفعا، بلغ 70,85% من إجمالي الأصول في المتوسط خلال فترة الدراسة. بالنسبة للكثافة الرأسمالية، فقد كانت متوسطة في الشركات الجزائرية، حيث تشكل الثبيتات 62,52% من إجمالي الأصول في المتوسط؛ في

حين تمثل المدفوعات الضريبية 6,80% من إجمالي الأصول في المتوسط خلال فترة الدراسة. يتضح من الحدين الأدنى والأعلى وجود قيم موجبة وسالبة، بالنسبة لجميع المتغيرات المفسرة، باستثناء الحجم، مما يعني وجود تذبذب في قيم المتغيرات بين الشركات، إذ كانت الكثافة الرأسمالية الأكثر تشتتاً، تليها المديونية، الحجم، الربحية، ثم المدفوعات الضريبية، بهذا الترتيب.

الجدول 2: الإحصاء الوصفي للبيانات.

TAX	INCAP	LEV	PROF	SIZE	SMOOTH		المتغيرات
					1	0	
40	40	40	40	40	20	20	المشاهدات
0,0680	0,6252	0,7085	-0,0766	9,7654	-	-	المتوسط الحسابي
0,0021	0,2263	0,2698	0,0046	9,7086	-	-	الوسيط
0,2049	2,4628	1,3177	0,6856	1,0664	-	-	الانحراف المعياري
-0,2719	-3,4770	-4,7005	-3,2472	7,6568	0	0	أدنى قيمة
0,9328	5,4684	6,7318	1,3691	12,9989	1	1	أعلى قيمة

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS 25.

2.4. دراسة الارتباط:

يلخص الجدول (3) معاملات الارتباط (Pearson) بين متغيرات الدراسة، حيث نلاحظ أن علاقة الارتباط بين ممارسة تمهيد الدخل وباقي المتغيرات المفسرة كانت غير دالة إحصائياً، باستثناء الربحية والكثافة الرأسمالية، أين كانت دالة إحصائياً عند مستوى 1%، مما يعني وجود علاقة ارتباط قوية وسالبة بين ممارسة تمهيد الدخل ومستوى الربحية، وعلاقة ارتباط قوية وموجبة بين ممارسة تمهيد الدخل والكثافة الرأسمالية. بالنسبة لعلاقات الارتباط بين المتغيرات المفسرة، فقد كانت كلها دالة إحصائياً عند مستوى 1%، باستثناء علاقات الارتباط بالحجم، لكن كل علاقات الارتباط المعنوية كانت ضعيفة أو متوسطة، ولم تكن قوية.

الجدول 3: مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة.

المتغيرات	SMOOTH	SIZE	PROF	LEV	INCAP	TAX
SMOOTH	1	0,210	-0,587**	-0,103	0,569**	0,062
SIZE		1	0,004	-0,067	0,166	0,051
PROF			1	-0,229	-0,270**	-0,368**
LEV				1	0,392**	0,297**
INCAP					1	0,383**

** ارتباط معنوي عند مستوى 1% (من الجهتين).

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS 25.

3.4. نتائج تقدير نموذج الدراسة:

يلخص الجدول (4) نموذج الدراسة، حيث بلغ معامل التحديد للنموذج 80,5%، مما يعني أن المتغيرات المستقلة في نموذج الدراسة مجتمعة تفسر ما قدره 80,5% من الاختلافات الموجودة بين الشركات الممارسة وغير الممارسة لتمهيد الدخل خلال فترة الدراسة، أما باقي الاختلافات فترجع لعوامل أخرى، ومن بينها الأخطاء العشوائية.

الجدول 4: ملخص نموذج الدراسة.

R	R Square	Adj. R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0,911	0,830	0,805	3,191054483	2,295

المتغيرات المستقلة: TAX, INCAP, LEV, PROF, SIZE

المتغير التابع: SMOOTH

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS 25.

يعرض الجدول (5) تحليل التباين لنموذج الدراسة، حيث يتضح أن اختبار (Fisher) كان معنويا عند 1%، مما يعني أن نموذج الدراسة معنوي، لذا فإن أحد معاملات الانحدار على الأقل معنوي ويختلف عن الصفر بشكل جوهري، وبالتالي فإن أحد المتغيرات المستقلة على الأقل يساهم في تفسير المتغير التابع.

الجدول 5: تحليل التباين لنموذج الدراسة.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1694,283	5	338,857	33,277	0,000
Residual	346,216	34	10,183		
Total	2040,500	39			

المتغيرات المستقلة: TAX, INCAP, LEV, PROF, SIZE

المتغير التابع: SMOOTH

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS 25.

4.4. اختبار فرضيات الدراسة:

سوف نقوم باختبار فرضيات الدراسة انطلاقا من نتائج اختبار المعنوية لمعاملات الانحدار، بالاعتماد على إحصائية (t) الموضحة في الجدول (6).

أ. الفرضية الأولى: بلغت قيمة الاحتمال لمعامل الانحدار المتعلق بحجم الشركة 0,218 وهي أكبر من 5%، مما يعني أن معامل الانحدار α_1 غير معنوي، وبالتالي لا توجد أي علاقة ذات دلالة إحصائية بين تمهيد الدخل وحجم الشركة، أي أن حجم الشركة لا يعتبر من العوامل المفسرة لممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية، وهو ما يختلف عن الفرضية الأولى.

ب. **الفرضية الثانية:** بلغت قيمة الاحتمال لمعامل الانحدار المتعلق بمستوى الربحية 0,000 وهي أقل من 5%، مما يدل على أن معامل الانحدار α_2 معنوي، ويشير إلى وجود أثر سلبي للربحية في ممارسة تمهيد الدخل، وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية، أي أن الشركات التي لها مستوى منخفض من الربحية هي التي تمارس تمهيد الدخل، والعكس صحيح.

ت. **الفرضية الثالثة:** بلغت قيمة الاحتمال لمعامل الانحدار المتعلق بمستوى المديونية 0,549 وهي أكبر من 5%، مما يدل على أن معامل الانحدار α_3 غير معنوي، وبالتالي نرفض الفرضية الثالثة، لعدم وجود أي أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى المديونية في ممارسة تمهيد الدخل.

ث. **الفرضية الرابعة:** بلغت قيمة الاحتمال لمعامل الانحدار المتعلق بالكثافة الرأسمالية 0,000 وهي أقل من 5%، وبالتالي فإن معامل الانحدار α_4 معنوي، لذا نقبل صحة الفرضية الرابعة، نظرا لوجود أثر موجب للكثافة الرأسمالية في ممارسة تمهيد الدخل، أي أن الشركات ذات الكثافة الرأسمالية هي التي تمارس تمهيد الدخل، والعكس صحيح.

ج. **الفرضية الخامسة:** بلغت قيمة الاحتمال لمعامل الانحدار المتعلق بالمدفوعات الضريبية 0,722 وهي أكبر من 5%، مما يعني أن معامل الانحدار α_5 غير معنوي، وبالتالي فإن الفرضية الخامسة غير صحيحة، بسبب عدم وجود أي أثر ذو دلالة إحصائية للمدفوعات الضريبية في ممارسة تمهيد الدخل.

الجدول 6: معاملات الانحدار لنموذج الدراسة.

المتغير التابع:	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-3,909	5,038	-	-0,776	0,443	-	-
SIZE	0,645	0,514	0,095	1,255	0,218	0,870	1,149
PROF	-4,662	1,102	-0,442	-4,230	0,000	0,457	2,187
LEV	-0,140	0,232	-0,067	-0,606	0,549	0,405	2,470
INCAP	0,645	0,160	0,563	4,032	0,000	0,256	3,910
TAX	1,667	4,639	0,047	0,359	0,722	0,289	3,461

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS 25.

5.4. مناقشة النتائج:

تتفق نتائج هذه الدراسة مع (جهماني، 2001) الذي وجد أن حجم الشركات لا يفسر ممارسة تمهيد الدخل. لكنها تختلف مع كل من (Moses، 1987)، (شخاترة و الخوري، 2014)، و (Watts و Zimmerman، 1978) الذين أظهروا وجود علاقة مهمة بين حجم

الشركة وتمهيد الدخل. ويمكن إرجاع هذا الاختلاف إلى اختلاف البيئة الاقتصادية والمؤسسية الجزائرية، واختلاف نظام الحوكمة وآليات الرقابة في الشركات الجزائرية.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع كل من (Moses, 1987)، (القشامي، 2010)، و(جهامي، 2001) الذين أظهروا وجود علاقة بين ربحية الشركة وتمهيد الدخل، وذلك لرغبة الإدارة في الإعلان عن دخل مستقر بغض النظر عن ربحيتها الفعلية. تتفق نتائج الدراسة أيضا مع (جهامي، 2001) في عدم وجود علاقة بين مستوى المديونية وتمهيد الدخل؛ وتختلف مع دراستي كل من (شخاترة و الخوري، 2014) و (Khalid, Saadaby, و Waheeb, 2020) اللتان أظهرتا وجود علاقة بين مستوى المديونية وتمهيد الدخل. ويمكن تفسير ذلك بأن الشركات الجزائرية لا تمارس تمهيد الدخل بدافع تجنب مخالفة اتفاقيات الائتمان، أو من أجل طمأننة الدائنين والأطراف ذات العلاقة بقدرتها على الوفاء بالتزاماتها.

تشير نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين الكثافة الرأسمالية وتمهيد الدخل، وهو ما يتفق مع دراسة (عقيل، 2003)، ويختلف مع دراسة (قرعان، 2005)، وهذا يعني أن الشركات الجزائرية ذات الكثافة الرأسمالية تميل إلى تمهيد الدخل. في الأخير، أثبتت نتائج الدراسة عدم وجود أي علاقة بين المدفوعات الضريبية وتمهيد الدخل، أي أن الشركات الجزائرية لا تعمل على إظهار استقرار في دخلها المعلن من أجل تجنب ارتفاع مدفوعاتها الضريبية.

تأسيسا على ما تقدم، يمكن القول أن مستوى الربحية والكثافة الرأسمالية، تعد من العوامل المفسرة لممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية، في حين لا يعد حجم الشركة، مستوى مديونيتها، والمدفوعات الضريبية من العوامل المفسرة لممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية.

5. الخاتمة:

تعد هذه الدراسة محاولة لفحص أهم العوامل المؤثرة في ممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية، بالاعتماد على خمسة محددات وهي: حجم الشركة، ربحية الشركة، مستوى المديونية، الكثافة الرأسمالية، والمدفوعات الضريبية. شملت الدراسة 40 شركة جزائرية خلال الفترة بين 2013 و2020، بالاعتماد على نموذج للانحدار الخطي المتعدد، ومن أجل قياس تمهيد الدخل تم الاعتماد على النتيجة الصافية والمبيعات، من خلال نموذج (Eckel, 1981).

أظهرت نتائج الدراسة أن نصف الشركات الجزائرية المدروسة تمارس تمهيد الدخل، غير أنها لم تظهر أي فروق ذات دلالة إحصائية يمكن على أساسها إثبات الأثر الذي كان متوقعا لحجم

الشركة، مستوى المديونية، والمدفوعات الضريبة في ممارسة تمهيد الدخل، في حين أثبتت النتائج أن تمهيد الدخل يتحدد بمستوى ربحية الشركة وكثافتها الرأسمالية، حيث تبين وجود تأثير لهاتين الخاصيتين في ممارسة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية خلال فترة الدراسة.

هناك بعض الاختلافات بين هذه الدراسة والدراسات السابقة، يمكن تفسيرها باختلاف الطابع الاقتصادي والمؤسسي، واختلاف الممارسات المحاسبية بين الدول، على اعتبار أنها أجريت في بيئات اقتصادية مختلفة، إضافة إلى اختلاف الفترات التي أجريت فيها، إذ تمت أغلب الدراسات في العقدين ما قبل الأخيرين. وانسجاماً مع نتائج (كيموش، 2015، صفحة 150) تتطلب هذه النتائج من السلطات الجزائرية إعادة النظر في السياسات المحاسبية المطبقة، والمرونة المتاحة للمفاضلة بين عدة بدائل، وتخفيض هوامش التقدير التي يتمتع بها المديرون، وخصوصاً بعد الإصلاحات التي مست الممارسة المحاسبية في الجزائر. رغم أهمية النتائج المتوصل إليها والتفسيرات المقدمة لها، إلا أنها تعتبر غير كافية، ويصعب الحكم بشكل نهائي على الإشكالية المدروسة، لذلك توصي هذه الدراسة بالآتي:

- بذل الجهود للحد من ظاهرة تمهيد الدخل في الشركات الجزائرية، من خلال توعية المدققين بأساليب وسياسات تمهيد الدخل التي يمكن أن يتبعها المديرون للتأثير في البيانات المالية ونتائج الأعمال، وبالتالي التأثير في قرارات مستخدميها.
- يجب على السلطات المسؤولة عن تنظيم ووضع المعايير المحاسبية تقليص الفجوات عن طريق تقليل بدائل السياسات المحاسبية التي تسمح بمعالجة نفس الحدث بطرق مختلفة، علاوة على ذلك من المهم توسيع متطلبات الإفصاح المحاسبي.
- ركزت هذه الدراسة على فحص ما إذا كان هناك تمهيد للدخل أم لا، بالإضافة إلى تحديد العوامل المؤثرة في ممارسة تمهيد الدخل، ولكن لم يتم التطرق لكيفية إدارة أرقام الدخل وتحديد العناصر المستخدمة، وهو ما يمكن تداركه في الدراسات المستقبلية.

6. قائمة المراجع:

1.6. المراجع باللغات الأجنبية:

1. Belkaoui, A. (2004). *Accounting Theory* (éd. 6). USA: Thomson Learning.
2. Chong, H. G. (2006, November). Is income smoothing ethical? *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 18 (1), 41-44.
3. Copeland, R. (1968). Income Smoothing. *Journal of Accounting Research*, 6, 101-116.
4. Eckel. (1981). The Income Smoothing Hypothesis Revisited. *ABACUS*, 17 (1), 28-40.
5. Fakhfakh, I. B. (2009). Free cash flow, gestion des resultats et gouvernement des entreprises : Etude comparative des entreprises Françaises et Americaines. Thèse du Doctorat, Université de Reims Champagne Ardenne.
6. Fudenberg, D., & Tirole, J. (1995). A Theory of Income and Dividend Smoothing Based on Incumbency Rents. *Journal of Political Economy*, 103 (1), 75-93.
7. Healy, P., & Wahlen, J. (1999). A Reviw of the Earnings Management Literature and its Implication for Standard Serring. *Accounting Horizons*, 13 (4), 365-383.
8. Herrmann, D., & Inoue, T. (1996). Income Smoothing and Incentives by Operation Condition: An Empirical Test Using Depreciation Chanes in Japan. *Journal of International Accounting Auditing and Taxation*, 5 (2), 161-177.
9. Imhoff, E. (1981). Income smoothing: an analysis of critical issues. *Quarterly Review of Economics and Business*, 21 (3), 23-42.
10. Rezazadeh, K., Soumehsaraei, B. G., & Gholizadeh, M. H. (2014). An Overview Income Management and Income Smoothing and its Importance in Accounting. *Kuwait chapter of Arabian Journal of Business & Management Review*, 4, 134-138.
11. Koch, B. (1981). Income Smoothing: An Experiment. *The Accounting Review*, 56 (3), 574-586.
12. Mard, Y. (2011). Vers une information comptable plus transparente : l'apport des recherches portant sur la gestion des résultats comptables. *Comptabilité et Connaissances*, France, halshs-00581229
13. Moses, O. (1987). Income Smoothing and Incentives: Empirical Tests Using Accounting Changes. *The Accounting Review*, 62 (2), 358-377.
14. Saadaby, M. D., Khalid, S., & Waheeb, G. (2020). Factors Affecting the Practice of Income-smoothing Policy (An Applied Study On Sudanese Banks). *Journal of Entrepreneurship Education*, 23 (5).
15. Sun, I., & Rath, S. (2008). Fundamental Determinants, Opportunistic Behavior and Signaling Mechanism: An Integration of Earnings

Management Perspectives. *International Review of Business Research Papers*, 4 (4), 406-420.

16. Trueman, B., & Titman, S. (1988). An Explanation for Accounting Income Smoothing. *Journal of Accounting Research*, 26, 127-139.
17. Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1978). Towards a Positive Theory of the Determination of Accounting Standards. *The Accounting Review*, 53 (1), 112-134.

2.6. المراجع العربية:

18. العبيدي ص. ب. (2008). دور التحكم المؤسسي في تخفيض ممارسات المحاسبة الإبداعية وتحقيق التوافق بين مصالح أطراف الوكالة. أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، العراق.
19. القثامي ف. س. (2010). إدارة الأرباح في الشركات المساهمة السعودية: دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية.
20. قرعان س. ص. (2005). العوامل المؤثرة في سياسة تمهيد الدخل: دراسة ميدانية في الشركات الصناعية الأردنية. رسالة ماجستير في المحاسبة، جامعة اليرموك، الأردن.
21. جهماني ع. ع. (2001). سلوك تمهيد الدخل في الأردن: دراسة ميدانية على الشركات المدرجة في بورصة عمان. *المجلة العربية للمحاسبة*، 4 (1)، 142-103.
22. حميدي ك. س. (2011). العلاقة بين حوكمة الشركات وتمهيد الدخل: دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية. رسالة ماجستير في علوم المحاسبة، جامعة الكوفة، العراق.
23. شتيوي أ. أ. (2009). دراسة تطبيقية لتحليل العوامل الاقتصادية على ممارسات إدارة الأرباح بالشركات المصرية. *المجلة العلمية للتجارة والتمويل*، 29 (1)، 179-114.
24. شخاترة م. ز. & الخوري ع. ف. (2014). مدى استخدام ممارسات تمهيد الدخل في قطاع الخدمات الأردني. *المجلة الأردنية في إدارة الأعمال*، 10 (4)، 597-569.
25. عقيل ح. ح. (2003). تمهيد الدخل: دراسة ميدانية في عينة مختارة من الشركات الصناعية. رسالة ماجستير، الجامعة المستنصرية، العراق.
26. غزالي ز. & غزالي ر. (2019). ممارسات إدارة الأرباح ومدى انتهاجها في شركات المساهمة: دراسة قياسية لمجموعة من الشركات الجزائرية. *مجلة العلوم الإدارية والمالية*، 3 (1)، 200-187.
27. قزال إ.، زحاف ص. & قزال أ. (2019). قياس اتجاه ممارسات إدارة الأرباح في شركات المساهمة الجزائرية. *مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية*، 5 (1)، 158-145.
28. كيموش ب. (2015). دور البدائل المحاسبية المتعلقة بالبنود التشغيلية في إدارة الأرباح: حالة الشركات المدرجة في بورصة الجزائر. *المجلة العربية للمحاسبة*، 18 (2)، 155-121.

29. نيربي ح. ع. & شهيد ر. ح. (2020). أثر تمهيد الدخل في المحتوى المعلوماتي للتقارير المالية: دراسة تطبيقية على سوق دمشق للأوراق المالية. مجلة جامعة القلمس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية، 5 (13)، 96-111.

7. ملاحق:

الملحق 1: قائمة الشركات المدروسة.

الرقم	اسم الشركة	الفترة المدروسة	الرقم	اسم الشركة	الفترة المدروسة
1	CCLS Skikda	2019-2013	21	مؤسسة النسيج الجزائرية	2019-2013
2	SPA Asmidal	2019-2013	22	ميناء جن جن جيجل	2019-2013
3	SPA Cosider	2019-2013	23	ميناء سكيكدة	2019-2013
4	SPA RED MED	2019-2013	24	ميناء مستغانم	2019-2013
5	SPA Sider El Hadjar	2019-2013	25	تعاونية الحبوب و الحضر قالمة	2020-2013
6	المؤسسة الوطنية للدراجات سيكدا	2020-2013	26	Lenamarbeur Guelma	2020-2014
7	Ciments Hadjar Soud	2019-2013	27	بيو فارم	2020-2014
8	Raffinerie Skikda	2019-2013	28	AOM-INVEST	2020-2017
9	SCS El Milia	2019-2013	29	صيدال	2020-2013
10	شركة الطاسيلي ورقلة	2019-2013	30	الأوراسي	2020-2013
11	شركة موستافى مستغانم	2019-2013	31	روبية	2019-2013
12	مجمع سونطراك	2019-2013	32	BOUKA Guelma	2020-2013
13	مدبغة الجلود جيجل	2019-2013	33	Beton El Fadjouj	2020-2013
14	مطاحن عمر بن عمر	2019-2013	34	Production de l'Électricité	2020-2013
15	مطاحن مرمرورة	2019-2013	35	GTP	2020-2013
16	ملبنة الساحلي سكيكدة	2019-2014	36	Ciment De Tebessa	2019-2013
17	ملبنة الصومام	2019-2013	37	EPE-ETRS Souk Ahras	2019-2013
18	ملبنة هارون	2019-2013	38	SPA Ferme Samal	2018-2014
19	مؤسسة الإسمت بسور الغزلان	2019-2013	39	مطاحن أرغيس	2020-2013
20	مؤسسة الفلين	2019-2013	40	الشركة الإفريقية للزجاج	2019-2013

المدرسة و دورها في نشر التربية البيئية The school and its role in spreading environmental education

وفاء حديدان

Hadiden ouafa

جامعة باتنة 1

Toutarayan772@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/04/16

تاريخ الاستلام: 2022/09/14

الملخص:

أصبحت قضية البيئة والمحافظة عليها من التلوث من أهم القضايا التي تشغل المجتمعات في الوقت الراهن. و إدراك الجميع لما تمثله المشاكل البيئية والتلوث البيئي من خطر على الحياة البشرية والتنمية الاقتصادية على المدى القصير والطويل. جعل من عملية الحفاظ على البيئة وحمايتها بعدا استراتيجيا للإدارة الرشيدة للموارد الطبيعية لأنها شرط أساسي لتحقيق التنمية المستدامة. و من بين المؤسسات التي أصبحت تساهم في نشر الوعي البيئي المدرسة حيث لم يعد دور المدرسة يقتصر كمؤسسة تعليمية فقط لكن أصبح لها دور كبير كمؤسسة تربوية في خلق السلوكيات الايجابية وتربية الجيل النشء وتعليمه أهمية البيئة والمحافظة عليها في حياتنا. إن عمل المدرسة جنبا لجنب مع باقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية يعطي ثماره لبناء الجيل المنشود الذي يمتلك العادات والقيم الإنسانية في التعامل مع البيئة وأيضاً صنع القرارات الايجابية في التصدي لقضايا بيئية حساسة نتيجة حسهم ووعيهم البيئي الذي غرسه فيهم المدرسة منذ النشء.

الكلمات المفتاحية: البيئة، التربية البيئية

تصنيف JEL: D91, Q51

Abstract : The issue of the environment and its preservation from pollution has become one of the most important issues of concern to societies at the present time. Everyone's awareness of the dangers that environmental problems and environmental pollution pose to human life and economic development in the short and long term. He made the process of preserving and protecting the environment a strategic dimension for the rational management of natural resources because they are a prerequisite for achieving sustainable development. Among the institutions that contribute to spreading environmental awareness is the school, where the role of the school is no longer limited as an educational institution only, but it has become a major role as an educational institution in creating positive behaviors and educating the younger generation and teaching them the importance of the environment and its preservation in our lives. The work of the school side by side with the rest of the institutions of socialization gives its fruits to build the desired generation that possesses human habits and values in dealing with the environment and also makes positive decisions in addressing sensitive environmental issues as a result of their sense and environmental awareness that the school instilled in them since childhood

Keywords: Environment, Environmental Education

JEL classification codes: D91 , Q51

مقدمة

احتلت التربية البيئية مكانة هامة في السنوات الأخيرة في العملية التعليمية نتيجة زيادة الوعي بالمشكلات البيئية التي بدأت تؤثر بعمق في نوعية الحياة البشرية، وخاصة بعد إدراك الحقيقة التي مفادها أن مسألة محاربة البيئة والتصدي لمشكلاتها لا تتوقف على مجرد سن التشريعات والقوانين إنما هي مسألة تربوية بالدرجة الأولى قوامها حسن إعداد الأفراد وتربيتهم تربية سليمة تسمح لهم بإعادة بناء وتنظيم علاقة جديدة وإيجابية مع بيئتهم وتكوين الاتجاهات والقيم والمهارات المناسبة للتعامل الصحيح معها، وتستند في ذلك إلى الوعي والإدراك الذي يصل إلى الضمير فيتحول إلى قيم وضوابط للسلوك، ولن يتحقق ذلك إلا من خلال برامج وأنشطة التربية البيئية.

و من بين المؤسسات التي يقع على عاتقها مهمة نشر الوعي البيئي المدرسة كونها مؤسسة مهمة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية و التي تلعب دورا مهما في تشكيل و صقل شخصية الفرد و التأثير فيها سلبا او إيجابا

لذلك نطرح السؤال التالي: ما دور المدرسة في التربية البيئية و نشر الوعي البيئي لدى التلميذ؟

1- أسباب اختيار الموضوع :

- تم اختيار موضوع الدراسة من أجل البحث عن طرق تفعيل إستراتيجية التربية البيئية في التعليم
- كما وقع الاختيار على هذا الموضوع من أجل التعرف على أهم الأنشطة اللاصفية المساعدة على تنمية الوعي لدى تلاميذ المدارس.

2- أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة أنه حينما تجمل الطفل جزءا من الحل وليس جزءا من المشكلة عندها قد تحقق وعي بيئي كبير لديه متمثل في فهم لماذا عليه الحفاظ على البيئة ، وما هي مسؤوليته تجاه تقليل التلوث ، ويمكن أن يتحقق ذلك لو ساهمت المدرسة بإقامة نشاط غير صفي كأن يشمل حملة لتنظيف الشوارع المحيطة بالمدرسة من النفايات والقمامة وتحقيق ذلك ممكن أن يساعد التلميذ في جعله جزءا من الحل لحماية بيئته وبالطبع سوف يشجع فيه روح المساهمة الفردية مع أسرته والجماعية مع رفاقه التلاميذ.

3- المنهج المتبع

▪ **المنهج الوصفي:** يدخل هذا المقال قال في إطار الدراسات الوصفية؛ التي تسعى نحو تقرير خصائص عملية التربية البيئية من خلال أساليب التعليم والتعلم، وما تسعى إليه ضمن مؤسساتها الرسمية من تعليم وتغيير وتنمية لسلوك الإنساني مع بيئته، وفعالية هذه العملية على أرض الواقع، ومساهمتها في حماية البيئة ، ذلك لأن المنهج الوصفي يقوم بدراسة الظروف أو الظواهر أو المواقف أو العلاقات، كما هي موجودة في الواقع دون أي تدخل من الباحث

▪ **منهج تحليل المضمون:** قام هذه المقال أيضا على منهج تحليل المضمون، بهدف إدراك طرق تدريس التربية البيئية ؛ عينة مضمون هذه الدراسة، من خلال معرفة مدى ملاءمتها لاحتياجات المتعلم، فضلا عن طبيعة المفاهيم والأفكار البيئية.

4- ضبط المفاهيم

4-1- البيئة:

تعرف البيئة بأنها الإطار الذي يمارس فيه الإنسان حياته وما يحتويه من عناصر يتأثر بها نشاطه من أرض وماء وهواء.

كذلك عرفها مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة الذي انعقد في استوكهولم في عام 1972م بأنها: رصد الموارد المادية والاجتماعية المتاحة في وقت ما وفي مكان ما لإشباع حاجات الإنسان وتطلعاته (أحمد بن حارب الشريف: المناهج الدراسية والتربية البيئية، ص 9).

4-2- التربية البيئية:

لقد تعددت تعريفات التربية البيئية، وخصوصاً على المستوى العالمي من خلال المؤتمرات البيئية، وكذلك حاول الكثير من الباحثين خوض هذا المجال:

أ- يمكن تعريفها بأنها مجموعة من المعارف والاتجاهات والقيم اللازمة لفهم العلاقة المتبادلة بين المتعلم و بيئته التي يعيش فيها، تحكم سلوكه إزاءها وتثير ميوله واهتماماته فيحرص على المحافظة عليها وصيانتها، من أجل نفسه ومن أجل مجتمعه.

ب- وقد عرف التربية البيئية على أنها "عملية تكوين القيم والاتجاهات والمهارات والمدرجات اللازمة لفهم وتقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان وحضارته بمحيطه الحيوي والتدليل على حتمية المحافظة على المصادر البيئية الطبيعية، وضرورة استغلالها الرشيد لصالح الإنسان حفاظاً على حياته الكريمة و رفقا لمستوى معيشته". (أحمد بن حارب الشريف: نفسه، ص 10)

ج- فقد عرفت أيضا التربية البيئية بأنها "عملية إعداد الإنسان للتفاعل الناجح مع بيئته لما تشمله من موارد مختلفة، ويتطلب هذا الأعداد إكسابه المعرفة البيئية التي تساعده على فهم العلاقات المتبادلة بين الإنسان وعناصر بيئية من جهة، وبين هذه العناصر و بعضها مع بعضها الآخر من جهة أخرى، كما يتطلب تنمية مهارات الإنسان التي تمكنه من المساهمة في تطوير ظروف هذه البيئة على نحو أفضل، وتستلزم التربية البيئية أيضاً تنمية القيم التي تحكم سلوك الإنسان إزاء بيئته، وإثارة ميوله واهتماماته نحو هذه البيئة، واكتساب أوجه التقدير لأهمية العمل على صيانتها والمحافظة عليها وتنمية مواردها". (- فضيل عبد القادر، المدرسة في الجزائر، حقائق وإشكالات، ص 144)

ونستخلص من خلال كل ما تقدم (أن التربية البيئية هي من الوسائل التي تحقق أهداف حماية البيئة وصيانتها، وهي تشكل بعداً هاماً من أبعاد التربية الشاملة و المستديمة لتعديل سلوك الإنسان وتنميته ايجابيا لأعداده للحياة وتكيفه معها، و تطبيعه اجتماعيا مع وسطه الذي يعيش فيه مع بيئته الطبيعية جنباً الى جنب).

د- عرفت جامعة ألبونوني الشمالية في الولايات المتحدة الأمريكية التربية البيئية بأنها "نمط من التربية يهدف إلى معرفة القيم وتوضيح المفاهيم وتنمية المهارات اللازمة لفهم و تقدير العلاقات التي تربط بين الإنسان وثقافته وبيئته البيوفيزيائية كما أنها تعني التمرس على اتخاذ القرارات و وضع قانون للسلوك بشأن المسائل المتعلقة بنوعية البيئة". (محمد حسن يحيى وآخرون : رؤية معاصرة في: طرائق واستراتيجيات تدريس المواد الاجتماعية ص34)

ه- عرف التربية البيئية مؤتمر تبليس (بولاية جورجيا في الإتحاد السوفيتي سابقاً) عام 1977 بأنها "عملية إعادة توجيه وربط لمختلف فروع المعرفة والخبرات التربوية بما ييسر الإدراك المتكامل للمشكلات، و يتيح القيام بأعمال عقلانية للمشاركة في مسؤولية تجنب المشكلات البيئية والارتقاء بنوعية البيئية". (صبري الدمرداش: التربية البيئية- النموذج والتحقيق والتقييم، ص 108)

و- وعرف التربية البيئية في اجتماع هيئة برنامج الأمم المتحدة للبيئة بباريس عام 1978 بأنها "العملية التي تهدف إلى تنمية وعي المواطنين بالبيئة والمشكلات المتعلقة بها وتزويدها بالمعرفة والمهارات والاتجاهات وتحمل المسؤولية الفردية والجماعية تجاه حل المشكلات المعاصرة والعمل على منع ظهور مشكلات بيئية جديدة". (شلي، أحمد ، تدريس الدراسات الجغرافيا في مراحل التعليم العام، ص34)

ل- وعرفت أيضا في مكان آخر التربية البيئية بأنها "عبارة عن برنامج تعليمي يهدف إلى توضيح علاقة الإنسان وتفاعله مع البيئة الطبيعية وما بها من موارد لتحقيق اكتساب التلاميذ خبرات تعليمية تتضمن الحقائق والمفاهيم والاتجاهات البيئية ومواردها الطبيعية". (كوستوفر بارك، التربية البيئية المشكلات والأولويات والتوقعات، ص 12.)
وبذلك يمكن القول أيضا أن التربية البيئية في الأساس "جهد تعليمي موجه أو مقصود نحو التعرف وتكوين المدركات لفهم العلاقة المعقدة بين الإنسان وبيئته بإبعادها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والبيولوجية والطبيعية حتى يكون واعياً ومشكلاتها وقادراً على اتخاذ القرار نحو صيانتها - والإسهام في حل مشكلاتها، من أجل تحسين نوعية الحياة لنفسه ولأسرته ولجتمعه وللعالم". (أسماء راضي خنفر، التربية البيئية او الوعي البيئي، ص 34.) كذلك يشير هذا التعريف إلى ضرورة تدريب التلاميذ على اتخاذ قرارات بيئية، في المحافظة على البيئة وعدم تلوثها بشتى الأشكال ومنها التلوث الصوتي و الضوضائي، وليكن ذلك عن قناعة واقتناع، وبصورة مستمرة، وبشكل شمولي وخصوصاً لجهة دراسة المواد الدراسية على اختلافها، لأن التربية البيئية حصيلة علوم متعددة وخبرات تربوية عديدة.

5- حاجات التربية البيئية في المنهج الدراسي:

تمثل حاجات التربية البيئية في المنهج الدراسي شعور المربين بضرورة ارتباط المنهج الدراسي بحاجات الفرد والمجتمع وفقاً للتغيرات في ظروف البيئة من أجل الاستخدام الأمثل لمواردها، واكتساب المعلم للقيم والاتجاهات والمفاهيم والمهارات البيئية المناسبة. (عبد الرحمان بن سالم، المرجع التشريعي المدرسي، ص 222)

5-1-مدخل حل المشكلات البيئية:

و هي طريقة تعليمية لدراسة وحل المشكلات البيئية مع التركيز على وعي المتعلم بالبيئة وتفهمها واحترامها والمحافظة عليها، ونمو مهاراته في حل المشكلات وكسب القيم والاتجاهات البيئية وتقوم هذه الطريقة أساساً على قيام المتعلم بنفسه وبتوجيه من المعلم في تخطيط وتنفيذ المهارات التالية:

- الشعور بالمشكلة البيئية وتحديدتها
- جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالمشكلة البيئية وتحليلها .
- فرض الفروض (الحلول البديلة) الممكنة واختيار أنسبها .

- وضع خطة لاختبار صحة الفروض.
- تنفيذ خطة العمل .
- تفسير النتائج والوصول إلى حل للمشكلة البيئية .
- تقويم تنفيذ خطة العمل .

في المدارس الابتدائية، والثانوية، والجامعية، لا تحتوي على برامج مهمة في التربية البيئية، ففي المناهج التعليمية تم التعامل فقط من خلال ما يتعلق بعلوم الأرض. هذا، ولم تتم كتابة أي وريقات أو كتيبات إرشادية أو كتب مدرسية لاستخدامها في البرامج التعليمية. (بلعيد جمعة، دور مدارس الابتدائي والمتوسط في التربية البيئية، ص 42)

5-2- التربية البيئية والأنشطة المدرسية:

يحتل النشاط المدرسي مكانة متميزة من المنهج بمعناه الواسع، وعند النظر إلى المنهج المدرسي باعتباره منظومة شاملة ومتكاملة تتكون من العديد من الأطراف أو العناصر، نستطيع أن نشعر بأهمية النشاط باعتباره أحد هذه العناصر، ويقصد بالنشاط " كل جهد يقوم به المتعلم مشاركاً به أقرانه بتوجيه وإرشاد المعلم"، ومن ثم فإن النشاط الذي يمكن القيام به في مجال التربية البيئية هو أن:

- يعتمد على مادة علمية متضمنة الكتاب المدرسي.
- يجد القبول والتشجيع من المعلم.
- توجد مجالات التطبيق والممارسة في البيئة المحلية.
- يكون موضع تقدير من جانب المعلم.
- يعتمد على العمل الجماعي الذي يشارك فيه المعلم تلاميذه.
- يخضع للتقويم المستمر من جانب المتعلم والمعلم.

ويتضح أن أمر النشاط في مجال التربية البيئية يكون هدفه هو المشاركة الفعالة من جانب المعلم، وأن أنشطة التربية البيئية تختلف عن الأنشطة المرتبطة بالمناهج الدراسية، إذ يغلب عليها الجانب الاجتماعي، أو العلمي، أو الثقافي، أو الاقتصادي، أو الصحي، وهذا يتطلب من المعلم أن يكون قادراً على العمل في فريق، وأن يكون مدركاً لطبيعة النشاط الذي يمارس في الفصل

المدرسي مع تلاميذه، فالعمل في فريق مهارة لا بد أن يتقنها المعلم، ولا بد أن ينقلها إلى تلاميذه. (محمد عماد عصام الدين، خصائص التعليم الإبداعي وأهم متطلباته، ص 145)

5-3- طرق تدريس التربية البيئية في المرحلة الابتدائية:

إن محاولة بلوغ وتحقيق أهداف التربية البيئية التي تمت الإشارة إليها سابقا، يحتاج إلى إتباع واستخدام مجموعة من الاستراتيجيات والطرائق التعليمية الخاصة بها، وفيما يلي نورد ما يتناسب منها مع مستوى تلاميذ المرحلة الابتدائية:

أ- طريقة حل المشكلات

هي طريقة تعليمية لدراسة مشكلات البيئة وحلها مع التركيز على وعي المتعلم بالبيئة، والذي يرتبط تطوره (راتب السعود، الإنسان والبيئة (دراسة في التربية البيئية)، ص 67)

بمدى إحساسه بالمشكلة، ولذلك ينبغي لها أن تكون واقعية ومستقاة من البيئة المحلية للتلاميذ، وأن تتلاءم مع قدراتهم وتثير اهتمامهم، مما قد يشجعهم على اقتراح حلول متعددة ومفتوحة، وتقوم هذه الطريقة أساسا على قيام المتعلم بنفسه أو بتوجيه من المعلم بتخطيط وتنفيذ المراحل التالية:

- بتحديد المشكلة (الشعور بالمشكلة) :وتعد مهارة أساسية وخطوة أولية لفهم المشكلة وتهيئة التلميذ لاكتساب الخبرات المناسبة حول جانب من جوانب بيئته، وتليها خطوة تحديد المشكلات الفرعية النابعة والناجمة عن المشكلة محل الدراسة، مما قد يساعد التلميذ في استخراج معلومات وأفكار جديدة تتعلق

بالمشكلة الرئيسية. (مسعود كمال غراية، التربية البدنية والرياضية وعلاقتها بنشر الوعي البيئي، ص 59)

- جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالمشكلة :وتبدأ هذه الخطوة بإجراء مسح للبيئة المحلية والذي يقوم به التلاميذ بأنفسهم، ثم ينتقلون بعدها إلى دراسة بيئة أكبر، ويتم جمع المعلومات والبيانات عن البيئة المحلية بطرق وأساليب متعددة مثل:

- الملاحظة، الاستبيان، المقابلة ودراسة الحالة.

- جدولة المعلومات وترتيبها :وتعتبر هذه المرحلة آخر مرحلة في عمليات

التصنيف وتعتبر عن إحدى المهارات الأساسية التي تهدف التربية البيئية إلى

تنميتها لدى التلاميذ.

- عرض المعلومات وتقومها: ويتم خلال هذه الخطوة تحويل البيانات إلى رسوم بيانية يتم تقويمها من طرف المعلم من خلال المناقشات المفتوحة، وهذه الأخيرة تعد مهارة أساسية تسعى التربية البيئية إلى تنميتها لدى التلاميذ.

عرض النتائج: ويتم فيها عرض البيانات واستخلاص النتائج وربطها بأسبابها، كما يتم تحديد الآثار التي تترتب على النتائج و ثم تحليلها. (أحمد حسين اللقاني،) فاعرة حسن محمد: التربية البيئية واجب ومسؤولية، ص 24)

ب- طريقة تقيئة مواقف تعليمية بيئية بالمدرسة: وتتم من خلال بعض الأنشطة التي يمكن ممارستها داخل المدرسة، إذ يمكن للتلاميذ زراعة بعض النباتات والأزهار في الحديقة المدرسية أو كذلك إعداد أحواض مائية لتربية أخرى، كما يتطلب هذا الإعداد تنمية المهارات التي تمكن الفرد من الإسهام في حل المشكلات البيئية وما يهددها من أخطار.

ولهذا فان التربية البيئية في المدرسة الابتدائية وحسب وزارة التربية والتعليم الوطنية تسعى إلى تحقيق الأهداف الآتية:

* الوعي: وذلك بمساعدة التلاميذ على تكوين وعي شامل بالبيئة والمشكلات التي تهددها.
* المعارف: إكساب المتعلمين الخبرات المتنوعة حول البيئة ومشكلاتها، وتحقيق فهم أساسي لها.
* المواقف والاتجاهات: مساعدة التلاميذ على تطوير قيم وأحاسيس إيجابية نحو بيئتهم وتخفيفهم على المشاركة الفعالة في حمايتها وترقيتها، أي ان يتشكل لدى المتعلم وعي بيئي يسمح له بترشيد استغلال بيئته بقدر الجهود المبذولة لحمايتها.

* المشاركة: تزويد المتعلمين بالإمكانيات التي تسمح لهم بالمساهمة الفعالة على جميع المستويات في حل المشكلات البيئية.

وفي سبيل بلوغ هذه الأهداف، توجد جملة من المبادئ التوجيهية للتربية البيئية والتي تساعد على:

* الإدراك بأن الكائنات البشرية تكوّن جزء لا يتجزأ من المنظومة البيئية وأن أفعالها تؤثر إيجابياً أو سلبياً على التوازن البيئي.

* تجميع المعلومات سيسهل في عملية إيجاد حلول للمشكلات البيئية.

* الإقرار بأنه يتعين على كل فرد وعلى كل جماعة المشاركة من أجل إيجاد حلول للمشكلات البيئية.

* اكتساب المهارات الضرورية للكشف عن التصرفات التي تضر بالبيئة وللمحد منها أو لمعالجة ما ينتج من هذه التصرفات.

* الاستعانة بالفروع العلمية المختلفة للوصول إلى نظرة شمولية متوازنة.

* تكوين نظرة تكاملية اتجاه البيئة من مختلف الجوانب.

* استدامة التربية البيئية في جميع المراحل الدراسية ومختلف المراحل العمرية.

* البحث في القضايا البيئية الكبرى من وجهات نظر محلية ووطنية وإقليمية ودولية حتى تتكون صورة عن الظروف البيئية في المناطق الجغرافية المختلفة.

* أن تساعد على كشف أعراض أو أسباب المشكلات البيئية الحقيقية.

* التركيز على الأوضاع البيئية الحالية والمحتملة مع مراعاة الجانب التاريخي. مجموعة مشكلة معينة وتحاول إيجاد كل الحلول الممكنة لها بطرح كل الأفكار التي تخطر ببال أفراد المجموعة بصورة عفوية، ويستخدم في طريقة عصف الدماغ، التعزيز الإيجابي، وذلك بتشجيع التلاميذ على العفوية وطلاقة الأفكار بغض النظر عن كونها مألوفة، ذلك أن التعزيز الإيجابي إذا ما أضيف إلى موقف ما فإنه يقوي من احتمال ظهور استجابات تلقائية (عيسى بودة، دليل المدرس الهادف، ص 9)

وكذلك يتم استخدام التعزيز السلبي من خلال استبعاد جميع العوائق التي تحول دون الانطلاق في التعبير وال عفوية في الإجابة والتحرر في التفكير للوصول إلى الحلول المتميزة.

وبعد ما يتم تحليل المشكلة المطروحة في الدرس، يقوم التلاميذ بالإجابة على الأسئلة التي يضعها المعلم لإثارة الذهن، وتفيد هذه الأسئلة في وضع المتعلم لتصورات حول التأثيرات المحتملة للمشكلة وكذا السلوك المستقبلي، وبعد هذه الخطوة يتم تسجيل كل الأفكار والتفسيرات المعطاة عن المشكلة، وتتم عملية التقويم كآخر مرحلة في هذه الطريقة. (أحمد إبراهيم شلي، البيئة والمناهج المدرسية، ص 86)

ج- طريقة التعليم الذاتي: وتتلخص هذه الطريقة في قيام التلاميذ بمعالجة بعض المشكلات والقضايا بأنفسهم، بحيث تحثهم على كتابة التقارير حول قضايا بيئية محلية وعالمية أو الاهتمام ببعض المشكلات البيئية، كتناكل طبقة الأوزون والأمطار الحمضية والفيضانات، أو بتوجيههم إلى جمع المواضيع البيئية من خلال المجلات والصحف وإعداد ملصقات وأبومات للصور البيئية. (كرم أحمد عبد المجيد، أثر استخدام المدخل البيئي في منهج الدراسات الاجتماعية في تنمية المفاهيم والاتجاهات البيئية لدى تلاميذ الصف الرابع من التعليم الأساسي، ص 143)

د- طريقة القصص: يعتبر النشاط القصصي من الأنشطة الهادفة والمحبة إلى نفوس التلاميذ خاصة لاعتماده على الخيال وعناصر التشويق والإثارة، ولذلك يمكن استخدام القصص والروايات كوسيلة هامة لتعليم الأخلاق البيئية وتعزيزها، وتعريف التلاميذ بمجموعة من الحقائق والمعلومات حول بعض الحيوانات أو البيئات الطبيعية ... الخ، حيث أثبتت الدراسات السلوكية والتربوية أن القصص تساعد على سهولة الفهم والاندماج مع المواقف والسلوكيات والمعلومات الجديدة التي يتلقاها الطفل بأسلوب قصصي مشوق ومثير، وأوضحت بعض الدراسات أن الحيوان يصلح كمادة مثيرة للخيال ولفت الانتباه خاصة وأنه يختلف عن الطفل في الشكل والسلوك ، ومن ثم يمكن تمرير بعض الحكم والنصائح والتوجيهات السلوكية السليمة على ألسنة الحيوانات، أو كذلك بعض المواقف الإيجابية التي تتعرض لها الحيوانات كشخصية محورية في القصة، وهذا ما قد يعزز ويغرس الأخلاق السلوكية البيئية لدى الناشئة. (كرم أحمد عبد المجيد، أثر استخدام المدخل البيئي في منهج الدراسات الاجتماعية في تنمية المفاهيم والاتجاهات البيئية لدى تلاميذ الصف الرابع من التعليم الأساسي، ص 143)

هـ- طريقة الإشارك في الأنشطة اللاصفية البيئية: وذلك بتشجيع التلاميذ وإشراكهم في الأنشطة البيئية لكونها تساعدهم على تشكيل وتعميق وتدعيم الفهم والاتجاهات والسلوكيات والمهارات الأساسية المرتبطة بالبيئة، ويمكن تنفيذ هذه الأنشطة في مدارس معدة لمثل هذه الممارسات أو من خلال القيام بمعسكرات صيفية، ومن بين الأنشطة البيئية نذكر:

* قيام التلاميذ بحملات النظافة في البيئة المحلية.

* غرس الأشجار في حديقة المدرسة أو في البيئة المحلية وتربية بعض الحيوانات الأليفة.

* الاحتفال بالأيام البيئية بإقامة معارض مثلاً.

* إعداد مجالات حائطية بيئية، أو لافتات وصور عن البيئة في المدرسة.

* إجراء مسابقات حول موضوعات بيئية.

* تأسيس لجان وأصدقاء للبيئة. (صالح محمود وهي وابتسام درويش العجي، التربية البيئية وآفاقها

المستقبلية، ص 78)

و- طريقة اللعب: تتلخص هذه الطريقة في اختيار مشكلة بيئية معينة ذات طابع متشابك تتصارع فيه المصالح والأدوار، ومن ثم اختيار مجموعات من التلاميذ لكي يؤديوا هذه الأدوار، وبعد انتهاء العرض يتم تقويم الأداء وتحديد الآثار المترتبة عنه، وقد يتعلم التلاميذ الكثير من القيم والسلوكيات الإيجابية، وخاصة قيم التعاون والعمل الجماعي، كما يمكن من خلال اللعب قيام التلاميذ بتصميم وتنفيذ نماذج لحديقة الحيوانات أو المزرعة أو الغابة، وذلك باستخدام خامات من البيئة المحلية مثل الطين والصلصال والخشب والكرتون، ومن أمثلة الألعاب التي يمكن أن يقوم بها التلاميذ أيضا، أن يضع المعلم أجزاء من لورق ويطلب منهم تجميعها لتشكيل صورا لبعض الحيوانات أو النباتات أو لظواهر بيئية معينة. مما تقدم يتضح أنه لا توجد طريقة واحدة للتدريس، فالمعلم هو من يتولى تقدير المواقف التعليمية لاختيار الطريقة المناسبة، فبعض التلاميذ يستجيبون للموقف التعليمي إذا قام المعلم بدور الموصل والناقل للمعلومات، وبعضهم الآخر يجني أكبر فائدة حين يشترك مع معلمه في إدارة العملية التعليمية، ولذلك على المعلم أن يختار أنجع الطرق وأن يدمج ويمزج بينها حتى يهيئ أفضل بيئة تعليمية ممكنة لتلاميذه.. (محمد عماد عصام الدين، خصائص التعليم الإبداعي وأهم متطلباته،، ص 145)

6- معلم والتربية البيئية

يعتبر المعلم العنصر الحيوي والفعال في العملية التربوية، وعليه يتوقف مدى نجاحها وتحقيق أهدافها، فالمباني الجيدة والمناهج المدرسية والمعدات الكافية قليلة الفعالية والجدوى ما لم تتوفر على المعلم الصالح والمدرب والمؤهل والقادر على تنظيم الموقف التعليمي بما يتيح النجاح لعملية التعليم، ولا يمكن للمعلم القيام بدوره ووظيفته بصورة ملائمة ما لم تتوافر فيه بعض الخصائص، منها

6-1- الجسمانية:

كأن يكون سليم الصحة وخاليا من الأمراض والعيوب والعاهات التي تقصر من وظيفته، وأن يكون حسن المظهر والهندام، نظيفا ومنظما.

6-2- العقليّة:

كالذكاء وإلمامه بالمعارف وقواعد التدريس، وخاصة كثرة الاطلاع على المستجدات من العلوم، فلا يعقل أن يبقى مقدم المعرفة مقتنعا بما يملكه من معارف التي أهلته لمهنة التعليم أو بالزاد المهني الذي زودته به مؤسسة التكوين، بل عليه أن ينمي معارفه التربوية ليكون في مستوى الرسالة التي كلف بتبليغها إلى جانب طريقة وفتيات التعليم.

وإلى جانب الخصائص الجسمية والمعرفية التي لا بد أن تتوفر في المعلم، فإنه لا بد أن يتمتع كذلك بخصائص

6-3- خلقية طيبة:

حتى يكون مثالا أعلى لتلاميذه في سلوكهم وأخلاقهم، كأن يكون متسما بالعطف واللين والصبر والحزم والكياسة مخلصا في عمله، جاد فيه ومحبا له. والمعلم الناجح هو قبل كل شيء إنسان قادر على التأثير بصورة واضحة في حياة الناشئة.

ومن الطبيعي ان اتصافه بهذه الخصائص والصفات يجعله يؤدي دوره في توجيه المسار النهائي للتلاميذ، حيث يساعدهم على اكتشاف قدراتهم العقلية والجسمية والخلقية، ولن يتحقق هذا إلا بعد تدريب مقصود في مرحلة إعدادة للتدريس، وإشراكه في المؤتمرات والندوات وحلقات النقاش مع المختصين والخبراء حتى يكون مطلعاً على أحدث المستجدات في مجال التربية والتعليم، فمع تطور النظريات التربوية وظهور بحوث جديدة في البيداغوجيا وعلم النفس وعلم الاجتماع، فإنه من الضروري أن تكون ثقافته أعمق من المعلومات والمعارف التي يقدمها للمتعلمين، حيث من شروط القدرة على التعليم هو أن تتعلم أكثر مما تُعلم وهذا حتى يكون المعلم ذا شخصية كاملة علميا، أخلاقيا وسلوكيا. (مهني محمد إبراهيم غنايم: التربية البيئية مدخل لدراسة مشكلات المجتمع، ص 63)

وفي ظل التوجهات العالمية الجديدة والتطورات الحاصلة وخاصة على الصعيد البيئي، كان لزاما على المعلم أن يكون ملما بقضايا البيئة ومشكلاتها، ومطلعا على أحدث المستجدات في ميدان العلوم التربوية والنفسية والاجتماعية والتي واكبت هي الأخرى قضايا البيئة وطرحت من المقاربات والاستراتيجيات البيداغوجية ما يتناسب ومقتضيات حمايتها، ومن منطلق أن حماية البيئة هي مسؤولية الجميع، فإنه بإمكان المعلم أن يقوم بأدوار بالغة الأهمية باعتباره المسؤول بدرجة كبيرة على نشر التربية البيئية لدى الناشئة، وذلك بالعمل على إعدادهم على التفاعل

مع بيئتهم على نحو سليم واتخاذ القرارات المناسبة لحمايتها والتصدي للمشكلات التي تعترضها كمكافحة أشكال التلوث والحد من الممارسات السلبية كإهدار الموارد الطبيعية. ويمكن إيجاز أهم الأدوار التي يمكن للمعلم أن يقوم بها في مجال التربية البيئية في النقاط التالية:

*لفت وجذب انتباه التلاميذ نحو البيئة وقضاياها بمعالجة مواضيع تثير اهتمامهم، وتكون متناسبة مع أعمارهم، ومستقاة من بيئتهم المحلية.

*مناقشة خطط ومشكلات الموضوع البيئي مع التلاميذ ومع الزملاء من المعلمين.

*تخطيط جوانب العمل مع التلاميذ وتلخيصه وتنظيمه، مع الأخذ باقتراحاتهم وإشراكهم في ذلك كلما أمكن.

*تنظيم التلاميذ في مجموعات عمل، مع مراعاة قدرات واهتمامات كل واحد منهم.

*تنظيم وترتيب خرجات ميدانية إلى البيئة المحلية.

*توفير الأدوات وتجهيز المعدات المناسبة للخرجات الميدانية.

*توجيه ومتابعة ومناقشة مجموعات التلاميذ في خرجاتهم الميدانية.

*تشجيع مجموعات التلاميذ على عرض أعمالهم على بعضهم البعض.

*دعوة متحدثين من المهتمين بالموضوع البيئي من خارج الوسط المدرسي، وتبادل النقاش معهم حول البيئة ومشكلاتها وبحث الحلول المناسبة لها، وذلك أمام التلاميذ حتى يستفيدوا من خبراتهم.

إن نجاح المعلم في القيام بهذه الأدوار بفعالية، يرتبط بدرجة كبيرة بما لديه من استعداد وإعداد مناسبين، حيث يتطلب الاستعداد، أن يكون لدى المعلم الرغبة والاهتمام بكل ما يتعلق بمواضيع البيئة، وأن يتحلى كذلك بمجموعة من الصفات والسلوكيات الإيجابية نحو البيئة وعناصرها المختلفة حتى يكون نموذجاً صالحاً للناشئة، أما الإعداد فهو يتطلب أن يكون مزوداً برصيد من المعارف والمعلومات والمهارات وملماً بالطرق والأساليب والاستراتيجيات الخاصة بتعليم التربية البيئية والتي تمكنه من تدريس مواضيعها بفعالية وتحقيق أهدافها المرجوة لدى المتعلمين. .. (محمد عماد عصام الدين، خصائص التعليم الإبداعي وأهم متطلباته، ص 180)، (أحمد إبراهيم شليبي، البيئة والمناهج المدرسية، ص 85)

7- دور الكتاب المدرسي في التربية البيئية

يعتبر الكتاب المدرسي من الوسائل الهامة في العملية التربوية، فهو الوعاء الذي يحتوي المادة التعليمية تمكن المتعلمين من بلوغ أهداف المناهج المحددة، وللكتاب المدرسي وظيفة جوهرية حيث أنه ذو صلة وثيقة بالمناهج التعليمية. من حيث كون الأساس الجامع للفرص التعليمية التي ينبغي على المتعلم بمساعدة المعلم أن يتعرض لها، في أذ منها ويبنى رصيت فيكبر علما ومعرفة.

إذن فهو المرجع الذي يستقي من المتعلم معارف أكثر من غيره من المصادر، فهو من المصادر التي يمكن أن يستأنس بها المعلم في إعداد مادة التعلم قبل عرضها على المتعلمين في القسم.

وفي سياق الحديث عن البيئة فقد تضمنت بعض الكتب المدرسية في مختلف مراحل التعليم الابتدائي، وفي ما يلي سيتم عرض محتوى بعض اللغة العربية للسنة الخامسة ابتدائي و الذي تتجلى فيه قيم المواطنة من خلال المقطع الرابع بعنوان التنمية المستدامة و الذي تضمن ثلاث نصوص هي: سر الحياة- حين تصير النفايات ثروة- الحصاد و الكلب وقطعة الخبز حيث نجد ان هذه النصوص تناولت قضايا هم البيئة تعمل على غرس القيم البيئية و المتعلقة بالمحيد في نفس التلميذ ليختم هذا المقطع بنص ادماج عنون ب: الطاقة الكهربائية ليكلف التلميذ في نهاية المقطع بانجاز مشروع حول اعادة التدوير

لكن السؤال المطروح هو: هل تمت صياغة كتاب اللغة العربية للسنة الخامسة الابتدائية بالجزائر على الأهداف والقيم التربوية والوسائل التعليمية المسيرة لمقتضيات العصر، والتي تعمل على توعية التلميذ بالقضايا البيئية؟

من خلال تحليل المقطع الرابع نجد ان:

1- هدف المقطع الى الوقوف على بعض القضايا البيئية كإعادة التدوير و استغلال النفايات و الحفاظ على نظافة المحيط.

2- تضمن قيما تربوية دينية واجتماعية واقتصادية وأخلاقية مثل التعاون وحب العمل والخير والتسامح والصدق والأمانة، خاصة في نص الحصاد و الكلب و قطعة الخبز حيث تم عرضها بأسلوب مشوق وسلس.

- 3- أغفل المقطع بعض القيم التربوية البيئية لتحسين العلاقة بين التلميذ وبيئته، وخلق وعي بيئي لديه بتنشئة تنشئة اجتماعية تجعل منه مواطناً إيكولوجياً مقتدراً.
- 4- كما أغفل التربية البيئية النظامية درجة عالية في مجموع البرامج المقترحة، لما لها من فائدة تتمثل في جعل الفرد عامة والتلميذ على وجه الخصوص متشعباً بالقيم البيئية التي ستوجه سلوكاته مع البيئة نحو الإيجاب.

7-1- المواطنة و البيئة :

الدرس الافتتاحي للسنة الدراسية 2018-2019 نموذج عن الاهتمام بالبيئة و إدراجها في المقررات التعليمية و المناهج التربوية و الإصرار على جعل هذا الدرس إجباري في كل الأطوار التعليمية

" يعتبر الإنسان من أكثر الأحياء تأثراً في البيئة، لذلك فإن إعداد و تربيته بيئياً أمر غاية في الأهمية، وإذا كانت القوانين التي تحكم العلاقات بين مكونات البيئة غير قابلة للتغيير، فإن معرفة الإنسان لأثر سلوكه على البيئة تمكنه من تعديل هذا السلوك بالأساليب التربوية العديدة، باعتبار أن فهم العلاقات والقوانين المنظمة للبيئة هي التي تمكن إلى حد بعيد من التعامل مع مشكلاتها بصورة أفضل، وتمكن كذلك من تحاشي الكثير من المشكلات البيئية قبل وقوعها، خاصة وأن عدد كبير من الناس يسيئون إلى البيئة من نواح عديدة بقصد أو دون قصد، ففي الوقت الذي تتعالى فيه التنبيهات بتأثيرات المشكلات البيئية وتفاقمها يزيد السلوك السلبي للإنسان تجاهها، بل وقد تتعارض سلوكيات بعض من الناس مع حقوق معظم المواطنين في العيش بأمن وسلام، مما يحتم على الدولة سن القوانين التي تحمي الحقوق وتلزم المخالفين باحترام البيئة ومواردها، وبالرغم من أهمية هذه القوانين والتشريعات في صيانة البيئة وحمايتها، إلا أنه لا يمكن الاعتماد عليها وحدها ما لم يتم توعية المواطنين بحقوقهم ومسئولياتهم المتعلقة بالبيئة وتحسيسهم بأهمية انتمائهم لها، واحترامهم للقوانين المنظمة للتعامل معها، والشعور بمشاكلها، والإسهام الإيجابي في حلها.. وهو ما يعرف بالمواطنة البيئية.

و قد ركز الدرس على:

مفهوم المواطنة البيئية

هدف المواطنة البيئية

مؤشرات المواطنة البيئية

تتمثل مؤشرات المواطنة البيئية في عناصر التربية البيئية التي تستهدف بناء وتنمية العناصر التالية:

- المعرفة البيئية.
- الوعي البيئي.
- التنور البيئي.
- السلوك البيئي.
- الإدراك البيئي. (مكرم أحمد عبد المجيد، أثر استخدام المدخل البيئي في منهج الدراسات الاجتماعية في تنمية المفاهيم والاتجاهات البيئية لدى تلاميذ الصف الرابع من التعليم الأساسي، ص 146)

8-النتائج:

من خلال ما تم عرضه لحد الآن، نستطيع أن نبين كيف تقوم المدرسة بدورها في تحقيق التربية البيئية، خاصة في المؤسسات الابتدائية، إلا أن مفاهيم التربية البيئية المتضمنة داخل الكتب المدرسية لا يتم تطبيقها من خلال الأنشطة اللاصفية والتي تعد غائبة تماما عن مؤسساتنا التربوية الأمر الذي لا يستطيع فيه التلميذ، أن يتكيف أو يحقق أهدافه مع مختلف مواقف التفاعل التربوية البيئية، التي تعرض لها في حياته اليومية، بدليل عدم تكيفه وتحقيقه لهدف الاختبار المعرفي، لأنه لم يحدث تكيف بتعبئة مختلف الوسائل والأدوات من النسق الاقتصادي، والتي يتعلم بها وسط النوادي البيئية، فالدور الذي يلعبه الكتاب المدرسي في تحقيق أهداف التربية البيئية التي تهدف إلى تنشئة عداد التلميذ بيئيا، باعتباره أحد الوسائل التي تشد انتباه التلميذ وتبني النسق القيمي البيئي لديه من خلال المحتوى البيئي الذي يعمل المعلم على تحليله، وتبليغه للتلميذ بالاعتماد على طرق تعليم متنوعة وباستخدام وسائل تعليمية معينة.

الأمر الذي يتطلب إعادة النظر في تطبيقات التربية البيئية من خلال تكوين الذات الفاعلة للتلميذ وامتلاكه الوعي الخالص، وإعطاء معنى لحياته ووجوده، وأن يغير محيطه بدل أن يكون محتويا من قبله، ويعترف بالآخر وسط النوادي التي يتم تفعيلها كحركات اجتماعية، داخل مؤسسات التعليم، من خلال تنفيذ مشروعات بيئية بالشراكة مع ممثلي المجتمع المدني والقطاع الخاص، للتخفيف من حدة المشكلات البيئية وحماية البيئة.

خاتمة:

إن المشكلات البيئية من أعقد المشكلات التي يواجهها العالم و رغم الجهود المتضافرة إلا أن المشكلة في تفاقم مستمر الأمر الذي يدعو للاهتمام أكثر بالتربية البيئية خاصة على مستوى المؤسسات التعليمية ذلك أن الوعي البيئي يبدأ في سن مبكرة من خلال تنمية ذهن النشء و هنا يبرز دور المؤسسات التربوية في مقدمتها المدارس الابتدائية .

و الجزائر من بين الدول التي أعطت أولوية للتربية البيئية من خلال دمج مواضيع متعلقة بالتربية البيئية مع مقرراتها الدراسية و رغم هذا لم تتماش في تطورها؛ الحاجة الماسة للتربية البيئية بما يواكب سرعة الحاجة إلى التنمية ، حيث لم تحقق سوى قدرا ضئيلا من التقدم على مستوى مؤسسات التعليم الابتدائي حيث أن نسق التربية البيئية وما يحمله من أجزاء مختلفة، لا يعمل على تدعيم وتقوية التربية البيئية لدى التلميذ خاصة من خلال غياب الأنشطة اللاصفية .

قائمة المراجع:

المؤلفات:

- أحمد إبراهيم شلي، البيئة والمناهج المدرسية، مركز الكتاب، مصر، 1996 .
- أحمد بن حارب الشريف: المناهج الدراسية والتربية البيئية، مجلة الوثام ، العدد 11 ، نوفمبر 205، ص 9
- أحمد حسين اللقاني، فاعرة حسن محمد: التربية البيئية واجب ومسؤولية، عالم الكتب، ط 1 .
- أسماء راضي خنفر، التربية البيئية او الوعي البيئي، دار حامد للنشر و التوزيع 2016
- راتب السعود، الإنسان والبيئة (دراسة في التربية البيئية)، دار الحامد، عمان، 2004
- شلي، أحمد : تدريس الدراسات الجغرافيا في مراحل التعليم العام، القاهرة: مكتبة الدار العربية للكتاب. 1997
- صالح محمود وهي وابتسام درويش العجي، التربية البيئية وآفاقها المستقبلية، دار الفكر، دمشق، 2003 ،
- صبري الدمرداش: التربية البيئية- النموذج والتحقيق والتقويم - دار المعرفة، القاهرة، 1998
- عبد الرحمان بن سالم، المرجع التشريعي المدرسي، مطابع عمار قرني، باتنة، الجزائر، 1992 ، ص - 221

22

- عيسى بودة، دليل المدرس المهاتف، دار كافي للنشر والتوزيع، الجزائر، 1997 ، ص 9.

- فضيل عبد القادر، المدرسة في الجزائر، حقائق وإشكالات، ط1 ، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005 ، ص144

- كرستوفر بارك : التربية البيئية المشكلات والأولويات والتوقعات، ت محمد سعيد صبايني، مركز البحث والتطور التربوي، جامعة اليرموك إربد، الأردن، نشرة رقم222، 1978

- محمد حسن يحيى وآخرون : رؤية معاصرة في: طرائق واستراتيجيات تدريس المواد الاجتماعية، ج2، جدة: الخوارزم. 2012

الأطروحات:

- بلعيد جمعة، دور مدارس الابتدائي والمتوسط في التربية البيئية، دراسة ميدانية بولاية قسنطينة، رسالة ماجستير في علم اجتماع البيئي، جامعة قسنطينة2، الجزائر، 2011 | 2010

- مكرم أحمد عبد الحميد، أثر استخدام المدخل البيئي في منهج الدراسات الاجتماعية في تنمية المفاهيم والاتجاهات البيئية لدى تلاميذ الصف الرابع من التعليم الأساسي، رسالة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم البيئة، قسم التربية والثقافة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، جمهورية مصر العربية، 2003

المقالات:

- محمد عماد عصام الدين، خصائص التعليم الإبداعي وأهم متطلباته، مجلة التربية، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، العدد 151 ، السنة الثالثة والثلاثون، مارس2004

- مهني محمد إبراهيم غنيم: التربية البيئية مدخل لدراسة مشكلات المجتمع- سلسلة التربية وقضايا البيئة والوعي البيئي ط1 الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003

- مسعود كمال غرابة، التربية البدنية والرياضية وعلاقتها بنشر الوعي البيئي، مجلة جامعة طنطا للبيئة، عدد 6، مصر، جانفي2006

دور الاستثمارات السياحية في دعم الاقتصاد الوطني
دراسة تحليلية تقييمية لحالة الجزائر خلال الفترة (2015-2021)

The role of tourism investments in supporting the national
economy Assessment analysis of the situation in Algeria(2015-2021)

*زهية قرامطية

Gramtia Zahia

جامعة لونيبي على البلدية2-الجزائر -

z.gramtia@univ-blida2.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/01/30

تاريخ الاستلام: 2022/09/07

الملخص:

تهدف هذه الورقة إلى إلقاء الضوء على دور الاستثمارات السياحية في دعم الاقتصاد الوطني، حيث يلعب الاستثمار السياحي دورا استراتيجيا ومصدرا فعالا في دعم الاقتصاد الوطني لذا أدرج الاستثمار السياحي كأحد المستجدات الجوهرية والمجالات الخصبية في إطار سعي الجزائر للنهوض والارتقاء بقطاعها السياحي، ولتوضيح ذلك تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي في عرض المفاهيم و التوصل إلى نتائج، التي خلصت إلى أن: تتمتع الجزائر بإمكانيات هائلة من موارد طبيعية ومناخية وحضارية كان بالإمكان أن تجعل منها قطب سياحي متميز لو أحسن استغلال هذا الزخم الهائل من الموارد السياحية ولكن بسبب مجموعة من العراقيل حالت دون النهوض بالقطاع السياحي الجزائري.

الكلمات المفتاحية: سياحة، استثمار سياحي، الاقتصاد الوطني.

تصنيف JEL: Z32; R53 ; H54 ; E22 ; E01

Abstract

This paper aims to shed light on the role of tourism investments in supporting the national economy, as tourism investment plays a strategic role and an effective source in supporting the national economy. Tourism investment was therefore included as one of the essential developments and fertile areas within the framework of Algeria's efforts to promote and upgrade its tourism sector. To illustrate this, the analytical descriptive approach was followed in presenting concepts and reaching results, which concluded that: Algeria has great potential in terms of natural, climatic, and cultural resources that could have made it a distinct tourist attraction if it had exploited this huge volume of tourism resources. However, a number of obstacles have prevented the advancement of the Algerian tourism sector.

Key words: tourism, tourism investment, the national economy.

JEL classification codes: E01 ; E22 ; H54 ; R53 ; Z32

1. مقدمة:

تقع الجزائر في الجهة الجنوبية الغربية من البحر الأبيض المتوسط، مما جعلها ذات موقع مميز، وأعطها إطلالات رائعة على البحر تعكس جماله وجمال شواطئه الرائعة جاذبة للسياح، بالإضافة إلى وجود المرتفعات الجبلية أيضاً والتي يطلق عليها منطقة المرتفعات، وتوجد فيها سلاسل جبال الأطلسين وجبل الشلبي بالأوراس، كما تضم العديد من المرتفعات والتلال والمناطق السهلية العديدة، أما الجهة الجنوبية فهي منطقة الصحراء، والتي بدورها تنقسم إلى قسمين؛ أولاً قسم صحراء الشمال الغربي في منطقة سلاسل الأطلس، وثانياً قسم صحراء الجهة الجنوبية الشرقية التي تحتوي على النحوت الصخرية والرسوم الجدارية، وتمتلك أيضاً الجزائر مدن ومواقع أثرية مميزة مثل تيمقاد وجميلة؛ اللتان تُعتبران من أجمل المواقع الأثرية الرومانية، كما تضم الجزائر مدناً حضرية متطورة، هذا ما جعل الدولة تسطر برامج و مخططات لتثمين هذه المؤهلات للنهوض بالسياحة في الجزائر.

إشكالية الدراسة: اعتماداً على ما سبق، وضمن إطار الهدف العام للدراسة والإمام بجوانب الموضوع، ارتأينا صياغة الإشكالية بحثنا كما يلي: **ما مدى مساهمة الاستثمارات السياحية في دعم الاقتصاد الوطني الجزائري؟**

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي:

- معرفة واقع المنشآت القاعدية للقطاع السياحي في الجزائر؛
 - التعرف على مواقع الاستثمار السياحي في الجزائر؛
 - تبيان أثر مؤشرات القطاع السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر؛
 - محاولة معرفة تحديات تنمية القطاع السياحي في الجزائر ومتطلبات تحقيقها.
- منهج الدراسة:** من أجل الوصول إلى أهداف الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يعتبر هذا المنهج مناسباً وملائماً لمثل هذا النوع من المواضيع، وهذا راجع لاعتماده على طريقة وصف الظاهر كما هي ثم تحليل أبعادها، كما يعتمد على وصف الدراسة النظرية من خلال الوصف والتفسير والتركيب، ليتم الوصول إلى النتائج النهائية، بالإضافة لاستخدام بعض الأدوات الإحصائية التي تتماشى مع الموضوع.

2. واقع المنشآت القاعدية للقطاع السياحي في الجزائر

تعد المنشآت القاعدية أهم مقياس لتطور القطاع السياحي، لهذا سنعرض أهم المؤشرات التي تبرز مدى تطور القطاع السياحي وازدهارها في الجزائر، كطاقة الإيواء ونسبة تدفق

السياح الوافدين إلى الجزائر والوكالات السياحية وكذا تقييم مدى انخراطهم في مخطط الجودة السياحي.

1.2. مؤشرات الطاقة الفندقية في الجزائر:

تعتبر مؤشرات الطاقة الفندقية بين أهم مؤشرات السياحة التي نقيس من خلالها مدى تطور القطاع السياحي، لما يترتب عنها من أهمية في استقطاب السياح وحثهم على المكوث أطول مدة.

أ. تطور طاقة الايواء حسب فئة التصنيف: من خلال الجدول الموالي سنوضح تطور طاقات الايواء حسب فئة التصنيف بالجزائر كما يلي:

الجدول 1: تطور طاقات الايواء حسب فئة التصنيف بالجزائر خلال الفترة (2015-2021)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
فندق 5*	2424	7346	7346	7346	2347	3457	6137
فندق 4*	8001	8102	5084	7464	1616	8246	9357
فندق 3*	8295	0457	6785	8865	4276	8616	7077
فندق 2*	6054	4254	5654	1855	3815	9955	9357
فندق 1*	29511	29511	33511	68411	61212	72412	02713
فندق غير مصنف	5338	5338	5338	5908	4569	4569	4569
اقامة سياحية 2*	384	384	384	384	384	384	384
اقامة سياحية 1*	313	313	313	313	313	313	313
موتيلنزل طريق 2*	93	93	93	93	93	93	93
موتيلنزل طريق 1*	30	30	30	30	86	86	148
نزل ريفي 2*	16	16	16	16	16	16	16
نزل ريفي 1*	20	20	20	20	20	20	20
قرية عطل 3*	274	274	274	274	274	274	274
نزل مفروش "وحيدة الصنف"	91	91	91	91	205	205	205
نزل عائلي "وحيدة الصنف"	426	426	426	426	426	426	426
هياكل أخرى موجهة للفندقة	3819	3819	3819	7869	9849	9849	9849
محطة الاستراحة "وحيدة الصنف"	170	170	170	170	170	170	170
مجموع المؤسسات	50247	04052	55152	42854	24259	17661	70665

المصنفة							
مؤسسات فندقية في طريق التصنيف	56066	43866	43466	72764	71359	38055	74254
المجموع	132266	127 614	125 676	119 155	112 264	107 420	102 244

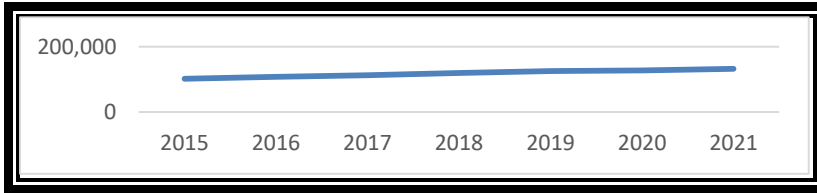
المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر على الموقع: <https://www.mta.gov.dz>.

اطلع عليه بتاريخ: 2022/07/05.

والشكل الموالي يوضح أكثر تطور طاقات الايواء حسب فئة التصنيف بالجزائر خلال

الفترة(2015-2021) كما يلي:

الشكل 1: يوضح تطور طاقات الايواء الاجمالية حسب التصنيف بالجزائر خلال الفترة (2015-2021)



المصدر: من إعدادنا باعتماد على الجدول رقم: 1.

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن عدد الفنادق والمؤسسات التابعة لها في تطور مستمر، حيث بلغ قدرة استيعابها حسب مجموع المنشآت سنة 2015 (102244) سرير ليرتفع عددها سنة 2021 إلى (132266) سرير، ولكن رغم هذا التطور في قدرة الايواء إلا أنها تبقى ضعيفة جدا ويحتاج إل زيادة.

ب. تطور طاقة الايواء حسب نوع المنتج السياحي: يمكن تقسيم طاقة الايواء حسب المنتج السياحي المقدم والتي تقسم إلى خمسة أنواع وهي: حضري، ساحلي، صحراوي، حموي، مناخي وبحكم تنوع المنتجات السياحية في الجزائر بسبب توسعها الجغرافي فإن توزيع 265803265803 الطاقة الفندقية يكون المنتجات الممثلة في الجدول التالي:

الجدول 2: توزيع طاقات الايواء حسب نوع المنتج السياحي في الجزائر خلال الفترة (2015-2021)

السنة	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
حضري	57785	86381	80470	71274	86169	13569	47962
ساحلي	58833	97132	32926	58132	32631	20032	38030
صحراوي	6206	2996	5895	4775	9284	4912	6363
حموي	5984	5984	4502	5024	2664	2024	8663

8831	8831	8831	8831	8831	8831	8831	مناخي
266132	614127	676125	155119	264112	420107	244102	المجموع

المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، المرجع السابق.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ التنوع طاقات الايواء حسب المنتجات السياحية في الجزائر مما يسمح لها من أن تكون الرائدة في قطاع السياحة، فالجزائر تتمتع بمعلم أثرية وتاريخية وطبيعية بالإضافة للإمكانيات البشرية، لكنها تحتاج إلى تسويق هذه المنتجات تسويقاً سياحياً فعالاً.

2.2 تطور عدد وكالات السياحة والأسفار

يبلغ عدد الوكالات السياحية في الجزائر 4267 وكالة سنة 2021 موزعة بين وكالات من صنف (أ) ووكالات من صنف (ب) وهي موزعة على جميع ولايات الوطن، والجدول الموالي يوضح تطور عدد وكالات السياحة والأسفار بالجزائر كما يلي:

الجدول 3: تطور عدد وكالات السياحة والأسفار في الجزائر خلال الفترة (2021-2015)

(2015)

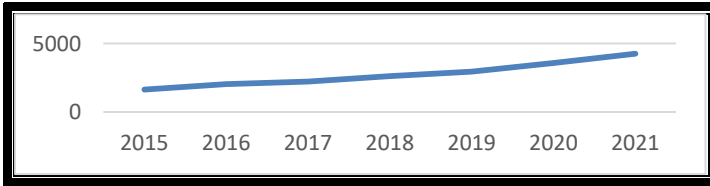
السنة	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
عدد وكالات السياحة	4267	3576	2942	2626	2220	2041	1643

المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، المرجع السابق.

والشكل الموالي يوضح أكثر تطور عدد وكالات السياحة والأسفار بالجزائر خلال

الفترة (2021-2015) كما يلي:

الشكل 2: يوضح تطور عدد الوكالات السياحية بالجزائر خلال الفترة (2021-2015)



المصدر: من اعدادنا بالاعتماد على الجدول رقم: 3 .

نلاحظ من خلال الشكل تطور عدد الوكالات السياحية من سنة إلى أخرى وهو ما يعكس توجيه الدولة لتشجيع الاستثمار في هذا المجال، وتنشط هذه الوكالات في مجال السياحة الداخلية والخارجية، وتنشط هذه الوكالات السياحية عبر ربوع الوطن وبمخصصات معينة.

3.2 مؤشرات التدفقات السياحية في الجزائر:

تعد التدفقات السياحية من أهم المؤشرات في تقدير حجم النشاط السياحي في أي دولة من الدول، حيث يمكن على أساس هذا المؤشر تحديد مدى إسهام السياحة في الاقتصاد القومي لاسيما في توفير مناصب الشغل.

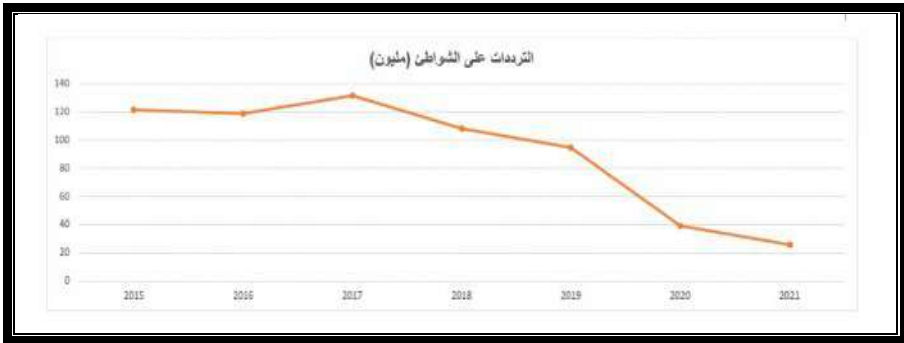
أ. موسم الاصطياف: من خلال الجدول الموالي سنوضح تطور عدد الشواطئ بالجزائر وكذا الترددات على مختلف الشواطئ في موسم الاصطياف كما يلي:
الجدول 4: تطور عدد الشواطئ وكذا تطور الترددات على الشواطئ في الجزائر خلال الفترة (2021-2015)

السنة	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
العدد الاجمالي للشواطئ	585	565	581	611	608	590	579
عدد الشواطئ المرخصة للسياحة	409	362	426	404	398	382	382
عدد الشواطئ غير مرخصة للسياحة	176	203	155	207	210	208	65
الترددات على الشواطئ (مليون)	26	39	95	108	132	119.3	121.5

المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، المرجع السابق.

والشكل الموالي يوضح أكثر الترددات على الشواطئ الجزائرية من سنة 2015 إلى غاية سنة 2021.

الشكل 3: يوضح الترددات على الشواطئ بالجزائر خلال الفترة (2021 - 2015)



المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، المرجع السابق.

يتضح من الشكل تطور بطيء في الترددات على الشواطئ السياحية من سنة 2015 إلى سنة 2017 لتعرف انخفاض بعدها ابتداء 2018 فخلال السنوات الأخيرة لاحظنا مع

مع حلول كل صيف يجزم مئات آلاف السياح الجزائريين أمتعتهم ويغادرون باتجاه أوروبا وأميركا وآسيا وخاصة نحو تونس لقضاء العطل، وهو ما يطرح تساؤلات حول أسباب تأخر السياحة بالجزائر رغم توفر جميع المقومات لهذا البلد كي يكون سياحيا بامتياز، أما بالنسبة لسنة 2020 وسنة 2021 يعود سبب الانخفاض إلى جائحة كورونا ومافرضته من حجر صحي، ولعل أهم أسباب تفضيل المواطن الجزائري للوجهات السياحية بدل المحلية هو الارتفاع الجنوني للأسعار مقارنة مع تدني الخدمات، حيث أن قضاء أسبوع كامل مع خدمات راقية خارج الوطن لا تغطي نفقت ثلاثة أيام في فندق راق بالجزائر وكذا غياب الترويج والتسويق السياحي.

ب. موسم السياحة الصحراوية:

تغطي الصحراء الجزائرية حوالي 85% من التراب الوطني، وتعد ثاني أكبر صحراء في العالم وتحتوي على تراث طبيعي وثقافي وتاريخي غني ومتنوع، وتعد الصناعة السياحية الصحراوية جوهر المنتج السياحي الجزائري، لذا سنعرض من خلال الجدول التالي الموسم السياحي الصحراوي خلال الفترة (2015-2020) تطور دخول السياح الوافدين إلى صحراء الجزائر.

الجدول 5: تطور عدد السياح الوافدين إلى صحراء الجزائر خلال الفترة (2015-2020)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
المقيمين	218373	132597	112837	300143	240927	127418
الأجانب	16504	7506	17502	25871	23501	12857
المجموع	234877	140103	130339	326014	264428	140275

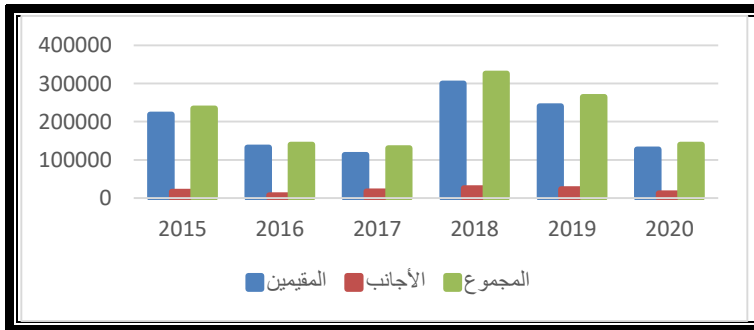
المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، المرجع السابق.

والشكل الموالي يوضح أكثر عدد الوافدين في موسم السياحة الصحراوية بالجزائر

خلال الفترة (2015-2020) كما يلي:

الشكل 4: يوضح تطور عدد الوافدين في موسم السياحة الصحراوية بالجزائر خلال

الفترة (2015-2020)



المصدر: من اعدادنا بالاعتماد على الجدول رقم 5:

من خلال الشكل نلاحظ تذبذب في عدد السياح الوافدين إلى الصحراء الجزائرية من سنة إلى أخرى، حيث نلاحظ انخفاض في عدد السياح إلى الصحراء في سنتي 2016 و2017 ليعرف بعدها ارتفاع سنة 2018 ليلعب عدد السياح إلى 326014 سائح ليعرف بعده انخفاض في سنتي 2019 و2020، فرغم امتلاك الجزائر صحراء شاسعة من أجمل صحاري العالم بما كل المقومات السياحية التي تؤهلها لأن تكون قبلة للسياح نظرا لما تنطوي عليه من كنوز سياحية نادرة ومحميات طبيعية ومنابع حموية ناهيك عن المقومات الحضارية والتاريخية الممتدة لآلاف السنين وواحات رائعة تأخذ قلب السائحين وتجذب اهتمامهم بالرغم من كل هذه المقومات إلا أن السياحة الصحراوية لاتزال تسيير بخطى محتشمة لذا لا بد من متطلبات للنهوض بها واتباع مجموعة من الإجراءات لتنشيطها.

4.2 . الانخراط في مخطط الجودة السياحي

من خلال الجدول الموالي سنوضح تطور عدد المنخرطين في مخطط الجودة السياحي في الجزائر خلال الفترة (2015-2021) كما يلي:

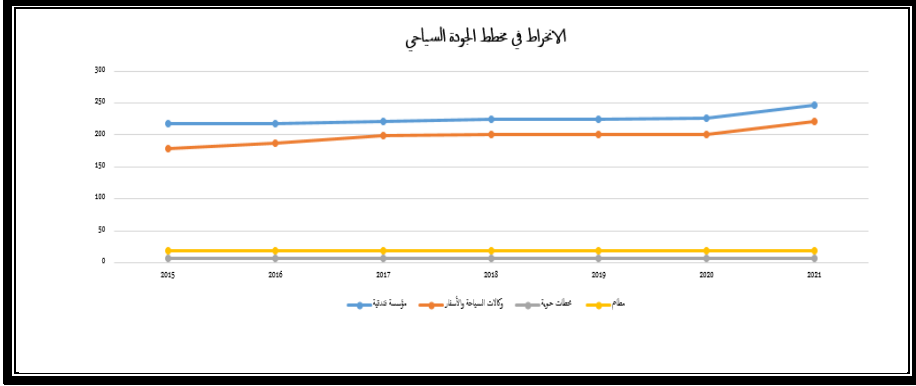
الجدول 6: تطور عدد المنخرطين في مخطط الجودة السياحي في الجزائر خلال الفترة (2015-2021)

2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	
المؤسسات السياحية المستغلة	المؤسسات السياحية المستغلة	المؤسسات السياحية المستغلة	المؤسسات السياحية المستغلة	المؤسسات السياحية المستغلة	المؤسسات السياحية المستغلة	المؤسسات السياحية المستغلة	
-مؤسسة فندقية: 246	-مؤسسة فندقية: 226	-مؤسسة فندقية: 225	-مؤسسة فندقية: 225	-مؤسسة فندقية: 222	-مؤسسة فندقية: 217	-مؤسسة فندقية: 217	عدد المنخرطين في مخطط الجودة (العدد التراسمي)
-وكالات السياحة والأسفار: 222	-وكالات السياحة والأسفار: 200	-وكالات السياحة والأسفار: 200	-وكالات السياحة والأسفار: 200	-وكالات السياحة والأسفار: 199	-وكالات السياحة والأسفار: 187	-وكالات السياحة والأسفار: 179	
-محطات حموية:7 -مطاعم: 18	-محطات حموية:7 -مطاعم: 18	-محطات حموية:7 -مطاعم: 18	-محطات حموية:7 -مطاعم:18	-محطات حموية:7 -مطاعم: 18	-محطات حموية:7 -مطاعم: 18	-محطات حموية:7 -مطاعم: 18	

المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، المرجع السابق.

والشكل الموالي يوضح أكثر الانخراط في مخطط الجودة السياحي بالجزائر خلال الفترة (2015-2021) كما يلي:

الشكل 5: يوضح الانخراط في مخطط الجودة السياحي بالجزائر خلال الفترة (2015-2021)



المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، المرجع السابق.

حيث يسمح انتهاج الجودة للمهنيين في قطاع السياحة بـ:

- تحسين صورة المؤسسة و تموقعها؛
- إرضاء الزبائن و كسب ثقتهم؛
- كسب زبائن جدد؛
- الاستفادة من كل المساعدات والحوافز التشجيعية التي توفرها الدولة؛
- التحكم في الكلفة، و تحسين مردودية التسيير الداخلي؛
- زيادة نشاطها و تحقيق افضل الارباح.

أما بالنسبة للزبائن من داخل والوطن والاجانب ، انتهاج الجودة هو:

- ضمان الارضاء؛
 - شهادة على جودة الخدمات؛
 - ضمان للراحة و السلامة.
- أما بالنسبة لقطاع السياحة، فإن انتهاج الجودة هو:
- خطوة عملاقة نحو احترافية تدريجية للخدمات المقدمة في السياحة الجزائرية محليا و دوليا؛
 - الانخراط في مسارات يقوم على التطوير المستمر للموارد البشرية؛
 - عامل من عوامل التنمية و استدامة العرض السياحي الوطني؛
 - وسيلة لدعم و تامين الثروات الوطنية و الخصوصيات الإقليمية المحلية؛
 - سبيل ناجح لخلق مناصب شغل و الحد من البطالة.

منصب شغل، وهذا راجع إلى السياسات المنتهجة من قبل الحكومة الجزائرية وعدم امتلاك برنامج واضح المعالم لتحريك عجلة السياحة، كذلك مشكل التمويل، يضاف إلى ذلك كثرة الإجراءات والبيروقراطية التي تميز الإدارة الجزائرية إضافةً إلى جائحة كورونا. وعليه يمكن القول إن الصناعة السياحية في الجزائر تسجل أرقام لا تكاد تذكر ونسبة تطورها نسب بسيطة جداً، ويرجع ذلك إلى عدم الاهتمام بهذا القطاع فعلياً، بسبب التوجه والانتقال على قطاع المحروقات.

2.3 توزيع الاعتمادات المالية المخصصة لقطاع السياحة من الموازنة العامة خلال الفترة (2015-2021)

من خلال الجدول الموالي سنوضح توزيع الاعتمادات المالية المخصصة لقطاع السياحة من الموازنة العامة خلال الفترة (2015-2021) كما يلي:

الجدول 8: توزيع الاعتمادات المالية المخصصة لقطاع السياحة من الموازنة العامة خلال الفترة (2015-2021)

السنة	الميزانية العامة للدولة	الميزانية المخصصة لقطاع السياحة	%
2015	4436059221000	3429022000	0.0772
2016	4359144400000	4117881000	0.0944
2017	4126290127000	3622324000	0.0877
2018	4109479306000	3157141000	0.0768
2019	4276292488000	3202041000	0.0748
2020	4399874548000	3117974000	0.0708
2021	4620969327000	3244688000	0.0702

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على: قانون المالية للفترة (2015-2021).

يبين الجدول أعلاه، الاعتمادات المالية المخصصة للقطاع السياحي من قبل الموازنة العامة للدولة (2015-2021) حيث يلاحظ أنها عرفت تذبذباً واضحاً، إذ عرفت زيادة سنة 2016 لتعرف بعدها انخفاضاً ملحوظاً من سنة إلى أخرى.

4. أثر مؤشرات القطاع السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر

يغطي القطاع السياحي بمكانة معتبرة في اقتصاديات دول العالم، نظراً لأبعاده وأهدافه ولما له من آثار على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، ويعتبر كمحرك مهم لتحقيق التنمية الاقتصادية وهذا من خلال مساهمته في رفع معدلات النمو الاقتصادي بالزيادة في الناتج المحلي

الإجمالي وتخفيض معدلات البطالة عن طريق توفير مناصب الشغل، وتوفير رؤوس الأموال بالعملة الصعبة وتحسين ميزان المدفوعات.

1.4 تطور ميزان المدفوعات للقطاع السياحي

ميزان المدفوعات هو تقدير مالي لجميع المعاملات التجارية والمالية التي تتم بين الدولة والعالم الخارجي خلال فترة زمنية معينة غالبا ما تكون سنة، أي أنه سجل لحقوق الدولة وديونها خلال فترة معينة (بسدات، 2016، صفحة 243)، لذا يعتبر ميزان المدفوعات مؤشر أساسي ومرآة عاكسة للحالة الاقتصادية لكل دولة، والقطاع السياحي من أهم المصادر جلبا للعملة الصعبة، والأكثر تأثيرا في ميزان المدفوعات خاصة في فترات انخفاض أسعار البترول، والجدول الموالي يوضح تطور الميزان السياحي للجزائر خلال الفترة (2015-2020) كما يلي:

الجدول 9: تطور ميزان المدفوعات للقطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة (2015-2020)

العملة: مليون دولار أمريكي

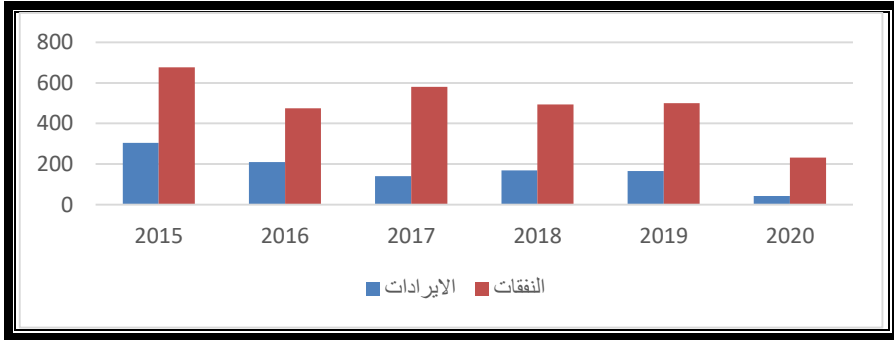
السنة	2020	2019	2018	2017	2016	2015
الارادات	42.9	165	169	140.5	209	304
النفقات	232.6	500	494	580	475	677

المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، المرجع السابق.

والشكل الموالي يوضح أكثر ميزان المدفوعات بالجزائر خلال الفترة (2015-2020)

كما يلي:

الشكل 6: يوضح تطور ميزان المدفوعات للقطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة (2015-2020)



المصدر: من اعدادنا بالاعتماد على الجدول رقم:.

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن النفقات السياحية أكبر من الإيرادات السياحية، أي ما ينفقه الجزائريون في خارج الجزائر أكبر بكثير مما ينفقه الأجانب في الجزائر، فهناك عجز طيلة الفترة الممتدة من سنة (2015-2020)، حيث قدرت قيمة العجز في رصيد الميزان السياحي ب (-189.7) سنة 2020 كأقل تقدير، وبلغت (-439.5) سنة 2017 وهي

أعلى قيمة عجز مسجلة، لكن يجب الإشارة أيضا أن عائدات السياحة لا تشمل جميع الإيرادات السياحية، حيث أن معظم التبادل يجري في سوق العملات الموازية، وخاصة من قبل الجزائريين المقيمين في الخارج.

2.4 تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام (فرع فنادق، المقاهي، المطاعم)

تشير احصائيات المجلس العالمي للسياحة والسفر الى ان متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الاجمالي العالمي تصل الى 10%، وبما ان هذا القطاع من بين القطاعات المعول عليها في التنوع الاقتصادي فان مساهمة قطاع السياحة الجزائرية في الناتج المحلي الاجمالي، تم تسجيلها على مستوى هذا القطاع مقاسة بالنسب المئوية التي تعد جد ضعيفة، والجدول التالي يبين لنا نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي للفترة (2015-2020):

الجدول 10: تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام في الجزائر خلال الفترة

(2015-2020)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
حصة السياحة في الناتج المحلي الخام	1,3	1,4	1,6	1,7	1,8	1,1

المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، المرجع السابق.

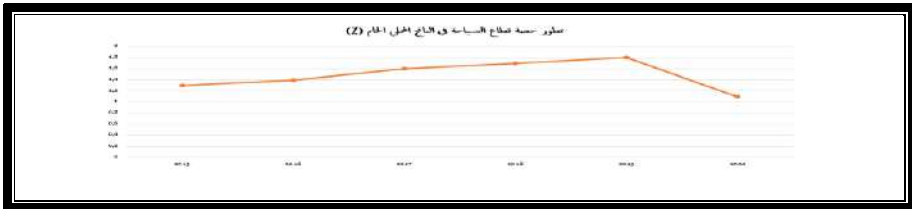
من خلال الجدول نلاحظ أن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الاجمالي للجزائر تعد ضعيفة جدا و التي لم تصل الى 2% خلال كل السنوات محل الدراسة، وهياقل من المتوسط العالمي الذي لا يقل عن 10 %، كما يمكن ارجاع هذا الضعف في القطاع السياحي إلى الاعتماد الكلي على قطاع المحروقات واهمال باقي القطاعات.

والشكل الموالي يخلص أكثر تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام بالجزائر

خلال الفترة(2015-2021) كما يلي:

الشكل 7: يوضح تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام في الجزائر

خلال الفترة (2015-2020)



المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، المرجع السابق.

3.4. التوظيف في قطاع السياحة(فرع فنادق، المقاهي، المطاعم)

يعتبر القطاع السياحي من القطاعات القادرة على خلق مناصب عمل حتى وإن كانت موسمية، والجدول الموالي يبين مساهمة قطاع السياحة في التشغيل خلال الفترة (2015-2019) كما يلي:

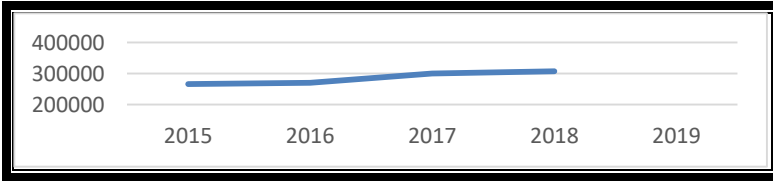
الجدول 11: التوظيف في قطاع السياحة بالجزائر خلال الفترة (2015-2019)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019
عدد العمال	265803	270317	300000	308027	320000

المصدر: الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، المرجع السابق.

والشكل الموالي يوضح أكثر تطور عدد العمال في قطاع السياحة بالجزائر خلال الفترة(2015-2019) كما يلي:

الشكل 8: يوضح التوظيف في قطاع السياحة بالجزائر خلال الفترة (2015-2019)



المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على الجدول رقم 11

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن مساهمة قطاع السياحة في التشغيل في ارتفاع مستمر من سنة إلى أخرى ، حيث بلغ عدد العاملين في قطاع السياحة أكثر من 320 ألف عامل سنة 2019، أما سنة 2028 فمن المتوقع أن تصل إلى 399 ألف عامل، وهذا راجع إلى التسهيلات التي قدمتها الجزائر من برامج دعم التشغيل وبرامج دعم تنمية الصناعة السياحية.

5. تحديات تنمية القطاع السياحي في الجزائر ومتطلبات تحقيقها :

يعاني القطاع السياحي في الجزائر من جملة من التحديات، ولعل أبرزها ما ما يلي:(فاطمة زهراء تومي/نادية عقون، 2022)

1.5 غياب تنافسية المنتجات السياحية: تتمثل هذه الغيابات التنافسية للمنتجات السياحية فيما يلي:

أ. تحتاج الفنادق لإعادة التحديث والتأهيل؛

- ب. غياب منتجات مميزة جاذبة قادرة على احداث الفارق؛
 ج. عدم وجود علامة سياحية مميزة؛
 د. هياكل استقبال وفندقة غير كافية وذات نوعية رديئة؛
 هـ. عجز فيما يخص هياكل الاستقبال، الفنادق والمطاعم ذات الجودة والاصالة؛
2.5 ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات في السياحة: نجم عنه ما يلي: (عوينان، 2018،
 صفحة 190)

- أ. عدم كفاية المواقع الالكترونية للدعاية والجذب السياحي خاصة للجنوب؛
 ب. السياحة الالكترونية غير مفعلة او غائبة باعتبار ان المواقع الالكترونية المتوفرة لا تتيح الحجز
 على الخط او الدفع؛
 ج. انعدام القنوات التفاعلية الاتصالية بين العارضين وطالبي الخدمات السياحية؛
 د. عدم القدرة على التكيف مع متطلبات عصر المعلومات.

3.5 نقص الكفاءات والاحترافية السياحية: نتج عنه ما يلي:

- أ. نقص الكفاءة والاحترافية فيما يخص الخدمات المقدمة للسياح؛
 ب. نوعية التكوين لا تتماشى مع متطلبات العرض السياحي المتميز؛
 ج. نقص المراكز والمعاهد المتخصصة في التكوين السياحي المتميز باستثناء المدرسة الوطنية
 للفندقة بالعاصمة، المعهد الوطني التقنيات الفندقية والسياحية في تيزي وزو، والمعهد الوطني
 للفندقة والسياحة ببوسعادة وسبع مدارس للتكوين المهني.

4.5 ضعف ادارة البنوك وعدم تكيفها مع المستجدات:

- نتج عنه ما يلي:
 أ. عدم وجود وسائل الدفع الالكتروني الحديثة على مستوى البنوك وكذا الفنادق؛
 ب. عدم وجود مكاتب الصرف وتعقد المعاملات المالية؛
 ج. عدم التركيز على دعم وتمويل الاستثمارات السياحية من طرف البنوك؛
 د. تدني مستوى المنتجات والخدمات السياحية؛
 هـ. خدمات سياحية ذات نوعية متدنية وبأسعار مرتفعة مقارنة بتونس مثلا، التي تعتبر قبلة
 السائح الجزائري؛
 و. انعدام برامج التهيئة والنهوض بالمنتج التقليدي المحلي.

5.5. عجز كبير في تسويق صورة الجزائر كوجهة سياحية:

نتج عنه ما يلي:(شرفاوي، 2015/2014، صفحة 176)

- أ. عدم وجود تنسيق بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي؛
 - ب. وعدم فعالية المشاركات في المعارض والفعاليات السياحية الدولية؛
 - ج. نوعية متدنية للنقل وعدم اتاحته وغلائه؛
 - د. خدمات النقل الجوي رديئة خاصة الوجهة الصحراوية مع عدم وجود التنسيق الكافي في المطارات؛
 - هـ. سيطرة الخطوط الجوية الجزائرية على النقل الجوي ساهم في تدني مستوى الخدمات وارتفاع كبير في أسعار التذاكر مقارنة بشركات الطيران العالمية.
- ## 6.5. إدارة وتنظيم غير متوافقين مع السياحة الحديثة:

نتج عنه ما يلي:

- أ. عجز في تسويق الجزائر كوجهة سياحية؛
- ب. عدم وجود تنسيق بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي وعدم فاعلية المشاركات في المعارض والفعاليات السياحية الدولية.

7.5. الافتقاد إلى الوعي السياحي والى سياسة تسويقية اعلامية فعالة:

من أهم مظاهره:(سمية بوخاري/ بورمان عبد القادر، 2021)

- أ. ضعف اهتمام المجتمع المدني بالصناعة السياحية وعدم التعاون مع الجهات المسؤولة على التطوير السياحي، لعدم إدراكهم وإحساسهم بالفوائد الاقتصادية التي تعود عليهم من خلال مشاركتهم في عملية التطوير ومدى الإمكانيات المتوفرة التي تجعل من هاته الصناعة موردا حقيقيا؛
- ب. انعدام التنسيق بين مختلف الفاعلين في قطاع الصناعة السياحية في الجزائر، إذ أنه ليس هناك تنسيق بين مديريات السياحة والوكالات السياحية والمؤسسات السياحية الأخرى؛
- ج. تفتقر الجزائر الى وجود سياسة تسويقيه سياحية فعالة في وسائل الاعلام تمكنها من ان تكون قطبا سياحيا، وهذا يعود سببا من الأسباب التي جعلت سكان العالم يجهلون الإمكانيات السياحية في الجزائر، مما أعاق التنمية المستدامة للصناعة السياحية فيها.

توصلنا من خلال هذا البحث إلى جملة من النتائج وخرجنا بمجموعة من التوصيات نوردتها في ما يلي:

نتائج الدراسة: يمكننا ذكر أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة بإيجاز:

- تتمتع الجزائر بإمكانيات هائلة من موارد طبيعية ومناخية وحضارية كان بالإمكان أن تجعل منها قطب سياحي متميز لو أحسن استغلال هذا الزخم الهائل من الموارد السياحية ولكن بسبب مجموعة من العراقيل حالت دون النهوض بالقطاع السياحي الجزائري؛
- إن عوامل الجذب السياحي بالجزائر لا يمثل إلا ميزة نسبية للارتقاء بهذا القطاع ووحدها لا تكفي وعلى الدولة العمل على تفعيل هذه الميزة النسبية؛
- إن قطاع السياحة في الجزائر بعيد كل البعد عن مساهمته في إيرادات الدولة وخلق مناصب الشغل رغم كل الجهود المبذولة من طرف الدولة.

التوصيات: اعتمادا على النتائج التي توصلنا إليها يمكننا تقديم التوصيات التالية:

- تشجيع الاستثمار السياحي بالمناطق الصحراوية لأن الصحراء الجزائرية تتميز بكونها فريدة من نوعها، لا يوجد من ينافسها من البلدان المجاورة وبذلك نستطيع استقطاب السياح الأجانب لزيارتها، في حين نجد أن معظم المشاريع متركزة في المناطق الشمالية (السياحة الساحلية) التي تعتبر أقل تنافسية مقارنة بالدول المجاورة سواء من حيث الجودة أو السعر؛
- العمل على تشجيع الأكاديميين والباحثين للقيام بإجراء المزيد من الدراسات والبحوث الاستراتيجية والاستشرافية حول تنمية وتطوير قطاع الصناعة السياحية؛
- ضرورة مراجعة أسعار الخدمات السياحية؛
- ضرورة خلق وحدة متخصصة للإعلام السياحي تنتهج سياسة تسويقية فعالة تعمل على زيادة الوعي السياحي داخل وخارج البلاد.

7. قائمة المراجع.

الأطروحات:

- شرفاوي, ع. (2014/2015). السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية. أطروحة الدكتوراه في علوم التسيير, جامعة الجزائر3.
- فاطمة الزهراء تومي, نادية عقون(2022), دور التمويل في ترقية الصناعة السياحية في الجزائر-داسة تحليلية تقييمية لحالة الجزائر للفترة (2000-2021), مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية, جامعة البليدة2, ص84-85-86-87.

المقالات:

- سمية بوخاري, عبد القادر بورمانه, (2021), تحديات ورهانات ترقية الاستثمارات السياحي - رؤية تحليلية لحالة الجزائر خلال الفترة(2010-2018), مجلة الأبحاث الاقتصادية, المجلد16, العدد 1, ص159.
- عوينان, ع. ا. (2018). معوقات وعراقيل السياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات. 190.
- كريمة بسدات.(2016). دراسة قياسية لأسباب اختلال ميزان المدفوعات في الجزائرمجلة المالية والأسواق, 243.

مواقع الانترنت:

- الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر على الموقع:
<https://www.mta.gov.dz/%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%82%d9%88%d9%85%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d8%a7%d8%b3%d8%a7%d8%b3%d9%8a%d8%a9-%d9%84%d9%84%d8%b3%d9%8a%d8%a7%d8%ad%d8%a9/#el-9c6f0ed0>
- اطلع عليه بتاريخ: 2022/07/05.

قوانين:

- قانون المالية لسنة 2015؛
- قانون المالية لسنة 2016؛
- قانون المالية لسنة2017؛
- قانون المالية لسنة2018؛
- قانون المالية لسنة 2019؛
- قانون المالية لسنة 2020؛
- قانون المالية لسنة 2021.

استخدام الخيار الاستراتيجي كأداة لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية Using of Strategic Choice as a Tool to Achieve Competitive Advantage in the Economic Institution

عبد الحق رايس
Abdelhak rais

جامعة بسكرة_الجزائر

Abdelhak.rais@univ-biskra.dz

* محمد ناصر خان
Mohamed nacer khene

جامعة بسكرة_الجزائر

Mohamednacer.khene@univ-biskra.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/20

تاريخ الاستلام: 2023/01/13

الملخص:

هدفت الدراسة لمعرفة دور الخيار الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية، حيث اصبح الخيار الاستراتيجي محل اهتمام كل المؤسسات، وذلك لما له من أهمية في مساعدة المؤسسة في الحصول على ميزة تنافسية جديدة أو تطوير ميزتها الحالية التي تبنى على أساسها خياراتها الاستراتيجية التي تعد جوهر عملية الإدارة الاستراتيجية، ومن اجل ذلك تم اجراء الدراسة بمؤسسة قديلة للمياه المعدنية بسكرة، والتي استهدفنا فيها إطارات المؤسسة، واستخدمنا الاستبيان كأداة للدراسة، حيث تم توزيع 31 استبيان، تم استرجاع منه 30 عينة أي ما نسبته 96.75%، في حين اجري التحليل على 30 عينة مقبولة، توصلنا من خلال دراستنا هذه الى جملة من النتائج أهمها: أن مستوى تطبيق الخيار الاستراتيجي كان مرتفع، وأولها بعد استراتيجية النمو والتوسع واطرها بعد استراتيجية الانكماش والتراجع. كما أن درجة الوعي بأبعاد الميزة التنافسية في مؤسسة قديلة للمياه المعدنية كان بمستوى عالي، اعلاها بعد الجودة واطلها بعد الكلفة.

الكلمات المفتاحية: الخيار الاستراتيجي، الميزة التنافسية، المؤسسة الاقتصادية.

تصنيف JEL : M150, M110, L110

Abstract : The current study aims at identifying the role of strategic choice in achieving competitive advantage. Strategic choice has become the focus of all companies due to its importance in helping them to achieve a new competitive advantage or develop their current one. For this purpose, the study was conducted at Guedila Mineral Water company in Biskra, targeting its head staff. In terms of Methodology, the descsive approach was adopted and the questionnaire was used as a data collection tool for the study. After distributing 31 questionnaires, the researcher could retrieve 30 ones acceptable for statistical analysis. The findings of the study show :

A high level of implementation the role of a strategic choice to support the competitive advantage, it reached its highest level after the strategy of growth and expansion and its lowest after the strategy of contraction and decline.

A high degree of awareness of the competitive feature dimensions with its highest degrees after quality and its lowest after the cost.

In the light of the obtained results, we have suggested a number of recommendations.

Keywords: Strategic Choice, Competitive Advantage, Economic Institution

JEL classification codes: M150. M110. L110

1 مقدمة:

تستطيع العديد من المنشآت أن تنجح في فترة قصيرة بأهداف غير معلنة أو باستراتيجيات بديهية، ولكن أظهر الواقع العملي أن الاستراتيجيات البديهية لا يمكن الاستمرار بها بنجاح إذا كبر حجم المنشأة وازدادت المستويات الإدارية فيها أو تغيرت البيئة المحيطة جوهرياً. هذا في الواقع يتطلب وضع استراتيجيات وتطبيقها وتقومها ومراقبتها في ضوء نواحي القوة والضعف والفرص والتحديات التي تواجه المنشآت من خلال تحليل معمق للمعطيات البيئية الداخلية والخارجية لها. ولكن مع مرور الزمن والتغيرات البيئية السريعة لم تعد السياسة الإدارية لوحدها كافية لتحقيق نجاح المؤسسة وهنا لجأت معظم المؤسسات إلى الخيار الاستراتيجي الذي يمثل انصب بديل من بين مجموعة البدائل المتاحة والذي يتم اختياره وفق ما هو متاح من القدرات التنافسية في المؤسسة.

كذلك يعتبر أفضل تمثيل لرسالة المؤسسة وأهدافها الإستراتيجية والذي يعتبر إحدى العمليات المهمة في صياغة الإستراتيجية التي تبدأ بتحديد التوجهات الإستراتيجية للمؤسسة مع محاولة إثبات دورها في تحقيق ميزة تنافسية ولكن الأمر ينتهي بمجرد حصول المؤسسة الاقتصادية على ميزة تنافسية، وإنما يتطلب منها أيضاً السعي بشكل مستمر إلى تنميتها بهدف الحفاظ عليها من خلال اكتشاف طرق جديدة ومفضلة للمنافسة في القطاع الذي تنتمي إليه.

إشكالية الدراسة: مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة الخيار الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية؟

وهذا التساؤل بدوره يقودنا إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية هي:

- ما هو تقييم مستوى استخدام استراتيجيات النمو والتوسع في تحقيق الميزة التنافسية؟
 - ما هو تقييم مستوى استخدام استراتيجيات الاستقرار في تحقيق الميزة التنافسية؟
 - ما هو تقييم مستوى استخدام استراتيجيات التراجع والانكماش في تحقيق الميزة التنافسية؟
- فرضيات الدراسة:** كإجابة مبدئية على تساؤلات البحث، قمنا بصياغة الفرضيات التالية:
- مستوى استخدام استراتيجيات النمو والتوسع في تحقيق الميزة التنافسية مرتفع.
 - مستوى استخدام استراتيجيات الاستقرار في تحقيق الميزة التنافسية مرتفع.
 - مستوى استخدام استراتيجيات التراجع والانكماش في تحقيق الميزة التنافسية مرتفع.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى:

التعرف بصورة واضحة على ماهية الخيار الاستراتيجي وعلى ماهية الميزة التنافسية، كما يهدف البحث إلى التعرف على أصناف الخيار الاستراتيجي، وعلى مساهمة الخيار الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية.

الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة المتعلقة بالخيار الاستراتيجي:

1- دراسة سعد علي رحمان المحمدي، (2011) بعنوان "العلاقة بين الخيار الإستراتيجي والهيكل التنظيمي وتأثيرها في تحقيق فاعلية الشركة الصناعية"، وهدفت إلى التحقق من المصادقية العلمية والعملية لفرضيات الدراسة، والتي تبين طبيعة العلاقات المختلفة بين متغيراتها اعتمادا على مشكلة الدراسة وفرضياتها وفق الامكانيات المتاحة، مع محاولة تقديم تحليل للخيار الإستراتيجي والهيكل التنظيمي للشركات العراقية الصناعية المبحوثة وفقا لمداخل دراستها، وإعطاء تصور عن طبيعة علاقتهما وتأثير هذه العلاقة في الفاعلية التنظيمية لها، ومن الجانب الآخر بناء مخطط فرضي يصف شكل الانسجام والموائمة بين الخيار الاستراتيجي والهيكل التنظيمي، ومن خلاله يقدم النموذج تصورات متوقعة عن طبيعة العلاقة بين هذين المتغيرين وتأثير ذلك في الفاعلية التنظيمية وتحديد طبيعة العلاقة بين الخيار الاستراتيجي والهيكل التنظيمي، وبين الخيار الاستراتيجي والفاعلية التنظيمية، واخيرا بين الخيار الاستراتيجي والهيكل التنظيمي وتأثيرهما على الفاعلية التنظيمية.

2- دراسة سني جواد كاظم، (2005) بعنوان "الاستراتيجيات التنافسية ودورها في تحديد الخيار الاستراتيجي، وهدفت إلى الوقوف على مدى قوة المنافسة وطبيعة الصراع القائم بين فرعي مصرف الرشيد وفرع دار السلام الأهلي وواقع وتأثير القوة التنافسية المحددة لهيكل الصناعة عند استخدام استراتيجية بورتر التنافسية، مع اعطاء تصور واضح عند الخيارات التنافسية المتبعة من قبل ادارات المصارف وبيان الخيار التنافسي المتبعة من قبل ادارات المصارف وبيان الخيار الاستراتيجي التنافسي الأكثر نجاحا.

الدراسات السابقة المتعلقة بالميزة التنافسية:

1- دراسة بوازيد وسيلة (2012) بعنوان "مقاربة الموارد الداخلية والكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"، وهدفت إلى دراسة بعض المساهمات المعرفية المقدمة من طرف العديد من الباحثين في مجال الإدارة الاستراتيجية، وخاصة الاتجاه الجديد في

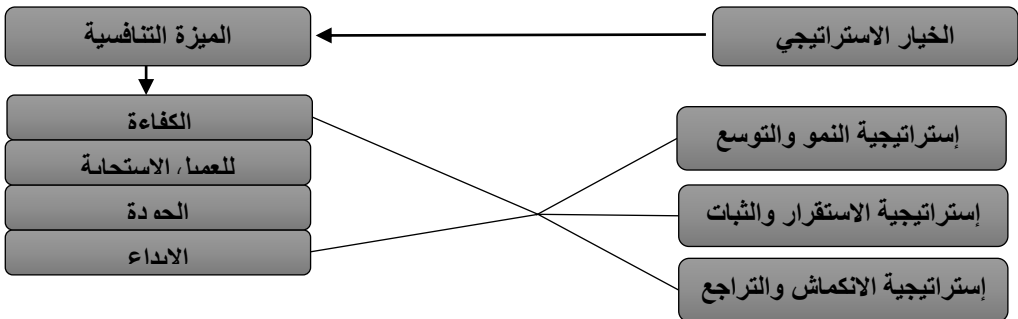
التحليل الاستراتيجي الذي يربط تنمية المزايا التنافسية للمؤسسة الاقتصادية بمواردها الداخلية وكفاءاتها الاستراتيجية، مع تشخيص واقع تطبيق المؤسسة الاقتصادية الجزائرية لمقاربة الموارد الداخلية والكفاءات كأساس تعتمد عليه لامتلاك ميزة تنافسية، في حالة إذا لم تكن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تولى اهتماما بالموارد والكفاءات، فإن هذا البحث قد يسهم في تغيير نظرة مسيرها للموارد والكفاءات وينمي اهتمامهم بها لتحقيق التفوق التنافسي.

2- دراسة سلامي فتيحة (2014) بعنوان "دور تسيير الكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة دراسة طبيعة تسيير الموارد والكفاءات البشرية بشركة اتصالات الجزائر، مع تقديم دليل علمي عن أهمية الاهتمام بتسيير الموارد والكفاءات البشرية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، ومحاولة التأكد من دور تسيير الكفاءات كأحد أهم عوامل التفوق في الاقتصاد الجديد من ناحية هل هي مسؤولة عن تحقيق الميزة التنافسية.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن دراستنا تتفق مع الدراسات السابقة في محاولة دراسة العلاقة بين المتغيرين الخيار الإستراتيجي، والميزة التنافسية، بنفس أبعادهما (استراتيجية النمو، استراتيجية الاستقرار، واستراتيجية الانكماش هذا من جهة المتغير المستقل الخيار الاستراتيجي، أما فيما يخص أبعاد الميزة التنافسية الكفاءة، الاستجابة للعميل، الجودة والابداع)، وتختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في ما يخص الدراسة التطبيقية والتي أنجزت حول مؤسسة المياه المعدنية قديلة بيسكرة.

• نموذج الدراسة :

الشكل رقم: (01) نموذج الدراسة



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على مراجع البحث

يتضح من نموذج الدراسة طبيعة العلاقة بين الخيار الاستراتيجي وبين الميزة التنافسية بحيث سوف نتطرق في دراستنا الى أبعاد الخيار الاستراتيجي وعلاقته بالميزة التنافسية وذلك من خلال تقسيم الخيار الاستراتيجي إلى ثلاث استراتيجيات وهي إستراتيجية النمو، إستراتيجية الاستقرار و إستراتيجية الانكماش والتراجع.

2. الخيار الاستراتيجي:

يعتبر الخيار الاستراتيجي النتيجة النهائية التي تصل إليها المنظمة من خلال اختيار الخيار الملائم والمناسب الذي يتماشى مع سياستها و أهدافها المسطرة.

1.2. مفهوم الخيار الاستراتيجي:

يعد مصطلح الاختيار الاستراتيجي واحدا من بين أهم المفاهيم المعاصرة الذي حضي بعناية علماء الإستراتيجية، وقد تباين الباحثون في وجهات نظرهم وسوف نتطرق إلى أهمها : يرى (Macmillan and Tampo) إن الخيار الاستراتيجي يميل نحو الغموض أي انه قرار اختيار البديل من بين البدائل الإستراتيجية الذي يمثل أفضل تمثيل لرسالة المنظمة وأهدافها الإستراتيجية. (العنري، 2014، صفحة 52).

كما يعرفه كل من (Dimmock And Seth) هو " المهدف النهائي المتفق عليه من مجموعة أو جماعات التحالف المسيطرة والنابع من تفاعل عناصر القوة الإيديولوجية، الإدراك، الطموحات والقيم لهذه المجموعة مع البيئة كأساس لتحديد المسارات الإستراتيجية للمؤسسة " (الصميدعي، 2010، صفحة 18).

كما أشار (Hill And Jones) بأنه لا يوجد اختيار استراتيجي امثل يصلح للمنظمات جميعا أو المنظمة نفسها في مواقف مختلفة، ولكن على وفق النظرية الموقفية، هنالك إستراتيجية مثلى تصلح لمنظمة معينة أو أكثر في ظروف معينة، وفي وقت محدد، وان أي تغيرات تطرأ في الظروف البيئية المحيطة قد تقود المنظمة إلى تعديل أو تغير في إستراتيجيتها الحالية. (تيمجغدين، 2013، صفحة 12).

في حين يرى (THOMPSON) إن الخيار الاستراتيجي على انه " ذلك الخيار الذي يقابل احتياجات وأولوية المنظمة، والقادر على تحقيق أهدافها من وجهة نظر صانعي القرار والمؤثرين فيه أكثر من أي بديل آخر والذي يمكن أن ينفذ بنجاح " (قطب، 2012، صفحة 19). ويرى بعض الباحثين أن هناك اختلاف أو تمييز بين الخيار الاستراتيجي

والإستراتيجية، فالخيار الاستراتيجي يعتمد على مجموعة من الاستراتيجيات، في حين أن الإستراتيجية: هي خطة للتنفيذ تتضمن مجموعة من القرارات والإجراءات ذات اثر مستقبلي. (حسين، 2008، صفحة 130)

2.2. الخيار الاستراتيجي على مستوى المؤسسة:

تختلف البدائل الإستراتيجية المطروحة كخيارات ضمن أدبيات الإدارة الإستراتيجية، فتنوع وتشعب أعمال المنظمات ضمن بيئة ديناميكية تسيطر عليها بؤادر العولة دفع بالباحثين الي تصور أشكال مختلفة من الخيارات الإستراتيجية على مستوى المنظمة. وعلى الرغم من هذا التباين إلا أن هناك إجماع على أن الخيار الاستراتيجي على مستوى المنظمة يتضمن ثلاث استراتيجيات رئيسية وهي، إستراتيجية النمو، وإستراتيجية الاستقرار، وإستراتيجية الانكماش. (قطب، 2012، صفحة 32).

● **إستراتيجية النمو (التوسع):** تعرف إستراتيجية النمو على أنها خطة طويلة المدى تؤدي إلى تنامي حجم المؤسسة، حيث تتضمن مجموعة من الأهداف تتحقق تباعا بعد أن يصل النشاط إلى الحجم الأمثل الذي يتيح لها فرص الاستفادة من الامتيازات التي يوفرها على المستويات الاقتصادية والتنافسية والمالية. وتعد إستراتيجية النمو إستراتيجية مرغوب فيها، فهي تمكن المنشأة النامية من تغطية أخطائها وأي قصور في كفاءتها بشكل أيسر من المنشأة المستقرة، كما توفر المنظمة سريعة النمو المزيد من فرص الترقى والمهام الشيقة، ويؤدي النمو في حد ذاته إلى رفع القيمة الذاتية لرؤساء المنظمات، وينظر إلى المنظمات النامية على أنها منظمات رابحة ومتحركة من وجهة نظر السوق والمستثمرين المحتملين". (أبو بكر و النعيم، 2008، صفحة 635).

● **إستراتيجية الاستقرار والثبات:** وتسمى أيضا بالإستراتيجية الحيادية، إذ تناسب هذه الإستراتيجية المؤسسة الناجحة تعمل في بيئة مستقرة نسبيا، فتحافظ المؤسسة على نفس مستوى الأداء، وتتجه المؤسسات إلى هذه الاستراتيجيات وذلك بناء على اعتقادها أن أدائها الحالي جيد، أو في حالة عدم مديرها الاستراتيجي نحو تبني مستوى عال من المخاطر، وعدم إدراك الإدارة للتغيرات الخاصة في البيئة وتفضيل العاملين للعمل بدلا من التفكير والتأمل لان الإستراتيجية المستقرة لا تلزمهم في تقييم بدائل أخرى. (عباس و الخفاجي، 2010، صفحة 197).

ومن بين أهم الأسباب التي تدفع المنظمة إلى اختيار هذه الإستراتيجية:

- 1- أن ترى المؤسسة أن كلف التوسع أكبر من منافعه.
- 2- أن تكون المؤسسة مجبرة على إتباعها، بالنظر لكون مجال أعمالها يتسم بالنمو البطيء أو بعدم النمو.
- 3- أن المنظمة تهيمن على مجال عملها في السوق من خلال مزايا تنافسية تملكها لا تخاطر بالنمو في مجالات جديدة، قد تفقدها السيطرة (قطب، 2012، صفحة 36).
- 4- في حالة الاستقرار البيئي وضعف احتمالات حدوث تغيرات ذات تأثير، على الأداء الحالي للمؤسسة ومن ثم الاطمئنان إلى استقرار ما تحققه المؤسسة من نتائج مرضية. (أبو بكر و النعيم، 2008، صفحة 56).

• **إستراتيجية الانكماش (التراجع):** هي إستراتيجية دفاعية ضد الكساد وضعف الموقع التنافسي تتبعها المؤسسة للبقاء في الصناعة لأطول فترة ممكنة. وبمعنى آخر هي احد الاستراتيجيات التي تتبعها المؤسسة لمواجهة الأزمات الطارئة التي تأمل في اجتيازها، وان نجاح المؤسسة في البقاء يكون نتيجة لقدرتها على تقليص حجم نشاطها أثناء الأزمة. (العيساوي، 2011، صفحة 387). وكذلك تتبع المنظمة هذه الإستراتيجية من أجل جعلها اصغر حجما، وأكثر كفاءة. فعندما تشعر بضرورة تقليص منتجاتها، خدماتها، أسواقها، أو و وظائفها. (قطب، 2012، صفحة 37).

3. الميزة التنافسية:

إن أهمية التعرف على الميزة التنافسية يأتي من الدور الكبير الذي تلعبه في حياة المؤسسات، باعتبارها العنصر الإستراتيجي والأساسي ومقياس هام للنجاح، حيث مر مفهوم الميزة التنافسية بعدة تطورات حتى الوصول إلى المفهوم الحالي، حيث لعبت التغيرات الاقتصادية التي طرأت على المستوى العالمي في تغيير المعنى الحقيقي للتنافس.

1.3 مفهوم الميزة التنافسية:

تعرف الميزة التنافسية بأنها كل ما تختص به المؤسسة دون غيرها من المؤسسات، وما يعطي قيمة مضافة إلي العملاء بشكل يزيد أو يختلف عن ما يقدمه المنافسون في السوق، بحيث تستطيع المؤسسة تقديم مجموعة من المنافع أكثر من المنافسين، أو تقديم نفس المنافع بسعر اقل. (عبد الحميد، 1999، صفحة 190).

ويعرفها (David) على أنها العملية التي يكافح فيها كيان ما، للتفوق على الآخر وهذا الكيان يمكن أن يكون شخصا أو منظمة أو دولة، والهدف هو الفوز، ولكي تكون المنظمة منافسة ينبغي عليها أن توفر عدة عوامل مثل القدرة والرغبة في الفوز والولاء أو الالتزام وتوفر الموارد المحددة. (سويسي و الخفاجي، 2014، صفحة 70).

وعرفها بورتر (Porter) الميزة التنافسية على أنها " قدرة المؤسسة على اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستخدمة من قبل المنافسين حيث يكون بإمكانها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، وبمعنى آخر هي القدرة على إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع ". أيضا من تعريف (Porter) " قدرة المؤسسة على تقديم سلعة أو خدمة ذات نفقة اقل، أو منتج متميز عن نظيره في الأسواق، مع قدرة المؤسسة على الاستمرار في الاحتفاظ بهذه الميزة". (حيمر ، 2013، صفحة 68).

مما تقدم يمكن تعريف الميزة التنافسية بأنها الموقع الفريد طويل الأمد الذي تطوره المنظمة من خلال أداء أنشطتها بشكل مميز وفعال، واستغلال نقاط قوتها الداخلية باتجاه تقديم منافع قيمة فائقة لربائنها لا يستطيع منافسوها تقديمها. (قطب، 2012، صفحة 80).

2.3. أبعاد الميزة التنافسية:

تعتبر المنظمات الحديثة من أهم اهتماماتها الرئيسية هو التركيز على احتياجات ورغبات العميل وتحويل هذه الاحتياجات إلى الأسواق المستهدفة أو ما يسمى بأبعاد التنافسية، وتركز المنظمات بصفة عامة على هذه الأبعاد وتوليها اهتمام كبير بتوفير هذه الاحتياجات سواء كانت إنتاجية أو خدمية، وذلك لتلبية الطلب في الأسواق ويمكن أن تساعد هذه الأبعاد في تعزيز الميزة التنافسية للمنظمات التي تحرص على توفير احتياجات الزبون ورغباته. وفيما يلي شرح موجز لكل بعد على حدى:

1.2.3. التكلفة: وتعني قدرة المؤسسة على الإنتاج بأقل التكاليف الممكنة بالمقارنة مع منافسيها في الصناعة بحيث يراعى التناسب ما بين التكلفة المترتبة على تقديم المنتج مع المواصفات الموجودة فيه، وكنتيجة لذلك فان المؤسسة ستحقق الميزة التنافسية من خلال انخفاض أسعارها بناء على انخفاض تكاليفها مما يمكنها من البيع بنفس الأسعار وبأقل من مستوياتها المتوسطة والسائدة في الصناعة وهو ما يعني تعظيم العوائد واتساع الفجوة ايجابيا ما بين الإيرادات والتكاليف. (عرقابي ، 2010، صفحة 45).

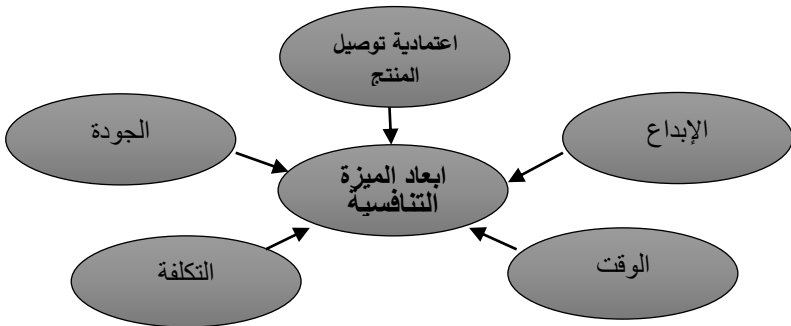
3.2.2.2. الجودة: بعدما كان الاهتمام منصبا على بعد التكلفة وكنتيجة لتغير أذواق المستهلكين وزيادة وعيهم أصبحوا يركزون على بعد آخر وهو الجودة التي تعني الخصائص المنفردة والتميزة في المنتج والتي يتم إدراكها وتقبلها من طرف الزبون، إذ يتوجب على المؤسسات الراغبة في البقاء في المنافسة داخل الأسواق العالمية، من أن تصبح منتجات ذات جودة عالمية. (بلالي، 2007، صفحة 253).

3.2.3. الوقت: نتيجة للتعقيد الكبير الذي أصاب حياة الإنسان في الزمن المعاصر، فقد أصبح الوقت عاملا ذو أهمية كبيرة في جوهر قرارات الشراء التي يمكن أن يتخذها، وعليه فإن العديد من المؤسسات بدأت تنافس بالاعتماد على بعد جديد يتمثل في سرعة التسليم والاستجابة لطلب الزبون نظرا لاستعداده لدفع تكلفة أعلى، وقد يتغاضى عن الجودة مقابل الحصول على حاجته في الوقت المناسب له.

3.2.4. اعتمادية توصيل المنتج: تستجيب عادة المنظمات إلى خدمات ما بعد البيع وتتمثل في اعتمادية توصيل المنتج إلى الزبائن، في حين التوصيل يعتبر شكلا من أشكال التمايز وبعدا تنافسيا ونج الكثير من المنظمات تسعى إلى تقديم هذه الخدمة كونها تمثل ميزة تنافسية، وينشأ عادة عن هذه الاعتمادية وصول المنتجات إلى أصحابها سليمة وبقدر عال من الموثوقية.

3.2.5. الإبداع: يعتبر بعدا للميزة التنافسية من خلال استكشافه الفرص في البيئة الخارجية ومراقبتها وسرعة الاستجابة لها باتجاه تطور معين أو عمل خلاق، سواء في محل الإنتاج والتكنولوجيا المستعملة، أو إيجاد طرق جديدة أكثر خلقا للقيمة في مجال المؤسسة تختلف عن تلك الطرق القائمة. (حامد رضوان، 2011، صفحة 23).

الشكل رقم: (02) أبعاد الميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الباحثين

4. دراسة ميدانية على مستوى مؤسسة قديلة للمياه المعدنية بولاية بسكرة:

1.4. التعريف بالمؤسسة:

مؤسسة قديلة هي مؤسسة ذات مسؤولية محدودة برأس مال يقدر ب: 22.031.400.000 سنتيم، وتشغل حاليا حوالي 138 عامل منهم 107 تنفيذيين، 09 مديرين، 21 إدارات متوسطة، وإطار مسير. بلغ رقم أعمالها سنة 2010 ما يقارب 1.353.636.337.73 سنتيم وعلى هذا الأساس وبالاعتماد على التقسيم الذي ينص عليه القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر فتعتبر مؤسسة متوسطة الحجم.

2.4. مصادر جمع المادة العلمية التطبيقية وعينة البحث:

البيانات الأولية : تم الاعتماد بصورة أساسية على أسلوب الاستمارة كأداة لجمع البيانات في موضوع بحثنا المتعلق ب " دور الخيار الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية " حيث تم توزيعها على إدارات المؤسسة محل الدراسة، ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج (SPSS Statistical Package for Social Science) و باستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول إلى دلالات ذات قيمة مؤشرات تدعم موضوع البحث.

وقد تم إعداد استمارة حول دور الخيار الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية حيث تم تقسيمها إلى ثلاثة أقسام رئيسية والتي تتمثل في:

- المحور الأول : وهو القسم الخاص بالبيانات الشخصية للمبحوثين وهي (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة).
- المحور الثاني : وهو القسم الخاص بالمتغير الأول والمتمثل في الخيار الاستراتيجي.
- المحور الثالث : وهو القسم الخاص بالمتغير الثاني و المتمثل في الميزة التنافسية ويدرس أبعاد هذا المتغير المتمثلة في (التكلفة ، الجودة ، الإبداع، التسليم).

4-3- عينة البحث:

نظرا لطبيعة الموضوع والمتعلق بالخيار الاستراتيجي والميزة التنافسية وجب علينا العمل مع فئة الإطارات، واستبعاد أعوان التنفيذ لعدم درايتهم بالمعلومات الإستراتيجية، لذلك اعتمدنا في هذا البحث على المسح الشامل لكل عناصر المجتمع، إذ تكون مجتمع الدراسة والمستهدف من كل إطارات مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية بسكرة، وعلى ضوء ذلك فقد تم توزيع 31 استمارة على إطارات مختلف الأقسام والمصالح التنفيذية بهذه المؤسسة، والذين يمثلون مجتمع الدراسة،

واسترد منها 30 ونظرا لتحقيقها شروط الإجابة لم يستبعد أي منها حيث بلغت نسبة الاستجابة (96.75 %).

الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

لوصف وتحليل متغيرات الدراسة وللإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، تم استخدام العديد من الأدوات والأساليب الإحصائية، وذلك باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS):

1. مقاييس الإحصاء الوصفي: وذلك لوصف عينة الدراسة وإظهار خصائصها، والإجابة على أسئلة الدراسة وترتيب متغيراتها حسب أهميتها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
2. تحليل التباين للانحدار: لقياس مدى صلاحية النموذج للانحدار.
3. تحليل الانحدار البسيط وذلك لاختبار أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.
4. معامل الثبات "ألفا كرونباخ: Cronbach's coefficient Alpha": وذلك لقياس ثبات أداة البحث.
5. معامل الارتباط بيرسون للتحقق من قوة العلاقة بين متغيرات وأبعاد الدراسة.

ثبات أداة البحث (الاستبانة): يقصد بصدق الأداة (Validity) قدرة الاستبانة على قياس المتغيرات التي صممت من أجل قياسها، عن طريق تطبيق اختبار ألفا كرونباخ لكل متغير من متغيرات الدراسة، والذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى (0.60) فأكثر حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (01): معامل الثبات

المتغير	عدد العبارات لكل متغير	معامل الثبات " ألفا كرونباخ "
الخيار الاستراتيجي	20	0,951
الميزة التنافسية	23	
الاستبانة ككل	43	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ بالنسبة لجميع عبارات الاستبيان 0,951، وهي نسبة ثبات عالية.

4.4. عرض وتحليل نتائج البحث: وقبل ذلك سوف نتناول في هذا العنصر بتحليل محاور الإستبانة بغية الإجابة على أسئلة البحث، حيث تم استخدام أدوات الإحصاء الوصفي

لاستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (على مقياس ليكرت الخماسي) لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات الاستبانة المتعلقة بالمحورين الخيار الاستراتيجي و الميزة التنافسية في المنظمة ، وسيتم تحليل محاور الاستبانة بالاعتماد على درجة الأهمية النسبية التي تحدد بحسب المتوسط الحسابي، وذلك بترتيب المتغيرات على حدى والعبارات على حدى من أعلى قيمة للمتوسط الحسابي إلى أدناه، أما الاتجاه فيتم تحديده حسب المتوسط الحسابي لإجابات الباحثين، وذلك بالاعتماد على الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكرت الخماسي، ومن اجل تحقيق اهداف البحث والتعرف على دور الخيار الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة - تم عرض نتائج الدراسة الميدانية كالآتي:

1.4.4. محور الخيار الاستراتيجي: كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (02): تقييم عينة الدراسة للخيار الاستراتيجي

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الابعاد
متوسط	0,558	3,833	إستراتيجية النمو والتوسع
متوسط	0,582	3,15	إستراتيجية الاستقرار
متوسط	0,695	2,70	إستراتيجية التراجع والانكماش

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

1.1.4.4. استجابات أفراد الدراسة حول دور إستراتيجية النمو والتوسع في تحقيق الميزة التنافسية: يحتوي البعد الأول دور إستراتيجية النمو والتوسع في تحقيق الميزة التنافسية على ثمانية عبارات وقد استهدفنا من خلال تلك العبارات التعرف على العلاقة بين إستراتيجية النمو والميزة التنافسية بمؤسسة قديلة للمياه المعدنية جمورة، بحيث انه كلما زادت قيمة المتوسط الحسابي تزداد الموافقة وتزداد الأهمية. وفيما يلي سنقوم بتحليل نتائج هذا البعد من خلال الجدول رقم (03). حيث جاءت العبارة رقم (05) " تعمل المؤسسة على تحسين صورتها لرفع مكانتها مقارنة بمنافسيها" في الترتيب الأول، وكان وسطها الحسابي 4.13 بانحراف معياري "0,819" والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى الفئة [3,40 – 4,19] حسب مقياس " ليكرت الخماسي " وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " مرتفع "، وعليه فان هناك موافقة من قبل أفراد العينة على أن المؤسسة محل الدراسة تعمل على تحسين صورتها لرفع مكانتها مقارنة بمنافسيها.

في حين جاءت العبارة رقم (06) " تقوم المؤسسة بالتحري عن تشكيلة المنتجات المنافسة" في الترتيب الاخير وكان وسطها الحسابي "3.60" بانحراف معياري "0.814" والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى الفئة [4,19 – 3,40] حسب مقياس " ليكرت الخماسي " وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " مرتفع " بعبارة أخرى نجد أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الحياد "3" وعليه فإن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على أن المؤسسة محل الدراسة تعمل بالتحري عن تشكيلة المنتجات المنافسة.

2.1.4.4. استجابات أفراد الدراسة حول دور إستراتيجية الاستقرار في تحقيق الميزة التنافسية: يحتوي البعد الثاني دور إستراتيجية الاستقرار في تحقيق الميزة التنافسية على ستة عبارات وقد استهدفنا من خلال تلك العبارات التعرف على العلاقة بين إستراتيجية الاستقرار والميزة التنافسية بمؤسسة قديلة للمياه المعدنية جمورة، بحيث انه كلما زادت قيمة المتوسط الحسابي تزداد الموافقة وتزداد الأهمية. وفيما يلي سنقوم بتحليل نتائج هذا البعد من خلال الجدول رقم (04).

جاءت العبارة رقم (02) " تقوم المؤسسة باستمرار بترصد وتتبع كل ما يحدث في المحيط الخارجي " في الترتيب الأول، وكان وسطها الحسابي 4.07 بانحراف معياري "0.907" والملاحظ ان قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى الفئة [4,19 – 3,40] حسب مقياس " ليكرت الخماسي " وعليه نستنتج ان درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " مرتفع "، وعليه فإن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على أن المؤسسة محل الدراسة تعمل باستمرار بترصد وتتبع كل ما يحدث في المحيط الخارجي.

في حين جاءت العبارة رقم (03) " المؤسسة ليس لديها الإمكانيات والقدرات على مواكبة التغيرات " في الترتيب الاخير، وكان وسطها الحسابي "2.07" بانحراف معياري "1.230" والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى الفئة [2,59 – 1,80] حسب مقياس " ليكرت الخماسي " وعليه نستنتج أن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " منخفض " وعليه فإن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على أن المؤسسة محل الدراسة ليس لديها الإمكانيات والقدرات على مواكبة التغيرات.

3.1.4.4. استجابات أفراد الدراسة حول دور استراتيجية الانكماش في تحقيق الميزة التنافسية: يحتوي البعد الثالث دور استراتيجية الانكماش في تحقيق الميزة التنافسية على ستة عبارات وقد استهدفنا من خلال تلك العبارات التعرف على العلاقة بين استراتيجية الانكماش

والميزة التنافسية بمؤسسة قديلة للمياه المعدنية جمورة، بحيث انه كلما زادت قيمة المتوسط الحسابي تزداد الموافقة وتزداد الأهمية. وفيما يلي سنقوم بتحليل نتائج هذا البعد من خلال الجدول رقم (05).

جاءت العبارة رقم (03) " تسعى المؤسسة إلى تخفيض معدلات الأداء من خلال الاستجابة إلى ضغوط المنافسة ونقص الموارد" في الترتيب الأول، وكان وسطها الحسابي "3.03" بانحراف معياري "1.159" والملاحظ ان قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى الفئة [3,39 - 2,60] حسب مقياس " ليكرت الخماسي " وعليه نستنتج ان درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " متوسط " وعليه فان هناك موافقة من قبل أفراد العينة على أن المؤسسة محل الدراسة تعمل على التخلي على بعض أنشطتها الحالية التي ليس بها جدوى وقل جاذبية. في حين جاءت العبارة رقم (05) " تسعى المؤسسة للتركيز على إنتاج منتج وحيد فقط والاستغناء عن باقي المنتجات" في الترتيب الاخير، وكان وسطها الحسابي "2.43" بانحراف معياري "0.898" والملاحظ ان قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى الفئة [2,59 - 1,80] حسب مقياس " ليكرت الخماسي " وعليه نستنتج ان درجة الموافقة على هذه العبارة كانت " منخفض " وعليه فان هناك موافقة من قبل أفراد العينة على أن المؤسسة محل الدراسة تسعى للتركيز على إنتاج منتج وحيد فقط والاستغناء عن باقي المنتجات.

2.4.4. علاقة الارتباط:

الجدول رقم: (06): معامل الارتباط بين الميزة التنافسية والخيار الاستراتيجي

Correlations			
		الميزة التنافسية	الخيار الإستراتيجي
الميزة التنافسية	Pearson Correlation	1	781.
	Sig. (2-tailed)		000.
	N	30	30
الخيار الإستراتيجي	Pearson Correlation	781.	1
	Sig. (2-tailed)	000.	
	N	30	30

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه نلاحظ بأنه وعند مستوى دلالة 0.05 وجود علاقة طردية موجبة بين الخيار الاستراتيجي ككل والميزة التنافسية قدرت ب: 78.1 %، كما أن مستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من 0.05.

3.4.4. علاقة الانحدار:

1.3.4.4. معامل التحديد:

الجدول رقم: (07): معامل التحديد R^2

Récapitulatif des modèles					
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	standard de Erreur l'estimation	
1	^a 0.783	0.612	0.598	0.385	
Prédicateurs : (Constante), a. الخيار الاستراتيجي					

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلا نلاحظ بأن قيمة معامل التحديد تساوي: $R^2 = 0.783$ وهي تدل على أن الخيار الاستراتيجي يفسر ما نسبته 78.3% من التغير في حجم البطالة وان النسبة المتبقية والتي تفدر ب: 21.7% ترجع لعوامل اخرى، ومن المتوقع أن يكون هذا النموذج توفيق جيد بين متغير الميزة التنافسية كمتغير تابع، و متغير الخيار الاستراتيجي كمتغير مستقل.

2.3.4.4. تحليل التباين:

الجدول رقم: (08): تحليل التباين

Modèle	Sum of Squares	df	Mean Square	f	Sig.
1 Regression	6.459	1	6.459	43.793	b0,00
Residual	4.1231	28	0.1479		
Total	10.5821	29			

Variable dépendante : الميزة التنافسية
b. Prédicateurs : (Constante), الخيار الاستراتيجي

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد برنامج SPSS.

كما نلاحظ من الجدول أيضا أن قيمة F تساوي 43.793 وهي القيمة التي تقوم بالاختبار بدلالة تقييم التغير في R^2 الخاصة بكل متغير مستقل، أما بالنسبة لمستوى الدلالة فنجد أنه يساوي 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 وهي نسبة مقبولة إحصائيا.

3.3.4.4. إختبار المعاملات المؤثرة في النموذج

الجدول رقم: (09): جدول المعاملات المؤثرة

Coefficients						
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	
	A	Erreur standard	Bêta			
1	(Constante)	0.187	3.435		0.840	408,
	الخيار الاستراتيجي	0.775	0.117	0.781	6.617	,000

Variable dépendante : الميزة التنافسية

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد برنامج SPSS.

من الجدول اعلاه نجد ان ميل الميزة التنافسية موجب مما يعكس العلاقة الطردية بين تحقيقها استخدام الخيار الاستراتيجي و وهذا مقبول نظريا لأنه كلما زاد استخدام الخيار الاستراتيجي في المؤسسة كلما تحققت الميزة التنافسية لديها.

5- اختبار فرضيات البحث:

الفرضية الأولى:

H₁ - مستوى استخدام استراتيجية النمو والتوسع في تحقيق الميزة التنافسية مرتفع؟
لاختبار الفرضية الأولى تم الاعتماد على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتحقق من مدى تقييم استخدام إستراتيجية النمو والتوسع في مؤسسة قديلة للمياه المعدنية كما هو موضح في الجدول رقم 03. ومن خلال نتائج الجدول رقم 03 نلاحظ أن وسطها الحسابي "3.23" بانحراف معياري "0.380" ومستوى تقييم "64.6" والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى الفئة [3,40 - 4,19] حسب مقياس " ليكرت الخماسي " ومنه نستنتج أن درجة الموافقة على هذا الخيار الاستراتيجي كانت " مرتفعة "، وعليه وبعد تحليل العبارات السابقة نجد ان هناك موافقة وتقييم إيجابي من قبل أفراد العينة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة مستوى استخدام استراتيجية النمو والتوسع في تحقيق الميزة التنافسية مرتفع.

الفرضية الثانية:

H₁ - مستوى استخدام إستراتيجية الاستقرار في تحقيق الميزة التنافس مرتفع؟
لاختبار الفرضية الثانية تم الاعتماد على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتحقق من مدى تقييم استخدام إستراتيجية الاستقرار في مؤسسة قديلة للمياه المعدنية كما هو موضح في الجدول رقم 04 .

ومن خلال نتائج الجدول رقم 04 نلاحظ أن وسطها الحسابي "3.23" بانحراف معياري "0.380" ومستوى تقييم "64.6" والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى الفئة [4,19 – 3,40] حسب مقياس " ليكرت الخماسي " ومنه نستنتج أن درجة الموافقة على هذا الخيار الاستراتيجي كانت " مرتفعة "، وعليه وبعد تحليل العبارات السابقة نجد ان هناك موافقة وتقييم إيجابي من قبل أفراد العينة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة مستوى استخدام إستراتيجية الاستقرار في تحقيق الميزة التنافسية مرتفع.

الفرضية الثالثة:

H₁ - عمال مستوى استخدام استراتيجية التراجع في تحقيق الميزة التنافسية مرتفع؟
لاختبار الفرضية الثالثة تم الاعتماد على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتحقق من مدى تقييم استخدام إستراتيجية التراجع والانكماش في مؤسسة قديلة للمياه المعدنية كما هو موضح في الجدول رقم 05

ومن خلال نتائج الجدول رقم 05 نلاحظ أن وسطها الحسابي "3.23" بانحراف معياري "0.380" ومستوى تقييم "64.6" والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى الفئة [4,19 – 3,40] حسب مقياس " ليكرت الخماسي " ومنه نستنتج أن درجة الموافقة على هذا الخيار الاستراتيجي كانت " متوسطة "، وعليه وبعد تحليل العبارات السابقة نجد ان هناك موافقة وتقييم إيجابي من قبل أفراد العينة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة مستوى استخدام استراتيجية التراجع والانكماش في تحقيق الميزة التنافسية مرتفع.

الفرضية الرئيسية:

H₁ - يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخيار الاستراتيجي كأداة لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة ؟

لاختبار الفرضية الرئيسية تم الاعتماد على أسلوب الانحدار البسيط للتحقق من اثر استخدام الخيار الاستراتيجي كأداة لتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسة قديلة للمياه المعدنية كما هو موضح في الجدول رقم (07).

ومن خلال نتائج الجدول رقم (07) نلاحظ بأن قيمة معامل التحديد تساوي: $R^2 = 0.783$ وهي تدل على أن الخيار الاستراتيجي يفسر ما نسبته 78.3%، كما ان مستوى الدلالة يساوي 0.000 كما هو موضح في الجدول رقم 08، وهو مستوى مقبول

إحصائياً. وعليه و نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائمة على: يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخيار الاستراتيجي كأداة لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة.

الخاتمة:

حاولنا من خلال دراستنا موضوع مساهمة الخيار الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية، إلى إبراز الدور الفعال الذي يلعبه الخيار الاستراتيجي خاصة في ظل التحديات التي تواجهها المؤسسات الحديثة ولقد تبين مما سبق أن الخيار الاستراتيجي له القدرة على توحيد مختلف الرؤى الغامضة والمعقدة للماضي والحاضر والمستقبل، وتقييم المعلومات والمخرجات من خلال مناظير علمية وحيوية وإبداعية وأخلاقية منظمة.

نتائج الدراسة:

بناء على كل ما سبق ذكره نحاول أن نستنتج من خلال هذه الدراسة فيما يخص الخيار الاستراتيجي ودوره في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الإنتاجية ما يلي:

* الخيار الإستراتيجي عبارة عن ناتج لعملية المقاضلة المستندة إلى معايير محددة بين البدائل المتاحة الممكنة والقابلة للتنفيذ، والقادر على تحقيق النجاح لأهداف المؤسسة والأطراف المرتبطة بها، وذلك بإتباع خطة متكاملة تأخذ بعين الاعتبار ظروف بيئتها الداخلية والخارجية، ومن خلال استغلاله لنقاط القوة في اقتناص الفرص البيئية المتاحة وتجنب التهديدات المحتملة.

* رغم وجود الكثير من الخيارات المتاحة أمام المؤسسة لكن هناك عدد قليل منها يكون مناسباً لوضعها التنافسي.

* يكمن الهدف الرئيسي من صياغة الإستراتيجيات الكبرى في تحديد الاتجاه الكمي لمؤسسة، وتنقسم هذه الإستراتيجيات إلى إستراتيجيات الاستقرار، النمو، الانكماش.

* تمكن الإستراتيجيات العامة من التفوق على المنافسين في الصناعة من خلال مزايا تجعلها الأفضل من بين منافسيها، وتنقسم هذه الإستراتيجيات بدورها إلى إستراتيجية التكلفة المنخفضة، إستراتيجية التمييز وإستراتيجية التركيز.

* يعتبر الخيار الإستراتيجي أداة لتحويل المؤسسة من موقف إستراتيجي معين إلى موقف إستراتيجي جديد.

* مؤسسة قديلة تواجه منافسة شديدة بعدما كانت محتكرة لصناعة خدمة تعبئة المياه المعدنية، على المستوى المحلي حيث تعدد الخيارات الإستراتيجية المتاحة لها من تعاون الموردين إلى توسع

ونمو إلى السيطرة عن طريق التكاليف، فبالرغم من أن المنافسة في هذا القطاع تطورت عن كونها متعلقة بالتكلفة والأسعار والجودة باعتبار أن أسعار مختلف المتعاملين متقاربة إلا أن السيطرة عن طريق التكاليف تبقى مطلوبة بظهور متوجات جديدة، والتطوير المستمر للخدمات الحالية، لأن أي تغيير أو تطوير يستلزم ضبط التكاليف والسعي للتحكم فيها بصورة أفضل من المنافسين.

مقترحات الدراسة:

على ضوء النتائج التي توصلنا إليها في هذه الدراسة، يمكن لنا أن نقدم بعض المقترحات

وهي كما يلي:

- * على المؤسسة أن تحدد من ناحية هل سوف تبقى في م مجالات الأعمال الحالية نفسها.
- * إعداد مجموعة من الخطط والإستراتيجيات البديلة لاعتمادها في الحالات الطارئة والظروف غير المتوقعة.
- * مؤسسة قديلة مؤسسة رائدة وتعتمد على التميز في إنتاجها ، وذلك رغم المنافسة الشديدة حاليا داخل سوق تعبئة المياه المعدنية في الجزائر، ولكن يجب على المؤسسة الاتجاه أكثر إلى إستراتيجية المنافسة بالتكاليف و ذلك لأن سوق تعبئة المياه المعدنية أصبح يشهد تنافسية أكبر سواء على المستوى المحلي أو المستوى الوطني.
- * التأكد هل على المؤسسة أن تحاول النمو أساسا عن طريق التوسع في مجالات أخرى، وهل ينبغي استخدام استراتيجيات مختلفة في أجزاء مختلفة للمؤسسة.
- * دراسة المعوقات التي تؤثر في عملية الخيار الاستراتيجي في مختلف الوحدات والأقسام واهم مقوماتها، ووضع الحلول المناسبة له.
- * يمكن للمؤسسة محل الدراسة الرفع أكثر من مستوى كفاءتها الإنتاجية و ذلك في ظل المنافسة الشديدة في السوق، وقد تتعرض لمنافسة اشد خلال السنوات المقبلة، ويصعب عليها المحافظة على مركزها إذا لم يتم الاهتمام أكبر بمتابعة المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة.

قائمة المراجع:

- أحمد بلالي. (2007). الميزة التنافسية والإدارة الاستراتيجية. ، مجلة العلوم الإنسانية، 252-253.
- إيمان غزولي . (بلا تاريخ). البدائل الإستراتيجية مدخل لتحقيق المزايا التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. البدائل الإستراتيجية مدخل لتحقيق المزايا التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، 46. سطيف، الجزائر: جامعة سطيف.
- رحيم حسين،. (2008). إستراتيجية المؤسسة. الجزائر: دار بهاء الدين للنشر.
- سعد علي حمود العنزي. (2014). الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية. الاردن: دار البازوري للنشر و التوزيع.
- طلعت اسعد عبد الحميد. (1999). التسويق الفعال - الأساسيات والتطبيق-. مصر: دار الطباعة المتحدة للإعلان.
- عادل عراقي . (2010). هيكل الصناعة والميزة التنافسية دراسة حالة مجمع صيدال. عراقي عادل، هيكل الصناعة والميزة التنافسية دراسة حالة مجمع صيدال، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد صناعي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010، ص 45، 45. بسكرة، الجزائر: جامعة بسكرة.
- عز الدين علي سويسي، و نعمه عباس الخفاجي. (2014). الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي. الاردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- عمر تيمجعدين. (2013). دور استراتيجيه التنوع في تحسين أداء المؤسسة الصناعية: دراسة حالة مؤسسة كوندور (برج بربوعريزج . بسكرة: جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- محمد حسين العيساوي. (2011). الإدارة الإستراتيجية المستدامة مدخل لإدارة المنظمات في الألفية الثالثة. الاردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- محمود جاسم محمد الصميدعي. (2010). إستراتيجية التسويق: مدخل كمي وتحليلي. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- محي الدين قطب. (2012). الخيار الاستراتيجي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية. الاردن: دار الحامد للنشر والتوزيع،.
- مريم حيمر . (2013). دور إستراتيجيتي الإعلان والتنوع في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة: دراسة حالة مؤسسة مطاحن الجنوب. 68. بسكرة، الجزائر: جامعة بسكرة.
- مصطفى أحمد حامد رضوان. (2011). التنافسية كآلية من آليات العولمة الاقتصادية ودورها في دعم جهود النمو والتنمية في العالم. الاسكندرية: الدار الجامعية.
- مصطفى محمود أبو بكر، و فهد بن عبد الله النعيم. (2008). الإدارة الإستراتيجية وجودة التفكير والقرارات في المؤسسات المعاصرة، الإسكندرية، 2008، ص 635. الاسكندرية: الدار الجامعية.
- نعيمة عباس، و خضير الخفاجي. (2010). الإدارة الإستراتيجية (المداخل والمفاهيم و العمليات). الاردن: دار الثقافة.

أثر المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي في تحقيق القيمة المدركة للمعميل الفندقية

The impact of the tourism e-marketing mix on the realization of the realized value of the hotel customer

د. بوعلي سفيان
BOUALI Soufyane

جامعة فرحات عباس سطيف 1 - الجزائر

soufiane.bouali@univ-setif.dz

*ط. د. زيدان زيان

ZIDANE Ziane

مخبر الدراسات والبحوث التسويقية والاقتصادية

جامعة فرحات عباس سطيف 1 - الجزائر

zian.zidan@univ-setif.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/31

تاريخ الاستلام: 2023/01/14

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أثر التسويق الإلكتروني السياحي في تحقيق القيمة المدركة للمعميل في الفنادق المصنفة بولاية سطيف، وذلك لأهمية الوسائط الإلكترونية في الارتقاء بالمؤسسات الفندقية وتحقيق حصة سوقية في ظل المنافسة الشديدة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS22 وتطبيقه على 95 استمارة، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لكل أبعاد المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي باستثناء التوزيع، والأمن الإلكتروني وكذا التخصيص على القيمة المدركة للمعميل في المؤسسات الفندقية المصنفة بولاية سطيف. الكلمات المفتاحية: التسويق الإلكتروني السياحي؛ القيمة المدركة للمعميل؛ المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي؛ الفنادق المصنفة.

تصنيف JEL: M39, R19, M3, D21

Abstract:

The aim of this study was to highlight the impact of electronic tourism marketing on the perceived customer value in classified hotels in the state of Setif, due to the importance of electronic media in enhancing hotel establishments and achieving a market share in the face of intense competition.

The study adopted a descriptive-analytical method, using the statistical analysis program SPSS 22 and applied it to 95 questionnaires. The study concluded a set of results, the most important of which is the significant and statistically meaningful impact of all dimensions of the electronic tourism marketing mix except for distribution, electronic security, and customization on the perceived customer value in classified hotels in the state of Setif.

Key words: Tourism e-marketing, customer perceived value, tourism e-marketing mix, classified hotels.

JEL classification codes: M39, R19, M3, D21

*المؤلف المرسل:

1. مقدمة:

تعد صناعة السياحة من أولى الصناعات التي ارتبطت ارتباطا وثيقا بالتقدم في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات، وخاصة الأنترنت وتكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية، وأصبحت التعاملات الإلكترونية السياحية صيحة عالمية وشرطا مهما من شروط تقديم خدمة سياحية تنافسية في بيئة تسويقية جديدة، ألغى فيها عنصر المسافة والوقت بين عارض الخدمة السياحية وطالبيها، ويتحقق ذلك من خلال استخدام استراتيجيات تسويقية متطورة وفعالة قادرة على تحقيق أهداف المؤسسات الفندقية المرتكزة على بناء علاقة اتصال تفاعلية مع عملائها، وهو الأمر الذي يتوقف على مدى إدراك العملاء للقيمة المقدمة من طرفها ومدى ملاءمتها مع متطلباتهم المستحدثة، ويتحقق ذلك بتطبيق التوليفة المناسبة من عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي، وهذا ما يضيفي قيمة مدركة للعميل وتمييزها عن المنافسين.

إشكالية الدراسة: مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى يساهم المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي في تحقيق القيمة المدركة للعميل في

المؤسسات الفندقية المصنفة بولاية سطيف؟

أما الأسئلة الفرعية فسعيينا من خلالها إلى إيجاد أثر كل من المنتج الإلكتروني السياحي، السعر الإلكتروني السياحي، التوزيع الإلكتروني السياحي، الترويج الإلكتروني السياحي، الموقع الإلكتروني، الأمن الإلكتروني، الخصوصية، التخصيص، المجتمعات الافتراضية، خدمة العميل في تحقيق القيمة المدركة للعميل بالفنادق المصنفة محل الدراسة؟

فرضيات الدراسة: يمكن صياغة فرضيات الدراسة على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمزيج التسويقي الإلكتروني السياحي على القيمة المدركة للعميل في المؤسسات الفندقية المصنفة بولاية سطيف عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

وتندرج تحت هذه الفرضية جملة من الفرضيات الفرعية الآتية:

توجد علاقة تأثير معنوي ذات دلالة إحصائية لكل من بعد: المنتج الإلكتروني السياحي، السعر الإلكتروني السياحي، التوزيع الإلكتروني السياحي، الترويج الإلكتروني السياحي، الموقع الإلكتروني، الأمن الإلكتروني، الخصوصية، التخصيص، المجتمعات الافتراضية، خدمة العميل على القيمة المدركة للعميل عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم التطرق في الجزء النظري إلى المنهج الوصفي بتكوين قاعدة نظرية مستقاة من مختلف المراجع، أما الجزء التطبيقي فتم الاعتماد على المنهج التحليلي من خلال القيام بتوزيع استبانة على عينة من عملاء المؤسسات الفندقية المصنفة بولاية سطيف ومعالجة المعلومات المستقاة منه ببرنامج التحليل الإحصائي SPSS، ومحاولة تحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج يمكن تعميمها.

و تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على القيمة المدركة للعميل، وتبسيط الضوء على عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي ودوره في تحقيق التميز إلكترونيا، مع إبراز مدى تطبيق المؤسسات الفندقية المصنفة بولاية سطيف للمزيج التسويقي الإلكتروني السياحي وتوضيح أثره في تحقيق القيمة المدركة للعميل.

2. مفاهيم أساسية حول التسويق الإلكتروني السياحي :

إن تزايد عدد مستخدمي شبكة الانترنت في العالم، أدى بالشركات السياحية والفنادق وشركات الطيران للتسابق على استخدام هذه الشبكة بغية الوصول إلى أكبر عدد من العملاء، وهو ما يسمح بظهور مفهوم جديد يربط بين التسويق السياحي والتسويق الإلكتروني وهو التسويق الإلكتروني السياحي، والذي يعرف على أنه " مجموعة من أدوات الترويج التي تتضمن قنوات رقمية للتواصل مع المستهلك، وهو ما يخلق فرصا تسويقية لا حصر لها للعلامات التجارية"، ووفقا للاتجاهات الحديثة للتسويق السياحي يسلط الخبراء الضوء على التقنيات الجديدة من أجل تطوير السياحة الواعية، حيث تعد استراتيجيات تسويق السفر أفضل طريقة لتحسين العمل وكسب مكانة مهمة في الصناعة. (Niziaieva & all, 2022, p. 62) كما يعرف على أنه " استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السفر والسياحة، واستخدام تقنيات الأنترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين، والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين". (خطابت، 2022، صفحة 608) كما يتمثل التسويق الإلكتروني للخدمة السياحية في عملية التخطيط والتنفيذ للفعاليات التسويقية المتعلقة بعناصر المزيج التسويقي للخدمة السياحية، وذلك للإيفاء بحاجات ورغبات الزبائن من جهة، وتحقيق أهداف المؤسسة السياحية من جهة أخرى، ويتم ذلك من خلال استخدام مجموعة من التقنيات التكنولوجية المتطورة، الأمر الذي يعمل على توسيع مفهوم فعاليات التسويق التقليدية إلى فعاليات جديدة تستفيد من شبكة الأنترنت كتقنية تسويقية ذات خصائص مميزة تعكس كل فعاليات المزيج التسويقي.

(زيدان، 2019، صفحة 242) من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن التسويق السياحي الإلكتروني هو ذلك النوع من التسويق السياحي الذي يعتمد على وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ولعل أهمها وسيلة الأنترنت، والتي تساهم في تحقيق أكبر منفعة بأقل تكلفة.

2.2 المزيج التسويقي السياحي الإلكتروني:

ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إدخال أدوات جديدة على النشاط التسويقي للفنادق، وذلك باستخدام الإنترنت في مختلف عمليات التسويق، مما أدى إلى تغيرات أو إضافات جديدة على عناصر المزيج التسويقي السياحي، وهو ما ذهبت إليه دراسة الباحثان (kalyanam –Mcintyre2002) والتي قدمت تقسيما واضحا وشاملا لعناصر المزيج التسويقي الإلكتروني وقد أطلقا على هذا التصنيف تسمية p4p2c2s2، إضافة إلى العناصر الأربعة هناك 2p: التخصيص (personnalisation)، الخصوصية (privacy)، 2C خدمات الزبائن (Customer services)، المجتمعات الافتراضية (Community)، 2S الأمن الإلكتروني (Security)، الموقع الإلكتروني (Site web) (سمية و براهم، 2022، صفحة 606)

أ. المنتج السياحي الإلكتروني: هو جوهر المزيج السياحي الإلكتروني كونه أساس عملية التبادل بين المؤسسة السياحية والعميل السياحي، فهو عبارة عن مجموعة من العناصر المادية وغير المادية التي تقدمها المؤسسات السياحية لعملائها بالأنترنت، بهدف تحقيق حاجاتهم ورغباتهم (اسماعيل و بن نافلة، 2021)، كما يعد أيضا جميع الفوائد التي يحصل عليها السائح من خلال الوقت المتاح للتبادل بين السائح والموقع بأسلوب الكتروني. (Hasouneh و Abu Alzeat، 2020، صفحة 32).

ب- التسعير السياحي الإلكتروني: وهي القيمة المصممة للخدمة المقدمة للسائحين من حيث المال لتلقي الخدمة الموعودة، (Hasouneh و Abu Alzeat، 2020، صفحة 35)، وتقوم المؤسسات السياحية عند عملية التسعير بمراعاة مجموعة من العوامل أهمها: أسعار المنافسين على الشبكة، درجة الإلحاح على طلب المنتج السياحي الفندقى، مستوى المنتج السياحي الفندقى، ظروف سوق الأنترنت المتغيرة بسرعة، مدى القيام بعملية تطوير وتحسين المنتج، وتوفر خدمات ما بعد البيع. (بولعوينات، 2021، صفحة 263)

ج- التوزيع: يحظى التوزيع الإلكتروني بأهمية خاصة في المزيج التسويقي، فهو يلعب دورا كبيرا في خلق المنفعة الزمانية والمكانية للمستهلك (Bouali، 2020)، كما أنه قدم منظورا جديدا

للسوق الإلكترونية بمرور مصطلح الوساطة الذي يختصر المسافات والوقت بين المنتج والعميل، حيث يكون التبادل بين طرفي عملية التبادل دون الحاجة إلى وسطاء عبر قنوات إلكترونية مختلفة. (بوزورة، 2020، الصفحات 383-384)

د- الترويج السياحي الإلكتروني: يعد أكثر العناصر تأثيراً بالتطورات التكنولوجية، فالإنترنت سمحت بظهور وسائل ترويجية جديدة منها التسويق عبر الموقع الإلكتروني، البريد الإلكتروني، محركات البحث، المنتديات، وغيرها من الوسائط، (سعيداني و بوعامر، 2018، صفحة 181) وعليه فالترويج السياحي الإلكتروني هو استخدام المؤسسات السياحية للتكنولوجيات الحديثة ومن أهمها الإنترنت من أجل الاتصال بعملائها الحاليين والمحتملين والتفاعل معهم لكسب رضاهم ويمكن الإشارة أن المزيج الترويجي السياحي الإلكتروني يختلف عن المزيج السياحي الترويجي في نقطة مهمة وهي اختفاء أو تقليص دور عنصر البيع الشخصي، بينما تزداد أهمية كل من الإعلان وتنشيط المبيعات (بوزورة، 2020، صفحة 384).

هـ- الخصوصية: وهي عنصر مهم بالنسبة للمؤسسة والزبون والحق في تقرير مصير البيانات والمعلومات، ويحتوي كل موقع على بيان متعلق بالخصوصية يوضح كيفية تجميع المعلومات، وما إذا كان سيتم نقل المعلومات لأطراف أخرى أم لا. (سعيداني و بوعامر، 2018، صفحة 181)

و- التخصيص: واجهة وموقع الويب تعني المرونة والقدرة على التكيف مع احتياجات ورغبات السياح (Hasouneh و Abu Alzeat، 2020، صفحة 35)، حيث توفر الإنترنت المقاييس التي يحتاجها العميل يصمم لها مزيج تسويقي خاص بها. (سعيداني و بوعامر، 2018، صفحة 182)

ز- الأمن الإلكتروني: المؤسسات والزبائن في العالم الإلكتروني أكثر عرضة للمخاطر الإلكترونية، لذا يجب عليها الاهتمام بجانبين هما: أمن التعاملات المالية عند التبادل، وأمن قاعدة البيانات التي تحتوي على بيانات الزبائن واستحالة الدخول إليها من طرف ثالث (سمية و براهيم، 2022، صفحة 608).

ل- الموقع الإلكتروني: يسهم في استغناء المؤسسة عن الواجهة المادية الأمامية، فهو يلعب دوراً هاماً في نجاح عملية التسويق عبر الإنترنت، والسماح للزبون بالمقارنة بين ما تعرضه الفنادق المختلفة لذا لا بد من تقديم المعلومات التي تثير اهتمامه واحتياجاته على الموقع، ويجب أن يكون شاملاً ومتوازناً من حيث التصميم والتكنولوجيا المستخدمة، والشكل والمحتوى من نصوص

وصور عن الفندق واستخدام أحدث الابتكارات لجلب الزبائن الجدد للموقع وتمكينهم من الحجز عليه وبالتالي توفير الوقت والجهد للزبون. (بولعونات، 2021، صفحة 260)

ن- المجتمعات الافتراضية: وتعرف على أنها "تجمع اجتماعي ينبثق عبر شبكة الأنترنت، ويتوافر عدد من الأشخاص ضمن هذا التجمع ويجرون نقاشات حول موضوعات محددة لفترات زمنية طويلة"، فهي عنصر جذب للمسوقين بتمكينهم من الوصول إلى المستهلكين ذوي الاهتمامات المشتركة في قطاعات محددة، والتحديد الدقيق لخصائصهم الديموغرافية، والأفراد الذين يقومون بزيارتها وبقائهم لفترات طويلة داخل هذه المجتمعات عرضة للمواد الإعلانية والتسويقية التي تؤثر في قرار الشراء. (سمية و براهم، 2022، صفحة 607)

ي- خدمة الزبون: وذلك يكون بقدرة المؤسسة على إدارة العلاقة مع الزبون دون وسائط هذا من جهة، ومن جهة أخرى يتطلب التسويق الإلكتروني تقديم مجموعة من الخدمات الإضافية للتحفيز على الشراء (سعيداني و بوعامر، 2018، صفحة 181)، وتمثل خدمة الزبون في العديد من الوظائف مثل إتاحة المنتج، لترويج، تقديم الأسعار، التوزيع وتليبيتها بجودة عالية نظرا للاعتماد على بيانات ومعلومات الزبون في تصميم المنتج وإنتاجه وطرحه إلى السوق. (سمية و براهم، 2022، صفحة 607)

3. القيمة المدركة للعميل:

يعد مفهوم القيمة من المفاهيم المهمة والحديثة نسبيا في أدبيات التسويق المعاصر الذي يعتبر التسويق الوظيفة التي تهتم بخلق قيمة الزبون، ولقد تعددت الآراء حول مفهوم القيمة المدركة حيث عرفت بأنها "نسبة المنافع المستلمة من الشركة إلى التكلفة المضحى بها من قبل العميل" (محمد مسعد و وآخرون، 2022، صفحة 146) كما تمثل القيمة المدركة للزبون تقييما للزبون لما يقوم باستلامه، كأداء المنتج مقارنة بالتكاليف المدفوعة وذلك قياسا إلى العلامات الأخرى. (عبد الأمير حسوني و سرتيل عبد الله، 2022، صفحة 61) وتعد القيمة المدركة أيضا على أنها "تقييم العميل لما تم الحصول عليه (الفوائد المقدمة من الخدمة) وما يقدم (التكاليف أو تضحيات في الحصول على الخدمات واستخدامها)، والقيمة تكون شخصية وتختلف من عميل إلى آخر لذلك ينظر إليها على أنها الحكم الشخصي الذاتي (Aji Setiawan & all, 2022, p. 547) من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن القيمة المدركة هي الفرق بين القيم الكلية التي يتحصل عليها الزبون والتكاليف الكلية التي يتحملها جراء الحصول على منتج ما مقارنة بالمنتجات المنافسة.

4. الإطار التطبيقي للدراسة:

تتضمن الدراسة الميدانية إجراءات الدراسة، إضافة إلى اختبار الفرضيات المتعلقة بمدى مساهمة عناصر المزيج التسويقي في قيمة المدركة للعميل الفنادق السياحية المصنفة بولاية سطيف.

1.4: إجراءات الدراسة:

تناول في هذا العنصر منهج الدراسة، مجتمع الدراسة وعينتها، متغيرات الدراسة والأدوات المستخدمة في قياس هذه المتغيرات.

1.1.4 منهج الدراسة: تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم التطرق في الجزء النظري إلى المنهج الوصفي بتكوين قاعدة نظرية مستقاة من مختلف المراجع، أما الجزء التطبيقي فتم الاعتماد على المنهج التحليلي من خلال القيام بتوزيع استبانة على عينة من عملاء المؤسسات الفندقية المصنفة بولاية سطيف ومعالجة المعلومات المستقاة منه ببرنامج التحليل الإحصائي spss، ومحاولة تحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج يمكن تعميمها.

2.1.4 مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من زبائن الفنادق السياحية المصنفة بولاية سطيف، وقد تم اختيار 95 زبون منها كعينة الدراسة قمنا بتوزيع الاستمارات عليها.

3.1.4 المعالجة الإحصائية: قمنا بعد جمع البيانات من أفراد عينة الدراسة بتحليلها باستخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v22).

4.1.4 أدوات الدراسة: إن أنسب وسيلة لجمع المعلومات الميدانية لتدعيم الجانب النظري هي الاستبيان، حيث تم إعداد استبيان لجمع المعلومات المتعلقة بمتغير بمتغيرات الدراسة موجهة للفئات المحددة في مجتمع وعينة الدراسة وقد بلغ عدد الاستبيانات الموزعة 100 تم استرجاع 95 منها، وبعد فحصها تم قبولها كاملة.

5.1.4 ثبات أداة الدراسة: يدل هذا المقياس على مدى ثبات الأداة المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة، ويكون مقبولا إذا كانت قيمة ألفا كرونباخ (Cronbch alpha) مساوية أو أكبر من 60%، وبالإطلاع على نتائج الاختبار الاحصائي والمقدرة ب 86.4% أن البيانات مناسبة لقياس المتغيرات، وأن الاستبانة تتصف بالاتساق الداخلي، وهو ما يعزز استخدامها في الدراسة، وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول 1 : معامالت الثبات ألفا كرونباخ لجميع محاور الاستبيانات

Alpha de Cronbach	عدد الفقرات	المحاور
0.836	42	المعامل الاجمالي لأبعاد متغير المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي
0.778	10	المعامل الاجمالي لفقرات متغير القيمة المدركة للعميل
0.864	52	الاستبيان ككل

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

2.4. تحليل ووصف العينة:

تم توزيع استمارة الاستبانة على عينة الدراسة، وقد تم تحليل الخصائص الديمغرافية للعينة كما يلي

- نسبة الذكور 68.4 % أكثر من نسبة الإناث وذلك لملل أغلب الرجال للإقامة بالفنادق المصنفة من أجل العمل والسياحة.
- أغلب مرتادي الفنادق بين 40-50 سنة وهو العمر المناسب لرجال الأعمال.
- النسبة الأكبر بزيارة الموقع كانت أكثر من 10 مرات، وهذا راجع للتطور التكنولوجي، واختصار الوقت والمسافات .

2.4 تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات:

1. تقييم إجابات أبعاد التسويق السياحي الإلكتروني: الجدول الموالي يوضح أبعاد التسويق السياحي الإلكتروني:

الجدول 3: تقييم إجابات التسويق السياحي الإلكتروني

مرتفع	م.إ	م.ح	الفقرة
مرتفع	0.68	4.07	المتوسط العام لبعء المنتج السياحي الإلكتروني
مرتفع	0.68	4.07	المتوسط العام لبعء التسعير السياحي الإلكتروني
مرتفع	0.63	4.16	المتوسط العام لبعء التوزيع السياحي الإلكتروني
مرتفع	0.55	4.13	المتوسط العام لبعء الترويج السياحي الإلكتروني
مرتفع	0.60	4.29	المتوسط العام لبعء الموقع الإلكتروني
مرتفع	0.50	4.43	المتوسط العام لبعء الأمن الإلكتروني
مرتفع	0.49	4.39	المتوسط العام لبعء الخصوصية
مرتفع	0.56	4.10	المتوسط العام لبعء التخصيص
مرتفع	0.96	3.92	المتوسط العام لبعء المجتمعات الافتراضية
مرتفع	0.45	4.35	المتوسط العام لبعء خدمة العميل
مرتفع	0.55	4.26	المتوسط العام لبعء القيمة المدركة للعميل

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن نلاحظ ان المتوسط العام لأبعاد التسويق السياحي الإلكتروني ينتمي لمجال الموافقة المرتفع (3.92-4.43) بانحراف معياري (0.50-0.96). وهذا يعكس درجة الموافقة المرتفعة لدى عينة الدراسة حول هذه الأبعاد، كما أن المتوسط العام لبعدها القيمة المدركة للعميل ينتمي لهذا المجال كذلك بقيمة (4.26) بانحراف معياري (0.55)،

2. اختبار الفرضيات:

1.2 الفرضية الرئيسية:

الجدول 4: نتائج اختبار أثر عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي في تحقيق القيمة المدركة

للعامل

المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R-deux)	المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى الدلالة * Sig
القيمة المدركة للعميل	0.63	0.40	الثابت	0.72	0.336
			المنتج السياحي الإلكتروني	-0.09	0.473
			التسعير السياحي الإلكتروني	0.21	0.013
			التوزيع السياحي الإلكتروني	-0.13	0.172
			الترويج السياحي الإلكتروني	0.02	0.817
			الموقع الإلكتروني	0.06	0.500
			الأمن الإلكتروني	0.01	0.887
			الخصوصية	0.11	0.328
			التخصيص	0.02	0.837
			المجتمعات الافتراضية	0.12	0.053
			خدمة العميل	0.46	0.00
ANOVA المعنوية الكلية للنموذج			-	-	0.00

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

يعكس معامل الارتباط (pearson) الذي يقيس القوة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة مجتمعة المتمثلة في أبعاد المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي والمتغير التابع المتمثل في القيمة المدركة للعميل، والذي يساوي (R=0.63) ، وهذه القيمة تدل على أن القوة الارتباطية بين المتغيرين التابع والمستقل قوية، بينما ظهر معامل التحديد الذي يقيس القوة

التفسيرية للنموذج والذي يقيس مدى تفسير أبعاد المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي للتغيرات الطارئة في المتغير التابع المتمثل في القيمة المدركة للعميل ويساوي ($R^2=0.40$)، والباقي تفسره عوامل أخرى خارج النموذج الذي تبينناه. ومن خلال نتائج ($\text{sig}=\text{=}$) الظاهرة في الجدول أعلاه لاختبار (ANOVA) وإذا ما قارناها بمستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ فإننا نلاحظ أن $\text{sig} \leq 0.05$ أي أن النموذج معنوي، وأنه يوجد على الأقل واحد من أبعاد المتغير المستقل يؤثر على المتغير التابع. من خلال النتائج السابقة يمكن أن نقبل الفرضية البديلة H_1 التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المزيج التسويقي الإلكتروني السياحي في الفنادق محل الدراسة في تحقيق القيمة المدركة للعميل. وبالتالي يتم إثبات صحة الفرضية الرئيسية لهذا النموذج. وبذلك تكون معادلة نموذج الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = k + 0.46(\text{خدمة العميل}) + 0.21(\text{التسعير الإلكتروني السياحي}) = \text{القيمة المدركة للعميل}$$

2.2 الفرضيات الفرعية:

أ. الفرضية الأولى:

الجدول 5: نتائج اختبار أثر المنتج السياحي الإلكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل

المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R-deux)	المتغير المستقل	معامل الانحدار B	مستوى الدلالة * Sig
القيمة المدركة للعميل	0.22	0.04	الثابت	3.18	0.00
			المنتج السياحي الإلكتروني	0.26	0.03

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

من خلال نتائج الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الارتباط للبعد "المنتج السياحي الإلكتروني" و"القيمة المدركة للعميل" قد بلغت ($R=0.22$)، وهذه القيمة تدل على أن القوة الارتباطية بين المتغيرين التابع والمستقل ضعيفة، بينما ظهر معامل التحديد الذي يقيس القوة التفسيرية للنموذج البسيط بقيمة ($R^2=0.04$) وهذا يعني أن (0.4%) فقط من التغيرات الحاصلة في القيمة المدركة للعميل تفسرها التغيرات الحاصلة في المنتج السياحي الإلكتروني، والباقي تفسرها متغيرات لم يتم إدراجها في نموذج الدراسة. كما كانت قيمة معامل الانحدار ($B=0.26$) وهي قيمة دالة إحصائية، حيث قيمة مستوى المعنوية ($\text{sig}=0.03$) وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، وعليه نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية

البديلة H_1 ، التي تنص على انه :يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمنتج السياحي الالكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل في الفنادق عينة الدراسة. وبذلك تكون معادلة نموذج الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 3.18 + (\text{المنتج السياحي الالكتروني}) \cdot 0.26 = (\text{القيمة المدركة للعميل})$$

ب. الفرضية الثانية:

الجدول 6: نتائج اختبار أثر التسعير السياحي الالكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل

مستوى الدلالة * Sig	معامل الانحدار	المتغير المستقل	معامل التحديد (R-deux)	معامل الارتباط (R)	المتغير التابع
0.00	2.94	الثابت	0.15	0.39	القيمة المدركة للعامل
0.00	0.32	التسعير السياحي الالكتروني			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط للبعد "التسعير السياحي الالكتروني" و"القيمة المدركة للعميل" قد بلغت ($R=0.39$)، وهذه القيمة تدل على أن القوة الارتباطية بين المتغيرين التابع والمستقل ضعيفة، بينما ظهر معامل التحديد الذي يقيس القوة التفسيرية للنموذج البسيط بقيمة ($R^2=0.15$) وهذا يعني أن (1.5%) من التغيرات الحاصلة في القيمة المدركة للعميل تفسرها التغيرات الحاصلة التسعير السياحي الالكتروني، والباقي تفسرها متغيرات لم يتم إدراجها في نموذج الدراسة، كما كانت قيمة معامل الانحدار ($B=0.32$) وهي قيمة دالة احصائيا، حيث قيمة مستوى المعنوية ($\text{sig}=0.00$) وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ ، أي أن الزيادة في قيمة التسعير السياحي الالكتروني بوحدة واحدة يؤدي إلى زيادة في متغير القيمة المدركة للعميل 0.32 وعليه نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، التي تنص على انه :يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسعير السياحي الالكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل في الفنادق عينة الدراسة.

وبذلك تكون معادلة نموذج الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 2.94 + (\text{التسعير السياحي الالكتروني}) \cdot 0.32 = (\text{القيمة المدركة للعميل})$$

ج. الفرضية الثالثة:

الجدول 7: نتائج اختبار أثر التوزيع السياحي الإلكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل

المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R-deux)	المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى الدلالة * Sig
القيمة المدركة للعميل	0.00	0.00	الثابت	4.19	0.00
			التوزيع السياحي الإلكتروني	0.01	0.84

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

يتبين أن قيمة معامل الارتباط للبعد "التوزيع السياحي الإلكتروني" و"القيمة المدركة للعميل" قد بلغت ($R=0.00$) ، وهذه القيمة تدل على أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين التابع والمستقل، بينما ظهر معامل التحديد الذي يقيس القوة التفسيرية للنموذج البسيط بقيمة ($R^2=0.00$) وهذا يعني أن "التوزيع السياحي الإلكتروني" لا يفسر أي من التغيرات الحاصلة في القيمة المدركة للعميل، وقيمة معامل الانحدار ($B=0.01$) وهي قيمة غير دالة احصائياً، حيث قيمة مستوى المعنوية ($sig=0.84$) وهي أكبر من مستوى الدلالة $\alpha=0.05$. وعليه نقبل الفرضية الصفرية H_0 ونرفض الفرضية البديلة H_1 ، أي أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوزيع السياحي الإلكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل في الفنادق عينة الدراسة.

د. الفرضية الرابعة:

الجدول 8: نتائج اختبار أثر الترويج السياحي الإلكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل

المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R-deux)	المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى الدلالة * Sig
القيمة المدركة للعميل	0.31	0.09	الثابت	2.97	0.00
			الترويج السياحي الإلكتروني	0.31	0.00

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

يتضح أن قيمة معامل الارتباط للبعد "الترويج السياحي الإلكتروني" و"القيمة المدركة للعميل" قد بلغت ($R=0.31$) ، وهذه القيمة تدل على أن القوة الارتباطية بين المتغيرين التابع والمستقل ضعيفة، بينما ظهر معامل التحديد الذي يقيس القوة التفسيرية للنموذج البسيط بقيمة ($R^2=0.09$) وهذا يعني أن (0.9%) فقط من التغيرات الحاصلة في القيمة المدركة

لعمليل تفسرها التغيرات الحاصلة في الترويج السياحي الالكتروني، والباقي تفسرها متغيرات لم يتم إدراجها في نموذج الدراسة. كما كانت قيمة معامل الانحدار ($B=0.31$) وهي قيمة دالة احصائيا، حيث قيمة مستوى المعنوية ($sig=0.00$) وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، أي أن الزيادة في قيمة الترويج السياحي الالكتروني بوحدة واحدة يؤدي إلى زيادة في متغير القيمة المدركة للعمليل ب0.31. وعليه نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، التي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للترويج السياحي الالكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعمليل في الفنادق عينة الدراسة.

وبذلك تكون معادلة نموذج الانحدار الخطي البسيط

$$Y = 2.97 + (\text{الترويج السياحي الالكتروني}) \cdot 0.31 = (\text{القيمة المدركة للعمليل})$$

هـ. الفرضية الخامسة:

الجدول 9: نتائج اختبار أثر الموقع الالكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعمليل

المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R-deux)	المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى الدلالة * Sig
القيمة المدركة للعمليل	0.38	0.14	الثابت	2.75	0.00
			الموقع الالكتروني	0.35	0.00

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

من خلال نتائج الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الارتباط للبعد "الموقع الالكتروني" و"القيمة المدركة للعمليل" قد بلغت ($R=0.38$)، وهذه القيمة تدل على أن القوة الارتباطية بين المتغيرين التابع والمستقل ضعيفة، بينما ظهر معامل التحديد الذي يقيس القوة التفسيرية للنموذج البسيط بقيمة ($R^2=0.14$) وهذا يعني أن (1.4%) فقط من التغيرات الحاصلة في القيمة المدركة للعمليل تفسرها التغيرات الحاصلة في الموقع الالكتروني، والباقي تفسرها متغيرات لم يتم إدراجها في نموذج الدراسة. وقيمة معامل الانحدار ($B=0.35$) وهي قيمة دالة احصائيا، حيث قيمة مستوى المعنوية ($sig=0.00$) وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، أي أن الزيادة في قيمة متغير الموقع الالكتروني بوحدة واحدة يؤدي إلى زيادة في القيمة المدركة للعمليل ب0.35 وعليه نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، التي تنص

على انه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للموقع الإلكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل في الفنادق عينة الدراسة. وبذلك تكون معادلة نموذج الانحدار الخطي البسيط

$$Y(\text{القيمة المدركة للعميل}) = 0.35(\text{الموقع الإلكتروني}) + 2.75$$

و. الفرضية السادسة:

الجدول 10: نتائج اختبار أثر الأمن الإلكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل

المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R-deux)	المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى الدلالة * Sig
القيمة المدركة للعميل	0.18	0.03	الثابت	3.37	0.00
			الأمن الإلكتروني	0.2	0.07

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

من خلال نتائج الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الارتباط للبعد "الأمن الإلكتروني" و"القيمة المدركة للعميل" قد بلغت ($R=0.18$)، وهذه القيمة تدل على أن القوة الارتباطية بين المتغيرين التابع والمستقل ضعيفة جدا، بينما ظهر معامل التحديد الذي يقيس القوة التفسيرية للنموذج البسيط بقيمة ($R^2=0.03$) وهذا يعني أن (0.4%) فقط من التغيرات الحاصلة في القيمة المدركة للعميل تفسرها التغيرات الحاصلة في متغير الأمن الإلكتروني، والباقي تفسرها متغيرات لم يتم إدراجها في نموذج الدراسة. أما قيمة معامل الانحدار ($B=0.2$) وهي قيمة غير دالة إحصائيا، حيث قيمة مستوى المعنوية ($\text{sig}=0.07$) وهي أكبر من مستوى الدلالة $\alpha=0.05$. وعليه نقبل الفرضية الصفرية H_0 نرفض الفرضية البديلة H_1 ، أي أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمن الإلكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل في الفنادق عينة الدراسة.

ز. الفرضية السابعة:

الجدول 11: نتائج اختبار أثر الخصوصية في تحقيق القيمة المدركة للعميل

المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R-deux)	المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى الدلالة * Sig
القيمة المدركة للعميل	0.29	0.08	الثابت	2.81	0.00
			الخصوصية	0.33	0.00

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

من خلال نتائج الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الارتباط للبعد "الخصوصية" و"القيمة المدركة للعميل" قد بلغت ($R=0.29$) ، وهذه القيمة تدل على أن القوة الارتباطية بين المتغيرين التابع والمستقل ضعيفة، بينما ظهر معامل التحديد الذي يقيس القوة التفسيرية للنموذج البسيط بقيمة ($R^2=0.08$) وهذا يعني أن (0.8%) فقط من التغيرات الحاصلة في القيمة المدركة للعميل تفسرها التغيرات الحاصلة في متغير الخصوصية، والباقي تفسرها متغيرات لم يتم إدراجها في نموذج الدراسة، وكانت قيمة معامل الانحدار ($B=0.33$) وهي قيمة دالة احصائيا، حيث قيمة مستوى المعنوية ($sig=0.00$) وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، أي أن الزيادة في قيمة المنتج السياحي الإلكتروني بوحدة واحدة يؤدي إلى زيادة في متغير القيمة المدركة للعميل ب0.33 وعليه نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخصوصية في تحقيق القيمة المدركة للعميل في الفنادق عينة الدراسة. وبذلك تكون معادلة نموذج الانحدار الخطي البسيط

$$Y(\text{القيمة المدركة للعميل}) = 2.81 + 0.33(\text{الخصوصية})$$

ح. الفرضية الثامنة:

الجدول 12: نتائج اختبار أثر التخصيص في تحقيق القيمة المدركة للعميل

المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R-deux)	المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى الدلالة * Sig
القيمة المدركة للعميل	0.01	0.00	الثابت	4.33	0.00
			التخصيص	-0.01	0.88

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

وجدنا أن قيمة معامل الارتباط للبعد "التخصيص" و"القيمة المدركة للعميل" قد بلغت ($R=0.01$) ، وهذه القيمة تدل على أن القوة الارتباطية بين المتغيرين التابع والمستقل منعدمة، بينما ظهر معامل التحديد الذي يقيس القوة التفسيرية للنموذج البسيط بقيمة ($R^2=0.00$) وهذا يعني أن بعد التخصيص لا يفسر أي من التغيرات الحاصلة في القيمة المدركة للعميل. كما كانت قيمة معامل الانحدار ($B=-0.01$) وهي قيمة غير دالة احصائيا، حيث قيمة مستوى المعنوية ($sig=0.88$) وهي أكبر من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وعليه نقبل الفرضية الصفرية H_0 ونرفض الفرضية البديلة H_1 ، أي أنه:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتخصيص في تحقيق القيمة المدركة للعميل في الفنادق عينة الدراسة.
ط. الفرضية التاسعة:

الجدول 13: نتائج اختبار أثر المجتمعات الافتراضية في تحقيق القيمة المدركة للعميل

المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R-deux)	المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى الدلالة * Sig
القيمة المدركة للعميل	0.24	0.06	الثابت	3.71	0.00
			المجتمعات الافتراضية	0.14	0.01

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

من خلال نتائج الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الارتباط للبعد "المجتمعات الافتراضية" و"القيمة المدركة للعميل" قد بلغت (R=0.24) ، وهذه القيمة تدل على أن القوة الارتباطية بين المتغيرين التابع والمستقل ضعيفة جدا، بينما ظهر معامل التحديد الذي يقيس القوة التفسيرية للنموذج البسيط بقيمة (R²=0.06) وهذا يعني أن (0.6%) فقط من التغيرات الحاصلة في القيمة المدركة للعميل تفسرها التغيرات الحاصلة للمجتمعات الافتراضية، والباقي تفسرها متغيرات لم يتم إدراجها في نموذج الدراسة ، كما كانت قيمة معامل الانحدار (B=0.14) وهي قيمة دالة احصائيا، حيث قيمة مستوى المعنوية (sig=0.01) وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، أي أن الزيادة في قيمة المجتمعات الافتراضية بوحدة واحدة يؤدي إلى زيادة في متغير القيمة المدركة للعميل ب0.14. وعليه نرفض الفرضية الصفرية H₀ ونقبل الفرضية البديلة H₁، التي تنص على انه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمجتمعات الافتراضية في تحقيق القيمة المدركة للعميل في الفنادق عينة الدراسة. وبذلك تكون معادلة نموذج الانحدار الخطي البسيط

$$Y = 3.71 + (\text{المجتمعات الافتراضية}) \times 0.14 = (\text{القيمة المدركة للعميل}) \times Y$$

ي. الفرضية العاشرة:

الجدول رقم (14): نتائج اختبار أثر خدمة العميل في تحقيق القيمة المدركة للعميل

المتغير التابع	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R-deux)	المتغير المستقل	معامل الانحدار	مستوى الدلالة * Sig
القيمة المدركة للعميل	0.49	0.24	الثابت	1.64	0.00
			خدمة العميل	0.60	0.00

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss.22

من خلال نتائج الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الارتباط للبعد "خدمة العميل" و"القيمة المدركة للعميل" قد بلغت ($R=0.49$) ، وهذه القيمة تدل على أن القوة الارتباطية بين المتغيرين التابع والمستقل متوسطة نوعا ما، بينما ظهر معامل التحديد الذي يقيس القوة التفسيرية للنموذج البسيط بقيمة ($R^2=0.24$) وهذا يعني أن (24%) من التغيرات الحاصلة في القيمة المدركة للعميل تفسرها التغيرات الحاصلة خدمة العميل ، والباقي تفسرها متغيرات لم يتم إدراجها في نموذج الدراسة. ومعامل الانحدار قدر ب ($B=0.60$) وهي قيمة دالة احصائيا، حيث قيمة مستوى المعنوية ($sig=0.00$) وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ ، أي أن الزيادة في قيمة خدمة العميل بوحدة واحدة يؤدي إلى زيادة في متغير القيمة المدركة للعميل ب0.60. وعليه نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخدمة العميل في تحقيق القيمة المدركة للعميل في الفنادق عينة الدراسة.

وبذلك تكون معادلة نموذج الانحدار الخطي البسيط :

$$Y(القيمة المدركة للعميل) = 1.64 + (خدمة العميل) 0.60 = Y$$

5. خاتمة:

من الصعب تقييم القيمة المدركة خاصة مع المنتجات التكنولوجية المعقدة، فمن الناحية الرسمية فإن القيمة المدركة هي جميع الفوائد المختلفة التي اكتسبها العملاء من شراء المنتج واستخدامه وكذلك جميع التكاليف المختلفة التي تم دفعها، هذه ليست مجرد فوائد وتكاليف مالية، ولكنها أيضا أنواع نفسية واجتماعية وعاطفية وأنواع أخرى من الفوائد والتكاليف، ويتم تحقيقها من خلال تطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني السياحي والتي من أهمها عناصر المزيج التسويقي في المؤسسات السياحية، ومن خلال الدراسة التطبيقية تم التوصل إلى النتائج التالية:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من المنتج الإلكتروني السياحي، التسعير الإلكتروني السياحي، الترويج الإلكتروني السياحي، الموقع الإلكتروني، الخصوصية، المجتمعات الافتراضية، خدمة العميل والقيمة المدركة للعميل عند مستوى دلالة $\alpha > 0.05$ ؛
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من التوزيع الإلكتروني، الأمن الإلكتروني، التخصص، والقيمة المدركة للعميل عند مستوى دلالة $\alpha > 0.05$ ؛ ويرجع ذلك لعدم تبني

الفنادق محل الدراسة لبرامج إدارة قنوات التوزيع لوجود اشتراكات مرتفعة السعر، وعدم ثقة الزبون في البنية التحتية التكنولوجية والأنظمة والبرامج المطبقة من الناحية الأمنية خاصة المعاملات المالية الإلكترونية، وعدم تطبيق برامج من قبل الفنادق لمعرفة تفضيلات ورغبات واحتياجات السائح التي تعتبر جوهر التسويق الإلكتروني السياحي وإشباعها في كل مرة يزور السائح الفندق وبالتالي تحقيق رضاه وكسب قيمة مدركة له .

● لا زالت الفنادق في الجزائر تعاني من نقائص ومشاكل عديدة تعيق التطبيق الفعال للتسويق الإلكتروني من أهمها:

- غياب ثقافة التعامل الإلكتروني بين الفنادق والزبون فيما يخص الخدمات المتوفرة عبر الموقع؛
- مشكل الثقة لدى الزبون في أمن وسرية التعاملات الإلكترونية؛
- صعوبة تتبع التطور التكنولوجي؛
- عدم تفعيل الموقع بصورة متكررة ومواكبة التطورات الحاصلة على المستوى العالمي.

6. قائمة المراجع

1. Aji Setiawan, R., & all. (2022). The Effect of Electronic Service Quality and Perceived Value on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as a Mediating Variable for Participants in BPJamsostek Medan City Branch. *International Journal of Research and Review* , 09 (08).
2. Khamusali Okwemba, R., & Nambiro, A. (2020). Emerging Trends In E-Tourism and Its Impact on Tourism Sector. *International Journal of Scientific Research in Science, Engineering and Technology* , 7 (5).
3. Niziaieva, V., & all. (2022). Balancing Interests in the Field of Tourism Based on Digital Marketing Tools. *Journal of Information Technology Management , Special Issue* (14).
4. . نعمة كاظم, إ. (2018). العلاقة التكاملية بين كلف التحول، القيمة المدركة، ورضا الزبون وتأثيرها على إلتزام الزبون :دراسة تحليلية في المصارف الأهلية العاملة في محافظة الديوانية .مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية . 341، (10)03 ,
5. Bouali, S. D. (2020). CONSUMER PREFERENCES AND FUTURE IMPACT ON THE ALGERIAN CAR MARKET. *Academy of Marketing Studies Journal*, 24(1), 1-9.

6. Hasouneh, A., & Abu Alzeat, H. (2020). A framework for Tourism electronic marketing in Jordan. *Journal of Innovations in Digital Marketing* , 01 (01).
7. Khan, A., & all. (2022). Adoption of Digital Marketing Strategies in Tourism Industry: A Case Study of Pakistan. *Jurnal Cendekia Ilmiah* , 1 (03).
8. اسماعيل ح & .، بن نافلة ق. (2021). أهمية تطبيقات التسويق الإلكتروني في الوكالات السياحية الجزائرية في ظل ازمة جائحة كورونا. *مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية* . (07) 02 ,
9. العبي حسون ع & .، علي العامري س. (2022). تأثير التسويق الأخضر في القيمة المدركة للزبون دراسة تطبيقية في مستشفى الصدر التعليمي. *مجلة كلية دجلة الجامعة دراسات ادارية ومحاسبية* 05 , (01), 161.
10. القري ع ا. & .، شتراوي آ. (2021). مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل السياحي. *مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية تجرية وكالة Booking- للسفر عبر الانترنت* , (02) 05 - , 290.
11. بوزورة ل. (2020). واقع المزيج التسويقي السياحي الإلكتروني في الوكالات السياحية بولاية برج بوعريش. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية* . (03) 12 ,
12. بوعونية س. (2016). متطلبات تفعيل التسويق السياحي الإلكتروني لتنمية السياحة في الجزائر. *مجلة جديد الاقتصاد* . 11 ,
13. بولعونات ح. (2021). تبني تطبيقات التسويق الإلكتروني لتدعيم الصناعة الفندقية في الجزائر. *مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة* . (02) 04 ,
14. جاسم زعلان ع & .، حميد كاظم ح. (2022). دور التسويق الترابطي في تعزيز القيمة المدركة لزبون المصرف دراسة مقارنة لعينة من المدراء والعاممين وزبائن المصارف الحكومية والأهلية في محافظة كربلاء المقدسة. *المجلة العراقية للعلوم الإدارية* . (14) 56 ,
15. حراث س & .، بلحيمر ب. (2022). التسويق الإلكتروني في المؤسسات الخدمية-دراسة حالة فندق MERCURE الجزائر والوكالة السياحية LUXURY TRAVEL. *مجلة أفاق علوم الإدارة والاقتصاد* . (01) 06 ,
16. حوت ف & .، محاشف م. (2020). فعالية التسويق السياحي الإلكتروني في صناعة السياحة في الجزائر. *مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية* . (02) 04 , 248-249.
17. خطابت أ. (2022). التسويق السياحي الألكتروني في المؤسسات السياحية الجزائرية (الواقع والآفاق). *مجلة دفاتر اقتصادية* . (01) 13 ,
18. خطابت أ. (2022). التسويق السياحي الإلكتروني في المؤسسات السياحية الجزائرية (الواقع والآفاق). *مجلة دفاتر اقتصادية* . (01) 13 ,

19. رقاد, ص. (2021). أثر القيمة المدركة على تحقيق ولاء الزبون: دراسة حالة متعامل الهاتف النقال موبيليس بسطيف. الباحث الاقتصادي. (08) 01 ,
20. زيدان, ع. ا. (2019). التسويق الإلكتروني كمدخل لتحقيق الريادة للمؤسسات السياحية. مجلة الدراسات المحاسبية والمالية المتقدمة. (01) 03 ,
21. سعيداني, م & ., بوعامر, ع. (2018). إتجاهات مستخدمي الأنترنت في الجزائر نحو التسويق الإلكتروني-دراسة ميدانية. -أبحاث إقتصادية معاصرة. (01)
22. عبد الأمير حسوني, أ & ., سرتيل عبد الله, أ. (2022). أثر التسويق الشمولي على القيمة المدركة للزبون دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين والزائرين في شركتي زين وآسيا سيل للاتصالات المتنقلة في العراق. مجلة مركز دراسات الكوفة. (01) 64 ,
23. محمد مسعد, م & ., وآخرون. (2022). القيمة المدركة وأثرها في رضا العميل عن خدمة حجز تذاكر الطيران. (3) 22 .
24. يوسف كافي, م. (2019). التسويق السياحي الإلكتروني وأثر الاتصالات التسويقية الإلكترونية في إستقطاب السياح. الوراق للنشر والتوزيع.

دراسة تحليلية لكيفية إدارة نفايات EPH-KAIS ومدى مطابقتها مع نظام الإدارة البيئية الايزو 14001.

Analytical study of how EPH-KAIS wastes are managed and how closely they comply with the ISO14001 environmental management system.

عماد الدين مصباح
Mosbah Imad Eddine

رفيق نزاري
Nezzari Rafik

* راضية مكرسي
Mekersi Radhia

جامعة عباس لغرور-خنشلة

جامعة عباس لغرور-خنشلة

جامعة عباس لغرور-خنشلة

Mosbah.imadeddin@univ-khenchela.dz

Nezzari.rafek@univ-khenchela.dz

Mekersi.radhia@univ-khnchela.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/25

تاريخ الاستلام: 2023/01/31

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز كيفية إدارة نفايات EPH-KAIS ، ومدى مطابقتها مع نظام الإدارة البيئية الايزو 14001 كونها من أكبر المنتجين للنفايات الطبية الخطرة، مستخدمين في ذلك المنهج الوصفي التحليلي للإلمام بجميع الجوانب النظرية لكل من النفايات الطبية وطرق تسييرها، نظام الإدارة البيئية الايزو 14001، وكذا لتحليل المعلومات والبيانات المتحصل عليها خلال الدراسة الميدانية، ولقد خلصت الدراسة إلى ان هناك تطابق إلى حد ما بين تسيير نفايات المؤسسة مع عناصر نظام الإدارة البيئية الايزو 14001. كما نهت الدراسة على ضرورة تشجيع المؤسسات العمومية للحصول على شهادات الايزو 14001 لتحفيزها على التنافس والعمل أكثر في مجال تسيير النفايات وإدراج الاعتبارات البيئية ضمن سياساتها الإدارية.

الكلمات المفتاحية: تسيير النفايات، نظام الإدارة البيئية، الايزو 14001، مؤسسة استشفائية.

تصنيف IEL: R12.O50

Abstract :

This study aimed to highlight how EPH-KAIS wastes are managed and compatibility with the ISO14001 environmental management system, being one of the largest producers of hazardous medical wastes, using in that analytical descriptive approach for all theoretical aspects of both medical wastes and its management methods, the environmental management system, and to analyse information and data obtained the field study. The study concluded that there was some conformity between the management of the enterprise's waste and the elements of the environmental management system, also warned that public institutions should be encouraged to obtain ISO14001 certification to motivate them to compete and work more in the field of waste management and to include environmental considerations in its management policies.

Key words: Wastes management, Environmental management system, ISO14001, Hospital Institution.

Classification JEL: Q50,R12

1. مقدمة:

لقد كانت للإنسان حاجات منذ تواجدته رأى أن يلبئها من خلال استغلاله للبيئة المحيطة به، الأمر الذي ساهم بشكل متواصل في استنزاف الموارد الطبيعية باعتبارها المادة الأولية لتلبية تلك الحاجات، فتباينت الفجوة بين حاجات الإنسان وطرق إشباعها، وكنتيجة للتطور التكنولوجي والصناعي المتسارع الذي كان له آثار ومخلفات ونفايات بشتى أنواعها، باتت تهدد البيئة والإنسان على حد سواء، كان لابد من إيجاد حلول وطرق التسيير المستحدثة، وذلك بالتوازي مع الحفاظ على البيئة كونها مصدر ومتلقي تلك الأنشطة.

وكان نظام الإدارة البيئية الايزو 14001 إحدى تلك الأدوات والذي تلجأ المؤسسات لتبنيه من اجل إدراج الاعتبارات البيئية في نشاطاتها المختلفة، كذلك يعتبر وسيلة فعالة وعملية ليس فقط في الخطط والسياسات ولكن أيضا في السلوك والثقافة الإدارية للمؤسسات العامة والخاصة على حد سواء.

ولما كانت الأنشطة الاستشفائية وما ينتج عنها من مخلفات ونفايات بالغة الخطورة تهدد البيئة وصحة الإنسان، ما استدعى العمل على وضع اطر ونظم مختلفة تتفاعل فيما بينها من اجل إدارة وتسيير أمثل ومستدام لتلك النواتج، وبالشكل الذي يضمن الأمن والسلامة والاستدامة، وبما يحقق التوازن البيئي.

تعتبر المؤسسة العمومية الاستشفائية "حيحي عبد المجيد" بقايس-ولاية خنشلة مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تخضع لقوانين وتشريعات وضوابط تسييرية، وتعنى بكل ما يخص حماية البيئة، وذلك كونها موجودة في بيئة تتفاعل معها تؤثر وتتأثر بها، وهي منتجة للنفايات الاستشفائية.

الإشكالية: من خلال كل ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية: ما مدى مطابقة إدارة نفايات

المؤسسة العمومية الاستشفائية "حيحي عبد المجيد" لنظام الإدارة البيئية الايزو 14001؟

الفرضيات: للإجابة على هذه الإشكالية تم وضع الفرضيات التالية:

- تتم إدارة وتسيير نفايات المؤسسة العمومية الاستشفائية "حيحي عبد المجيد" وفق المعايير المراعية للبيئة وحمايتها.

- هناك مطابقة بين إدارة وتسيير نفايات المؤسسة العمومية الاستشفائية "حيحي عبد المجيد"

ونظام الإدارة البيئية الايزو 14001.

أهداف الدراسة:

يمكن تلخيص اهداف الدراسة في النقاط التالية:

- التعرف على مدى تداخل عناصر الدراسة فيما بينها، ودرجة الترابط بينهم؛
- مدى مطابقة إدارة نفايات المؤسسة العمومية الاستشفائية "حيحي عبد المجيد" مع نظام الإدارة البيئية الايزو 14001؛

- آفاق وسبل الاستغلال الأمثل والمستدام للطرق الممكن تنفيذها طبقا للواقع والإمكانات.
منهجية الدراسة:

لقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وذلك لوصف والإمام بجميع جوانب الدراسة النظرية، والمنهج التحليلي لتحليل البيانات والمعلومات مستخدمين في ذلك جميع الطرق العلمية من مقابلة وملاحظة مباشرة ومعاينة.

الدراسات السابقة:

* دراسة حشلاف حياة، بعنوان: "انعكاسات تبني المسؤولية البيئية في المؤسسة على الأساليب المتبعة في تسيير النفايات الصناعية (مؤسسة كوسيدار نموذجاً)"، والتي خلصت الباحثة إلى أن المؤسسة محل الدراسة دمجت إلى حد متقدم النظام البيئي ضمن نظامها الإداري الذي تحلى بسلسلة المواصفات الدولية الايزو 14001، ومختلف الإجراءات والممارسات الواجب إتباعها من اجل المحافظة على البيئة والتسيير الجيد للنفايات.

* دراسة أمالشرراوي، عثمان محادي وسعيدة بغريش، بعنوان: "الاستخدام المتكامل لمواصفة الايزو 14001 في المؤسسة الاقتصادية كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة-تجارب لبعض المؤسسات المطبقة لمواصفة الايزو 14001"، وخلص الباحثين الى أن من طرق تحقيق الأهداف هو توجيه المؤسسات الاقتصادية لتطبيق أنظمة الإدارة البيئية والحصول على شهادة الايزو 14001 كونها تمكنهم من تحديد الأنشطة البيئية التي تعظم القيمة ومن تقييم فاعلية الإجراءات الخاصة بوضع السياسات والأهداف البيئية والقدرة على التوافق معها.

2. الدراسة النظرية.

مع تفاقم المشاكل البيئية واستغلال الإنسان المفرط وغير العقلاني لعناصر البيئة وما نجم عنه من تلوث ونضوب ونفايات، فرضت التنمية المستدامة نفسها وباتت ضرورة ملحة وجب التقيد بأبعادها، ومنذ ظهورها تعددت تعاريفها، فقد عرفتها الأمم المتحدة بأنها: "التنمية التي

تلبي احتياجات الجيل الحالي دون الإضرار بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها الخاص". (جمال، 2016، صفحة 56)

وعرفها الاتحاد العالمي للحفاظ على الطبيعة سنة 1980 بأنها: "التنمية التي تأخذ في الاعتبار البيئة والاقتصاد والمجتمع". (بدران، 2014، صفحة 86)

كذلك تم تعريفها على أنها: "التنمية المستمرة والعادلة والمتوازنة والمتكاملة والتي تراعي البعد البيئي في جميع مشروعاتها والتي لا تجني الثمار للأجيال الحالية على حساب الأجيال القادمة". (الوهاب، 2019، صفحة 192)

مما سبق نجد أن التنمية المستدامة تعني أن نكون عادلين مع الأجيال القادمة وذلك بضمان حقوقها من الموارد والثروات الطبيعية عند قيامنا بإشباع رغباتنا واحتياجاتنا، وان نراعي البعد البيئي في نشاطاتنا المختلفة ولتحقيق ذلك لابد من تحقيق أهداف نذكر منها:

- أن نتسم بالرشادة في الاستخدام للموارد غير المتجددة كالماء، الغاز، النفط....؛

-مراعاة القدرة المحدودة للبيئة على استيعاب النفايات.

1.2. النفايات الطبية وطرق تسييرها.

بالحديث عن النفايات أو المخلفات بشتى أنواعها والتي تتكون نتيجة قيام الإنسان باستهلاك الموارد الطبيعية في سبيل إشباع رغباته، نصل إلى النفايات الطبية أو الاستشفائية التي لا تمثل ضررا على صحة الإنسان فحسب بل تعتبر سببا للأمراض التي تحدث في الأوساط الاستشفائية وذلك بفعل خاصيتها السامة والمعدية.

أ. مفهوم النفايات الطبية: لقد أشار المشرع الجزائري في الفقرة الثانية من المادة الثالثة من القانون رقم 01-19 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتعلق بتسيير النفايات ومعالجتها ومراقبتها، إلى تعريف النفايات على أنها: "كل البقايا الناتجة عن عملية الإنتاج أو تحويل أو الاستعمال وبصفة اعم كل مادة أو منتج وكل منقول يقوم المالك أو الحائز بالتخلص منه أو قصد التخلص منه، أو يلزم التخلص منه أو بإزالته"

أما كلمة نفايات طبية والتي تعرف أيضا باسم نفايات النشاطات العلاجية أو النفايات الاستشفائية فتعبر عن: "مجموع النفايات الناجمة عن عمل مؤسسة علاجية على مستوى كل مصالح الاستشفاء، العلاج، المعاينة والمخابر المختلفة". (المستشفيات، 2008)

وتعرف منظمة الصحة العالمية النفايات الطبية بأنها: "تشمل جميع النفايات الناتجة عن مؤسسات الرعاية الصحية، ومراكز البحث والمختبرات، بالإضافة إلى ذلك تشمل النفايات الناشئة عن المصادر الثانوية أو المتفرقة مثل ما ينتج عن الرعاية الصحية للأشخاص في المنزل (عمليات غسيل الكلى وحقن الأنسولين...)". (غضبان، 2018، صفحة 163)

وبالتالي يمكن لنا القول أن النفايات الطبية أو نفايات النشاطات العلاجية هي كل ما ينتج عن النشاطات الاستشفائية والطبية والتي تؤدي إلى تلوث البيئة وإلحاق الأضرار البالغة بصحة الكائنات الحية.

أما في التشريع الجزائري المحلي المرتبط بتسيير نفايات النشاطات العلاجية المرسوم التنفيذي رقم (03-478) فقد صنفت نفايات النشاطات الاستشفائية إلى ثلاث أصناف وهي: (بوجعداد و الأمين، 2008، صفحة 168)

* **النفايات المتكونة من الأعضاء الجسدية**: وتوصف بأنها كل النفايات المتكونة من الأعضاء الجسدية والنفايات الناجمة عن العمليات الخطيفة البشرية الناتجة عن قاعات العمليات الجراحية وقاعات الولادة وطب النساء.

* **النفايات المعدية**: توصف بأنها النفايات التي تحتوي على جسيمات دقيقة أو على سميات التي تضر بالصحة البشرية.

* **النفايات السامة**: والمتكونة من النفايات والبقايا والمواد التي انتهت مدة صلاحيتها من المواد الصيدلانية والكيميائية والمخبرية والنفايات التي تحتوي على تركيزات عالية من المعادن الثقيلة والأحماض والزيوت المستعملة والمذيبات.

الملاحظ على التصنيف أن المرسوم التنفيذي لم يذكر الصنف الأكبر من نفايات المنشآت الصحية التي تشبه النفايات المنزلية والتي ألزمها بتسييرها، وكذا النفايات الإشعاعية العلاجية التي استثناها من القانون رقم 01-19 المتعلق بتسيير النفايات ومراقبتها وإزالتها كونها ذات اطر وإجراءات خاصة.

وتقدر نسب أصناف نفايات النشاطات الاستشفائية عموما ب 70% نفايات شبيهة بالنفايات المنزلية، و24% نفايات معدية، و4.8% نفايات سامة والباقي عبارة عن نفايات خاصة.

ب. طرق تسيير النفايات الطبية: نظرا للطبيعة الخطرة أو البالغة الخطورة للنفايات الطبية، يقع على عاتق مؤسسات الرعاية الصحية والمستشفيات مسؤوليات فيما يتعلق بطرق تسييرها للنفايات المنتجة من قبلها، حيث تعتبر إدارة النفايات الطبية جزء من النظام الإداري البيئي والذي يشمل عمليات الرقابة والمراقبة، تجميع، نقل، معالجة والتخلص النهائي من النفايات الطبية.

تمر عملية تسيير النفايات الطبية بمراحل يمكن إيجازها في النقاط التالية: (عمار، جمعة، و احلام، 2019، الصفحات 55-59)

ب.1. عملية الفرز والفصل: ويقصد به الفصل بين أنواع النفايات من نفس الطبيعة المادية أو القانونية، حيث يتم تمييزها بلون وإشارة معينة وفق التنظيم الموحد.

ب.2. عملية التجميع والتخزين: يتم في هذه العملية تجميع النفايات الخاصة في محلات التجميع، مهينة ومنجزة لذات الغرض، لها القدرة على الاستيعاب والحفظ والأمن.

ب.3. عملية النقل: عملية نقل النفايات الخاصة الخطرة والمعدية في الوسط الصحي تحتوي على مرحلتين، الأولى من مكان الإنتاج إلى مركز التجميع، والثانية من مركز التجميع على مركز أو وحدة المعالجة.

ب.4. عملية المعالجة: كل الإجراءات العملية التي تسمح بتثمين النفايات وتخزينها وإزالتها بطريقة تضمن حماية الصحة العمومية و /أو البيئية من الآثار الضارة التي قد تسببها هذه النفايات.

ب.5. عملية الإزالة: جاء المشرع الجزائري على هاته العملية في المادة 09 من القانون 19-01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 بأنها "كل العمليات المتعلقة بالمعالجة الحرارية والفيزيوكيميائية والبيولوجية والتفريغ والطمير والغمر والتخزين وكل العمليات الأخرى التي لا تسفر عن إمكانية تثمين هذه النفايات أو أي استعمال آخر لها".

2.2. نظام الإدارة البيئية الايزو 14001.

يعتبر إدماج البعد البيئي في العمليات التسييرية توجها حديثا تسعى المؤسسة من خلاله إلى تحسين أدائها البيئي والمساهمة في المحافظة على البيئة الطبيعية ومختلف عناصرها من اجل تفعيل دور المؤسسات في هذا الإطار، ومع تزايد الاهتمام بسلامة النظم البيئية المختلفة فقد عملت المنظمة الدولية للمواصفات ISO على تطوير مواصفة ISO14001 خاصة بنظام إدارة

البيئة، بحيث تتمكن المؤسسة من خلال تطبيقها لبنود المواصفة من تجسيد التزامها اتجاه البيئة، كما أن تبني نظام الإدارة البيئية يحقق مجموعة من المزايا من حيث التكاليف، تحسين صورة المؤسسة لدى الزبائن ومختلف المتعاملين معها، وتعزيز المسؤولية البيئية لها. خاصة في ظل تنامي القيود للمحافظة على البيئية من خلال القوانين والتشريعات المعمول بها على مستوى الدول، وكذا الضغوط المفروضة من قبل جمعيات حماية البيئة. كما أن التوجهات العالمية تؤكد على ضرورة أن تتبنى المؤسسات ممارسات بيئية وقائية لضمان سلامة النظم البيئية من الآثار السلبية لمختلف أنشطتها. (عنان، 2019، صفحة 136)

1. تعريف نظام الإدارة البيئية الايزو 14001: تعرف الإدارة البيئية على أنها: "مجموعة السياسات والالتزامات والممارسات التي تشكل استجابة المنظمة لواقعها البيئي إذ أن على كل مؤسسة أن تقوم بفحص نشاطها بدقة وان تقوم بإيجاد وسيلة التعامل مع أي خطر يحتمل أن ينشا عن تلك النشاطات". (شريف و يخلف، صفحة 323)

وتعتبر إطار عمل نظامي تهدف المؤسسة من خلال تنبيه إلى إدراج الاعتبارات البيئية في تسيير نشاطاتها، ويمكن أن نلخص تعريف نظام الإدارة البيئية فيما يلي:

التعريف الأول: "هو دورة مستمرة من التخطيط والتنظيم والتنفيذ والمراجعة وتحسين الأعمال التي تقوم بها المؤسسات للإبقاء بالالتزامات البيئية"

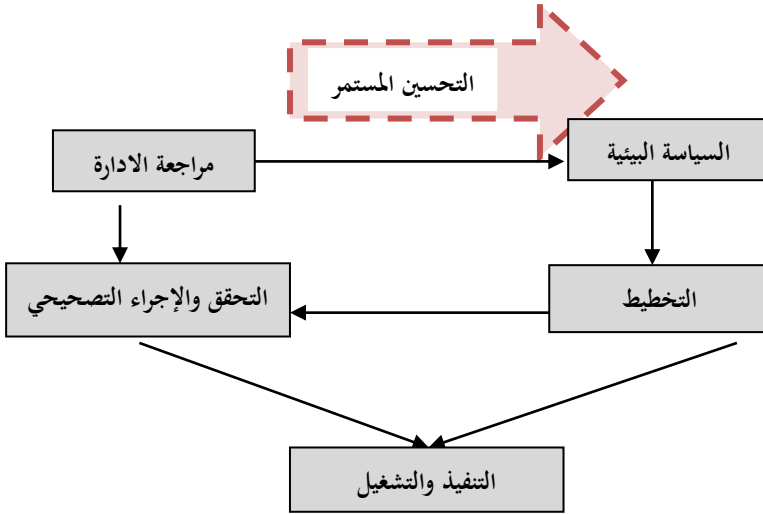
التعريف الثاني: "هو نظام الإدارة ككل والذي يتضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة ونشاطات التخطيط، المسؤوليات، الإجراءات، العمليات، والموارد اللازمة، التطوير، وتنفيذ، تحقيق، مراجعة والمحافظة على السياسة البيئية".

وبالتالي فنظام الإدارة البيئية عبارة عن: نظام يضمن تحقيق الالتزام البيئي للمؤسسة، ويقوم على الأساليب التقليدية للإدارة من تخطيط، تنظيم ومراجعة زائد إدراج البعد البيئي في العمليات التسييرية أو الإدارية للمؤسسة.

ب. عناصر الإدارة البيئية وفق المواصفة الايزو 14001 : وحتى يتم تحقيق إدارة بيئية ناجحة

لا بد من توفر العناصر الموضحة في الشكل الموالي:

الشكل 1: عناصر نظام الإدارة البيئية وفق المواصفة الايزو 14001



المصدر: (عنان، 2019، صفحة 140)

ومن خلال الشكل يتضح لنا عناصر نظام الإدارة البيئية وفق المواصفة الدولية الايزو 14001 وهي كما يلي: (شريف و يخلف، الصفحات 325-328)

ب-1- السياسة البيئية: وتكون في شكل تصريح كتابي يعبر عن التزام المؤسسة بسلسلة من الأغراض البيئية، ويعكس نواياها ومدى اهتمامها بالبيئة، حيث ان أساس بناء أي نظام للإدارة البيئية هو وضع سياسة بيئية واضحة.

ب-2- التخطيط: ويتم من خلال النقاط الموالية:

- تبدأ عملية التخطيط بحصر وتحديد الجوانب البيئية والتي تمثل نشاطات المؤسسة المؤثرة على البيئة كالغازات المنبعثة، استهلاك الطاقة، النفايات، تسرب المواد السامة، هدر الماء، تلوث التربة، مياه الصرف الصحي وغيرها.

- يجب على المؤسسة ان تضع قائمة بجميع القوانين والتشريعات المتعلقة بالحفاظ على البيئة من ثم تعمل على تطبيقها.

- المواصفة الدولية الايزو 14001 تلزم المؤسسات بوضع برامج لتحقيق الغايات والأهداف البيئية والمحافظة عليها من خلال تحديد المسؤوليات عن تحقيق تلك الغايات والأهداف عند كل

وظيفة ومستوى في الهيكل التنظيمي، كذلك تحديد الوسائل اللازمة لتحقيق ذلك بالإضافة الى وضع مخطط زمني محدد لكل ما يجب تحقيقه.

ب-3-التنفيذ والتشغيل: يستدعي تنفيذ الخطة البيئية وجود أشخاص مؤهلين ومدربين وإجراءات موثقة فضلا عن ضرورة ضبط العمليات والاستعداد للطوارئ، حيث يجب على المؤسسة:

- أن تحدد وبصورة موثقة الأدوار والمسؤوليات والصلاحيات الخاصة بكل فرد بالمؤسسة فيما يخص الشأن البيئي وإعلان ذلك حتى يتسنى لكل العمل بفاعلية.

- توفير الموارد اللازمة(التكنولوجية، المالية، المهارات المتخصصة....) من اجل تطبيق ومراجعة إجراءات الخطة البيئية.

- التدريب والتوعية المستمرين بأهمية مطابقة السياسة البيئية مع متطلبات الإدارة البيئية، كذلك فهم التأثيرات البيئية الناتجة عن الأنشطة المؤثرة على البيئة، بالإضافة إلى العواقب المترتبة عن عدم الالتزام بالإجراءات المحددة.

- توثيق نظام الإدارة البيئية، حيث يجب على المؤسسة الاحتفاظ بالمعلومات عن المتطلبات الرئيسية للإدارة البيئية ويكون ذلك إما ورقيا او الكترونيا.

- ضبط العمليات المتعلقة بالجوانب البيئية المهمة لتوافق السياسات البيئية والأهداف والغايات للمؤسسة.

- الفحص والإجراءات التصحيحية، حيث يتم التأكد من تطبيق وتشغيل النظام من خلال فحصه واكتشاف المشكلات المحتملة وتصحيحها، والقيام بصيانة أجهزة القياس والاحتفاظ بالسجلات الموثقة، وفي حالة عدم تطابق بين ما خطط له وبين المنجز فعليا يجب تحديد الأسباب وتصحيحها ووضع الإجراءات الوقائية لتجنب تكرار حالة عدم التطابق.

-وتأتي المرحلة الأخيرة من مراحل تطبيق نظام الإدارة البيئية وهي مراجعة الإدارة العليا للنظام وذلك على فترات محددة للتأكد من استمرار كفاءته وفاعليته، حيث تبرز تلك المراجعة الدورية مدى الحاجة لإجراءات التغيير في السياسات والغايات البيئية والمتطلبات الأخرى للنظام.

3.2. أهمية تبني نظام الإدارة البيئية الايزو 14001

يعود تبني نظام الإدارة البيئية الايزو 14001 على المؤسسة بالعديد من الفوائد وهي:(www.iso.org)

*تحسين صورة المؤسسة وثقة أصحاب المصلحة والموردين عن طريق دمجهم في نظم أعمال المنظمة؛

*تحقيق الأهداف الإستراتيجية عن طريق النظر في القضايا البيئية في مجال الإدارة؛

*اكتساب ميزة تنافسية ومالية من خلال تحسين الكفاءة وخفض التكاليف.

3. الدراسة التطبيقية

3.1. عرض لكيفية إدارة وتسيير نفايات المؤسسة العمومية الاستشفائية "حيحي عبد

المجيد" قايس-ولاية خنشلة

تعتبر المؤسسة العمومية الاستشفائية "حيحي عبد المجيد" بقايس مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وبطاقة استيعاب 304 سرير، موضوعة تحت وصاية المديرية الولائية للصحة والسكان-خنشلة، وللمؤسسة طابع حيوي واستراتيجي نظرا للدور الفعال الذي تقوم به في إطار محلي، وذلك بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 07-140 لسنة 2007 الذي يتضمن إنشاء المؤسسات العمومية الاستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية وتنظيمها وسيرها.

ومن اجل إتمام العمل البحثي وفي سبيل جمع المعلومات المطلوبة قصد إثراء الدراسة الميدانية التي تمت على مستوى المؤسسة وذلك للفترة الممتدة من 2015 إلى 2022، تم ربط الاتصال مع مجموعة من العاملين بهذه المؤسسة بدءا بالمدير، المدير الفرعي للمالية والوسائل، المدير الفرعي للمصالح الصحية، وبعض رؤساء المصالح وكذا عمال النظافة، وقد تم تزويدنا بجميع البيانات والمعلومات الخاصة بإدارة النفايات وكيفية تسييرها على مستوى مؤسستهم بدءا من نشوئها مرورا بطرق جمعها وفرزها وتخزينها وصولا إلى طرق معالجتها والتخلص منها أو إتلافها.

ولقد تمت الاستعانة بأكثر الأدوات استعمالا في الميدان العلمي من مقابلة وملاحظة مباشرة، معاينة، بيانات موثقة رسميا (تعليمات، اتفاقيات ووثائق رسمية)، أدوات تمكن من التغطية الأكبر قدر ممكن من المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة.

3.2. أنواع النفايات المنتجة بالمؤسسة

تتكون المؤسسة محل الدراسة من خمس طوابق بالإضافة للطابق الأرضي والجمع الاخوة بن عمران، والنفايات المنتجة في كل طابق عبارة عن:

***الطابق الأرضي** ويضم: العمليات الجراحية-الإنعاش الجراحي-الأشعة-الاستعدادات الطبية والجراحية-المخبر-الصيدلية-مكتب القبول+الرقابة العامة-وحدة الاستشفاء المنزلي-الرقابة الطبية-المطبخ+المخازن+حضيرة السيارات-المغسلة(البياضة)، وتنتج على مستواه: نفايات عضوية ناتجة عن العمليات القيصرية، بتر الأعضاء...، نفايات شبه منزلية، نفايات مرتبطة بالنشاطات العلاجية (الضمادات، الابر...)، نفايات معدية، أدوية ومواد صيدلانية منتهية الصلاحية (نفايات سامة).

***الطابق الأول** ويضم: الإدارة وطب الأطفال، وتنتج على مستواه: نفايات شبه منزلية-نفايات مرتبطة بالنشاطات العلاجية (الضمادات، الابر...)-نفايات معدية.

***الطابق الثاني** ويضم: طب النساء والتوليد- طب الغدد الصماء وداء السكري، وتنتج على مستواه: نفايات عضوية ناتجة عن عمليات الولادة (المشيمة...)-نفايات شبه منزلية-نفايات مرتبطة بالنشاطات العلاجية (الضمادات، الابر...)-نفايات معدية.

***الطابق الثالث** ويضم: وحدة كوفيد-19، وتنتج على مستواه: نفايات شبه منزلية-نفايات مرتبطة بالنشاطات العلاجية (الضمادات، الابر...)-نفايات معدية.

***الطابق الرابع** ويضم: الأمراض التنفسية-جراحة العظام والرضوض، وتنتج على مستواه: نفايات شبه منزلية-نفايات مرتبطة بالنشاطات العلاجية(الضمادات، الابر...)-نفايات معدية.

***الطابق الخامس** ويضم: طب رجال- طب نساء، وتنتج على مستواه: نفايات شبه منزلية-نفايات مرتبطة بالنشاطات العلاجية (الضمادات، الابر...)-نفايات معدية.

***مجمع الإخوة بن عمران** ويضم: وحدة الفحوصات الخارجية- وحدة تصفية الدم والقصور الكلوي، وتنتج على مستواه: نفايات شبه منزلية-نفايات مرتبطة بالنشاطات العلاجية (الضمادات، الابر...)-نفايات معدية.

ملاحظة: على مستوى المؤسسة لا يتم إنتاج نفايات استشفائية مشعة.

3.3. الوسائل المادية والبشرية المستخدة لتسيير نفايات المؤسسة

سنلخصها في الجدولين المواليين:

جدول 1: الوسائل المادية

الملاحظة	العدد	التعيين
متوسط النفايات المعالجة بالشهر: 4806 كلغ	01	جهاز تعقيم واتلاف النفايات الاستشفائية ECODAS
نقل النفايات المنزلية للمفرغة العمومية بئر مرجان	01	شاحنة سوناكوم 40 288 744
متوسط الاستهلاك الشهري: 2512 كيس		أكياس صفراء
متوسط الاستهلاك الشهري: 180 كيس		أكياس خضراء
متوسط الاستهلاك الشهري: 210 كيس		أكياس حمراء
متوسط الاستهلاك الشهري: 2997 كيس		أكياس سوداء
	03	حاويات صفراء حجم كبير
	07	حاويات خضراء حجم كبير
	03	حاويات خضراء حجم صغير

المصدر: (الباحثين ا، و) وثائق رسمية تخص التنظيم الداخلي للمؤسسة، (2022)

جدول 2: الوسائل البشرية

الملاحظة	العدد	الرتبة
عمال متخصصون خضعوا لعدة دورات تكوينية داخل المؤسسة على يد أخصائية الأمراض المعدية التابعة لها وكذلك على يد أخصائية علم الأوبئة التابعة للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية يابوس. خضوع العمال المسؤولين على تسيير جهاز التعقيم واتلاف النفايات لتكوين مدته 15 يوم متعلق بكيفية تسيير الجهاز.	01	مساعد مهندس في المخبر والصيانة
	01	عامل مهني خارج الصنف
	06	عامل مهني من المستوى الأول

المصدر: (الباحثين ا، و) وثائق رسمية تخص التنظيم الداخلي للمؤسسة، (2022)

4.3. واقع إدارة النفايات في المؤسسة

تمر عملية إدارة وتسيير النفايات المنتجة على مستوى المؤسسة بعدة مراحل وخطوات سنقوم بتلخيصها في شكل نقاط كالتالي:

1- عملية الفرز والفصل: بالنسبة لفرز النفايات المنتجة على مستوى المؤسسة فيتم ذلك على مستوى كل مصلحة من مصالحها من قبل منتجيها (مستخدمون طيبون، شبه طيبون، أعوان،

مرضى ومرافقيهم) حيث يتم فصل النفايات ذات خطر العدوى مثل الإبر والمشارط والضمادات والنفايات العضوية ... عن النفايات الأخرى بدءاً من إنتاجها.

ب- عملية التكييف: أما فيما يخص تكييف النفايات فتعبر النفايات وتوضع في أكياس مخصصة لها حسب نوعها حيث توضع النفايات السامة في الأكياس الحمراء، والنفايات المعدية والمرتبطة بالنشاطات العلاجية (الإبر، الضمادات، ...) في الأكياس الصفراء، والنفايات شبه المنزلية فتوضع في الأكياس السوداء، أما الأكياس الخضراء فهي مخصصة للنفايات العضوية (الناجئة عن الولادة، العمليات القيصرية، بتر الأعضاء...).

* وبالنسبة للأكياس والحاويات فتحصل عليها المؤسسة من طرف مؤسسة - ELKAHINA HP وذلك بعد إبرامها لاتفاقية معها وكعينة سنأخذ الاتفاقية رقم: 2021/05 المؤشرة من قبل المراقب المالي تحت رقم: 544 بتاريخ 2021/05/23 والتي يمكن لنا أن نستعرض كميات وأسعار الأكياس وكذا الحاويات التي يتم الحصول عليها خلال العام موضحة في الجدول الآتي:

التعيين	الكمية	السعر الوحدوي (دج)	المبلغ الإجمالي بكل الرسوم
أكياس صفراء	33000	9.25	305.250.00
أكياس سوداء	33000	9.25	305.250.00
أكياس حمراء	3150	9.25	29.137.50
أكياس خضراء	4500	9.25	41.625.00
حاويات صفراء	2200	205.00	451.000.00
حاويات خضراء	1200	210.00	252.000.00
المجموع خارج الرسوم			1.384.262.50
الرسم على القيمة المضافة 19%			263.009.88
المجموع بكل الرسوم			1.647.272.38

المصدر: (الباحثين ١، الاتفاقية رقم: 2021/05 المؤشرة في 2021/5/23 من قبل المراقب المالي،

2021، صفحة 24)

- الجمع: وبالنسبة لتجميع النفايات فيتم على مستوى كل مصلحة من مصالح المؤسسة من قبل أعوان النظافة وتحت إشراف رؤساء المصالح وبالنسبة لأعوان النظافة فهناك التابعين للمؤسسة وهناك التابعين لمؤسسات خاصة.

- النقل والتخزين: تنقل النفايات شبه المنزلية والمعبأة في الأكياس السوداء من قبل عمال النظافة وتذهب إلى المكان المخصص لتخزينها والذي يتواجد على مستوى المؤسسة، بعدها يتم

نقلها إلى المفرغة العمومية -بئر مرجان بقياس والتخلص منها وذلك بواسطة شاحنة تابعة للمؤسسة من نوع سونا كوم ويكون ذلك بصفة يومية في الغالب.

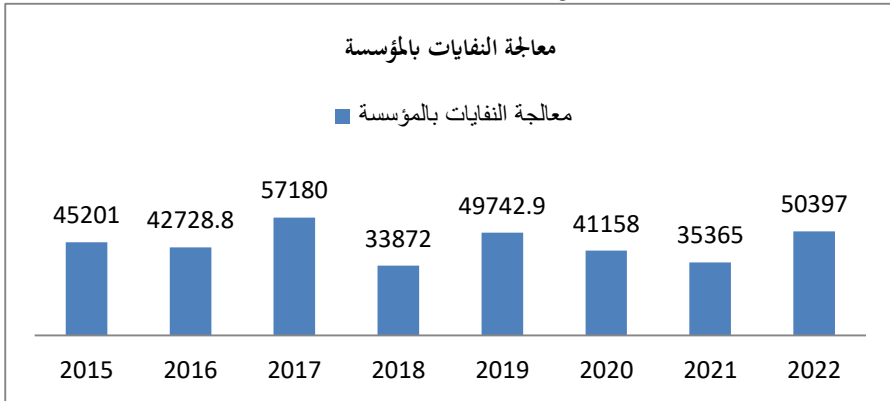
-وبالنسبة للأكياس الخضراء (النفايات العضوية) فتخزن في مكان مخصص لها لان التخلص منها يكون عن طريق الدفن (تحتوي أعضاء بشرية) فلا يتم خلطها مع باقي النفايات، وتعالج على مستوى المؤسسة بعدها تنقل من طرف المؤسسة العمومية لتسيير مراكز الردم التقني لولاية خنشلة (بموجب اتفاقية) قصد دفنها والتخلص منها.

- **المعالجة:** أما نفايات النشاطات العلاجية (الأكياس الصفراء) فننقل إلى المكان المخصص لتجميعها قصد معالجتها، وتتم معالجتها في مركز التعقيم والمعالجة والمتواجد على مستوى المؤسسة، والذي يحتوي على جهاز مخصص لتعقيم وإتلاف النفايات الاستشفائية، تحصلت عليه المؤسسة كهبة من طرف مديرية الصحة والسكان لولاية خنشلة في 2013/07/27.

-يسهر العمال المسئولون على تسيير جهاز التعقيم والمعالجة على إعادة عملية الفرز للنفايات قبل وضعها في الجهاز وذلك للتأكد من أن فرزها تم بالطريقة الصحيحة والسليمة من طرف الأعدوان المسئولين على ذلك، ولتفادي أي أخطاء قد تؤدي إلى تعطيل الجهاز أو إتلافه.

ويمكن لنا ان نستعرض حصيلة معالجة النفايات الاستشفائية بمركز تعقيم وإتلاف النفايات بالمؤسسة معبر عنها بالوزن الإجمالي بالكيلوغرام للسنوات من 2015 الى 2022 في المخطط الموالي:

شكل 2: معالجة النفايات بالمؤسسة



المصدر: (الباحثين م.، 2022)

نلاحظ ارتفاع في كمية النفايات المعالجة بمركز التعقيم بالمؤسسة بسنة 2017 بمعدل 57180 كيلو غرام، وهذا راجع لتعدد التخصصات وبالتالي زيادة كثافة النشاطات الاستشفائية، من ثم

تراجعت في سنة 2018 بمعدل 33872 كيلو غرام، لتعود الى الارتفاع سنة 2019 بمعدل 49742.9 كيلو غرام والذي يرجع الى الحالة الوبائية كوفيد-19 وما صاحبها في زيادة في كميات النفايات الاستشفائية.

* وتجدر الإشارة إلى أن في حال حدوث أي عطل في جهاز إتلاف وتعقيم النفايات تقوم مؤسسة GESI بكافة عمليات الصيانة والإصلاح، والتي تمتلك الاحتكار في هذا المجال على مستوى الجزائر ويقع مقرها في الجزائر العاصمة، الأمر الذي يستغرق وقتا مما يضطر المؤسسة أن تلجأ إلى المؤسسة العمومية لتسيير مراكز الردم التقني ببغاي من اجل التخلص من نفاياتها الخطرة والتي لا يمكن أن تبقى دون معالجة، ما يجعلها تدفع المزيد من الأموال في سبيل ذلك، فمثلا في سنة 2021 تعطل الجهاز وكلفت عملية تصليحه: 2668641.64 دج، بالإضافة الى اللجوء الى عمليات تحويل للاعتمادات من اجل تخصيص المبلغ الواجب دفعه.

-الإزالة والتخلص: بعد معالجة نفايات النشاطات العلاجية بواسطة الجهاز تصبح غير خطرة لا على الإنسان ولا على البيئة، تجمع في أكياس وتخزن في مكان مخصص لها إلى أن يحين الموعد الذي تأتي فيه الشاحنات التابعة للمؤسسة العمومية لتسيير مراكز الردم التقني والمتواجد مقرها ببغاي-ولاية خنشلة لتنقلها قصد التخلص النهائي منها، ويتم ذلك تقريبا كل خمسة عشر(15) يوم وذلك بموجب اتفاقية بين المؤسسة محل الدراسة والمؤسسة العمومية لتسيير مراكز الردم التقني لولاية خنشلة.

وفي الجدول الموالي حصيلة النفايات الاستشفائية التي تم ردمها من قبل المؤسسة العمومية لتسيير مراكز الردم ببغاي:

السنوات	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
وزن النفايات الاستشفائية بالكيلوغرام	/	/	958	7350	8700	16476	12159	2056

يلاحظ من خلال الجدول:

- بسنة 2017 بدا التعامل مع مؤسسة CET بخنشلة نظرا لاهتراء جهاز التعقيم بالمؤسسة وتعطله عدة مرات بالسنة، إضافة إلى اللجوء إلى مؤسسة الردم التقني لمعالجة النفايات العضوية الخاصة بمصلحة الولادة.

-نلاحظ ارتفاع في كمية النفايات المعالجة على مستوى مؤسسة CET بمخشلة وهو راجع أولاً إلى تعطل جهاز التعقيم لثلاث أشهر، إضافة إلى الوضع الوبائي كوفيد-19 الذي شهده العالم اجمع.

-نلاحظ ارتفاع في كمية النفايات المعالجة بمركز التعقيم بالمؤسسة بسنة 2017 وهذا راجع لتعدد التخصصات وبالتالي كثافة النشاطات الاستشفائية.

*ملاحظة: تجدر الإشارة إلى أن المؤسسة محل الدراسة كانت تتخلص من نفاياتها الخطرة عن طريق الحرق في المرمد (l'incinérateur) المتواجد على مستواها بمعدل مرة كل خمسة عشر (15) يوم، علماً أن مقر المؤسسة يقع في منطقة مأهولة بالسكان ما جعل هذا الأمر يقابل بالعديد من الشكاوي من الدخان والغازات المنبعثة من المرمد وتلوث الجو الذي أصبح يهدد حياتهم على مدى سنوات إلى غاية حصول المؤسسة على جهاز تعقيم وإتلاف النفايات.

4. خاتمة

تعد مطابقة كيفية إدارة وتسيير نفايات EPH KAIS قايص ولاية خنشلة، هذه الأخيرة والتي تعتبر من أكبر المنتجين للنفايات الخطرة على مستوى الدائرة، مع نظام الإدارة البيئية الايزو 14001 أكبر تحد بالنسبة للمسؤولين عن قطاع الصحة في هذه المؤسسة العمومية لتحسين إدارة النفايات الناتجة عن الاستعمال الطبي والصحي، لتحسين أداء مهامها فيما يتعلق بتقديم الخدمة الجيدة للمرضى مع مراعات المحافظة على الجوانب البيئية من خلال تسيير يتلائم مع متطلبات العملية، والهادفة الى استخدام وتحسين طرق المعالجة لتلك النفايات ورغم النقائص التي تم ملاحظتها خلال فترة الدراسة 2015-2022 فقد بذلت المؤسسة وحسب إمكاناتها جهوداً للحفاظ على البيئة وتوفير مستلزمات طبية اقل ضرراً بالبيئة ومحاوله تطبيق الطرق الحديثة نسبياً فيما يخص تسيير تلك العملية

وهو ما يثبت صحة الفرضيات الخاصة بالدراسة، ومن خلال ما تم درسته في الجانب النظري والتطبيقي تم التوصل الى النتائج التالية:

1.4. نتائج الدراسة

يمكن تلخيص نتائج الدراسة في النقاط التالية:

-النفايات الطبية او الاستشفائية من أخطر أنواع النفايات المسببة للتلوث والواجب اتخاذ الإجراءات اللازمة في سبيل تسييرها بالشكل الذي يضمن حماية البيئة واستدامتها.

- يعود تبني نظام الإدارة البيئية على المؤسسات بكل أنواعها بفوائد عديدة كتخفيض التكاليف، تحسين سمعتها وزيادة تنافسيتها وتحسين أدائها وسياساتها الإدارية والتسييرية ويعتبر مصدرا للتميز البيئي.

- تعاني المؤسسة العمومية الاستشفائية في قاييس من بعض النقائص فيمل يتعلق بمدى التعامل مع النفايات وفق عناصر نظام الإدارة البيئية بشكل فعال، والمتمثلة في استخدام الطرق التقليدية في معالجة النفايات وعدم استخدام المستلزمات الطبية الحديثة والصديقة للبيئة، - المؤسسة العمومية الاستشفائية بقاييس من أكبر المنتجين للنفايات الطبية الخطرة وتقوم بتسيير نفاياتها بطرق مراعية لحماية البيئة وفق التشريعات والقوانين المعمول بها، ونستطيع القول أن هناك تطابق إلى حد ما بين كيفية تسيير المؤسسة لنفاياتها وبين عناصر نظام الإدارة البيئية.

2.4. التوصيات

وعليه يمكن إعطاء جملة من التوصيات كما يلي:

- دعم مؤسسة حيحي الاستشفائية بوسائل حديثة سواء تعلق الامر بتجهيزات مخصصة لذلك او تكوين وتدريب العمال فيما يتعلق بتحديث عمليات التسيير في معالجة النفايات لتغطية النقص في هذا المجال لحماية أكثر للبيئة، وهذا ما تم ملاحظته خلال دراسة الحالة التطبيقية من نقص في هذا الجانب،

- استخدام المستلزمات الطبية الحديثة صديقة البيئة للتقليل من النفايات الطبية الخطرة والتي تم ذكرها في الدراسة التطبيقية،

- ضرورة تشجيع المؤسسة للحصول على شهادات الايزو 14001 وتحفيزها على التنافس والعمل أكثر في مجال تسيير النفايات وإدراج الاعتبارات البيئية ضمن سياساتها الإدارية.

- تكثيف الجهود من قبل السلطات المعنية في سبيل إيجاد القوانين والصيغ اللازمة لتحفيز المؤسسات بكل أنواعها على إدراج السياسات البيئية ضمن سياساتها الإدارية والتسييرية.

- تكثيف عمليات الرقابة على المؤسسات المنتجة للنفايات الخطرة للوقوف على تسييرها لتلك النفايات من اجل ضمان حماية البيئة والانسان.

5. قائمة المراجع.

حمد جابر بدران. (2014). التنمية الاقتصادية والتنمية المستدامة (المجلد 01). القاهرة: مركز الدراسات
الفقهية والاقتصادية- جامعة 6 أكتوبر.

معروف العزاوي فلاح جمال. (2016). التنمية المستدامة والتخطيط المكاني. عمان-الاردن: دار دجلة للنشر
والتوزيع.

حداد عمار، خير الدين جمعة، و دريدي احلام. (2019). إدارة نفايات الرعاية الصحية وفق التشريع
الجزائري. مجلة الإبداع ، الصفحات 50-60.

خالد بوجعدار، و فيلالى محمد الأمين. (2008). التسيير المستدام لنفايات النشاطات العلاجية. مجلة
الاقتصاد والمجتمع .

عمر شريف، و جمال الدين يخلف. (بلا تاريخ). اهمية تبني نظام الايزو 14001: دراسة ميدانية في شركة
اسمنت عين التوتة-باتنة-. مجلة الحقوق والعلوم الانسانية-دراسات اقتصادية .

فتيحة بوحروود، عمار بن سديرة، سارة عنان. (2019). الاتجاهات الحديثة لادارة البيئة في ظل المواصفات
iso14001:2015. مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة ، الصفحات 135-148.

ليلى غضبان. (جوان, 2018). النفايات الطبية اضرارها وكيفية ادارتها في الدول العربية. مجلة الاقتصاد
الصناعي.

منجحي مخلوف، بوصلاح النذير، زاوي عبد الوهاب. (2019). اعتماد مؤشرات التنمية المستدامة في إدارة
المنشآت الرياضية بالجزائر-دراسة ميدانية بالمركبات الرياضية لولاية المسيلة2 (المجلد10). مجلة الابداع الرياضي.
وزارة الصحة والسكان واصلاح المستشفيات. (07 اكتوبر, 2008). تعليمية وزارية رقم: 001 متعلقة بتسيير
شبكة القضاء على نفايات النشاطات العلاجية.

s.d.). Consulté le JANVIER 12, 2023, sur www.iso.org:

<https://www.iso.org>

تحديات بنك الجزائر بعد جائحة كوفيد 19 Challenge of the Bank of Algeria after the Covid-19 pandemic

* أحلام معيزي

Maizi AHLEM

جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس-الجزائر

ahlem.maizi@hotmail.fr

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/25

تاريخ الاستلام: 2023/02/04

الملخص :

شهد العالم مع بدايات 2020 جملة من التحديات في المجالات الاقتصادية والاجتماعية و حتى السياسية نتيجة لما أفرزته جائحة كورونا على إقتصاديات العالم ككل، حيث هدفت هذه الدراسة الى معرفة الكيفية التي واجهت بها البنوك المركزية أزمة كوفيد 19، و قد إنتهجت البنوك المركزية جملة من الإجراءات لمواجهة الأزمة، وقد توصلنا الى أن بنك الجزائر سارع الى إعتماد جملة إجراءات متعلقة بالسياسة النقدية و القواعد الاحترازية التي من شأنها دعم السيولة و تجنب الالثار السلبية، كما أصبح بنك الجزائر أمام جملة من التحديات أهمها ضرورة التوجه نحو الشمول المالي.

كلمات مفتاحية: كوفيد 19، بنك الجزائر، الشمول المالي، التأهيل

تصنيف JEL : I12, G20, G21

Abstract :

With the beginning of 2020 the world witnessed a number of challenges in the economic, social and even political fields, as a result of what the corona pandemic has produced on the economies of the world as a whole, This study aimed to find out how the central banks faced the covid 19 crisis.

Central banks have taken a number of measures to confront the crisis, and we have concluded that the Bank of Algeria hastened to adopt a number of measures related to monetary policy and precautionary rules that would support liquidity and avoid negative effects, The Bank of Algeria is also faced with a number of challenges, the most important of which is the need to move towards financial inclusion

Keyword : Covid 19, Bank of Algeria, financial inclusion, qualification

Jel Classification codes : I12, G20, G21

1. مقدمة:

تسببت جائحة كورونا في خلق أزمة انسانية و صحية غير مسبوقه، كما أدت الى هبوط اقتصادي حاد عبر العالم بسبب درجة عدم اليقين لإمكانية احتوائه و طول مدته، وبسبب الاغلاق الاحترازي الذي اعتمده معظم دول العالم الأمر الذي أدى الى اغلاق عديد القطاعات الاقتصادية مما انعكس بشكل سلبي على قدرة المصارف، حيث لم يكن واضح كيف للمصارف العالمية أن تتجاوز هذه الأزمة ما أدى بها لمواجهة جملة من المخاطر و التحديات في ظل ظروف تلوح بإمكانية تعرضها لأزمة مالية عالمية ، و بما أن المخاطر في القطاع البنكي من أهم المواضيع التي يجب أن يسلط عليها الضوء مع ضرورة الحاجة الى السيطرة عليها خاصة في ظل الاضطرابات الاخيرة التي اثرت على القطاع المصرفي واقتصاديات الدول، على هذا الأساس فقد توجهت كل من البنوك و الهيئات الرقابية الى الاهتمام أكثر بالمخاطر و البحث عن آليات فعالة من أجل ادارتها ذلك من خلال ايجاد الاستراتيجيات اللازمة، حيث نجد كبرى اقتصاديات العالم مثل الصين و الولايات المتحدة الأمريكية سعت الى اعتماد حزمة تحفيزية لنظامها المالي من خلال تجنيد البنوك المركزية الى البحث عن آليات تساعد البنوك لمواجهة المخاطر.

كذلك نجد الجزائر مع بداية جائحة كوفيد 19 سنة 2020 كانت تعيش جملة من التحديات في ظل مرحلة انتشار فيروس كورونا الذي كان سببا في اعلان الحجر المنزلي منذ 24 فيفري 2020 الذي انجر عنه غلق كافة المؤسسات التربوية المعاهد و الجامعات، غلق كل الاعمال التجارية أملا في احتواء الفيروس و التقليل من عدد الاصابات في ظل غياب اللقاح خلال تلك الفترة كل ذلك أدى الى تأزم الأوضاع الاقتصادية عامة و دخول النظام المصرفي الجزائري أمام جملة من التحديات خلال تلك الفترة، الأمر الذي جعل بنك الجزائر يسعى الى محاولة احتواء الاوضاع عبر وضع جملة من الاجراءات التي من شأنها أن تساهم الى التقليل من حدة هذه المخاطر، وقد إعتمد بنك الجزائر جملة من الاجراءات الرقابية و الاحترازية خلال تلك الفترة لإمتصاص قوة الأزمة و التقليل من آثارها، وبعد ثلاث سنوات من هذا المنطلق سوف نحاول معرفة التحديات التي واجهها النظام المصرفي عامة و بنك الجزائر خاصة، كذلك بعد تجاوز جائحة كورونا هل هناك تحديات أخرى يواجهها بنك الجزائر و منه نطرح الإشكالية التالية:

✓ لقد اثرت جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي بشكل عام و النظام المصرفي بشكل خاص في ظل ذلك ما تحديات بنك الجزائر بعد جائحة كوفيد 19؟
انطلاقا من الاشكالية المطروحة يمكن أن نطرح الفرضيات التالية :

✓ أثرت جائحة كورونا على النظام المصرفي العالمي و من ضمنه الجزائري الأمر الذي فرض على البنوك المركزية ضرورة اعتماد برامج تحفيزية و كذا برامج رقابية من أجل تفعيل ادارة المخاطر المنجزة عنه .

✓ لقد ادت جائحة كورونا و استمراره لأكثر من سنتين الى ظهور تحديات جديدة واجهها النظام المصرفي الجزائري؛
تهدف هذه الدراسة الى تحليل:

✓ في ظل التحديات الجديدة التي وجد النظام المصرفي الجزائري أمامها لا بد من ضرورة تحديد اجراءات رقابية و تحفيزية في اطار تلك الظروف، من أجل تحقيق الاستقرار المالي، في ظل ظروف محلية و عالمية صعبة .

✓ بعد جائحة كورونا إتضح بعض التحديات أمام النظام المصرفي ككل و أصبح في ظل ذلك لا بد من البحث عن سبل فعالة لتجاوزها من أجل تفعيل أداء النظام المصرفي ككل و الارتقاء بتنافسيته.

للإجابة على الاشكالية المطروحة اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي، و ذلك من أجل وصف و تحليل أثر جائحة كورونا على النظام المصرفي بشكل خاص بالاعتماد على التقارير و الدراسات الحديثة حول الموضوع .

2. الاجراءات الرقابية و الاحترازية لمواجهة جائحة كورونا

ان التحدي الكبير الذي كان على عاتق البنوك المركزية عبر العالم و الذي يتضمن ضرورة السعي نحو الحفاظ على الاستقرار المالي، مع بناء خطط للدفاع عبر ترتيبها من الأهم للمهم حيث إتجهت أغلب البنوك الى تخفيض معدلات الفائدة حيث سيعزز آثار هذا التخفيض إعادة توجيه المسار المستقبلي للسياسة النقدية، كما فرض الوضع على البنوك المركزية التدخل من أجل دعم السيولة و ذلك عبر سياسة السوق المفتوحة، عبر دخولها كمشتري مما سيسمح بإحتواء الضغوط و منه الإستمرار في منح الإئتمان بأسعار معقولة. و لأن للبنوك المركزية الدور الفاعل في حماية استقرار الأسواق المالية العالمية فقد عمدت الى تبني جملة من الاجراءات الوقائية التي

يمكن أن تسمح بتخفيف الضغوط و إحتواء المخاطر التي تهدد الإستقرار المالي و هي كآلاتي:
(صندوق النقد الدولي، 2020)

✓ استخدام هامش أمان رؤوس الأموال والسيولة لدى البنوك في استيعاب الخسائر وضغوط التمويل. وإذا كان الأثر كبيرا أو طويل البقاء هناك تأثير على كفاية رأس المال المصرفي، ينبغي أن تتخذ أجهزة الرقابة إجراءات موجهة، منها أن تطلب إلى البنوك تقديم خطط معقولة لاستعادة رأس المال. وقد يكون على السلطات أيضا أن تبادر بتقديم الدعم من المالية العامة - إما في صورة دعم مباشر أو تخفيف ضريبي - لمساعدة المقترضين على سداد قروضهم وتمويل عملياتهم، أو تقديم ضمانات ائتمانية للبنوك.

✓ ينبغي لأجهزة الرقابة أيضا أن تشجع البنوك على التفاوض، بصورة حذرة، على تعديلات مؤقتة في شروط القروض المقدمة لقطاعي الشركات والأسر التي تعاني لسداد خدمة ديونها.

✓ أن تعمل السياسة النقدية و السياسة المالية معا على تخفيف أثر صدمة كوفيد-19 وضمان تعاف مطرد ومستدام بمجرد أن تصبح الجائحة تحت السيطرة. وسيكون التنسيق الدولي المستمر ضروريا لدعم البلدان المعرضة للخطر، واستعادة ثقة السوق، و إحتواء المخاطر التي تهدد الاستقرار المالي.

✓ تعزيز السيولة عبر تقديم سيولة إضافية للنظام المالي سواء من خلال عمليات السوق المفتوح، او الاتفاق مع عدد من البنوك المركزية على زيادة تقديم السيولة الدولارية من خلال ترتيبات خطوط تبادل العملات ، كما تم إعادة تفعيل البرامج التي أستخدمت أثناء الأزمة المالية العالمية بما في ذلك شراء الأصول الأخطر كسندات الشركات مما يساهم في إحتواء ضغوط الرافعة المالية لتكلفة الائتمان؛

✓ تفعيل الرقابة على البنوك عبر إنشاء آليات للتنسيق بين المراقبة و تقييم المخاطر من حيث مدى القدرة على إن كانت السياسات المطبقة لا تزال ملائمة، و هل الاجراءات المعمول بها لتخفيف آثار المخاطر كافية.

في ظل مضاعفة دعم برامج الاقتصاد من قبل البنوك المركزية العالمية، فقد إنتهج بنك الجزائر جملة من الإجراءات من أجل تخفيف من وطأة الجائحة عبر اعتماد آليات من أجل دعم مستويات السيولة النقدية التي تأثرت نتيجة تباطؤ النشاط الإقتصادي وذلك عبر اعتماد جملة من الإجراءات الوقائية و كذا التحفيزية .

1.2 الاجراءات الوقائية المتعلقة بالسياسة النقدية و القواعد الاحترازية المطبقة في البنوك الجزائرية: (بنك الجزائر، 2020، صفحة 32)

ان التحدي الكبير الذي كان على عاتق البنوك المركزية عبر العالم و الذي يتضمن ضرورة السعي نحو الحفاظ على الاستقرار المالي، مع بناء خطط للدفاع عبر ترتيبها من الأهم للمهم حيث إتجهت أغلب البنوك الى تخفيض معدلات الفائدة حيث سيعزز آثار هذا التخفيض إعادة توجيه المسار المستقبلي للسياسة النقدية، كما فرض الوضع على البنوك المركزية التدخل من أجل دعم السيولة و ذلك عبر سياسة السوق المفتوحة، عبر دخولها كمشتري مما سيسمح بإحتواء الضغوط و منه الإستمرار في منح الإئتمان بأسعار معقولة. وقد إعتد بنك الجزائر في ظل ذلك جملة من الاجراءات الوقائية و التي نوجيزها في ماييلي:

- ❖ **تخفيض الاحتياطي القانوني و السعر الاساسي لبنك الجزائر:** حيث اتجه بنك المركزي الجزائري نحو تخفيض الاحتياطي القانوني من 10% الى 8%، ثم تم تخفيضها مرة أخرى الى 6% و ذلك في إطار التعلية الصادرة بتاريخ 29 أبريل 2020، و جاء هذا القرار من أجل تعزيز السيولة لدى البنوك و السعي نحو دعم النشاط الإقتصادي.
- ❖ **تخفيض الحد الأدنى للسيولة و تصنيف الديون:** حيث بدأت بوارد الإهتمام بالحد الأدنى للسيولة من قبل بنك الجزائر عبر السعي لمسايرة معايير السيولة المتضمنة لاتفاقية بازل منذ 2011 و ذلك عبر اصدار الامر 11-01 و كان فيه ماييلي :
- ❖ **نسبة تغطية السيولة:** وهي تمثل الحد الأدنى لنسبة السيولة و يتم احتسابها بالعلاقة :

$$\text{الحد الأدنى للسيولة} = \frac{\text{الأصول السائلة في الآجال القصيرة}}{\text{الخصوم المستحقة في الآجال القصيرة}} \times 100\% \leq 100\%$$

تهدف هذه النسبة الى ضمان قدرة كل من البنوك على دفع سحبيات المودعين في أي لحظة لتسهيل مراقبة مدى احترامها لهذه النسبة، كما عليها تبليغ بنك الجزائر في نهاية كل ثلاثي بالحد الأدنى لنسبة السيولة . إلا أنه تم تخفيض هذه النسبة الى 60% وذلك ما أقره محافظ بنك الجزائر في 06 أبريل 2020

- ❖ **اعفاء البنوك من الالتزام بوضع وسادة الأمان:** حيث كانت البنوك ملزمة بأن تشمل وسادة أمان التي تتكون من أموال خاصة قاعدية تغطي 2.5 % من المخاطر المرجحة، و تهدف النسبة الى الرفع من قدرة البنوك ليس فقط لتحقيق نسبة الملاءة المستهدفة بل أيضا تعزيز مكانتها و تفعيل قدرتها التنافسية ، لكن في ظل الظروف الراهنة تم اعفاءها من وضع وسادة الأمان من أجل دعم أثر حجم السيولة لديها.
- ❖ **اعادة جدولة ديون العملاء :** نظرا للأوضاع الاقتصادية الراهنة سمح بنك الجزائر للبنوك بأن تقوم بإعادة هيكلة مؤقتة لآجال استحقاق القروض بسبب انعكاسات الجائحة على كل المتعاملين و المقترضين بشكل خاص، حيث تم تمديد آجال تخفيض معدل الفائدة على القروض الاستثمارية و اجراءات اعادة الجدولة ابتداء من مارس 2020 من خلال مرسوم تنفيذي صادر في 01-2020 طيبة الفيات والمؤسسات التي ستستفيد من هذا الاجراء (جريدة الشروق، 2020) مع إمكانية منح قروض جديدة للعملاء اللذين استفادوا من إجراءات التأجيل أو إعادة الجدولة .
- ❖ **ضرورة تشجيع العملاء على استخدام وسائل الدفع غير نقدية بالرغم من أن** بداية الاهتمام باستخدام وسائل الدفع الحديث كانت منذ 1998 عبر انشاء شركة SATIM، و التوجه نحو استخدام وسائل الدفع ARTS الذي بدأ قيد التشغيل منذ سنة 2006 و عرف بعدها تطورا محسوسا حيث دخل نظام الدفع الإجمالي الفوري للمبالغ الكبيرة والمدفوعات المستعجلة و سجل هذا النظام خلال سنة 2017 ما يعادل 772.229 عملية، بمبلغ إجمالي قدره 29272.99 مليار دينار، مقابل 414.272 عملية، بمبلغ قدره 339227 عملية، بمبلغ إجمالي قدره 998963 مليار دينار مقابل 328404 عملية، بمبلغ قدره 2016923 مليار دينار في 2016 (بنك الجزائر، 2017، صفحة 91). إلا أن التأكيد على ضرورة التوجه نحو هذا النوع من الوسائل فرضته تداعيات جائحة كورونا و هو ما استدعى الى التنسيق بين وزارة البريد و الإتصال السلكي و اللاسلكي من أجل استخدام الصراف الآلي مع ضرورة توفر السيولة على مستواها، في ظل دعم استخدام وسائل الدفع الغير نقدية و هو ما نلاحظه من ارتفاع محسوس فيما يخص حجم المعاملات المسجلة حيث تم تسجيل سنة 2021 مليوني عملية تجارية عبر أجهزة الدفع الإلكتروني بمبلغ 15 مليار

دينار بنسبة زيادة قدرت بـ 200% مقارنة بسنة 2020 أين تم تسجيل 111 ألف عملية تجارية بمبلغ 4.7 مليار دينار (جريدة الشروق، 2021)، و تشجيعا لإستعمال المنتجات الرقمية أصدر بنك الجزائر في نفس الفترة نظام آخر ينص على مجانية بعض الخدمات المصرفية (بطاقة مصرفية، كشف الحساب السنوي، إستعمال الصراف الآلي، من أجل تحفيز العملاء على إستخدام وسائل الدفع الغير نقدية، كذلك دفع البنوك العاملة على الإبتكار و تقديم منتجات جديدة .

❖ **حماية أصحاب المصالح :** سواء عبر تفعيل ادارة المخاطر التشغيلية من خلال اعتماد الاساليب الوقائية المعتمدة ضمن الجائحة من تباعد الإجتماعي و تعقيم، التشجيع على أخذ اللقاح و الاعتماد أكثر على أساليب الخدمة عن بعد من أجل حماية الموظفين و العملاء على حد سواء، أو من خلال التأكيد على ضرورة التوسع في إستعمال وسائل الدفع الغير نقدية في ظل التنسيق مع وزارة البريد و الاتصال السلكي و اللاسلكي.

3. توجهات بنك الجزائر بعد جائحة Covid 19:

إن إستراتيجية عمل البنوك الجزائرية لمواجهة مختلف التحديات، ذلك من خلال وضع إستراتيجية عمل تمكنها من تعظيم الاستفادة من إيجابيات التحديات الراهنة، و بالمقابل العمل على التقليل من حدة السلبات و المخاطر التي يفرزها التطور المصرفي في شتى مجالاته و تخصصاته، في هذا النطاق تتوفر للبنوك الجزائرية العديد من الخيارات و الإمكانيات التي تسمح بتحقيق هدفها الأساسي و المتمثل في ضمان الاستمرارية و حجز مكانة لها ضمن المنافسة العالمية، أهم هذه الخيارات نذكر منها:

1.3 ضرورة اعتماد برامج تأهيلية للنظام المصرفي الجزائري:

إن عوامة المنافسة و تنوع الأسواق و تجديد المنتجات و تطبيق التكنولوجيا الحديثة، ساهم في تغيير محددات المنافسة على المستوى الدولي، و حسب منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (ONUDI) فإن التأهيل المؤسسي يهدف إلى ترقية القطاع التنافسي و تطويره ليصبح ذا قدرات و كفاءات هيكلية (رزقي و بوزعرور، 2001، صفحة 23)، و من هنا يمكن أن نوجز أهداف التأهيل في النقاط الآتية (شلابي، 2006، صفحة 18)

- يهدف التأهيل إلى دعم القدرة التنافسية للمؤسسة فهو لا يقتصر على محيطها الداخلي بل يمتد إلى محيطها الخارجي.
- التأهيل جهد واعى هادف ومستمر تنظم إليه المؤسسة طوعية :
 - ✓ جهد واعد: لأنه مبني على دراسات دقيقة؛
 - ✓ جهد هادف: يهدف إلى تعزيز القدرة التنافسية؛
 - ✓ جهد مستمر: يمكن اعتماده بشكل دائم في إطار التخطيط الاستراتيجي.
- يختص التأهيل بدعم النشاط المادي وغير المادي الذي يهدف إلى دعم القدرة التنافسية كتحسين طرائق التسيير و تأهيل اليد العاملة وتحديث وسائل الإنتاج وتحسين النوعية، الاستفادة من التكنولوجيا.
- **جودة و تطوير الخدمات البنكية:** حيث يعتبر تحسين جودة الخدمة أكبر تحدي يواجه المنظمات، إذ تتحقق الجودة عندما ينجح البنك في تصميم و تنفيذ و تقديم خدمة تشبع حاجات و توقعات العملاء، حيث تعد الجودة سلاحا فعالا ولن يمانع عملاء كثيرون في أن يدفعوا أكثر ليتلقوا خدمات أرفع جودة، فجودة الخدمة المصرفية تشمل عدة معايير منها: درجة الثقة، سرعة الاستجابة، الكفاءة أو القدرة، الوصول إلى الخدمة و المصدقية بالإضافة إلى اللباقة، الأمان، إلا أن فشل الخدمة في الوفاء باحتياجات العميل لن يعوضه أي جهد تسويقي في عناصر المزيج التسويقي الأخرى، إذا كانت جودة الخدمة تتوقف على ذوق العميل و تقييمه الشخصي لها، فانه قد أثبتت العديد من الدراسات التي أجريت في مجال جودة الخدمة وجود فجوة مرتبطة بادراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة، فالفجوة هي معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة.
- **تطوير الكفاءات البشرية :** لقد أصبح العنصر البشري يمثل أهمية جوهرية للبنوك نظرا للتقدم التكنولوجي السريع و التغيرات المتلاحقة في احتياجات العملاء و رغباتهم، الى جانب حدة المنافسة مما يتطلب أهمية كبيرة لتطوير الكفاءات البشرية و لكي يتحقق ذلك لابد أن تقتنع ادارة البنك و موظفيه بتحقيق التميز في أداء الخدمات المصرفية،و على الرغم من الجهود المبذولة من قبل إدارات البنوك العمومية السنوات الاخيرة لتطوير الموارد البشرية إلا أنها تظل محدودة النتائج ما لم يواكبها الرفع من

كفاءة العنصر البشري و قدراتهم اللازمة لإستيعاب التطورات المتلاحقة من أجل الوصول الى نموذج " المصرفي الفعال (زيدان، 2009، صفحة 7_8).

- **تفعيل أنظمة المعلومات و التكنولوجيا:** لا تزال البنوك الجزائرية غير مؤهلة في اعتماد التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات و الاتصال للدخول الى الاقتصاد العالمي و بالرغم من الجهود المبذولة في مجال تطوير المنظومة المصرفية في ظل برامج AMSFA الذي تم تطبيقه في ظل برامج MEDA. و اذا راجعنا هدف البنوك في استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في المجال المصرفي و خاصة تلك المرتبطة بالتقنيات الالكترونية و أدوات الدفع الالكترونية لوجدنا أنها تهدف من جهة الى العصرية لمواكبة تحديات العصر و تعزيز المكانة التنافسية و من جهة أخرى تهدف لرفع كفاءة أدائها التجاري و الحفاظ على عملائها و جذب عملاء جدد الامر الذي ينعكس على أدائه المالي مما يساهم في زيادة ارباحه (ميهوب، 2014، صفحة 263).

- **تطوير النظم المحاسبية :** خاصة أن النظام البنكي الجزائري لا يزال يعاني من القيود المالية المحاسبية و التنظيمية التي تحد من قدرته على مواكبة التطورات العالمية الحديثة، بالرغم من أن الجزائر اتجهت نحو تطبيق النظام المحاسبي المالي منذ 2010 تطبيقا للمادة 07-11 غير أن هذا المعيار يطرح مشكل الشفافية و الافصاح امام البنوك الجزائرية خاصة أن تطبيقها متعلق بالافصاح العام في القوائم المالية ، فالمعيار ينطبق على كافة المخاطر الناجمة عن جميع الأدوات المالية باستثناء البعض منها و في هذا السياق فان تحدي تطبيق المعايير الدولية لن يمكن تجاوزه حتى يكون هناك افصاح و شفافية في ظل تعليمات صارمة على القوائم المالية (بربار و قلمين، 2014، صفحة 205).

كلها آليات من شأنها أن ترفع من أداء البنوك الجزائرية و تزيد من تنافسيته، كما أن هذه الآليات ستسمح بإمكانية التوجه نحو الشمول المالي دون عقبات أو تحديات، و هو ما تسعى اليه البنوك حاليا من خلال البحث عن المناخ الملائم من أجل التوجه للشمول المالي لما له من أهمية على عدة مستويات.

2.3. ضرورة التوجه نحو الشمول المالي:

عرف إتحاد المصارف العربية الشمول المالي على أنه " مفهوم يهدف إلى تعميم المنتجات والخدمات المالية والمصرفية بتكاليف معقولة على العدد الأكبر من المجتمعات، والمؤسسات،

والأفراد، خصوصا شرائح الدخل المنخفض في المجتمع، على عكس الإقصاء المالي الذي يستثني هذه الشرائح. يتطلب الشمول المالي توافر القدرة لدى الأفراد والمؤسسات على الحصول على الخدمات المالية واستخدامها بفعالية وبطريقة مسؤولة (اتحاد المصارف العربية، 2019)

و عرفه البنك الدولي على أنه إمكانية الافراد و الشركات الوصول إلى منتجات وخدمات مالية مفيدة وبأسعار معقولة تلي احتياجاتهم من معاملات ومدفوعات ومنتجات ادخار وتسهيلات ائتمانية وقروض وخدمات تأمين التي يتم تقديمها على نحو مسؤول ومستدام (البنك الدولي، 2022).

و منه يمكن التوصل الى أن الشمول المالي يعتمد على الخدمات و المنتجات المالية التي تتحقق فيها الجودة مع انخفاض الأسعار مما يسمح لأكبر فئات المجتمع خاصة ذوي الدخل المحدود من الاستفادة من هذه الخدمات بإختلاف أنواعها ومنه إستخدامها بفعالية و بطريقة مسؤولة.

إن التزايد المستمر بضرورة التركيز على الشمول المالي التي يتيح لكافة المتعاملين بكل إختلافاتهم الحصول على خدمات بنكية على درجة من الجودة و بأقل التكاليف، حيث يسمح الشمول المالي للأفراد والشركات و المتعاملين الوصول لمختلف الخدمات المالية المتوفرة دون عواقب أو حواجز أو تكاليف إضافية و هو ما يجعل للشمول المالي جملة من الخصائص نلخصها: (أسامة و رحمة، 2021، صفحة 648)

- ✓ العموم و التنوع : من خلال استهداف جميع شرائح المجتمع خاصة محدودي الدخل، كما يجب أن تقدم خدمات و منتجات بنكية متنوعة؛
- ✓ السعر و الجودة: تقديم خدمات ذات جودة و بأقل التكاليف ؛
- ✓ الوقت و التوسع: سرعة تقديم الخدمات مع ضرورة سهولة الوصول إليها.

أهمية الشمول المالي: تتجسد أهمية الشمول المالي ليس للفرد فقط بل الأسرة و المجتمع و هي كالآتي : (صندوق النقد العربي، 2020، صفحة 5)

- يتيح الشمول المالي للأفراد فرض أفضل لإدارة الأموال بشكل سليم آمن يفتح فرض للإدخار و للإستثمار في التعليم و الصحة و تأسيس المشروعات، و إدارة المخاطر و مواجهة الصدمات؛

- يساعد الشمول المالي الأسرة على إدارة المدخرات وتجنب التقلبات المالية الطارئة و التخطيط للمستقبل بشكل أفضل؛
- أما أهمية الشمول المالي بالنسبة للمجتمع فهو يسمح لهم بتوجيه المدخرات نحو الفرض الإستثمارية بما يساعد على تأسيس المشروعات و خلق المزيد من فرص العمل و منه زيادة مستويات الدخل و تحقيق النمو الإقتصادي، كما يتيح لهم التعامل مع المؤسسات المالية الرسمية.

أبعاد الشمول المالي : إن للشمول المالي ثلاث أبعاد رئيسية نلخصها في مايلي: (أشرف إبراهيم، 2021، صفحة 376_378)

- ✓ **الوصول للخدمة المالية:** قد يكون توفر الخدمات المالية محدودا بسبب مشاكل متعلقة بعدم إمكانية الوصول، مثال ذلك عدم توفر فروع البنوك المتواجدة في المناطق الريفية و النائية على بعض الخدمات المقدمة، لذا يشير البعد الخاص بالوصول الى القدرة على إستخدام الخدمات المالية من خلال المؤسسات الرسمية و عادة ما يتطلب تحديد مستويات الوصول الى تحديد و تحليل العوائق المحتملة لفتح و إستخدام حساب مصرفي؛
- ✓ **استخدام الخدمات المالية :** حيث يشير هذا البعد الى مدى إستخدام العملاء للخدمات المالية المقدمة بواسطة مؤسسات القطاع المصرفي خلال فترة زمنية معينة، حيث يسمح هذا البعد بجمع البيانات عن المستخدمين من الأفراد أو الشركات للحسابات البنكية أو من لديهم حسابات ائتمان أو ودائع، أو من قاموا بمعاملات دفع عبر الهاتف... إلخ؛
- ✓ **جودة الخدمات المقدمة:** و هي من أكثر التحديات التي تقابل كافة الدول خاصة النامية منها، لذا يجب على هذه الدول السعي الدائم نحو قياس و مقارنة و اتخاذ اجراءات تستند الى أدلة واضحة فيما يخص كفاءة و جودة الخدمة المصرفية المقدمة .

3.3 إهتمامات بنك الجزائر بالشمول المالي:

تحت شعار " نحو بناء تعليم يعزز الشمول المالي أكد محافظ بنك الجزائر بمناسبة اليوم العالمي للشمول المالي المنعقد يوم 27 أفريل 2020، على أن الشمول المالي سيمثل الإنتقال لمرحلة جديدة، لذا لا بد من اعتماد العديد من الاجراءات التي تدخل ضمن الآليات و الطرق الواجب إعتمادها من أجل التمهيد لتطبيق و إنجاح الشمول المالي و ذلك من خلال :

✓ **إرساء مبادئ الثقافة المصرفية:** و ذلك عبر تحسيس و تعليم فئة الشباب خاصة بمبادئ و أصول الثقافة المالية حسب المعايير الدولية، و لذلك نجد أن بنك الجزائر يعمل على وضع إستراتيجية إتصال ديناميكي موجه خصوصا نحو البنوك و المؤسسات المالية العاملة بالجزائر من أجل إشراكها في هذه المبادرة خاصة فيما يتعلق ببلورة اللوائح و الاجراءات التنظيمية. كأحد مؤشرات الشمول المالي نجد نسبة ملكية السكان البالغين لحسابات رسمية حيث إزدادت ملكية الحسابات حول العالم بنسبة 50 % خلال الفترة 2011-2021، و ذلك من 51 % من البالغين الى 76 % ، في حين عرف إزدياد معدل ملكية الحسابات في البلدان النامية بمقدار 8% و ذلك من 63% الى 71%، غير أنه نجد أنه رغم التحسن الذي عرفه المؤشر بالنسبة للجزائر والذي إرتفع من 33% و ذلك سنة 2011 ليصل الى 50,47% و يعود هذا الارتفاع الى تزايد الملتحقين بالجامعات كذلك الاتجاه نحو دعم المناطق الريفية بوكالات مصرفية لتسهيل معاملاتهم المالية، غير أنه شهد إنخفاض لسنة 2017 بمعدل تقريبا 43%.

الجدول رقم 01: نسبة ملكية حساب في مؤسسة مالية رسمية الى إجمالي السكان البالغين

الدول	2011	2014	2017	2021
الجزائر	33,28%	50,47%	42,77%	-
الدول النامية	42%	55%	63%	71%
العالم	51%	62%	69%	76%

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على موقع : the worldbank-Global index

✓ **التعريف بالمنتجات البنكية:** ذلك عبر اعتماد حملات ترويجية و تحسيسية للتعريف بمختلف المنتجات البنكية خاصة منها ذات العلاقة بالتقنيات الجديدة و التطبيقات و الابتكارات المالية المتاحة لتمكين جميع المواطنين من الوصول الى الخدمات المصرفية و التأقلم مع آليات التمويل.

✓ **إستحداث خدمات مالية:** و في هذا الاطار قام بنك الجزائر بإتخاذ جملة من اللوائح التنظيمية تهدف الى تعزيز الشمول المالي ، ضمن إصدار القانون المؤرخ في 15 مارس 2020 عبر إستحداث معاملات بنكية إسلامية من أجل إستهداف فئة أكبر من المتعاملين عبر تقديم خدمات بنكية جديدة ذات مبادئ إسلامية .

✓ **التشجيع على الانتشار المصرفي :** ضعف الانتشار المصرفي أو ما يعرف بضعف التمصرف Bancarisation الذي يقاس بمؤشر عدد الفروع لكل 10 آلاف نسمة، فيما يخص

الجزائر فإننا نجد عدم تناسب عدد المؤسسات المصرفية في الجزائر مع حجم الاقتصاد أو السوق المصرفي أو حتى عدد السكان الأمر الذي يؤدي إلى عدم قدرة هذه المؤسسات على تعبئة المدخرات و عدم تلبية حاجات عملائها من أجل ذلك فقد أكد محافظ بنك الجزائر من خلال كلمته الموجه في الاجتماع المشترك لصندوق النقد الدولي في 26 افريل 2020 على ضرورة توسيع شبكاتها الى كل مناطق خاصة تلك المناطق التي تعرف انعداما في الخدمات المالية، كما يجب تحديد طبيعة النشاطات الاقتصادية الموجودة من أجل توفير المنتجات المناسبة و التي تستجيب لانشغالات المتعاملين و المواطنين . و حسب ما صرحه الوزير الأول فهم أمام تحدي بلوغ 26 مليون بطاقة إلكترونية بريدية بين البريد و البنوك، و موزع آلي لكل 5 آلاف نسمة (جريدة الشروق، 2022).

حيث يبرز لنا الجدول الآتي تطور عدد الشبابيك التابعة سواء للبنوك الخاصة أو العامة خلال تسع سنوات السابقة حيث نجد انه عرف تزايد مستمر خلال فترة 2009-2018، لكن بوتيرة متفاوتة، حيث ارتفع عدد الشبابيك الى 1324 سنة 2009 بنسبة زيادة 5.62 % بالمقارنة مع سنة 2008، كما وصل عدد الشبابيك سنة 2013 إلى 1494 منها 315 تابعة للبنوك الخاصة و 85 وكالة للمؤسسات المالية، في حين زاد معدل الشبابيك في السنة الموالية 2014 بما يعادل 1494 شبك أي بنسبة زيادة 1.05 % و هي بداية تدهور الأوضاع الإقتصادية في الجزائر بسبب انخفاض الإيرادات البترولية، خاصة أنه معظم البنوك النشطة هي بنوك عمومية تابعة للدولة ليصل عدد الشبابيك إلى 1604 سنة 2017 بحوالي 1145 وكالة تابعة للبنوك العمومية، و 364 وكالة تابعة لبنوك الخاصة و 95 وكالة للمؤسسات المالية .

الجدول رقم 02: تطور عدد الشبابيك خلال الفترة (2009-2018)

السنوات	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
عدد الشبابيك	1324	1367	1441	1478	1494	1526	1557	1577	1604	1691

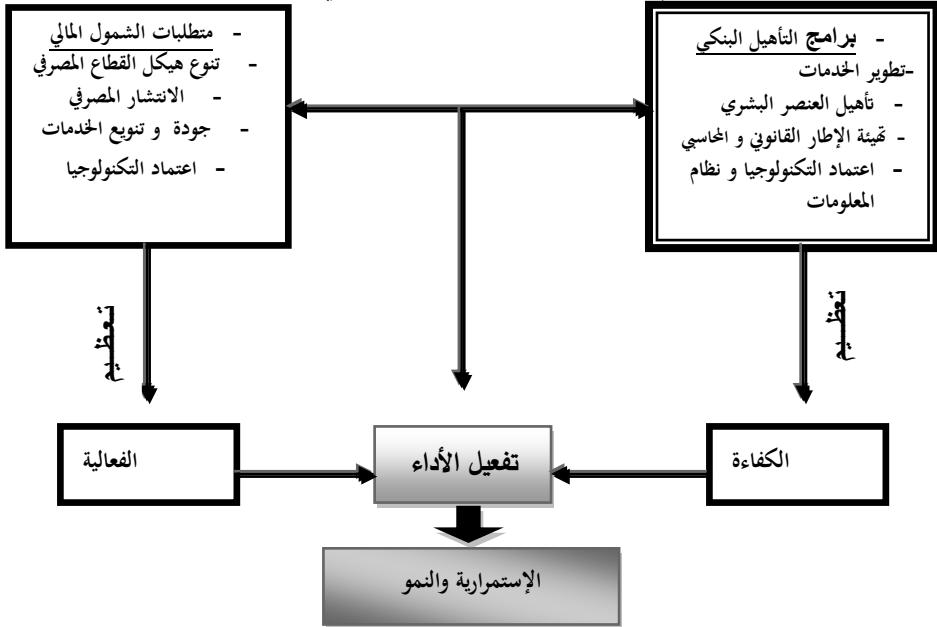
المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير بنك الجزائر عن الموقع : www.bank-of-algeria بالرغم من سعي البنوك الى سياسة توسيع فروعها و هو ما ترجم في الجدول أعلاه، إلا أنه تبرز لنا مشكلة التمدد أو ما يعرف بالكثافة المصرفية، بسبب أن هذا التوسع غير كافي للكثافة السكانية بالجزائر والتي هي بدورها في تزايد مستمر حيث نجد وكالة بالنسبة الى 3453 في سن العمل سنة 2010 لتبقى نفس النسبة بسنة 2011، و قد ارتفعت الى وكالة لكل 3498 في سن العمل سنة 2012، في حين إنخفضت الى 3320 سنة 2015 و 2016 و الى 3214 سنة 2017 و هي أعداد تبقى بعيدا عن المستوى العالمي وهو وكالة لكل 10000 مواطن، وهذا رغم السعي نحو تحسن مستوى الصيرفة تدريجيا من خلال تكتيف شبكة

وكالات المصارف العمومية والخاصة إلا أن النتائج على الواقع لم تصل الى المستوى المطلوب، حيث لا تزال الجزائر تعاني من نقص الكثافة المصرفية إذا ما قرناها بالمغرب و قطر و لبنان التي عرفت نتائج جيدة في هذا المجال.

4.3 أهمية برامج التأهيل في تعزيز الشمول المالي

إن السعي الدائم نحو الارتقاء بالمنظومة المصرفية الجزائرية و ذلك إنطلاقا من الاصلاحات المصرفية التي عرفتها و التي كان قانون النقد و القرض و تعديلاته بمثابة حجر الأساس لبناء نظام مصرفي مبني على أسس صحيحة، إلا أن التغييرات الاقتصادية و التطور المستمر الذي تشهده الساحة المصرفية فرض عليه ضرورة مسايرة هذه التغييرات و كان لتطبيق برامج التأهيل هدف أساسي و هو النهوض بأداء و تنافسية البنوك الذي ساهم الى حد ما في تطوير الخدمات و الاهتمام بالعنصر البشري تفعيل ادارة المخاطر و كذا التركيز على التكنولوجيا ، من هذا المنطلق نجد أن برامج التأهيل اذا ما تم تفعيل تطبيقها ستساهم الى حد كبير في تعزيز الشمول المالي لأن الشمول المالي في متطلباته لا تتحقق الا اذا كانت تهيئة فعلية عبر برامج التأهيل و الشكل التالي يلخص العلاقة بين كل من التأهيل و الشمول المالي:

الشكل رقم 01: علاقة التأهيل و الشمول المالي بتفعيل الأداء



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الدراسة

من الشكل أعلاه نخلص الى أن برامج التأهيل مهمة لتعزيز تطبيق الشمول المالي، هذا من جهة و من جهة اخرى يسمح التطبيق الشمول المالي الى دعم برامج التأهيل و تسهيل تطبيقها الامر الذي سينعكس على الكفاءة و الفعالية من خلال تفعيل أداء البنوك و ضمان الاستمرارية و النمو و هو من الأهداف التي تسعى كافة البنوك الى تحقيقها.

5.3 تشجيع إنشاء البنوك الاسلامية على ضوء التوجه نحو المعاملات المصرفية الإسلامية:

بعد فتح المجال أمام البنوك الأجنبية و كذا الخواص من خلال قانون النقد و القرض 90-10 كان بنك البركة من البنوك الإسلامية السباقة لفتح فروعها في الجزائر و ذلك يوم 06.12.1990 فهو مؤسسة مختلطة جزائرية سعودية تخضع نشاطاته الى قواعد الشريعة الإسلامية ، إستطاع هذا البنك عبر خدماته المقدمة من أن يحقق نتائج جد مرضية فيما يخص النتائج المالية قدر رأس ماله سنة 2019 أكثر من 55 مليار دج ، ليكون بعده بنك السلام الإسلامي تأسس في 08.06.2006 حيث يقدر حجم رأس مالي بأكثر من 5 مليار دينار جزائري لسنة 2020 و الذي عرف زيادة ملحوظة إذا مقارناه بسنة 2019 و الذي قدر بأكثر من 27,5 مليار دينار جزائري

و نظرا للأهمية التي تجسدها البنوك الإسلامية فقد إعتمد بنك الجزائر إستراتيجية مستحدثة عبر التوجه نحو تقديم معاملات مصرفية إسلامية على مستوى البنوك العمومية و ذلك من أجل جذب المتعاملين جدد و من إستهداف فئة جديدة من العملاء و ذلك عبر الآليات التالية :

6.3 استحداث معاملات مصرفية اسلامية :

تعد عملية فتح النوافذ الإسلامية بالبنوك التقليدية خطوة تمهيدية لتفعيل الصيرفة الإسلامية و هذا بعد إطلاق السلطات الجزائرية إصدار القانون 2020-02 الذي تبنى عبره مصطلح الصيرفة الإسلامية بدل التشاركية، و حدد عبره مختلف العمليات الإسلامية منها المراجعة المشاركة المضاربة الإجارة ، الاصطناع السلم حسابات الودائع....، و هو ما يفضله المجتمع الجزائري كبديل للعمل المصرفي التقليدي، حيث سيسمح هذا التوجه الى تعظيم أرباح البنوك و جذب رؤوس الأموال الإسلامية من أجل زيادة خصتها السوقية، و قد وصل عدد الشبايك الإسلامية سنة 2021 الى 106 موزعة بين البنك الوطني الجزائري(59) القرض الشعبي الجزائري(31) و الصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط (16) (توفيق و أسيا، 2022، صفحة 79) ، بالرغم من كل هذه البوادر إلا أنه تبقى التحديات من أجل إنجاح هذا النوع من العمليات المصرفية

الإسلامية موجودة و لا بد من دراستها و البحث عن حلول لها و لعل أهمها عدم وجود إطار قانوني خاص بالبنوك الإسلامية أو المعاملات الإسلامية حيث تخضع جميعها لقانون واحد، كما أنه البنك المركزي في تعاملاته وتحديد مختلف القوانين و التشريعات يضعها ضمن إطار البنوك التقليدية فقط، إضافة الى اقواعد الحيطه الحذر التي هي ضمن مقررات لجنة بازل و هي تحديات من شأنها أن تؤثر على فعالية مثل هذه العمليات .

7.3 إعتداد نموذج CRAFT لتفعيل الاليات الرقابية لبنك الجزائر :

الذي يعتمد على جملة من المؤشرات و العناصر التي يسهم كل منها في تقييم درجة المخاطر والجودة الكلية للبنوك، فهو من أهم الأنظمة الحديثة التي تهدف من خلال مبادئها على تطوير وتحديث عبر نظم الرقابة بما يتلاءم مع المتغيرات و المستجدات البيئية ذلك عبر تركيزه على تفعيل الرقابة من خلال تبني مبادئ الحوكمة و تفعيل دور إدارة المخاطر و التأكيد على ضرورة الشفافية أما فيما يخص تحسين الأداء فهو يركز على جودة الموجودات، السيولة الرافعة المالية وتعظيم الربحية فعلى السلطات الاشرافية و الرقابية ان تواكب التطورات في المبادئ والممارسات الدولية السليمة المتعلقة بادرة المخاطر كما يجب ان يحرص على تعزيز سلامة وكفاءة القطاع المالي والمصرفي و الارتقاء بها لمواجهة التحديات، ذلك عبر توفير قواعد قانونية و تشريعية و مؤسساتية فعالة .

4. خاتمة

لقد تم التوصل من خلال هذه الدراسة الى جملة من النتائج: سمحت الإستجابة السريعة لمواجهة تداعيات جائحة كورونا عبر تسخير السياسة الإقتصادية عامة و السياسة النقدية بشكل خاص من تخفيف وطأة هذه الأزمة و تحقيق الاستقرار المالي بنسبة كبيرة، عبر إعتماده على جملة الاجراءات الوقائية و كذا التحفيزية، مع تشجيعه على ضرورة التوجه أكثر نحو إستخدام الوسائل الغير نقدية و دعمه للمعاملات المالية الإسلامية عبر فتح شبائيك الاسلامية على عدة بنوك ، إلا البنك المركزي و البنوك الجزائرية لاتزال أمام تحديات أخرى أهمها التطبيق الفعلي و الفعال لمختلف البرامج المسطرة، حيث كخطوة أولى لا بد من تفعيل برامج التأهيل من أجل بناء أرضية فعالة للشمول المالي مع التأكيد على ضرورة الإهتمام بالبنوك الإسلامية .

كما يمكن طرح جملة من التوصيات التي نوجزها فيمايلي :

- ✓ إستراتيجية الامتثال للوائح و القوانين الصادرة عن البنك المركزي له أهمية بالغة خاصة أن هذا الأخير يسعى الى تحقيق مجموعة من الأهداف على المدى قصير و البعيد و الذي يصب في تحقيق التوازن الاقتصادي و السلامة المالية التي تعتبر من أهم التحديات التي تواجه اقتصاديات الدول خاصة عندما تكون هناك أزمات و هو ما نلاحظه في ظل جائحة كورونا عبر سعي البنوك المركزية الى تبني خطط و آليات للخروج من الأزمة بأقل الخسائر الأمر الذي سينعكس إيجابيا على الاقتصاد عامة و كافة أصحاب المصالح، من ضمنها البنوك و المؤسسات المالية.
- ✓ اعتماد برامج لإختبار القدرة على تحمل الضغط حيث أن تقييم ملائمة مستوى الأموال الخاصة و سيولة كل البنوك و المؤسسات المالية في الظروف العادية لا يعبر عن الصلابة ضد الصدمات بل برامج اختبار الضغط هي التي تعكس القدرة على تحمل الضغوط التي قد تنجر عن انعكاسات الروابط بين المصارف أو تلك المتعلقة بالاقتصاد الكلي.
- ✓ ربط المخاطر بالإجراءات الرقابية حيث يسمح استخدام مصفوفة المخاطر من ربط المخاطر بالإجراءات الرقابية للتعرف على المخاطر حسب درجة السيطرة عليها من أجل التخفيف حدتها ؛
- ✓ ضرورة الاهتمام بإرساء الثقافة المصرفية من أكبر التحديات التي يجب التركيز عليها، لذا لا بد من إعتماد آليات بعيدة المدى ؛
- ✓ الاهتمام بتطبيق نظام مدفوعات رقمي مما سيسمح بالاستخدام السهل و قلة التكاليف؛
- ✓ إعادة رسكلة العنصر البشري من الضروريات التي يجب الاهتمام بها عبر تدريبها في مجال العمل البنكي الالكتروني و كذا طرق التعامل و تقديم الخدمة للمتعاملين .

5. قائمة المراجع.

- 1 شلابي عمار، سنة 2006، تأهيل المؤسسة العمومية الاقتصادية و محيطها "دراسة حالة" المؤسسة الوطنية للزرم المعدني "وحدة سكيكدة"، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة سكيكدة، الجزائر.
- 2 ميهوب سماح، سنة 2014، أثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الأداء التجاري و المالي للمصارف الفرنسية" دراسة حالة نشاط البنك عن بعد"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- 3 زيدان محمد، سنة 2009، أهمية إرساء و تعزيز مبادئ الحوكمة في القطاع المصرفي بالإشارة الى البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، العدد 09.
- 4 ربار نوردين، قلمين محمد هشام، سنة 2014، تحديات ارساء مقررات لجنة بازل 3 في المصارف الجزائرية، المجلة الجزائرية الاقتصادية و المالية، العدد 01.
- 5 فراح أسامة، رحمة عبد العزيز، 2021، الشمول المالي و دوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك، مجلة طبنة للدراسات العلمية و الأكاديمية.
- 6 آيت عكاش سمير، الطيب ياسين، سنة 2012 تكييف النظام المصرفي الجزائري وفق معايير لجنة بازل الجديدة، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 07.
- 7 عطية أشرف ابراهيم، تعزيز الشمول المالي و التكنولوجيا المالية بين الفرص و التحديات: عرض لتجربة الشمول المالي في مصر، المجلة الدولية للفقهاء و القضاء و التشريع، العدد 2 سنة 2021
- 8 كمال رزيق و بوزعور عمار، المنعقد في 29-30 أكتوبر 2001، التصحيح الهيكلي و آثاره على المؤسسة الاقتصادية في الجزائر، ورقة مقدمة في المنتدى الدولي حول تأهيل المؤسسة الاقتصادية و تعظيم مكاسب الاندماج في الحركة الاقتصادية العالمية، جامعة سطيف، الجزائر.
- 9 خذري توفيق، آسيا بوعكة، سنة 2022، واقع توطين الصيرفة الاسلامية في الجزائر على ضوء النظام 20-06 و التعلية 20-03، مجلة دراسات في الاقتصاد و إدارة الأعمال، ص 79.
- 10 LAMIRI Abdelhak, La mise a niveau, revue des sciences commerciales et des gestion, école supérieure de commerce, Alger, année 2001
- 11 إيمان كيموش، جريدة الشروق، من الموقع :
- 12 www.echoroukonline.com , consulte le 24_12_2021
- 13 بنك الجزائر، 2020، التقرير السنوي للأوضاع الاقتصادية، من الموقع :
- 14 <https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/rapport2020arabe.pdf>, page 32
- 15 البنك الدولي، الشمول المالي، من الموقع :
<https://www.albankaldawli.org/ar/topic/financialinclusion/overview>
- 16 حنان الطيب، الشمول المالي، صندوق النقد العربي، من الموقع :
<https://www.amf.org.ae/sites/default/files/publications/2021-12/financial-inclusion.pdf>

دراسة قياسية لأثر تنوع الصادرات على ميزان المدفوعات الجزائري
خلال الفترة 1995 – 2021

An econometric study of the impact of export diversification on
the Algerian balance of payments during the period 1995-2021

فيروز شريط

Fairouz cherayett

جامعة الشيخ العربي التبسي_الجزائر

fairouz.cherayett@univ-tebessa.dz

*زكرياء مسعودي

Messaoudi zakaria

جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي_الجزائر

messaoudi-zakaria@univ-eloued.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/16

تاريخ الاستلام: 2023/02/26

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تنوع الصادرات على ميزان المدفوعات في الجزائر خلال الفترة 1995-2021، وذلك بتوضيح المفاهيم العامة والمتعلقة بالتنوع الاقتصادي، تنوع الصادرات ثم ميزان المدفوعات وتحديد أهم مكوناته، ثم قياس العلاقة بين متغيرات الدراسة بالاعتماد على منهجية الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية المبطنة عبر الزمن ARDL باستخدام برمجية Rstudio. توصلت الدراسة إلى أن هناك أثر معنوي سالب بين متغيرات الدراسة راجع لكون الجزائر دولة ريعية من الدرجة الأولى وبالتالي تبقى مرهونة بتقلبات أسعار النفط الحادة.

الكلمات المفتاحية: تنوع صادرات، ميزان مدفوعات، اقتصاد جزائري، منهجية ARDL.

تصنيف JEL: B22، C1.

Abstract : The study aimed to identify the impact of export diversification on the balance of payments in Algeria during the period 1995-2021, by clarifying the general concepts related to economic diversification, diversification of exports, then the balance of payments and identifying its most important components, then measuring the relationship between the variables of the study based on the methodology of autoregressive slowing time gaps ARDL over time using Rstudio software. The study found that there is a negative significant effect between the variables of the study due to the fact that Algeria is a rentier country of the first degree and therefore remains dependent on sharp fluctuations in oil prices.

Key words: diversification of exports, balance of payments, Algerian economy, ARDL methodology.

JEL classification codes: B22، C1.

1. مقدمة:

بعد التنوع الاقتصادي موضوعا له مكانة هامة في الاقتصاديات التي تعتمد بدرجة كبيرة على منتج واحد في عملية التصدير وكذا الاعتماد عليها كمورد أساسي في كل التعاملات التي تدخل في مجال التموين والتمويل، فالاعتماد على مورد واحد كمحرك للنمو الاقتصادي يمكن أن يعرقل عجلة التنمية إذا ما انخفضت أسعار هذا المنتج في الأسواق العالمية، حيث أن اعتماد هذه الاقتصاديات على مورد واحد كان إجبارا على ذلك وفق مبدأ التخصيص ونمط تقسيم العمل الدولي ومدى وفرة هذه الموارد في تلك الدول، إذ أن اغلب هذه الدول تتمتع بميزة نسبية في إنتاج هذا المورد خاصة فيما يتعلق بالثروات الباطنية، كما أن التصدير يشكل مصدر رئيسي لزيادة الدخل وتنويع مصادره عن طريق بيع السلع وتوجيهها نحو الخارج مما يضمن في نفس الوقت زيادة العوائد المالية وإثراء الميزان التجاري الذي يؤدي بالدولة نحو تسديد المديونية ومعالجة اختلالات ميزان المدفوعات.

وبالحديث عن ميزان المدفوعات فإن الجزائر من بين الدول التي تعاني عجزا مستمرا نتيجة للتقلبات المرهونة بتقلبات أسعار النفط وسوء الاستغلال للموارد الأخرى غير النفطية، مما جعل الدولة تتجه نحو اعتماد سياسة تنوع الصادرات.

وانطلاقا مما سبق يمكن معالجة إشكالية الدراسة وطرحها في التساؤل الآتي:

كيف يؤثر تنوع الصادرات على ميزان المدفوعات الجزائري خلال الفترة 1995 - 2021؟

فرضية الدراسة:

من خلال الإشكالية المطروحة سابقا، يمكن صياغة الفرضية الآتية:
يوجد تأثير معنوي إيجابي لمؤشر تنوع الصادرات على ميزان المدفوعات الجزائري خلال الفترة 1995 - 2021.

أهمية وهدف الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في أن موضوع تنوع الصادرات موضوع مهم في الدراسات الاقتصادية والذي تم دراسته مؤخرا والبحث في طرق حسابه، وتم تناوله مؤخرا كحل رئيسي لمعالجة التقلبات النفطية ومعالجة اختلالات ميزان المدفوعات والنهوض بالاقتصاديات الوطنية وزيادة مواردها، تسعى الدراسة إلى التعرف على التعرف على المفاهيم المتعلقة بتنوع الصادرات وميزان المدفوعات، بالإضافة إلى قياس العلاقة التجريبية بينهما خلال الفترة 1995 - 2021.

المنهج المتبع في الدراسة:

لدراسة أثر تنوع الصادرات على ميزان المدفوعات في الجزائر خلال الفترة 1995 - 2021، مع توضيح الدور الذي تلعبه هذه العلاقة في تحقيق الاستقرار الاقتصادي، تم الاعتماد على المنهج الوصفي والمنهج التجريبي، وذلك بالاعتماد على برمجية Rstedio.

1. الإطار النظري لتنوع الصادرات وميزان المدفوعات

1.1. تنوع الصادرات (مفاهيم عامة)

إن التنوع الاقتصادي هدف عالمي تسعى جميع الدول لتطبيقه من أجل تحقيق النهوض بالاقتصاد الوطني من خلال الرفع من معدلات النمو الاقتصادي والوصول إلى حالة من الاستقرار الاقتصادي الداخلي والخارجي، حيث يعرف التنوع الاقتصادي بأنه: " تنوع مصادر الدخل عن طريق تبني أسلوب متوازن للتنمية الاقتصادية قائم على التكامل المدروس بين القطاعات والأنشطة المختلفة، في عملية إقحام تغيرات هيكلية في البنية الاجتماعية والاقتصادية والعلاقات الاجتماعية التي ترافق النمو الكمي بهدف تحقيق الرفاهية "، (أوكل، 2016، صفحة 57).

ويمكن التمييز بين نوعين من التنوع: (صباغ، 2020، صفحة 60)

- **التنوع الأفقي:** ويطلق على توزيع الاستثمار على أدوات من نفس الفئة، مثلاً قطاع البترول؛
- **التنوع الرأسي:** ويطلق على توزيع الاستثمار على قطاعات متنوعة كالزراعة والصناعة والخدمات أو فئات مختلفة من الأدوات الاستثمارية كألسهم والسندات.

بالإضافة إلى ذلك تحتاج عملية التنوع الاقتصادي مجموعة من المتطلبات التي تمثل المرتكزات الضرورية لتحقيقها وتمثل بالآتي: (الطائي، 2021، صفحة 53)

أ. الاهتمام بقاعدة الموارد البشرية وتطوير رأس المال البشري؛

ب. توفير الموارد المالية اللازمة لعملية التنوع الاقتصادي؛

ت. توفير بيئة مستقرة للاقتصاد الكلي وإصلاح وتنسيق عمل السياسات المالية والأئتمانية؛

ث. تفعيل دور القطاع الخاص وتعزيز بيئة الأعمال؛

ج. تعزيز ريادة الأعمال من خلال المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

وهناك عدة مؤشرات تدلنا على مدى التنوع الاقتصادي لأي دولة أهمها: (ضيف و عزوز،

2018، صفحة 23)

- معدل ودرجة التغير الهيكلي، كما تدل عليهما النسبة المئوية لإسهام القطاعات المختلفة في الناتج المحلي الإجمالي، إضافة إلى زيادة أو انخفاض إسهام هذه القطاعات مع الزمن، ومن المفيد أيضا قياس معدلات النمو الحقيقية للناتج المحلي الإجمالي حسب القطاع، حيثما توفرت لنا البيانات الخاصة بذلك.
 - درجة عدم استقرار الناتج المحلي الإجمالي، وعلاقتها بعدم استقرار سعر النفط. ومن المفهوم أن التنوع يفترض فيه أن يحد من عدم الاستقرار هذا مع مرور الزمن.
 - تطور إيرادات النفط والغاز كنسبة من مجموع إيرادات الحكومة، لأن أحد أهداف التنوع هو تقليل الاعتماد على إيرادات النفط، ومن المؤشرات المفيدة الأخرى، وتيرة اتساع قاعدة الإيرادات غير النفطية على مر الزمن، إذ أن ذلك يدل على النجاح في تطوير مصادر جديدة للإيرادات غير النفطية.
 - نسبة الصادرات غير النفطية إلى مجموع الصادرات، والعناصر المكونة للصادرات غير النفطية، وبصورة عامة يدل الارتفاع المضطرب للصادرات غير النفطية على ازدياد التنوع الاقتصادي. على أن التغيرات القصيرة الأجل في هذا المقياس قد تكون مضللة، إذ يمكن أن تنجم عن تقلبات أسعار النفط وصادراته.
 - تطور إجمالي العمالة بمجموعها حسب القطاع، ومن الواضح أن هذا المقياس ينبغي أن يعكس وأن يعزز تغيرات التكوين القطاعي للناتج المحلي الإجمالي.
 - تغير ما للقطاع العام والقطاع الخاص من إسهام نسبي في الناتج المحلي الإجمالي، وهذا مؤشر هام لأن التنوع الاقتصادي يعني ضمناً زيادة إسهام القطاع الخاص في النشاط الاقتصادي الإجمالي.
 - مقاييس الإنتاجية، حيث يمكن تطبيق هذه المقاييس خصوصا على أنشطة متنوعة في القطاع الخاص، لتقييم معدل تنميته وتحديثه.
- كما تكمن أهمية التنوع في الصادرات في كونها محفزا أساسيا للنمو الاقتصادي وأيضاً خطورة الاعتماد على الصادرات النفطية. (بغني، 2018، صفحة 620)
- إن تنوع الصادرات يعتمد على عدة آليات متباعدة من طرف الدول في سبيل عدم الاعتماد على مصدر واحد للتصدير، وهي: (العياطي و بن عزة، 2018، صفحة 10)
- أ. تنوع وتنمية الصادرات في ظل سياسة الإصلاح الاقتصادي: اتبعت العديد من الدول سياسة الإصلاح الاقتصادي في سبيل إعادة النظر في تنظيم المؤسسات الاقتصادية خاصة

ومن أهم السياسات الاقتصادية الإصلاحية المتبعة وأكثرها شيوعاً في البلدان النامية التي تعين من اختلافات هيكلية أو ارتدادات ناجمة عن التحول من نمط اقتصادي إلى آخر هي:

- **سياسة الضبط:** حيث هدفت إلى تحقيق التوازن العام من خلال الآليات المالية والنقدية والتجارية، حيث تعمل هذه السياسة على تخفيض معدل التضخم وتوازن ميزان المدفوعات واستقرار العملة، والبحث عن التوظيف الكامل؛

- **سياسة إعادة هيكلة الصناعة:** وهي سياسة هدفت إلى تكييف الصناعة مع الاتجاه العام للطلب العالمي؛

- **سياسة الإنعاش:** وهدفت بالأساس إلى تحريك النشاط الاقتصادي بعد ما كان يعاني من شبه توقف (ركود) في مجمل آلياته، وعلى هذا الأساس تلجأ الدولة إلى استخدام بعض الآليات مثل عجز الميزانية العامة (تمويل التنمية بالعجز)، تحفيز الداخلي والخارجي، زيادة الأجور لتنشيط الاستهلاك... الخ.

ب. **تخفيض قيمة العملة ودوره في تنمية الصادرات:** تعمل تقنية تخفيض العملة كآلية استثنائية من أجل إعادة الإنعاش للصادرات الوطنية من خلال ارتفاع سعر الواردات مما يدفع الفرد فيداخل البلد من التخلي على السلع المستوردة والتوجه نحو مثلتها من الإنتاج المحلي، هذه الخطوة جد مفيدة في زيادة العرض من الإنتاج الوطني والوصول إلى الاكتفاء الذاتي، وبالتالي الزيادة من منسوب التصدير.

تتطلب إستراتيجية تنمية الصادرات في الدول النامية جملة من الأساسيات، والتي تتمثل في: (بن يوب، صفحة 08)

- تدخل الدول لتأدية دور واضح في عملية التنمية ويتمثل في إزالة معوقات التصدير؛
 - العمل على تنمية الصادرات كما وكيفا وذلك بتنوع التركيبة السلعية لهذه الصادرات؛
 - العمل على تحقيق التوزيع الجغرافي للصادرات وذلك بتنوع أسواقها.
- والجزائر كمشيلاًتها من الدول النامية بدلت بمجهودات وإجراءات لترقية صادراتها تمثلت في:
- تحرير التجارة الخارجية وتخفيض قيمة العملة الوطنية؛
 - التحرير الكلي لعمليات التصدير (التسهيلات الضريبية والجمركية)؛
 - استحداث مؤسسات لترقية الصادرات غير النفطية (وزارة التجارة الوطنية، الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية، الغرفة الوطنية للتجارة والصناعة، الشركة الوطنية لتأمين

وضمن الصادرات، الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير، الجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين؛

- إنشاء المناطق الحرة؛

- تأسيس صندوق خاص لترقية الصادرات.

1.2. ميزان المدفوعات

إن ميزان المدفوعات يعتبر أحد أهم أدوات التحليل الاقتصادي الذي يعتمد عليها في معرفة الوضعية الاقتصادية للدولة باعتباره يضم المعاملات الاقتصادية خلال فترة معينة خاصة فيما يتعلق بميكل الصادرات والواردات. (حملاوي، 2018، صفحة 49)

كما يعرف بأنه ملخص لجميع المعاملات المالية، التجارية التي تنطوي على السلع الحقيقية والأصول المالية، بالإضافة إلى الاستثمارات المباشرة بكل أنواعها خلال فترة زمنية محددة. (Ghassem A, Homairfar, 2004, p. 15)

ومن المؤشرات الاقتصادية لميزان المدفوعات، أي تظهر أهميته حسب فترة التحليل، كما يلي: (العروق و بن ثابت، 2022، صفحة 496)

أ. في فترة واحدة:

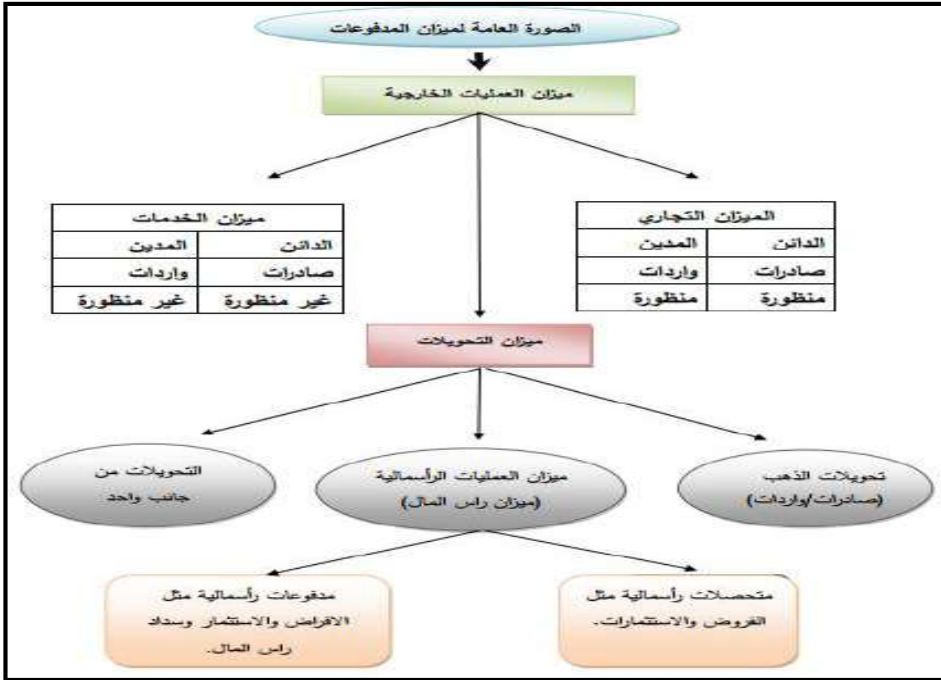
- يسمح بمعرفة أهم السلع والمنتجات المصدرة والمستوردة وبالتالي وزن القطاعات الإنتاجية المختلفة، وقدرة الإنتاج المحلي على المنافسة الخارجية والاستجابة لحاجات الاقتصاد العالمي أي أهمية المبادلات الاقتصادية؛
- توقع تطورات سعر الصرف، والعوامل المحددة له في تلك الفترة وتطوراتها مع مقتضيات المركز المالي والاقتصادي.

ب. على فترات

- يسمح بمتابعة مدى تطور البنيان الاقتصادي للدولة خاصة بعد انتهاج سياسة اقتصادية تنموية صناعية.
- تتبع هيكل التجارة الخارجية وحجم المبادلات وبالتالي القدرة على تخطيط وتوجيه العلاقات الاقتصادية الخارجية للدولة.

من خلال الشكل أدناه يتم توضيح الشكل العام لتقسيمات ميزان المدفوعات.

الشكل رقم 01: هيكل ميزان المدفوعات



المصدر: (عبد المطلب، 2000، صفحة 400)

وفقا لتعدد مكونات وعمليات ميزان المدفوعات، فإنه يتأثر بمستوى التطور الاقتصادي، الذي يحصل في الدولة خلال فترات مختلفة وهو ما يترجم نمو اقتصاد ما من عدمه، وبالتالي فإن ميزان المدفوعات يتحدد بمجموعة من محددات يتأثر ويؤثر فيها، فمن خلال التضخم فإنه بدوره يؤدي لارتفاع الأسعار المحلية وهو ما يجعل الصادرات تنخفض مقابل ارتفاع الواردات في نفس الوقت، كما يؤدي التغير في سعر الفائدة إلى إبداء أثرا على حركة رؤوس الأموال وهو ما ينتج عنه ارتفاع في حركة أسعار الفائدة في الداخل، من جانب آخر يمثل الناتج المحلي الجاري من السلع والخدمات والمقومة بسعر السوق خلال فترة زمنية غالبا ما تكون سنة، حيث أن زيادة الدخل في الدولة يؤدي إلى زيادة الطلب على الواردات والعكس صحيح. (بريش سعيد، 2007، الصفحات 69 - 70)

2. قياس أثر تنوع الصادرات على ميزان المدفوعات الجزائري خلال الفترة 1995. 2021. من أجل التعرف على أثر تنوع الصادرات على ميزان المدفوعات تم استعمال بيانات سنوية من البنك الدولي Unectad لكل من الرصيد الجاري لميزان المدفوعات والناتج المحلي

الإجمالي، ومؤشر تنويع الصادرات في الجزائر للفترة الممتدة من 1995 إلى 2021 أي 27 مشاهدة، وتم ترميز المتغيرات كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم 01: تعريف المتغيرات وترميزها

المتغير	الرمز	المصدر
تنويع الصادرات	DEX	unectad
رصيد ميزان المدفوعات	BP	البنك الدولي
الناتج المحلي الإجمالي	GDP	البنك الدولي

المصدر: من إعداد الباحثان

في هذه الدراسة هناك نموذج واحد حسب عدد المتغيرات التابعة في النموذج والمعتمدة من قبل المتغيرات المفسرة، حيث يتم صياغة معادلات النموذج كما يلي:

$$DEX = \alpha_0 + \alpha_1 BP + \alpha_2 GDP + \varepsilon_t$$

حيث أن:

- α : معاملات النموذج؛

- ε_t : الخطأ العشوائي.

2.1. دراسة استقرارية السلاسل الزمنية

يتم دراسة استقرارية السلاسل الزمنية من خلال التمثيل البياني واختبارات جذر الوحدة كما جرت العادة مع السلاسل الزمنية، والتي تسمح لنا بمعرفة درجة تكامل السلاسل واستقراريتها من عدمه.

أ. التمثيل البياني للسلاسل الزمنية

انطلاقاً من برنامج Rstudio نجد:

الشكل رقم 02: التمثيل البياني للمتغيرين



المصدر: مخرجات برنامج Rstudio

يلاحظ وجود مركبة الاتجاه العام وذلك كون المنحنيات موازية لمحور الفواصل وهو في اتجاه متزايد من فترة لأخرى، أي أن السلاسل غير مستقرة عند المستوى.

ب. دراسة الاستقرار

تعتبر الاستقرار شرط أولي وأساسي ويتم ذلك من خلال المنحنى البياني للسلاسل الزمنية، اختبارات جذر الوحدة ومعاملات الارتباط الذاتي، وسنكتفي في هذا الجزء باختبارات جذر الوحدة باستخدام اختبار PP، والجدول الموالي يوضح تلخيص لأهم نتائج الاستقرار.

الجدول رقم 02: اختبار استقرار السلاسل الزمنية

	Level	1 ^{er} différence			
		Cal	tab	Cal	Tab
DEX	PP	1.0712	0.9104	5.6472	0.0012
GDP	PP	2.1048	0.5325	4.0845	0.0203
BP	PP	4.9523	0.0102	-	-

المصدر: من إعداد الباحثان باستخدام برنامج Rstudio

من خلال المخرجات نلاحظ أن القيم الإحصائية للمتغيرين DEX و GDP لا تستقر عند المستوى مما يتوجب إدخال الفروقات من الدرجة الأولى لكلا المتغيرين، ومنه يلاحظ استقرار وسكون السلسلتان عند الفرق الأول عند مستوى معنوية 5%، باستثناء متغير BP الذي استقر عند المستوى وبالتالي فإنه يمكن القول أن المتغيرات متكاملة عند الدرجة 1 و 0، ومنه هناك إمكانية لاستخدام منهجية ARDL.

يتم تقدير نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية المطبقة عبر الزمن من خلال صياغة النموذج، وقد وجد أن درجة تأخير النموذج P=2، كما يلي:

$$\begin{aligned} \Delta DEX_t = & \alpha_0 + \alpha_1 DEX_{t-1} + \alpha_2 GDP_{t-1} + \alpha_3 BP_{t-1} + \beta_1 DEX_{t-2} \\ & + \beta_2 GDP_{t-2} + \beta_3 BP_{t-2} \\ & + \sum_{i=1}^m \theta_i \Delta DRX_{t-1} + \Delta DRX_{t-2} \\ & + \sum_{i=0}^n \theta_i \Delta GDP_{t-1} + \theta_i \Delta BP_{t-1} + \theta_i \Delta GDP_{t-2} \\ & + \theta_i \Delta BP_{t-2} + \partial_t \end{aligned}$$

قبل تقدير نموذج ARDL، وتحليل نتائجه يتعين القيام ببعض الاختبارات الضرورية لغرض التأكد من تحقق شروط لازمة التي تثبت صحة النموذج.

2.2. اختبار الحدود (Bounds test)

الجدول رقم 03: اختبار النكامل المشترك لنموذج ARDL

النموذج	الاختبار	
22.14848	قيمة F	
الحد الأدنى I(0) الحد الأعلى I(1)	عند 10% عند 5% عند 1%	المستويات
3.695 2.915		
3.5834.428		
5.1556.265		
وجود علاقة توازنية طويلة الأجل عند مستويات الثلاثة		النتيجة

المصدر: من إعداد الباحثان باستخدام برنامج Rstedio

يتبين من خلال الجدول أعلاه أنه يوجد علاقة توازنية طويلة الأجل عند المستويات الثلاثة، وبالتالي هنا المتغير لديه سلوك متشابه للتأثير على المتغير التابع (تنوع الصادرات) على المدى الطويل وبالتالي يتم تقدير نموذج الانحدار الذاتي للفجوات المبطة عبر الزمن.

2.3. الاختبارات التشخيصية

أ. اختبار جودة النماذج المقدر: يوضح الجدول الآتي، مختلف الاختبارات التشخيصية التي تكشف المشاكل القياسية وجودة النموذج.

الجدول رقم 04: اختبارات تشخيص النموذج

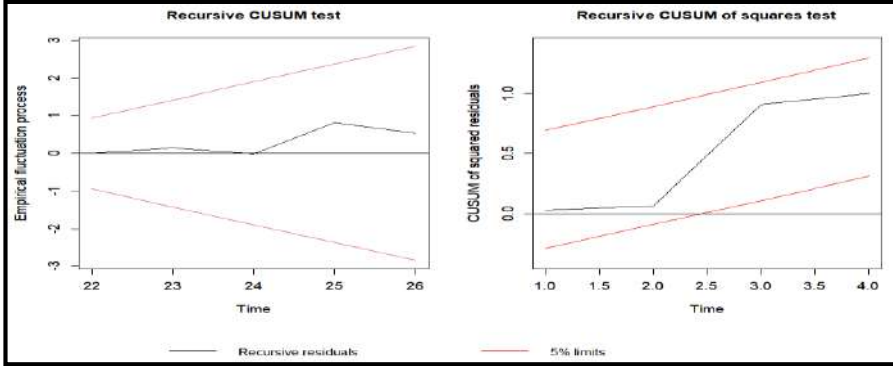
Diagnostic Tests	cal-test	Prob
Breusch-Godfrey (LM)	9.6102	0.1987
Breusch-Pagan (BP)	19.749	0.4098
Shapiro-Wilk normality (W)	0.9193	0.0840
Ramsey's RESET	0.0236	0.9769

المصدر: من إعداد الباحثان باستخدام برنامج Rstedio

يلاحظ من الجدول أعلاه أن كل الاختبارات قيم الإحصائية الاحتمالية (prob) أكبر من مستوى معنوية 0.05، أي النموذج لا يوجد على مستواه مشاكل قياسية من ارتباط ذاتي، عدم ثبات التباين، صحة الشكل الذاتي المستخدم في النموذج الثاني المقدر،... الخ.

ب. اختبار استقرار النموذج: يستخدم اختبار المجموع التراكمي للبواقي وكذا اختبار المجموع التراكمي لمربعات البواقي في النموذج الثاني، وذلك للتأكد من خلو البيانات المستخدمة في هذه الدراسة من وجود أي تغيرات هيكلية فيها، بالإضافة إلى معرفة مدى استقرار وانسجام المعلمات طويلة الأجل مع المعلمات قصيرة الأجل.

الشكل رقم 02: نتائج اختبار المجموع التراكمي للبواقي والمجموع التراكمي لمربعات البواقي



المصدر: مخرجات برنامج Rstudio

من خلال الشكل أعلاه يلاحظ أن المجموع التراكمي للبواقي والمجموع التراكمي لمربعات البواقي هو عبارة عن خط مستقيم وسطي جاء داخل حدود المنطقة الحرة في النموذج، مما يدل على استقرار النموذج عند معنوية عند حدود مستوى معنوية 0.05، وبالتالي هناك استقرار وانسجام بين نتائج الأجل الطويل ونتائج الأجل القصير.

2.4. تقدير النماذج

يوضح الجدول الموالي نتائج تقدير نموذج الانحدار الذاتي للإبطاء الموزع، ونجد أنه يتكون من جزأين، العلوي يوضح تقدير نموذج تصحيح الخطأ والعلاقة القصيرة الأجل، بينما يوضح الجزء السفلي تقدير العلاقة طويلة الأجل.

الجدول رقم 05: نتائج تقدير نموذج ARDL

المتغيرات	المعاملات	إحصائية t	prob
التقدير في الأجل القصير			
DGDP	-0.466	-7.688	0.0015
DDEX	-42.149	-25.409	0.0593
Coint Ep(-1)	-1.0920	-2.216	0.0001
التقدير في الأجل الطويل			
GDP	0.0182	0.039	0.9692
DEX	-126.329	-2.708	0.0155
C	-81.056	-3.238	0.0051

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج Rstudio

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن:

- من خلال تقدير نموذج تصحيح الخطأ والعلاقة طويلة الأجل، نجد أن معامل تصحيح الخطأ ذو معنوية عالية أقل من 0.05 (0.0001) وهذا يؤكد دقة العلاقة التوازنية طويلة الأجل، حيث أن آلية تصحيح الخطأ موجودة بالنموذج، وبالتالي فإن 1.09 من التغيرات التي تحدث في ميزان المدفوعات في الأجل القصير تتجه تلقائياً نحو التوازن في الأجل الطويل (أخطاء الأجل القصير التي يمكن تصحيحها بوحدة من الزمن من أجل العودة إلى الوضع التوازني طويل الأجل)، كما نجد أن تغيرات تنوع الصادرات تؤثر سلباً على ميزان المدفوعات في الأجل القصير ويفسر ذلك أن زيادة تنوع الصادرات بوحدة واحدة تؤدي إلى انخفاض 42.149 في ميزان المدفوعات، بالإضافة إلى علاقة الناتج المحلي السلبية مع ميزان المدفوعات.

- من خلال تقدير العلاقة طويلة الأجل، فإن معادلة المقدرة تأتي كما يلي:

$$BP = -81.056 + 0.0182 GDP - 126.329 DEX$$

يلاحظ من المعادلة أعلاه أن سلبية العلاقة التي تربط المتغير BP بنفسه، كما جاءت معلمة معدل النمو (الناتج المحلي الإجمالي) موجبة وغير معنوية وهو ما يفسر أن زيادة تغيرات الناتج المحلي الإجمالي تؤدي إلى زيادة في رصيد ميزان المدفوعات، بينما سلبية العلاقة ومعنويتها بين تنوع الصادرات وميزان المدفوعات، وهذه النتائج تخالف النظرية الاقتصادية.

3. خاتمة

في ختام هذه الدراسة التي تم فيها محاولة قياس أثر تنوع الصادرات على ميزان المدفوعات في الجزائر، وقد تضمنت دراسة المفاهيم النظرية للتنوع الاقتصادي، ثم تنوع الصادرات فميزان المدفوعات، كما اقتصرنا الدراسة على تحليل قياسي من خلال نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية المبطنة عبر الزمن خلال فترة الدراسة الممتدة من 1995 إلى 2021، وذلك بهدف التعرف على أثر تنوع الصادرات من خلال مؤشر تنوع الصادرات المحسوب بمؤشر هرفندل، وميزان المدفوعات الذي تم التعبير عنه برصيد ميزان المدفوعات، بالإضافة إلى الناتج المحلي الإجمالي كمتغير مساعد للدراسة.

3.1. نتائج اختبار الفرضية

هناك أثر معنوي وسالب لأثر مؤشر تنويع الصادرات على ميزان المدفوعات الجزائري خلال الفترة 1995 - 2021، وهي فرضية غير محققة.

حيث أن التنويع الذي يمس القطاعات الاقتصادية من خلال تنويع في الصادرات يؤدي إلى انخفاض الفائض في ميزان مدفوعات الجزائر والذي يستوجب تحويلها من وإلى الخارج، ومنه يجب عند تنويع الصادرات العمل على تنويع الواردات من خلال سياسة تقليل الواردات والرفع من الصادرات في الموارد غير النفطية وبالتالي تأثير متكرر على ميزان المدفوعات أي تنويع مصادر الدخل من أجل هدف وحيد ألا وهو تحقيق التنمية المستدامة.

3.2. نتائج الدراسة

أ. التنويع الاقتصادي هو سياسية تنموية هدفها تقليص المخاطر ورفع القيمة المضافة وتحسين الدخل، وذلك بتوجيه الاقتصاد نحو أسواق وقطاعات متنوعة أو جديدة بدلا من الاعتماد على سوق أو قطاع واحد، والذي يستهدف القطاعات الاقتصادية غير النفطية والتي لم تستغل بشكل جيد؛

ب. يعد ميزان المدفوعات سجل محاسبي يدون فيه مختلف العمليات المالية التي تشمل عمليات رؤوس الأموال وحسابات الميزان التجاري، بالإضافة إلى مختلف العمليات داخل وخارج البلد؛

ت. تعتبر الجزائر دول ريعية تعتمد على النفط كمورد رئيسي وحيد في مختلف التعاملات الداخلية والخارجية في كل المجالات، الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والمالي من وإلى الخارج، وبالتالي فهي عرضة للتقلبات النفطية والتضرر بشكل كبير؛

ث. توجد علاقة ارتباط ضعيفة بين متغيرات محل الدراسة في العينة ويفسر ذلك بفترة الدراسة التي شهدت تقلبات وأزمات متواصلة وضعف القطاع الاقتصادي نتيجة تركزه على النفط بشكل أساسي؛

ج. من خلال الدراسة القياسية التي تم فيها اعتماد أسلوب الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية المبطة عبر الزمن ARDL وقد تم تطبيق هذه الطريقة راجع لقصر طول السلسلة الزمنية (21 مشاهدة) مع وجود علاقة توازنية حسب اختبار منهج الحدود مع وجود تفاضل في الدرجة 1 والدرجة 0 لمتغيرات الدراسة؛

- ح. خلو النموذج القياسي من مشاكل القياس من ارتباط ذاتي، تعدد خطي، مشكل عدم ثبات التباين، كما أظهر اختبار الاستقرار الهيكلي أن النموذج صالح ومستقر؛
- وفقا لمعامل تصحيح الخطأ والمساوية ل -1.09 ، فإن الفترة اللازمة لإعادة التوازن من المدى الطويل إلى المدى القصير هي سنة بالتقريب (0.92) وهي فترة قصيرة ومنه هناك سرعة العودة إلى الوضع التوازني كبيرة مقارنة مع أهمية بتغيرات الميزان المدفوعات والنتاج المحلي وتنويع الصادرات، وبالتالي فإنه عند حدوث أي خلل فالنموذج فإن العودة إلى وضع التوازن تكون في حدود سنة؛
- خ. هناك تأثير متمائل لأثر تنويع الصادرات على ميزان المدفوعات في الجزائر خلال الفترة 1995 - 2021.

3.3. توصيات الدراسة

- انطلاقا من نتائج الدراسة، يمكن طرح عدة توصيات، منها:
- أ. محاولة التقليل من الصادرات والاعتماد على الإنتاجيات الوطنية من خلال التقليل والخروج من التبعية النفطية.
- ب. محاولة توفير قاعدة بيانات وإحصاءات دقيقة عن سوق العمل حتى يتم تحليل كل قطاع، والتقليل من تشوهات في سوق العمل ويكون ذلك باستخدام أدوات التسيير وتحديثها باستمرار.
- ت. ضرورة التزام الجزائر بتطوير قوانين الاستثمار وجعلها تتميز بأكثر شفافية ووضوح وإلمام بكل الجوانب التي تخص الاستثمار، وتكثيف جهودها الترويجية لفرص الاستثمار، ودفع الهيئات الاستثمارية فيها نحو المزيد من الجهود والعمل من أجل تقديم معلومات دقيقة وشاملة حول اقتصادياتها وقطاعاتها المختلفة والفرص الاستثمارية فيها واعتماد وسائل الترويج الحديثة ومنها التسويق الإلكتروني.
- ث. إثراء الاقتصاد الوطني من خلال التركيز على القطاع الزراعي وتثمينه ومحاولة تطبيق سياسة التصنيع الزراعي.

4. قائمة المراجع.

- أ. بريش سعيد، (2007)، الاقتصاد الكلي: دروس وتمارينات محلولة، دار العلوم للنشر، الطبعة الأولى، الجزائر.
- ب. عبد الحميد عبد المطلب، (2000)، النظرية الاقتصادية، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، مصر.
- ت. أوكيل حميدة، (2016)، دور الموارد المالية العمومية في تحقيق التنمية الاقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس.
- ث. حملاوي إيمان، دور المؤسسات المالية الدولية في تحقيق الاستقرار الاقتصادي، حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في مالية واقتصاد دولي، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- ج. الطائي بشير هادي عودة، (2021)، دور وأهمية التنوع الاقتصادي في العراق -دراسة كمية للسنوات 2019 - 2003-، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 17 العدد 26.
- ح. العياطي جهيدة & بن عزة محمد، (2018)، إشكالية تنوع وتنمية الصادرات خارج المحروقات وأثرها على النمو الاقتصادي، مجلة المقار للدراسات الاقتصادية، العدد 02.
- خ. بغني طارق سليمان مسعود، (2018)، التنوع الاقتصادي وأثره على النمو في الاقتصاد الليبي خلال الفترة 1990 - 2014، مجلة الاقتصاد، المجلد 09، العدد 1 - 2.
- د. بن يوب فاطمة، تنمية الصادرات غير النفطية كبديل للتنوع الاقتصادي في الجزائر.
- ذ. صباغ رفيقة، (2020)، التنوع الاقتصادي استراتيجي الجزائر لما بعد البترول، مجلة أوراق اقتصادية، المجلد 04، العدد 01.
- ر. ضيف، أ، & عزوز، أ، (2018)، واقع التنوع الاقتصادي في الجزائر وآلية تفعيله لتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة، مجلة اقتصادية شمال إفريقيا، المجلد 14، العدد 19.
- ز. لعروق، ح & بن ثابت، ع، (2022)، أثر تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر على ميزان المدفوعات - دراسة قياسية للفترة 2018 - 2008، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 05، العدد 01.

س. Ghassem A, Homaifar. (2004). *managing global financial and foreign exchange Rate Risk*. New Jersey: The Wiley financereies.

6. ملاحق:

```
> cor(a11)
          DEX          gdp          bp
DEX  1.000000000  0.003866184 -0.07511784
gdp   0.003866184  1.000000000  0.34937920
bp    -0.075117837  0.349379196  1.000000000
> summary(a11)
          DEX          gdp          bp
Min.   :0.7197   Min.   :-5.100   Min.   :-16.374
1st Qu.:0.7879   1st Qu.: 2.050   1st Qu.: -4.829
Median :0.8122   Median : 3.400   Median :  1.066
Mean   :0.8021   Mean   : 3.028   Mean   :  3.292
3rd Qu.:0.8249   3rd Qu.: 3.824   3rd Qu.:  9.581
Max.   :0.8698   Max.   : 7.200   Max.   : 24.715
```

```
> VARselect(all,lag.max = 3)
$selection
AIC(n)   HQ(n)   SC(n)   FPE(n)
  2       2       1       2

Criteria
          1       2       3
AIC(n) -2.082264 -2.45722149 -2.1448729
HQ(n)  -1.925995 -2.18375073 -1.7542003
SC(n)  -1.493237 -1.42642439 -0.6723056
FPE(n)  0.125827  0.09027453  0.1376607
-----
PESARAN, SHIN AND SMITH (2001) COINTEGRATION TEST
Observations: 26
Number of Regressors (k): 2
Case: 2
-----
-                                     F-test                                     -
-----
10% critical value <----- I(0) ----- I(1) ----->
5% critical value   2.915   3.695
1% critical value   3.538   4.428
                   5.155   6.265
-----
F-statistic = 22.1484836397969
-----
$ARDL.model
Time series regression with "ts" data:
Start = 6, End = 26

Call:
dynlm(formula = as.formula(model.text), data = data)

Coefficients:
(Intercept)      BP.1      DEX.1      GDP.1      dDEX.t      dDEX.1
 -401.6811    -1.0921    476.7604    6.7724   -42.1499   -417.1075
      dDEX.2      dDEX.3      dDEX.4      dDEX.5      dGDP.t      dGDP.1
 -426.8640   -572.9342   -340.5258   -185.7406   -0.4664    -8.3550
      dGDP.2      dGDP.3      dGDP.4      dBP.1      dBP.2      dBP.3
  -6.1544    -3.6345    -2.2911    0.1183    -0.1806    -0.9249
      dBP.4      dBP.5
  -0.9280    -0.4918
```

Code in Rstudio

```
R> Classeur28 <- read_excel("Classeur28.xlsx")
R>DEX<-as.vector(Classeur28[2])
R>GDP<-as.vector(Classeur28[3])
R>BP<-as.vector(Classeur28[4])
R>DEX<-ts(DEX,frequency = 1,start = c(1995))
R>gdp<-ts(GDP,frequency = 1,start = c(1995))
R>bp<-ts(BP,frequency = 1,start = c(1995))
R>all=cbind(DEX,gdp,bp)
R>plot(all,col="red")
R>library(tseries)
R>adf.test(DEX)
R>ddex<-diff(DEX,differences = 1)
R>library(vars)
R>VARselect(all,lag.max = 3)
R>library(dLagM)
R>model<-ardlDlm(formula = BP~DEX+GDP,data = Classeur28,p=2,q=2)
R>summary(model)
R>ardlBound(data = Classeur28,formula = BP~DEX+GDP,case = 2,max.p =
10,max.q = 10)
```

أثر الإدارة الإلكترونية على تحسين الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري
-وكالة 406 بقسنطينة-

The impact of electronic management on improving the
functional performance of the employees of Al Baraka Bank Algeria
- Agency 406 in Constantine

*صراح بن لحوش

Sarah Benlaharache

مخبر المحاسبة، المالية، الجباية والتأمين، جامعة أم البواقي - الجزائر -

Benlaharache.sarah@univ-ueb.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/16

تاريخ الاستلام: 2023/02/28

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر الإدارة الإلكترونية على تحسين الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري -وكالة 406- بقسنطينة. من أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة تم استعمال المنهجين الوصفي والتحليلي؛ من خلال وصف وتحليل متغيرات الدراسة، كما تم إعداد استبيان وزع على مجتمع الدراسة، وقد تم تحليل الاستبانة المسترجعة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS-22). توصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر للإدارة الإلكترونية بنسبة 72.9% على تحسين الأداء الوظيفي. الكلمات المفتاحية: الإدارة الإلكترونية، الأداء الوظيفي، بنك البركة الجزائري -وكالة 406- بقسنطينة.

تصنيف JEL: M15, O15

Abstract :

This study aims to know the effect of electronic management on improving the functional performance of the employees of Al Baraka Bank Algeria - Agency 406 - in Constantine. In order to achieve this study, the descriptive and analytical approaches were used, and a questionnaire was prepared and was analyzed by using the (spss-22) program.

The results of the study concluded that there is an effect of electronic management as an independent variable on the functional performance as a dependent variable by a contribution reached 72.9% of the total changes.

Keywords: Electronic management , Functional performance, Algerian Al Baraka Bank - Agency 406 - in Constantine.

JEL classification codes: M15, O15

1. مقدمة:

نظرا للتغيرات التكنولوجية الهائلة التي يشهدها عالمنا اليوم، بات لزاما على المؤسسات بشتى أنواعها سواء عمومية أو خاصة أن تواكب هذه التطورات وأن تتأقلم معها "فمن لم يتقدم يتقادم". لقد برز مصطلح الإدارة الالكترونية بشكل ملف لانتباهه خاصة مع الانتشار الواسع لشبكة الأنترنت، وذلك لما له من أهمية بالغة في ربح الوقت والجهد والتكلفة معا.

تهتم المؤسسات بأداء موظفيها وتسعى إلى تحسينه وتطويره، وذلك من خلال خلق بيئة عمل مناسبة ومريحة لهم، فكلما تحسن أداء الموظفين أثر ذلك إيجابيا على أداء المؤسسة ككل، ومن بين التوجهات الإدارية الحديثة في وقتنا الحالي ما يطلق عليه "إدارة بلا ورق" أو الإدارة الالكترونية، والتي تعتمد بشكل كبير على استخدام الأنترنت وشبكات الاتصال المتطورة، وكذا استخدام البرامج والأجهزة المتطورة التي تساعد الموظفين على أداء عملهم بكفاءة وفعالية، ولكنها في المقابل تتطلب موارد بشرية متمكنة في الميدان التكنولوجي.

إشكالية الدراسة: من خلال ما سبق، يمكن طرح إشكالية الدراسة على النحو الآتي:

ما مدى تأثير الإدارة الالكترونية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406 بقسنطينة؟

للإجابة على إشكالية الدراسة تم طرح الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما مدى تأثير المتطلبات الإدارية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406 بقسنطينة؟

- ما مدى تأثير المتطلبات التقنية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406 بقسنطينة؟

- ما مدى تأثير المتطلبات البشرية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406 بقسنطينة؟

فرضيات الدراسة: للإجابة عن إشكالية الدراسة تم وضع الفرضية الرئيسة الآتية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة الالكترونية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك

البركة الجزائري - وكالة 406 بقسنطينة.

والتي تدرج عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات الإدارية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406 بقسنطينة.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406- بقسنطينة.
 - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات البشرية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406- بقسنطينة.
- أهداف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على مختلف المفاهيم والمضامين النظرية المتعلقة بالإدارة الالكترونية والأداء الوظيفي؛
- التعرف على أهم المتطلبات التي يجب تحقيقها من أجل الانتقال من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الحديثة؛

- معرفة واقع تطبيق الإدارة الالكترونية في بنك البركة الجزائري - وكالة 406- بقسنطينة وكذا مدى تأثيرها على تحسين أداء الموظفين؛

منهج الدراسة: تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهجين الوصفي والتحليلي؛ لكونهما يتماشيان وطبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، وذلك من خلال وصف متغيراتها وتحليل العلاقة بينها في الجانب التطبيقي، بما يساعد على تكوين نتائج دقيقة تسمح بمعرفة واقع تطبيق الإدارة الالكترونية ومدى تأثيرها على تحسين أداء موظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406- بقسنطينة.

2. الإدارة الالكترونية

تعرف الإدارة الالكترونية على أنها التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الحديثة التي تعتمد على نظام معلوماتي متطور، يساعد على اتخاذ القرارات المناسبة بسرعة فائقة وبتكلفة أقل. (عبد الناصر و عباس، 2014، صفحة 111)

وكذلك تعرف على أنها التخلي عن التعامل بالورق والاعتماد على المكتب الإلكتروني عن طريق الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات وتحويل الخدمات العامة إلى إجراءات مكتبية ثم معالجتها. (ياسين، 2005، صفحة 22)

من خلال التعريفين السالفي الذكر يمكن القول بأن الإدارة الالكترونية هي اتجاه فكري إداري جديد، يعمل على التخلص من الصعوبات والعراقيل الإدارية التي تعاني منها الإدارة التقليدية، والتحول نحو إدارة إلكترونية حديثة تعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال وكذا البرامج المتطورة، من أجل اكتساب الوقت والمال والجهد.

1.2. خصائص الإدارة الالكترونية

يمكن حصر أهم خصائص الإدارة الالكترونية في النقاط الآتية: (مصطفى، 2015، صفحة 35)

- إنجاز ومتابعة مختلف الأعمال بأسرع وقت وجهد وبتكلفة أقل؛
- تسهيل جمع البيانات والمعلومات من مصادرها الأصلية، مما يساعد على اتخاذ قرارات مستقبلية صائبة؛
- خلق الفاعلية الإدارية ومشاركة مختلف الأطراف في اتخاذ القرارات المتعلقة بالمؤسسة من خلال استخدام التقنيات الحديثة في الاتصال؛
- تبسيط واختصار مختلف القيود البيروقراطية والتقليل من استخدام الأوراق (إدارة بلا ورق). (طارق عبد الرؤوف، الإدارة الالكترونية، 2007، صفحة 27)

2.2. متطلبات الإدارة الالكترونية

تتعلق متطلبات أو أبعاد الإدارة الالكترونية بالعناصر الآتية:

أ. **المتطلبات الإدارية:** والتي تتعلق بوضع الاستراتيجيات وخطط التأسيس؛ من تشكيل إدارة أو هيئة للتخطيط ومتابعة وتنفيذ ووضع الخطط لمشروع الإدارة الإلكترونية والاستعانة بالجهات الاستشارية والبحثية المختصة (طارق عبد الرؤوف، الإدارة الالكترونية، 2007، صفحة 55)، كذلك يجب توفر القيادة والدعم الإداري الجيد الذي يساعد على إيجاد بيئة مناسبة للعمل، إضافة إلى ضرورة ملاءمة الهيكل التنظيمي ومرونته، وكذا الاهتمام بالموظفين. (عبد الناصر موسى، 2011، صفحة 91)

ب. **المتطلبات التقنية:** وتتمثل في توفير البنية التحتية للإدارة الإلكترونية والتي تشمل تطوير شبكة الاتصالات الأرضية والخلوية عن بعد، وأجهزة الحاسوب والشبكات وتكنولوجيا المعلومات المادية الضرورية لممارسة الأعمال الإلكترونية وتبادل البيانات، بالإضافة إلى توفير مجموعة الخدمات والمعلومات والخبرات وبرمجيات النظم التشغيلية للشبكات وبرمجيات التطبيقات التي يتم من خلالها إنجاز وظائف الأعمال الإلكترونية. (بركان و قوجيل، 2021، صفحة 39)

ج. **المتطلبات البشرية:** وتعلق أساسا بما توفره المؤسسة للمورد البشري من نشر ثقافة الإدارة الالكترونية والسعي نحو تطوير المؤسسة واندماجها مع متطلبات البيئة الخارجية التي تعرف استخداما واسعا للتكنولوجيات الحديثة، فيجب على المؤسسة أن تحضر مواردها البشرية من برمجة دورات تكوينية وتدريبية للموظفين أو بعثهم لتربصات لزيادة خبرتهم وكفاءتهم، إضافة إلى

تحفيزهم من خلال منح علاوات وترقيات للموظفين الذين تتوفر فيهم معايير تطبيق الإدارة الالكترونية على مستوى المؤسسة. (عبد الناصر موسى، 2011، صفحة 93)

3. الأداء الوظيفي

يعود أصل مصطلح الأداء إلى الكلمة اللاتينية Performare التي تعني إعطاء كلية الشكل لشيء ما، ومنها اشتقت الكلمة بالإنجليزية Performance التي تعني إنجاز العمل. (يوسف، 2011، صفحة 18)

ويعرف الأداء الوظيفي بأنه دراسة وتحليل جهود العاملين وملاحظة سلوكهم وتصرفاتهم أثناء العمل، ليتم تقدير جهودهم بشكل عادل. (محمد عبد الباقي، 2001، صفحة 228)

كما يعرف أيضا على أنه هو تقدير وتقييم النتائج التي حققها العامل في وظيفته ضمن فريق أو مصلحة أو وحدة ككل خلال فترة زمنية محددة. (نائف البرنوطي، 2004، صفحة 375)

من خلال ما سبق، يمكن القول بأن الأداء الوظيفي يتمثل في إنجاز المورد البشري واجتهاده في القيام بالأعمال المطلوبة منه بالكفاءة اللازمة وفي الوقت المحدد، الأمر الذي يعود عليه وعلى المؤسسة التي يعمل بها بالنفع.

1.3. متطلبات الأداء الوظيفي

من أجل تحقيق أداء وظيفي جيد يلزم توفير مجموعة من العناصر؛ كتصميم العمل، توفير المتطلبات المادية والتقنية الضرورية للعمل، توفير البيئة الداخلية المناسبة، توفر الموارد البشرية المناسبة لأداء هذا العمل وتزويدها بمختلف المعارف والكفاءات الضرورية للعمل، متابعة أداء الموظفين ومرافقتهم ومن ثم تصحيح الانحرافات إن وجدت، تقييم الأداء المحقق ومقارنته بالأداء المسطر، وتقديم المقابل المستحق للموظفين وتحفيزهم للاستمرار في تحقيق أعلى المستويات. (السالمي، 2008، صفحة 193)

2.3. العلاقة بين الإدارة الالكترونية والأداء الوظيفي

إن نجاح تطبيق الإدارة الالكترونية في المؤسسات يعتمد على مدى استعداد وتقبل الموظفين لتطبيقها، ولذلك يلزم على إدارة المؤسسة التقرب من الموظفين وشرح أهميتها لهم، وذلك ولما لها من أثر إيجابي على الموظف نفسه هذا من جهة، ومن جهة أخرى يتعين على إدارة المؤسسة توفير كل متطلبات الإدارة الالكترونية؛ الإدارية (كمرونة الهيكل التنظيمي وسهولة انسياب الاتصالات بمختلف أقسامه، السعي إلى إيجاد بيئة عمل مناسبة، الاهتمام بآراء وأفكار الموظفين

والعمل على تطبيقها... إلخ)، التقنية (كامتلاك شبكة اتصالات متطورة تربط بين مختلف الأقسام، امتلاك الأجهزة والمعدات الحديثة والمتطورة... إلخ)، البشرية (كالعمل على نشر ثقافة الإدارة الالكترونية بين الموظفين، برمجة دورات تكوينية وتدريبية للموظفين حول استعمال التكنولوجيا الحديثة... إلخ)، وهو ما يساعد الموظفين على تحسين مستواهم المهني وبالتالي إنجاز أعمالهم بكفاءة وفعالية ومنه تحقيق أهداف المؤسسة.

4.دراسة حالة على مستوى بنك البركة الجزائري -وكالة 406 بقسنطينة-

في هذا الجزء سيتم اسقاط المفاهيم النظرية السالفة الذكر على إحدى البنوك الجزائرية الخاصة، ألا وهو بنك البركة الجزائري وكالة 406 بقسنطينة.

1.4.مجتمع الدراسة

شمل مجتمع الدراسة كل موظفي بنك البركة الجزائري -وكالة 406 بقسنطينة-، والبالغ عددهم 35موظف، حيث تم توزيع الاستبيانات عليهم، وقد تم استرجاع 32 استبانة صالحة للدراسة.

2.4. أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة

تم تفرغ الاستبيانات وتحليلها من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS (22)، كما تم الاعتماد على الاختبارات والأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية كالنسب المئوية والتكرارات، معامل الثبات ألفا كرونباخ، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، معامل الالتواء والفرطح، الانحدار البسيط ومعامل التحديد.

3.4. اختبار صدق وثبات أداة الدراسة: تم استخدام اختبار صدق وثبات أداة الدراسة عن طريق معامل α كرونباخ، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول 01: نتائج اختبار الثبات والصدق لأبعاد الإدارة الالكترونية والأداء الوظيفي

البعد / المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات α كرونباخ	معامل الصدق
المتطلبات الإدارية	05	0.679	0.888
المتطلبات التقنية	05	0.765	0.874
المتطلبات البشرية	05	0.727	0.852
المحور الثاني: الأداء الوظيفي	08	0.835	0.913
المجموع	23	0.751	0.866

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات spss22.

نلاحظ من خلال الجدول (01) أن قيم معامل الثبات لأبعاد ومحاور الاستبيان أكبر من 0.6، كما أن قيمة معامل α كرومباخ تقدر بـ 0.751 وهو ما يعني أنه إذا وزع هذا الاستبيان على الأشخاص ذاتهم وفي أوقات مختلفة فسوف نتحصل على نتائج متقاربة من النتائج الحالية.

4.4. اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة

يمكن الحكم على فرضية التوزيع الطبيعي لبيانات هذه الدراسة من خلال الاستعانة بمعاملات الالتواء والتفرطح لمختلف أبعادها ومتغيراتها؛ حيث أن هناك عدة اقتراحات بخصوص الحد أو المعيار الذي يمكن من خلاله الحكم على ذلك؛ فحسب اجتهادات بعض الباحثين يمكن اعتبار أن تجاوز مقياس الالتواء القيمة المطلقة 3 معناه أن البيانات تتجه للالتواء نحو اليمين أو اليسار، وهناك إجماع أقل بخصوص الحد المتعلق بمقياس التفرطح انطلاقاً من القيمة المطلقة 8 إلى غاية أكبر من 20، والبعض يقترح أن تجاوز قيمة هذا المقياس للحد 10 معناه وجود مشكلة. (Rex B . Kline, 2016, p. 63)

الجدول 02: نتائج معاملات الالتواء والتفرطح لبيانات الدراسة

معامل التفرطح		معامل الالتواء		البعد/المتغير
الخطأ المعياري	القيم الإحصائية	الخطأ المعياري	القيم الإحصائية	
0,523	2,721	0,264	-0,505	البعد الأول: المتطلبات الإدارية
0,523	0,730	0,264	-0,911	البعد الثاني: المتطلبات التقنية
0,523	2,051	0,264	-1,169	البعد الثالث: المتطلبات البشرية
0,523	2,524	0,264	-0,856	المتغير المستقل (الإدارة الإلكترونية)
0,523	-0,889	0,264	0,080	المتغير التابع (الأداء الوظيفي)

المصدر : من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج spss_22.

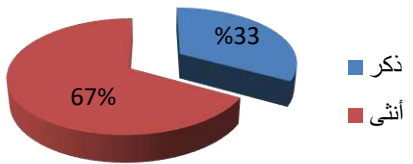
من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيم معاملات الالتواء Skewness محصورة بين -1,169 و 0,080، وقيم معاملات التفرطح Kurtosis محصورة بين -0,889 و 2,721، وهي لا تتجاوز درجات القطع المطلوبة، وعليه يمكن القول بأن متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي يمكن الاعتماد على الاختبارات المعلمية التي تشترط التوزيع الطبيعي.

5.4. عرض وتحليل نتائج الدراسة

في هذا الجزء سيتم عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية لمجتمع الدراسة، كذلك سيتم التطرق لعرض وتحليل إجابات أفراد مجتمع الدراسة حول محوري الإدارة الإلكترونية والأداء الوظيفي، وفي الأخير سيتم اختبار وتحليل فرضيات الدراسة.

أ. عرض نتائج البيانات الشخصية لمجتمع الدراسة: فيما يلي عرض للنتائج الخاصة بكل متغير .

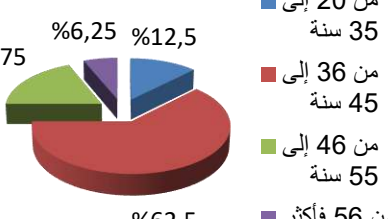
توزيع أفراد المجتمع حسب الجنس: يتكون مجتمع الدراسة من 32 مفردة موزعة حسب الجنس كالآتي:

الشكل 02: توزيع أفراد الدراسة حسب الجنس	الجدول 03: توزيع أفراد الدراسة حسب الجنس		
	النسبة المئوية %	تكرار	
 <p>■ ذكر ■ أنثى</p>	33	10	ذكر
	67	22	أنثى
	100	32	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss_22.

يبين الجدول (03) والشكل (01) توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الجنس (ذكر، أنثى) حيث يتضح أن 67% من مجتمع الدراسة إناث، في حين بلغت نسبة مشاركة الذكور 33%.

توزيع أفراد المجتمع حسب السن: يبين الجدول رقم (04) والشكل (02) توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير السن.

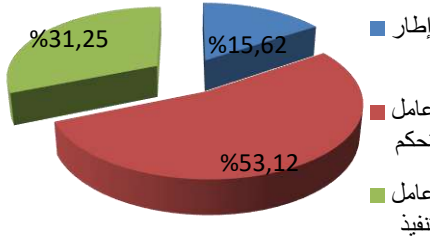
الشكل 03: توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب السن	الجدول 04: توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب السن		
	النسبة المئوية %	التكرار	العمر
 <p>■ من 20 إلى 35 سنة ■ من 36 إلى 45 سنة ■ من 46 إلى 55 سنة ■ من 56 فأكثر</p>	12,5	4	من 20 إلى 35 سنة
	62,5	20	من 36 إلى 45 سنة
	18,75	6	من 46 إلى 55 سنة
	6,25	2	من 56 فأكثر
	100	32	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss_22.

يتبين من الجدول رقم (04) والشكل (02) أن 62,5% من مجتمع الدراسة بلغت أعمارهم من 36 إلى 45 سنة وهي تمثل أعلى نسبة، و 18,75% بلغت أعمارهم من 46 إلى 55 سنة، تليها الفئتين من 20 إلى 35 سنة بنسبة 12,5%، ثم فئة 56 سنة فأكثر بنسبة تقدر بـ 6,25%، وهو ما يعني أن أغلب أفراد مجتمع الدراسة هم من فئة الشباب.

توزيع أفراد المجتمع حسب الوظيفة: يوضح كلا من الجدول رقم (05) والشكل رقم (03) توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الوظيفة.

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية %
عامل تحكم	17	53,12
عامل تنفيذ	10	31,25
المجموع	32	100



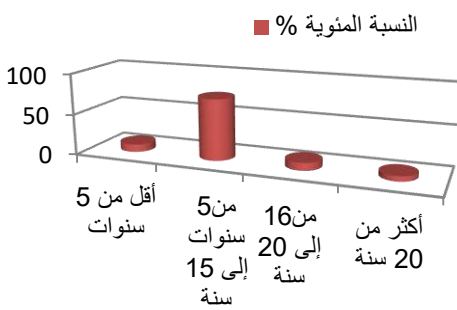
المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss_22.

يتضح من خلال الجدول والشكل السابقين أن النسبة الأكبر من مجتمع الدراسة يمارسون وظيفة عامل تحكم بنسبة 53,12%، كلهم حاملين لشهادات جامعية، ثم تليها نسبة 31,25% من الموظفين الذين يمارسون وظيفة عامل تنفيذ، وهم في أغلبهم حاملين لشهادات جامعية، وفي الأخير نسبة 15,62% والتي تمثل نسبة الموظفين الإطارات في هذا البنك، منهم ثلاث إطارات حاملين لشهادات دراسات عليا.

توزيع أفراد المجتمع حسب الخبرة المهنية: توزيع أفراد المجتمع حسب الخبرة المهنية جاء كالآتي:

يوضح كلا من الجدول رقم (06) والشكل رقم (04) توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الوظيفة.

الخبرة	التكرار	النسبة المئوية %
من 5 سنوات إلى 15 سنة	24	75
من 16 إلى 20 سنة	3	9,37
أكثر من 20 سنة	2	6,25
المجموع	32	100



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss_22.

يتضح من الجدول والشكل السابقين أن أفراد مجتمع الدراسة يتوزعون على أربع مراتب حسب الخبرة المهنية، حيث أن المرتبة الأولى والتي تضم الأساتذة ذوي الخبرة المهنية من 5 إلى 15 سنة بنسبة 75 %، ثم المرتبة الثانية والتي تضم الأساتذة ذوي الخبرة المهنية أقل من 5 سنوات بنسبة تمثل 9,37% مناصفة مع الأساتذة ذوي الخبرة المهنية من 16 إلى 20 سنة، وفي الأخير الأساتذة ذوي الخبرة المهنية أكثر من 20 سنة بنسبة 6,25%.

ب. عرض وتحليل إجابات أفراد مجتمع الدراسة حول محور الإدارة الالكترونية: يمكن الاعتماد على النتائج المبينة في الجدول الآتي لتحليلها:

الجدول 07: النسب المئوية لدرجات الإجابة لمحور الإدارة الالكترونية الوحدة %

درجة الإجابة	المتطلبات الإدارية	المتطلبات التقنية	المتطلبات البشرية	محور الإدارة الالكترونية
غير موافق بشدة	5,72	5,75	11,5	7,65
غير موافق	11,33	10,25	12,21	11,26
محايد	16,5	13,37	22,28	17,38
موافق	32,41	31,12	39,64	34,39
موافق بشدة	34,04	39,51	36,65	36,73
المجموع	100%	100%	100%	100%

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss_22.

يبين الجدول السابق أن 45,66% من مجتمع الدراسة يوافقون على وجود المتطلبات الإدارية للإدارة الالكترونية في البنك المدروس، في حين أن 17,05% لا يوافقون على ذلك و 16,5% لهم رأي محايد، مما يعني أن أغلب أفراد مجتمع الدراسة يوافقون على أن إدارة بنك البركة الجزائري - وكالة رقم 406- تسعى لتحقيق كل المتطلبات الإدارية.

كما أن 70,63% من أفراد مجتمع الدراسة يوافقون على توفر المتطلبات التقنية في البنك المدروس، في حين أن 16% لا يوافقون على ذلك، في حين أن 13,37% لهم رأي محايد، مما يعني أن أغلب أفراد المجتمع يوافقون على أن البنك المدروس يسعى لتوفير متطلبات الإدارة الالكترونية في جانبها التقني.

أما بالنسبة للمتطلبات البشرية فيوافق مجتمع الدراسة بنسبة 76,29% على أن البنك يهتم بها ويسعى إلى تحقيقها، في حين أن 23,71% لا يوافقون على ذلك و 22,28% لهم رأي محايد.

في الأخير يمكن ملاحظة أن 71,12% من أفراد مجتمع الدراسة يوافقون على أن هناك تطبيقاً لمتطلبات الإدارة الالكترونية، في حين أن 18,91% لا يوافقون على ذلك. كما أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات محور التغيير التنظيمي مجتمعة يساوي 3,78، والانحراف المعياري يساوي 1,094، بمعنى أن تقييم معظم أفراد العينة لواقع تطبيق الإدارة الالكترونية في بنك البركة الجزائري - وكالة 406 بقسنطينة - يقع ضمن مجال التقييم الجيد أو المرتفع، بمعنى أن إدارة البنك مدركة لأهمية تطبيق الإدارة الالكترونية في مجال عملها، وتسعى لتحقيق كل متطلباتها سواء الإدارية أو التقنية أو البشرية.

ج. تحليل إجابات محور الأداء الوظيفي: الجدول الآتي يوضح النسب المئوية لدرجات الإجابة لمحور الأداء الوظيفي:

جدول 08: النسب المئوية لدرجات الإجابة لمحور الأداء الوظيفي

النسب المئوية	درجة الإجابة
7,58	غير موافق بشدة
4,93	غير موافق
25,29	محايد
33,03	موافق
29,17	موافق بشدة
100%	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss_22.

يبين الجدول السابق أن 62,2% من إجابات أفراد مجتمع الدراسة كانت ضمن المجال موافق وموافق بشدة، ونلتمس ذلك خاصة في العبارة الأولى القائلة بأن هناك متابعة دورية من قبل إدارة البنك على إنجاز وظائفنا، وكذلك العبارة الثالثة التي تنص على أن الموظف يسعى إلى تطوير قدراته ومهارته من أجل تطبيق الإدارة الإلكترونية على مستوى البنك، وكذلك العبارة الرابعة القائلة بأن البرامج وشبكات الاتصال الحديثة تساعد الموظفين على أداء عملهم في وقت وجيز، في حين أن 25,29% لهم رأي محايد؛ وتعلق الأمر هنا خاصة بالعبارة رقم سبعة القائلة بأنه يتم تقييم أداء العاملين بطرق حديثة، ربما يمكن تفسير ذلك بأن طريقة تقييم الموظفين غير مفهومة بشكل واضح لديهم، وأنهم يرغبون في إدخال معيار التمكن من استخدام التكنولوجيا

المتطورة في طريقة التقييم المعتمدة من قبل البنك، كما أن نسبة 12,51% من الإجابات كانت ضمن المجال غير موافق وغير موافق بشدة ويتعلق الأمر خاصة بالعبارة الثامنة القائلة بأن البنك يقدم تحفيزات مالية للموظفين الذين يجيدون استخدام البرامج المتطورة والتكنولوجيات الحديثة، وهو ما يؤكد التفسير السابق الذي تم التطرق إليه بخصوص تفسير نتيجة نسبة محايد، فعلى البنك أن يدرج معيار استخدام التكنولوجيا الحديثة في طريقة تقييم وترقية الموظفين وكذلك تحفيزهم مالياً لأن ذلك سيشجعهم ويزيد من مئابرتهم وتقديم خدمات ذات جودة للبنك. وبشكل عام نلاحظ من خلال محور الأداء الوظيفي أن إجابات أفراد مجتمع الدراسة كانت متقاربة نوعاً ما، والمتوسط الحسابي الإجمالي لها بلغ (4,02) وانحراف معياري قدر بـ (0,5570) وهذا ما يفسر بعدم وجود اختلاف وتشتت كبير في إجابات أفراد مجتمع الدراسة حول محور الأداء الوظيفي.

د. اختبار وتحليل فرضيات الدراسة:

سيتم التطرق في هذا العنصر إلى اختبار فرضيات الدراسة، وكذلك الفرضية الرئيسية وذلك بالاعتماد على اختبار تحليل الانحدار البسيط.

✚ اختبار الفرضية الأولى: والتي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات الإدارية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406 بقسنطينة"، واختبار هذه الفرضية تم تقدير علاقة الانحدار، وقد تمت صياغة فرضية العدم والفرضية البديلة على النحو الآتي:

- H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات الإدارية على الأداء الوظيفي.

- H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات الإدارية على الأداء الوظيفي.

وقد تم التحصل على النتائج المبينة في الجدول الآتي:

الجدول 09: تحليل الانحدار البسيط لمعرفة أثر المتطلبات الإدارية على الأداء الوظيفي

معامل التحديد R^2	إحصائية f		إحصائية t		المعاملات	المتغيرات
	الاحتمال	المحسوبة	الاحتمال	القيمة		
0.489	0.000	19.448	0.002	3.823	1.322	الثابت التغيير في
			0.000	4.467	0.516	الهيكال التنظيمي

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss_22.

تظهر احتمالية ستيودنت t المحسوبة لمعلمتي المتغيرات المفسرة أنها أقل من 0.05 لذلك يمكن الأخذ بأن هذه المعلمات معنوية إحصائيا عند 5٪ ومنه فإن متغيرة المتطلبات الإدارية تساهم في إبراز تغيرات الأداء الوظيفي بنسبة 48.9 ٪ من التغيرات الكلية وهي النسبة التي يبينها معامل التحديد R^2 . كما أن إحصائية فيشر F بلغت 19.44 بقيمة احتمالية 0.000 وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5٪ وبالتالي نرفض فرضية العدم H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، أي هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين المتطلبات الإدارية كمتغير مستقل الأداء الوظيفي كمتغير تابع بالنسبة لموظفي بنك البركة الجزائري -وكالة 406- بقسنطينة.

اختبار الفرضية الثانية: والتي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري -وكالة 406- بقسنطينة"، ولاختبار هذه الفرضية تم تقدير علاقة الأنداد، وقد تمت صياغة فرضية العدم والفرضية البديلة على النحو الآتي:

- H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية على الأداء الوظيفي.

- H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية على الأداء الوظيفي.

وقدمت التحصل على النتائج المبينة في الجدول الآتي:

الجدول 10: تحليل الانحدار البسيط لمعرفة أثر المتطلبات التقنية على الأداء الوظيفي

معامل التحديد R^2	إحصائية f		إحصائية t		المعاملات	المتغيرات
	الاحتمال	المحسوبة	الاحتمال	القيمة		
0.668	0.000	18.678	0.021	3.001	0.722	الثابت التغير في التكنولوجيا
			0.000	4.246	0.527	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss_22.

تظهر احتمالية ستيودنت t المحسوبة لمعلمتي المتغيرات المفسرة أنها أقل من 0.05 لذلك يمكن الأخذ بأن هذه المعلمات معنوية إحصائيا عند 5 ٪ ومنه فإن متغيرة المتطلبات التقنية تساهم في زيادة الأداء الوظيفي بنسبة 66.8 ٪ من التغيرات الكلية وفقا لقيمة معامل التحديد R^2 ، كما أن إحصائية F بلغت 18.67 بقيمة احتمالية 0.000 وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5 ٪ وبالتالي نرفض فرضية العدم H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، أي هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين المتطلبات التقنية كمتغير مستقل الأداء الوظيفي كمتغير تابع بالنسبة لموظفي بنك البركة الجزائري -وكالة 406- بقسنطينة.

✚ اختبار الفرضية الثالثة: والتي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات البشرية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406 بقسنطينة"، ولاختبار هذه الفرضية تم تقدير علاقة الانحدار، وقد تمت صياغة فرضية العدم والفرضية البديلة على النحو الآتي:

- H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات البشرية على الأداء الوظيفي.
- H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتطلبات البشرية على الأداء الوظيفي.

وقد تم التحصل على النتائج المبينة في الجدول الآتي:

الجدول 11: تحليل الانحدار البسيط لمعرفة أثر المتطلبات البشرية على الأداء الوظيفي

معامل التحديد R^2	إحصائية f		إحصائية t		المعاملات	المتغيرات
	الاحتمال	المحسوبة	الاحتمال	القيمة		
0.673	0.000	24.476	0.004	3.809	0.552	الثابت التغيير في التكنولوجيا
			0.000	5.343	0.434	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss_22.

تظهر احتمالية ستيودنت t المحسوبة لمعلمتي المتغيرات المفردة أنها أقل من 0.05 لذلك يمكن الأخذ بأن هذه المعلمات معنوية إحصائياً عند 5٪. ومنه فإن متغيرة المتطلبات البشرية تساهم في زيادة أداء الموظفين بنسبة 67.3٪ من التغيرات الكلية وفقاً لمعامل التحديد R^2 . كما أن إحصائية F بلغت 24.47 باحتمالية 0.000، وبالتالي نرفض فرضية العدم H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 ، أي هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين المتطلبات البشرية كمتغير مستقل الأداء الوظيفي كمتغير تابع بالنسبة لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406 بقسنطينة.

✚ اختبار الفرضية الرئيسية: والتي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة الالكترونية على الأداء الوظيفي لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406 بقسنطينة"، ولاختبار هذه الفرضية تم تقدير علاقة الانحدار، وقد تمت صياغة فرضية العدم والفرضية البديلة على النحو الآتي:

- H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة الالكترونية على الأداء الوظيفي.
- H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة الالكترونية على الأداء الوظيفي.

وقد تم التحصل على النتائج المبينة في الجدول الآتي:

الجدول 12: تحليل الانحدار البسيط لمعرفة أثر الإدارة الالكترونية على الأداء الوظيفي

معامل التحديد R^2	إحصائية f		إحصائية t		المعاملات	المتغيرات
	الاحتمال	المحسوبة	الاحتمال	القيمة		
0.729	0.000	73.558	0.004 0.000	1.841 7.556	0.755 0.633	الثابت التغيير التنظيمي

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss_22.

تظهر احتمالية ستيودنت t المحسوبة لمعلمتي المتغيرات المفردة أهما أقل من 0.05 لذلك يمكن الأخذ بأن هذه المعلمات معنوية إحصائيا عند 5 ٪، ومنه فإن متغيرة الإدارة الالكترونية تساهم في زيادة الأداء الوظيفي بنسبة 72.9 ٪. من التغيرات الكلية حسب معامل التحديد R^2 ، كما أن إحصائية F بلغت 73.55 بقيمة احتمالية 0.000 وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5 ٪، وبالتالي نرفض فرضية العدم H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 أي هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية كمتغير مستقل والأداء الوظيفي كمتغير تابع بالنسبة لموظفي بنك البركة الجزائري - وكالة 406 - بقسنطينة.

5. خاتمة

من خلال قيامنا بهذه الدراسة والتي تتعلق بدراسة أثر الإدارة الالكترونية على تحسين الأداء الوظيفي ببنك البركة الجزائري - وكالة 406 - بقسنطينة، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج يمكن إبرازها في النقاط الآتية:

- أصبحت الإدارة الالكترونية محط اهتمام مختلف المؤسسات بمختلف أنواعها وذلك لما لها من أهمية بالغة في تقليص التكاليف والجهد والوقت؛
- بعد تفريغ وتحليل بيانات المحاور الثلاثة للاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (spss-22)، تبين لنا وجود أثر للإدارة الالكترونية كمتغير مستقل من جهة على الأداء الوظيفي كمتغير تابع من جهة أخرى، وقد بلغت مساهمة الإدارة الالكترونية في تحسين الأداء الوظيفي نسبة 72.9 ٪ من التغيرات الكلية؛
- يواكب بنك البركة الجزائري - وكالة 406 - بقسنطينة التطورات التكنولوجية وأساليب العمل وهذا في إطار سعيه لتطبيق الإدارة الالكترونية؛

- يهتم بنك البركة الجزائري - وكالة 406 - بقسنطينة بالبرامج التدريبية والدورات التكوينية، حيث يهدف إلى رفع مستوى موظفيه وزيادة كفاءتهم في العمل.
- يجب على إدارة بنك البركة الجزائري - وكالة 406 - بقسنطينة أن يدرج معيار استخدام التكنولوجيا الحديثة في طريقة تقييم وترقية الموظفين، وكذلك تحفيزهم مالياً لأن ذلك سيشجعهم ويزيد من مثابرتهم وتقديمهم لخدمات ذات جودة عالية.

6. قائمة المراجع:

1.6. المؤلفات:

- جمال الدين محمد المرسي. (2003). الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية (الإصدار الطبعة 01). القاهرة، مصر: الدار الجامعية.
- سعد ياسين . (2005). الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية. السعودية: معهد الإدارة العامة.
- عامر طارق عبد الرؤوف. (2007). الإدارة الإلكترونية (الإصدار الطبعة الأولى). مصر: دار السحاب للنشر والتوزيع.
- حسين عبد الناصر ، و علك حافظ عباس. (2014). نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة. عمان، الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- رجحي عليان مصطفى . (2015). البيئة الإلكترونية (الإصدار الطبعة الثانية). عمان، الأردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- على السالمي. (2008). إدارة الموارد البشرية. القاهرة، مصر: دار غريب للنشر والتوزيع.
- محمود عبد الفتاح رضوان. (2011). تقييم أداء المؤسسات في ظل معايير الأداء المتوازن. مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- مصطفى يوسف. (2011). الإدارة الإلكترونية إدارة بلا أوراق إدارة بلا مكان إدارة بلا تنظيمات جامدة (الإصدار الطبعة الثانية). دمشق، سورية: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع.
- صلاح الدين محمد عبد الباقي. (2001). الجوانب العلمية والتطبيقية في إدراك الموارد البشرية (الإصدار الطبعة 01). الاسكندرية، مصر: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
- نوال نائف البرنوطي. (2004). إدارة الموارد البشرية (إدارة الأفراد) (الإصدار الطبعة الثانية). الأردن: دار وائل للطباعة والنشر.

2.6. المقالات:

- أنيسة بركان، و سهام فوجيل . (2021). تفعيل دور الإدارة الإلكترونية في إدارة الأزمات والكوارث مع الإشارة إلى حالة الإدارة الإلكترونية في الدول العربية خلال جائحة فيروس كورونا. (مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المحرر) 14(02)، 35-49.
- قريشي عبد الناصر موسى. (2011). مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري لمؤسسات التعليم العالي. (مجلة الباحث، المحرر) 09(09).

المراجع باللغة الأجنبية:

7. ملاحق:

الملحق (01): استبانة الدراسة

الجزء الأول: الخصائص الشخصية

1. الجنس:
 ذكر أنثى

2. الفئة العمرية:
 من 20 إلى 35 سنة من 36 إلى 45 سنة
 من 46 إلى 55 سنة من 56 سنة فأكثر

3. الوظيفة:
 إيطار
 عامل تحكم
 حامل تنفيذ

4. عدد سنوات الخبرة:
 أقل من 5 سنوات من 5 سنوات إلى 15 سنة
 من 16 إلى 20 سنة أكثر من 20 سنة

الجزء الثاني: الأسئلة الخاصة بالمتغير المستقل (الإدارة الإلكترونية)

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	موافق بشدة
البعد الأول: المتطلبات الإدارية						
1	يتميز الهيكل التنظيمي للبنك بالوضوح وبسهولة وانسياب الاتصالات بين الأقسام المختلفة					
2	يتم مراجعة الهيكل التنظيمي للبنك دورياً وبشكل مدروس					
3	الهيكل التنظيمي للبنك يساعد على تطبيق الإدارة الإلكترونية					
4	تدعم إدارة البنك الموظف، وتعمل على إيجاد بيئة عمل مناسبة له					
5	تولي إدارة البنك أهمية إلى آراء وأفكار الموظفين وتعمل على تطبيقها					
البعد الثاني: المتطلبات التقنية						
6	يملك البنك شبكة اتصالات متطورة تربط بين مختلف مكاتبه					
7	يملك البنك أجهزة ومعدات حديثة ومتطورة تلبي احتياجات الإدارة الإلكترونية					
8	يعتمد البنك على نظام الحضور والانصراف إلكترونياً					
9	يتم تبادل البيانات والمعلومات إلكترونياً على مستوى البنك					
10	يتم تحديث الأجهزة والبرامج الإلكترونية دورياً					
البعد الثالث: المتطلبات البشرية						
11	يعمل البنك على نشر ثقافة الإدارة الإلكترونية بين الموظفين					
12	يقوم البنك بدورات تكوينية وتدريبية للموظفين حول استعمال التكنولوجيا الحديثة					
13	يستعين البنك بأساتذة مؤهلين لتدريس وزيادة كفاءة موظفي البنك حول استخدام الإدارة الإلكترونية					

					تساهم البرامج التدريبية في زيادة مهارات وقدرات موظفي البنك على التعامل مع الأجهزة الجديدة والبرامج المتطورة	14
					من بين معايير انتقاء الموظفين الجدد للبنك امتلاك المهارة والكفاءة في التعامل مع البرامج الحديثة والأجهزة المتطورة	15

الجزء الثالث: الأسئلة الخاصة بالمتغير التابع (الأداء الوظيفي)

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	هناك متابعة دورية من قبل إدارة البنك على إنجاز وظائفنا					
2	أنجز كل الأعمال المطلوبة مني وفي الوقت المحدد					
3	أسعى إلى تطوير قدراتي ومهارتي من أجل تطبيق الإدارة الإلكترونية على مستوى البنك					
4	تساعد البرامج وشبكات الاتصال الحديثة الموظفين على أداء عملهم في وقت وجيز					
5	من بين معايير تقييم الموظفين، مدى قدرتهم على استخدام الإدارة الإلكترونية					
6	استخدام الإدارة الإلكترونية يجنب الموظف الوقوع في الأخطاء البشرية					
7	يتم تقييم أداء العاملين بطرق حديثة					
8	يقدم البنك تحفيزات مالية للموظفين الذين يجيدون استخدام البرامج المتطورة والتكنولوجيات الحديثة					

تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الأداء الوظيفي دراسة ميدانية
بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة خنشلة

The Title of The impact of using ITC on the quality of job
performance, afield study at the faculty of social and human sciences
_ University of khenchela

*بغزو جميلة

Baghzou Djamila

جامعة عباس لغرور خنشلة - الجزائر

drbegd@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/16

تاريخ الاستلام: 2022/05/16

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء الأفراد، إضافة إلى الكشف عن أهم العوامل التي تؤثر على الأداء الوظيفي للأفراد.

وقد أجريت الدراسة بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة خنشلة، حيث اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي مع استخدام أسلوب الحصر الشامل، فضلا عن استخدام عينة مكونة من 30 مفردة في مجال الإدارة. وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج: إن تكنولوجيا المعلومات تؤثر تأثيرا إيجابيا على أداء الموظفين، كما أنها تسرع من وتيرة عملهم، فضلا عن دورها في تحسين الخدمات وزيادة كفاءتها؛ كذلك اشتراك الموظفين في اتخاذ القرارات يرفع من معنوياتهم وينمي قيم الإحساس بالمسؤولية لديهم ويزيد من درجة ولائهم للمؤسسة.

الكلمات المفتاحية: الأداء الوظيفي؛ التأثير؛ تكنولوجيا المعلومات؛ الجودة؛ المؤسسة.

تصنيف JEL: M15 , O15 , J53

Abstract:

This This research aims to identify the impact of information technology on the performance of individuals, in addition to revealing the most important factors that affect the job performance of individuals.

The study was conducted at the Faculty of Social Sciences and Humanities at the University of Khenchela, where we relied in our study on the descriptive approach with the use of the comprehensive inventory method, as well as the use of a sample of 30 individuals in the field of management. The study concluded with a number of results: that information technology has a positive impact on the performance of employees, as it accelerates the pace of their work, as well as its role in improving services and increasing their efficiency; As well as the participation of employees in making decisions raises their morale and develops the values of their sense of responsibility and increases the degree of their loyalty to the institution.

Keywords: Functionality; the influence; Information Technology; the quality; Enterprise.

JEL classification codes: O15 , J53 , M15

مقدمة:

يشهد العالم اليوم واقعا جديدا يمتاز بالديناميكية وسرعة التغيير، ولا سيما ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي أصبح الاهتمام بها متزايدا في مختلف مناحي الحياة: السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية.... باعتبارها نقطة قوة تمكن أي مؤسسة من اتخاذ قرارات رشيدة تهم الموظف بصفة عامة والمؤسسة بصفة خاصة.

وعليه فإن إدخال التكنولوجيا الحديثة إلى المؤسسات أصبح ضرورة حتمية، حيث تزايد الطلب عليها لأجل رفع وتحسين مستوى الأداء الوظيفي إضافة إلى تقديم الخدمة بشكل أسرع، وبجودة عالية في أقصر وقت، وبأقل تكلفة ممكنة مما أنتج نموا كبيرا في المجتمعات المعتمدة على المعلومات بل وتحولت إلى مجتمعات صناعية ومعلوماتية، حيث أصبحت المعلومات المادة الأولية لمعظم المجتمعات.

شهدت الآونة الأخيرة تطورات سريعة وقوة متزايدة لتقنيات الحاسوب، حيث ظهرت العديد من التغيرات في كافة مناحي الحياة نتيجة للتطور المتسارع في مجال تكنولوجيا المعلومات، واتساع دائرة تأثير مفهوم العولمة، حيث يعد العالم قرية واحدة

ومع ظهور الانترنت وتطور تكنولوجيا المعلومات أصبح من الضروري مواكبة العصر والاعتماد على التكنولوجيات الحديثة في مختلف العمليات والوظائف، فقد أصبح موضوع تكنولوجيا المعلومات منذ أواخر القرن الماضي إلى حد اليوم من المواضيع الهامة والجديرة بالدراسة.

لذلك أولى معظم الباحثين أهمية لهذا الموضوع لإسهاماته الكبيرة في تطوير نظم العمل والإنتاج وفي تقدم ونمو المؤسسات فقد تعمل تكنولوجيا المعلومات على تحفيز الأفراد من أجل تحقيق الأفضل في أدائهم حيث تعتبر هذه الأخيرة أهم عناصر المؤسسة وبدونها لا يمكن لأي مؤسسة تحقيق أهدافها.

وعليه يجب الاهتمام بهذه الموارد والسعي لتنمية مهاراتها لأن هذه الأخيرة تعود بالفائدة على المؤسسة.

مما سبق نصل إلى طرح التساؤل الرئيسي الآتي:

- كيف تؤثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الأداء الوظيفي للفرد؟
- وتندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- هل تسهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمات وزيادة كفاءتها؟
- هل تسهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الأداء الوظيفي للأفراد؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في التعرف على كيفية تأثير تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي باعتبارها وسيلة للرقى بالمؤسسة بصفة عامة، والمؤسسة الجزائرية بصفة خاصة الجامعة) وباعتبار كذلك أن الفرد هو المورد الرئيسي الذي تقوم عليه المؤسسة، فضلا عن معرفة أهم الآثار الناتجة عن استخدام مثل هذه التكنولوجيات سواء كانت آثارا ايجابية أم سلبية في الجامعة.

فرضيات البحث:

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الأداء الوظيفي للأفراد في المؤسسة.
- المؤشرات: تحسين الخدمات وزيادة الكفاءة.
- تسهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمات وزيادة الكفاءة.
- المؤشرات: القدرات الإبداعية الرقي بالمؤسسة.

أهداف الدراسة:

- التعرف على تأثير تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي.
- الكشف عن أهم العوامل التي تؤثر على الأداء الوظيفي.
- ابراز أهمية تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحسين الأداء الوظيفي.

منهج الدراسة: نظريا تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي والذي يسمح بوصف الظاهرة محل الدراسة، وذلك بالاستناد على أهم ما جاء في الادبيات النظرية من مراجع حول المتغيرين؛ أما امبريقيا تم اعتماد الاستمارة كأداة رئيسية لجمع المعلومات من العاملين بالمؤسسة محل الدراسة. كذلك المنهج الوصفي للربط بين متغيرات الدراسة وتحليل نتائجها وتفسيرها وصولا للنتائج والتوصيات التي نأمل أن تساهم في تطوير الواقع وتحسينه.

هيكل الدراسة: للإجابة على أسئلة الدراسة وإشكالياتها تم تقسيمها الى محورين أساسيين، الأول نظري تناولنا من خلاله الاطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات و الاداء الوظيفي، أما الثاني فيتناول الشق التطبيقي للدراسة.

أولاً: القسم النظري

1- تحديد المفاهيم:

1-1- تكنولوجيا المعلومات:

لم تحظ تكنولوجيا المعلومات بتعريف واحد بل تعددت مفاهيمها بتعدد الباحثين والدارسين فمنهم من اعتبرها:

عبارة عن جميع أنواع الأجهزة والبرمجيات والشبكات وقواعد البيانات، المستخدمة في استقبال البيانات ومعالجتها وتعديلها وتخزينها واسترجاعها وطباعتها ونقلها إلكترونياً، على شكل نصوص وأشكال بين المستخدمين والأطراف ذات العلاقة (الشوابة، دس)

ومنهم من عرفها بأنها: "خليط من أجهزة الحواسيب الالكترونية ووسائل الاتصال المختلفة، مثل الألياف الضوئية والأقمار الصناعية...، والمجموعات الأخرى من الاختراعات والوسائل التي يستخدمها الإنسان في السيطرة على المعلومات واستثمارها، في المجالات الحياتية المختلفة" (قندليجي، فاضل السمراني، 2009)

التعريف الإجرائي لتكنولوجيا المعلومات: هي مجموعة من الأفراد والبيانات والإجراءات والمكونات المادية والبرمجيات التي تعمل سوية من أجل الوصول إلى أهداف المؤسسة

1-2- الأداء الوظيفي:

اهتم العديد من الباحثين في عدة مجالات بالأداء الوظيفي وأولوه أهمية قصوى نظراً لارتباطه بكفاءة وفعالية المؤسسات في تحقيق أهدافها وذهب الوايسة في مفهومه للأداء الوظيفي: " أن لكل عمل مجموعة من الأهداف التي يجب على شاغل العمل إنجازها، ومن ثم أداء أي فرد ما هو إلا انعكاس لمدى نجاحه أو فشله في تحقيق الأهداف المتعلقة بعمله أيا كانت طبيعة هذا العمل". (الزغبي، دس)

ونلاحظ أن الأداء الوظيفي هو قدرة الفرد على أداء مهامه وتحقيق أهدافه. وهناك من يعرف الأداء على أنه: "صورة حية تعكس نتيجة ومستوى المنظمة على استغلال مواردها وقابليتها في تحقيق أهدافها الموضوعية عن طريق أنشطتها المختلفة وفق المعايير التي تلائم المنظمة وطبيعة عمله

التعريف الإجرائي للأداء الوظيفي:

الأداء هو الأثر الصافي لجهود الفرد التي تبدأ بالقدرات وإدراك الدور والمهام والذي يشير إلى درجة تحقيق وإتمام الهام المكونة لوظيفة الفرد.

1-3- المؤسسة :

هي "تكوين اجتماعي منسق بوعي، يتفاعل فيه الأفراد ضمن حدود محددة وواضحة نسبياً، من أجل تحقيق أهداف مشتركة." (السالم، 2015)

وحسب هذا المفهوم تعتبر المؤسسة وحدة اجتماعية هادفة يتفاعل فيها الأفراد فيما بينهم من أجل إنجاز أغراض محددة.

التعريف الاجرائي للمؤسسة: هي مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المادية التي تشتغل فيما بينها وفق تركيب معين قصد انجاز المهام المرتبطة بها .

1-4- تعريف الجودة :

تعددت مفاهيم الجودة بتعدد وجهات النظر، إلا أن هناك بعض التعاريف التي فرضت نفسها بإلحاح وذلك لما تتصف به من موضوعية وتعبير دقيق ومنها :

1-5- تعريف الجودة:

لغة: جاد-جودة، صار جيداً، وهو ضد الرديء، فعل الجيد، أجاد يعني أتى بالجيد، أجود الشيء ويعني جعله جيداً Qualitas يرجع مفهوم الجودة إلى الكلمة اللاتينية والتي تعني طبيعة الشخص أو الشيء ودرجة صلاحيته، ليس كما كانت تعني قديماً الدقة والإتقان(عاشوري، 2017) .

اصطلاحاً :

تعريف جونسن Johnson حيث عرف الجودة بأنها: " تلبية احتياجات الزبون المتوقعة وإتقان الأعمال من أول مرة "؛ أما جوران Juran فعرّف الجودة في جملة قصيرة هي: "أن الجودة هي الملائمة للاستخدام" أي بمعنى القدرة على تقديم أفضل أداء وأحسن الصفات ("عبد الفتاح، 1996)

المفهوم الإجرائي: تعني الجودة بمفهومها البسيط والعام الخلو من أي عيوب بمعنى أنها على درجة أو مستوى من التميز.

2- الدراسات السابقة:

2-1- الدراسة الأولى:

قام بها كل من د عبد النور موساوي وهدى بن محمد، بعنوان: أثر استخدام نظم المعلومات على أداء المؤسسات الاقتصادية الناشئة في بيئة الأعمال الحديثة أبريل 2009. دراسة مقدمة

إلى المؤتمر الثاني لكلية الأعمال بجامعة الأردن، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أثر استخدام نظم المعلومات على أداء المؤسسات الاقتصادية.

وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي وطبق الباحثان طريقة المسح الميداني بطريقة العينة وذلك لكبر حجم المجتمع الأصلي ويشتمل مجتمع الدراسة على شركات التأمين الناشطة في ولاية قسنطينة وقد تم توزيع 50 استبيان، ومن بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة نذكر استخدام نظم المعلومات في شركات التأمين في الجزائر لا يزال بعيدا عن ركب التطورات العالمية وهذا راجع لعدم إدراك بعض المدراء لأهمية نظم المعلومات بالإضافة إلى أن نظام المعلومات يسهم في تحسين الأداء الوظيفي في الشركات ذلك لأنه يؤدي إلى توفير الوقت والجهد وتقليل الأخطاء.

وقد تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في مجالتها لموضوع اثر استخدام نظم المعلومات على أداء المؤسسات الاقتصادية وهو ما تم التطرق إليه في دراستنا من خلال معرفة أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين بالإضافة إلى ما توفره هذه التكنولوجيات في التقليل من الأخطاء في العمل.

2-2- الدراسة الثانية:

قامت بها طويهرى فاطمة بعنوان: أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية مذكرة ماجستير بتيارت سنة 2015 .، حيث تهدف الدراسة إلى البحث عن أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي واعتمدت على عينة قدرت ب 189 عاملا ، طبقت على عمال شركة إنتاج الكهرباء بتيارت وطبقت الباحثة أداة الاستبيان حيث توصلت إلى النتائج التالية: يعد استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال العامل المحفز في تنمية قدرات المورد البشري وتحسين أدائه، توجد علاقة وطيدة بين التدريب على استخدام التكنولوجيا وأداء الموارد البشرية في شركة إنتاج الكهرباء .وقد تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في كونهما يدرسان نفس الموضوع وهو تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية (العاملين) وهذا ما تم التطرق إليه في دراستنا من خلال معرفة ما إذا كان لتكنولوجيا المعلومات تأثير على أداء العاملين بالإضافة إلى مساهمتها في تحسين الخدمات داخل المؤسسة وتنمية قدرات العاملين فيها.

3- خصائص تكنولوجيا المعلومات:

لقد تميزت تكنولوجيا المعلومات عن غيرها من التكنولوجيات الأخرى بمجموعة من الخصائص نذكر أهمها: (كورتل، وأيوب، 2016)

✓ تقيص الوقت والمكان:

حيث جعلت كل الأماكن متجاوزة الكترونيا كما أنها تسهل من عملية التخزين والاسترجاع حيث أن عملية التخزين ضرورية لحفظ البيانات والمعلومات لحين الحاجة إليها، بينما عملية الاسترجاع هي استعادة للبيانات المخزونة لإعادة استخدامها والاطلاع عليها.

✓ الذكاء الاصطناعي:

من أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات حيث أنها تتميز بالسرعة الفائقة في أداء وتنفيذ التعليمات فباستخدامها يمكن الحصول على كم هائل من المعلومات يصعب الحصول عليها بالجهد البشري.

✓ الدقة المتناهية في تنفيذ العمليات المختلفة.

✓ القيام بالعمليات المنطقية والتي تتطلب المقارنة بين عنصرين أو أكثر والاختيار بين

البدائل

✓ التفاعلية:

أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيات يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، فالمشاركين في عملية الاتصال يمكن أن يتبادلون الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأفراد والمؤسسات وباقي الجماعات. (طرشي، وتقروت، 2011)

✓ دخول قطاع المعلومات بوصفه قطاعا رئيسيا في الكثير من الدول الى جانب

القطاعات الأخرى (الزراعة، الصناعة) (محمد حسين، 2010)

من خلال كل هذه الخصائص نلاحظ أنه وبالرغم من كل هذه المزايا التي اتسمت بها تكنولوجيا المعلومات إلا أنها لا تخلو من وجود بعض النقائص كون الإنسان أصبح مدمن على مثل هذه التكنولوجيات فهو يستخدمها دون تمييز في شتى المجالات فهي بذلك سلاح ذو حدين.

أهمية تكنولوجيا المعلومات:

تعد تكنولوجيا المعلومات ذات أهمية بالغة فهي تساهم في تحسين الأداء الوظيفي للعمال داخل المؤسسة وتتجلى أهميتها في : أنها تساعد المؤسسات في الحصول على المعلومات المطلوبة لأداء أعمالها بشكل مناسب ومميز.

تعتبر القاعدة الأساسية التي تبني على ضوئها المؤسسات الإدارية ميزتها التنافسية لما تحتله هذه التكنولوجيا من دور فاعل ورئيسي في إنجاح تلك المؤسسات. (الفتاح إبراهيم، 2017)

تدفع بالمؤسسة للاستجابة والتكيف مع متطلبات البيئة والالتحاق بركب التطور تجنباً لاحتمالات العزلة والتخلف عن مواكبة عصر المعلوماتية.

تساعد في تنمية المهارات والمعارف التي تعمل على إثراء الجانب الفكري للموظفين.

ساهمت تكنولوجيا المعلومات بتقليل حدوث الأزمات بما توفره من قاعدة معلومات مستقبلية .
(محمد حسين، 2010)

تبرز أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحقيق مستويات عالية للأداء، إذ تمكن الإدارة من أحداث تحسينات وتطويرات فاعلة، من خلال توفير المعلومات لاتخاذ قرارات فعالة وبناءة تدعم المؤسسة، إذ أن استعمال التكنولوجيا بشكل خاطئ قد يعيق عمل المؤسسة ويؤدي بها إلى الفشل بدل من أن يرفع من أدائها.

4- أثار استخدام تكنولوجيا المعلومات:

رغم ما تقدمه تكنولوجيا المعلومات من مزايا إلا أنه وكأي شيء تعتبر سلاح ذو حدين وهذا ما سيبين لنا من خلال ما سنعرضه: (العتيبي، 2011)

4-1- الآثار الإيجابية:

- ✓ الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنت في شتى المجالات زادت من شعور الإنسان بالحرية ورمت عن كاهله التقيد بالزمن.
- ✓ تقدم تكنولوجيا المعلومات موارد غنية، وتوفر المعلومات في مختلف مجالات الحياة، كما تساهم في تفعيل الحوارات الالكترونية والتي بدورها تساهم في التفاعل والتواصل بين البشر.
- ✓ تساهم شبكة الانترنت على الترويج وبيع مختلف أنواع الكتب وتساعد في الاطلاع على بعض الأدبيات.

4-2- الآثار السلبية:

- ✓ استمرار وجود التفاوت الاجتماعي والمعرفي بين الناس.
- ✓ ساعدت على انتشار النشاطات الهدامة والسلبية، مثل تجارة المخدرات وتجارة الجنس، واستدراج الأطفال إلى عالم الجنس والجريمة.
- ✓ تعتبر تهديد للأمن القومي للدول والمجتمعات، فضلا عن تدشينها نوع جديد من الحروب هي حروب المعلوماتية، كما ظهرت بعض الجرائم، تسمى الجرائم المعلوماتية... الخ
- ✓ السرقات الأدبية والعلمية التي انتشرت بكثرة عن طريق النسخ والتقليد
- ✓ ظهور بعض الأمراض التي أثرت على الجانب الصحي للإنسان والناجمة أساسا عن الموجات الكهرومغناطيسية كالسرطان مثلا

من خلال ما تم ذكره نستنتج أن استخدام تكنولوجيا المعلومات صحيح أنه يساعدنا كثيرا في التواصل والشعور بالحرية واختصار الوقت والجهد ولكنه بالمقابل يأخذ منا الكثير ابتداء بالبراءة حيث تؤثر شبكة الإنترنت على عقولهم ووصولاً إلى صحة الإنسان وذلك لتعرضه للإشعاعات

الكهرومغناطيسية التي تسبب حتما السرطان وهي بذلك كما قلنا سابقا سلاح ذو حدين إن لم نحسن استغلالها.

5- محددات الأداء الوظيفي:

بما أن الأداء الوظيفي هو نتاج العلاقة بين الجهد والقدرات وإدراك الدور فان محدداته تتضح فيما يلي: (البو شرخ، 2010)

✓ **الجهد المبذول:** يعكس درجة انسجام الفرد لأداء عمله، فالجهد المبذول يمثل حقيقة درجة دافعية الفرد لأداء عمله.

✓ **القدرات والخصائص الفردية:** يمثل قدرات الفرد وخبراته السابقة التي تحدد درجة فعالية الجهد المبذول.

✓ **إدراك الفرد لوظيفته:** يعني تصورات الفرد وانطباعاته عن الأنشطة التي يتكون منها عمله، وعن الكيفية التي ينبغي أن يمارس بها دوره في المؤسسة.

6- معايير الأداء الوظيفي:

تنحصر أهم معايير الأداء فيما يلي: (شامي، 2010)

الجودة: هي المؤشر الخاص بكيفية الحكم على جودة الأداء من حيث درجة الإتقان وجودة المنتج، لذلك يجب أن يتناسب مستوى الجودة مع الإمكانيات المتاحة.

✓ **الكمية:** هي حجم العمل المنجز في ضوء قدرات وإمكانات الأفراد ولا يتعداها، وفي الوقت ذاته لا يقل عن قدراتهم وإمكاناتهم لان ذلك يعني بطء الأداء، مما يصيب العاملين بالتراخي واللامبالاة، لذلك يفضل الإتقان في العمل.

✓ **الوقت:** ترجع أهمية الوقت إلى كونه مورد غير قابل للتجديد أو التعويض فهو رأسمال وليس دخل، ويعد أحد خمسة موارد أساسية في مجال إدارة أعمال وهي: المواد، المعلومات، الأفراد، الموارد المادية والوقت ويعد من أهم المؤشرات التي يستند عليها في أداء العمل.

✓ **الإجراءات:** هي عبارة عن خطوات مرتبة للتطبيق العملي للمهارات الواجب القيام بها، حيث يتم الاتفاق بين الرؤساء والمرؤوسين على الإجراءات المتبعة في إنجاز العمل.

7- إجراءات تحسين الأداء:

إن من أهم الأهداف لعملية تقويم الأداء هو تحسين الأداء من خلال الخطوات التالية: (محمد عباس، 2011)

✓ **تحديد الأسباب الرئيسية لمشاكل الأداء:** لابد من تحديد أسباب الانحراف في أداء الموظفين عن الأداء المعياري، إذ أن تحديد الأسباب ذو أهمية لكل من الإدارة والموظفين، وذلك

لتقليل من حدتها من خلال معرفة الأسباب المؤدية إلى انخفاض الأداء، ومن هذه الأسباب الدوافع، فالفاعلية تعكس المهارات والقدرات أما الدوافع فتتأثر بالأجور والحوافز وكذلك ظروف العمل.

✓ **تطوير خطة عمل للوصول إلى الحلول:** وذلك بالتعاون بين الإدارة والموظفين من جهة والمختصين في مجال تحسين الأداء، من خلال المناقشة والمشاركة وعدم السرية في كشف الحقائق.

✓ **الاتصالات المباشرة:** إن الاتصالات المباشرة بين المشرفين والعاملين ذات أهمية في تحسين الأداء، ولا بد من تحديد محتوى الاتصال وأسلوبه وأنماط الاتصال المناسبة.

نلاحظ من خلال ما تقدم أن هذه الإجراءات تعزز من السلوكيات الايجابية للموظفين وتمنحهم الثقة والولاء لمؤسستهم وتقلل من الضغوط النفسية لهم ومن ردود الفعل السلبية .

8- العوامل المؤثرة في الأداء الوظيفي: (الخراشنة، 2010)

إن الأداء الوظيفي ينتج عن تفاعل عامل القدرة والدوافع المرتبطة بالسلوك البشري، ويمثل كل من القدرة والدوافع متغيرين رئيسيين من أجل الأداء الوظيفي، حيث يعد الأداء نتيجة لمحصلة التفاعل بين ثلاثة محددات رئيسية هي: الدافعية الفردية، ومناخ أو بيئة العمل، والقدرة على إنجاز العمل.

● **المناخ التنظيمي:** يعرف المناخ التنظيمي بأنه تعبير يدل على مجموعة العوامل التي تؤثر في سلوك العاملين داخل التنظيم، كنمط القيادة وطبيعة الهيكل التنظيمي والتشريعات المعمول بها والحوافز. وتبرز أهمية المناخ التنظيمي في العديد من الجوانب، بشكل ايجابي مثل التحفيز والرضا الوظيفي لدى العاملين.

كما يؤثر المناخ التنظيمي على الجوانب النفسية والاجتماعية للعاملين بشكل ايجابي إذا كان المناخ التنظيمي سليم. بالإضافة إلى تأثيره على سلوك وكفاءة العاملين لأنهم يقضون معظم وقتهم في العمل حيث يحتك مع الرؤساء والمرؤوسين على كافة المستويات.

● **الروح المعنوية لدى الموظف:** لقد حظيت الروح المعنوية للموظفين بقدر كبير من الاهتمام لأنها تؤثر وبشكل كبير في الأداء الوظيفي، وقد خلصت الكثير من الدراسات إلى أن القيادات الإدارية لها تأثير وبشكل كبير على معنويات الموظفين وهذا ما ينعكس سلباً أو إيجاباً على الأداء الوظيفي وهي علاقة طردية.

وإذا نجحت المؤسسة في اختيار العاملين، وعملت على خلق روح معنوية لديهم فإن ذلك يكفل الرضا الوظيفي، وحفظ النظام والضغط على أي فرد يحاول الخروج عليها، وتعتمد الروح المعنوية

على عدة عناصر ترتبط بعملية العلاقات الإنسانية مثل سلامة الإشراف والتدريب والأجور والترقية والخدمات التي ترتبط بعملية التوظيف.

من خلال ما تقدم نستنتج أن الأداء الوظيفي يتأثر بشكل كبير بالاتجاهات، حيث تؤثر هذه الأخيرة على عمل الأفراد، فالفرد حين يحب عمله يتمسك به ويدفع فيه فيتحسن مستوى أدائه وتزداد خبرته وبالتالي ترتفع الروح المعنوية لديه وتزيد نسبة ولائه وانتمائه للمؤسسة.

● **المقدرة على أداء العمل من خلال فهم الدور:** وذلك يتجلى من خلال مدى مواظبة الموظف ومثابرته على أداء مهامه مهما كانت الصعاب والعراقيل التي تحول دون أدائه لعمله وذلك من خلال استغلاله لقدراته وخبراته ونستطيع القول أن مستوى الأداء يتحدد وفق تفاعل هاته العوامل الثلاثة، فإن كانت ايجابية فإن محصلة الأداء ستكون مرتفعة .

9- تأثير تكنولوجيا المعلومات على رفع أداء العاملين :

● أصبحت تكنولوجيا المعلومات عاملاً محفزاً للمنظمات الباحثة عن التمييز في إنتاجها وعن الكفاءة والفاعلية في أدائها لذا تسارع المنظمات لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في خلق فرص جديدة ومبتكرة في مجالات عدة مثل رفع مستوى الأداء الوظيفي، تحسين القرارات الإدارية، تبسيط الإجراءات، الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة وتدريب العاملين على كيفية استخدامها لهذه التكنولوجيات وذلك لضمان عملها بشكل صحيح وبما يحقق معايير الأداء العالية للعاملين والتي تسعى المنظمات لتحقيقها . (عطية، 2012)

لذا فإن العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وأداء العاملين تتمثل في: (المؤتمر العالمي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 2005)

● تحسين الأداء الوظيفي من خلال انجاز الأعمال بسرعة وكفاءة ودقة وبتكلفة أقل وزيادة معدل أداء العاملين.

● زيادة الشعور بالانتماء والولاء من قبل العاملين تجاه المؤسسة لما توفره من فرص للاطلاع على المعلومات بشكل سهل مما يساهم في تعزيز مشاركتهم في عملية صنع القرار.

● تسهم في زيادة كفاءة المنظمة من خلال استخدام الحاسب الآلي في أداء عملياتها مما يؤدي إلى تحسين نوعية الأداء وتقليل التفاوت بين مستويات العاملين.

● يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات على ربط الوظائف الإدارية المختلفة مع بعضها والقضاء على الازدواجية والتقليل من الأخطاء مما يؤدي إلى زيادة إنتاجية العاملين.

ثانيا: القسم الميداني

1- إجراءات البحث الميداني:

1-1- منهج الدراسة: نظرا لطبيعة الدراسة والتي تتمثل في التعرف على تأثير تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للأفراد داخل المؤسسة ارتأينا استخدام المنهج الوصفي باعتباره المنهج الملائم والأقرب لدراستنا، حيث يجعلنا نتعرف على أبعاد الظاهرة محل الدراسة.

1-2- المجال المكاني: تم إجراء هذه الدراسة بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة عباس لغرور - خنشلة-، أنشئت كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية أولا بصفتها معهدا سنة 2004 لتتحول الى كلية طبقا لإحكام المرسوم التنفيذي رقم 12/246 المؤرخ في 04 جوان 2012 الخاص بإنشاء جامعة خنشلة، المتمم بالقرار رقم 356 المؤرخ في 18 ماي 2013 المتضمن إنشاء الأقسام المكونة لكية العلوم الاجتماعية والإنسانية وهما قسم العلوم الإنسانية وقسم العلوم الاجتماعية تتضمن التكوين في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية وفي الطورين الأول والثاني والطور الثالث.

● **قسم العلوم الاجتماعية:** يضمن هذا القسم التكوين في شعبة العلوم الاجتماعية في التخصصات التالية :

أ- على مستوى ليسانس: علم اجتماع، علم السكان، علم النفس العيادي، الفلسفة،

ب- على مستوى الماستر: تاريخ الفلسفة التنمية والسكان، علم الاجتماع الثقافي والحضري، علم اجتماع التنظيم والعمل، علم النفس الصحة

● **قسم العلوم الإنسانية:** يضمن هذا القسم التكوين في شعبة العلوم الإنسانية في التخصصات التالية :

أ- على مستوى ليسانس: تخصص تاريخ عام، علوم الإعلام والاتصال

ب- على مستوى الماستر: تاريخ المقاومة والحركة الوطنية، إذاعة وتلفزيون

أما فيما يخص الطور الثالث فقد فتحت على مستوى الكلية ثلاثة تخصصات للتكوين في الدكتوراه: علم الاجتماع، فلسفة، علم السكان. (بولبيار، د س)

1-2- المجال البشري: يتمثل مجتمع الدراسة في مجموع الموظفين الإداريين الدائمين بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة خنشلة والمقدر عددهم ب 30 موظف.

3-1- عينة البحث: وهي جزء من مجتمع الدراسة وقد تم الاعتماد على المسح الشامل باعتبار مجتمع البحث محدود ومن أجل جمع أكبر عدد ممكن من المعطيات ارتأينا إلى اعتماد 30 موظف وقد تم استرجاع 28 استمارة فقط.

3-1- أداة البحث: وتمثل في استمارة استبيان حيث تم تقسيمها إلى 3 محاور أساسية وتم توزيعها على الإداريين الذين يستخدمون الحواسيب بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة عباس لغرور خنشلة.

2- عرض وتحليل البيانات الميدانية:

2-1- البيانات الشخصية:

الجدول 1: جدول يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

الاحتمالات	النسبة	التكرار
ذكر	04	14.29%
أنثى	24	85.71%
المجموع	28	100%

المصدر: إعداد الباحثة

يتضح من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة من الإناث حيث قدرت نسبتهم بحوالي 87.71% وهذا ربما راجع إلى اكتساح المرأة كافة المجالات حيث تخلى المجتمع عن طبيعة المحافظة إذ كان لا يسمح للمرأة بالعمل، إضافة إلى أن العمل في الإدارة لا يتطلب مجهود عضلي، كما أن العمل بالإدارة والتعليم من أكثر الوظائف ملائمة لطبيعة المرأة. في حين نجد نسبة الذكور قليلة مقارنة بنسبة الإناث حيث قدرت ب 14.29%.

جدول رقم 2: جدول يعرض تأثيرات متغيرات الجنس والمستوى		أنثى		ذكر	
متوسط	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار
متوسط	00	00	00	00	00
ثانوي	03	3.58	01	7.14	02
جامع	25	82.14	23	7.14	02
المجموع	28	85.72	24	14.28	04

المصدر: إعداد الباحثة

من خلال استقراء الجدول نلاحظ أن نسبة الذكور تقدر ب 7.14% في المستوى الثانوي في حين نجد أن نسبة الإناث تقدر ب 3.58% ويرجع ذلك إلى أن العنصر الذكوري يتوجه للحياة العملية ربما نتيجة تعسر المستوى المعيشي العام للأسرة الجزائرية مما يجعل مواصلة الدراسة أمر صعب نوعا ما، والأهم من ذلك هو فقدان العنصر الذكوري الثقة في التوظيف مهما بلغ مستواه نتيجة التشجيع في كل مناصب التشغيل.

أما في المستوى الجامعي نجد أن نسبة الإناث تصل إلى 82.14% وهي نسبة عالية إذ ما قورنت بنسبة الذكور والتي تقدر ب 7.14% وهذا راجع إلى أن الإناث أكثر طموحا وأكثر صبرا فالمرأة دائما تسعى إلى بلوغ مناصب عليا.

أما عن علاقة الجنس بالأداء الوظيفي فتبين لنا أن الإناث أكثر ولاء من الذكور حيث أن المرأة تسعى دائما للبروز في مجال عملها والارتقاء من أجل إرضاء طموحها فنجدها أكثر نشاطا من الذكر. أما عن علاقة المستوى التعليمي بالأداء فمن المؤكد أن المستوى التعليمي يلعب دورا هاما في تحسين الأداء وخصوصا إذا كان له علاقة بالاختصاص، فالموظف الذي لديه مستوى تعليمي عالي يبرز قدراته ومهاراته العلمية في مجال عمله على عكس الموظف العادي "فبالعلم نستطيع أن نضع خطط تنفيذ المسار الوظيفي للمؤسسة (مقولة أحد الباحثين)

جدول رقم 3: جدول يبرز المستوى التعليمي لأفراد العينة:

النسبة	التكرار	الاحتمالات
00	00	متوسط
10.72%	03	ثانوي
89.28%	25	جامعي
100%	25	المجموع

تضح من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة هي نسبة الجامعيين حي قدرت ب 89.28% و من خلال هذه النسبة المرتفعة يتضح لنا مدى ملائمة المستوى التعليمي مع المناصب التي يشغلها الموظفون حيث أن تناسب المنصب مع المستوى التعليمي يعطي أريحية أكثر للموظف في منصبه و يساهم كذلك في تحسين أدائه.

بيانات تتعلق بتكنولوجيا المعلومات وزيادة كفاءة الموظفين.

الجدول رقم 4: جدول يظهر توفير المؤسسة العدد الكافي من الحواسيب:

النسبة	التكرار	الاحتمالات
71%	20	نعم
29%	08	لا
100%	28	المجموع

المصدر: اعداد الباحثة

لقد قدرت نسبة توفر الحواسيب داخل المؤسسة ب 71% وهذه نسبة كبيرة مقارنة بالثانية ومن خلال هذه النتائج نلاحظ أن المؤسسة قد سعت لتوفير القدر الكافي من الحواسيب وذلك من أجل تسهيل مهمة موظفيها لأن جل العمليات تكون عن طريق الحاسوب في حين نجد أن نسبة 29% تقر بأن المؤسسة لا توفر الحواسيب بعدد كافي كما يفيد أفراد العينة أن الحواسيب تتعرض دوما للتلغف والتعطل مما يعيق سير العمل.

جدول رقم 5: جدول يوضح المعالجة السريعة والدقيقة للبيانات من طرف أجهزة المؤسسة:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	19	67.86%
لا	09	32.14%
المجموع	28	100%

المصدر: إعداد الباحثة

نلاحظ أن نسبة 67.86% من عينة الدراسة قد أجابت بأن المؤسسة توفر أجهزة تساعد على المعالجة الدقيقة والسريعة للبيانات يعني أن الأجهزة المتوفرة في المؤسسة هي أجهزة حاسوب جديدة تواكب العصر والتكنولوجيا الحديثة في حين نجد أن نسبة 32.14% من عينة الدراسة قد أجابوا بأن المؤسسة لا توفر هذه الأجهزة ولعل هذا راجع إلى عدم استخدامها لهذه التقنيات والبرمجيات مما أدى بهم إلى عدم تطويرها والاهتمام بها.

جدول رقم 6: جدول يعبر عن مساهمة أجهزة تكنولوجيا المعلومات في تجنب حالات البطيء:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	20	71%
لا	08	29%
المجموع	28	100%

المصدر: إعداد الباحثة

نلاحظ أن نسبة 29% من عينة الدراسة قد أجابت أن أجهزة تكنولوجيا المعلومات لا تجنب حالات البطيء وهذا راجع لقدم الأجهزة الموجودة في المؤسسة، إضافة إلى انتقال الفيروسات إلى الجهاز والتي بدورها تجعله بطيئا لذا وجب مجاراة التطور الحاصل في عالم التكنولوجيا لتجنب حالات البطيء وهذا حسب المبحوثين.

في حين 71% من عينة الدراسة وهي نسبة كبيرة قد أجابت بأن أجهزة تكنولوجيا المعلومات تجنب حالات البطيء وهذا راجع إلى حفظ البيانات والمعلومات مسبقا في الأجهزة وبطريقة

إلكترونية وترتيبها واسترجاعها عند الحاجة كما أنها توفر التدفق السريع للمعلومات وتساهم في جودة العمل وهذا ما تحتاجه مؤسساتنا فعلا.

جدول 7: جدول يبيد تأثير تكنولوجيا المعلومات على جودة أداء الموظفين:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	25	89.28%
نعم	02	7.14%
لا	01	3.58%
المجموع	28	100%

المصدر: إعداد الباحثة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 3.58% من عينة الدراسة قد أجابت بأن تكنولوجيا المعلومات لا تؤثر على جودة أداء الموظفين وهذا راجع ممكن لعدم اقتناع هذه الفئة بدور تكنولوجيا المعلومات حيث تقر نسبة 7.14% من عينة الدراسة بوجود تأثير سلبي في حين نجد نسبة 89.28% يقرون بتأثير تكنولوجيا المعلومات على جودة أداء الموظفين تأثيرا إيجابيا لأن هذه التكنولوجيات توفر تدفق سريع للمعلومات و في وقت قصير و تساهم في إنجاز المهام بسرعة بمساعدة البرمجيات الحديثة و هذا ما يجعلها تؤثر على جودة أداء الموظفين في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة خنشلة فهي تساعدهم في أداء عملهم بسرعة كبيرة و بصورة أدق إن لم نقل أنها تؤديه.

جدول رقم 8: جدول يكشف عن مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات على تحسين ظروف العمل.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	28	100%
لا	00	00%
المجموع	28	100%

المصدر: اعداد الباحثة

نلاحظ أن نسبة 100% من عينة الدراسة ترى أن تكنولوجيا المعلومات تساهم في تحسين ظروف العمل لما توفره البرامج من خدمات تساعد بدورها في تحسين جودة الأداء الوظيفي للموظف كما أنها تتميز بالسرعة والدقة اللا متناهية في تنفيذ التعليمات.

جدول رقم 9: جدول يوضح حاجة الموظفين لاستخدام الانترنت في مجال عملهم:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	24	85.71%
لا	04	14.29%
المجموع	28	100%

المصدر: اعداد الباحثة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 14.29% من عينة الدراسة ترى بأن لا حاجة للموظفين باستخدام الانترنت في مجال عملهم بحكم أنهم اعتادوا على العمل (أشياء روتينية) في حين 85.71% من عينة الدراسة تعتبر أن الموظفين بحاجة لاستخدام الانترنت لأداء عملهم بشكل مضمون، ذلك لما توفره من برامج وتطبيقات قد تفيدهم في معرفة كل ما هو جديد أو في حالة إضافة لشيء لم يتعودوا عليه في عملهم، كما أنها تساعد في تنمية المهارات والمعارف التي تعمل على إثراء الجانب الفكري للموظفين.

جدول رقم 10 جدول يظهر مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمات وزيادة كفاءتها:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	27	96.42%
لا	01	3.58%
المجموع	28	100%

الصدر: اعداد الباحثة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الأقلية من عينة الدراسة والتي تقدر ب 3.58% ترى بأن تكنولوجيا المعلومات لا تساهم في تحسين الخدمات و لا تزيد من كفاءتها، وهذا راجع لعدم تمكنهم من التحكم في مجال المعلوماتية و ذلك لقلّة التكوين و التدريب في مجال تكنولوجيا المعلومات أما 96.42% من عينة الدراسة فهي ترى أن تكنولوجيا المعلومات أثرت تأثيراً إيجابياً على مردود العمل و تحسين خدمات المؤسسة و زيادة كفاءتها فهي تقلل من حدوث الأزمات بما توفره من قاعدة معلومات مستقبلية.

بيانات تتعلق بجودة الأداء الوظيفي:

جدول رقم 11 جدول يبرز مدى استفادة الموظفين بالكلية من تكوينات وتربصات في مجال

استخدام تكنولوجيا المعلومات:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	27	96.42%
لا	01	3.58%
المجموع	28	100%

المصدر: اعداد الباحثة

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن 32.14% فقط من أفراد العينة استفادت من تربص أو تكوين وهذا يسهل لهم استخدام الأجهزة بأريحية و هي نسبة ضعيفة إذا ما قورنت بالثانية

حيث قدرت ب 67.85% أي ما يقارب 86% من أفراد العينة لم تتلقى تكويناً فيما يخص تكنولوجيا المعلومات و ربما يعود ذلك إلى أن التكوين مقتصر على فئة محددة من العمال وكذا مقارنتها بسنوات العمل، أو أن الكلية تعتمد في رفع كفاءة وخبرة موظفيها في مجال التكنولوجيا على الممارسة اليومية لمختلف الأعمال.

جدول رقم 12: جدول يكشف عن مساهمة تكنولوجيا المعلومات في إعداد وتوصيل المعلومات وتحسين جودة الأداء

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	27	96.42%
لا	01	3.58%
المجموع	28	100%

المصدر: اعداد الباحثة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 3.58% من عينة الدراسة غير موافقة على أن تكنولوجيا المعلومات تساهم في تحسين جودة الأداء وهذا ربما راجع لعدم تيقنهم بما يمكن أن تقدمه تكنولوجيا المعلومات للمؤسسة، فيما نجد أن أغلبية أفراد العينة والتي قدرت نسبتها ب 96.42% ترى بأن تكنولوجيا المعلومات تساهم في إعداد وتوصيل المعلومات وكذا تحسين جودة الأداء لما تقدمه من خبرات للموظفين فهي تساهم في التدفق السريع للمعلومات، وتؤدي إلى توفير الوقت والجهد وتقليل الأخطاء وهذا ما أشار إليه عبد النور موساوي في دراسته أثر استخدام نظم المعلومات على أداء المؤسسات الاقتصادية جامعة الأردن .

جدول رقم 13: جدول يوضح مساهمة التقنيات الحديثة في زيادة الأداء الوظيفي للموظف:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	26	92.86%
لا	02	7.14%
المجموع	28	100%

المصدر: اعداد الباحثة

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة 93% من عينة الدراسة يوافقون على مساهمة التقنيات الحديثة في زيادة الأداء الوظيفي لما توفره هذه التقنيات من برامج تساعد على أداء الموظفين بوتيرة أسرع وبجهد أقل وهذه خاصية تكنولوجيا المعلومات أما عن نسبة 7% من عينة

الدراسة لا يولون أهمية لمثل هذه التقنيات الحديثة ولا يعتبرون أنها تزيد من أدائهم ولا يعيروها أهمية.

جدول رقم 14: جدول يوضح أثر الترقيات على الأداء الوظيفي:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	28	100%
لا	00	00%
المجموع	28	100%

المصدر: اعداد الباحثة

في الجدول المبين أعلاه، نلاحظ أن نسبة 100% من عينة الدراسة تعتبر أن لترقيات الوظيفية أثر واضح على الأداء الوظيفي فهي تعتبر دافعا قويا في التزام الموظف تجاه وظيفته وتجاه أدائه تجعله أكثر التزاما وأكثر جدية، كما أنها ترفع من روحه المعنوية ومن دافعيته في العمل وتجعله أكثر تفاعلا وتزيد من أدائه، وهذا ما أكدته مدرسة العلاقات الإنسانية (التوت مايو) جدول رقم 15: جدول يبين نوع الحوافز الأكثر تأثيرا على أداء الموظفين:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
مادية	01	3.58%
معنوية	/	/
كلاهما معا	27	96.42%

المصدر: اعداد الباحثة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة ضئيلة من عينة الدراسة حيث قدرت بـ 3.58% ترى بأن الحوافز المادية أكثر تأثيرا على أداء الموظفين باعتبار أن العامل المادي هو الذي يحقق حاجاتهم خاصة في ظل ارتفاع مستوى المعيشة، فالحوافز المادية تؤثر بشكل كبير في نفوس العاملين وتجعلهم أكثر ولاء وواقعية للعمل، في حين نجد أن الأغلبية الساحقة والتي قدرت بنسبة 96.42% من عينة الدراسة ترى أن كلا من الحوافز المادية و المعنوية تؤثر على أداء الموظفين لأن المادة وحدها لا تكفي فيإشراك الموظفين في اتخاذ القرارات مثلا برفع من معنوياتهم و ينمي قيم الإحساس بالمسؤولية و يسهم في زيادة درجة انتمائهم للمؤسسة.

ثالثا: نتائج الدراسة

- أدخلتم التوصل من خلال الدراسة الميدانية المنجزة بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة لقد عباس لغرور خنشلة إلى بعض النتائج يمكن إبرازها كما يلي:
- -توفر المؤسسة أجهزة تساعد على المعالجة الدقيقة و السريعة للبيانات و هذا ما يساعد الموظفين على أداء عملهم.

- إن أغلبية العينة يقرون بأن تكنولوجيا المعلومات تؤثر على أداء الموظفين تأثيرا إيجابيا وذلك بنسبة 89.28% أي ما يقارب 90% لأنها توفر تدفق سريع للمعلومات وفي وقت قصير مما يساعد الموظف على أداء عمله بسرعة أكبر وبصورة أدق.
- أشار معظم الموظفين بضرورة استخدام الانترنت في مجال عملهم وذلك بنسبة 85% لما توفره الانترنت من برامج وتطبيقات قد تفيدهم في مجال عملهم بالإضافة إلى معرفة كل ما هو جديد فيما يخص مجال عملهم.
- أما عن استفادة موظفي الكلية من تربصات وتكوينات فنسبة 86% من عينة الدراسة لم تتلق تكوينا وهي نسبة كبيرة جدا مقارنة بالنسبة المستفيدة من التكوين وهذا يعود إلى أن سنوات العمل لا تتوافق وشروط الاستفادة من تربص أي يجب أن، تكون سنوات العمل طويلة نوعا ما.
- أشار أغلب الموظفين إلى أن التقنيات الحديثة تزيد من أداء الموظف لما توفره هذه التقنيات من برامج تساعد في تسريع وتيرة العمل وبجهد أقل وقدرت النسبة ب 93%.
- نجد أن نسبة 96.42% من عينة الدراسة تعتبر أن للترقيات الوظيفية أثر واضح على الأداء الوظيفي فهي تعتبر دافع قوي في التزام الموظف تجاه عمله وتجعله أكثر رضا وولاء لوظيفته.
- أما عن نوع الحوافز التي تكون أكثر تأثيرا على أداء الموظفين فنجد أن نسبة 96.42% أي ما يقارب 97% من عينة الدراسة ترى أن كلا من الحوافز المادية والمعنوية تؤثر على أداء الموظفين لأن المادة وحدها لا تكفي فإشراك الموظفين في اتخاذ القرارات يرفع من معنوياتهم وينمي فيهم الإحساس بالمسؤولية ويسهم في زيادة درجة ولائهم وانتمائهم للمؤسسة.
- نجد أن نسبة 96% من عينة الدراسة تؤكد دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمات وزيادة كفاءتها.

خاتمة:

وفي ختام هذه الدراسة نستطيع القول إن هذه الدراسة حاولت إلقاء الضوء على موضوع تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها على أداء الموظفين، فمن خلال ما توصلنا إليه استنتجنا أن لتكنولوجيا المعلومات أهمية قصوى، ودور كبير وبارز في زيادة كفاءة الموظفين لما تقدمه تقنياتها من خدمات تساعد في زيادة كفاءة الموظفين، لكن هذا لا يمنع من وجود بعض النقص التي يشعر بها الموظفين في مجال عملهم والمتعلقة أساسا بالنقص في التجهيزات والبرمجيات.

الإحالات والمراجع:

- عدنان عواد الشوابكة، دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الادارية،(عمان: دار اليازوري، د س) ص168.
- عامر إبراهيم قنديلجي وإيمان فاضل السمراني، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، ط1، (عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2009) ص38.
- حسن علي الزغبى، أثر تكنولوجيا المعلومات في أداء الوظيفي للعاملين دراسة تطبيقية في دائرة ضريبة دخل مدينة(عمان، د س) ص10.
- مؤيد السالم، نظرية المنظمة (الهيكل والتصميم)، ط 4،(عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ، 2015)، ص23.
- عاشوري شكري، الإدارة وعلاقتها بجودة الخدمات الحضرية، أطروحة دكتوراه تخصص علم اجتماع المدينة تنظيم وتنمية، جامعة خنشلة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، 2017، ص14،15
- ا زين الدين فريد عبد الفتاح، المنهج العلمي لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات العربية،(القاهرة: دار الكتب 1996)، ص10
- فريد كورتل، وأمال يوب، تكنولوجيا المعلومات ودورها في العمل الإداري والتسويقي، ط1،(عمان: زمزم ناشرون وموزعون، 2016)، ص48.
- طرشي محمد و تقروت محمد، "أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز الميزة التنافسية في منظمات الأعمال العربية"، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف، 13-14 ديسمبر، 2011.
- يسرى محمد حسين، تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين مستوى الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلية، دراسة تطبيقية في فندق السدير، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد85، 2010، ص 326.
- عبد المحسن الفاتح إبراهيم، تكنولوجيا المعلومات وأثرها على الإبداع الإداري في القطاع المصرفي السوداني، دراسة ماجستير، السودان، 2017، غ م، ص8.
- يسرى محمد حسين، مرجع سابق، ص"326.
- عزيزة عبد الرحمان العتيبي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية، دراسة ميدانية على الأكاديمية الدولية الأسترالية، 2011، ص ص31-32.
- نادر حامد عبد الرزاق أبو شرح، تقييم أثر الحوافز على مستوى الأداء الوظيفي في شركة الاتصالات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين، رسالة ماجستير، غزة-فلسطين، 2010، غ م، ص18-19.
- شامي صليحة، المناخ التنظيمي وتأثيره على الأداء الوظيفي للعاملين. دراسة حالة جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2010، غ م، ص72-73.

- سهيلة محمد عباس، إدارة الموارد البشرية-مدخل استراتيجي، ط3،(عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2011)، ص ص 157-158.
- حسين محمد الحراشنة، إدارة الجودة الشاملة والأداء الوظيفي، ط1،(عمان: دار جليس الزمان،2010)، ص ص95-96.
- العربي عطية، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية - دراسة ميدانية في جامعة ورقلة-، مجلة الباحث، الجزائر، العدد 10، 2012، ص31.
- المؤتمر العلمي الولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بتنمية وتطوير الأداء، القاهرة، 17 مارس 2005، ص ص 39-40.
- بولبيار عمار، أثر عمل المرأة على الاستقرار الأسري داخل المجتمع الحضري، دراسة ميدانية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة خنشلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص علم اجتماع ثقافي حضري، غ م، ص ص:92،91.

أهمية توجه الجزائر نحو نظام تشغيل المركبات بغاز البترول المميع GPL/C في ظل ارتفاع أسعار البنزين و الديزل

The importance of Algerian shifting towards liquefied petroleum gas GPL/C as a fuel for vehicles next to gasoline and diesel high prices

*سليمان كعوان

Kaouane slimane

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة _الجزائر

ecoslymane@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/04/07

تاريخ الاستلام: 2023/02/19

الملخص :

هدفت الدراسة إلى محاولة تبيان أهمية التحول الطاقوي في مجال وقود المركبات، وذلك بضرورة التوجه نحو استغلال غاز البترول المميع GPL كوقود للمركبات، في ظل ارتفاع أسعار البنزين و الديزل (المازوت)، كما تم إبراز أهم حوافر هذا الوقود، بالإضافة إلى إمكانية إدخال نظام تشغيل المركبات بالغاز الطبيعي المميع GNC، بالنظر إلى إمكانيات الجزائر من هذا النوع من الوقود، وقد خلصت الدراسة إلى أن سعر غاز البترول المميع محفز جدا للتوجه نحو استغلاله كنظام تشغيل في المركبات في ظل ارتفاع أسعار البنزين والديزل.

الكلمات المفتاحية: غاز البترول المميع، البنزين، الديزل، الجزائر

تصنيف JEL: Q3 ; Q4

Abstract :

The aim of this research paper is trying to show the importance of energy transition that concerns vehicles and engines' fuel, through a shifting towards liquefied petroleum gas LPG as a fuel for vehicles, because of high prices of gazoline and diesel fuel, as well as showing the main motivations for this type of fuel and the possibility of adopting liquefied natural gas LNG highly produced in Algeria. The result of this research focused on the fact that the very motivating price of lequefied petroleum gas may make it an alternative against high prices of gazoline and diesel fuel.

Key words: lequefied petroleum gas- gasoline- diesel fuel- Algeria-

JEL classification codes: Q3 ; Q4

1. مقدمة:

يستخدم الإنسان الموارد الطبيعية منذ القديم، دون الاهتمام بما تخلفه تلك الموارد عند استغلالها، من آثار سلبية تنعكس على البيئة وصحة الإنسان والاقتصاد، فاستخدام البنزين والديزل في المركبات يخلق آثار بيئية على الإنسان والمحيط الذي يعيش فيه، وهو من بين الأسباب التي ساهمت في بروز ظاهرة الاحتباس الحراري، ناهيك عن ارتفاع تكاليف البنزين والديزل، مقارنة بالغاز المستعمل كوقود للمركبات، والذي أصبح من بين اهتمامات الدول، نظرا لكونه لا يشكل عبئا على البيئة مقارنة بالبنزين والديزل، بالإضافة لانخفاض تكاليفه من الناحية الاقتصادية، وهذا ما يؤهله ليكون وقود المستقبل، خاصة في ظل ارتفاع أسعار البنزين والديزل، وما صاحب ذلك من ارتفاع في أسعار البنزين والديزل، والجزائر واحدة من الدول التي شهدت ارتفاعا محسوسا في أسعار الوقود خاصة البنزين والديزل، ما جعلها تولي اهتماما كبيرا عاز البترول المميع GPL في تشغيل المركبات، من خلال وضع حوافز تشجع أصحاب المركبات للتحويل إلى نظام التشغيل بواسطة غاز البترول المميع.

إشكالية الدراسة:

ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما مدى توجه الجزائر نحو استخدام غاز البترول المميع GPL/C في المركبات في الجزائر، في ظل ارتفاع أسعار البنزين والديزل؟

فرضيات الدراسة:

للإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا الفرضيات التالية:

- تمتلك الجزائر إمكانيات كبيرة من غاز البترول المميع، وبإمكانها التوجه نحو استغلال هذا النوع من الوقود.

- يعتبر سعر غاز البترول المميع منخفض ومشجع، مقارنة بأسعار البنزين والديزل.

- يساهم غاز البترول المميع في الجزائر، بالإضافة إلى الغاز الطبيعي المميع، في التخفيف من الطلب على البنزين والديزل.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- تبيان إمكانيات الجزائر من أنواع الغازات، التي يمكن استعمالها كوقود
- توضيح أهمية غاز البترول المميع في تشغيل المركبات، بالنظر إلى انخفاض أسعاره.

- إبراز أهمية وضرورة التحول نحو نظام تشغيل بواسطة الغاز الطبيعي المميع نظر لرخصه، وآثاره على محركات المركبات.

تقسيمات الدراسة:

قسمنا درايتنا إلى ثلاث عناصر رئيسية كالتالي:

- واقع أسعار البنزين والديزل في الجزائر
- ماهية غاز البترول المميع GPL
- واقع وآفاق استخدام غاز البترول المميع GPL في الجزائر

2- واقع أسعار البنزين والديزل في الجزائر

نتطرق في هذا المحور ثلاث عناصر أساسية، حيث نتناول في العنصر الأول واقع أسعار البنزين والديزل في الوطن العربي، ثم نتناول في الثاني واقع وتطور أسعار الوقود في الجزائر، بينما نتناول في العنصر الثالث الآثار السلبية لاستخدام البنزين والديزل في المركبات.

2-1- واقع أسعار البنزين والديزل في الوطن العربي:

قبل التطرق إلى أسعار الوقود في الجزائر، والارتفاع الذي عرفته أسعار المازوت والبنزين بكل أنواعه، نستعرض أسعار البنزين في العالم العربي، حسب تصنيف موقع «Globalpetrolprices» المختص في تصنيف أسعار البنزين حول العالم (نوفمبر 2022)، حيث يعتبر سعر البنزين في ليبيا الأرخص عربيا، بسعر 0,030 دولار للتر الواحد، وتأتي الجزائر في المرتبة الثانية عربيا، بسعر 0,328 دولار للتر الواحد (المرتبة الخامسة عالميا)، ثم الكويت في المرتبة الثالثة بسعر 0.340 دولار للتر الواحد، ومن جهة أخرى يعتبر سعر البنزين في الأردن الأعلى عربيا بسعر 1.629 دولار للتر الواحد، بعد سوريا التي بلغ سعر البنزين فيها 1.599 دولار للتر الواحد، والمغرب التي بلغ سعر البنزين فيها 1.369 دولار للتر الواحد (globalpetrolprices, 2022).

الجددير بالذكر، أن فنزويلا هي الدولة الأرخص عالميا بالنسبة لسعر البنزين بـ 0,016 دولار للتر الواحد، حيث تقوم الحكومة الفنزويلية بدعم سعر مادة البنزين بشكل كبير ما يكلفها مبالغ طائلة الأمر الذي يشجع على تهريب الوقود عبر حدودها إلى الدول المجاورة، ويعتبر سعر البنزين في هونغ كونغ الأعلى عالميا بسعر 2,790 دولار للتر الواحد.

الجدول (1): أسعار البنزين في بعض الدول العربية
نوفمبر 2022

الدولة	سعر اللتر بالدولار
ليبيا	0.030
الجزائر	0.328
الكويت	0.340
مصر	0.442
العراق	0.514
قطر	0.578
المملكة العربية السعودية	0.620
عمان	0.621
تونس	0.752
الإمارات العربية المتحدة	0.871
السودان	0.903
لبنان	1.029
السودان	1.270
المغرب	1.369
سوريا	1.599
الأردن	1.629

المراجع: إعداد الباحث اعتمادا على:

https://Ar.globalpetrolprices.com/diesel_prices/2022/11/07

<https://attaqa.net/2022/07/14>

أما فيما يخص أسعار الديزل فتعتبر ليبيا أيضا الأرخص عربيا، بسعر 0,030 دولار للتر الواحد، وتأتي بعدها المملكة العربية السعودية 0.168 دولار للتر الواحد، وتأتي الجزائر في المرتبة الثالثة بسعر 0.207 دولار للتر الواحد (المرتبة الخامسة عالميا) (globalpetrolprices, 2022)، ومن جهة أخرى يعتبر سعر الديزل في المغرب الأعلى عربيا بسعر 1.508 دولار للتر الواحد، بعد الأردن التي بلغ سعر الديزل فيها 1.213 دولار للتر الواحد، ولبنان التي بلغ سعر الديزل فيها 1.164 دولار للتر الواحد.

أما على المستوى العالمي بالنسبة لسعر الديزل فتعتبر إيران الأرخص عالميا بسعر 0,011 دولار للتر الواحد، بينما يعتبر سعر الديزل في هونغ كونغ الأعلى عالميا حيث قدر بـ 2,701 دولار للتر الواحد (globalpetrolprices, 2022).

الجدول (2): أسعار الديزل في بعض الدول العربية نوفمبر 2022

الدولة	سعر اللتر بالدولار
ليبيا	0.030
المملكة العربية السعودية	0.168
الجزائر	0.207
مصر	0.298
الكويت	0.372
البحرين	0.478
قطر	0.564
تونس	0.652
سلطنة عمان	0.670
سوريا	0.888
الإمارات	1.092
لبنان	1.164
الأردن	1.213
المغرب	1.508

المراجع: إعداد الباحث اعتمادا على:

https://Ar.globalpetrolprices.com/diesel_prices/2022/11/07

<https://attaqa.net/2022/07/14>

2-2- واقع وتطور أسعار الوقود في الجزائر :

تم ترسيم الزيادة التي أقرتها الحكومة على أسعار الوقود، تطبيقا لقانون المالية الجديد 2016، الذي وقعه رئيس الجمهورية، حيث بدأ تطبيق الزيادة الجديدة في أسعار الوقود بداية من 2016/01/01، والتي ارتفعت بنحو 35%، مقارنة بالسنوات السابقة، وارتفع سعر اللتر الواحد من البنزين العادي إلى 28,45 ديناراً، بعد أن كان سعره السنوات الماضية يقدر بـ 21,20، أي بزيادة قدرها 7,25 ديناراً للتر الواحد، في حين ارتفع سعر اللتر الواحد من البنزين الممتاز إلى 31,42 ديناراً، بعد أن كان سعره 23 ديناراً (زغباش، www.elkhabar.com، 2016)، أما البنزين بدون رصاص، فارتفع سعر اللتر الواحد منه إلى 31,02 ديناراً، بعد أن كان سعره 22,60 ديناراً السنة الماضية، بينما المازوت الذي كان سعره 13,77 للتر الواحد سابقاً، ارتفع إلى 18,76 ديناراً للتر الواحد، أي بزيادة 5,01 ديناراً للتر الواحد، ليبقى الغاز المميع هو النوعية الوحيدة التي استقر سعرها عند الـ 9 دينار للتر المكعب الواحد (رياض، 2019، صفحة 518).

وشرعت محطات الوقود على المستوى الوطني، العمل بالأسعار الجديدة المقررة من قبل الحكومة، ضمن التدابير الرامية لرفع أسعار المواد الطاقوية في سياق برنامج السلطات العمومية لتخفيف عبء الخزينة العمومية لتحمل تكاليف دعم هذه المواد، ودفع المواطنين للاقتصاد في استهلاكها توازياً والظرف الاقتصادي والمالي الراهن المفروض على الجزائر، بسبب تراجع مداخيلها من الربيع، ويستعد المواطنون بداية من تطبيق هذا الإجراء لشد الحزام والتقشف، من منطلق أن هذا النوع من التدابير من شأنه أن ينعكس على مستوى العديد من القطاعات، التي تعتمد على الوقود بشكل أساسي في نشاطها، لاسيما مجال النقل والصناعة وحتى القطاع الفلاحي، إذ قد تدفع الزيادات المقررة على الأسعار، المنتجين أو الناقلين، إلى رفع أسعارهم أيضاً لتجنب الخسارة، وهو ما ينعكس على القدرة الشرائية للمواطنين (radioalgreie, 2016).

واستمرت الزيادة السنوية لأسعار الوقود، لتستقر في سنة 2020 في حدود 43,71 ديناراً للتر الواحد بالنسبة للبنزين العادي، و 45,97 ديناراً للتر الواحد بالنسبة للبنزين الممتاز، 45,62 ديناراً للتر الواحد بالنسبة للبنزين بدون رصاص، و 29,01 ديناراً للتر الواحد بالنسبة للمازوت (الديزل)، و 09,00 ديناراً للتر الواحد بالنسبة لغاز البترول المميع (thefuelprice, 2020)، وبعدها تم الاستغناء عن البنزين الممتاز والعادي والاعتماد على البنزين بدون رصاص والمازوت فقط في تشغيل المركبات.

والجدول التالي يبين تطور أسعار الوقود 2015-2020 والنسبة المئوية للارتفاع في الأسعار.

الجدول (3): تطور أسعار الوقود 2015-2020

النوع	2015	2016	2017	2018	2020	نسبة التطور %
البنزين العادي	21,20	28,45	32,69	38,95	43,71	106,17
البنزين الممتاز	23	31,42	35,72	41,97	45,97	99,86
البنزين بدون رصاص	22,60	31,02	35,33	41,62	45,62	101,85
المازوت	13,77	18,76	20,42	23,06	29,01	110,67
غاز البترول المميع	09,00	09,00	09,00	09,00	09,00	00,00

المراجع: إعداد الباحث اعتماداً على: www.elkhabar.com/press/article/97619، تاريخ النشر:

2016/01/01، تاريخ الاطلاع: 2016/03/13.

- حماش وليد، طالي رياض، التوجه نحو الطاقات النظيفة كخيار استراتيجي لتحقيق الاستدامة - دراسة حالة غاز البترول المميع في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12 العدد 1، 2019، ص. 518
- الإذاعة الجزائرية، أسعار الوقود المطبقة على مستوى المحطات ابتداء 01 جانفي 2017، تاريخ النشر: ديسمبر 2016.

2-3- الآثار السلبية لاستخدام البنزين والديزل في المركبات

إن استخدام البنزين والديزل كوقود في المركبات يخلف مجموعة من الآثار السلبية خاصة على البيئة والصحة والهواء ومن بين أهم هذه الآثار ما يلي (albahethon, 2012, p. 3) :

أ- على البيئة والصحة: إن الناتج الرئيسي لاحتراق وقود البنزين هو ثاني أكسيد الكربون الذي يحجب الأشعة الشمسية ما تحت الحمراء، كما يحجب الحرارة التي يعكسها سطح الأرض ليلاً، ونتج عن ذلك ما يعرف بالاحتباس الحراري، كما يترك البنزين تأثيراً سلبياً آخر على البيئة، لأن احتراقه لا يتم بالكامل في المحركات فينجم عنه الغبار، وكمية من الهيدروكربون غير المحروق، إلى جانب مركبات وسطية أخرى سامة، كما أنها تتندى تحت تأثير أشعة الشمس وينجم عن ذلك في المدن الكبرى ما يعرف بالسموغ، وهو مزيج من الدخان والضباب الذي يتسبب بأمراض الرئة والأورام الخبيثة.

ب- على الهواء: يعد تلوث الهواء بأكاسيد الكبريت الناتجة من احتراق البنزين هو السبب الرئيسي للمطر الحامضي، مما يؤثر سلباً على أحوال الطقس عامة، كما أن الانبعاثات الغازية الناتجة عن محركات الاحتراق الداخلي لكافة المركبات تؤدي إلى إطلاق غازات مضرّة في الهواء الخارجي، أهمها غاز أول أكسيد الكربون وغاز ثاني أكسيد الكربون وأكاسيد الآزوت و الهيدروكربونات والبنزين والمواد وغيرها.

3- ماهية غاز البترول المميع GPL /C

3-1- تعريف غاز البترول المميع GPL/C

غاز البترول المميع أو المسال gaz de pétrole liquéfié/carburant، ويعرف اختصاراً بـ GPL/C وهو في الواقع وقود سائل يمزج بين الهيدروكربونات الخفيفة، مثل البروبان والبوتان، ويأتي من معالجة الغاز الطبيعي وتكرير البترول (ecologix-gpl, 2018)، كما يعتبر غاز البترول المميع عبارة عن غاز بترولي يستخدم كوقود للسيارات، ويتكون من خليط بنسبة 50% من البروبان والبوتان (almrsal, 2021)، ويعتبر GPL أرخص من البنزين والديزل، وأقل ضرراً للبيئة، وأصبح حلاً جيداً لمشاكل البيئة وأيضاً لحفظ النقود.

3-2- مجالات استخدام غاز البترول المميع GPL

للغاز البترولي المسال ثلاثة مجالات استخدام، غاز الأسطوانات المستعمل في المنازل، والغاز المستخدم كوقود في السيارات، كما يستخدم الغاز البترولي المسال أيضا في الصناعات التحويلية، ونظرا لسهولة نقله من مكان إلى آخر، وبسبب قيمته الحرارية العالية، فإنه يلي الكثير من الاحتياجات ويستخدم في الكثير من المجالات، بدءا من الصناعة التحويلية إلى الاستخدام المنزلي، وعند احتراق الغاز البترولي، فإن الحرارة الناتجة والطاقة المستحدثة منه توازي خواص الغاز الطبيعي، وبجانب هذا فإن قلة الحاجة إلى صيانة الأجهزة المستخدمة له والدرجة العالية من السلامة التي توفره تجعل استخدام الغاز البترولي المسال جذابا جدا للمستهلك، كما أن الغاز البترولي المسال والمعروف اختصارا بالـ GPL، ينتج كنتاج عرضي عند معالجة البترول الخام في المصافي لإنتاج المشتقات النفطية، كالبنزين والمازوت، وكذلك يستخرج من الطبيعة مباشرة في بعض المناطق، وهو الاسم الدال لخليط البروبان والبيتان (ويستخدم في تركيا بنسبة 30% بروبان و70% بيتان للأغراض الصناعية وللتدفئة والطبخ والإنارة في المنازل) (santekcng, 2022).

3-3- أنواع الغازات الأخرى المستخدمة كوقود لتشغيل المركبات

هناك عدة أنواع أخرى للغاز المستخدمة كوقود لتشغيل المركبات، أهمها:

أ- **الغاز الطبيعي المضغوط**: يتم تعبئة الغاز في السيارة بعبوات، ويبقى هذا الغاز في الحالة الغازية، ويشكل الميثان النسبة العظمى من خليط الغازات المكونة له، والاستهلاك العالمي المتوقع للغاز كوقود للمركبات العاملة بالغاز الطبيعي سيكون بمقدور 400 مليار م³ سنويا في عام 2020، أي نحو 16% من إجمالي الطلب العالمي على الغاز اليوم (albahethon, 2012, p. 1).

ب- **الغاز الطبيعي المميع**: الغاز الطبيعي المسال هو غاز طبيعي تم تحويله من الحالة الغازية إلى الحالة السائلة عن طريق تبريده إلى حرارة ناقص مئة واثنان وستون (-162) في ظروف الضغط الجوي العادي، ليسهل نقله، م محطات إنتاجه باستخدام ناقلات ضخمة حتى يصل إلى مرفأ الاستقبال في السوق المستورد، حيث ينتج عن عملية التبريد انخفاض هائل في الحجم (أوابك، 2017، صفحة 19).

ج- **الآثار الإيجابية لاستخدام وقود الغاز الطبيعي في المركبات**: إن استخدام الغاز الطبيعي كوقود للمحركات بدلا عن الوقود السائل يحقق ميزات وفوائد كثيرة أهمها (albahethon, 2012, p. 3)

- **على البيئة:** يساهم في حماية البيئة من التلوث لانخفاض الملوثات الضارة في الغاز الطبيعي مثل (أول أكسيد الكربون، أكاسيد النتروجين، أكسيد الكبريت، مركبات الرصاص)، وكذلك المركبات الهيدروكربونية غير كاملة الاحتراق والتي يلاحظ انبعاثها من المحركات القديمة، حيث تكون تلك المركبات على هيئة دخان أزرق أو أسود، طبقا لظروف احتراقها داخل المحرك، وهذا ناتج عن وقود البنزين والمازوت حيث أن الغاز الطبيعي يحترق بكامله داخل المحرك فلا ينبعث منه إلا بخار الماء وثاني أكسيد الكربون، وكلاهما مقبولان بيئيا.

- **على الاقتصاد:** نظرا لرخص ثمن الغاز بالنسبة لأسعار البنزين والمازوت، فإنه بإمكان صاحب السيارة أن يحقق وفرة في المال عند استخدامه الغاز كوقود لمحرك سيارته، إضافة إلى ذلك فإن التوسع في استخدام الغاز الطبيعي يحقق وفرة كبيرا في كميات البنزين والديزل المطلوبة للاحتياجات الأخرى، والتي تزايد يوما بعد يوم مع التطور الحضاري والصناعي، مما يلزم معه الترشيد في استخدامها، وإحلال الغاز الطبيعي بديلا عنها ما أمكن، حيث أن الغاز الطبيعي كوقود يمكن أن يحل بدلا من كل من المقطرات التالفة البنزين، الكيروسين، السولار، المازوت. ويمكن تصديرها والحصول على القطع الأجنبي اللازم لمشاريع الدولة، فضلا عن أن المركبات التي تستخدم الغاز الطبيعي يمكن أن تعمل أيضا على التوازي مع الوقود العادي (البنزين) كالسيارات الهجينة، وأن هذا الأمر يتيح إمكانية مضاعفة المسافة المقطوعة للسيارة لوجود خزانين للوقود.

كما يعتبر استعمال هذا النوع من الغازات واستغلاله، مرحلة من مراحل التحول الطاقوي، الذي يهدف للوصول إلى مرحلة استغلال الطاقة المستدامة، والتي تعتمد على زيادة إمدادات الطاقة لتلبية الاحتياجات، وهو ما يتطلب إعادة النظر في طريقة إنتاج الطاقة واستهلاكها، وتثبت الأدلة أن بلوغ مستقبل مستدام يستلزم أن تكون نظم الطاقة سليمة بيئيا وذات تكلفة معقولة (موفق، 2022، صفحة 80).

4- واقع وآفاق استخدام غاز البترول المميع GPL في الجزائر

4-1- أهم الحوافز لاستخدام غاز GPL في المركبات في الجزائر

من أهم الحوافز الأساسية التي ساهمت وتساهم في التحول من استعمال البنزين والديزل في المركبات نحو استخدام غاز البترول المميع GPL، طبعا إلى جانب انخفاض غاز البترول المميع GPL، هو الإعفاء من قسيمة السيارات الواجب شرائها سنويا، والتي يعتبرها أصحاب

المركبات مكلفة، ويفرض قانون المالية لسنة 2016 تعديل إجراءات قانون الطابع المتعلقة بتسعيرة قسيمة السيارات المحددة وفق نوعية السيارة وقوة محركها وسنة بدء تشغيلها، وفيما يلي التسعيرات الجديدة (akhbarelyoum, 2016) :

أ- المركبات النفعية ومركبات الاستغلال

المركبات التي يقل عمرها عن 5 سنوات:

- 6.000 دينار بالنسبة للمركبات التي تصل شحنتها 2,5 طنا باستثناء المركبات النفعية (مقابل 5 000 دينار حاليا)

- 12.000 دينار بالنسبة للمركبات ما بين 2,5 طن و 5,5 طن (مقابل 10.000 دينار حاليا)

- 18.000 دينار بالنسبة للمركبات التي تفوق شحنتها 5,5 طن (مقابل 15.000 دينار حاليا)

المركبات التي يفوق عمرها عن 5 سنوات:

- 3.000 دينار للمركبات إلى غاية 2,5 طن باستثناء المركبات النفعية (مقابل 2.000 دينار حاليا)

- 5.000 دينار بالنسبة للمركبات ما بين 2,5 طن و 5,5 طن (مقابل 4.000 دينار حاليا)

- 8.000 دينار بالنسبة للمركبات التي تفوق 5,5 طن (مقابل 7.000 دينار حاليا)

ب- مركبات نقل المسافرين

المركبات التي يقل عمرها عن 5 سنوات:

- 5.000 دينار بالنسبة للمركبات المهيأة لنقل الأشخاص بأقل من 9 مقاعد (مقابل 4.000 دينار حاليا)

- 8.000 دينار بالنسبة للحافلات الصغيرة ذات 9 إلى 27 مقعد (6.000 دينار حاليا)

- 12.000 دينار للحافلات الصغيرة ذات 28 إلى 61 مقعد (مقابل 10.000 دينار)

- 18.000 دينار للحافلات ذات 62 مقعدا وما فوق (مقابل 15.000 دينار)

المركبات التي يفوق عمرها عن 5 سنوات:

- 3.000 دينار بالنسبة للمركبات المهيأة لنقل الأشخاص بأقل من 9 مقاعد (مقابل 2.000 دينار حاليا)

- 4.000 دينار بالنسبة للحافلات الصغيرة ذات 9 إلى 27 مقعدا (3.000 دينار حاليا)
- 6.000 دينار للحافلات الصغيرة ذات 28 إلى 61 مقعدا (مقابل 5.000 دينار)
- 9.000 دينار للحافلات ذات 62 مقعدا وما فوق (مقابل 7.000 دينار)

ج- المركبات السياحية والمركبات النفعية ذات قوة:

- إلى غاية 6 أحصنة: 2.000 دينار بالنسبة لأقل من 3 سنوات (مقابل 1.500 دينار) و1.500 دينار بالنسبة للتي يتراوح عمرها ما بين 3 إلى 6 سنوات (مقابل 1.000 دينار) و1.000 دينار للسيارات ما بين 6 و10 سنوات (مقابل 700 دينار) و500 دينار لتلك التي تفوق 10 سنوات (مقابل 300 دينار).

- ما بين 7 إلى 9 أحصنة: 4.000 دينار بالنسبة للأقل من 3 سنوات (مقابل 3.000 دينار) و3.000 دينار بالنسبة للتي يتراوح عمرها ما بين 3 إلى 6 سنوات (مقابل 2.000 دينار) و2.000 دينار للسيارات ما بين 6 و10 سنوات (مقابل 1.500 دينار) و1.500 دينار لتلك التي تفوق 10 سنوات (مقابل 1.000 دينار).

- ذات 10 أحصنة وما فوق: 10.000 دينار بالنسبة للأقل من 3 سنوات (مقابل 8.000 دينار) و6.000 دينار بالنسبة للتي يتراوح عمرها ما بين 3 إلى 6 سنوات (مقابل 4.000 دينار) و4.000 دينار للسيارات ما بين 6 و10 سنوات (مقابل 3.000 دينار) و3.000 دينار لتلك التي تفوق 10 سنوات (مقابل 2.000 دينار).

4-2- استخدام غاز GPL في المركبات في الجزائر

كشفت المديرية العامة للوكالة الوطنية لتطوير وترشيد استخدام الطاقة، أن الإستراتيجية الجزائرية تركز على حماية البيئة، من خلال استعمال الغاز الطبيعي المميع، وكذا الطاقات المتجددة، وقد سطر برنامج تحويل حوالي مليون سيارة و11 ألف حافلة إلى استعمال الغاز المميع GPL في أفاق 2030، مع العلم أن هذا البرنامج الطموح سيخلق مناصب شغل (radioalgerie, 2015).

وكتيجة لسلسلة التخفيضات التي اعتمدها شبكة محطات "نفطال"، والحملات التحسيسية لاستخدام الغاز، فقد سجل إقبالا متزايدا على عمليات تركيب صهاريج GPL، كما سجلت الشركة الوطنية لتوزيع الوقود والمشتقات النفطية "نفطال" أرقاما مشجعة، حيث تضاعف الإقبال على استخدام الصهاريج المدجة GPL، والذي كان محل حملات تحسيسية

بالنظر إلى إيجابياته، سواء من الناحية الاقتصادية أو من الناحية الإيكولوجية، لأنه يقلل وينسبة كبيرة من الانبعاث الكربوني المضر بالبيئة والمحيط الإيكولوجي بشكل عام.

ومعلوم أن أسعار الصهاريج GPL تتراوح ما بين 28 ألف دينار جزائري و45 ألف دينار جزائري، بحسب الخصائص التقنية لكل نظام، وقد سارع العديد من الوكلاء الحصريين لتوزيع السيارات والعربات الصناعية في البلاد إلى تنصيب مراكز ووحدات فرعية لتزويد السيارات بأنظمة التشغيل بالغاز المميع وقد اعتمدها بعض شركات توزيع السيارات كهدية لتشجيع عمليات التسويق علاوة على العديد من المحفزات التجارية الأخرى، وحسب العديد من مستخدمي السيارات والعربات الصناعية، فإن عمليات تركيب ودمج الصهاريج GPL مفيدة وناجعة على أكثر من صعيد، خصوصا اقتصاديا فهي أولا تقلص من فواتير تسديد الوقود بنسبة تصل إلى 60% و70% مقارنة بالوقود الممتاز، وأيضا من حيث حجم استهلاك المحرك مقارنة بالوقود الكلاسيكي العادي أو الممتاز وأيضا لأنه وقود لا يشكل أي خطر على المحيط والبيئة (الامة العربية، 2010).

وقد دخلت سيارة GPL المنافسة في قاعات عرض صالون السيارات بالجزائر، مع سفرائه الرئيسيين (2015, autobip):

رونو بسيارة سامبول، بوجو 301، سيتروين سي إلبزي، وفورد فيستا.

أ- على رأس القائمة رونو، إذ يقترح سامبول GPL بمواصفاته الثلاثة:

- أوتونتيك - أكسبرسيون - ديناميك

ومتوفرة بمحرك 1,2 بنزين بقوة 75 حصان.

بالإضافة إلى داسيا لوغان، وهي معروضة من نفس العلامة، متوفرة فقط بمواصفة "لوريات" مزودة بنفس المحرك.

- سيتروين وصلت مع سيارة سي - إلبزي الاقتصادية GPL بمواصفة "إكسكلوزيف".

- أما بيجو فقدمت مؤخرا سيارة GPL 301، بمواصفة واحدة.

- من ناحيتها الفيستا، الأولى لفورد تدخل المنافسة في مجال الغاز.

والجدول التالي يبين تطور عدد السيارات المشغلة بغاز البترول المميع

الجدول (4): عدد السيارات المشغلة بغاز البترول المميع GPL/C

2021	2020	2019	2018	2017	السنوات
150000	130000	120000	100000	60000	عدد السيارات المشغلة بـ GPL

المراجع: حماش وليد، طالبي رياض، التوجه نحو الطاقات النظيفة كخيار استراتيجي لتحقيق الاستدامة—دراسة حالة غاز البترول المميع في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12 العدد 1، 2019، ص.518

أما فيما يخص تطور عدد المحطات الخاصة بتوزيع غاز البترول المميع في الجزائر فقد عرفت تطورا كبيرا، كما هو مبين في الجدول التالي (عمر، 2021، صفحة 263):

الجدول (5): تطور عدد محطات توزيع غاز البترول المميع (GPL/C)

2021	2019	2018	2016	السنوات
1470	1230	910	456	عدد المحطات

المراجع: العيد غربي، عادل رضوان، محمد البشير بن عمر. التوجه الحكومي نحو الطاقة النظيفة لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر—دراسة حالة غاز البترول المميع GPL—

4-3- إمكانية توجه الجزائر نحو إدخال نظام تشغيل GPL في سيارات "ديازل"

قام مجموعة من الخبراء التابعين للوكالة الوطنية لترقية وترشيد استخدام الطاقة "أبرو"، ومسؤولي أقسام البحث في الوقود النظيف على مستوى وزارة الطاقة والمناجم، بدراسة المشروع الذي طرحه خبراء من مجمع "بولسكي اندستوري آل تي دي كوربوريشن"، على هامش معرض تجهيزات السيارات وقطع الغيار، وصيانة العربات الصناعية "إكيب أوتو—الجزائر 2013"، وفحواه إدخال نظام تشغيل بالغاز المميع GPL في محركات سيارات من صنف "ديازل"، وهو المشروع المطبق على نطاق واسع في بولونيا وعدد من دول شرق أوروبا مثل أوكرانيا وروسيا وتشيكيا، وقال مصدر مسؤول في المجمع البولوني "بولسكي اندستوري آل تي دي كوربوريشن"، الذي يشارك للمرة الخامسة في فعاليات هذا الصالون، بتشكيلة واسعة من المنتجات الصناعية "الصديقة للبيئة"، أن مشروع استخدام غاز البترول المميع GPL في تشغيل محركات "الديازل"، سبق وأن عرض على وزارة الطاقة والمناجم خلال معرض الجزائر الدولي الماضي 2012، ومن وقتها ما يزال محل مفاوضات مع الجانب الجزائري، المهتم كثيرا بهذا المشروع، وكان من ضمن

المحاور الرئيسية في المحادثات التي جمعت وزير الطاقة أنداك يوسف يوسف مع نظيره البولوني، خلال زيارته الأخيرة إلى فرسوفيا، وأيضا استأثر بحصة الأسد في لقاءات أشغال اللجنة المختلطة الجزائرية البولونية للشراكة والتعاون خلال دوراتها الثلاث الماضية (portail, 2015).

من جانبها ثمنت الوكالة الوطنية لترقية وترشيد استخدام الطاقة "أبرو" هذا المشروع مؤكدة أنه سيقص من حجم استيراد "الديازل" من الخارج بنسبة 60%، فضلا عن مزايا الايكولوجية، حيث سيقص من حجم انبعاث الغازات المحترقة، وعلى رأسها غاز ثاني أكسيد الكربون بشكل ملفت، لما نعلم أن أكثر من 40% من تعداد الحظيرة الوطنية للسيارات البالغة حتى أواخر سنة 2012 قرابة 6 ملايين عربة، هي من صنف السيارات ذات نظام تشغيل "ديازل"، ومعلوم أن نظام تشغيل بغاز البترول المميع GPL، شرع في تطبيقه بالجزائر سنة 1998 بالنسبة لسيارات البنزين "العادي والممتاز"، وقد أقرت الدولة محفزات عديدة لتشجيع استخدام هذا الوقود النظيف (portail, 2015).

4-4- إمكانية إدخال نظام التشغيل بالغاز الطبيعي المميع GNL

تعد الجزائر أول دولة في منطقة حوض الأطلسي المتوسط والعالم في تصدير الغاز الطبيعي المميع، وذلك من محطة GL4Z (CAMEL) بأرزو، والتي تضمنت ثلاث وحدات إسالة بطاقة إجمالية 1 مليون طن/السنة، واستمرت المحطة في التشغيل طيلة عقود حتى تم إيقافها في شهر أفريل 2010 نظرا لتقادم عمر الأجهزة والوحدات (أوابك، 2017، صفحة 113). وتوسعت الجزائر إلى في تنفيذ مشاريع الإسالة بفضل الاحتياطات الكبيرة من الغاز، حيث شهد عام 1972 تشغيل أول وحدة لإسالة الغاز الطبيعي بمجمع GL1K في سكيكدة، ثم توسع المجمع ليرتفع عدد الوحدات إلى ستة، إلا أن انفجار 2004 أدى إلى حدوث أضرار بالغة بثلاث وحدات منها، وتم استبدالها بوحدة أخرى GL2K بطاقة 4,5 مليون طن في السنة، وتم تشغيلها في سنة 2013، أما الوحدات الثلاثة المتبقية، فقد تم إيقافها عام 2015، نظرا لتقادم عمر الأجهزة والوحدات، وفي عام 1978، تم تشغيل محطة GL1Z في أرزو، وهي تضم ست وحدات بطاقة إجمالية 7,9 مليون طن في السنة، كما شهد عام 1981 تشغيل محطة GL2Z في أرزو أيضا وتضم ست وحدات إسالة بطاقة إجمالية 8,2 مليون طن في السنة، ويعد مجمع GL3Z أحدث مشاريع إسالة الغاز في الجزائر، حيث تم تشغيله في سنة 2014، ويضم وحدة إسالة واحدة بطاقة 4,7 مليون طن في السنة،

وبذلك يصل العدد الإجمالي لمجمعات إسالة الغاز في الجزائر إلى أربعة بطاقة إجمالية 25,3 مليون طن في السنة (أوابك، 2017، صفحة 114).

وفي حالة وصول الجزائر إلى تحقيق هذه الخطوة والمتمثلة في نظام تشغيل المركبات بالغاز الطبيعي المميع GNL، فهي بذلك تكون تقدمت خطوة كبيرة نحو تحقيق النقل المستدام والذي يشير إلى التنقل ضمن أنماط وآليات ذات تأثير منخفض على البيئة، ويشمل أيضا أنماط النقل غير الميكانيكي (لطيفة، 2021، صفحة 437).

والجدول التالي يبين توزيع المحطات الخاصة بإسالة الغاز الطبيعي في الجزائر:

الجدول (5): توزيع محطات إسالة الغاز الطبيعي في الجزائر

سنة التشغيل	الطاقة الإجمالية	المحطة
1978	7,9	Z1GL
1981	8,2	GL2Z
2013	4,5	GL2K
2014	4,7	GL3Z

المراجع: إعداد الباحث اعتمادا على: الغاز الطبيعي المسال ودوره في مواجهة الطلب العالمي على الطاقة،

منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترو (أوابك)، الكويت، ديسمبر 2017

5- الخاتمة

إن تكنولوجيا استخدام الغاز كوقود للمحركات أصبحت إحدى الأولويات الرئيسية والمستخدم على المستوى العالمي، لما يحققه من توفير في كمية الوقود السائل، بالإضافة إلى أنه نظيف من الناحية البيئية، حيث أنه أقل تلويثا مقارنة بأنواع الوقود الأخرى، كونه لا يخلف نسب كبيرة من الملوثات بعد الاحتراق في المركبات والآليات التي تشتغل محركاتها بالغاز، ويعتبر غاز البترول المميع GPL، أحد أنظف أنواع الوقود المستخدمة في تشغيل المركبات، كما أن الغاز بصفة عامة هو الأكثر وفرة على المستوى العالمي بفة عامة والجزائر بصفة خاصة، وقد تطور بشكل كبير عدد المركبات ذات المحركات المشغلة بالغاز، حيث أصبح استخدام الغاز في المركبات محل اهتمام كل دول العالم، خاصة تلك التي تملك إمكانيات كبيرة منه، ومن بينها الجزائر، وهي التي أولت اهتماما كبيرا للاستثمار في هذا المجال، وذلك بالتوجه نحو نظام تشغيل المركبات بغاز البترول المميع GPL في ظل ارتفاع أسعار البنزين والديزل، بالإضافة إلى ازدياد المخاوف البيئية، وتراهن الجزائر على أن يصبح غاز GPL يمثل جزءا كبيرا من إمدادات وقود المركبات.

النتائج

من خلال دراستنا توصلنا إلى النتائج التالية :

- 1- بالنظر إلى إمكانيات الجزائر في مجال الغاز، فإنها تملك إمكانيات كبيرة، خاصة في مجال الغاز الطبيعي، والذي يؤهلها لأن تكون رائدة في مجال استخدام الغاز في المركبات.
- 2- استغلال غاز البترول المميع في المركبات في الجزائر، لم يتطور بشكل سريع، ومن المرجح قيام الدولة الجزائرية بتدعيم وتشجيع المواطنين للتوجه نحو تركيب صهاريج الغاز في مركباتهم.
- 3- رغم وجود احتياطات كبيرة من الغاز في الجزائر، وإمكانية استغلالها، فإنه لن يخفض بشكل ملحوظ اعتمادها على استغلال البنزين والغاز.
- 4- إمكانية الاستفادة من إمكانياتها من الغاز الطبيعي المسال، وذلك بإدخاله كنظام تشغيل في المركبات.

ومن أهم التوصيات والاقتراحات التي خرجنا بها بعد دراستنا هذه ما يلي:

- 1- لعل الخطوة الأولى في أي تطلع وتوجه نحو المستقبل في مجال الوقود في الجزائر، تكمن في الاستخدام الرشيد والعقلاني لجميع أنواع الوقود، بما يشمل التوجه نحو مصادر بديلة للوقود، في صورة غاز البترول المميع GPL.
- 2- ضرورة البدء في تطوير عمليات تركيب الصهاريج الخاصة بالغاز في المركبات، والذي من شأنه أن يكون أكثر كفاءة من الناحيتين الاقتصادية والإيكولوجية.
- 3- ضرورة زيادة البحث والتطوير في مجال استخدام أنواع الغاز الأخرى كوقود في المركبات، مع الأخذ في الاعتبار أحدث التقنيات المستخدمة عالمياً، والاستفادة من الخبرات الدولية، على أن يكون ذلك مبيناً على أساس المنفعة المتبادلة.

قائمة المراجع

- 1- أكتوبر 2022 ar.globalpetrolprices.com/gasoline_prices/
- 2- نوفمبر 2022 ar.globalpetrolprices.com/gasoline_prices/2022
- 3- عامر زغباش، سخط ومخاوف من تأثير ارتفاع أسعار الوقود على جيوب الجزائريين، على الرابط: www.elkhabar.com/press/article/97619 ، تاريخ النشر: 2016/01/01، تاريخ الاطلاع: 2016/03/13.
- 4- حماش وليد، طالي رياض، التوجه نحو الطاقات النظيفة كخيار استراتيجي لتحقيق الاستدامة -دراسة حالة غاز البترول المميع في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12 العدد1، 2019، ص 518.

- 5- radioalgerie.dz/news/ar/article/20161229/98711
- 6- أسعار الوقود في الجزائر thefuelprice.com/Fdz/ar، تاريخ النشر 2020.
- 7- خلدون كراز، السيارات العاملة على الغاز، مزايا تحويل السيارات للعمل على الغاز، وزارة النقل، سوريا، ص3. على الرابط:
www.albahethon.com/?page=show_det&select_page=49&id=1566
تاريخ النشر: أوت 2012، تاريخ الاطلاع: 2016/05/28.
- 8- ما هو سير غاز ecologix-gpl.dz/ar/
- 9- ما المقصود بالغاز المميع ونوع التحويل. almrsal.com/post/1056931. أبريل 2021.
- 10- على الرابط: www.santekcng.com/index.php/ar/bilgi-makale-ve-yazilar/lpg.html
- 11- خلدون كراز، السيارات العاملة على الغاز، مزايا تحويل السيارات للعمل على الغاز، وزارة النقل، سوريا، ص1. على
الرابط: www.albahethon.com/?page=show_det&select_page=49&id=1566
تاريخ النشر: أوت 2012، تاريخ الاطلاع: 2016/05/28.
- 12- الغاز الطبيعي المسال ودوره في مواجهة الطلب العالمي على الطاقة، منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترو (أوابك)، الكويت، ديسمبر 2017. ص19.
- 13- خلدون كراز، السيارات العاملة على الغاز، مزايا تحويل السيارات للعمل على الغاز، وزارة النقل، سوريا، ص3. على الرابط:
www.albahethon.com/?page=show_det&select_page=49&id=1566
تاريخ النشر: أوت 2012، تاريخ الاطلاع: 2016/05/28.
- 14- نزاري رفيق، مانع سبرينة، بشر محمد موفق، ديناميكية الطاقة الخضراء والتنمية المستدامة من خلال برنامج كفاءة الطاقة المتجددة، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد18، العدد28، 2022، ص80.
- 15- عبلة عيساتي، ن. أيمن، ارتفاع سعر الوقود يربح الجزائريين، تسعيرات جديدة لقسيمة السيارات، على الرابط: www.akhbarelyoum.dz/ar/200235/167126، تاريخ النشر: 2016/01/02، تاريخ الاطلاع: 2016/03/18.
- 16- الإذاعة الوطنية الجزائرية،
www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20150608/43205.html، تاريخ النشر: 2015/06/08، تاريخ الاطلاع: 2016/02/24. 2016.
- 17- ع. داود، نشر في الأمة العربية،
www.djazairess.com/eloumma/12186، 2010/06/12، تاريخ الاطلاع: 2016/03/22.

http://www.autobip.com/ar/je-roule-en-gpl-actualite-auto-18
:تاريخ الاطلاع: 23 مارس 2015، [algerie-d1393#.Vt26R33hAsY](http://www.autobip.com/ar/je-roule-en-gpl-actualite-auto-18)
2016/03/20.

19- العيد غربي، عادل رضوان، محمد البشير بن عمر. التوجه الحكومي نحو الطاقة النظيفة لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر -دراسة حالة غاز البترول المميع GPL- مجلة التنمية الاقتصادية، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 6، العدد 2، 2021. ص 263

20- البوابة الجزائرية للطاقة المتجددة، توجه الجزائر نحو إدخال نظام تشغيل بالغاز المميع GPL في سيارات "ديازل"، <https://portail.cder.dz/ar/spip.php?article1699>، تاريخ الاطلاع: 2016/03/22.

21- الغاز الطبيعي المسال ودوره في مواجهة الطلب العالمي على الطاقة، منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول (أوابك)، الكويت، ديسمبر 2017. ص113.

22- الغاز الطبيعي المسال ودوره في مواجهة الطلب العالمي على الطاقة، منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول (أوابك)، الكويت، ديسمبر 2017. ص114.

23- قعيد لطيفة، النقل المستدام أحد مؤشرات استدامة المدن "دراسة حالة النقل المستدام بمدينة مصدر بأبوظبي"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 17، العدد 26، 2021، ص437.

رؤية التنمية المستدامة 2030، بين فرص التحول الحكومي ومواجهة الفساد

Sustainable Development Vision 2030, between Government transformation opportunities and corruption confrontation

أحسين عثمانى
Hassineathmani

جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي-الجزائر
hassine.ath1964@gmail.com

* حليلة شابي
Chabbi halima

جامعة باجي مختار- عنابة- الجزائر
halima.chabbi@univ-annaba.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/01/30

تاريخ الاستلام: 2021/09/21

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى إبراز أهم الاستراتيجيات والجهود الرائدة لتعزيز جهود مكافحة الفساد بجميع صورته وأبعاده من أجل تكريس قابلية تحقيق الرؤية الاستراتيجية للتنمية المستدامة 2030 وأهدافها السبعة عشر . وتبين الدراسة إلى أن التحول الحكومي التكنولوجي الرقمي يعد العنصر الفعال والناجح في تحقيق الرفاه الاقتصادي والتقارب الاجتماعي وإذابة الفوارق الاجتماعية، وأن الفساد الإداري والمالي، عامل رئيس في الانحدار الاقتصادي والتردي السياسي والاجتماعي، والمؤثر المباشر على حركة المجتمع عامة. وعليه ينبغي على جميع البلدان وأصحاب المصالح اتخاذ الخطوات الجريئة المفضية إلى ضرورة التحول والانتقال بالعالم نحو مسار قوامه الاستدامة والقدرة على الصمود أمام تحديات الفساد.

الكلمات المفتاحية: رؤية التنمية المستدامة 2030، الفساد، التحول الحكومي التكنولوجي والرقمي.

تصنيف JEL: O32، P16، O1

Abstract :

This research aims to high light the most important strategies and pioneering efforts to enhance anti-corruption efforts in all its forms and dimensions in order to establish the viability of achieving the strategic vision for sustainable development 2030

Key words:Sustainable Development Vision 2030,corruption,Governmental technological and digital transformation

JEL classification codes: O32,P16 ،O1

1. مقدمة:

إشكالية الدراسة:

تشير العديد من الدراسات الى ان تزايد حدة الأزمات وانهايار العديد من اقتصاديات الدول يرجع بالدرجة الأولى الى تفشي ظاهرة الفساد بالأخص في الدول النامية، لذا كان من الضروري الاهتمام بتطبيق قواعد الحوكمة كحل للحد من ظاهرة الفساد لتحقيق التنمية الاقتصادية ككل سواء من الرؤية الاسلامية او الرؤية الغربية، لكن تختلف الرؤية في كيفية إرساء الحلول الممكنة لمكافحة الفقر سواء من الرؤية الإسلامية او الرؤية الغربية، وعليه يمكن طرح التساؤل التالي:

ما مدى فعالية التحول الحكومي في الحد من ظاهرة الفساد لتحقيق التنمية

المشودة؟

أهمية الدراسة: يستمد البحث أهميته من خلال شقين:

الشق الأول ويتمثل في خطورة تفشي ظاهرة الفساد في اقتصاديات الدول وما ينجر عنها من عواقب وأثار سلبية تؤثر بصفة مباشرة وكبيرة على مختلف المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية. أما الشق الثاني فيتمثل في تزايد الاهتمام بموضوع التحول الحكومي التكنولوجي الرقمي من أجل التخفيف من حدة الفساد بجميع صوره والقضاء بصفة نهائية على الفقر في إطار 2030.....

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق بعض الجوانب منها:

- إبراز أهم أهداف رؤية التنمية المستدامة 2030؛
- تحديد خطورة الفساد بمختلف أنواعه والتأثير السلبي المترتب عنه وبيان أسبابه ومظاهره؛
- تسليط الضوء على مفهوم التحول الحكومي التكنولوجي الرقمي وأهميته؛
- تحديد مدى فعالية التحول الحكومي في الحد من الفساد وتحقيق التنمية.

منهج وهيكل الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة وللإجابة على إشكالية البحث تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لتحليل مشكلة الدراسة والوصول إلى النتائج والتوصيات بالإضافة إلى المنهج

التاريخي من خلال تتبع الدراسات السابقة التي تصب في موضوع الدراسة، من خلال معالجة المحاور التالية:

- الدراسات السابقة.
- الإطار النظري لأجندة التنمية المستدامة رؤية 2030.
- الإطار المفاهيمي للفساد بجميع صوره.
- فعالية الروابط بين التحول الحكومي ورؤية التنمية المستدامة 2030 ومكافحة الفساد.
- عرض النتائج والتجربة الإسلامية في تحقيق الرفاهية الاقتصادية من خلال نموذج عمر بن عبد العزيز.

2. الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: دراسة (شعبان فرج، 2012) بعنوان: الحكم الرشيد كمدخل حديث

لترشيد الإنفاق العام والحد من الفقر _ دراسة حالة الجزائر (2000_2010)

يؤكد الباحث من خلال دراسته على أن الحكم الرشيد يعد مطلباً حقيقياً للحكومات الدول خاصة النامية منها، لما يوفره من فرصة مثمرة تحقق مكاسب جمّة على مستوى النمو الاقتصادي المستقر، كونه يساعد على الاستخدام الفاعل للموارد المالية وحسن استغلالها، عن طريق مجابهة الفساد وتعزيز قيم الشفافية والرقابة والمساءلة في إدارة الأموال العامة، وأكد على أن للحكم الرشيد دور فاعل ومحوري في تحقيق الأهداف الإنمائية، مع الإشارة إلى أن الحكم الرشيد ليس هدفاً في حد ذاته وإنما مرد وسيلة لتحقيق التنمية الشاملة فهو عبارة عن امتداد لمبدأ الإدارة الرشيدة.

وقد أكد الباحث على أن إدارة المال العام يتطلب إرساء مبادئ وأسس الحكم الرشيد خاصة الشفافية والمساءلة وتعزيز اطر المشاركة للفاعلين في امن قطاع خاص ومجتمع مدني، خاصة في ظل تنامي حاجيات الأفراد ومحدودية موارد الدولة. (فرج، 2012)

الدراسة الثانية: دراسة (بوزيد السايح، 2012) بعنوان: سبل تعزيز المساءلة والشفافية لمكافحة الفساد وتمكين الحكم الرشيد في الدول العربية

ركزت الدراسة على أهم الطرق والآليات المعتمدة من طرف الدول عامة والعربية منها خاصة، ومدى استعدادها لتبني معايير الحكم الرشيد وتعزيز الشفافية والمساءلة كمدخلين للحد من آثار ظاهرة الفساد.

وخلصت الدراسة إلى أن الفساد من أهم مسببات ضعف الاستثمار وهروب رؤوس الأموال، بالإضافة إلى هجرة أصحاب الكفاءات، وقد أكد الباحث على أنه لتعزيز المساءلة والشفافية في الدول العربية لابد من وضع قواعد وتشريعات ومؤسسات دستورية وتعزيز دور القضاء والأجهزة التشريعية والرقابية، إلى جانب مناهج تربوية وثقافية عبر وسائل الإعلام المختلفة لإنشاء ثقافة النزاهة عن طريق إستراتيجية طويلة المدى. (السايع، 2012)

الدراسة الثالثة: دراسة (Tunku Abdul Aziz) بعنوان:

International case study: stamping out corruption in Malaysia

تناولت الدراسة تجربة ماليزيا في مكافحة الفساد في القطاع العام والخاص، وذلك من خلال تطبيق استراتيجية شاملة ومتكاملة تتداخل فيها مصالح كل من الحكومة، المؤسسات، قطاع الأعمال ومؤسسات المجتمع المدني كنتيجة لذلك فإن نجاح التجربة الماليزية كان نتيجة للإرادة السياسية لدى مختلف الحكومات وتطبيق مبادئ الحكم الراشد من خلال الشفافية والنزاهة والمساءلة. (aziz, pp. 393-399)

3- أهداف التنمية المستدامة:

- 1- القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان
- 2- القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة المستدامة
- 3- ضمان تمتع الجميع بأنماط عيش صحية وبالرفاهية في جميع الأعمار
- 4- ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع
- 5- تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات
- 6- ضمان توافر المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع وإدارتها إدارة مستدامة
- 7- ضمان حصول الجميع بتكلفة ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة الموثوقة والمستدامة
- 8- تعزيز النمو الاقتصادي المطرد والشامل للجميع والمستدام، والعمالة الكاملة والمنتجة، وتوفير العمل اللائق للجميع
- 9- إقامة بُنى تحتية قادرة على الصمود، وتحفيز التصنيع الشامل للجميع، وتشجيع الابتكار
- 10- الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها
- 11- جعل المدن والمستوطنات البشرية شاملة للجميع وآمنة وقادرة على الصمود ومستدامة
- 12- ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة

- 13- اتخاذ إجراءات عاجلة للتصدي لتغيّر المناخ وآثاره
- 14- حفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية واستخدامها على نحو مستدام لتحقيق التنمية المستدامة
- 15- حماية النظم الإيكولوجية البرية وترميمها وتعزيز استخدامها على نحو مستدام، وإدارة الغابات على نحو مستدام، ومكافحة التصحر، ووقف تدهور الأراضي وعكس مساره، ووقف فقدان التنوع البيولوجي
- 16- التشجيع على إقامة مجتمعات مسالمة لا يُهمّش فيها أحد من أجل تحقيق التنمية المستدامة، وإتاحة إمكانية وصول الجميع إلى العدالة، وبناء مؤسسات فعالة وخاضعة للمساءلة وشاملة للجميع على جميع المستويات
- 17- تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل تحقيق التنمية المستدامة ، وقد تم تشكيل هذه الأهداف مع تمثيل كل واحد منها بشعار خاص به، كما هو مبين أدناه:

شكل 1: أهداف التنمية المستدامة.



المراجع: خطة-التنمية-المستدامة-2030-المنطقة-العربية-<https://www.unescwa.org/ar/sub-site/>

4. الإطار المفاهيمي للفساد:

1.4 مفهوم الفساد:

تعرف منظمة الشفافية الدولية الفساد بشكل عام على أنه: "إساءة استعمال السلطة الموكلة لتحقيق مكاسب خاصة" (glossary)

أما اتفاقية الأمم المتحدة فقد عرفته من خلال الإشارة إلى الحالات التي يترجم فيها الفساد إلى ممارسات فعلية على أرض الواقع ومن ثم القيام بتجريم هذه الممارسات وهي الرشوة بجميع

وجوهها وفي القطاعين العام والخاص والاختلاس والمتاجرة بالنقد وإساءة استغلال الوظيفة وتبييض الأموال والرشا غير المشروع وغيرها من أوجه الفساد الأخرى. (عادل، 2004، صفحة 95)

2.4 أسباب ظهور الفساد:

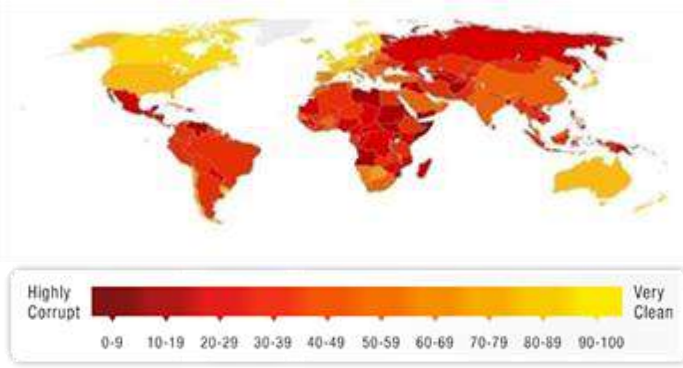
- وقد حددها البنك الدولي Word Bank مجموعة من الأسباب لظهور الفساد نوجزها في التالي: (بروش و دهيمي، 2012، صفحة 10)
- ✓ تهميش دور المؤسسات الرقابية، وقد تكون تعاني من الفساد هي نفسها؛
 - ✓ وجود البيروقراطية في مؤسسات الدولة؛
 - ✓ حصول فراغ في السلطة السياسية ناتج عن الصراع من أجل السيطرة على مؤسسات الدولة؛
 - ✓ ضعف مؤسسات المجتمع المدني وتهميش دورها؛
 - ✓ توفر البيئة الاجتماعية والسياسية الملائمة لظهور الفساد.

3.4 تقرير مؤشر الفساد العالمي:

منذ عام 1995 والشفافية الدولية تقوم بإصدار سنوي لمؤشر دولي لملاحظة الفساد يرمز له اختصاراً (CPI) يقوم بترتيب الدول حول العالم حسب درجة مدى ملاحظة وجود الفساد في الموظفين والسياسيين، وقد غطى المسح 133 بلد عام 2003، وفي 2016 كان 176 بلد، و180 بلد سنة 2017، حيث الدرجة الأعلى -10- تعني الأقل فساداً والأقل -1- للأكثر فساداً في نظام من عشر نقاط. وتُظهر النتائج أن سبعة من كل عشرة بلدان هي دون مستوى 5 نقاط على 10 وتصل النسبة إلى تسعة بلدان من كل عشرة في الدول النامية، وهو ما يدل على مدى انتشار الفساد في البلدان النامية أكثر من غيرها.

والشكل التالي يوضح خريطة للعالم عن مؤشر مدركات الفساد بحسب الشفافية الدولية التي تقيس "إلى أي مدى يتم إدراك وجود الفساد بين المسؤولين الحكوميين والسياسيين"، حيث أن الأرقام المرتفعة تشير إلى تصور أقل من الفساد، بينما تشير الأرقام المنخفضة (أحمر) إلى تصور أعلى من الفساد لسنة 2017.

الشكل 2: تقسيم دول العالم حسب مؤشر مدركات الفساد.



المراجع: عن الموقع الإلكتروني

https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017#table

عالمياً يتضح أن نيوزلندا تصدر الترتيب العالمي برصيد 89 نقطة، بينما في المرتبة الثانية الدانمرك بعدما كانت متصدرة للترتيب العالمي لثلاث سنوات على التوالي وتأتي فنلندا في المركز الثالث بـ 85 نقطة، فيما حلت الولايات المتحدة الأمريكية المركز 16 بـ 75 نقطة .

وحسب المنظمة فإن تفشي الفساد على مستوى العالم يدفع إلى المزيد من السخط الشعبي على الحكومات ويؤدي إلى نتائج عكسية ويوفر أرضية جيدة لنشاط القوى السياسية الشعبوية والدينية في صفوف الناس، ويمكن أن يساعدها على الوصول إلى السلطة، مشيرةً إلى أن ذلك يمكن أن يؤثر على الحريات والصحافة وحقوق الإنسان في المدى المتوسط والبعيد. وقد نبهت المنظمة إلى أن التواطؤ بين الشركات والسياسيين في بعض الدول يخلق نوعاً من الفساد الكبير الذي يمكن أن تكون له آثار على حقوق الإنسان، من خلال عرقلة التنمية وتعزيز التهميش الاجتماعي.

وتتميز البلدان التي سجلت المراتب الأولى في المؤشر العالمي بمستويات عالية من حرية الصحافة، وإمكانية الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالميزانية العامة، كما يتميز المسؤولون في السلطة فيها بمستويات عالية من النزاهة، وتتمتع سلطاتها القضائية بالاستقلالية عن السلطات الأخرى، وتنقص فيها معدلات التمييز وفقاً للفوارق الطبقيّة.

في المقابل تعاني الدول التي جاءت في ذيل الترتيب من الحروب والصراعات السياسية والطائفية، وهي دول لا تتمتع بحكومة رشيدة، وتعاني من ضعف المؤسسات العامة كالشرطة

والقضاء، وتغيب فيها حرية التعبير والصحافة الحرة ويكاد ينعدم فيها نشاط المجتمع المدني المستقل عن السلطة السياسية.

أما بخصوص ترتيب الدول العربية من حيث مؤشر الفساد العالمي فيمكن إدراجها في الجدول التالي:

الجدول 1: ترتيب الدول العربية حسب درجة الفساد.

الترتيب	الدولة	الرصيد	الترتيب	الدولة	الرصيد	الترتيب	الدولة	الرصيد
21	الإمارات	71	103	البحرين	36	171	ليبيا	17
29	قطر	63	112	الجزائر	33	175	السودان	16
57	السعودية	49	117	مصر	32	175	اليمن	16
59	الاردن	48	122	جيبوتي	31	178	سوريا	14
68	عمان	44	143	لبنان	28	180	الصومال	9
74	تونس	42	143	موريتانيا	28			
81	المغرب	40	148	جزر القمر	27			
85	الكويت	39	169	العراق	18			

Source: corruption perceptions index 2017

https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017#table2018/03/08 تاريخ الاطلاع:

كشفت نتائج تقرير مؤشر مدركات الفساد لسنة 2017 الذي صدر عن منظمة الشفافية الدولية أن الفساد في المنطقة العربية باق ويتزايد بمعدلات مرتفعة أيضاً، حيث سجلت أغلب الدول العربية تراجعاً في المؤشر وتفاقماً في معدلات الفساد قياساً لنتائج العام 2015، فلا نجد أي دولة عربية ضمن الدول العشرين الأولى في العالم، باستثناء الإمارات التي تقدمت الى المركز 21 برصيد 71 نقطة بينما يزدحم ذيل القائمة بأكثر من 6 دول عربية تحوز معدلات متدنية جداً في الشفافية والنزاهة. باستثناء تونس التي تقدمت مركزاً واحداً في الترتيب العالمي وثلاث نقاط في المؤشر، فإن كل الدول العربية قد تراجع ترتيبها عن مؤشر العام 2015. على غرار قطر التي كانت تحتل المركز الأول عربياً والـ22 عالمياً بـ71 نقطة، تراجعت للمركز 31

ب61 نقطة، لتتقدم في 2017 الى المركز 29 ب 63 نقطة فقط، لتحتل الإمارات في المركز الأول عربياً والـ21 عالمياً ب71 نقطة .

وتقدمت السعودية الى المركز 57 ب49 نقطة في حين احتلت المركز 62 ب46 نقطة سنة 2016، كما تراجعت مصر الى المركز 117. واحتلت الدول العربية: العراق، ليبيا، سوريا، اليمن، السودان والصومال مراكز ضمن الدول الـ15 الأخيرة في الترتيب العالمي، وحلت الصومال في آخر الترتيب ب9 نقاط فقط. وتصدر الإشارة إلى أن هذه الدول تشهد حروباً واضطرابات رفعت من معدلات الفساد وظاهرة الإفلات من العقاب وسوء الإدارة واستخدام السلطة في أوضاع استثنائية.

ووفقاً لمؤشر الفساد، فإن السقف العالمي يجب أن يتجاوز الـ50 نقطة كي تُعتبر الدولة من الدول ذات المعدل الجيد في مكافحة الفساد. وبحسب السقف فإن أغلب الدول العربية، باستثناء الإمارات وقطر، هي تحت المعدل العالمي، و12 دولة عربية مصنفة ضمن الدول شديدة الفساد في العالم.(أحمد)

5. الرؤية الإسلامية (نموذج عمر بن عبد العزيز) في الحد من الفساد:

يعتبر الاقتصاد الإسلامي جزءاً لا يتجزأ من النظام الإسلامي الشامل ولم يكتف بوضع تصورات نظرية فقط للمشكلات التي تواجه الإنسان في حياته اليومية بل قدم له الحلول العملية والتطبيقات الميدانية التي تعالج القضية من جذورها، وقد حظيت مشكلة الفقر بقسط وافر من المعالجات والحلول، ويمكن تقسيم العلاج الاقتصادي الإسلامي لمشكلة الفقر إلى قسمين، قسم نظري (محمد و اخرون، 2017، صفحة 151) يقوم على الوضع والإرشاد والتوجيه وتعميق القيم الإسلامية الخاصة بالعمل والكسب وطلب الرزق، أما القسم الثاني فهو عملي تطبيقي والتي يتضمن:

- **فريضة الزكاة:** تعتبر الزكاة عبادة مالية فهي مؤسسة التكافل الاجتماعي في البيئة الإسلامية كون أن أغنياء المجتمع يتحملون تبعات ظروف العيش الكريم للمحتاجين والفقراء بإشراف الدولة، فالعطاء في الشريعة الإسلامية يهدف إلى استئصال الفقر والقضاء عليه؛ لأن هدفه تحويل الفقراء إلى أغنياء لا يعودون بحاجة إلى الزكاة مرةً أخرى. ويضع الإسلام قواعد السلوك الاقتصادي للأغنياء بعيداً عن الترف ، والكبر،

والاستغلال ، والتسلط ؛ فالإسلام ينظر للمال بأنه مال الله ، والناس مستخلفون فيه (الحجازي، الصفحات 11-13)

- **الإقراض الحسن بقصد العمل:** تدعيماً لأواصر الألفة والمحبة في المجتمع المسلم فقد شرع الإسلام القرض الحسن وجعل له الثواب الجزيل في الدنيا والآخرة، وفوق ذلك أوصى القرآن بالصبر على المعسرين، ففي قوله تعالى " : وإن كان ذو عسرة فنظرة إلى ميسرة وإن تصدقوا خير لكم أن كنتم تعلمون" سورة الرعد، الآية 11.

وبذلك فقد سد الإسلام الباب نهائياً على الربا والمرابين وقضى على أخلاق الأناثية والجشع والحسد والبغضاء التي تنجم عن الربا واستبدالها بأخلاق الإيثار والمودة والتراحم التي تتوافق مع القرض الحسن والصدقات التطوعية والكفارات والهدايا وحقوق الجار والضيف. الخ(سالم برقوق و زيري رمضان)

- **الحث على الادخار والتوفير:** حث الإسلام على الادخار وشجع عليه بحيث يستطيع المدخر استخدام هذه الأموال المدخرة في تمويل مشروع خاص به أو تمويل استثمارات كبيرة إن كان حجمها كبيراً، ولكن يجب التنبيه هنا إلى الفرق بين الادخار والاكتمال فالادخار لا يعني حبس المال وكنزه، لان هذا المنع يخالف تعاليم ديننا، حيث يقول الله تعالى: "والذين يكنزون الذهب والفضة ولا ينفقونها في سبيل الله فبشرناهم بعداب اليم" سورة التوبة، الآية 34.

اشتهرت خلافة عمر بن عبد العزيز بأنها الفترة التي عم العدل والرخاء في أرجاء البلاد الإسلامية حتى أن الرجل كان ليخرج الزكاة من أمواله فيبحث عن الفقراء فلا يجد من في حاجة إليها، وقد حصل أن جاءوه مرةً بالزكاة فقال أنفقوها على الفقراء والمساكين فقالوا ما عاد في أمة الإسلام فقراء ولا مساكين، قال فجهزوا بها الجيوش، قالوا جيش الإسلام يجوب الدنيا، قال فزوجوا بها الشباب، فقالوا من كان يريد الزواج زوج، وبقي مال فقال اقضوا الديون على المدنيين، قضوه وبقي المال، فقال انظروا في أهل الكتاب (المسيحيين واليهود) من كان عليه دين فسددوا عنه ففعلوا وبقي المال، فقال أعطوا أهل العلم فأعطوهم وبقي مال، فقال اشترؤا به حباً وانثروه على رؤوس الجبال، لتأكل الطير من خير المسلمين.

وقد عمل عمر بن عبد العزيز على معالجة الأوضاع الاقتصادية خلال فترة خلافته للدولة الإسلامية -خلال عامين ونصف تقريباً- حيث عمل على معالجة الوضع القائم ووقف الهدر

المالي وتحرير بيت المال من الأعباء المالية وترشيد نفقات القطاع العام والخاص، كما خطط لتوسيع موارد الدولة وبناء رأسمالها المستقل، وإعادة توزيع الدخل توزيعاً عادلاً حتى أصبح المال في العام الثاني في متناول جميع طبقات المجتمع، فحقق بالنهج الإصلاحية الاستقرار بكل أبعاده على المستوى السياسي والاجتماعي والاقتصادي، ومن أهم معالم الإصلاح الاقتصادي في عهد عمر بن عبد العزيز ما يلي: (محمد و اخرون، 2017، الصفحات 157-185)

- ترسيخ عوامل الثقة في الإصلاح الاقتصادي على مستوى الراعي والرعية؛
- حل مشكلة العجز المالي والمديونية التي كانت تعاني منها الدولة؛
- حقق الرفاه الاجتماعي للمجتمع الإسلامي؛
- عالج مديونية الأفراد والأحوال الاجتماعية للمجتمع؛
- جعل دائرة متجولة تتفقد أحوال المجتمع على جميع مستويات؛
- نجح في تعزيز الالتزام الطوعي لقوانين الدولة؛
- ارتفاع مستوى الدخل للأفراد.

وتجدر الإشارة إلى أن مسيرة عمر بن عبد العزيز وسياسته قد أدت إلى استقرار الأوضاع الداخلية وتوقف الحروب والفتن، ما اوجد مناخ عام من الراحة والطمأنينة والاستقرار، الأمر الذي ساهم في النمو الاقتصادي للدولة وتحسين أوضاع طبقات المجتمع الفقيرة حيث اشتغل على إعادة توزيع الدخل والثروة بالشكل العادل من اجل تحقيق حد الكفاية لكافة الناس، كما قام بإصلاح إيرادات بيت المال وتشجيع التجارة وترشيد نفقات الدولة من خلال قطع امتيازات الخليفة والأمراء الأمويين وترشيد الإنفاق الإداري والحربي مع تشجيع نظام الوقف الذي من خلاله انشأ دار لإطعام الفقراء والمساكين والخانات لإيواء المسافرين.

6. الرؤية الغربية (نموذج سنغافورة) في معالجة ظاهرة الفساد :

تعد دولة سنغافورة من أكثر الدول التي حققت مستويات جد منخفضة من حيث مؤشر الفساد نتيجة تظافر عديد الجهود الرامية إلى ذلك بالبلد وذلك للنهوض بالتنمية الاقتصادية وتحقيق معدلات نمو مرتفعة في شتى المجالات، إذ تعتبر سنغافورة من الدول التي أصبحت تمثل نموذجاً عملياً للدولة التي انتقلت من معسكر الدول النامية إلى مصاف الدول المتقدمة فقد كانت من أفقر البلدان في آسيا خلال الستينات من القرن الماضي لتتحول إلى إحدى أكثر

الاقتصاديات تطورا، وتحتل المرتبة الثالثة من حيث أعلى مستوى لنصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في العالم بعد كل من قطر ولوكسمبورغ، على الرغم من كل المعوقات بقيادة كفاءات مؤهلة إلى جانب النزاهة والشفافية في إدارة الموارد. ويوضح ذلك الجدول الموالي:

الجدول 2: تطور تصنيف سنغافورة من حيث مؤشر الفساد

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
الترتيب	6	4	5	5	5	5	5	4	4
المعدل	9,1	9,2	9,3	9,4	9,3	9,4	9,4	9,3	9,2
السنة	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الترتيب	3	1	5	5	6	7	7	7	6
المعدل	9,2	9,3	9,2	8,7	8,6	8,4	8,5	8,4	8,4

Source: corruption perceptions index 2017

https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017#table تاريخ الاطلاع: 08/03/2018

7. ضرورة تطبيق مبادئ وآليات الحوكمة للحد من الفساد:

1.7 استراتيجية مواجهة الفساد الإداري والمالي:

تتكون هذه الاستراتيجية من العناصر التالية:

- ✓ إصلاح الهيئات الحكومية، محاربة الأداء البيروقراطي وتقييم أساليب العمال بصفة مستمرة؛
- ✓ زيادة كفاءة قدرات العاملين ورفع مستوى خبراتهم ومؤهلاتهم من خلال برامج التدريب وبالتالي تقوية قدرات الهيئات الحكومية والإدارية والتنفيذية؛
- ✓ تحسين النظام القضائي وتوفير جميع الإمكانيات من اجل تنفيذ القوانين؛
- ✓ وضع آليات لتنفيذ حوكمة الشركات، حيث أن تطبيق مبادئ حوكمة الشركات يتطلب إصلاح الكثير من القوانين واللوائح المعمول بها؛
- ✓ النزاهة والعدالة في العمل ولتحقيق ذلك لا بد من تعزيز العلاقة بين أصحاب المصالح لتحقيق أهداف الشركة وجعلهم جزءا من إستراتيجية الشركة طويلة المدى، كما أن المسؤولية وقبول المحاسبة تجاه المساهمين وأصحاب المصالح يعطي للشركة ميزة تنافسية؛

✓ ممارسة الحوكمة في الشركات العامة والخاصة لان كلاهما مرادف للآخر ويساهم في تطوير الاقتصاد؛

✓ إتباع المعايير المحاسبية الدولية حيث أن إتباع المعايير المحاسبية السليمة يدعم كفاءة الإدارة المالية، كما أن التقارير السليمة توفر المعلومات الحيوية والتي تساعد في اتخاذ القرارات الاستثمارية. (بركات و زايد، 2012، صفحة 9)

2.7 أسباب انخفاض ظاهرة الفساد بسنغافورة:

ترجع أسباب تراجع معدلات الفساد إلى تكامل مجموعة من العوامل على جميع الأصعدة سواء سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية مما سمح للسلطات على تضيق فجوة الفساد في البلد ويمكن إنجازها وفق الجدول التالي:

الجدول 3: أسباب تراجع معدلات الفساد في سنغافورة.

أسباب اجتماعية	أسباب سياسية	أسباب اقتصادية	أسباب تشريعية، إدارية وتنظيمية
<ul style="list-style-type: none"> الاهتمام بالتعليم كما ونوعا ثقافة المجتمع وتماسكه إشاعة السلوك التعاوني وجود منظومة القيم والمبادئ المناهضة للفساد والمترجمة في قوانين يلتزم بها الجميع (المسؤولية الاجتماعية التي تعبر عن مقومات عملية الحوكمة) 	<ul style="list-style-type: none"> استقرار النظام السياسي نزاهة الطبقة السياسية وجود نظام ديمقراطي وجود الشفافية (من أهم ركائز الحوكمة) الإعانات والمساعدات الحكومية والمنقسمة إلى شقين: الشق الأول: مشروعات الإسكان الحكومي منخفضة الإيجار الشق الثاني: نظام التأمينات الاجتماعية 	<ul style="list-style-type: none"> الأجور الجيدة والمتناسبة مع مستوى الأداء (في القطاع العام والخاص). استخدام مبدأ التعويضات للعاملين تطبيق أسلوب من وتدرجي في التحول الاقتصادي تفضيل القطاعات التي تخلق فرص عمل وتزيد الإنتاجية توفير مناخ اقتصادي تنافسي وحر بتسهيل الاستثمار 	<ul style="list-style-type: none"> قوانين صارمة وترتكز على سلسلة من الإجراءات العقابية وهيكل قوية ومنظمة وجود إدارات ذات أداء عالي تقدم الفرص بالتساوي بين جميع الأطراف العمل بنظام الحوافز الذي يوفر الإطار الملائم للعمل كالمراجعة الدورية لسلم الأجور

المراجع: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

- محمود عبد الفضيل، العرب والتجربة الآسيوية: الدروس المستفادة، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2000، ص37.
- سكي هين: دور مهم للتعليم والإدراك العام في مكافحة الفساد، المؤتمر الدولي لمكافحة الفساد بقارة آسيا، قطر، 9_11 يوليو 2008، ص11.
- عاطف قبرصي، إعادة النظر في دور الدولة في التنمية الاجتماعية_الاقتصادية_، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد52، 2002، ص ص: 17_18.

3.7 تطبيق الحوكمة في سنغافورة:

ينبع الحكم الرشيد في سنغافورة من تداخل أدوار الحكومة والمجتمع المدني والقطاع الخاص والتعاون فيما بينهم. (<http://www.shbabmisr.com/t~133584>)

وتؤمن سنغافورة بأن استخدام الحكم الرشيد والحوكمة يمكن الدولة من تحقيق التقدم والنهضة الشاملة سواء كانت دولة كبيرة أو صغيرة، وسواء كان لديها موارد كبيرة أم صغيرة، ومهما كان موقعها الجغرافي. وتتمتع سنغافورة عمليا بتطبيق ثلاث مبادئ من مبادئ الحوكمة وهى القيادة **leadership** وتعنى اختيار الرجل المناسب في المكان المناسب، والعمل من أجل العمل **work for work** أى أن القدرة والكفاءة ومجهود العمل هو أساس الترقية والوصول إلى المناصب العليا القيادية وليس الثروة والمكانة والخلفية الاجتماعية، والنزاهة **Integrity** وهى التزام طريق الصواب والنزاهة في تأدية الأعمال.

يمكن إنجاز مبادئ الحوكمة المتبعة من قبل دولة سنغافورة في النقاط التالية:

- **الرقابة على الفساد:** حيث تم إنشاء مكتب التحقيقات في ممارسات الفساد يعمل وفق قانون مكافحة الفساد وله صلاحيات التحقيق في وقائع الفساد بالحكومة والقطاع الخاص ويفرض عقوبات رادعة على المفسدين ويقوم عمله على مبدأ عدم التسامح مع المفسدين وقد وضعت هذه الإجراءات سنغافورة على قائمة أكبر عشر دول في مؤشر مكافحة الفساد.
- **ثقافة النزاهة:** من خلال نشر ثقافة عدم التسامح مع حالات الفساد كوسيلة للردع، وإقامة قواعد وطرق ومناهج لخفض فرص الفساد (منع تعارض المصالح، رفض الهدايا والرشاوى، الإعلان السنوي عن الجهات الخالية من المديونية كتشجيع لها). كما يعتمد على سياسة الأجور النظيفة بمعنى منح أجور وأسعار عادلة لتقديم الخدمات العامة بطرق شفافة وبدون وجود مزايا خفية أو مدفوعات غير معلنة، والعمل بشفافية في نشر اللوائح والإرشادات في القطاع العام والخاص والسعي لتحقيق الكفاءة في العمل وتجنب الهدر سواء في الموارد أو الوقت.
- **اكتساب الاحترام:** طبق هذا المبدأ في سياسات الترويج للصادرات وعمليات التصنيع التي قادتها الشركات دولية النشاط في ستينيات القرن الماضي، وتطوير

صندوق ادخار مركزي ليكون بمثابة دعامة مركزية لنظام التأمينات الاجتماعية بسنغافورة يساعد المتقاعدين والباحثين عن مسكن، وإدخال أول نظام علمي لتسعير استخدام الطرق عام 1975.

- **المنفعة لصالح الجميع:** وقد عمل بهذا المبدأ في سياسة الدولة لتوفير الإسكان العام واسع النطاق لحل النقص الحاد في الإسكان والازدحام بالمناطق الرئيسية من خلال تشكيل مجلس التنمية والإسكان، ومجلس لتنمية المدن الجديدة، وإتاحة السكن بسعر معقول من خلال برنامج ملكية الوحدات السكنية.

- **حماية البيئة:** من أجل التقليل من حدة التلوث المصاحب لحركة التصنيع لأدنى حد من خلال تخصيص أراضي كمواقف للسيارات والحدائق (حيث نصت خطة التنمية لعام 2003 على تخصيص 9% من الأراضي مخصصة للسيارات وإنشاء مساحات حدائق خضراء، وانتشرت الحدائق بخليج مارينا وسد مارينا وممرات القطار والطرق المحيطة بالجزيرة.

- **إدماج المجتمع ومشاركته في التنمية:** وقد ظهر ذلك جليا في إنشاء مجالس المدن لإشراك المجتمع في إدارة ممتلكات الإسكان العام، ومن الأمثلة على ذلك إنشاء برنامج لتجديد ضاحية TampinesChangkat شارك فيه مجلس مدينة تامبينز، وجمعية الشعب، بالإضافة إلى المقيمين بالضاحية في أنشطة التشجير والرسم والأنشطة الصحية والتعليمية.

- **إنشاء مؤسسات سليمة وفاعلة:** من خلال اطر لحماية احتياطات الدولة بالفصل بين الاحتياطات الحالية والسابقة بما في ذلك أراضي الدولة وإيرادات بيع الأراضي، وتوفير إجراءات وقائية دستورية، والحد من الإنفاق الكلي كنسبة من الإيراد الكلي للدولة، حيث يسود مبدأ عدم الاقتراض لتمويل الإنفاق، ومبدأ دعم الاستثمار وليس دعم الاستهلاك.

- **ديناميكية التغيير:** أي توقع التغيير وموازاته من خلال تنمية استراتيجيات اقتصادية تعتمد على مؤسسات متخصصة ولجان للاقتصاد المستقبلي حيث تم إنشاء وحدات مستقبلية بمؤسسات القطاع العام لإدارة اقتصاد المستقبل، ومركز لاستراتيجيات المستقبل، ومكتب لإدارة برنامج الدولة الذكية وغيرها. (العابدين، 2019)

4.7 وتيرة تحول الاقتصاد السنغافوري من الفساد إلى مصاف الدول المتقدمة:

اشتملت المرحلة الأولى من التنمية في سنغافورة على تعبئة كبيرة للمدخلات لتحويل الاقتصاد إلى قاعدة للصناعات التحويلية الموجهة نحو التصدير وكانت المدخرات الوطنية هي الممول الأول لهذه المرحلة، وكمرحلة ثانية جاء دور الاستثمار الأجنبي مما ساعد على تراكم رأس المال ورفع حصة الاستثمار في الناتج العام من 10% عام 1960 إلى 40% في الثمانينيات طبقاً لتقارير البنك الدولي، كما عززت سنغافورة من القيمة المضافة لمنتجاتها من الصناعات الخفيفة مثل النسيج، والملابس، والمواد البلاستيكية إلى صناعات متطورة كالإلكترونيات، والمواد الكيميائية، والهندسة الدقيقة، وعلوم الطب الحيوي. بالإضافة إلى ذلك، مضى هذا التطور جنباً إلى جنب مع زيادة كبيرة في الخدمات، وخاصة الخدمات المصرفية.

كما وضعت سنغافورة استراتيجيتين، تعتمد الأولى على استيراد أحدث التطورات التكنولوجية العالمية لزيادة إنتاجية رأس المال والعمالة وذلك من خلال تشجيع الاستثمارات الأجنبية المباشرة وتوظيف المواهب الأجنبية كوسيلة لنقل المعرفة. بينما تركز الاستراتيجية الثانية على توفير البيئة القانونية، والفكرية، والحوكمة الرشيدة للنمو ورعاية المواهب المكتسبة من أجل خلق مجالات للابتكار والتقدم التكنولوجي. وفي هذا الصدد، تحتل سنغافورة المرتبة الأولى في نظام الحوافز الاقتصادية لاقتصاد قائم على المعرفة، والرابعة في العالم من حيث الابتكار في مؤشر اقتصاد المعرفة للبنك الدولي. كما يصنف البنك الدولي سنغافورة في المرتبة الأولى في العالم في تقريرها عن جودة مزاولة أنشطة الأعمال. (السلاموني)

علاوة على الحوكمة الفعالة، تتبع الحكومة نظاماً معتبراً لإدارة الشؤون الاقتصادية للبلاد مع عدم تدخلها في الأسواق التي ترى أن أداء القطاع الخاص فيها قوياً وفي بالاحتياجات الاقتصادية للبلاد. لكن تدعم الحكومة الشركات التي تعكف على تسييرها والتي لا يملك القطاع الخاص المال الكافي لإدارتها مثل، الخطوط الجوية السنغافورية ونبتون أوشن لاينز البحرية.

وكدولة صغيرة الحجم لا تملك ما تقدمه سوى سكان يكرسون جل وقتهم للعمل الدؤوب، أدركت سنغافورة ضرورة بناء نظام مالي موثوق قادر على كسب ثقة الشركاء العالميين. وعلى العكس من هونج كونج التي تملك دعم بنك إنجلترا، لا يمكن لسنغافورة الاقتراض من الأسواق العالمية تحت اسم بنك مركزي لدولة نامية.

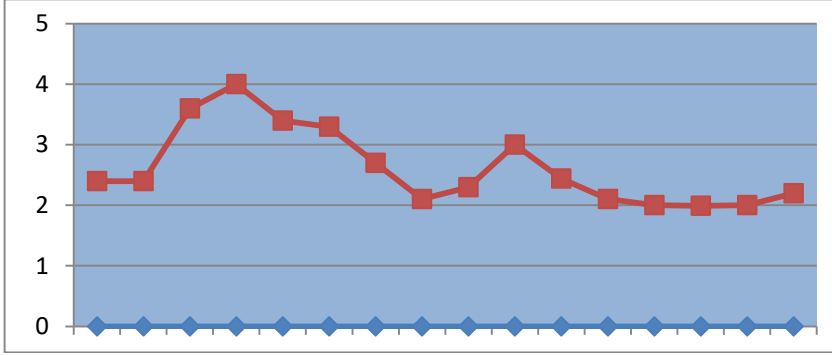
ومن بين أكبر القطاعات التي تعمل فيها سنغافورة، بناء السفن والإلكترونيات والعمل المصرفي، حيث انخرطت البلاد مؤخراً في الخدمات المصرفية الخاصة. كما تقدم أيضاً الخدمات الاجتماعية مثل الإسكان والرعاية الصحية.

ولتفادي التضخم ومخاطر خفض قيمة العملة أو مشاكل ميزان المدفوعات، تعمل الحكومة السنغافورية بكل حرص للاستفادة من خططها الاقتصادية وتنفيذ كل خطة على مراحل على المدى الطويل. وبذلك، تمكنت من الاحتفاظ باحتياطي مالي مقدر حتى عندما كانت دولة نامية واقتصادها في حاجة ماسة للإنفاق العام. لذا صمدت الدولة المدينة في وجه الأزمة المالية التي ضربت قارة آسيا في 1997، بفضل استقرارها المالي.

وقد اتسم النظام المالي لسنغافورة بالدقة والالتزام خاصة في الفترة بين 1998 إلى 2003، حيث دأبت الحكومة على خفض إنفاقها بوتيرة سنوية قدرها 9%. لكن ما يلفت النظر، انخفاض الإنفاق الحكومي إلى 12% من الناتج المحلي الإجمالي بحلول 2007، ذلك الانخفاض الذي قاربت نسبته 16%. وتوصلت دراسة أعدها البنك المركزي الأوروبي، إلى أن الحكومات الصغيرة أكثر كفاءة في أدائها بالمقارنة مع المتوسطة والكبيرة. ورغم أنه بدأ في الارتفاع التدريجي منذ تلك السنة إلى 18%، لكن النسبة لا تزال مناسبة قياساً على المستويات العالمية وللفاعلية التي تحلت بها حكومة البلاد، صنف معهد إدارة تطور التنافسية الدولية في 1997، سنغافورة الأكثر فاعلية وسرعة في تنفيذ تغيير السياسة الحكومية، بينما وضعتها الشفافية العالمية، في المرتبة الرابعة في 2003، فيما يتعلق بعدم الفساد. كما أطلق عليها، أكثر قصص التنمية نجاحاً في العالم في القرن العشرين.

وتجدر الإشارة أيضاً إلى أن دولة سنغافورة تربط مكافآت الخدمة المدنية بأداء اقتصادها الذي يقدر حجمه بنحو 298 مليار دولار، حيث يتلقى عمال الخدمة المدنية حوافز مرتين خلال العام الواحد، بجانب مكافأة سنوية ثابتة قدرها راتب شهر. لكن دائماً ما تربط البلاد الحوافز بأداء الاقتصاد، كما حدث في العام 2009 عندما تجاوزت تقديم المكافآت نتيجة لتراجع نمو الاقتصاد إبان الأزمة المالية العالمية. (الطيب، 2019) ويمثل الشكل التالي مدى انعكاس الجهود المبذولة من دولة سنغافورة في التقليل من معدلات البطالة

الشكل 3: تطور معدلات البطالة في دولة سنغافورة للفترة (2000-2015)



المراجع: صندوق النقد الدولي .

يلاحظ من خلال الشكل أن معدلات البطالة متفاوتة عاما بعد عام حيث سجلت نسبة 2.4% سنة 2000 لتبلغ ذروتها سنة 2002 بنسبة 3.6%، ثم انخفضت تدريجيا إلى غاية بلوغها نسبة 2.1% سنة 2011، لترتفع سنتي 2008 و 2009 لكن بمعدل ضئيل نوعا ما، كما نلاحظ أن الفترة من 2010 إلى 2015 سجلت متوسط مقداره حوالي 2%، وعلى العموم فإن هذه النسبة منخفضة جدا إذا ما قورنت بالسنوات السابقة، ويمكن إرجاع السبب الرئيسي في ذلك لزيادة اهتمام دولة سنغافورة على التطبيق السليم لمبادئ الحوكمة مما انعكس ذلك ايجابا على معدل الفساد.

الخلاصة:

من خلال هذه الدراسة يمكننا القول بان على الدول التي تعاني من ظاهرة الفساد أن تبذل جهودا إضافية عن طريق وضع استراتيجيات طويلة المدى بمشاركة جميع الأطراف الفاعلة في الدولة من إدارات عمومية، مجتمع الأعمال، وسائل الإعلام وكذلك المجتمع المدني على اعتبار أن مسألة الفساد مسألة معقدة تتطلب جهودا جماعية لمكافحةها، ولا يتم ذلك إلا بتوفر بنية تحتية ذات قواعد وأسس متينة، وتفعيل مبدأ أخلاقيات الأعمال.

عموما ومن خلال دراستنا تم الخروج بمجموعة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- ✓ يعد الفساد المالي والإداري من أخطر المشكلات التي تعاني منها المؤسسات ويترتب عليه تحمل تكاليف إضافية تنعكس على أسعار السلع المنتجة والخدمات المقدمة مما يضعف القدرة على المنافسة والبقاء.
- ✓ للحكومة دور هام في الحد من الفساد بكل أنواعه، وذلك من خلال التطبيق السليم لمبادئها القائمة على الشفافية، الإفصاح، النزاهة وغيرها؛
- ✓ تعتبر الحكومة السبيل الفعال لدفع عجلة التنمية الاقتصادية، حيث أثبتت تجربة سنغافورة انعكاس التطبيق الجيد للحكومة على معدلات البطالة؛
- ✓ تعد سنغافورة من الدول الرائدة في مجال تبني الحكومة الرشيدة من أجل القضاء على الفساد؛
- ✓ إن الطريقة التي اتبعتها سنغافورة تتطلب مستويات عالية من الثقافة والتقنية والإرادة السياسية من أجل اقتلاع الظاهرة من جذورها بالاعتماد على ثلاث متغيرات أساسية وهي: الأجر، الثقافة، القانون، معتمدة في ذلك على التطبيق الفعال لمبادئ الحكومة.
- ✓ يعتبر النموذج الإسلامي الأفضل في مكافحة الفقر من خلال تجربة عمر عبد العزيز بالنظر إلى الفترة القصيرة التي تولى فيها الإمارة ومقاليد الحكم.

قائمة المراجع:

- http://www.shbabmisr.com/t~133584 (بلا تاريخ). تم الاسترداد من
- glossary .haw do you define corruption (بلا تاريخ). تم الاسترداد من
- http://www.transparency.org/what_is_corruption
- http://www.shbabmisr.com/t~133584. (بلا تاريخ).
- tunku abdul aziz. International case study: stamping out corruption in Malaysia .resource matereal series.(56)
- بوزيد السايح. (2012). سبل تعزيز المساءلة والشفافية لمكافحة الفساد وتمكين الحكم الرشيد في الدول العربية. مجلة الباحث (10).

الاستثمار الفلاحي عن طريق استغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأمالك الخاصة للدولة في الجزائر: دراسة حالة ولاية تبسة

Agricultural investment through the use of Algerian agricultural lands owned by the state as private property: a case study of the state of Tebessa

* محمد بوهلال

Mohamed Bouhelal

جامعة العربي التبسي - تبسة - الجزائر

mohamed.bouhelal@univ-tebessa.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/16

تاريخ الاستلام: 2023/02/17

الملخص :

تهدف هذه الدراسة للتعرف على أهم القوانين التي اعتمدت عليها الجزائر لتنظيم مسألة استغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأمالك الخاصة للدولة والموجهة للاستثمار الفلاحي منذ الاستقلال إلى غاية يومنا هذا، مع تشخيص وضعية العقار الفلاحي في ولاية تبسة من خلال تحليل مجموعة من البيانات والإحصائيات المتعلقة بالأراضي الفلاحية الممنوحة في إطار قانون الامتياز الفلاحي رقم 10-03، وتوصلت الدراسة إلى أن العقار الفلاحي في تبسة يواجه العديد من المشاكل أبرزها الاستغلال الغير القانوني للأراضي الفلاحية، بالإضافة إلى المشاكل القانونية الكثيرة حول ملكية هذه الأراضي من طرف الفلاحين. الكلمات المفتاحية: الأراضي الفلاحية، الامتياز الفلاحي، الاستثمار الفلاحي، الأملاك الخاصة للدولة. تصنيف JEL: Q24، Q18، Q15.

Abstract :

The present study aims to shed light on the most significant Algerian laws which were used to regulate the issue of the exploitation of agricultural lands belonging to the private property of the state and directed to agricultural investment from independence until the present day. The paper seeks also to diagnose the situation of agricultural property in the state of Tebessa by analyzing a set of data and statistics related to agricultural lands granted within the framework of the Agricultural Concession Law No. 10-03. The findings of the study revealed that agricultural property in Tebessa faces many issues, the most prominently is the illegal exploitation of agricultural lands, in addition to the numerous legal entanglements regarding the ownership of these lands by farmers.

Key words: Agricultural Land, Agricultural Concession, Agricultural Investment, State Private Property.

JEL classification codes: Q24, Q18, Q15.

* المؤلف المرسل

1. مقدمة:

عانى القطاع الفلاحي في الجزائر من العديد من المشاكل والعقبات منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، ومن بين أهم هذه المشاكل العويصة هي مشكلة العقار الفلاحي والمتمثلة أساسا في كيفية الاستغلال الأمثل للأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة بهدف رفع مستوى الاستثمار الفلاحي، حيث تعاقبت العديد من القوانين والأحكام التي تنظم مسألة استغلال هذه الأراضي، ومن أهمها قانون التسيير الذاتي ثم قانون الثورة الزراعية وصولا إلى قانون المستثمرات الفلاحية، والتي بحثت في مجملها عن توفير الظروف المثالية للفلاح لاستصلاح الأرض والاستثمار فيها بهدف تحقيق أعلى مردودية ممكنة للنهوض بالقطاع الفلاحي في الجزائر. ومع تحلي الدولة عن النظام الاشتراكي وتبنيها نظام اقتصاد السوق صدر قانون التوجيه العقاري سنة 1990، الذي أجبرت الدولة من خلاله إلى إرجاع الأراضي المؤممة إلى ملاكها الأصليين، لتلجأ الدولة بعده إلى التفكير في قانون يضمن لها ملكية الأراضي الفلاحية، فصدر القانون رقم 10-03 المؤرخ في 15 أوت 2010 الذي يجسد رغبة المشرع الجزائري في تسيير الأملاك الخاصة للدولة عن طريق تطبيق الامتياز على العقار الفلاحي، وهذا ما سنركز عليه في هذه الورقة البحثية من خلال التعرف على وضعية العقار الفلاحي في ولاية تبسة في إطار هذا القانون.

إشكالية الدراسة:

مما سبق تبرز إشكالية الدراسة:

هل تمكنت ولاية تبسة من رفع مستوى الاستثمار الفلاحي المحلي من خلال استغلال الأراضي الفلاحية في إطار قانون الامتياز؟

فرضيات الدراسة:

من خلال إشكالية الدراسة يمكن وضع الفرضيات التالية:

- أ. الفرضية الأولى: يعتبر قانون الامتياز الفلاحي رقم 10-03 آلية حديثة مختلفة تماما عن القوانين السابقة التي تنظم كيفية استغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة؛
 - ب. الفرضية الثانية: يعاني العقار الفلاحي في ولاية تبسة من العديد من المشاكل التي كانت سببا في عدم استغلال مساحات فلاحية كبيرة مما أدى إلى تراجع الاستثمار الفلاحي في الولاية
- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهم ما جاء به قانون 10-03 حول عقد الامتياز الفلاحي وطرق الحصول عليه، كما تسعى للتعرف على أهم الآليات التي جاء بها هذا القانون للحصول على الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة والموجهة للاستثمار في ولاية تبسة.

منهجية الدراسة:

للوصول إلى نتائج البحث والإجابة على الإشكالية، تم استخدام المنهج الوصفي عند التعرض لمفاهيم حول عقد الامتياز وآليات الحصول على الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة، والمنهج التحليلي عند دراسة وتحليل المعطيات الإحصائية المتعلقة بالموضوع المدروس.

الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة مختلف الدراسات الدراسات التي تطرقت للموضوع، يمكن أن نستعرض بعضها كما يلي:

- سوسن بوسبيعات (2018/2017)، النظام القانوني لاستغلال العقار الفلاحي في الجزائر - الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة-، أطروحة دكتوراه، هدفت هذه الدراسة إلى سر اهتمام المشرع بالأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة، والتأكد مما إذا كان العقار الفلاحي المملوك للدولة هو فعلا الممثل الوحيد للفلاحة الجزائرية كما تم ترويجه، كما تم تسليط الضوء من خلال هذه الدراسة على تكريس الامتياز كآلية لاستغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة، وتوصلت الدراسة إلى أن قانون الامتياز الفلاحي لم يسد ثغرات قانون المستثمرات الفلاحية القديم (الملغى) والذي كان يشكو من عدم تقبل أحكامه وسط المنتجين الفلاحين؛

- فريد عبة (2016)، تقييم السياسات العقارية للقطاع الفلاحي في الجزائر والحلول المقترحة لحل الإشكالية العقارية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، هدفت هذه الورقة البحثية إلى تقييم مختلف الإصلاحات العقارية التي شهدتها القطاع الفلاحي، فلقد تعددت التشريعات التي تناولت تنظيم العلاقة بين الأرض والفلاح فيما يتعلق بالأراضي التابعة للأمولاك الوطنية الخاصة، لأنها تقع في المناطق الخصبة للبلاد والتي تمثل 3/1 المساحة الصالحة للزراعة، وهذا ما أدى إلى تعقيد الوضعية العقارية، وأظهرت ظهرت عدم الاستقرار والاطمئنان لدى المستفيدين، وهذا ما أثر في عملية التنمية الفلاحية، بسبب عدم وضوح السياسة العقارية المنتهجة أو انحرافها في التطبيق.

2. سياسات تنظيم العقار الفلاحي في الجزائر

عانى القطاع الفلاحي في الجزائر من العديد من المشاكل والعقبات منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، ومن بين أهم هذه المشاكل العويصة هي مشكلة العقار الفلاحي والمتمثلة أساسا في كيفية استغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأموال الخاصة للدولة، حيث تعاقبت العديد من القوانين والأحكام التي تنظم مسألة استغلال هذه الأراضي، ومن أهمها قانون التسيير الذاتي للفلاحة ثم قانون الثورة الزراعية وصولا إلى قانون المستثمرات الفلاحية وأخيرا قانون استغلال الأراضي عن طريق الامتياز.

1.1.2. نظام التسيير الذاتي

في مؤتمر طرابلس عشية الاستقلال في شهر جوان 1962، حيث جاء فيه إعداد برنامج للإصلاح الزراعي، وفي هذا الإطار قدم المؤتمر ثلاث خيارات لاستغلال الأراضي التي تركها المستعمرون والمتمثلة في: بيع أو تأجير المزارع الشاغرة للجزائريين؛ توزيع هذه الأراضي على الفلاحين الفقراء؛ التسيير الجماعي للمزارع كما هي تحت إشراف الدولة (عبة، 2016، صفحة 194).

لكن الحكومة آنذاك تبنت الخيار الثالث أي التسيير الذاتي في الفلاحة لأنه يؤدي إلى تصفية القواعد الاقتصادية للاستعمار، وقد استبعدت الخيار الأول باعتبار أنه يؤدي إلى مخاطر سياسية واقتصادية واجتماعية...، ويؤدي إلى فتح الباب أمام توسيع الرأسمالية العقارية ودعم الاحتكار ونمو الملكية العقارية الكبيرة، كما استبعدت الخيار الثاني لأنها لو وزعت هذه الأراضي على الفلاحين الفقراء قد تواجههم مشاكل مالية وفنية عديدة تؤثر على الإنتاج، وعلى هذا الأساس اختارت الدولة فكرة التسيير الذاتي للأراضي الفلاحية الشاغرة، التي كانت تابعة للمستعمرين والجزائريين الذين كانت لهم مواقف معادية لحرب التحرير الوطني. وتنص المادة الأولى من الأمر المتعلق بالتسيير الذاتي في الفلاحة: " تؤسس الأرض ووسائل الإنتاج الفلاحي الأخرى من الأموال المنقولة والعقارية المؤتممة، في شكل استغلاليات فلاحية"، فالأرض ووسائل الإنتاج الزراعية من أموال وعقارات مؤتممة تعد كأساس الاستغلاليات الزراعية، وعليه فان الأراضي المؤتممة في الفترة من 1962 إلى 1968 هي التي كان يطبق عليها نظام التسيير الذاتي، وهي تلك الأراضي الفلاحية والمزارع التي كانت تابعة للمعمرين، وكذا للجزائريين الذين كانت لهم مواقف معادية لحرب التحرير الوطني، أو للنظام الاشتراكي (بوعافية، 2018/2017، صفحة 36).

2.2. نظام الثورة الزراعية

فشل الإصلاح الزراعي السابق من تحقيق الاكتفاء الذاتي والرفع من المردودية الزراعية، وتحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للجماهير الريفية الفقيرة، فجاءت مباشرة بعدها السياسة الفلاحية الجديدة وأطلق عليها بالثورة الزراعية بدلا من الإصلاح الزراعي لأنها عملية هيكلية تعني تغيير الهياكل القديمة القائمة بدلا من مجرد تطوير، ووافق مجلس الثورة والحكومة في 1971/07/14 على هذه السياسة وتم التوقيع على أمر تطبيقه في 1971/11/08، ولم تكن أهداف الثورة الزراعية أهدافا اقتصادية فقط، بل كانت أهدافا اجتماعية وأخرى سياسية، حيث إن أهداف الثورة الزراعية والتنمية الريفية تهدف للبحث عن توازن اجتماعية واقتصادي جديد للأرياف وبنائه، وهو التوازن في الرقي بالنسبة للجماهير الريفية إذ لا قيمة للثورة الزراعية إلا بإحداث الظروف الجديدة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية للأرياف كما تهدف إلى الحد من الأراضي العقارية الكبيرة التي يملكها الجزائريون، وتحطيم الملكيات الزراعية الكبيرة للقضاء على الطبقة الاجتماعية، وإنشاء تعاونيات وسط الفلاحين المستفيدين من توزيع الأراضي الزراعية، والقضاء أيضا على أشكال التغييب من الأرض الذي كان ينقل تعسفا إيرادات الريف إلى المدينة (المهشمي، 2014/2013، صفحة 144).

كما عملت هذه السياسة الجديدة على تطبيق شعار "الأرض لمن يخدمها وليس لمن يملكها"، ظهر هذا الشعار بسبب اختلال التوازن داخل القطاع الفلاحي خصوصا في مجال ملكية واستغلال الأراضي الفلاحية، ففي الوقت الذي كان فيه صغار الفلاحين يمثلون 70% من المساحة المزروعة، حيث اقتضت هذه الظروف إلى تدخل الدولة من خلال انتهاج عدة إصلاحات هيكلية في القطاع الفلاحي بهدف تنشيطه وتنميته ودفعه إلى أداء أدوار مهمة داخل الخطط التنموية للاقتصاد الوطني، كما عملت تلك الإصلاحات على التقليل من ملكية الأراضي الفلاحية وتوزيع تلك الأراضي على الفلاحين العاملين فيها والذين كاموا أجراء حيث يقدر أجرهم بحدود 5/1 من الإنتاج الإجمالي للفلاحة (زاوي، 2016/2015، صفحة 160).

3.2. قانون المستثمرات الفلاحية

صدر قانون المستثمرات الفلاحية رقم 87-19 سنة 1987 حيث تخلت الدولة من خلاله عن التعاونيات الفلاحية وحلت مكانها المستثمرات الفلاحية، وعرفت الحكومة أثناء

عرضها لمشروع القانون رقم 87-19 أمام المجلس الوطني الشعبي مصطلح المستثمرة الفلاحية على أنها تعني "إيجاد وسائل جديدة للاستغلال" لأن الهدف من هذا التنظيم هو إضفاء قيمة على الوحدة الفلاحية بحيث لا تكتفي باستعمال الوسائل الموجودة بل تزيد من وسائل قيمة الإنتاج وتشجع المنتجين على الاستثمار بتوظيف أموالهم وفوائدهم من الربح للنهوض بهذا القطاع، الحيوي في الاقتصاد الوطني، والحقيقة أن مفهوم الاستثمار لا يعد مفهوما جديدا، لأنه مفهوم اقتصادي يعني في الغالب أي عمل أو أي تصرف لمدة معينة من أجل تطوير النشاط الاقتصادي سواء كان العمل في شكل أموال مادية أو غير مادية أو في شكل قروض (عطوي، 2019، الصفحات 127-128).

أهم ما ميز هذا القانون من إيجابيات نذكر منها الاستغلال الجيد للأراضي نظرا لصغر المساحة والمسؤولية المباشرة للعمال، وكذا القضاء على العمالة الزائدة باعتبار أن العمال في ظل المستثمرات أصبحت دخولهم مرتبطة بإنتاجية المستثمرة الفلاحية، لكن من ذلك ورغم الإصلاحات اتضح أن طريقة الانتفاع الدائم اصطدمت بصعوبات ومشاكل مست العقار الفلاحي، فقد أهمل هذا القانون الأراضي المؤتممة لصالح الثورة الزراعية التي وزعت في بداية الإصلاح على مستثمرين في شكل مستثمرات جماعية وفردية، فقام أصحاب الأراضي بمطالبة استرجاع أراضيهم المؤتممة هذا من جهة، ومن جهة أخرى مشاكل التأخر في إعداد وتقديم العقود الإدارية التي تثبت حق الانتفاع من أجل تمكين المستثمرين من الاستفادة من التمويل المصرفي، وغيرها من المشاكل الأخرى (عمار، 2013، الصفحات 127-128).

4.2. قانون التوجيه العقاري

صدر قانون التوجيه العقاري رقم 90-25 سنة 1990 تزامنا مع تخلي الدولة عن النظام الاشتراكي وتبنيها نظام اقتصاد السوق، وتبعا للتغير في التوجه السياسي المصاحب لأحداث أكتوبر 1988، وأمام تصاعد الاحتجاجات والمطالب من أجل إرجاع الأراضي المؤتممة إلى ملاكها الأصليين، صدر قانون التوجيه العقاري رقم 90-25 الذي ألغى قانون الثورة الزراعية بمقتضى المادة 76 منه، وبالتالي نص على إرجاع الأراضي المؤتممة إلى ملاكها الأصليين، وبتعديل هذا القانون بموجب الأمر رقم 95-26 المؤرخ في 25/09/1995 امتد الاسترجاع إلى الأراضي المتبرع بها لفائدة الصندوق الوطني لثورة الزراعية، وإلى الأراضي الفلاحية التي وضعت تحت حماية الدولة تطبيقا للمرسوم رقم 63-163 المؤرخ في 09/05/1963، وطبقا

المادة 78 من الأمر رقم 95-26 فإنه يتم تعويض المستفيدين في إطار قانون المستثمرات الفلاحية الذين كانت أراضيهم محل إرجاع، تطبيقا لقانون التوجيه العقاري فتمنح لهم قطع أراضي جديدة من الأراضي التابعة للأملاك الوطنية الخاصة، والتي لم يتم توزيعها بعد، ولكن يجب أن تكون القطعة الجديدة معادلة للقطعة التي كانت محل إرجاع من حيث الخصوبة، أو الاستفادة من قطعة أرض تفصل من مساحة المستثمرة الفلاحية الجماعية التي يقل عدد شركائها عن العدد المبين في العقد الإداري الأصلي، وهذا بعد إسقاط الجهة القضائية المختصة حقوق انتفاع المستفيدين أو بواسطة قرار ولائي، في حالة المستثمرة التي لا تحوز على العقد الإداري، وفي حالة استحالة التعويض العيني، فإن المستفيدين يعوضون نقديا وفقا للتشريع المعمول به (بوصبيعات، 2018/2017، الصفحات 81-82).

5.2. قانون الامتياز الفلاحي

تخلت الجزائر رسميا عن قانون 87-19 بعد صدور القانون رقم 08-16 المتضمن التوجيه الفلاحي بعد فشل عقد الانتفاع الدائم، فصدر القانون رقم 10-03 المؤرخ في 15 أوت 2010 الذي يجسد رغبة المشرع الجزائري في توحيد نمط تسيير الأملاك الخاصة للدولة عن طريق تعميم تطبيق الامتياز على العقار الفلاحي كآلية بديلة لحق الانتفاع الدائم الذي جاء في قانون 87-19.

هذا وعرف المشرع الجزائري الامتياز من خلال قانون التوجيه الفلاحي على النحو الآتي: "الامتياز عقد تمنح بموجبه السلطة المانحة لشخص حق استغلال العقارات الفلاحية لمدة محدودة مقابل دفع أتاوى سنوية" (المادة 03 من القانون رقم 08-16، 2008، صفحة 06). ثم أعيد تعريفه بشكل أكثر دقة من خلال القانون رقم 10-03 بأنه: "ذلك العقد الذي تمنح بموجبه الدولة شخصا طبيعيا من جنسية جزائرية، يدعى في صلب النص المستثمر صاحب الامتياز، حق استغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأملاك الخاصة التابعة للدولة وكذا الأملاك السطحية المتصلة بها، بناء على دفتر شروط يحدد عن طريق التنظيم، لمدة أقصاها 40 سنة قابلة للتجديد، مقابل دفع أتاوى سنوية تضبط كميّات تحديدها وتحصيلها وتخصيصها بموجب قانون المالية (المادة 04 من القانون رقم 10-03، 2010، صفحة 05).

أ. شروط منح الامتياز الفلاحي: يمنح الامتياز المنصوص عليه في هذا القانون لأعضاء المستثمرات الفلاحية الجماعية والفردية الذين استفادوا من أحكام القانون رقم 87-19 المؤرخ

في 17 ربيع الثاني عام 1408 الموافق 8 ديسمبر 1987 والحائزين على: عقد رسمي مشهر في المحافظة العقارية أو قرار من الوالي، كما يجب أن يكون أعضاء المستثمرات الفلاحية الجماعية والفردية قد وفوا بالتزامهم بمفهوم القانون رقم 87-19 المؤرخ في 17 ربيع الثاني عام 1408 الموافق لـ 8 ديسمبر سنة 1987 (المادة 05 من القانون رقم 10-03، 2010، صفحة 05).

ب. آليات الحصول على الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة والموجهة للاستثمار: تم منذ عام 2011 وضع آليات تسمح بالحصول على الأراضي الفلاحية، من خلال المنشور الوزاري المشترك رقم 108 المؤرخ 23 فيفري 2011 المتعلق بإنشاء المستثمرات المخصصة للفلاحة وتربية المواشي، والتي تم تعديله واستكمالها بمنشور وزاري مشترك رقم 1839 المؤرخ 14 ديسمبر 2017 المتعلق بالحصول على الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة، والموجهة للاستثمار:

- الحصول على الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح في إطار الامتياز: يعتبر المنشور الوزاري المشترك رقم 1839 بتاريخ 2017/12/14 (وزارة الموارد المائية، وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري، وزارة المالية، ووزارة الداخلية والجماعات المحلية) المتعلق بالحصول على الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة، والموجهة للاستثمار في مجال استصلاح الأراضي عن طريق الامتياز، (تعديل المنشور الوزاري المشترك رقم 108 المؤرخ 23 فيفري 2011): بمثابة مراجعة للمنشور الوزاري المشترك رقم 108 المؤرخ 23 فيفري 2011 الذي يهدف إلى ما يلي (وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري، الحصول على الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح في إطار الامتياز، 2022):

- إنشاء شبكات موحد لوضع الملفات، أي مديرية المصالح الفلاحية للولاية؛
- المصادقة على المشاريع الاستثمارية المهيكلة ذات طابع ابتكاري وقيمة مضافة عالية، من قبل اللجنة التوجيهية الولائية التي يرأسها الوالي؛
- القيام بإعداد مسبق لقرار الجدارة أو الأهلية قبل عملية الامتياز من قبل اللجنة التوجيهية الولائية برئاسة الوالي؛

● توسيع عضوية اللجنة التوجيهية الولائية لتشمل ممثلين آخرين، مثل الوكالة الوطنية للموارد المائية وشركة توزيع الكهرباء والغاز، من أجل ضمان التمكين التقني للمشاريع الاستثمارية المعنية؛

● إعادة تأهيل (وحدة التيسير) المنشأة بموجب المذكرة الوزارية رقم 66 المؤرخ 25 جانفي 2016 والتي تسمح بمعالجة الحالات الخاصة على مستوى الوزارة، قبل رفعها إلى اللجنة الولائية.

- الحصول على الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح في إطار حيازة الملكية العقارية (APFA): تتمثل إجراءات منح الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح في إطار حيازة الملكية العقارية (APFA) في النقاط التالي (وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري، الحصول على الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح في إطار حيازة الملكية العقارية الفلاحية، 2022):

● قيام المرشح بصياغة طلب خطي موجه إلى رئيس الدائرة، مصحوب بملف يتضمن تحديد موقع قطعة الأرض والمساحة المقدرة، وضع برنامج استصلاح الأراضي، تحديد قيمة الاستثمار المتوخى، وضع مخطط مختصر للأراضي الواقعة خارج المحيط، يودع الملف لدى أمانة اللجنة التقنية في محافظة الدائرة (بضمان من مندوب الفلاحة في محافظة الدائرة)، مقابل تسليم وصل إيداع الملف؛

● تتم معالجة الملف من قبل اللجنة التقنية في الدائرة (برئاسة رئيس الدائرة)، ثم تصدر اللجنة رأيا تقنيا بشأن جدوى المشروع خلال فترة لا تتجاوز شهرا (01) قد يكون الرأي إيجابيا أو يحمل تحفظات مع التبرير؛

● يتم إرسال الملفات المرفقة بالإشعارات إلى البلدية من أجل المداولة، ويجب أن تتم هذه المداولات في غضون خمسة عشر (15) يوما في هذا السياق، أي رفض يكون مبرر في المداولات؛

● نقل المداولة إلى الوالي للموافقة أو الرفض، حيث يتم إخطار البلدية وكذا المعني بالأمر بالرفض، كما يملك هذا الأخير حق الطعن (بالتراضي، أو بإتباع التسلسل الهرمي في السلطة وإذا اقتدى الأمر برفع دعوى)، كما يتم الإخطار أيضا عندما يحتوي الملف على تحفظات أو متطلبات تقنية خاصة؛

- يقوم الفرع الولائي لديوان الوطني للأراضي الفلاحية بدعوة المرشحين المختارين للتوقيع على دفتر الشروط؛
 - في ضوء المداوات المعتمدة ودفتر الشروط الموقع، يتم إصدار قرار تنازل يثبت صفة الملكية الملتزمة؛
 - يتم رسل القرار، محضر المداوات ودفتر الشروط وكذا مخطط القطعة الأرضية إلى الإدارة الفرعية لشؤون أملاك الدولة والعقارات من أجل إنشاء عقد الملكية يتناسب وشروط الفسخ؛
 - يتم تسجيل العقد ونشره لدى المحافظة العقارية المختصة.
- استرجاع الأراضي الغير مستغلة: أضحى من غير المعقول ترك الأراضي الفلاحية أو تلك الصالحة للفلاحة غير مستغلة من طرف المستفيدين، أي كانت الوضعية القانونية لها ته الأراضي سواء كانت خاصة أو تابعة للأموال الخاصة للدولة وذلك بغض النظر عن طريقة استغلالها (حيازة الملكية العقارية الفلاحية، امتياز)، وعليه فإن الأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها تنص على إلزامية استغلال الأراضي، لاسيما المادة 20 من قانون 08-16 المؤرخ في 03/08/2008 المتعلق بالتوجيه الفلاحي، والذي تنص على أن الاستغلال الفعلي للأراضي الفلاحية واجب على أي مستثمر فلاحي أو شخص طبيعي أو اعتباري (وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري، استرجاع الأراضي الغير مستغلة، 2022):
- بالنسبة للأراضي الممنوحة في إطار الامتياز (مجلس وزاري مشترك رقم 1839): تتم متابعة تنفيذ عملية الاستصلاح عن طريق الامتياز من قبل لجنة متابعة، تم إنشاؤها بقرار من الوالي وتتألف من الممثلين المعتمدين لدى مديرية المصالح الفلاحية والمدير أولوائي لديوان الوطني للأراضي الفلاحية، حيث تمارس هذه اللجنة مهمة الرقابة الدورية لمدى احترام شروط تنفيذ عملية استصلاح واستغلال الأراضي الفلاحية وبالتالي ضمان الامتثال لأحكام دفتر الشروط كما تقوم اللجنة بتحرير محضر يتم من خلاله عرض حالة تقدم الأشغال، ويقوم المدراء الولائيين التابعين لديوان الوطني للأراضي الفلاحية باتخاذ إجراءات فسخ عقد الامتياز وإلغاء قرار الجدارة ضد المستفيدين الذين لم يلتزموا بالشروط المذكورة أعلاه والمتعلقة باستغلال الأراضي الممنوحة؛
 - بالنسبة للأراضي المخصصة بموجب مخطط حيازة الملكية العقارية الفلاحية (APFA): في حالة غياب عملية استصلاح الأراضي لمدة خمسة سنوات (05) (ما عدا في حالات القوة القاهرة)، يقوم الوالي وبطلب من رئيس البلدية بإبلاغ القاضي لغرض تطبيق شروط

الفسخ. إذا أمر القاضي بحسم العملية وبالتالي إلغاء المنح، يحتفظ الطرف المعني بملكية المعدات والمواد التي جلبها، وقد يتعلق الأمر في هذه الحالة، برفع شروط الفسخ فقط على الجزء المخصص للاستصلاح ويتم استرجاع باقي الأراضي وإعادة توزيعها وفقاً للإجراءات المعمول بها. أي في إطار المنشور الوزاري المشترك رقم 750 المؤرخ 18 جويلية 2018 بشأن تطهير العقار الفلاحي.

3. وضعية العقار الفلاحي في ولاية تبسة

يعتبر ملف العقار الفلاحي ملفا جوهريا للنهوض بقطاع الفلاحة والاستثمار في إطار استصلاح الأراضي، حيث تعاني ولاية تبسة العديد من المشاكل في تنظيم استغلال الأراضي الفلاحية المتواجدة على مستوى الولاية أبرزها مشكلة ما يسمى بأراضي العرش وأراضي البلدية. فمنذ صدور قانون 10-03 المؤرخ في 15/08/2010 المحدد لشروط وكيفيات استغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة والذي جاء بالامتياز كمنط وحيد لاستغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة بهدف تحقيق استثمار حقيقي وناجح للأراضي الفلاحية، سعى القائمون على القطاع الفلاحي في ولاية تبسة لمحاولة حل مشاكل هذا الملف العويص من خلال العمل على تسهيل منح الرخصة للفلاحين الراغبين في استغلال الأراضي ضمن هذا القانون بعد دراسة دقيقة للمفاهيم.

1.3. الأراضي الفلاحية في ولاية تبسة: تتوفر ولاية تبسة على موارد طبيعية هامة ومتنوعة تشكل العمود الفقري لاقتصادها ومصدر عيش لسكانها وتشمل هذه الموارد المياه والأراضي وما تحويه من تربة ونباتات وحيوانات وتنوع حيوي، والجدول التالي يبين التوزيع العام للأراضي الفلاحية في ولاية تبسة.

الجدول 1: التوزيع العام للأراضي الفلاحية في ولاية تبسة

النسبة (%)	المساحة (هكتار)	توزيع الأراضي
24.59	312175	الأراضي الفلاحية المستغلة
34.20	434088	أراضي رعوية
14.57	185004	الغابات
22.06	280000	الأراضي الحلفاء
4.58	58091	مساحات أخرى
100	1269358	مجموع الأراضي الفلاحية

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات مديرية المصالح الفلاحية لولاية تبسة

يبين الجدول 1 التوزيع العام للأراضي الفلاحية في ولاية تبسة المقدرة بـ 1269358 هكتار، وتمثل الأراضي الرعوية أكبر مساحة من إجمالي المساحة الكلية للأراضي الفلاحية بـ 434088 هكتار أي 34% من المساحة الكلية، وهذا ما يعكس التوجه العام للفلاحين في تربية المواشي بجميع أنواعها (أغنام، ماعز، أبقار، إبل) لهذا يستغلون مساحات فلاحية كبيرة بهدف الرعي، بينما احتلت الأراضي الفلاحية المستغلة المرتبة الثانية بنسبة 25% من المساحة الكلية ما يقابلها 312175 هكتار، منها 28129 هكتار أراضي مروية، طبيعتها القانونية ملكية خاصة للدولة (العرش + البلدية) بنسبة 84%، و10% منها تم منحها في إطار عقد الامتياز من قانون (03/10) التنازل عن الأملاك العقارية ذات الطابع الفلاحي (APFA)، و6% منها من الأراضي الملك، حيث يميل النشاط الزراعي للتنوع من خلال زراعة أنواع مختلفة ومتنوعة من الخضر والفواكه والحبوب... كالبطاطا والثوم وزراعة الزيتون والألبان....

وتعتبر نسبة الأراضي الفلاحية المستغلة في ولاية تبسة ضئيلة جدا مقارنة بالمساحة الإجمالية وهذا ما يؤثر على تطور الزراعة وانخفاض قيمة الناتج الفلاحي في الولاية نظرا لتقلص المساحات المخصصة للزراعة، ثم تأتي الأراضي الحلفاء والغابات بنسبة 22% (280000 هكتار) و14% (185004 هكتار) على التوالي، وهذا يعكس التنوع الطبيعي للولاية.

2.3. منح الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح في إطار حيازة الملكية العقارية في ولاية تبسة: قامت مديرية المصالح الفلاحية لولاية تبسة بالاعتماد على القانون رقم 10-03 المؤرخ في 2010/08/15 الذي يحدد شروط منح الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح في إطار الملكية العقارية، وكانت حصيلة الأراضي الممنوحة كالتالي:

الجدول 2: حصيلة منح الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح في إطار الملكية العقارية في ولاية تبسة خلال الفترة (2010-2018)

عدد المستفيدين	المساحة (هكتار)	البيان	
114	1049	APFA*	الأراضي الفلاحية التي تم استصلاحها
200	1353	GCA**	
314	2402	المجموع	
412	2060	أراضي فلاحية موجهة للشباب	الأراضي الفلاحية الجاري استصلاحها
607	34425	أراضي فلاحية موجهة للاستثمار	
1019	36485	المجموع	
1333	38887	المجموع الكلي	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات مديرية المصالح الفلاحية لولاية تبسة

*APFA: Accession à la Propriété Foncière Agricole.

**GCA: Générale des Concessions Agricoles.

يبين الجدول 2 استصلاح الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح في إطار الملكية العقارية في ولاية تبسة منذ صدور قانون 10-03 إلى غاية سنة 2018، حيث تم استصلاح 1049 هكتار ضمن قانون الحيازة على الملكية العقارية الفلاحية (APFA)، واستفاد من هذا المشروع 114 فلاح، منهم 36 مستفيد تمكنوا من الحصول على عقد الملكية، و78 مستفيد جاري الحصول على عقود الملكية، مع العلم أن مديرية المصالح الفلاحية لولاية تبسة لم تستقبل بعد خطط ترسيم الحدود المتعلقة بهذه المساحات بواسطة خدمات الوكالة الوطنية لمسح الأراضي (CADASTRE)، كما استفاد 200 فلاح من مساحة قدرها 1353 هكتار عن طريق الهيئة العامة للامتيازات الفلاحية (GCA)، منهم 11 مستفيد تمكنوا من الحصول على عقد الملكية، و152 مستفيد جاري الحصول على عقود الملكية، و36 ملف مرفوض، لتصبح حصيلة البرامج المنجزة هي 2402 هكتار أراضي فلاحية مستصلحة لفائدة 314 فلاح مستفيد، وتظهر هذه الإحصائيات مدى ضعف استصلاح الأراضي الزراعية مقارنة بالمساحة الفلاحية الإجمالية (1269358 هكتار)، حيث تعبر هذه الأرقام عن ضعف منح الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح بالرغم ما وفرته المصالح الفلاحية من دعم كبير لهذا المجال.

أما بالنسبة للأراضي الفلاحية الجاري استصلاحها فقد وضعت مديرية المصالح الفلاحية برنامج باستصلاح 2060 هكتار لصالح 412 مستفيد كبرنامج خاص بإنشاء مناطق للشباب، إلا أنه تم تسجيل إجراءات غير مكتملة، ويعود السبب لنقص التمويل لهيكل هذه الإجراءات، أما فيما يخص الاستثمار فقد تم وضع برنامج يستهدف استصلاح ما مقداره 34425 هكتار لصالح 607 مستفيد، لتصبح المساحة الإجمالية للأراضي الفلاحية الجاري استصلاحها 36485 هكتار لصالح 1019 مستفيد، ونلاحظ تحسن الكبير في نسبة استصلاح الأراضي الفلاحية، والاهتمام أكثر بهذا المجال لما له من أهمية خاصة في زيادة المساحة الفلاحية المستغلة ومنه زيادة الإنتاجية، حيث تسعى المصالح الفلاحية لولاية تبسة لرفع المساحة الفلاحية المستغلة من خلال الاستثمار في العقار الفلاحي بين الامتياز والشراكة، إلا أن نجاح هذه العملية متوقف على حل المشاكل العويصة التي تحيط بالعقار الفلاحي للولاية.

3.3. منح الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح في إطار الامتياز في ولاية تبسة

صادقت لجنة التوجيه لولاية تبسة على 10 محيطات فلاحية بإجمالي مساحة قدرت بـ 36485 هكتار في إطار المنشور الوزاري المشترك رقم 108 المؤرخ في 23 فبراير 2011 الذي يفتح المجال أمام حاملي المشاريع والشباب للحصول على العقار الفلاحي بغرض إنشاء

مستثمرات فلاحية جديدة وتربية المواشي بهدف تحسين القدرات الإنتاجية للعقارات الفلاحية. قسمت بالشكل التالي:

أ. **المحيطات الفلاحية الصغيرة (أقل من 10 هكتار):** قدر عدد المحيطات الفلاحية الصغيرة (أقل من 10 هكتار) المصادق عليها في ولاية تبسة 05 محيطات فلاحية بمساحة قدرت بـ 2060 هكتار لفائدة 412 فلاح.

الجدول 3: المحيطات الفلاحية الصغيرة في ولاية تبسة (أقل من 10 هكتار)

المساحة الكلية (هكتار)	عدد الطلبات المسجلة	عدد الطلبات المقبولة
2060	600	412

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات مديرية المصالح الفلاحية لولاية تبسة

يبين الجدول 3 المحيطات الفلاحية الصغيرة (أقل من 10 هكتار) في ولاية تبسة، والتي قدرت مساحتها بـ 2060 هكتار، حيث تم تسجيل 600 طلب بهدف استغلال هذه المحيطات على مستوى الديوان الوطني للأراضي الفلاحية (ONTA)، وتم قبول 412 ملف تتوفر فيهم شروط منح عقد الامتياز الوارد على الأراضي الفلاحية، أي بنسبة 68.67% وهي نسبة مقبولة نظرا لصغر المساحة الممنوحة، وكان الهدف من استصلاح هذه الأراضي زيادة المناطق المخصصة للشباب داخل الولاية.

ب. **المحيطات الفلاحية الكبيرة (أكثر من 10 هكتار):** قدر عدد المحيطات الفلاحية الكبيرة (أكثر من 10 هكتار) المصادق عليها في ولاية تبسة 05 محيطات فلاحية بمساحة قدرت بـ 34425 هكتار لفائدة 607 فلاح.

الجدول 4: المحيطات الفلاحية الكبيرة في ولاية تبسة (أكثر من 10 هكتار)

المساحة الكلية (هكتار)	عدد الطلبات المدروسة	عدد الطلبات المقبولة
34425	1200	607

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات مديرية المصالح الفلاحية لولاية تبسة

يبين الجدول 4 المحيطات الفلاحية الكبيرة (أكثر من 10 هكتار) في ولاية تبسة، حيث قامت المصالح الفلاحية بالولاية باستصلاح مساحة جيدة قدرت بـ 34425 هكتار في جنوب الولاية، كما أن الديوان الوطني للأراضي الفلاحية لولاية تبسة قام بالمصادقة على 607 ملف من أصل 1200 طلب لاستغلال هذه الأراضي، أي بنسبة 50.58% وهي نسبة متوسطة إذا لم نقل إنها ضعيفة، نظرا للأهمية الكبيرة التي تتمتع بها هذه المحيطات الفلاحية خاصة من جانب الاستثمار الفلاحي وزيادة مساحة الأراضي الفلاحية المستغلة داخل الولاية.

4.3. توزيع المحيطات الفلاحية الكبيرة المخصصة للاستثمار في ولاية تبسة: منح الديوان الوطني للأراضي الفلاحية في ولاية تبسة 607 تصريح باستغلال 34425 هكتار من المحيطات الفلاحية الكبيرة الموجهة للاستثمار الفلاحي، والجدول التالي يبين المحيطات الفلاحية المستصلحة في جنوب الولاية والموجهة للاستثمار.

الجدول 5: توزيع المحيطات الفلاحية الكبيرة في ولاية تبسة

المساحة الممنوحة (هكتار)	المحيطات الفلاحية (المناطق)	البلدية
6825	نفيظة ززار	نقرين
5100	قار عواج	
5800	عالب السدرة	
14050	رقراق الربح	فرکان
2650	قرقيط الكيحل	
34425	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات مديرية المصالح الفلاحية لولاية تبسة

يبين الجدول 5 توزيع المحيطات الفلاحية الكبيرة (أكثر من 10 هكتار) المخصصة للاستثمار في جنوب ولاية تبسة، وبضبط في بلديتي نقرين وفرکان، حيث استفادت بلدية نقرين من ثلاثة محيطات فلاحية كبيرة في المناطق التالية نفيظة ززار، قار عواج وعالب السدرة، حيث بلغت مساحتها 6825، 5100 و 5800 هكتار على التوالي بمجموع 17725 هكتار، بينما استفادت بلدية فرکان من منطقتين فلاحيتين هما رقراق الربح وقرقيط الكيحل، بمساحة قدرت بـ 14050 و 2650 هكتار على التوالي بإجمالي 16700 هكتار، وتمتاز المنطقة الجنوبية للولاية بإقليم شبه صحراوي يتم فيه تربية الابل وزراعة التمر، وستكون هذه الأراضي المستصلحة والمخصصة للمنطقة عامل إيجابي ودافع كبير للاستثمار الفلاحي في المنطقة، نظرا لأهمية الأراضي المستصلحة في عملية الاستثمار خاصة في هذه المناطق الوعرة، وأيضا بهدف تنمية هذه المناطق التي تعاني التهميش والإهمال.

مع العلم أن مديرية المصالح الفلاحية لولاية تبسة بادرت منذ بداية سنة 2018 إلى استصلاح هذه المساحة لتعزيز المساحة الزراعية الإجمالية للولاية والمقدرة بحوالي 312175 هكتار بغية دعم الإنتاج المحلي بإشراف من المكتب الوطني للبحوث المتخصصة في وضع وتنفيذ الدراسات والتحقيقات من خلال تحديد المساحات التي سيستفيد منها الفلاحون إلى جانب فتح المسالك المؤدية إليها والتي كان من المنتظر دخولها حيز الخدمة نهاية شهر فيفري 2018.

4. خاتمة

عمدت الجزائر منذ الاستقلال إلى تطبيق مجموعة من القوانين بهدف تنظيم العقار الفلاحي وحل مشاكله، ولكن لم تنجح هذه القوانين المتعاقبة في حل هذه المشاكل العويصة، لتلجأ الدولة لقانون استغلال الأراضي الفلاحية عن طريق الامتياز بداية من سنة 2010 عن طريق القانون رقم 10-03، والذي يعطي حق استغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة التابعة للدولة وكذا الأملاك السطحية المتصلة بها، إلا أن فحوى هذا القانون لم يختلف كثيرا عن قانون 87-19، حيث ظهر الاختلاف الجوهري في تحويل عقد الاستغلال من دائم إلى محدود (استغلال الأراضي لمدة أقصاها 40 سنة قابلة للتجديد) مع منح الإدارة المحلية سلطة فسخ العقد دون اللجوء للقضاء، مع الإبقاء على الممارسات السابقة ونفس دفتر الشروط السابق تقريبا والذي يحدد عن طريق التنظيم. وهو ما يتنافى مع صحة الفرضية الأولى. هذا وقد سعت المصالح الفلاحية لولاية تبسة بالاعتماد على عقد الامتياز لمنح حق استغلال أكبر مساحة ممكنة للأراضي الفلاحية داخل الولاية لصالح الفلاحين، كما عملت على استصلاح مساحات فلاحية كبيرة داخل الولاية (خاصة المنطقة الجنوبية) وقامت بتوجيهها للاستثمار الفلاحي لصالح السكان الذين يفضلون الاستثمار في القطاع الفلاحي، إلا أن نسبة هذه الأراضي الممنوحة بهدف الاستثمار تعتبر ضعيفة جدا مقارنة بالمساحة الفلاحية الإجمالية داخل الولاية. حيث لا يزال موضوع العقار الفلاحي في ولاية تبسة يعاني العديد من المشاكل منها مشاكل الملكية واستغلال الأراضي الفلاحية بطريقة غير قانونية أو ما يعرف بأراضي العرش والبلدية، وهذا حال دون الاستفادة من هكتارات كبيرة من المساحات الفلاحية الغير مستغلة بسبب وضعيتها الغير قانونية، مما جعل أصحابها يجرمون من الدعم الفلاحي والقروض وبرامج استصلاح الأراضي الفلاحية. وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

1.4. نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- لم تستطع الحكومات الجزائرية المتعاقبة منذ الاستقلال إلى غاية اليوم من حل المشاكل العويصة التي تميز العقار الفلاحي في الجزائر، والتي تتمثل أبرزها في الاستغلال الغير القانوني للأراضي الفلاحية ومشاكل قانونية حول ملكيتها وصعوبة إحصائها... والدليل فشل كل القوانين التي طبقت بهدف تنظيم هذا العقار الذي يعتبر عاملا أساسيا لتطور ونمو القطاع الفلاحي؛

- لم يختلف كثيرا قانون الامتياز الفلاحي الأخير المعتمد من طرف الدولة الجزائرية المتمثل في القانون رقم 10-03 عن سابقه القانون رقم 87-19 (عقد الانتفاع الدائم)، حيث يتمثل الاختلاف الأبرز في مدة الاستغلال من مؤبد إلى استغلال لمدة 40 سنة، وإعطاء للإدارة سلطة فسخ العقد مع الاحتفاظ بنفس آليات القانون القديم؛
- تعتبر نسبة الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة الموجهة للاستثمار في ولاية تبسة ضعيفة جدا مقارنة بمساحة الأراضي الفلاحية المستغلة، حيث لم تتجاوز عتبة 11.08% وذلك راجع لعدم قدرة السلطات المحلية لتسجيل جميع الأراضي الفلاحية لمشاكل الملكية والاستغلال الغير قانوني لهذه الأراضي من طرف الفلاحين؛
- يعاني العقار الفلاحي في ولاية تبسة من مشاكل ومعيقات كبيرة، خاصة أراضي العرش والبلدية، التي لا تزال 80% منها في وضعية غير قانونية بسبب المشاكل بين العائلات والعروش في المنطقة، وهذا حال دون الاستفادة من الدعم الفلاحي والقروض وبرامج استصلاح الأراضي الفلاحية....

2.4. توصيات الدراسة:

- من خلال النتائج السابقة يمكن إدراج جملة من التوصيات من بينها ما يلي:
- التعجيل في تسوية عقود ملكية الأراضي الفلاحية التي تواجه مشاكل قانونية، خاصة تلك القضايا العالقة أمام القضاء لسنوات طويلة؛
- استحداث قانون خاص يمنح من خلاله مستغلي أراضي العرش والبلدية (بطريقة غير قانونية) عقود امتياز في إطار قانون 10-03، حتى يتم تسوية مشكلة ملكيتهم لهذه الأراضي بطريقة قانونية؛
- تشديد الرقابة والمتابعة على المستفيدين من عقود الامتياز لاستغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة (خاصة الموجهة للاستثمار)، واسترجاع الأراضي الفلاحية المهملة ومنحها لمن يستغلها حقا؛
- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة والرقمنة في إحصاء الأراضي الفلاحية وتسجيلها لدى مصالح أملاك الدولة في كل ولاية، لتسهيل عملية استصلاحها ومنحها للمستثمرين في شكل عقود امتياز.

5. قائمة المراجع.

- الطيب الهاشمي. (2014/2013). التوجه الجديد لسياسة التنمية الريفية في الجزائر (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة أبو بكر بالكايد - تلمسان؛
- المادة 03 من القانون رقم 08-16. (03 08 2008). المتضمن التوجيه الفلاحي؛
- المادة 04 من القانون رقم 10-03. (10 08 2010). المتضمن شروط وكيفيات منح الامتياز؛
- المادة 05 من القانون رقم 10-03. (10 08 2010). المتضمن شروط وكيفيات منح الامتياز؛
- بومدين زاوي. (2016/2015). التمويل البنكي، الدعم وتنمية القطاع الفلاحي في الجزائر (مقاربة كمية) (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة مصطفى إسماعيل - معسكر؛
- حفيظة عطوي. (2019). المستثمرة الفلاحية أسلوب جديد لاستغلال الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الوطنية. مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، المجلد 09 (العدد 02)، ص 127-128؛
- رضا بوعافية. (2018/2017). آليات تسيير العقار الفلاحي في التشريع الجزائري (أطروحة دكتوراه). كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر: جامعة العقيد الحاج لخضر - باتنة؛
- زهير عماري. (2013). إشكالية تنظيم العقار الفلاحي الجزائري وأهم الخيارات الممكنة لتطويره. مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 07 (العدد 01)، ص 147-148؛
- سوسن بوصبيعات. (2018/2017). النظام القانوني لاستغلال العقار الفلاحي في الجزائر - الأراضي الفلاحية التابعة للأمولاك الخاصة للدولة - (أطروحة دكتوراه). كلية الحقوق، الجزائر: جامعة قسنطينة؛
- فريد عمبة. (2016). تقييم السياسات العقارية للقطاع الفلاحي في الجزائر والحلول المقترحة لحل الإشكالية العقارية. مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 10 (العدد 02)، ص 194؛
- وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري. (15 12 2022). استرجاع الأراضي الغير مستغلة. تم الاسترداد من <https://madr.gov.dz/%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%82%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%8AD8%AA%D8%B1%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AB%D9%85%D8%A7%D8%B1/>؛
- وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري. (15 12 2022). الحصول على الأراضي الفلاحية عن طريق الاستصلاح في إطار الامتياز. تم الاسترداد من <https://madr.gov.dz/%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%82%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%8AD8%AA%D8%B1%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AB%D9%85%D8%A7%D8%B1/>؛

مساهمة الاتصالات التسويقية المبتكرة في توجيه قرار اختيار المستهلك
للمؤسسة الصحية - دراسة حالة مصحة نجمة الشرق بولاية قسنطينة

**The contribution of innovative marketing communications in
guiding consumer choice decision of a health institution. A case
study of Nejmet Al Sharq Clinic in Constantine State**

عبدالله لفايدة

Abdellah Lefaida

جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2 - الجزائر

abdellah.lefaida@univ-constantine2.dz

*ليندة صديق

Linda Seddik

جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2 - الجزائر

linda.seddik@univ-constantine2.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/03/31

تاريخ الاستلام: 2023/01/21

الملخص:

يشهد قطاع الرعاية الصحية في الجزائر تزايد كبير لعدد المؤسسات الخاصة ومنه تزايد لحدة المنافسة بين هذه الأخيرة بشكل أصبح فيه الابتكار في الاتصالات التسويقية ركيزة من ركائز الممارسات التسويقية الناجحة ومدخل مجابهة ظروف المنافسة والتميز بغية استمالة المستهلكين وتوجيه قراراتهم. هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مساهمة الاتصالات التسويقية المبتكرة في توجيه قرار اختيار المستهلك للمؤسسة الصحية على أساس دراسة إحصائية على عينة من مستهلكي خدمات مصحة نجمة الشرق الخاصة شملت 103 مفردة، وأثبتت وجود أثر معنوي للإبتكار في الاتصالات التسويقية على قرار اختيار المستهلك للمصحة حيث يمثل الإبتكار في العلاقات العامة أهم أبعادها .

الكلمات المفتاحية: الاتصالات التسويقية، الابتكار، سلوك المستهلك.

تصنيف JEL: M31، O31

Abstract :The Health care sector in Algeria is knowing a significant increase in the number of private institutions, increasing the intensity of competition between the latter in a way that innovation in marketing communications has become an entry point to confront the conditions of competition and excellence in order to attract consumers and direct their decisions. This study aimed to clarify the contribution of innovative marketing communications in guiding the consumer's choice of health institution, based on a statistical study on a sample of 103 consumer of Nejmet Al Sharq Private Clinic and proved that innovation in public relations is the most important dimension.

Keywords: Marketing communications, Innovation, Consumer behavior.

Classification JEL: M31 , O31.

1. مقدمة:

تعتبر الاتصالات التسويقية بأبعادها المتمثلة في الإعلان، تنشيط المبيعات، العلاقات العامة والبيع الشخصي إحدى مكونات الإستراتيجية العامة للمؤسسة وركيزة من ركائز المزيج التسويقي المتميز يتم تصميمها للتأثير في سلوك الجمهور المستهدف، بالإضافة إلى التأثير على الصورة الذهنية للمؤسسة وسمعتها وكذلك قدرتها التنافسية.

ويعكس الابتكار في الاتصالات التسويقية الذي يعد أحد أهم مفاتيح نجاح المؤسسات في بيئة الأعمال المعاصرة وجها جديدا للنشاط الترويجي يقوم على الإبداع والتجديد المستمر لكل من الأساليب والوسائل الاتصالية المتاحة للمؤسسة إذ يمنحها تميزا عن الآخرين ودعما لمركزها التنافسي ويزيد من قدرة إقناعها وتأثيرها على سلوك المستهلك؛ ولا تنشط المؤسسات الصحية الخاصة بمعزل عن واقع البيئة التسويقية الراهنة، فهي تواجه مثل غيرها من المؤسسات الخدمية منافسة حادة سببها الرئيسي تزايد عدد المؤسسات في قطاع الرعاية الصحية؛ ومنه وجب عليها انتهاج أساليب ووسائل واستراتيجيات اتصالية وترويجية عصرية، حديثة ومبنية على التجديد المستمر والابتكار، قادرة على جلب المرضى، وإقناعهم وعلى تعزيز الموقع التنافسي للمصحة واستدامته.

على أساس ما سبق يمكن صياغة إشكالية البحث على النحو التالي:

ما هي مساهمة الاتصالات التسويقية المبتكرة في التأثير على قرار اختيار

المستهلك للمؤسسة الصحية؟

ويندرج عن هذا التساؤل الرئيسي جملة من التساؤلات الفرعية هي كالتالي:

- ما هي الأسس النظرية للابتكار التسويقي وعناصر الاتصالات التسويقية المبتكرة؟
 - هل يوجد أثر بين الإعلان الابتكاري واختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق؟
 - هل يوجد أثر بين الابتكار في تنشيط المبيعات واختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق؟
 - هل يوجد أثر بين الابتكار في البيع الشخصي واختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق؟
 - هل يوجد أثر بين الابتكار في العلاقات العامة واختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق؟
- وللإجابة على إشكالية الدراسة تم وضع الفرضية الرئيسية التالية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاتصالات التسويقية المبتكرة على قرار اختيار

المستهلك لمصحة نجمة الشرق بولاية قسنطينة.

وينبثق عن هذه الفرضية الرئيسية جملة من الفرضيات الفرعية تم صياغتها كالتالي:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإعلان الابتكاري واختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الابتكار في تنشيط المبيعات واختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الابتكار في البيع الشخصي واختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الابتكار في العلاقات العامة واختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول موضوعا مهما وحيويا يمثل أحد مواضيع الساعة في ظل انفتاح الأسواق وظروف المنافسة الحالية، فالابتكار عامة وفي مجال الترويج خاصة عنصر أساسي في التسويق الناجح من شأنه خلق نسق متكامل ومتجدد هدفه التأثير في قرارات المستهلكين وأولها قرار اختيار المؤسسة وخدماتها دون غيرها من المؤسسات المنافسة، على اعتبار أن المستهلك سيد السوق وإرضاءه والمحافظة عليه السبيل الوحيد المؤدي إلى البقاء والاستمرارية وتحقيق الأرباح وهذا خاصة في القطاعات التي تشهد منافسة شديدة ومتزايدة كقطاع الرعاية الصحية.

أهداف الدراسة:

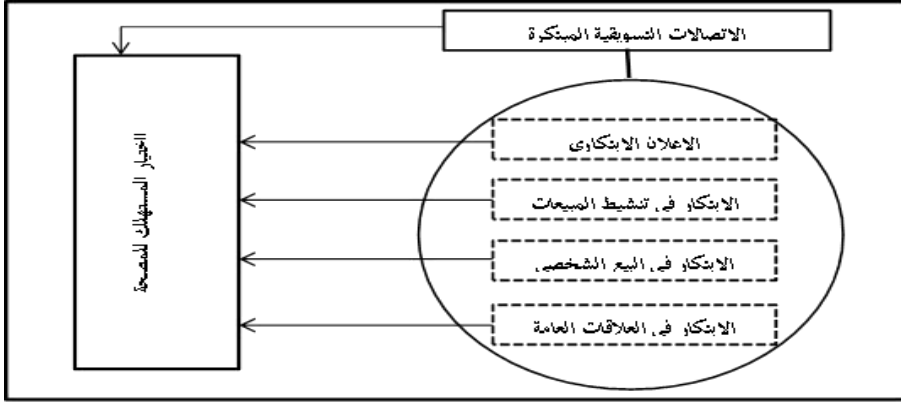
تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نوجزها فيما يلي:

- هدف نظري هو الإلمام بمختلف المفاهيم المرتبطة بالابتكار التسويقي عامة وبالابتكار في الاتصالات التسويقية بصفة خاصة؛
- هدف عملي يتجلى في التحقق من مدى تأثير الابتكار في مجال الاتصالات التسويقية بمختلف أبعادها على سلوك المستهلك؛
- تحديد أثر الابتكار في الاتصالات التسويقية في توجيه قرار المستهلك.

نموذج الدراسة:

اعتمادا على الأدبيات النظرية يمكن اقتراح النموذج التالي للدراسة:

الشكل رقم 1: نموذج الدراسة



المراجع: من إعداد الباحثان

2. الابتكار التسويقي.

تم تناول الابتكار ضمن العديد من التخصصات العلمية حيث تتداول كلمة ابتكار كثيرا للدلالة على كل ما هو جديد في الشيء، فالابتكار هو ترجمة للكلمة اللاتينية Innovation التي يترجمها الكثير بالتجديد حيث أن التجديد يحمل إلزامية وجود منتج حالي ، وللابتكار معان متعددة كنتيجة للتداخل والخلط بينه وبين مصطلحات قد يراها البعض على أنها مرادفات له وعلى رأسها الإبداع Creativity والاختراع Invention بينما يشير الكثير من المختصين إلى أنها مصطلحات مختلفة، ففي حين يرتبط الإبداع والاختراع بالاكشاف وتوليد أفكار جديدة يعني الابتكار بجانب تجسيد الفكرة في شكل منتج أو خدمة جديدة وتأثيراتها الاقتصادية ويرتبط بالموارد الملموسة (المادية والبشرية)، بل يتعداه إلى اكتشاف الأسواق وتجديد النظم الإدارية. (بن شريف، 2019-2020، صفحة 73)، أي أن ومعنى آخر الإبداع هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة في حين أن الابتكار هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو التحويل من الفكرة إلى المنتج (خلفاوي و لوصادي، 2019، صفحة 261).

ويعرف J.Schumpeter الابتكار بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية على أنه "قوة إبداعية خلاقة تحدث تغيرات جذرية في العملية الإنتاجية وتحفز النمو الاقتصادي وتحسن الرفاهية الإجتماعية." (LeBas, 1999, p. 10) وتعرفه Schermerhorn على أنه "عملية إنشاء الأفكار الجديدة ووضعها في الممارسة، فأفضل المؤسسات تلك التي تتوصل إلى الأفكار الخلاقة ومن ثم تضعها أرض الممارسة." (خلفاوي و لوصادي، 2019، صفحة 261)،

فالابتكار إذا ينطلق من أفكار جديدة لكن لا يتوقف عندها بل يتعدى إلى تجسيدها أرض الواقع.

1.2. تعريف الابتكار التسويقي:

الابتكار التسويقي مفهوم واسع يشمل جميع الأنشطة التسويقية المرتبطة بتوجيه إنسياب السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي (يونس، 2022، صفحة 550) عرفه Lattimore & Love بأنه تطبيق طريقة تسويقية جديدة تتطلب تغييرات ذات معنى في تصميم أو غلاف المنتج أو التسعير أو التوزيع أو الاتصالات التسويقية (Love & Lattimore, 2009, p. 155). ومنه فالابتكار التسويقي هو تجسيد للأفكار الجديدة في الممارسات المرتبطة بالتسويق وبعناصر المزيح التسويقي.

2.2. الابتكار في الاتصالات التسويقية:

الاتصالات التسويقية "نشاط إقناعي يتم في إطار الجهود التسويقية قائم على اتصال مباشر أو غير مباشر مع الجمهور المستهدف." (الصميدعي و ردينة، تسويق الخدمات، 2010، صفحة 285)، أما الاتصالات التسويقية في مجال الخدمة الصحية فلها نوع من الخصوصية إذ تأخذ بعين الاعتبار أبعادا إضافية قد تختلف في الإطار العام عن ما هو عليه في بقية القطاعات الأخرى، وعليه فقد عرفت من خلال المنظور الصحي على أنها "الطريقة التي تطلع بها المؤسسة الصحية أفراد المجتمع على الخدمات الصحية التي تقدمها عبر الوسائل المباشرة وغير المباشرة." (البكري، 2005، صفحة 241)، ومنه نستنتج أن الاتصالات التسويقية في مجال الخدمات الصحية عامل مؤثر يدفع المستهلك لاختيار مؤسسة صحية دون الأخرى والتعامل معها، وعليه يتعين على هذه الأخيرة وعلى غرار باقي المؤسسات الاقتصادية والخدمات الأخرى جعل برامجها الترويجية أكثر فعالية وبالأخص المصحات الخاصة الهادفة إلى الربح، حيث يجب أن يسعى الترويج فيها إلى توصيل الأفكار والإرشادات الصحية التي تراها هامة، وتدعيم وتنمية أسواقها وزيادتها.

والاتصالات التسويقية المبتكرة هي "قدرة المؤسسة على عملية الابتكار في الإتصال المباشر وغير المباشر من خلال الإعلان والإتصال الشخصي وتنشيط المبيعات والنشر لتعريف المستهلك بمنتج المؤسسة ، ومحاولة إقناعه بأنه يحقق حاجاته ويلبي رغباته من خلال

استخدامات جديدة ومبتكرة." (السرطان، 2005، صفحة 68)، وهي كذلك استخدام وسائل وأساليب جديدة في عناصر المزيج الترويجي بإطار جديد مميز وغير مألوف.

هذا ويشمل مزيج الاتصالات التسويقية المبتكرة العناصر التالية:

أ. **الإعلان الابتكاري:** يمثل الإعلان أحد أهم عناصر المزيج الترويجي، ولكي يؤدي هذا النشاط وظيفته على أكمل وجه وجب على المؤسسة وضع استراتيجية إعلانية قائمة على الابتكار تدعم مكانة وصورة هذا المنتج في ذهنية مستهلكيها (طريف و بن الساسي، 2015)، فالإعلان الابتكاري هو إعلان ناجع ومقنع يقوم على وعود صادقة من المؤسسة وأدائها المتميز عن المؤسسات المنافسة بدلالة المنفعة ونمط الانجاز الابتكاري المستخدم، ويكون الهدف منه هو جذب انتباه الزبون وإثارة إهتمامه وبالتالي إيجاد الرغبة لديه مما يجعله يقرر الشراء (عمري و قاشي، 2018، صفحة 426) يعرف على أنه "القدرة على توليد أفكار جديدة، فريدة ومناسبة، يمكن استخدامها كحلول لمشاكل الاتصالات، وتقديم المنتجات بطرق جديدة" (El Murad & Douglas, 2004, p. 188)، وبغية تحقيق ذلك فإنه يجب أن يتم في إطار خطة إعلانية متكاملة ضمن الخطة الترويجية الكلية والتي تكون بدورها في إطار الخطة الكلية لوظيفة التسويق والمؤسسة (بن مير و الشيخ، 2016، صفحة 13).

ب. **الابتكار في البيع الشخصي:** يظهر الابتكار في البيع الشخصي من خلال تكامل قوى البيع بالمؤسسة وعملها جاهدة على توفير معلومات فريدة للمستهلكين، حيث يقوم الابتكار في البيع الشخصي على عملية خلق أفكار جديدة تفعل من عملية الاتصال بالعميل وتوسع من قاعدة البيانات والمعلومات المتعلقة بسلوكه الشرائي (بن زايد، 2017، صفحة 222)، تهدف المؤسسة من خلاله إلى زيادة احتمال نجاح العملية البيعية لمنتجاتها وخدماتها؛ وبما أن البيع الشخصي يعتمد إلى حد كبير على المهارات التي يمتلكها رجل البيع يمكن تعريف الابتكار في مجال البيع الشخصي على أنه "مجموع الأفكار والسلوكيات الجديدة التي يظهرها مندوب البيع في أداء الأنشطة الموكلة إليه" (طريف و بن الساسي، 2015، صفحة 174).

ج. **الابتكار في تنشيط المبيعات:** يعتبر تنشيط المبيعات مجالاً خصباً للإبتكار في التسويق (عمري و قاشي، 2018، صفحة 428)، حيث تعتبر وظيفة تنشيط المبيعات من الأنشطة المحفزة للسلوك الشرائي فبينما يعطي الإعلان للمستهلك سبباً للشراء يعطي نشاط تنشيط المبيعات المبتكر الحافز للشراء؛ ويظهر الابتكار في مجال تنشيط المبيعات من خلال تقديم

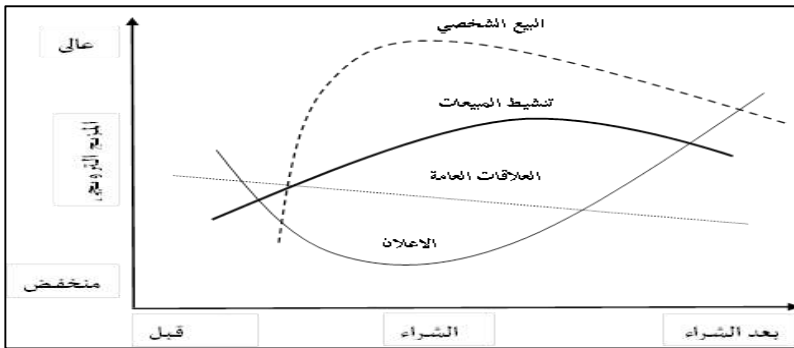
خدمات جديدة للمستهلكين وبانتظام مما يؤدي إلى زيادة إدراكهم للمنتجات المعروضة (طريف و بن الساسي، 2015، صفحة 177)، وكذلك بموجب استخدام وسائل مبتكرة من بينها حافز المستخدم المتكرر، الابتكار في السعر، الهدايا وغيرها.

د. الابتكار في العلاقات العامة: يعني هذا النشاط الابتكار والابداع في تنمية علاقات وثيقة مع المنظمات والجماهير المختلفة في المجتمع (السرطان، 2005، صفحة 71) بهدف تحسين صورة المؤسسة أو منتجاتها في السوق، من خلال استخدام أساليب مبتكرة مثلاً استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأول مرة، وسائل الاعلام والاتصال المتطورة وعلى رأسها الأنترنت، هذا وقد يتمثل الابتكار في العلاقات العامة بتبني المؤسسة لقضية تم المجتمع كحماية حقوق المستهلك مثلاً (قميحة و بومدين، 2017، صفحة 26) أو التوظيف من ذوي الاحتياجات الخاصة، فالابتكار في العلاقات العامة يرتبط بصفة أساسية بالابتكار في الممارسات التسويقية الأخرى (علي، 2017، صفحة 472).

3. تأثير الاتصالات التسويقية المبتكرة على المستهلك وقراره.

طالما كان الجوهر في الاتصال التسويقي هو المستهلك فإن ذلك يعني أن الابتكار والتغيير في طريقة ومنهج الأسلوب المعتمد في الاتصال به ومعه أمر حتمي نظراً للتغيرات الكبيرة التي يشهدها هذا الأخير بسبب المؤثرات الخارجية والذاتية التي يخضع لها؛ ويوضح الشكل الموالي درجة تأثير كل عنصر من عناصر المزيج الترويجي في كل مرحلة من مراحل اتخاذ القرار الشرائي:

الشكل رقم 2: العلاقة بين عناصر الاتصالات التسويقية ومراحل قرار الشراء



المرجع: (سعد الله، 2012، صفحة 127)

يتضح من خلال الشكل أن تأثير عناصر الاتصالات التسويقية يتفاوت باختلاف المرحلة التي يمر بها المستهلك في قراره الشرائي بحيث يلعب الإعلان الدور الأكبر في التأثير على قرار المستهلك في مرحلة ما قبل الشراء بالموازاة مع نشاط تنشيط المبيعات وهي المرحلة التي تكون فيها حاجة المستهلك إلى المعلومات كبيرة بحيث يكون حجم المعلومات التي تعمل المؤسسة على تقديمها ونوعيتها على درجة بالغة من الأهمية، ولكي يؤدي نشاط الإعلان دوره وجب على المؤسسة وضع إستراتيجية إعلانية قائمة على الابتكار تدعم مكانة وصورة الخدمة والمؤسسة؛ في مرحلة الشراء يتراجع دور الإعلان لصالح البيع الشخصي ويبرز دور رجل البيع والابتكار في البيع الشخصي كوسيلة لإقناع المستهلك ومنه زيادة احتمال نجاح العملية البيعية، ولكي يخلق البائع الطلب على الخدمة يجب أن يكون مبتكرا ، و يتميز رجل البيع المبتكر بأنه يتطلع دائما إلى الأفضل والأحسن ويعتمد على خبراته في قراءة المستهلك والمستقبل قراءة موضوعية وواقعية، فهو يخطط جدا لأعماله بالشكل الذي يجعل احتمالات وقوعه في الفشل قليلة مع محاولة عدم الوقوع في الأخطاء وإلا تصحيحها في الوقت المناسب(العبيدي، 2009، صفحة 165)؛ أخيرا في مرحلة ما بعد الشراء يعود تأثير الإعلان للبروز مجددا ليلعب دوره التذكيري، ويعلم المستهلك بما يوجد من جديد في خدمات المؤسسة.

4. الدراسة الميدانية.

تعتبر مصحة نجمة الشرق الأولى من نوعها في منطقة الشرق الجزائري، حيث تمثل أول مصحة لطب وزراعة وتجميل الأسنان فتحت أبوابها في هذه المنطقة وبالضبط في ولاية قسنطينة في 17 جانفي 2017، ويعتبر الترويج عنصرا هاما من عناصر المزيج التسويقي في مصحة نجمة الشرق حيث تعمل المصحة على اعتماد مزيج ترويجي مبتكر من شأنه أن يكون عامل تأثير يدفع المريض لاختيارها على غرار المصحات الأخرى، وفي هذا المجال يتجسد الابتكار في مجال الإعلان بالنسبة للمصحة في اعتمادها على صفحة فيسبوك وحساب لينكد إن (LinkedIn) حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي أداة تسويقية أساسية تعتمد المصحة لجذب الزبائن وربط العلاقة معهم، هذا بالإضافة إلى الوسائل السمعية والمكتوبة.

ويعتبر البيع الشخصي من جهته من أهم وأقوى سياسات الاتصال التسويقية في مصحة نجمة الشرق خاصة كونه يعتمد على الاتصال المباشر بين الفريق الطبي والمستهلك، وعلى أساس أن الابتكار في البيع الشخصي هدفه تفعيل عملية الاتصال بالمريض وتوسيع قاعدة البيانات والمعلومات المتعلقة بسلوكه الشرائي، تسهر المصحة على توظيف، تدريب وتكوين طاقم طبي كفؤ سواء بالنسبة لأطباء الأسنان أو المساعدين، مكرسين ومهتمين بحسن استقبال المرضى وبمتابعة صحتهم وراحتهم، بالإضافة إلى موظفي استقبال ذوي خبرة ومهنية في الاتصال المباشر مع الزبائن.

من جانب تنشيط المبيعات يبقى نشاط مصحة نجمة الشرق مقتصر على فتح أبوابها طيلة أيام الأسبوع حتى الجمعة ابتداء من الساعة السابعة صباحا وحتى الثانية عشر ليلا، بالإضافة إلى منح مرضاها إمكانية الدفع بالتقسيط وتعد هذه الخدمة محفز حقيقي على اعتبار ارتفاع أسعار المعاینات الطبية في مجال طب الأسنان.

هذا وتبذل مصحة نجمة الشرق جهودا للابتكار في العلاقات العامة كسبيل لتنمية علاقات وثيقة مع المنظمات والمجتمع بهدف تحسين صورتها والمحافظة على حصتها السوقية، نذكر منها استقبالها للبطلة الأولمبية من ذوي الإحتياجات الخاصة في ألعاب طوكيو بوجعدار إسمهان كدليل على تبنيتها للقضية، ومساهمتها في حملات التطعيم ضد داء كوفيد 19، هذا بالإضافة إلى صفحة الفاييسوك التي تمثل رابط حقيقي بينها وبين مرضاها والجمهور العام.

1.4. مجتمع الدراسة، العينة والأداة.

أ. مجتمع وعينة الدراسة.: يتكون مجتمع الدراسة من كافة المرضى المتوجهين لمصحة نجمة الشرق في ولاية قسنطينة، في حين تمثل عينة الدراسة 103 مفردة من مستهلكي خدمات مصحة نجمة الشرق.

ب. أداة الدراسة: من خلال هذه الدراسة تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية، وقد تم تقسيمه إلى ثلاثة أجزاء كما يلي:

- الجزء الأول: خصص لجمع بيانات حول العروض الترويجية لمصحة نجمة الشرق؛
- الجزء الثاني: خصص لأبعاد الاتصالات التسويقية المبتكرة؛
- الجزء الثالث: خصص للبيانات الخاصة بمفردات عينة الدراسة.

ج. ثبات أداة الدراسة: تم التأكد من ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ والذي يقصد به درجة الاتساق الداخلي بين مفردات الأداة، (Manerikar & Manerikar, 2015, pp. 117-119) حيث فاقت قيمته لجميع متغيرات الدراسة الـ 60% القيمة المقبولة إحصائياً، ويوضح الجدول الموالي قيم ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة.

الجدول رقم 1: نتائج اختبار ثبات استبيان الدراسة

المحور	عنوان المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول:	الاتصالات التسويقية المبتكرة	20	0,871
الجزء 01	الإعلان المبتكر	08	0,873
الجزء 02	الابتكار في تنشيط المبيعات	03	0.870
الجزء 03	الابتكار في البيع الشخصي	05	0.873
الجزء 04	الابتكار في العلاقات العامة	03	0.871
المحور الثاني	قرار اختيار المصحة	01	0.874
إجمالي الإستمارة		21	0.880

المرجع: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS

توضح نتائج الجدول 1 معاملات الثبات الجزئية، حيث نلاحظ أنها حققت نتائج ممتازة في كلا محاور بتجاوزها القيمة المقبولة إحصائياً لمعامل ألفا (0.6)، حيث تراوحت قيم اختبار ألفا كرونباخ ما بين (0,870-0,880)، ما يشير إلى وجود علاقة اتساق وترباط جيد بين عبارات الاستبيان؛ كما نلاحظ من الجدول أن معامل الثبات الكلي للاستبيان بلغ قيمة (0,880) وهي قيمة تدل على ثبات ممتاز لأداة الدراسة وبالتالي يمكن القول بأن استبيان الدراسة الميدانية يتمتع بالاتساق الداخلي والثبات.

2.4. عرض النتائج ومناقشتها.

لتحليل بيانات عبارات الاستبيان المتعلقة بمزيج الاتصالات التسويقية المبتكر ومعرفة درجة الموافقة على كل عبارة تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري .

الجدول رقم 2: تحليل عبارات الاستبيان حول عناصر مزيج الاتصالات التسويقية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد
0.305	2.10	الإعلان الابتكاري
0.537	1.61	الابتكار في تنشيط المبيعات
0.332	1.92	الابتكار في البيع الشخصي
0.397	2.06	الابتكار في العلاقات العامة
0.356	1.92	المتوسط العام

المرجع: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS

بالنسبة لبعء الإعلان الابتكاري أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة المتوسطة بمتوسط حسابي لمجموع فقرات البعء قدر ب (2,10) وانحراف معياري قدره (0,305) ما يدل على أن هناك تشتت بين أفراد العينة على فقرات المتغير حيث توافق العينة بدرجة عالية على اهتمام المؤسسة بالإعلان لخدماتها عبر مختلف القنوات على أن يكون حسابها على الفاييسبوك أحسن هذه القنوات من جانب الإبداع والابتكار في حين تصرء العينة ببعء جاذبية وتميز إعلانات المؤسسة عبر الصحف والجرائد وبإهمال المؤسسة الإذاعة كطريقة ترويجية.

بالنسبة لبعء الابتكار في تنشيط المبيعات أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة الضعيفة بمتوسط حسابي لمجموع فقرات البعء قدر ب (1,61) وانحراف معياري قدره (0,537)، وهذا ما يؤكد قلة مجهودات المصحة بهذا الجانب من الاتصالات التسويقية وبالابتكار فيه، إذ تكنتفي بمنح مرضاها إمكانية الدفع بالتقسيط مقابل خدماتها الأمر الذي يبقى بعيد عن ما تطبقه مصحات أخرى في هذا المجال. بالنسبة لبعء الابتكار في مجال البيع الشخصي أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة المتوسطة بمتوسط حسابي لمجموع فقرات البعء قدر ب (1,92) وانحراف معياري قدره (0,332) ما يدل على أن هناك تشتت بين أفراد العينة على فقرات المتغير حيث يوافق مفردات العينة بدرجة متوسطة على كل عبارات البعء لتحصل دراية العاملون بخدمات المصحة على أكبر متوسط حسابي يقدر ب (2,02) وامتلاك الموظفين أساليب تعامل ابتكارية مع الزبائن على أقل متوسط حسابي قدره (1,84) ومنه يمكن القول أن على المصحة التركيز على توظيف مقدمي خدمة ذوي مهارات اتصالية عالية يمتلكون قوة إقناع والقدرة على تجديد أفكارهم في التعامل مع الزبائن من شأنهم تعزيز علاقاتها مع زبائنها.

أخيرا بالنسبة لبعء الابتكار في العلاقات العامة أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة المتوسطة بمتوسط حسابي لمجموع فقرات البعء قدره (2,06) وانحراف معياري (0,397) ما يدل على أن هناك تشتت بين أفراد العينة على فقرات المتغير حيث توافق العينة بدرجة عالية على تميز المصحة بمبادراتها الخيرية، في حين تحصل العبارات الخاصة بابتكار المصحة في مجال النشر ورعاية تظاهرات ثقافية ورياضية على موافقة متوسطة.

ب. اختبار فرضيات الدراسة: بعدما تم تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبيان، نتناول فيما يلي اختبار فرضيات الدراسة بهدف التعرف على كيفية تأثير الاتصالات التسويقية المبتكرة على قرار اختيار المستهلك للمصحة حيث:

الفرضية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير الإعلان الابتكاري على قرار اختيار المستهلك للمؤسسة الصحية.

وبهدف اختبار الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط حسب الجدول الموالي:

الجدول رقم 3: تحليل التباين لنموذج الأثر بين المتغيرين (ANOVA) للفرضية الأولى

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	اختبار F	مستوى الدلالة Sig.
تباين الانحدار	4,019	1	4,019	74,518	,0000
تباين البواقي	5,447	101	0,054	/	/
التباين الكلي	9,467	102	/	/	/
معامل التحديد	0,652	معامل التحديد المعياري	0,425	/	/

المرجع : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة اختبار فيشر لدراسة أثر الإعلان الابتكاري على قرار اختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق قد بلغت (74,518)، وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها (0,00)، ومن هنا نرفض الفرض الصفري الذي يتضمن عدم وجود أثر بين المتغيرين، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإعلان الابتكاري على قرار اختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق حسب آراء أفراد عينة الدراسة.

كما يتضح من الجدول أن قيمة معامل التحديد قد بلغت (0,425) ما يبين أن التغيرات التي تحدث في قرار اختيار المستهلك للمصحة منها ما نسبته 42,5% سببها الإعلان الابتكاري للمصحة، في حين ترجع 57,5% من التغيرات التي تحدث في قرار اختيار المستهلك للمصحة إلى عوامل تفسيرية أخرى.

أما نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين المتغيرين الإعلان الابتكاري وقرار اختيار المستهلك للمصحة فيوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم 4: نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين للفرضية الأولى

النموذج	معامل الانحدار B	الخطأ المعياري	Beta	الاختبار T	مستوى الدلالة Sig
الثابت	0,815	0,150	/	5,442	,0000
الإعلان الابتكاري	0,665	0,077	0,652	6328,	,0000

المرجع : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS

حيث: قرار اختيار المستهلك للمصحة = $0,815 + 0,665 \times$ الإعلان الابتكاري بمعنى أنه كلما تغير الإعلان الابتكاري بوحدة واحدة أدى ذلك لتغير قرار المستهلك بـ (0,665).
الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لتغير الابتكار في تنشيط المبيعات على قرار اختيار المستهلك للمؤسسة الصحية.
وبهدف اختبار الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط حسب الجدول الموالي.

الجدول رقم 5: تحليل التباين لنموذج الأثر بين المتغيرين (ANOVA) للفرضية الثانية

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	اختبار F	مستوى الدلالة Sig.
تباين الانحدار	6,954	1	6,954	31,289	,0000
تباين البواقي	22,446	101	0,222	/	/
التباين الكلي	29,400	102	/	/	/
معامل التحديد	0,486		معامل التحديد المعياري	0,237	/

المرجع : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة اختبار فيشر لدراسة أثر الابتكار في تنشيط المبيعات على قرار اختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق قد بلغت (31,289)، وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها (0,00)، ومن هنا نرفض الفرض الصفري الذي يتضمن عدم وجود أثر بين المتغيرين، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للابتكار في تنشيط المبيعات على قرار اختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق حسب آراء أفراد عينة الدراسة.

كما يتضح من الجدول أن قيمة معامل التحديد قد بلغت (0,237) ما يبين أن التغيرات التي تحدث في قرار اختيار المستهلك للمصحة منها ما نسبته 23,7% سببها الابتكار في تنشيط المبيعات في المصحة، في حين ترجع 57,5% من التغيرات التي تحدث في قرار اختيار المستهلك للمصحة إلى عوامل تفسيرية أخرى.

أما نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين المتغيرين فيوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم 6: نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين للفرضية الثانية

النموذج	معامل الانحدار B	الخطأ المعياري	Beta	الاختبار T	مستوى الدلالة Sig
الثابت	0,080	0,305	/	0,261	795,0
الابتكار في تنشيط المبيعات	0,875	0,156	0,486	5,594	,0000

المراجع : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS

حيث: قرار اختيار المستهلك للمصحة = $0,080 + 0,875 \times$ الابتكار في تنشيط المبيعات بمعنى أنه كلما تغير الابتكار في تنشيط المبيعات بوحدة واحدة أدى ذلك لتغير قرار اختيار المستهلك للمصحة بـ (0,875).

الفرضية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لمتغير الابتكار في البيع الشخصي على قرار اختيار المستهلك للمؤسسة الصحية.

وبهدف اختبار الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط حسب الجدول الموالي:

الجدول رقم 7: تحليل التباين لنموذج الأثر بين المتغيرين (ANOVA) للفرضية الثالثة

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	اختبار F	مستوى الدلالة Sig.
تباين الانحدار	4,666	1	4,666	71,861	,0000
تباين البواقي	6,558	101	0,065	/	/
التباين الكلي	11,224	102	/	/	/
معامل التحديد	0,645		معامل التحديد المعياري	0,416	/

المراجع : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة اختبار فيشر لدراسة أثر الابتكار في البيع الشخصي على قرار اختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق قد بلغت (71,861)، وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها (0,00)، ومن هنا نرفض الفرض الصفري الذي يتضمن عدم وجود أثر بين المتغيرين، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للابتكار في البيع الشخصي على قرار اختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق حسب آراء أفراد عينة الدراسة، كما يتضح من الجدول أن قيمة معامل التحديد قد بلغت

(0,416) ما يبين أن التغيرات التي تحدث في قرار اختيار المستهلك للمصحة منها ما نسبته 41,6% سببها الابتكار في البيع الشخصي في المصحة، في حين ترجع 58,4% من التغيرات التي تحدث في قرار اختيار المستهلك للمصحة إلى عوامل تفسيرية أخرى. أما نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين المتغيرين الابتكار في البيع الشخصي وقرار اختيار المستهلك للمصحة فيوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم 8: نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين للفرضية الثالثة

النموذج	معامل الانحدار B	الخطأ المعياري	Beta	الاختبار T	مستوى الدلالة Sig
الثابت	0,542	0,165	/	3,289	0,001
الابتكار في البيع الشخصي	0,717	0,085	0,645	8,477	,0000

المرجع : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS

حيث: قرار اختيار المستهلك للمصحة = $0,542 + 0,717 \times$ الابتكار في البيع الشخصي بمعنى أنه كلما تغير الابتكار في البيع الشخصي بوحدة واحدة أدى ذلك لتغير قرار اختيار المستهلك للمصحة بـ (0,717).

الفرضية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لتغير الابتكار في العلاقات العامة على قرار اختيار المستهلك للمؤسسة الصحية.

وبهدف اختبار الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط حسب الجدول الموالي:

الجدول رقم 9: تحليل التباين لنموذج الأثر بين المتغيرين (ANOVA) للفرضية الرابعة

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	اختبار F	مستوى الدلالة Sig.
تباين الانحدار	8,939	1	8,939	125,968	,0000
تباين البواقي	7,167	101	0,071	/	/
التباين الكلي	16,106	102	/	/	/
معامل التحديد	0,745	معامل التحديد المعياري	0,555	/	/

المرجع : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة اختبار فيشر لدراسة أثر الابتكار في العلاقات العامة على قرار اختيار المستهلك للمصحة نجمة الشرق قد بلغت (125,968)، وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها (0,00)،

وعليه نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للابتكار في العلاقات العامة على قرار اختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق حسب آراء أفراد عينة الدراسة؛ كما يتضح من الجدول أن قيمة معامل التحديد قد بلغت (0,555) ما يبين أن التغيرات التي تحدث في قرار اختيار المستهلك للمصحة منها ما نسبته 55,5% سببها الابتكار في العلاقات العامة في المصحة، في حين ترجع 44,5% من التغيرات التي تحدث في قرار المستهلك إلى عوامل تفسيرية أخرى.

أما نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين المتغيرين الابتكار في العلاقات العامة وقرار اختيار المستهلك للمصحة فيوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم 10: نموذج الانحدار الخطي البسيط بين المتغيرين للفرضية الرابعة

النموذج	معامل الانحدار B	الخطأ المعياري	Beta	الاختبار T	مستوى الدلالة Sig
الثابت	0,148	0,172	/	0,858	393,0
الابتكار في العلاقات العامة	0,992	0,088	0,745	11,224	,0000

المراجع : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS

حيث: قرار اختيار المستهلك للمصحة = $0,080 + 0,875 \times$ الابتكار في العلاقات العامة بمعنى أنه كلما تغير الابتكار في العلاقات العامة بوحدة واحدة أدى ذلك لتغير قرار اختيار المستهلك للمصحة بـ (0,875).

اختبار الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05

لمتغير الاتصالات التسويقية المبتكرة على قرار اختيار المستهلك للمؤسسة الصحية.

وبهدف اختبار الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط حسب الجدول الموالي:

الجدول رقم 11: تحليل التباين لنموذج الأثر بين المتغيرين (ANOVA) للفرضية الرئيسية

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	اختبار F	مستوى الدلالة Sig
تباين الانحدار	5,992	1	5,992	125,627	0,000
تباين البواقي	4,818	101	0,048	/	/
التباين الكلي	10,810	102	/	/	/
معامل التحديد	0,745		معامل التحديد المعياري	0,554	/

المراجع : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة اختبار فيشر لدراسة أثر الاتصالات التسويقية المبتكرة على قرار اختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق قد بلغت (125,627)، وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها (0,00)، ومن هنا نرفض الفرض الصفري الذي يتضمن عدم وجود أثر بين المتغيرين، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للاتصالات التسويقية المبتكرة على قرار اختيار المستهلك لمصحة نجمة الشرق حسب آراء أفراد عينة الدراسة. كما يتضح من الجدول أن قيمة معامل التحديد قد بلغت (0,554) ما يبين أن التغيرات التي تحدث في قرار اختيار المستهلك للمصحة منها ما نسبته 55,4% سببها الاتصالات التسويقية المبتكرة في المصحة، في حين ترجع 44,6% من التغيرات التي تحدث في قرار اختيار المستهلك للمصحة إلى عوامل تفسيرية أخرى.

أما نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين المتغيرين المستقل والتابع فتوضحه المعادلة:
 قرار اختيار المستهلك للمصحة = $0,812 + 0,356 \times$ الابتكار في الاتصالات التسويقية
 بمعنى أنه كلما تغير الابتكار في الاتصالات التسويقية بوحدة واحدة أدى ذلك لتغير قرار اختيار المستهلك للمصحة بـ (0,356).

5. خاتمة.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- تلعب الاتصالات التسويقية دور فعال في تحقيق أهداف المؤسسة ومنه يجب أن تحرص هذه الأخيرة على اعتماد الأسس والقواعد العلمية وخاصة الابتكار في كل بعد من أبعادها؛
- يعتبر مزيج الاتصالات التسويقية المبتكر رابط محوري بين المؤسسة والمستهلك المستهدف من شأنه زيادة إقبال هذا الأخير على خدماتها ومنه زيادة حصتها السوقية وقدرتها التنافسية؛

- توصلت الدراسة إلى إثبات وجود أثر معنوي للابتكار في الاتصالات التسويقية على اختيار المستهلك للمؤسسة الصحية؛

- توصلت الدراسة إلى إثبات وجود أثر معنوي لكل بعد من أبعاد الاتصالات التسويقية المبتكرة على قرار اختيار المستهلك للمصحة؛

- يمثل الابتكار في العلاقات العامة أهم أبعاد الاتصالات التسويقية المبتكرة المؤثرة على قرار اختيار المستهلك للمؤسسة الصحية لبلوغه معامل تحديد قيمته (0.555) أو بمعنى آخر لتفسيره ما نسبته 55.5% من التغيرات الحاصلة في قرار اختيار المستهلك للمصحة، يليه الإعلان الابتكاري والابتكار في البيع الشخصي بمعاملات تحديد (0.425) و (0.416) على التوالي، وأخيرا الابتكار في تنشيط المبيعات بمعامل تحديد قدره (0.237) ويفسر هذا بطبيعة الخدمات المقدمة والمرتبطة بالرعاية الصحية؛

على ضوء الاستنتاجات السابقة يمكن صياغة جملة من التوصيات:

- العمل باستمرار على ابتكار طرق حديثة للترويج لخدمات المؤسسة الصحية وللارتباط بمستهلكيها المستهدفين كطريقة لحماية حصتها السوقية في ظل تزايد عدد المؤسسات الناشطة في قطاع الرعاية الصحية، وزيادة استقطابها لزبائن جدد؛

- تركيز اهتمام المؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي للإعلان عن خدماتها لما لهذه القناة من تأثير على قرارات المستهلكين اليوم؛

- تدعيم دور الابتكار في العلاقات العامة في التأثير على قرار المستهلك بزيادة رعاية المؤسسة للأعمال الخيرية والرياضية؛ وكذلك تكثيف الاهتمام بالابتكار في تنشيط المبيعات

- تكوين العنصر البشري وخاصة منهم موظفي الاستقبال وتشجيعهم على انتهاج طرق مبتكرة في التعامل مع المستهلك وإقناعه باختيار خدمات المؤسسة دون غيرها ومواصلة التعامل معها ؛

6. قائمة المراجع:

- 1 - أزهار عزيز العبيدي. (2009). أدوات التعلم التنظيمي ودورها في تبني مهارات التسويق الإبتكاري دراسة استطلاعية لآراء عينة من مدراء أقسام المؤسسة العامة للإسمنت الجنوبية. *الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية*، 151-183.
- 2 - أسيل الدهيش، محمد الشريدة، رائد مساعده، و زعي الزعي. (2014). أثر استخدام نوع الجماعة المرجعية على القرار الشرائي للملابس (دراسة ميدانية على الشباب السعودي في مدينة الرياض). *دراسات، العلوم الادارية*، 41(2)، 208.
- 3 - أمينة طريف، و إلياس بن الساسي. (جوان، 2015). الإبتكار في عناصر المزيج الترويجي وأثره على سرعة انتشار المنتجات الجديدة دراسة تحليلية لآراء عينة من مستخدمي عرض الهاتف الذكي "Lenovo". *دراسات - العدد الاقتصادي - جامعة الغواط* (24)، 165-193.
- 4 - ثامر ياسر البكري. (2005). *تسويق الخدمات الصحية*. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- 5 - حكيم خلفاوي، و فاطمة الزهراء لوصادي. (2019). أثر الإبتكار التسويقي في تعزيز ولاء الزبون الجزائري للعلامة التجارية -دراسة حالة شركة LG للأجهزة الإلكترونية-. *مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا*، 276-259.
- 6 - زكي خليل مساعد. (2006). *تسويق الخدمات وتطبيقاته* (الإصدار الطبعة الأولى). الأردن: دار المناهج.
- 7 - سارة بن زايد. (ديسمبر، 2017). دور الترويج الإبتكاري في توجيه سلوك العملاء. *مجلة الباحث الاقتصادي*، 213-236.
- 8 - عائشة عمري، و خالد قاشي. (2018). أثر الإبتكار التسويقي على أدوات الاتصالات التسويقية. *دفاتر اقتصادية*، 10(02)، 420-431.
- 9 - عدنان سعد الله. (2012). *سياسات ترويج خدمات النقل الجوي في التأثير على سلوك المستهلك*. مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية جامعة منتوري قسنطينة 2.
- 10 - عطاء الله فهد السرحان. (2005). *دور الإبتكار والإبداع التسويقي في الخدمات والمنتجات المصرفية لتحقيق ميزة تنافسية للبنوك التجارية الأردنية*. أطروحة دكتوراه في فلسفة التسويق، جامعة عمان العربية للدراسات العليا.
- 11 - - عمر يونس. (01 جوان، 2022). الإبتكار التسويقي ودوره في تعزيز الأداء التسويقي للمؤسسات - دراسة ميدانية في عدد من شركات الصناعات الغذائية في الجزائر -. *مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات*، 542-564.

12 - فيصل قميحة، و يوسف بومدين. (ديسمبر، 2017). أثر المزيج الترويجي المبتكر في زيادة الحصة السوقية للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة الحضنة لإنتاج الحليب ومشتقاته المسيلة. مجلة البديل الإقتصادي(8)، 41-21.

13 - كريمة بن شريف. (2019-2020). الإبتكار التسويقي وأثره في تحسين جودة الخدمة السياحية - دراسة ميدانية للمركبات السياحية المعدنية بالجزائر-. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل.م.د، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة خيضر -بسكرة-.

14 - محمد الطيب بن مير، و الداوي الشيخ. (سبتمبر، 2016). الإبتكار الترويجي كإستراتيجية لتطوير مبيعات المؤسسات الالكترومنزلية دراسة تحليلية لآراء عينة من مسيري المؤسسات الالكترومنزلية في الجزائر. دراسات -العدد الاقتصادي- جامعة الغواط(27أ)، 7-22.

15 - محمود جاسم الصميدعي. (2010). تسويق الخدمات. عمان: الميسرة للنشر والتوزيع.

- محمود جاسم الصميدعي، و عثمان يوسف ردينة. (2010). تسويق الخدمات. عمان: الميسرة للنشر والتوزيع.

17- El Murad, J., & Douglas, c. W. (2004, JUIN). The Definition And Measurement Of Creativity What Do We Know? *Journal Of Adverting Research*, 44(2), 188-201.

18- LeBas, C. (1999). *Economie de l'innovation*. Paris: Economica.

19- Love, P., & Lattimore, R. (2009). *International Trade: free, fair and open?* (OECD, Ed.) Retrieved 10 10, 2022, from OECD Insights: https://read.oecd-ilibrary.org/trade/international-trade_9789264060265

20- Manerikar, v., & Manerikar, S. (2015). Cronbach's Alpha. *A Peer Reviewed Research Journal-aWeshkar*, XIX(1), 117-119.

أثر إعادة تقييم التثبيات العينية في ضبط رأس مال شركة المساهمة في السياق
الجزائري (دراسة حالة شركة المساهمة سيراميس SPA CERAMISS)

The impact of revaluation of fixed assets on adjustment of share
capital of sharehold company in the Algerian context

د.محمد بن احمد أسماء
Mohammed Benahmed Asmaa
جامعة معسكر - الجزائر
asmaa.benahmed@univ-mascara.dz

د.رفيق عبد المالك
Reguig Abdelmalek
جامعة معسكر - الجزائر
a.reguig@univ-mascara.dz

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/04/30

تاريخ الاستلام: 2023/01/30

الملخص:

تشكل التثبيات العينية جزءا هاما من أصول شركة المساهمة وتعتبر وسيلة أساسية في نمط الإنتاج، وبالتالي فهي المبرر الأساسي لوجود الشركة وكثيرا ما تكون موضوع قرارات ينجر عنها آثار ذات أهمية بالغة. قمنا في هذه الورقة البحثية بمعالجة إشكالية تأثير قيمة إعادة تقييم التثبيات العينية على رأس مال شركة المساهمة. حيث تطرقنا إلى دراسة حالة إعادة تقييم التثبيات العينية، أجريت على مستوى شركة المساهمة سيراميس لإنتاج البلاط والخزف الصحي بالغرب.
الكلمات المفتاحية: تثبيات عينية، إعادة تقييم، رأس مال.

تصنيف JEL: G12 ; D24

Abstract :

Fixed assets constitute an important part of sharehold company's assets and are considered an essential means in the production pattern, thus, it is the basic raison of the existence of the company. In this paper, we have treat the problematic of the impact of the value of re-evaluation of fixed assets on the share capital of sharehold company, where we studied the case of re-evaluation of fixed assets in the company of production of sanitary tiles and porcelain in the West.

Key words: fixed assets; revaluation; share capital.

JEL classification codes: D24; G12

1- المقدمة:

يقتنى الإستثمار برأس المال وهو ما خصص له القانون رقم 07-11 المؤرخ في 25-11-2007 و المتضمن النظام المحاسبي المالي الحساب رقم 10 (رأس المال و الاحتياطات و ما يماثلها) أو في شكل قرض أو إعانة .وإن عملية الإستثمار تشمل إكتساب وسائل الإستغلال وهو ما يطلق عليه بمصطلح التثبيتات، حيث يتم اقتناءها، سواء عن طريق الشراء أو الإنتاج بالوسائل الخاصة للشركة أو في شكل إمتياز أو عن طريق الإعانة أو التبادل، وأن قيمة هذه التثبيتات تتغير عبر الزمان، من جراء إهلاكها أو الفقدان من قيمتها، أو إعادة تقييمها وأن كل هذه التغيرات في القيمة تؤثر إيجابيا أو سلبيا على رأس مال الشركة و ذلك بطريقة مباشرة أو غير المباشرة بالنسبة لشركات المساهمة التي لا تؤسس إلا برأس مال محدد قانونا.

إن طريقة تقييم التثبيتات العينية المقيدة في الحسابات تركز أساسا على إتفاكية التكاليف التاريخية، إلا أنه حسب شروط محددة، يمكن للمسيرين أن يراجعوا التقييم التاريخي بالإسترجاع إلى القيمة الحقيقية أو قيمة الإنجاز أو القيمة المحينة (قيمة المنفعة). (لقرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 1-112، 2008)

يتم تقييم التثبيتات عند دخولها الأولي ضمن أصول المؤسسة بتكلفتها المنسوبة إليها مباشرة (قواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 5-121، 2008)، وأن هذه التثبيتات يمكن أن تكون موضوع إقتناء أو إعانة أو مبادلة أو منتج بالوسائل الخاصة للمؤسسة أو بشكل آخر و يعتبر هذه المعالجة معالجة مرجعية (القرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 121-20، 2008)، إلا ان هذه التثبيتات مهما كانت طبيعتها فإن قيمتها التاريخية تخضع مع مرور الزمن و بفعل الإستعمال إلى تغيرات تكون أحيانا معتبرة و ذات دلالة، إذ أنه بعامل الإهلاكات تتغير قيمتها، و بعوامل أخرى داخلية كانت أو خارجية، يمكن أن تسجل نقصا في قيمتها، و لعوامل اقتصادية يمكن للمسيرين إلى اللجوء إلى إعادة تقييمها.

إشكالية الدراسة:

تتمحور الإشكالية المطروحة في هذه الورقة البحثية كالتالي: ما هو أثر إعادة تقييم التثبيتات العينية في ضبط رأس المال شركة المساهمة؟

من أجل الإجابة على هذه الإشكالية قمنا بدراسة حالة فعلية سجلت على مستوى شركة المساهمة سيراميس، برأس مال مختلط بين القطاعين العام والخاص.

من خلال هذه الإشكالية ننحصر الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بعملية إعادة تقييم التثبيتات في إطار النظام المالي المحاسبي وما هي أنواعها؟

- ما هي شروط وإجراءات القيام بإعادة تقييم التثبيتات في ظل النظام المحاسبي المالي؟

- كيف تسجل محاسبيا وما هو تأثيرها على رأس مال شركة المساهمة؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في تبيان دور إعادة التقييم التثبيتات العينية في مسألة ضبط رأس مال فعلي كمقياس لضمان سيرورة وديمومة شركة المساهمة.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف هذه الدراسة في تبيان الأهمية التي يستوجب التحكم فيها في تقييم وإعادة تقييم الأصول باستمرار والمحافظة على الصورة الصادقة لرؤوس الأموال وتجنب الوقوع تحت طائلة المسؤولية التي سنهها المشرع التجاري على عاتق كل من يتسبب في سوء تقييم الأصول وضبط رأس مال شركة المساهمة.

I- الإطار النظري لإعادة تقييم التثبيتات العينية

1- تعريف التثبيت العيني:

حسب النظام المحاسبي المالي فقد عرف التثبيت على انه أصل عيني يحوزه الكيان من اجل الإنتاج أو تقديم الخدمات أو الإيجار أو الإستعمال لأغراض إدارية و الذي يفترض ان تستغرق مدة إستعماله إلى ما يزيد عن مدة السنة المالية. (القرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوف المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها، النقطة 1-121، 2018)

و حسب المعيار المحاسبي الدولي رقم (IAS 16) فإن التثبيتات العينية هي التي يحوزها الكيان سواء لإستعمالها في عملية الإنتاج أو بيع السلع و الخدمات أو الإيجار للاخرين أو لأغراض إدارية و التي تستعمل لأكثر من مدة. و من هنا نلاحظ ان التعريف الذي جاء به المشرع الجزائري مستنبط من المعايير المحاسبة الدولية المعمول بها خلال سنوات الفين. (شونوف، 2009)

2- مفهوم إعادة التقييم :

يقصد بإعادة تقييم الأصل الثابت تعديل قيمته الدفترية لكي تقترب من القيمة العادلة أو الجارية ويترتب على عملية إعادة التقييم ان تصبح قيمة الأصل بعد إعادة تقييمه أكبر أو أقل من قيمته الدفترية قبل إعادة تقييمه.

تعتبر إعادة التقييم حسب النظام المحاسبي المالي إجراء حر بخلاف ما كان قائما قبل تاريخ تطبيقه في تاريخ 2010/01/10 اين كانت إعادة التقييم قانونية حيث تؤسس وفقا لمراسيم تنفيذية تهدف إلى تصحيح القيم التاريخية للموجودات الواردة في الميزانية كي تقترب من القيم السوقية يمكن أن تؤدي عملية إعادة التقييم إلى الزيادة في القيمة الدفترية للأصل و بالتالي إلى إرتفاع حصص الإهتلاك المستقبلية حيث ينتج عن هذا الإجراء إنخفاض في نتائج الدورات المحاسبية اللاحقة التي تؤدي إلى تخفيض الضرائب المستحقة.(عامر، 2017)

3- أنواع عمليات إعادة التقييم:

أ-عمليات إعادة التقييم القانونية (منظمة):

إن عملية إعادة التقييم القانونية تتم بناءا على نص تنظيمي صادر من سلطة مخولة بذلك، فالجزائر مثلا شهدت أربعة عمليات إعادة التقييم القانونية منذ الإستقلال إلى وقتنا الحالي، ثلاثة منها كانت في سنوات التسعينات اي خلال سنوات 1990 1993 1996 و هذا راجع إلى معدلات التضخم المرتفعة التي شهدتها تلك الفترة و قد تمت هذه العمليات على أساس معاملات إعادة التقييم التي حددتها وزارة المالية و ذلك على كل من التثبيتات القابلة للإهتلاك و الغير قابلة للإهتلاك أما عملية التقييم الرابعة فقد كانت في سنة 2007 و قد كانت كخطوة مبدئية في ظل التحول من المخطط المحاسبي الوطني إلى النظام المحاسبي المالي المستمد من معايير المحاسبة الدولية.

ب-عمليات إعادة تقييم حرة (اختيارية):

أي تقوم بها المؤسسة متى إرتأت ضرورة لذلك و يطلق عليها إسم حرة لأنها تترك الخيار بالقيام بإعادة تقييم تثبيتات المؤسسة و تتم هذه العملية وفق الشروط القانونية و التي يفرضها النظام المحاسبي المالي و يعتبر فرق إعادة التقييم الناتج عن هذه العمليات خاضعا للضريبة(حمزة، 2018).

4- شروط القيام بإعادة تقييم التثبيتات في ظل النظام المحاسبي المالي:

إن النظام المحاسبي المالي يسمح للمؤسسات القيام بإعادة تقييم تثبيتاتها وذلك لتصحيح قيمها التاريخية لكن وفق شروط محددة كما يلي:

✓ يجب أن تتم إعادة تقييم على أساس منتظم بشكل كافي لضمان عدم اختلاف المبلغ المسجل بصورة كبيرة عن القيمة التي قد تكون حددت بإستعمال القيمة الحقيقية في تاريخ الإقفال. (حمزة، 2018)

✓ القيمة الحقيقية للأراضي والمباني هي في العادة قيمتها في السوق وتحدد هذه القيمة إستنادا إلى تقدير يجريه خبراء محترفون، مؤهلون في ميدان التقييم.

✓ القيمة الحقيقية لمنشآت الإنتاج هي أيضا قيمتها في السوق وعند غياب مؤشرات تدل على قيمتها في السوق (مؤسسة متخصصة) فأثما تقوم بكلفة تعويضها الصافية من الإهلاك.

✓ وبعد إعادة التقييم تحدد المبالغ القابلة للإهلاك على أساس المبالغ المعاد تقييمها.
✓ إذا ارتفعت القيمة المحاسبية لأصل ما بعد إعادة تقييمه فإن الزيادة تقيد مباشرة في حساب رؤوس الأموال خاصة الحساب 105 المعرف بفارق إعادة التقييم.

✓ تدرج إعادة التقييم الإيجابية في الحسابات كمنتوج إذا كانت تعوض إعادة التقييم سلبية لنفس الأصل سبق ان تم إدراجه كعبء في الحسابات.

✓ إذا أسفرت عملية إعادة التقييم على وجود خسارة في القيمة (إعادة تقييم سلبية) فإن هذه الخسارة في القيمة تنسب على سبيل الأولوية إلى فارق إعادة تقييم سبق إدراجه في الحسابات كرؤوس اموال خاصة في هذا الأصل نفسه ويقيد الرصيد المحتمل (فارق إعادة التقييم السلبية الصافية) كعبء من الأعباء.

✓ كل خسارة في قيمة أصل أعيد تقييمه تعالج كإعادة تقييم سلبية وتنتج إذن عن انخفاض لاحتياطي إعادة التقييم بما يناسب هذه الاخيرة.

الإسترجاع لخسارة في قيمة أصل أعيد تقييمه يسجل في الحسابات كما لو كان إعادة تقييمه عندما يكون إثبات الخسارة في القيمة قد سبق تسجيله كإعادة تقييم سلبية. (عامر، 2017)

5- عناصر إعادة تقييم التثبيتات:

أ- إجراءات إعادة تقييم الأراضي والمباني: تعرف القيمة السوقية لقطعة الأرض و المباني بأنها السعر الذي يمكن ان يتداول به الملك إذا تم وضعه في السوق. إن هذا المفهوم

يتضمن سعر العرض و الطلب اخذا بعين الإعتبار العوامل المادية و القانونية و الإقتصادية لهذا الملك.

بالنسبة للعوامل المادية المحيطة بالتثبيت يؤخذ بالحسبان موقع البناء و مسالك الوصول اليه، المساحة و الخصائص و امكانية البناء عليه و جودته و البيئة المباشرة المحيطة به.

البيئة الإقتصادية تشمل العوامل المرتبطة بدرجات النمو أو التطور الإقتصادي لمكان وموقع الملك وندرة الأراضي في سوق العقارات.

إذا تعلق الأمر ببنائات قديمة يطبق على قيمة العقارات الجماعية أو الفردية تخفيض احسب المعايير و المبادئ المعمول بها في هذا الصدد عن السنة إبتداء من السنة السادسة.(عامر، 2017)

ب-إجراءات إعادة تقييم المعدات والتجهيزات الصناعية:

قيمة المعدات والتجهيزات الصناعية تتحدد بالرجوع إلى السوق الحالي.

توجد عدة عوامل من شأنها التقليل من قيمة المعدات و الآلات الصناعية عند مقارنتها مع أصول مماثلة من بينها التقادم، التقدم التكنولوجي في المجالات ذات العلاقة المباشرة و غير المباشرة بالمعدات و نمو و تطور البيئة التي تمس ميدان العمل.

يعرف تقييم المعدات والتجهيزات الصناعية بأنه الأسلوب المعتمد لتقدير القيمة الحالية بسعر السوق اخذا بعين الإعتبار جميع الخصائص التقنية التي تعطيها هذه القيمة وتمثل هذه الخصائص في قدم التثبيت ومدة الحياة والعمر الإنتاجي ومعدل الإستعمال والحالة الميكانيكية والمادية والقدرة الإنتاجية والمميزات التكنولوجية وسياسة الصيانة الوقائية والعلاجية والميزانية المخصص لذلك.

6- القيمة العادلة في ظل المعايير الدولية :

حسب المعيار IFRS13 فان القيمة العادلة هي:

السعر الذي ينسب إلى الأصل خلال عملية بيع وشراء عادية تتم بين متدخلين في السوق عند تاريخ التقييم.

المتدخلون في السوق يفترض ان يكونوا مستقلين عن بعضهم البعض على دراية تامة لمعطيات السوق وراغبين في إجراء عملية البيع والشراء في ظل هذا المعيار يتم إستعمال تقنيات مناسبة

لظروف بتفضيل المعطيات الظاهرة للسوق على المعطيات الغير الظاهرة وإن هذه المعطيات تعتمد أساسا على السوق والتكلفة والنتيجة.

وحسب المعيار المحاسبي الدولي رقم 32 IAS فإن القيمة العادلة هي المبلغ الذي يتم بموجبه مبادلة أصل أو تسديد الإلتزام بين أطراف مطلعة على السوق وراغبة في التعامل على أساس تبادل تجاري بحت

ويمكن تعريفها بأنها القيمة التي تم التحصل عليها وفقا لظروف معينة و في وقت محدد و بإستعمال طرق محاسبية تتناسب مع الهدف من حيث تحديد تلك القيمة و تحظى بقبول الأطراف المعنية.

7- التسجيل المحاسبي لعملية إعادة تقييم الثببتات:

للقيام بإجراء محاسبة التغيرات الناجمة عن إعادة تقييم الثببتات العينية يستوجب الأخذ بعين الإعتبار مجموعة من الشروط و القواعد التي جاء بها قانون النظام المحاسبي المالي إذ انه حسب القاعدة العامة، فإن الثببتات تدرج في الحسابات بتكلفتها المنسوبة إليها مباشرة (قواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 5-121، 2008) ، أي بتكلفتها التاريخية ، و اجاز كذلك النظام المحاسبي المالي معالجات أخرى لتقييم الثببتات العينية عقب إدراجها الأولي بإعتبارها أصول بتكلفتها منقوصا منها مجموع الإهتلاكات و مجموع خسائر القيمة (القرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 121-20، 2008).

في إطار هذه المعالجة المرخص بها يدرج في الحسابات كل تثبيت معني بعد إدراجه الأولي بإعتباره أصلا بمبلغه المعاد تقييمه، أي بقيمته الحقيقية في تاريخ إعادة تقييمه منقوصا منها مجموع الإهتلاكات و مجموع خسائر القيمة اللاحقة (لقرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 1-112، 2008).

إن إعادة التقييم يجب أن تتم بانتظامية كافية حتى لا تختلف القيمة المحاسبية للتثبيت العيني إختلافا كبيرا عن القيمة التي قد تكون حددت بإستعمال القيمة الحقيقية في تاريخ

الإقفال و إن القيمة الحقيقية للأراضي و المباني تحدد حسب رأي الخبراء، أي وفق المعطيات السوق، وعند غياب مؤشرات تدل على قيمتها في السوق كمنشأة متخصصة مثلا فإنه يتم القيام بكلفة تعويضها الصافية من الإهلاك. (القرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 121-20، 2008)

و إذا تمت عملية إعادة التقييم عن طريق تطبيق مؤشر محدد بالنسبة إلى تكلفته التعويضية الصافية من الإهلاك أو بالرجوع إلى القيمة السوقية فإن مجموع الإهلاكات عند تاريخ إعادة التقييم يصحح بالتناسب مع القيمة المحاسبية للتثبيت بعد إعادة التقييم مساوية للمبلغ المعاد تقييمه بعد إعادة التقييم و في حالة الإرتفاع من القيمة فإن الزيادة تفيد مباشرة في شكل رؤوس أموال خاصة في الحساب المعرف بفارق إعادة التقييم. (القرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 121-20، 2008)

إعادة التقييم الإيجابية تسجل في حسابات المؤسسة كمنتوج إذا جاءت لتعويض إعادة تقييم سلبية لنفس التثبيت كان قد سبق تسجيلها مسبقا كعبء.

إذا أسفرت عملية إعادة التقييم على خسارة في القيمة فإن هذه الخسارة تسجل بالدرجة الأولى على فارق إعادة التقييم المسجل مسبقا في الأموال الخاصة بالنسبة لنفس التثبيت و الفارق المحتمل يسجل في حساب الأعباء. (القرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 121-20، 2008)

وكل خسارة في القيمة لتثبيت سبق إعادة تقييمه تسجل كإعادة تقييم سلبية وبالتالي تعوض النقص المترتب عن احتياطي إعادة التقييم بما يناسب هذه الاخيرة.

كل إسترجاع للخسارة في تثبيت تم إعادة تقييمه مسبقا يتم تسجيله محاسبيا كإعادة تقييمه مسبقا إذا كانت الخسارة في القيمة قد تم تسجيلها مسبقا كإعادة تقييم سلبية.

ومنه يتم تسجيل الفارق المترتب عن عملية إعادة التقييم كالتالي:

في حالة الزيادة:

21 مبلغ الفارق الإيجابي القيمة الأصلية

105 مبلغ فارق إعادة التقييم

في حالة إعادة تقييم سلبي:

105 مبلغ فارق إعادة التقييم

21 مبلغ الفارق السلبي القيمة الأصلية

II- الإطار التطبيقي للدراسة:

إضافة إلى الجانب النظري الذي عالجه سابقا ارتأينا ضرورة دراسة حالة تخص إعادة تقييم التثبيتات العينية لشركة مساهمة، وهذا نظرا لأهمية هذه العملية في مراجعة قيم التثبيتات التي كثيرا ما تفقد من قيمتها الحقيقية مع فوات الزمن، وبفعل المؤثرات الإقتصادية وتدهور قيمة العملة، وعليه اخترنا حالة واقعية جرت في شركة مساهمة رأس مالها مختلط بين الدولة كمساهم ذو الأغلبية وشركة أخرى برأس مال خاص كمساهم ذو الأقلية.

1- بطاقة تقنية حول شركة المساهمة محل الدراسة:

- التسمية الإجتماعية: شركة المساهمة " سيراميس SPA CERAMISS
- موضوعها الإجتماعي: إنتاج وحدات البلاط والخزف الصحي
- تاريخ التأسيس: جوان 2002
- الشكل القانوني: شركة مساهمة بالشراكة عام-خاص
- رأس المال الإجتماعي: 400.000.000.00 دج
- - بنسبة 55% للمؤسسة العمومية الإقتصادية.
- - بنسبة 45% للشركة ذات المسؤولية المحدودة سيراما.
- عنوان المقر الإجتماعي: ولاية مستغانم - الجزائر -
- عدد العمال: 120
- قدرتها الإنتاجية السنوية تعادل 1.150.000 متر مربع وقد باشرت في الإنتاج في شهر جانفي 2007، لغرض تصنيع منتجاتها المختلفة الاحجام تستعمل هذه الشركة مواد أولية محلية كالطين، الفلسبت، الرمل، والكربونات، ومواد مستوردة كالطلاء ومزيح التزجيج.

• قدرتها الإنتاجية السنوية تعادل 1.150.000 متر مربع و قد باشرت في الإنتاج في شهر جانفي 2007، لعرض تصنيع منتجاتها المختلفة الاحجام تستعمل هذه الشركة مواد أولية محلية كالطين، الفلسبت ، الرمل ، و الكربونات ، و مواد مستوردة كالطلاء و مزيج التزجيج.

• 2-تنظيم وإدارة شركة المساهمة محل الدراسة:

• بموجب هيكل تنظيمي صادق عليه مجلس ادارة الشركة وفقا للتنظيم الهيكلي التالي:

• إجراءات إعادة التقييم للتثبيتات العينية

* بموجب اللائحة رقم 2 بمجلس الإدارة المنعقد بنفس التاريخ المذكور أعلاه تمت المصادقة على تنفيذ اللائحة رقم 5 للجمعية العامة العادية المنعقدة بتاريخ 31 جويلية 2019 قرر مجلس الإدارة للقيام بعملية إعادة تقييم تثبيتات الشركة وأسندت المهمة إلى شركة المساهمة " ايكزالي"، المختصة في التقييم، التي أسندت المهمة إلى مكتبها الجهوي بالجزائر والذي قدم ثلاثة تقارير: الأول يتعلق بقطعتين أرضيتين على امتداد واحد، والثاني يتعلق بالبنائيات، والثالث يتعلق بالتجهيزات الصناعية

ب-إعادة تقييم الأرضية: الأرضيتين موضوع إعادة التقييم تبلغ مساحتها الإجمالية 35280.60 متر مربع، الأرضية الأولى بمساحة 30.390 متر مربع تم إكتسابها بعقد ايداري والثانية بمساحة 4890.60 متر مربع تم إكتسابها بعقد بيع.

-طريقة إعادة التقييم المعتمدة:

حسب نص التقرير المتضمن إعادة تقييم التثبيتات فإن القيمة الحقيقية للأرضيتين المذكورتين تعرف كأثما السعر الذي يتم التفاوض حوله في السوق، أي سعر العرض و الطلب إعتبارا للعناصر المادية و القانونية و الإقتصادية.

-بالعناصر المادية يقصد أهمية الملك، المسالك والمساحة والمميزات وامكانيات البناء ونوعيته ومحيطه القريب و تهيئة الموقع.

-بالنسبة للمحيط الإقتصادي فان الأمر يتعلق بالعناصر الخاصة بالنمو الإقتصادي ، و الموقع الجغرافي و قلة العقار في قطاع البناء

من جهة أخرى الأخذ بالحسبان بمقتضيات المرسوم التنفيذي رقم 07-210 الصادر في 04/07/2007 و المرسوم التنفيذي رقم 93-271 الصادر في 10/11/1993 المحدد لكيفية

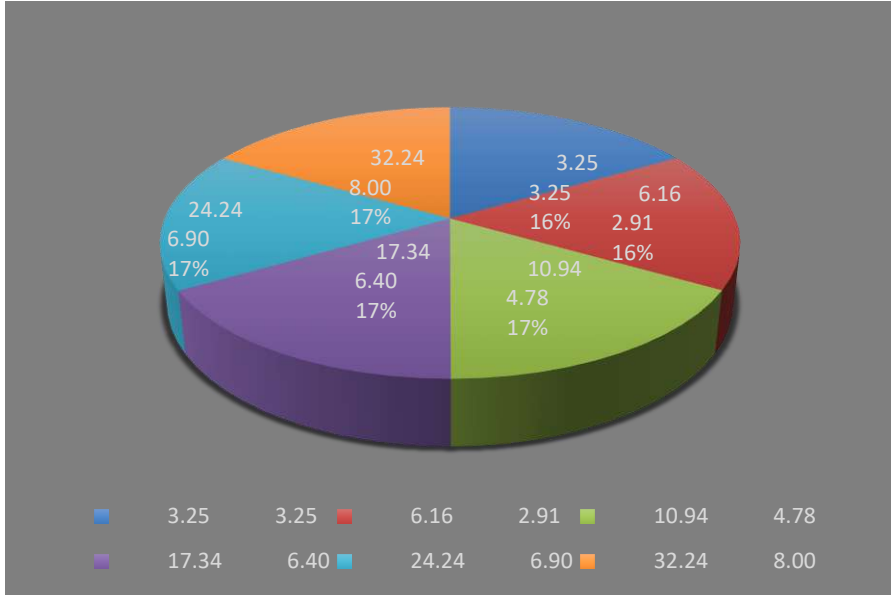
تقييم الممتلكات العقارية المبنية، و قد تم الأخذ بعين الإعتبار لنسب التضخم المستقاة من الديوان الوطني للاحصائيات ONS و بنك الجزائر كالتالي :

جدول رقم 1: نسب التضخم لسنوات 2016 إلى 2021

السنة	نسبة التضخم	تراكم التضخم
2016	3.25	3.25
2017	2.91	6.16
2018	4.78	10.94
2019	6.40	17.34
2020	6.90	24.24
2021	8.00	32.24

المصدر: الديوان الوطني للاحصائيات ONS

الشكل 1: دائرة نسبية حول نسب التضخم لسنوات 2016 إلى 2021



المصدر: من إعداد الباحثين

حسب نص نفس التقرير فإنه خلال سنة 2021 قد تم التخفيض من قيمة الدينار الجزائري بنسبة 30%

وقد تم تقويم الأرضية كالتالي:

أثر إعادة تقييم التثبيتات العينية في ضبط رأس مال شركة المساهمة في السياق الجزائري
(دراسة حالة شركة المساهمة سيراميس SPA CERAMISS)

جدول رقم 02: عناصر تقويم الأرضية

المعامل	طبيعة العناصر
1	معامل جزائي
2	التزويد بالماء
1	التزويد بالكهرباء
1	التزويد بالغاز الطبيعي
2	وجود قنوات التطهير
2	الطرق و المسالك
1	غياب الخدمات الظاهرة
2	سطح الأرض
12	المجموع

المصدر: تقرير شركة المساهمة المختصة في التقويم " ايكزالي "

تقدير الأرضية تم حسب القاعدة التالية:

$$VVT = PR \times ST \times N/10$$

= القيمة الحالية لل أرضية VVT

= السعر المرجعي للمتر المربع للأرض المهيأة موجودة على حافة الطريق مقدر ب PR
60.000.00 دج

= المساحة الإجمالية للأرضية المعادلة ل 35.280.60 متر مربع ST

= تنقيط الأرضية المجهزة = N12

وبالتالي قد قدرت قيمة الأرضية كالتالي:

$$VVT = 10/12 \times 35280.60 \times 60.000.00 =$$

$$= 2.540.203.200.00 \text{ دج}$$

ج- إعادة تقييم البنائيات:

ج1- طريقة التقييم والتقدير المعتمدة:

يتم التقدير بالرجوع إلى المعلومات المستقاة من مصالح التسجيل الضريبي والموثقين و مصالح أملاك الدولة، و من جهة أخرى، الأخذ بالحسبان للمرسوم التنفيذي رقم 07-210 المؤرخ في 2007/07/04 و المرسوم التنفيذي رقم 03-271 المؤرخ في 10/11/1993 المذكورين

سابقا وبنفس الكيفية تم الأخذ بالحسبان لتطورات نسب التضخم خلال المدة من سنة 2016 إلى سنة 2021

وبعد تفصيل البنائات ووصفها وتحديد مساحتها تم اعتماد طريقة التقدير كالتالي:

$$V = PB * SC$$

= القيمة الحالية للبناءية V

= السعر المرجعي للمتر المربع المبني على أرض مهياة توجد على حافة الطريق PB

المحدد بقيمة (X دج)

= المساحة SC

أي ان قاعدة تقييم البنائات تم تحديدها كالتالي = القيمة = السعر المرجعي * المساحة.

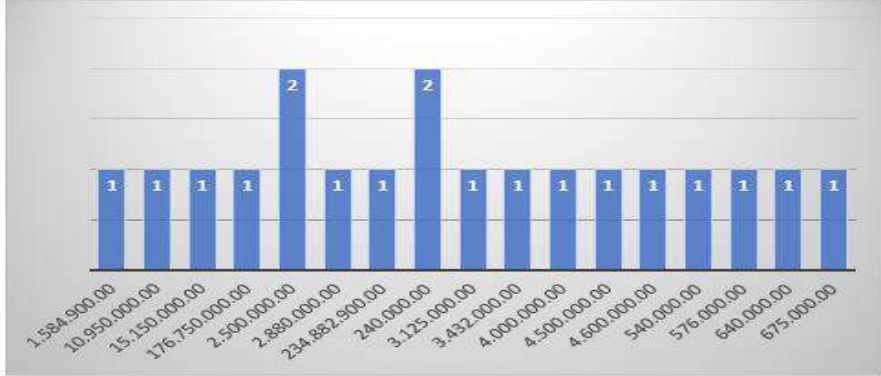
بهذه الطريقة تم تقييم مختلف البنائات كالتالي:

جدول رقم 03: عناصر تقويم البنائات

التقدير بالدينار	التعيين
176.750.000.00	البنية التحتية الصناعية
540.000.00	غرفة الحراسة
3.432.000.00	مساحة عرض المنتوجات
4.500.000.00	عمارة الصيانة
2.500.000.00	مخزن قطع الغيار
3.125.000.00	مخبر التحاليل
2.880.000.00	غرفة تبديل الملابس
4.000.000.00	عمارة المنافع
2.500.000.00	قاعة المطعم
675.000.00	حضيرة السيارات
1.584.900.00	حيز تخزين المنتوجات النهائية
240.000.00	بنية تحتية للماء
4.600.000.00	شقة سكنية
15.150.000.00	مبنى الإدارة
10.950.000.00	الحائط الخارجي مع غرف الحراسة
640.000.00	مركز التسليم
240.000.00	قاعة المضخات
576.000.00	حفرة التطهير
234.882.900.00	المجموع

المصدر: تقرير شركة المساهمة المختصة في التقييم " ايكزالي "

الشكل 2: أعمدة تبين عناصر تقويم البناءات



المصدر: من إعداد الباحثين

د-تقييم التجهيزات الصناعية:

الطريقة المعتمدة لتقييم التجهيزات الصناعية حسب التقرير المنجز من قبل مصلحة التقييمات تعتمد على معطيات السوق مع الأخذ بالحسبان للعناصر التي تنقص من قيم السوق كدرجة قدم التجهيزات ومدى إحترام إجراءات الصيانة الوقائية والعلاجية، التطور التكنولوجي في الميادين التي يوجد بها علاقة مباشرة أو غير مباشرة مع التجهيزات والعتاد وتطور محيط عالم التشغيل.

وقد تم تحديد التقديرات حسب الحالة المادية للتجهيزات الصناعية والألات و المعدات المختلفة كالتالي:

جدول رقم 04: عناصر إعادة تقويم التجهيزات الصناعية

نسبة القدم %	الحالة المادية للتجهيز
20-00	وضعية جديدة و جيدة جدا
40-20	وضعية جيدة
60-40	وضعية متوسطة
80-60	وضعية سيئة (قديم)
99-80	مقترح كغير صالح

المصدر: تقرير شركة المساهمة المختصة في التقييم " ايكزالي "

نظرا لكون التجهيزات قد تم إستعمالها لمدة واحد وعشرون (21) سنة فان نسبة إستعمالها تعتبر عالية مما يؤدي حسب نص التقرير إلى نسبة قدم عالية جدا تم تقديرها بنسبة 70 % ونظرا لكون هذه التجهيزات تم تصنيعها خلال السنوات 1980 إلى 1990 ومنذ ذلك الوقت وقعت تغيرات وتطورات ملحوظة في السوق العالمية. وهكذا تم حوصلة إعادة تقييم مختلف التجهيزات و الألات و المعدات كالتالي:

جدول رقم 05: حوصلة إعادة تقويم التجهيزات الصناعية

النسب	التقدير	قيمة الشراء	التعيين
38.91 %	100870000.00	259236729.91	تجهيزات الإنتاج
45.87 %	19120000.00	41681137.26	تجهيزات الإنتاج الزائدة
04.25 %	100000.00	2351080.56	الألات
19.38 %	53000.00	273356.52	الألات و المعدات الخاصة بالمخبر و الطب
24.82 %	103000.00	414929.50	محطة البنزين
43.22 %	5101000.00	11591675.10	مجمع كهربائي
52.03 %	2877000.00	5528590.04	عتاد إطفاء الحريق
47.45 %	1470000.00	3097500.00	منشأة الغاز
47.73 %	300000.00	6284193.44	مركز التسليم
25.87 %	306000.00	1182458.30	منشأة الماء
04.00 %	44000.00	1099720.69	تجهيزات التدفئة و التبريد
23.36 %	169500.00	725453.82	معدات الصيانة
39.92 %	133122500.00	333466865.13	المجموع

المصدر: تقرير شركة المساهمة المختصة في التقويم " ايكزالي "

حوصلة عملية إعادة التقييم التي قامت بها شركة التقييم ايكزالي تتمثل فيما يلي:

جدول رقم 06: عناصر إعادة تقويم التجهيزات الصناعية

الفارق	إعادة التقييم	القيمة الأصلية	التعيين
2.481.880.200.00	2.540.203.200.00	58.323.000.00	الأرضيات
25.508.766.00	234.882.900.00	260.391.666.57	البنائيات
-488.921.680.00	133.122.500.00	622.044.180.44	التجهيزات الصناعية و الألات و المعدات

المصدر: من إعداد الباحثين

هـ- العمليات المحتسبة المتعلقة بإعادة التقييم:

لقد تم إدماج فارق إعادة التقييم للأرضية في الأموال الخاصة. ولقد تم التسجيل المحاسبي لمبلغ 2.045.922.564.00 الناتج عن عملية التقييم في حساب فارق إعادة التقييم (105) باللائحة رقم 1 للجمعية العامة الإستثنائية المنعقدة بتاريخ 2019/04/15 تم اعتماد إعادة تقييم الأراضيات ذات المساحة المقدرة ب 35.280.60 إلى مبلغ 2.540.203.000.00 و بفارق إعادة تقييم إجمالي قدره 2.481.880.200.00 دج تم إدراجه في الحساب و 211000. وفوضت مجلس الإدارة للقيام بالتسجيل المحاسبي لهذه العملية.

التسجيل المحاسبي لعملية إعادة تقييم التثبيتات على مستوى الشركة:

عملا باللائحة رقم 1 للجمعية العامة الإستثنائية للشركة المنعقدة بتاريخ 2019/04/15، وعملا بالتفويض المعطى لمجلس الإدارة، فإن مصلحة المحاسبة قامت بالعمليات الخاصة بإعادة التقييم كالتالي:

رقم الحساب المدين	رقم الحساب الدائن	التعيين	مبلغ مدين	مبلغ دائن
211000		أراضي البنائات و الورش	2.481.880.200	
	105	فارق إعادة التقييم		2.481.880.200

خلاصة دراسة الحالة:

● إن المال الصافي لسنة 2019، أي قبل إعادة التقييم كان سالبا بقيمة 527503000 وبعد الإدراج الجزئي لإعادة تقييم الأرض وحدها صار موجبا بقيمة 1.859.596.000.00 قبل إعادة التقييم كانت قيمة السهم تساوي 65937.00- أي أن الشركة كانت في وضعية عدم السداد. وبعد إعادة التقييم صار السهم بقيمة 232.449.00 إن إعادة الإعتبار للمال الصافي للشركة لم تكن بموجب مخطط نجاعة بل كان عن طريق إعادة تقييم التثبيتات. وإن كان هذا الاجراء قانوني ومؤسس اقتصاديا، إذ أن الشركة تأسست يوم 26 جوان 2002 وان تجهيزاتها ذات عمر طويل ومنذ ذلك الحين تغيرت المعطيات الإقتصادية وعرف الدينار الجزائري تدنيات معتبرة إلى درجة ان القيم التاريخية للأصول لم يبق لها مقابل نقدي فعلي في الواقع.

* إن عملية إعادة التقييم تؤثر بالإيجاب أو السلب على الأموال الخاصة، مما يؤدي إلى تغيير قيمة السهم أو الحصة الإجتماعية.

* إن عملية إعادة التقييم لا تتم ابدا دون مخاطر اذ يمكن أن ينجر عنها مسؤولية جزائية إذا تعلق الأمر بتضخيم قيمة السهم المتعلق بالأثار المترتبة عن تقييم التثبيتات العينية.

خاتمة:

إن كل عمليات التقييم، سواء كانت أولية أو لاحقة لكل التثبيتات العينية تؤثر على قيمة المال الصافي و بالتبعية على رأس مال شركة المساهمة و بالتبعية على القيمة الآنية للأسهم، إذ أن كل عملية تدفق مالي يخص الإيرادات أو النفقات تؤثر على النتيجة (12) و بالتالي على الحساب قيد الترحيل او الإحتياط(106) و بالتالي على المال الصافي، و بالتالي على رأس مال الشركة و بالتالي على قيمة السهم، و هذا ما يدل على أن قيمة شركة المساهمة في ديمومة تامة، سواء بالإيجاب أو بالسلب، و هذا ما يمكن أن يترتب عليه المساس بمصالح المساهمين أو المسيرين، أو الخزينة العمومية أو البنوك أو المستثمرين أو الموردین.

ولو أن المشرع قد وضع ضوابط قانونية لتصحيح الأخطاء فإن صحة المعلومة المحاسبية المالية تبقى نسبية نتيجة لانعدام الدقة في مؤشرات إعادة تقييم التثبيتات وكذلك بفعل العامل الذاتي للإنسان الذي يطمح دائما الى المزيد من الربح بشتى الوسائل مما يجعل المحاسبة في صف العلوم الانسانية، و مما يستوجب على الخبراء والمشرعين التدخل باستمرار للعمل على تقريب المعلومة المحاسبية المالية إلى الواقع فيما يخص مسألة إعادة التقييم.

التوصيات:

- نظرا للترخيص المنصوص عليه في النظام المالي المحاسبي والمتمثل في عملية إدراج حسابات التثبيتات العينية على أساس المبالغ المعاد تقييمها، فعلى شركات المساهمة، ومن أجل إبراز صورة صادقة لأصول الشركة القيام بإعادة تقييم تثبياتها بصفة دورية و بانتظامية كافية.
- على شركات المساهمة التي تشتغل في الإطار الجزائري القيام بعملية إعادة تقييم تثبياتها من أجل إبراز القيمة الحقيقية لرأس المال و بالتالي القيمة الحقيقية للسهم وهذا تجسيدا لمبدأ الأهمية النسبية.
- على شركات المساهمة ومن أجل ضمان صورة صادقة لرأس المال القيام بعملية إعادة التقييم بانتظامية كافية، كما وجب عليهم اللجوء إلى القيمة الحقيقية التي يحدده السوق. كما أن هذه القيمة تحدد استنادا إلى تقدير يجريه خبراء محترفون مؤهلون لذلك.

قائمة المراجع

- أ. حافي هدى و أ. الحاج عامر. (2017). المعالجة المحاسبية لإعادة تقييم التثبيتات العينية. مجلة أبحاث إقتصادية و إدارية، صفحة 362.
- (2018). القرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوف المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها، النقطة 1-121. الجزائر.
- (2008). القرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 121-20. الجزائر.
- د. شعيب شنوف. (2009). محاسبة المؤسسة طبقا للمعايير المحاسبية الدولية IAS/IFRS الجزء الثاني. الجزائر: نصح باب عزون الجزائر.
- (2008). قواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 5-121. الجزائر.
- (2008). القرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها، النقطة 112-1. الجزائر.
- (2008). لقرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم و المحاسبة و محتوى الكشوفات المالية و عرضها و كذا مدونة الحسابات و قواعد سيرها ، النقطة 1-112. الجزائر.
- مباركي مروان و العرابي حمزة. (2018). واقع إعادة تقييم التثبيتات المادية في الجزائر في ظل النظام المحاسبي المالي . مجلة الأبحاث الإقتصادية، صفحة 260،261.

دور إدارة المعرفة في تعزيز جودة التعليم العالي دراسة حالة قسم هندسة النقل بجامعة الاخوة منتوري -قسنطينة 1

The Role of Knowledge Management in Strengthening the Quality of Higher Education: Case Study of the Transportation Engineering Department at Mentouri University - Constantine 1

رحمة نابتي

Rahma Nebti

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي -الجزائر

Rahmanebti25@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/04/30

تاريخ القبول: 2023/04/30

تاريخ الاستلام: 2022/06/09

الملخص :

تعتبر هذه الدراسة توضيحا للدور الرئيسي الذي تلعبه إدارة المعرفة في تعزيز جودة التعليم العالي، بإبراز قابلية تطبيق إدارة المعرفة وكذا مدى جودة مؤسسات التعليم العالي من خلال دراسة حالة قسم هندسة النقل بكلية العلوم والتكنولوجيا، جامعة قسنطينة-1. توصلت هذه الدراسة إلى أنه بالرغم من اهتمام الأساتذة بمجال البحث والتطوير، إضافة إلى قبولهم الواضح لتحفيز واكتساب ونشر المعرفة عن طريق تبادل المعرفة داخل وخارج الجامعة من خلال المشاركة في المنتديات ونشر المقالات، إلا أن هناك مجموعة من الموانع تشكل عوائق أساسية تحول دون تطبيق إدارة المعرفة على مستوى مؤسسات التعليم العالي.

الكلمات المفتاحية: المعرفة، إدارة المعرفة، جودة التعليم العالي.

تصنيف JEL: D83، L15، I23

Abstract :

This study highlights the main role of knowledge management in enhancing the quality of higher education. This is carried out by assessing the applicability of knowledge management and the quality of higher education institutions through a case study of the Transportation Engineering Department at the Faculty of Sciences and Technology, University of Constantine 1. This study concludes that, despite faculty members' manifest interest in research and research development, as well as the wide acceptance of the promotion, acquisition and dissemination of knowledge through the exchange of knowledge within and outside of the University by taking part in conferences and the publication of articles, major obstacles still hinder the application of knowledge management in the higher education institutions.

Key words: knowledge, knowledge management, higher education quality.

JEL classification codes : D83، L15، I23

1. مقدمة:

فرضت الثورة المعرفية على المؤسسات في الوقت الحالي التغيير من طبيعتها وأسلوب عملها التقليدي، وإدارة الموارد البشرية والمادية، ولقد تعاضمت مكانة الأنشطة المعرفية لتصبح أكثر أهمية ومنه فقد استوجب الأمر التوجه الفعلي نحو تطبيق إدارة المعرفة.

تواجه مؤسسات التعليم العالي العديد من التحديات والاختار والتي تنصب أساسا في عدم توافق البرامج التعليمية مع حاجات المجتمع، إضافة إلى كون مؤسسات التعليم العالي ذات طبيعة معرفية فهي تحتاج أكثر إلى تطبيق إدارة المعرفة.

لغرض التخفيف من التحديات التي تواجهها مؤسسات التعليم العالي يجب الأخذ بمفهوم إدارة المعرفة وهذا من أجل ضمان جودة الخدمات التعليمية بصغة عامة. ومنه يمكن تحديد مشكلة الدراسة وفقا للتساؤل الرئيسي التالي: ماهودور إدارة المعرفة في تحسين جودة التعليم العالي بقسم هندسة النقل جامعة قسنطينة-1؟ والذي تتفرغ عنه التساؤلات الفرعية التالية:

✓ هل هناك قابلية لتطبيق إدارة المعرفة للعيينة المدروسة؟

✓ هل تتسم العينة المدروسة بالجودة في التعليم العالي؟

✓ هل هناكعوائق تمنع من تبني إدارة المعرفة في العينة المدروسة؟

أهداف الدراسة: تتمحور أهداف الدراسة في توضيح أهداف تطبيق إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي والتي يمكن تلخيصها على النحو التالي:

- إبراز مفهوم إدارة المعرفة وعملياتها؛
- توضيح مدى تطبيق إدارة المعرفة في الجامعة الجزائرية من خلال دراسة حالة لقسم من جامعة قسنطينة-1؛
- اظهار مدى قبول الأساتذة للعيينة المدروسة لتوليد وتحفيز المعرفة ثم نشرها وتبادل المعرفة داخل وخارج الجامعة؛
- توضيح مساهمة إدارة المعرفة في ضمان جودة التعليم العالي.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في إبراز مدى فعالية تطبيق إدارة المعرفة في ضمان جودة التعليم العالي، من خلال التعرف على إمكانية قبول أساتذة العينة المدروسة تطبيق إدارة المعرفة لغرض تحسين جودة مؤسسات التعليم العالي.

فرضيات الدراسة: بناء على التساؤلات الفرعية المطروحة تم صياغة فرضيات الدراسة التالية:

- ✓ هناك قبول من طرف أفراد عينة الدراسة لتطبيق إدارة المعرفة.
- ✓ تتسم العينة المدروسة بالجودة في التعليم العالي.
- ✓ هناك عدة عوائق تمنع من تبني إدارة المعرفة في العينة المدروسة.

عينة الدراسة: أقيمت الدراسة على عينة من الأساتذة بقسم هندسة النقل بكلية العلوم والتكنولوجيا لجامعة قسنطينة-1، حيث بلغ حجم المجتمع الأصلي 44 أستاذ تم توزيع الاستبيان على جميع الأساتذة وقد بلغ عدد الاستبيانات التي تم استرجاعها 40 استبيان، قسم الاستبيان إلى أربعة أجزاء، تم تحليلها وتفسيرها وفقا لحساب كلا من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

الدراسات السابقة: يمكن حوصلة الدراسات السابقة في الآتي:

- دراسة الامين حلموس بعنوان: دور ادارة المعرفة في ايجاد وتعزيز جودة التعليم العالي من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالأغواط، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد 5، العدد 1، جوان 2019. حيث تمحورت الدراسة على دراسة عمليات إدارة المعرفة "توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع وتطبيق المعرفة، وإظهار دورها في تعزيز وإيجاد الجودة عند اساتذة الكلية، وقد توصلت الدراسة إلى أن لعمليات إدارة المعرفة دور في ايجاد وتعزيز الجودة وهذا ما أثبتته نتيجة معامل التحديد.
- دراسة وسام مهيبيل بعنوان: تطبيق إدارة المعرفة لضمان جودة التعليم العالي -دراسة حالة جامعة الجزائر3-، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد2، العدد8، سبتمبر 2019، ركزت هذه الدراسة على تقييم تطبيق إدارة المعرفة ومدى مساهمتها في ضمان جودة التعليم العالي من خلال دراسة حالة جامعة الجزائر -3، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك تطبيق لإدارة المعرفة ولكن بدرجة متوسطة.
- دراسة فرحاتي لويذة وآخرون، بعنوان: إدارة المعرفة متطلب أساسي لضمان جودة التعليم العالي- تجارب بعض الجامعات، مجلة الأصيل للبحوث الادارية والاقتصادية، العدد 4، ديسمبر 2018، وقد هدفت الدراسة إلى توضيح أن إدارة المعرفة والجودة أساس العملية

التعليمية، وقد توصلت الدراسة إلى أن إدارة المعرفة متطلب أساسي لضمان جودة التعليم العالي.

● ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة هو اتخاذ دراسة الحالة في قسم من كلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة قسنطينة، التركيز على مدى استيعاب تطبيق إدارة المعرفة بالعينة المدروسة.

خطة الدراسة: تم معالجة موضوع الدراسة وفقا للنقاط الرئيسية التالية:

- ✓ ماهية إدارة المعرفة
- ✓ الجودة في مؤسسات التعليم العالي
- ✓ متطلبات تبني إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي
- ✓ مساهمة إدارة المعرفة في تعزيز جودة التعليم العالي -دراسة ميدانية لقسم هندسة النقل بجامعة قسنطينة 1 -

2. ماهية إدارة المعرفة:

تحتاج المنظمة بصفة كبيرة إلى المعرفة لزيادة كفاءتها وجودتها، فباستخدام المعرفة وتشاركها بين الأفراد يؤدي ذلك إلى خلق انسجام وتكافؤ بين الافراد وبالتالي زيادة انتاجيتهم بالاستفادة من المعارف الناتجة عن بعضهم البعض، وبالتالي استخدام المعرفة السائدة في صورة تكنولوجيا المعلومات المتوفرة لدى المنظمة والمخزنة مع إمكانية استرجاعها عند الحاجة، كما يتم الاستفادة من المعرفة الداخلية لكل فرد المكتسبة من الوظائف والمناصب المشغولة من طرفه، من خلال هذا الجزء سيتم التطرف إلى مفاهيم أساسية حول إدارة المعرفة.

1.2. تعريف إدارة المعرفة:

تسعى إدارة المعرفة لتسيير الأفكار والرؤى والممارسات والمهارات الصادرة عن أشخاص ذوي خبرة مهنية، فبالنسبة للمؤسسة التحدي هو أن يكون الأداء الجماعي أكبر من مجموع أداء الافراد منفردة. (مهيل، سبتمبر 2019، صفحة 110)

يستنتج من التعريف أن إدارة المعرفة جهد منظم واعي موجه من قبل المؤسسة لتحقيق أكبر قدر من الفعالية التنظيمية.

كما يقصد بإدارة المعرفة التقنيات والأدوات والموارد البشرية المستخدمة لجمع وإدارة ونشر واستثمار المعرفة ضمن مؤسسة ما، حيث ينظر إليها على أنها إدارة ما يمتلكه الأفراد من

مهارات تستند إلى المعرفة وليس فقط ما هو موثق في مستندات المؤسسة، والهدف من إدارة المعرفة يرتبط بعملية اتخاذ القرار في المؤسسات. (علي مكيد، فاطمة يحياوي، افريل 2014، صفحة 12)

تسعى إدارة المعرفة من خلال هذا التعريف لاكتساب واستخدام الموارد بإنشاء قيمة مضافة نوعية لكل هيئة لخلق وتكوين بيئة، تكون فيها المعلومات في متناول الأفراد يمكن لهم فيها استخدام، تقاسم وتطوير معارفهم.

2.2. عمليات إدارة المعرفة:

هناك اختلاف حاصل في وجهات نظر الباحثين في تحديد عمليات إدارة المعرفة لكنها بالنتيجة تصب في هدف واحد وهو اظهار هذه العمليات سواء بالتركز أو التوسيع فيها، كما يوجد تكامل بين عمليات إدارة المعرفة فكل واحدة مبنية على تكامل سابقتها، حيث هناك مجموعة من عمليات إدارة المعرفة وهي على النحو التالي:

أ. **تشخيص المعرفة:** يعتبر التشخيص ذو مكانة في برنامج إدارة المعرفة فمن خلال التشخيص يتم وضع سياسات وبرامج العمليات الأخرى، حيث يمكن التشخيص من اكتشاف المعرفة في المؤسسة والأشخاص الحاملين لها ومواقعهم كذلك قواعد يحدد مكان هذه المعرفة في القواعد. (K.C.&، 2004، p. 316)

ب. **تخطيط المعرفة:** ترتبط عملية تخطيط المعرفة بوضع الخطط المختلفة ذات الارتباط بإدارة المعرفة، ودعم أهداف إدارة المعرفة والأنشطة الفردية وأنشطة المنظمة والسعي إلى توفير القدرات والامكانيات اللازمة لسير الاعمال بكفاءة وفعالية، وتوفير الطاقم الخبير المتخصص وتحديد التسهيلات التكنولوجية اللازمة (الذنيات، دون سنة نشر ، صفحة 194)

ج. **خزن المعرفة:** يقصد بخزن المعرفة أي الاحتفاظ بالأفراد ذوي المعارف الضمنية أي المعارف المكتسبة من المناصب المشغولة والتي لا يتم توثيقها أو خزنها لدى المنظمة لذلك تعاني المنظمات من خطر مغادرة الافراد للمنظمة أيا كان سبب ذلك وأخذهم للمعارف الضمنية التي يمتلكونها، ونجد هذا الاشكال خاصة بالنسبة للمنظمات التي توظف العمال في اطار عقود مؤقتة، أما بالنسبة للمعارف الموثقة فيتم حفظها وتخزينها بطريقة يمكن استرجاعها عند الحاجة. (شنانفي، جوان 2020، صفحة 567)

د. **اكتساب المعرفة:** يتم اكتساب المعرفة عن طريق التبادل المشترك بين الأفراد من خلال تحدي الابداع والتميز، كما أن الافراد هم الذين يولدون المعرفة ويسعون إلى اكتسابها فالمنظمة دون

أفراد لا يمكنها اكتساب المعرفة، وتتم عملية اكتساب المعرفة عن طريق توسيع نطاق المعرفة المكتسبة للأفراد ويتم ذلك من خلال الحوار وزيادة عمليات التشارك بينهم والاستفادة من الخبرات. (خالد عتيق، 25-27 مارس 2014، صفحة 4)

هـ. **نقل وتوزيع المعرفة:** تشتمل عملية نقل المعرفة على العمليات الضرورية لإيصال المعلومات إلى مستخدميها، حيث تعتبر الخطوة الأولى في عملية التشارك في المعرفة، وتعني بجميع العمليات المتمثلة في إيصال المعرفة للشخص المناسب في الوقت المناسب وبالتكلفة المناسبة وضمن الشكل المناسب (صويص، ديسمبر 2011، صفحة 514)

و. **تطبيق المعرفة:** لغرض تطبيق المعرفة يجب تحويل المعرفة للجهات التنفيذية ويجب توجيه المساهمة المعرفية مباشرة نحو تحسين أداء المنظمة، حيث أن التطبيق يعني الاستعمال أو الاستفادة من العملية وتعتبر عملية التطبيق الهدف الأساسي من عملية المعرفة كلها، (خلف، 2007، صفحة 8) وتتطلب عملية التطبيق تهيئة المنظمة للاستفادة القصوى من توظيف المعرفة لخدمتها، وتقع مسؤولية التطبيق على عاتق المدير الذي لا بد من حرصه على تطبيق المعرفة بشكل سليم، كما لا تخفى أهمية الانترنت في استخدام المعرفة إضافة إلى أساليب تطبيق المعرفة المتمثلة بمبادرات العمل، وبالتالي فإن نجاح المنظمة يعتمد بصفة أساسية على تطبيق إدارة المعرفة بالحجم المطلوب (نوري، 2011، صفحة 10)

3. الجودة في مؤسسات التعليم العالي

1.3. تعريف جودة التعليم العالي:

أصبح الاهتمام بموضوع الجودة في المؤسسات التعليمية العاليية تحظى باهتمام بالغ لدى المعنيين، لذلك فقد تعددت تعريفات الجودة في التعليم العالي نذكر من بينها ما يلي:

تعرف جودة التعليم العالي على أنها: "قدرة مجموعة خصائص ومميزات المنتج التعليمي على تلبية متطلبات الطالب، وسوق العمل والمجتمع وكافة الجهات الداخلية والخارجية المنتفعة (petrides, 2011, p. 10)

كما أكد جوران على أن تحقيق الجودة في التعليم العالي هو منهج وعملية إدارية تهدف إلى تحقيق كفاية التعليم العالي وخلق وتهيئة الجو الأكاديمي المناسب للطلبة للحصول على الشهادة الجامعية. ويضيف جوران أن ذلك لا يعني التركيز فقط على قياس مدى ما يتم تحقيقه من

أهداف بل ينبغي أن يشمل تقييم للإنجازات التي تم تحقيقها في مستويات التعليم العالي. ويقترح أنه في ظل غياب معايير محددة ومتفق عليها في التعليم العالي يصبح من الضروري على المؤسسة الأكاديمية أو الجامعة أن تحدد رؤيتها. وأهدافها وغايتها لكي يمكنها من تقييم أداءها وإنجازاتها بناء على هذه الأهداف والغايات. (فرحاتي، ديسمبر 2018، صفحة 133)

يقصد بضمان الجودة حسب تعريف الوكالة البريطانية: "تعبّر عن كافة الأنظمة والموارد والمعلومات المكرسة للمحافظة على المعايير والجودة وتحسينها. ويشمل ضمان الجودة فرص التعليم والتعلم وخدمات مساندة الطلاب". (yeh, 9 septembre 2005, p. 35)

من خلال التعاريف السابقة يمكن استنباط أهداف الجودة في التعليم العالي وهي كما يلي:

- ✓ تحقيق كفاية التعليم العالي وتوفير الجو الملائم للتعليم؛
- ✓ اشباع رغبات الطالب في المجال التعليمي؛
- ✓ محاولة ربط الدراسة الأكاديمية بسوق العمل؛
- ✓ تحقيق التميز والابداع على مستوى التعليم العالي.

كما يمكن اعطاء تعريف لجودة التعليم العالي وفقا لما يلي: يقصد بجودة التعليم العالي اتسام مؤسسات التعليم العالي بالتميز والابداع مع تحقيق متطلبات الطلبة والسعي الدائم إلى خلق حلقة ربط بين التخصصات المدروسة واحتياج سوق العمل.

4. متطلبات تبني إدارة المعرفة في المؤسسات التعليم العالي

لغرض الاستفادة من المعارف على مستوى مؤسسات التعليم العالي يتوجب ذلك على الافراد إعطاء أهمية أكبر للمعارف الكامنة لديهم وكذلك المعارف المخزنة على مستوى وسائل تكنولوجيا المعلومات.

1.4. أسباب تطبيق إدارة المعرفة بمؤسسات التعليم العالي:

يوجد العديد من الأسباب المؤدية إلى تطبيق إدارة المعرفة على مستوى مؤسسات التعليم العالي هي على النحو التالي: (ماضي، 2010، صفحة 45)

- الاعداد الكبيرة من المنتسبين إلى الجامعة وتشعب ارتباطاتها؛
- تنوع الأنشطة الجامعية وارتباطها؛
- كثرة وتنوع وارتباط الجهات تتطلب متابعة سريعة ودقيقة؛

- تزايد القناعة لدى المسؤولين في الحكومات بأن النجاح الاقتصادي يتطلب قوى عاملة جيدة الاعداد وهذا لا يتأتى إلا من خلال برامج تعليمية جيدة النوعية في مؤسسات التعليم العالي؛
- تدني مستوى خريجي التعليم العالي وضعف أدائهم في المراحل التعليمية اللاحقة كأثر من اثار ضعف المحتوى العلمي المقدم لهم؛
- الحد من ازدواجية وجود قاعدة بيانات يمكن للأشخاص المخولين فقط من الوصول إلى أجزاء منها وفق احتياجات الجامعة؛
- وصول التغييرات في البيانات إلى مواضعها حال اعتمادها؛
- توحيد أسلوب العمل الإداري داخل الجامعة.

من خلال تحديد الاسباب التي تؤدي إلى تطبيق إدارة المعرفة والتي تركز أساسا على تنوع الأنشطة في الجامعة والعدد الكبير الذي تحتويه والذي يشمل كلا من الهيئة التدريسية والطلبة، وكل فرد فيها سواء أستاذ أو طالب أو إداري فكل منهم يمتلك معارف باختلاف نوعيتها ولغرض نشرها وتوزيعها للاستفادة منها يستوجب ذلك تطبيق مفهوم إدارة المعرفة في الجامعة.

2.4. مميزات إدارة المعرفة الملائمة لمؤسسات التعليم العالي :

تتمثل مميزات إدارة المعرفة الملائمة لمؤسسات التعليم العالي فيما يلي :

أ. إدارة الجامعة دون الاستخدام المبالغ للأوراق: حيث يتم التوجه نحو الاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، سواء فيما يتعلق بتخزين المعلومات المتعلقة بالمؤسسات التعليمية من جهة في قواعد بيانات أو أقراص مضغوطة ... ومن جهة أخرى استخدام الوسائل الالكترونية للاتصال بين أعضاء هيئة التدريس مثلا: البريد الالكتروني، أي التقليل من الاستعمال الورقي على مستوى المؤسسات التعليمية العالي بما يتوافق ومفهوم إدارة المعرفة .
(Dhamdhere, January 2015, p. 164)

ب. إدارة الجامعة دون التقييد بالزمان: بالاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات مما يساهم في عدم التقييد بالوقت التعليمي أي الوقت الذي يتواجد فيه هيئة التدريس على مستوى الجامعة وهو يعتبر وقت محدد، في حين عدم التقييد بالأسلوب التقليدي يساهم في التواصل الدائم بين أعضاء هيئة التدريس من الأساتذة والاداريين والطلبة الذي يسمح

باستخدام الوقت الكامل للزمن 24 ساعة في اليوم خاصة مع اتساع رقعة المكان الجغرافي باختلاف مواعيد الاجازات بين المجتمعات مما يحتم على متخذ القرار العمل بشكل مستمر ودون زمن محدد(عودة، 2016، صفحة 15)

ج. إدارة الجامعة دون التقيد بالمكان: يساهم استعمال وسائل الاتصال الالكترونية في خلق جو التالف عن بعد فمثلا: المشاركة في المؤتمرات الدولية عن طريق الاتصال بالفيديو دون التنقل إلى مكان المؤتمر مما يساعد في كسب الجهد والوقت وتخفيض التكاليف الناتجة عن التنقل.

د. إدارة الجامعة دون التقيد بالتنظيمات الروتينية: لغرض تطبيق إدارة المعرفة يتطلب ذلك التخلي عن الطابع الاداري الروتيني السائد على مستوى مؤسسات التعليم العالي وفتح باب التغيير نحو الأفضل (Yang, 2010, p. 22).

5. دور إدارة المعرفة في تحقيق جودة التعليم العالي:

تعمل إدارة المعرفة من خلال عملياتها على تحقيق وضمان جودة مؤسسات التعليم العالي، فتشخيص المعرفة يعمل على معرفة موجودات المعرفة الحالية أي مدى كفاءة الأساتذة كالكتب والمراجع العلمية والمخابر والانترنت وغيرها والتي تساعدهم على البحثوتنمية مهاراتهم، وبالتالي يساعد هذا إدارة الجامعة على تحديد احتياجاتها من الأساتذة الاكفاء، وتحديد مستوى الابداع والجودة المطلوبة عموما من هيئة التدريس وغيرها من الاعمال التي تعمل على زيادة جودة أعضاء هيئة التدريس.(العوفي، فيفري 2019، صفحة 497)

إن عملية توليد المعرفة والتي تكون من خلال إشراك الأساتذة في القضايا الخاصة بالجامعة، فمن خلال الندوات والملتقيات التي تقوم بها فهي تعمل على نقل المعرفة من مستوى فردي إلى مستوى جماعي، كما تعمل على زيادة المعارف لدى الأساتذة وبالتالي زيادة جودتهم.

أما عملية خزن المعرفة فهي تعمل على الاحتفاظ بالمعرفة واسترجاعها وقت الحاجة وهذا ما يمكن من الاستفادة منها خاصة بالنسبة للأساتذة الجدد، اما بالنسبة لعملية نشر المعرفة فهي تعمل على توزيع المعرفة على الأساتذة وإيصالها لهم في الوقت الملائم مما يساهم في زيادة جودتهم في العمل،(حميمدات، أكتوبر 2018، صفحة 124)أما بالنسبة لعملية تطبيق المعرفة فهي تعمل على زيادة جودة أعضاء هيئة التدريس من خلال تحويل المعارف التي تم الحصول عليها إلى واقع ملموس ينعكس على أداء الأساتذة وجودتهم في العمل.

6. مساهمة إدارة المعرفة في تعزيز جودة التعليم العالي -دراسة ميدانية لقسم هندسة النقل جامعة قسنطينة 1 -

لغرض لدراسة المتغيرين الأساسيين لهذه الدراسة المتمثلين في إدارة المعرفة وجودة التعليم العالي وهذا من خلال التعرف على مدى التطبيق الفعلي لإدارة المعرفة في الجامعة الجزائرية وكذا مساهمتها في تحسين جودة التعليم العالي، تم اختيار دراسة حالة جامعة الاخوة منتوري قسنطينة 1 وبالضبط كلية العلوم والتكنولوجيا، قسم هندسة النقل والذي يضم 44 أستاذ، تم توزيع الاستبيان على الأساتذة، وقد تم استرجاع 40 استبيان أي عينة الدراسة تمثلت في 40 استبيان من أصل 44 المجتمع الأصلي للدراسة، أي ما نسبته 90% بالتقريب جميع افراد المجتمع الأصلي ومن هنا يمكن تعميم النتائج على العينة كلها.

تمت دراسة الجانب الميداني وفقا لما يلي:

1.6. أقسام الاستبيان:

قسم الاستبيان إلى أربعة أجزاء أساسية هي على النحو التالي:

الجزء الأول: ويتعلق بالمعلومات الشخصية للعينة المدروسة والمتمثلة في الأساتذة وهي ترتبط بالمستوى العلمي، الخبرة في البحث، المشاركة في المنتقيات الوطنية والدولية، المقالات المنشورة على المستوى الوطني والدولي وكذا المؤلفات من الكتب والمطبوعات.

الجزء الثاني: ارتبط هذا الجزء بإدارة المعرفة، التعرف على الاستخدام الفعلي لها من خلال استخدام الوسائل التكنولوجية التي تسهل الاتصالات وتشارك المعلومات ومنه اكتساب المعرفة ونقلها بين أعضاء هيئة التدريس.

الجزء الثالث: ركز هذا الجزء على جودة التعليم العالي، من خلال التعرف على مدة كفاءة البرامج الأكاديمية المتبعة ومدى التفاعل بين الأساتذة لتشجيع البحث والتطوير، ومدى تشجيع الاعمال المتميزة وتقديم تدريبات على مستوى الجامعة، وفقا لهذا الجزء سيتضح مدى تميز العينة المدروسة بالجودة.

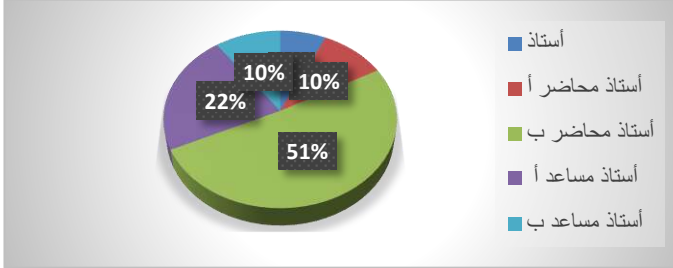
الجزء الرابع: يوضح الجزء الأخير المعوقات التي تمنع من تطبيق إدارة المعرفة.

2.6. تحليل الاستبيان:

1. تحليل بيانات الجزء الأول: معلومات شخصية حول العينة المدروسة

- توزيع الأساتذة وفقا للرتبة المشغولة:

من خلال الدائرة النسبية التالية سيتم توضيح توزيع الأساتذة لقسم هندسة النقل وفقا للرتب المشغولة. الشكل رقم 01: توزيع الأساتذة وفقا للرتب المشغولة.



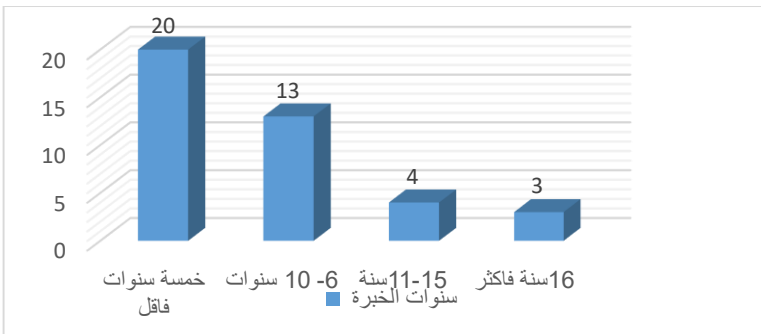
المصدر: من إعداد الباحثة بناء على بيانات الاستبيان

نلاحظ من خلال الشكل أن أكبر نسبة لرتبة أستاذ محاضر ب ما قدر ب 51 %، تليها رتبة أستاذ مساعد أ بنسبة 22 % لتساوي كلا من رتبتي استاذ مساعد ب واستاذ محاضر أ بنفس النسبة المتمثلة في 10 %، كما نجد رتبة أستاذ تحتل ما نسبته 7 %، هناك تنوع في الرتب المشغولة في قسم هندسة النقل، وهذا ما يزيد من جودة الدراسة بعدم التركيز على فئة واحدة.

- توزيع الأساتذة وفقا للخبرة في البحث:

من خلال الشكل الموالي سيتم توضيح توزيع الأساتذة وفقا للخبرة في البحث ضمن مجال التدريس في مؤسسات التعليم العالي وهي وفقا لما يلي:

الشكل رقم 02: توزيع الأساتذة وفقا للخبرة في البحث



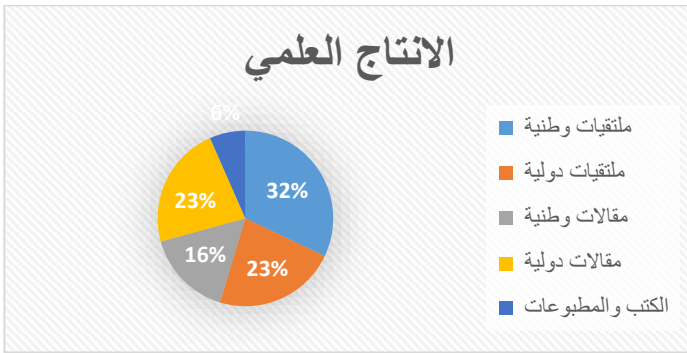
المصدر: من إعداد الباحثة بناء على بيانات الاستبيان

من خلال الشكل يتضح أن العينة تتميز بالامتزاج أي هناك تنوع في الأساتذة من حيث خبرتهم في البحث وهذا ما يؤكد توزيع الرتب المشغولة لارتباط الخبرة في البحث بالرتبة المشغولة لأغلب الأساتذة في قسم هندسة النقل لكلية العلوم والتكنولوجيا جامعة قسنطينة 1، وهذا ما يساعد على توليد المعرفة ونشرها بين الأساتذة والاستفادة منها.

- توزيع الأساتذة وفقاً للمؤتمرات والمنشورات العلمية:

يبرز الشكل الموالي مدى الإنتاج العلمي للأساتذة بقسم هندسة النقل، والذي يختلف بين الملتقيات الوطنية والدولية، كذلك المقالات العلمية بنوعيتها إضافة إلى المنشورات من الكتب والمطبوعات.

الشكل رقم 03: مشاركة الأساتذة في الملتقيات ونشر المقالات



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على بيانات الاستبيان

من خلال الشكل نجد أن الملتقيات الوطنية قد حظيت بأكثر نسبة والمقدرة ب 32% من المجموع الكلي للمشاركات والمنشورات لتليها كلا من الملتقيات الدولية ومقالات دولية بنفس النسبة المقدرة ب 23% من المجموع الكلي، أما فيما يتعلق بالمقالات الوطنية فهي بما نسبته 16% ، وما لوحظ بالنسبة للكتب والمطبوعات فتمثلت نسبتها في 6% هي نسبة قليلة لكن تتوافق مع رتب الأساتذة ضمن العينة المدروسة فقد لاحظنا سابقاً أنه لدينا عدد قليل من الاساتذة الحائزين على رتبك استاذ محاضراً ورتبة الاستاذية وما يطلب الترقية لهذه الرتب نشر مطبوعات أي هناك تشجيع على اكتساب المعرفة ونشرها وتحفيزها عن طريق مكافئة الباحث بالترقية في الرتبة، وما يظهر من خلال هذه العينة أن هناك تنوع في الإنتاج العلمي يختلف بين المشاركة في الملتقيات الوطنية والدولية، كذلك هناك نشر للمقالات بنوعيتها الوطنية والدولية، وما يلاحظ أن هناك تجانس في المشاركات والمنشورات أي تقارب من ناحية

النسب وهذا ما يساهم في تشارك وتبادل المعرفة بين أعضاء هيئة التدريس من الأساتذة وتوليد المعرفة لدى فئة الأساتذة الجدد مما يوسع المجال أمام نشر وتوزيع المعرفة.

ب. تحليل بيانات الجزء الثاني: إدارة المعرفة

من خلال الجدول الموالي سيتم توضيح مدى رؤية آراء العينة المدروسة حول قبولهم لتطبيق إدارة المعرفة، ويظهر ذلك على النحو التالي:

جدول رقم 02: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لأعضاء عينة

الدراسة حول إدارة المعرفة

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	تطبيق إدارة المعرفة
متوسطة	0.951	2.2	1. هناك استخدام مكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتواصل بين اطراف هيئة التدريس
متوسطة	1	2.2	2. وجود الانترنت في الجامعة يمكن من الاطلاع على كل جديد في ميادين العلم
مرتفعة جدا	0	3	3. يساعد وجود الانترنت في الجامعة على تحسين القدرة التعليمية
مرتفعة جدا	0	3	4. وجود موقع خاص للجامعة على الأنترنت يساهم في تزويد المتطلع عليه بالمعلومات
مرتفعة	0.882	2.4	5. تستخدم الجامعة البريد الالكتروني كوسيلة للتواصل مع الطاقم التدريسي
متوسطة	0.875	1.85	6. تستخدم الجامعة قاعدة بيانات للربط بين الأقسام والكليات
منخفضة	0.812	1.65	7. تعتمد الجامعة حوسبة المكتبات وتسهيل عملية الاتصال بالمكتبة
متوسطة	0.910	1.75	8. هناك تشارك وتبادل للمعارف بين أعضاء الطقم التدريسي
متوسطة	0.912	2.25	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العامين

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على تحليل نتائج الاستبيان

من خلال الجدول يظهر أن المتوسط الحسابي العام ضمن فئة المحايدة المحصورة ما بين 1.67-2.34 بقيمة مقدر ب 2.25 ، وانحراف معياري عام مقدر ب 0.912 وهو ما يظهر أن درجة موافقة الافراد عامة كانت متوسطة لكن هناك من العبارات ما حظي بالموافقة خاصة بالنسبة للعبارتين الثالثة والرابعة فقد تم الموافقة عليهما من طرف جميع أعضاء عينة الدراسة والذي يدل على اهتمام الجامعة بوسائل الاتصال الالكتروني واستخدامها في التواصل مع الأساتذة إضافة إلى اهتمامها باستخدام المكثف للأنترنت المساعد على توسيع المعارف

لدى أعضاء هيئة التدريس وأيضا العبارة الخامسة وهو ما يبين استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال وابطال المعلومات المرجوة لأعضاء هيئة التدريس، والذي يساهم في تشارك ونشر المعرفة. كما يوجد من العبارات ما حظي بدرجة موافقة متوسطة بالنسبة للعبارة الأولى والثانية السادسة والثامنة أي فهي محصورة في فئة المحايدة، اما بالنسبة للعبارة السابعة فكانت درجة الموافقة عليها منخفضة أي أنها قوبلت بغير الموافقة من طرف أعضاء العينة المدروسة وهو ما يدل على عدم الاستخدام الأمثل للعناصر المولدة والمحفزة للمعرفة والتي تساهم في التشارك المعرفي بين الافراد، لكن ما لوحظ هو وجود قابلية من طرف أعضاء هيئة التدريس للعينة المدروسة لتطبيق إدارة المعرفة.

ج. تحليل بيانات الجزء الثالث: جودة التعليم العالي

بناء على بيانات الاستبيان سيتم توضيح مدى جودة التعليم العالي للعينة المدروسة وذلك وفقا للجدول التالي:

جدول رقم 03: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لعينة الدراسة حول جودة

التعليم العالي

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	علاقة إدارة المعرفة بجودة التعليم العالي
مرتفعة	0.688	2.5	1. يتميز أعضاء هيئة التدريس بالسعي المتواصل لاكتساب المعرفة وتشجيع البحث والتطوير
منخفضة	0.933	1.65	2. تقدم مؤسسات التعليم العالي حوافز وتكريمات للأعمال المتميزة
متوسطة	0.718	2.1	3. تتميز البرامج الأكاديمية بالكفاءة
متوسطة	0.670	1.85	4. تتسم البحوث العلمية على مستوى الجامعة بالجودة
متوسطة	0.858	2	5. يتميز الأساتذة بالتواصل فيما بينهم لغرض توليد معارف جديدة
متوسطة	0.887	2.05	6. تعمل إدارة الجامعة على تطوير نفسها وتطوير طاقمها كليا
متوسطة	0.850	2.25	7. يعمل مختصو المعرفة في الجامعة على تحديث المعلومات باستمرار
متوسطة	0.794	2	8. تهتم الجامعة بتدريب أعضاء هيئة التدريس ومنحهم فرص التعلم لإنتاج المعرفة
متوسطة	0.822	2.05	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على تحليل نتائج الاستبيان

يبرز من خلال الجدول أن المتوسط الحسابي العام أخذ قيمة 2.05 والانحراف المعياري العام 0.822 كما أن العبارات قد تركزت في فئة محايد وهذا يعني وجود نقص في جودة التعليم العالي ويظهر ذلك من خلال اتجاه أغلب الأساتذة المجهين إلى المحايدة أي وجود نقص في البرامج الأكاديمية مع عدم الجودة الكاملة لها، وكذلك بالنسبة للبحوث العلمية، إضافة إلى عدم التواصل المستمر بين الأساتذة لتوليد معارف جديدة، إلا أنه بالنسبة للعبارة الثانية والمتمثلة في تقديم الجامعة لحوافز وتكريمات للأعمال الممتازة فهي ذات درجة موافقة منخفضة أي اتجاه أغلب المجهين عنها نحو عدم الموافقة هذا يعني أن هناك نقص في الاهتمام وعدم كفايته لتحفيز الأساتذة نحو الأعمال المتميزة، أما بالنسبة للعبارة الأولى والتي تمثلت في تميز الأساتذة بالسعي المتواصل نحو تشجيع البحث والتطوير لاكتساب المعرفة فقد حظيت بدرجة موافقة مرتفعة وهذا يعني اتجاه أغلب الإجابات نحو الموافقة ومنه يمكن القول أن أساتذة العينة المدروسة يجذبون تحفيز المعرفة عن طريق تشجيع البحث والتطوير لغرض التحسين الأمثل لجودة التعليم العالي.

د. تحليل بيانات الجزء الرابع: معيقات تطبيق إدارة المعرفة

بناء على الجدول الموالي سنوضح المعوقات التي تمنع من تطبيق إدارة المعرفة للعينة المدروسة وذلك على النحو التالي:

جدول رقم 04: يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعيقات تطبيق إدارة المعرفة

معوقات تطبيق إدارة المعرفة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1. عدم الاهتمام بنشر المعرفة وتشجيعها بين أفراد هيئة التدريس	2.15	0.875	متوسطة
2. عدم توفر الجامعة على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المساعدة على توليد ونشر المعرفة	2.85	0.366	مرتفعة
3. غياب الاتصال الجماعي بين أعضاء الطقم التدريسي	2.55	0.825	مرتفعة
4. غياب الدعم من طرف الإدارة العليا لتطبيق إدارة المعرفة	2.5	0.841	مرتفعة
5. الطابع الروتيني السائد في الجامعة ورفض التغيير	2.6	0.692	مرتفعة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العامين	2.53	0.758	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على تحليل نتائج الاستبيان

يبرز الجدول رقم 04 أن المتوسط الحسابي العام قدر ب 2.53 والانحراف المعياري العام قيمته 0.758 وهي ضمن فئة الموافقة أي هناك قبول شبه كلي حول وجود معيقات تمنع من تطبيق إدارة المعرفة بقسم هندسة النقل، كما نجد أن مختلف العبارات قد حظيت بدرجة الموافقة من طرف أعضاء العينة المدروسة فبالنسبة للعبارات من الثانية إلى الخامسة قد سجلت درجة موافقة كبيرة بين أعضاء عينة الدراسة والتي تعبر عن غياب الوسائل تكنولوجيا المعلومات المساعدة على توليد وتوزيع المعرفة في الوسط الجامعي، إضافة إلى عدم التواصل وعدم الدعم بين الأعضاء هيئة التدريس فيما بينهم وبين أعضاء هيئة التدريس والإدارة من جهة أخرى، مع تأثير الطابع الروتيني للوسط الجامعي ومواجهة أي تغيير على مستواه.

❖ اختبار الفرضيات: بناء على النتائج المتوصل إليها من دراسة الجزء الثاني

- تم اثبات الفرضية الاولى والتي تنص على وجود قبول من طرف أفراد عينة الدراسة لتطبيق إدارة المعرفة.
- تم نفي الفرضية الثانية والتي تنص على العينة المدروسة تتسم بالجودة في التعليم العالي.
- تم اثبات الفرضية الثالثة والتي تنص على وجود عدة عوائق تمنع من تبني إدارة المعرفة في العينة المدروسة،

7. خاتمة:

من خلال هذه الدراسة تم توضيح موضوع في غاية الأهمية والمتمثل في تطبيق إدارة المعرفة ومدى دورها في تحقيق جودة التعليم العالي ولغرض التمكن من الوصول إلى نتائج واقعية تم أخذ عينة من الأساتذة لقسم هندسة النقل بجامعة قسنطينة -1 حيث استرجع ما نسبته 90 بالمئة من الاستبيانات الموزعة، وبالرغم من صغر حجم العينة إلا أنها تبقى حالة من الحالات التي تعيشها الجامعة الجزائرية.

ولقد تبين وجود اهتمام واضح من طرف الأساتذة بمجال البحث والتطوير في الوسط الجامعي، إضافة إلى قبولهم لتحفيز واكتساب ونشر المعرفة عن طريق تبادل المعرفة داخل وخارج الجامعة من خلال المشاركة في المنتديات ونشر المقالات بنوعيتها، إلا أنه هناك موانع تشكل عائق لتطبيق إدارة المعرفة على مستوى الجامعة هذا من جهة، من جهة أخرى فقط اتضح وجود نقص في

جودة التعليم العالي يرجع سببه الرئيسي إلى عدم تشارك المعارف وزيادة الانتاج البحثي من طرف الاساتذة.

ومنه فقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ وجود سعي من طرف الأساتذة لتوليد وتحفيز المعرفة؛
 - ✓ هناك حفظ للمعرفة الظاهرية بناء على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
 - ✓ هناك نقص في توزيع ونشر المعرفة الباطنية لدى أساتذة العينة والذي أثر على جودة التعليم العالي؛
 - ✓ قبول الأساتذة لتطبيق إدارة المعرفة من خلال سعيهم لتوليد المعرفة ونشرها من خلال المشاركة في المنتقيات ونشر المقالات؛
 - ✓ تتسم العينة محل الدراسة بنقص في جودة البرامج الأكاديمية وكذلك البحوث العلمية نتيجة عدم التحفيز من طرف الجامعة، والذي يؤثر بصفة مباشرة على جودة مؤسسة التعليم العالي محل الدراسة؛
 - ✓ وجود عوائق تمنع من تطبيق إدارة المعرفة بالرغم من الاهتمام البالغ لأساتذة العينة بالبحث والتطوير، ويمكن اجمالها فيما يلي:
 - نقص التزام المسيرين؛
 - عدم التفاعل بين الاساتذة والذي يؤدي إلى خزن المعرفة عند فئة معينة دون الاخرى والذي يؤثر بدوره على جودة التعليم العالي؛
 - نقص في استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- الاقتراحات: لغرض زيادة جودة التعليم العالي من خلال تطبيق إدارة المعرفة يجب الأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية:
- ✓ السعي لأجل تطبيق إدارة المعرفة؛
 - ✓ تطبيق إدارة المعرفة يمكن من تعزيز جودة التعليم العالي وتفادي النقص على مستوى عينة الدراسة؛
 - ✓ تخطي عوائق تطبيق إدارة المعرفة من خلال:
 - خلق جو ملائم للتفاعل بين الأساتذة وتبادل المعرفة؛

- الاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال المساهم في توليد وحفظ المعرفة؛
- الاستغناء عن الطابع الروتيني السائد في الجامعة من خلال الاقتناع بان تطبيق إدارة المعرفة يؤدي لتحسين جودة التعليم العالي؛
- اقتناع الإدارة العليا بفعالية تطبيق إدارة المعرفة وبالتالي تعمل على توفير الظروف المناسبة لتحقيق ذلك.

8. قائمة المراجع:

1. صالح إسماعيل أبو عودة، (2016)، دور الأنماط القيادية في تعزيز ممارسة عمليات إدارة المعرفة لمتنسي قوى الامن الفلسطيني بالمحافظات الجنوبية، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.
2. وسام مهيب، (سبتمبر 2019)، تطبيق إدارة المعرفة لضمان جودة التعليم العالي -دراسة حالة جامعة الجزائر3-، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 02، العدد 08، ص. 108-130.
3. علي مكيد، فاطمة يجياوي، (أفريل 2014)، واقع التعليم العالي في ظل اقتصاد المعرفة، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد 1، ص. 7-27.
4. معاذ يوسف الذنيبات، (دون تاريخ النشر)، اختبار نموذج مقترح للتطبيق الناجح لإدارة المعرفة في الجامعات السعودية: نحو استراتيجية فعالة لإدارة المعرفة، جامعة الطائف، المملكة العربية السعودية.
5. خالد عتيق سعيد عبد الله، (25-27 مارس 2014)، جاسم محمد جرجيس، مداخلة بعنوان: إدارة المعرفة مفهومها وأهميتها وواقع تطبيقها في المكتبات العامة في دولة الامارات العربية المتحدة من وجهة نظر مديرها، <https://www.qscience.com>, 23 mars 2022.
6. راتب صويص واخرون، (31 ديسمبر 2011)، عمليات إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة لمجموعة الاتصالات الأردنية Orange ، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 7، العدد 4، ص. 511-526.
7. حيدر شاكر نوري، (2011)، تأثير عمليات إدارة المعرفة في تطوير القدرات المميزة دراسة تطبيقية في شركة دياي العامة للصناعات الكهربائية، مجلة دياي، العدد 48، 2011، ص. 10.
8. نوال شنانفي، رابع خوني، (جوان 2020)، اثر عمليات إدارة المعرفة على الإبداع داخل المنظمة -دراسة حالة المديرية العمالية لاتصالات الجزائر فرع بسكرة، مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 7، العدد، 2، ص. 564-578.

9. لويزة فرحاتي واخرون، (ديسمبر 2018)، إدارة المعرفة متطلب أساسي لضمان جودة التعليم العالي تجارب بعض الجامعات، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد 4، خنشلة، ص. 117-131.
10. صالح حميدات، (أكتوبر 2018)، دور إدارة المعرفة في ضمان جودة أعضاء هيئة التدريس بجامعة محمد الصديق بن يحي بيججل، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 4، العدد 2، ص. 117-133.
11. أفنان العوي، (فيفري 2019)، واقع تطبيق عمليات إدارة المعرفة في جامعة طاهري محمد، بشار، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الرابع، العدد 3، ص. 493-506.
12. إسماعيل سالم منصور ماضي، (2010)، دور إدارة المعرفة في ضمان تحقيق جودة التعليم العالي حالة دراسية الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
13. فليح حسن خليف، (2007)، اقتصاد المعرفة، جدار الكتاب العالمي، عمان، الأردن.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Yang, Chua lee & Ismail, MaizatulAkmar,(2010), "Knowledge link": the knowledge management system for higher learning institutions.
2. Sangeeta NamdevDhamdhere, (January 2015), importance of knowledge management higher educational, Turkish Online Journal of Distance Education, Volume: 16 Number: 1, pp. 162-183.
3. Yaying Mary Chou Yeh ,(Sepember2005), "The Implementation Of Knowledge Management System In Taiwan's Higher Education", In: Journal of College Teaching & learning, Vol 2, No 9, pp. 4-35.
4. Lisa Petrides, A. & Thad Nodine R, (2003), Knowledge Management In Education: Defining The landscape, The Institute Of Knowledge Management In Education, USA.
5. Laudon. K.C.&Laudon . J.P, (2004), Management Information Systems –Managing The Digital Form, Pearseon Hall.