Vol. 5, No. 2 (Special) January (2021)

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship

JEGE is an Academic and Bimonthly Journal with a Highly Scientific Committee

Spatial and Entrepreneurial Development Studies Laboratory Publisher

University of Adrar.

Adrar 01000, Algeria.

https://jege. .univ-adrar.edu.dz/

JEGE ISSN: 2710-8511 e-ISSN: 2716-8662

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship (JEGE)

The JEGE Honorary President
***The Rector**, University of ADRAR-ALGERIA .*

Editor-in-chief, Head of the journal, Director of the SED laboratory.
*Professor. **Ali YOUSFATE**, SED Lab (University of adrar-ALGERIA).*

Associate Editor
*Doctor. **Leila AYED**, SED Lab (University of adrar-ALGERIA).*

*Dr. **Belbali Abderahim**, SED Lab, Univ-Adrar . Algeria.*
*Dr. **Akacem Hasna**, SED Lab, Univ-Adrar . Algeria.*
*Dr. **Houari Mansori**, SED Lab, Univ-Adrar . Algeria.*
*Pr. **Moulay M'hmed,** SED Lab, Univ-Adrar . Algeria.*
*Dr. **Bouzid Ali**, SED Lab, Univ-Adrar . Algeria.*

Contact us
JEGE e-mail : jegeinfo@univ-adrar.dz
The laboratory e-mail : sedlab@univ-adrar.dz

All correspondences to be addressed to:

Editor
Journal of Economic Growth and Entrepreneurship
Spatial and Entrepreneurial Development Studies Laboratory
Prof. YOUSFATE ALI
Laboratories Hall,
University of Adrar.
Adrar 01000, Algeria.

Copyright
Copyright rests with the authors of the respective papers, who alone are responsable for the views expressed.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship (JEGE)

Editorial Board

Dr. ***leila Alaoui****, University of Sousse, Tunisia.*

Dr ***Fahad Al Duwailah****,* Kuwait's National Security College, Kuwait.

Dr. ***Tariq Hashim*** *University of Philadelphia - Jordan.*

Dr. ***Fadel Al-Ghazali,*** *University of Kufa Iraq*

Dr. ***Hider Niama****, University of Kufa Iraq*

Dr. ***Tair Kaddumi****, Applied Science University, Jordan.*

Prof. Ben Habib Abdel Razak, University of Tlemcen.

Prof. Qudi Abdul Majeed, University of Algeria.

Prof. Ayash Zoubeir, University of Oum El Bouaghi.

Prof. Salouachi Hisham, High School of Commerce

Prof. Ben-Eddine M'hamed, University of Adrar.

Dr. Boudi Abdul Samad, University of Bashar

Dr. Noureddine Jawadi, University of Eloued

Dr. Si Mohamed Kamal, Ain Temnouch University Center

Dr. Jallouli Mohamed, Saida University.

Dr. Mufeed Abdul-Laawi, University of Eloued.

Dr. Hadidi Adam, University of Djelfa.

Dr. ATTAHIR Oussama, University of Marrakech, Marocco.

Dr. Zaghba Talal, University of M'sila.

Dr. Sofiane MOSTFAOUI, University of Adrar

Dr ***Hani Al Bardan****, Bournemouth University, UK.*

Dr. ***Nasser Al-Khudairi****, King Abdulaziz University, KSA.*

Dr. ***Nasser Yousef****, International Islamic University, Malaysia*

Dr. ***Ahmed Hilmi****, Ain shames University, Egypte.*

Prof. Ben Bouziane Mohamed, University of Tlemcen.

Prof. Makhloufi Abdel Salam, University of Bashar.

Prof. Adjila Mohamed, University of Ghardaia.

Prof. Yahiaoui Naima, University of Batna

Prof. Oqba Abdel-Laawi, University of Eloued.

Prof. Siddiki Ahmed, University of Adrar.

Dr. Rjem Khaled, University of Ouargla.

Dr. Boudella Youssef, University of Boumerdes

Dr. Ben Ayad Mohamed Samir, University of Sidi Bel Abbes.

Dr. Ait Kaci Radouane, University of Algiers.

Dr. Yahiaoui Lakhdar, University Center Ain Temnouch.

Dr. Abada Mohamed, University of Bordj Bou Arreridj .

Dr. Madjdoub Khaira, University of Tiaret.

Dr. Elbez Kaltum, University of Bouira

Dr. ABDELLI Idriss, University of Blida.

Aims and Scope

The journal is interested by all the economic studies including the following subdisciplines : The Financial Economics, Econometrics, The Economics of Banking, The Economics of Development, International Finance, Public Finance and Taxation…etc.

The interest of the journal combines also the management subjects like: Management, Marketing, Strategic mangement, Human Resource Management, Systems of Information and Communication, Accounting, Auditing, Corporate Finance, Feasibility Studies, Operational Management, Models of Decision Making…

The focus of the journal widens to include the empirical methods in Economics and Finance like: Statistics, Probability, Data Analysis; and the economic and managerial topics related to Sociology, Psychology and Law issues.

Conditions of Submissions

1- The journal is interested only by the sound scientific researches including empirical studies (Econometrics, Mathematical Modelling, SEM….) and the researches including reviewing previous papers already published in highly indexed journals.
2- All the submitted papers must respect the template design Word available at: https://jege.univ-adrar.dz/index.php?journal=jege&page=about&op=submissions
3- References must to be according to APA method.
4- The journal accepts only the submitted papers written in a sound and a correct English language
5- JEGE is a peer reviewed journal and all the submitted papers pass by Plagiarism Software to check the accuracy of the paper.

The submitted papers must be sent via ASJP platform : https://www.asjp.cerist.dz/en/submission/612
Or E-mail: jgeesubmit@gmail.com

Submission Fees

There is no submission fee (Free)

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship
JEGE

Volume 5 Issue 2 – January 2021 (Special)

Contents

Note from the Editors ii–iv

Articles

The Informal Economy in Algeria **1**
Hassiba BENABBOU, Gouraya BELBACHIR, Hadjira BELBACHIR

Dissemination and impacts of new information technologies and communication (NTIC) on the banking system in Algeria **10**
Radia AIT SI SAID

Estimating the economic costs of traffic accidents in Libya: An Econometric Study during the period 1995-2017 **26**
Sagr El- jabani ,Wael Gabrel ,Abdulaziz Sadaga

Tourism marketing and its effect to achieve economic development sustainability case study Tunisia 2010/2019 **46**
Fathi benamar, Hadj belgacem ferhat

The health establishment project (HEP) as a modern tool for hospital management in Algeria **61**
Khelil Sabrina , Zedira Charef Eddine, Haddad Ammar

Analytical study of the dimensions of the entrepreneurial trend according to a model The entrepreneurial event of SHAPERO and SOKOL **76**
Zerzar Ayachi, Ghiad Karima, Benourida Hamza

Marketing small business ideas through micro-loans. Case Study National Agency for Microcredit Management-ANGEM- Bechar Agency. **86**
Hadji Karima, Douli Souad.

The importance of adopting price-level accounting data in the control of the investment budget **102**

LAHBIL Boudjemaa, HAROUCHI Djelloul

The innovative scientific endowment and its importance in developing education and scientific research - leading Emirati models **118**
Athmane ALLAM, Amar LAMRI

Sports Entrepreneurship in the face of the Covid-19 pandemic
Nasri mohamed cherif **133**

Tourism and its role in economic development, Morocco is a model **147**
Mustapha QAMMOURI

Entrepreneurship promotion strategy in Algeria and obstacles of its achievement **160**
Boufeldja Ghiat

The importance of balanced scorecard in assessing the general performance of Companies A Case study Adrar milk Company **171**
Abdelkarim ELMOUMEN, Abdelkader MOUSSA, Abdelhamid MESSAOUDI

The importance of analytical review under the artificial neural network system to improve the performance of the audit process **186**
Kerdoudi Sihem, Moussi Sihem

The importance of promotion in motivation the tourism sector - The State of Qatar as a model - **200**
Bettayeb Abdelwahab

The effect of Internal Marketing on Job Satisfaction among Employees of Agricultural and Rural development Bank - Adrar Agency 252 - **218**

Ayad Saleh, Kaloune Djilali, Foudou Mohammed

Support and incubate mechanisms for small businesses in Algeria Experience of the entrepreneurship University center of Bordj Bou-Arreridj **235**
Rahim Hocine

Mechanisms for stimulating and revitalizing the Algerian alternative financial market **252**
Abdelkarim Bouhadra

The effects of COVID 19 on small and medium enterprises - case of Algeria, China and the United Arab Emirates **265**
BKHITI Ali, BOUAOUINA Salima

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:1-9.

The Informal Economy in Algeria

Hassiba BENABBOU[1], Gouraya BELBACHIR[2], Hadjira BELBACHIR[3]

[1] PhD Student, Department of Management, University of Saida, Algeria, hassiba.benabbou@univ-saida.dz
[2] Lecturer Prof, Department of Management, University of Tizi Ouzou, Algeria, gouraya.belbachir@ummto.dz
[3] PhD Student, Department of Law, University of Algiers 1, Algeria, hadjira.belbachir@yahoo.fr

ARTICLE INFO

Article history:
Received:30/11/2020
Accepted:01/01/2021
Online:11/01/2021

Keywords:
Economy
Formal Economy
Informal Economy
Algeria
JEL Code:E220; E226

ABSTRACT

The globalization of many countries is largely the informal economy in Algeria. Although there is a gap between the different estimated studies, their integration into the formal economy seems obvious, so it remains necessary to find the applicable strategy for their participation in growth indicators after the fall in oil prices. A profit with an increase in GDP, which reached 25.41% of gross domestic product.

L'Economie Informelle en Algérie

Hassiba BENABBOU [1], Gouraya BELBACHIR [2], Hadjira BELBACHIR [3]

[1]Doctorante, Département Sciences de Gestion, Université de Saida, Algérie, hassiba.benabbou@univ-saida.dz
[2] Maitre Assistante, Département Sciences de Gestion, Université de Tizi Ouzou, Algérie, gouraya.belbachir@ummto.dz
[3] Doctorante, Département du Droit, Université d'Alger 1, Algérie, hadjira.belbachir@yahoo.fr

ARTICLE INFO

Reçu:30/11/2020
Accepté: 01/01/2021
En ligne: 11/01/2021

Mots clés:
Economie
Economie Formelle
Economie Informelle
Algérie
Code JEL: E220; E226

RÉSUMÉ

La mondialisation de nombreux pays constitue dans une large mesure de l'économie informelle en Algérie. Bien qu'il existe un décalage entre les différentes études estimées, leur intégration dans l'économie formelle semble évidente, il reste donc nécessaire de trouver la stratégie applicable pour leur participation aux indicateurs de croissance après la baisse des prix du pétrole. Un bénéfice avec une augmentation du PIB, qui a atteint 25,41% du produit intérieur brut.

* Corresponding Author *Gouraya BELBACHIR, Email: gouraya.belbachir@ummto.dz*

- **INTRODUCTION:**

L'économie informelle est un phénomène propre a chaque pays du monde en développement ou développés aucun pays n'est a l'abri de ce fléau en raison de son expansion ainsi tous les pays cherchent amenuiser cette lacune en tarissant ses origines, ce qui nécessite une rigoureuse attention aux structures de cette économie pour appliquer des solution de gestion curatives en identifiant les raisons. Au lieu de se concentrer sur ses résultats négatifs qui ont émergé à bien des égards alors que les moyens de renforcement des effets positifs sont impératifs.

Les données du FMI indiquent que l'économie informelle fait partie intégrante de l'économie de tous les pays en particulier les pays en développement, et qu'elle contribue à des degrés variables du développement en fournissant des emplois et des sources de revenus pour grand nombre de personnes, ainsi que l'interactions positive avec l'économie formelle a quoi il doit être reconnu et apprécié de part son importance pour le PIB, et sa contribution à l'emploi, des biens et des services.

Problème de recherche:

La dépendance de l'économie algérienne vis-à-vis du secteur pétrolier en tant que seule source de revenu l'a condamné a une vulnérabilité de par les fluctuations du marche de la bourse internationale et l'instabilité de l'import –export en matière quantitative. Ainsi qu'à la faible contribution d'autres secteurs économiques en raison du phénomène de l'économie informelle.

A cette effets : la question primordiale : l'État peut-il intégrer l'économie informelle pour rattraper la perte subie par le Trésor public suite a la dégringolade des prix du pétrole ?

Le but de la recherche:

L'importance de la recherche est une dissection de l'économie informelle pour s'éloigner du péril de ses effets négatifs .

I. L'économie informelle :

a) Concept de l'économie informelle :

Aujourd'hui, nous sommes confrontés devant les differents surgissant entre économistes et anthropologues sur la détermination du concept, selon multe manifestations, ce phénomène n'est point caractérisé par la modernité, mais son apparition est considérée comme moderne, en particulier avec son introduction officielle par les organismes et institutions internationales.

Le premier à donner le concept d'économie informelle a été l'anthropologue Kate Hart en 1971, qui a analyser le chômage urbain, dans lequel il a constate que le secteur avait non seulement continué, mais aussi élargi. (Hart, 1973, p. 69).

Le terme économie informelle a été largement accepté après que l'OIT a systématiquement analysé ces activités, les trouvant non reconnues :non protégées dépourvues de réglementation les membres du panel ont remarque que le secteur informel couvre un éventail d'activités coulissant Entre les établissement en difficultés et les entreprises rentables (OIT, 2002, p. 4).

Le butoir entre l'économie formelle et l'économie parallèle détermine la légitimité ou l'illégalité de ces processus, un groupe de chercheurs considèrent que l'économie parallèle demeure l'activité du secteur privé et le deuxième groupe les considère comme des opérations économiques clandestines , illégales .

Vito tanzi (1980) :

Tous les revenus qui ne sont pas divulgués aux autorités fiscales et qui ne sont pas inclus dans les comptes nationaux (TANZI, 1980, p. 427).

Shneider friedrish (2013) :

Ce sont toutes les activités génératrices de revenus économiques qui ne sont pas consignées dans les calculs du produit national brut, soit pour les dissimuler délibérément afin d'échapper aux obligations légales liées à la

divulgation de ces activités, soit parce que ces activités sont contraires au système juridique qui prévaut dans le pays. (SHNEIDER & BUEHN, 2013).

On l'appelle l'économie informelle, l'économie cachée, l'économie parallèle, qui comprend non seulement des activités illégales, mais aussi les formes de revenus qui ne sont pas déclarées et dérivées de la production de biens et de services légitimes, que ce soit à partir de transactions en espèces ou de transactions effectuées par le système de troc, il comprend toutes les activités économiques qui sont taxées en général comme indiqué et le tableau suivant montre les activités de l'économie informelle.

Tableau 1 : Une Taxonomie des Types d'Activités Economiques Informelles

Type d'activité	**Transactions monétaires**		**Transactions non monétaires**	
Activités Illégales	Commerce de marchandises volées, Drogues ; fabrication de drogues ; Prostitution, jeux de hasard, fraude		Troc, drogues, marchandises volées, etc.	Produire ou cultiver des drogues pour son propre usage. Vol pour usage personnel
	L'évasion fiscale	**Évitement fiscal**	**L'évasion fiscale**	**Évitement fiscal**
Activités Légales	Revenus non déclarés d'une activité indépendante, salaires, traitements et actifs	Réductions pour les employés, avantages en nature (voitures, nourriture subventionnée, etc.)	Échange de services et de biens juridiques.	Le bricolage

Source : Owen LIPPERT, Michael WALKER, 1997, **The Underground Economy : Global Evidence of its Size and Impact**, The Fraser Institute, Vancouver, British Columbia, Canada, p. 05.

Cependant, le cadre conceptuel du secteur informel intègre 3 critères essentiels issus de la 15ème Conférence Internationale des Statisticiens du Travail (CIST) de 1993, pour définir le secteur informel. Il s'agit de : (INS, 2020, p. 9)

- L'organisation légale des entreprises ;
- La propriété ;
- Le type de comptabilité.

Ainsi, de façon opérationnelle, les unités de production informelles, sont des travailleurs à compte propre, ou des employeurs qui remplissent les conditions suivantes (INS, 2020, p. 9):

- Ne tiennent pas de comptabilité formelle ;
- Ne sont pas enregistré à la CNRC ;
- La production des biens ou des services sont marchands.

b) Raisons de l'économie informelle:

Des études ont montré que les taux de croissance de l'économie parallèle sont plus élevés dans les pays en développement que dans les pays développés, pour plusieurs raisons, notamment :

Des systèmes politiques injustes, qui à leur tour créent des systèmes économiques et sociaux injustes, qui obligent certains groupes à exercer dans l'économie parallèle (MAHMOUD & RAMZI, 2019, p. 15) .

De faibles niveaux de salaires matériels et moraux qui ne sont pas proportionnels au niveau de vie, ainsi que des systèmes de promotion qui manquent de justice, peuvent encourager les individus qui sont illégalement injustes à dériver, et les amener en effet à se soustraire des emplois formels à des emplois cachés, qui conduisent tous à la fragilité des capacités des individus et le gaspillage de leurs énergies, leur manque de dévouement au travail et la maîtrise de celui-ci, qui affecte négativement la société et l'État (MAHMOUD & RAMZI, 2019, p. 18) .

L'écart important entre les intrants et les extrants des établissements d'enseignement, c'est-à-dire l'offre de travail, dépasse la demande de travail dans le secteur formel, les forçant à chercher un emploi dans le secteur informel.

Le niveau élevé des impôts et la croissance de la charge fiscale, qu'elle soit directe ou indirecte pour augmenter le ratio d'imposition par rapport au produit national, ce qui conduit à la tentative d'éviter les impôts ou de les échapper, et cela a conclu une étude Kaldor sur la réforme fiscale en Inde que l'incitation à échapper à l'impôt, que ce soit en réduisant L'imposition ou la tendance à l'économie informelle, ou l'augmentation artificielle des déductions fiscales dépend des nouveaux taux d'imposition, car ils contrôlent les gains de l'évasion en pourcentage du revenu exonéré d'impôt .(KALDOR, 1959, p. 108).

Règlements et restrictions gouvernementaux : L'intervention du gouvernement incite fortement les clients du marché à échapper aux restrictions quantitatives.

Le prix imposé par le gouvernement est que l'intervention, et en général, plus les restrictions et les contrôles rejetés par le gouvernement, plus la motivation de certaines personnes à contourner la réglementation, et dans le processus diverses activités qui sont difficiles à contrôler sont une composante importante de l'économie parallèle et la multiplicité des aspects de l'intervention gouvernementale dans tous les Marchés, marchés des produits de base, marchés des capitaux, multiples aspects de l'intervention gouvernementale sur tous les marchés, sur les marchés des produits de base, sur les marchés des capitaux, les marchés et les multiples aspects de l'intervention gouvernementale sur tous les marchés, sur les produits de base, les marchés financiers, les marchés des changes et les marchés du travail (ANDROS, 2005, p. 4O).

Le rôle des petites entreprises:

Les petites entreprises contribuent à la croissance et au développement de l'économie informelle en raison de la nature de ces projets, qui ont tendance à effectuer la plupart de leurs transactions avec de l'argent liquide et non la facturation (NABIH, 2008, p. 45).

Rareté des biens:

Les facteurs qui influent sur l'économie informelle dans les pays en développement sont différents des pays développés. Sur elle (NABIH, 2008, p. 46).

La corruption:

L'économie informelle et la corruption sont souvent considérées comme les deux faces d'une même pièce ou « comme des jumeaux qui ont besoin l'un de l'autre ou qui se battent les uns contre les autres, ce qui a incité la recherche de sa relation les uns avec les autres, et cette relation peut varier, elle peut être complémentaire et peut se remplacer l'une l'autre (DRHER & FRIEDRISH, 2006) .

La Banque mondiale a défini la corruption comme un abus de pouvoir à des fins privées. La corruption se produit généralement lorsqu'un employé accepte, demande, chantage ou corruption pour financer un contrat ou mener un appel d'offres public, comme lorsque des agents ou des intermédiaires d'entreprises privées ou d'entreprises offrent des pots-de-vin pour tirer parti des politiques ou procédures publiques. Pour vaincre les concurrents et faire des profits en dehors des lois, la corruption peut également se produire en exploitant la fonction publique sans recourir à la corruption en nommant des parents et en exploitant directement les fonds de l'État.

Le chômage:

Le chômage est indébilement le reservoir du secteur informel des analyses ont montre la corrélations existante plus le chômage augmente le secteur informel progresse.

Certain participants a l'économie formelle ne font que chevaucher l'économie parallèle uniquement pour arrondir leur fin de mois et concerver leurs prestation sociales .

L'analyse scientifique de l'impact du chômage sur la taille de l'économie parallèle montre que l'impact peut être ambigu. Cela peut être le cas, puisque certains des participants à l'économie parallèle peuvent également avoir un emploi officiel ou travailler officiellement à temps partiel juste pour conserver leurs prestations sociales (BAJADA & FRIEDRICH, 2009). Par conséquent, l'argument habituel suit l'idée que le chômage est en corrélation avec l'économie parallèle. Elle peut également être étayée par diverses preuves empiriques formulées

par (williams, 2016, p. 50), qui montrent que si le chômage augmente de 1 %, l'économie parallèle augmentera de 0,32 %. Une telle relation peut s'expliquer par de bas salaires, c'est-à-dire que les gens qui gagnent peu, ont tendance à chercher d'autres moyens de gagner de l'argent, ce qui pourrait être plus facile à atteindre dans l'économie parallèle. Par conséquent, lors de l'analyse des déterminants de l'économie parallèle, l'hypothèse suivante est soulevée: l'augmentation du chômage conduit à une augmentation de la taille de l'économie parallèle.

c) Méthodes de mesure de l'économie informelle:

Tableau 02: Méthodes de mesure de l'économie informelle

Méthodes	Les caractéristiques les plus importantes
Itinéraires directs Analyse d'échantillon Vérification fiscal	✓ Estimer la taille de l'économie informelle à partir des données de l'enquête directe ✓ Évaluer la taille de l'économie informelle à partir de la mesure du revenu imposable non déclaré
Itinéraires indirects Statistiques des comptes nationaux Statistiques sur la main-d'œuvre Transactions Demande d'argent Approches physiques (consommation d'électricité	✓ Estimer la croissance de la taille de l'économie informelle en fonction de la disparité entre les statistiques sur les revenus et l'accord dans les comptes nationaux ou les données individuelles ✓ Estimer la croissance de l'économie informelle sur la base d'une baisse de la participation à l'emploi dans l'économie formelle ✓ En utilisant des données sur le volume total des transactions monétaires dans l'économie afin de calculer le produit intérieur brut (PIB), puis estimer la taille de l'économie informelle en soustrayant le produit intérieur brut (PIB) officiel du produit intérieur brut total. ✓ Estimer la taille de l'économie informelle de la réalité de la demande de liquidités, en supposant que les transactions de l'économie informelle se font en espèces, et que l'augmentation du volume des activités cachées augmente la demande d'argent ✓ Soustraire le taux de croissance global du PIB officiel du taux de croissance de la consommation totale d'électricité et ramener la différence entre eux à la croissance de l'économie informelle

Source : Dominik.H.Enste /.freidrich schneider The shadow economy an international Survey working paper N° (196) 1999 p27

II. L 'économie informelle en Algérie :

a) Le développement de l'économie informelle en Algérie :

Tableau 03: la taille de l'économie informelle

Année	**1991**	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**
La taille de l'éco informelle	34.96	36.14	38.16	38.88	37.64	37.68	37.18	38.28	36.11
Année	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**
La taille de l'éco Informelle	34.2	33.58	31.9	29.62	27.76	24.93	24.44	24.21	24.07
Année	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
La taille de l'éco Informelle	25.9	25.89	27.37	26.94	25.98	25.74	23.98	24.16	25.41

Source: Leandro Medina and Friedrich Schneider, Shadow Economies Around the World: What Did We Learn Over the Last 20 Years?, IMF working paper 2017, p. 61.

Le tableau suivant montre les transformation de l'économie informelle en Algérie Durant la période 1991-2017, en laquelle l'économie nationale a connu des progressions importantes reflétées sur la plupart des variables macro, de cette économie informelle.

L'Algérie est l'un des rares pays où les problèmes de l'économie parallèle sont le resultant des variations des structures économiques.

Période 1989-1980:

Les années 1980 ont pris un tournant négatif sur le développement de l'économie algérienne, caractérisée par le départ de la stratégie de développement multiple qui a conduit à la baisse du rythme des investissements, avec l'effondrement des prix du pétrole en 1986, les taux de chômage ont augmenté de 22% et la fragilité de l'économie Algérienne a poussé le gouvernement algérien a intervenir en urgence, il a dû se lancer dans des réformes économiques, mais ces réformes dévié es à savoir : des réformes politiques plutôt que les réformes économiques, qui ont abouti à une crise politique en 1988, où l'Algérie est entrée dans le pluralisme et l'ouverture politique, sur laquelle il a été caractérisé par le pluralisme une mutation qui a mis en garde contre une crise politico économique les conséquences de cette crise ont été l'origine de l'expansion du phénomène de l'économie parallèle, qui a accompagné l'économie algérienne.

Période 1990 -2000:

Nous notons sur le tableau que les niveaux de l'économie informelle ont enregistré les niveaux les plus élevés en période des années 1990, où il a ete enregistré le taux le plus élevé de 38,88 % en 1994, où le stade des années 1990 est connu sous le nom de décennie noire et c'est une instabilité de la sécurité en plus de l'endettement qui a atteint 27 milliards de dollars en 1990, Le taux de chômage est passé de 19 % en 1990 à 23 % en 1993, avec l'intervention du Fonds monétaire international (FMI), qui a imposé des réformes structurelles à l'Algérie en 1994, la situation s'est aggravée et le chômage est passé de 24 % en 1994 à 28 % en 1998, ainsi le nombre de chômeurs a augmenté de 4 % en quatre ans de 1 %. Chaque année, suite a la privatisation des institutions économiques et la sortie de milliers de travailleurs pour des raisons économiques a atteint 15 000 travailleurs en 1996 et 49 000 en 1997-1998 tout ce grand nombre de chômeurs est allé agrandir les rangs de l'économie informelle (ADDOUN & AYEB, 2010, p. 185).

La permanence d'un taux de chômage élevé pour certaines catégories de main d'œuvre, en particulier pour les qualifiés, est un facteur déterminant de la persistance du chômage (ALOUI, 2019, p. 19).

Periode 2001-2020:

Sur le tableau, nous notons que le ratio de l'économie informelle a connu une baisse relative, qui a atteint en 2005 24,93 % en raison de la politique adoptée par l'État, mais l'Algérie à ce jour, c'est-à-dire qu'en 2020 est toujours en transition, et sa transition vers une économie de marché est très lente malgré la politique de restructuration économique avec la libéralisation des échanges internationaux.

b) Activités de l'économie informelle en Algérie:

Les activités dans l'économie informelle vont d'activités cachées légitimes à des activités interdites punissables par la loi algérienne

Activités cachées légitimes:

Le but de la dissimulation de ces activités est d'échapper aux obligations financières, juridiques et administratives qui réglementent la pratique du travail domestique, tels que le travail domestique, l'évasion fiscale, Fraude à la sécurité sociale, fraude douanière, marché noir pour les devises .

Activités cachées illégales:

Dans le cadre de l'économie illégale, tous les crimes économiques qui génèrent des revenus cachés tels que les crimes liés à la drogue de toutes sortes, la corruption, la fraude dans les transactions des biens, les vols et les détournements de fonds, la contrebande de fonds, l'emploi de fonds illégaux, la contrefaçon de devises et le blanchiment d'argent non Enregistrés dans des comptes nationaux et non acquitte des impôts, source des activités interdite par la lois (DINNE, 2017, p. 114).

c) Stratégies prises par l'Algérie pour intégrer l'économie informelle:

La plupart des spécialistes de l'économie informelle s'accordent à dire que les politiques économiques seront plus efficaces si la taille de l'économie parallèle est faible, de sorte que l'État algérien a proposé plusieurs mesures pour faire face au phénomène de l'économie informelle dans le but de l'éliminer ou de l'atténuer, notamment :

1. Stratégie nationale de lutte contre la corruption:

Dans le cadre de la lutte contre la corruption, la loi 01-06 du 20 février 2006 sur la prévention et la lutte contre la corruption a été mise en œuvre, qui vise à soutenir les mesures de prévention de la corruption et de lutte et à promouvoir l'intégrité, la responsabilité et la transparence dans la conduite des secteurs public et privé; un organe national a également été créé. Prévenir et combattre la corruption (Le ministère du Justice, 2006).

L'article 13 de la loi anticorruption prévoit une série de mesures visant à prévenir l'implication du secteur privé dans la corruption et, le cas échéant, des sanctions disciplinaires et dissuasives à l'encontre des auteurs d'infractions de corruption, dont la plus importante est la modification du décret no 10-236 par décret présidentiel no 15-247, qui comprend la réglementation des transactions. Général, et le mandat de l'installation publique afin de lutter contre le phénomène de la contrebande a été émis l'ordre 06-09 de 2006, qui modifie et complète l'ordre 05-06 de 2005, qui vise à lutter contre la contrebande, en particulier par l'élaboration de mesures préventives, et l'amélioration des cadres de coordination entre les secteurs, pour créer des règles spéciales dans la région. Suivi et répression, et mécanismes de coopération internationale (ALSHAFII, 2008, pp. 25-31)

2. Stratégie de promotion et d'intégration des femmes:

Dans le cadre de l'atteinte de l'objectif de promotion des femmes et de leurs droits, voici Un programme de création d'observatoires de l'emploi des femmes a été développé dans un secteur similaire à l'Observatoire des femmes du Ministère de l'énergie et des mines qui est rarement inclus dans La nouvelle entreprise de gestion des ressources humaines.

- Système de micro-prêts, qui a bénéficié à 90 % des femmes en 2007.

- Élaborer une stratégie nationale de promotion et d'intégration des femmes afin de leur permettre de bénéficier de programmes de développement.

- Contribuer à la promotion de l'environnement des affaires et a été approuvé par le Conseil d'Administration 2008 (NACEUR, 2016)

3. Intérêt et promotion des PME:

Le début de la fusion passe par de petites entreprises, qui constituent la pierre angulaire de l'économie informelle en promouvant et en soutenant les PME, notamment en facilitant l'accès aux biens appropriés pour leurs activités.

- Travail sur le développement de systèmes fiscaux sur mesure avec les PME.
- Faciliter l'accès à un financement adéquat pour leurs besoins (le journal officiel de l'Algérie, 2001)

4. Réduire le marché parallèle et développer la concurrence:

Le Ministère du commerce a pris des mesures pour contrer l'économie informelle après avoir compté 1 368 marchés parallèles en 2012, dont les plus importants sont les:

- **Programme des marchés couverts**: Le ministère du Commerce a bénéficié d'environ 10 milliards de dinars pour achever 320 marchés dans le cadre du plan quinquennal 2010-2014 visant à refléter l' entente conjointe entre le ministère de l'Intérieur et les communautés locales et le ministère du Commerce sur la suppression des marchés parallèles .

- **Le Programme du ministère de l'Intérieur et des Collectivités locales**: un programme pour l'achèvement de 100 commerces dans chaque municipalité, visant à promouvoir le travail de l'artisanat et à créer des activités liées à la promotion de l'emploi(le ministère du commerce, 2013, p. 4).

- **Le programme d'achèvement des marchés de quartier:** Le ministère de l'Intérieur et les communautés locales ont alloué une enveloppe financière de 12 milliards de dinars pour achever 460 marchés de quartier afin de réintégrer les participants illégaux sur les marchés officiels après la suppression des marchés parallèles dans lesquels ils opèrent (le ministère du commerce, 2013, p. 5).

CONCLUSION

Cette étude vise a comprendre les méfaits de l'économie parallèle en Algérie avec son impact sur l'économie formelle au cours de la période 1980-2000 de ce phénomène, ses éléments ,ses causes et ses méthode d'estimation .ainsi que le stratégies adoptées par l'état pour le réduire les résultats obtenus ont montré que L'économie informelle est un refuge pour les jeunes sans emploi en raison de l'absence d'investissement productifs ; bien que mesures palliatives prises par l'état ,l'économie informelle demeure répandue .c'est une solution existante périlleuse des régimes l'ont utilisé pour atténuer l'impact social des crises résultant de sa politique libérale

Recommandations:

- Alléger les procédures administratives pour intégrer les institutions informelles dans l'économie formelle .

- Amélioration les salaires dans le secteur formel.

- Gouvernance rigoureuse pour éliminer la corruption ,la bureaucratie.

- S'efforcer a diffuser la conscience fiscale et la consolider dans la société.

- Réduire les marges fiscales des propriétaire de petites et moyennes entreprises.

REFERENCES

[1] OIT. (2002). Travail décent et économie informelle. GÉNEVE.

[2] Le ministère du commerce (2013) bulletin resultat des activitès et des statistiques. ALGER.

[3] ADDOUN, Naceur. Dadi., & AYEB, Abdel rahmen . (2010). Chômage et le problème de l'emploi dans les programmes d'ajustement structurel de l'économie. ALGER: Publications universitaires.

[4] ALOUI, Leila, (2019). Cost effectiveness evaluation of SIVP training program, Journal of economic growth and entrepreneurship, Vol. 3, No. 1, pp. 18-25.Algeria.

[5] ALSHAFII, Abidi . (2008). Loi anti-contrebande. AIN MLILA: DAR HOUDA.algerie

[6] ANDROS, Atif. Wallim. (2005). Shadow Economy: Concepts, Ingredients, Reasons,. ALEXANDRIE: UNIVERSITY YOUTH FOUNDATION .egypt

[7] DINNE, Alhadj. Ali . (2017). Crimes de corruption dans la législation algérienne. Amman: AL-AYAM. Jordan

[8] NABIH, Nesrine. A. (2008). Hidden Economy. ALEXANDRIA: DAR AL-WAFA DUNYA.

[9] MAHMOUD, Ramzi ., & RAMZI, mohamed mohami . (2019). Shadow economy mafia and banks of ashur. Alexandria: universiyy education house

[10] BAJADA, C., & FRIEDRICH, S. (2009). Unemployement And Shadow Economy In The OECD. revue VOL 60 .

[11] dommel, c. d. (2004). Face a la corruption _peut_ on accepter? Peut_ on la prevenir? Peut_ on la combatre? alger: edit ibn khaldoun .

[12] DRHER, Axel, & FRIEDRISH, Schneider. (2006, JUNUARY). Corruption and the shadow economy an empirical analysis. CESIFO .working paper (public finance).

[13] FADHIL, M. A. (2006). Le concept et les normes de la corruption. lebanon: Centre d'études sur l'unité arabe.

[14] Hart, keith . (1973, MARS). Informal Income Opportunities And Urban Employementin Chana. (Cambridge. UNIVERSITY,)the journal Modern African Studies .

[15] Le ministère du Justice, M. d. (2006). loi N° 06-01. Prévention et contrôle de la corruption. ALGER.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:10-25.

Dissemination and impacts of new information technologies and communication (NTIC) on the banking system in Algeria

Radia AIT SI SAID [1],

[1] Lecturer, Faculty of Economics, Management and Business Sciences, University of Tizi-Ouzou, Algeria, radia.ait-si-said@ummto.

ARTICLE INFO

Article history:
Received:18/12/2020
Accepted:19/12/2020
Online:11/01/2021

Keywords:
Banks
ICT
Competitiveness
Performance
JEL Code:

ABSTRACT

The phenomenon of innovation and the increasing complexity of new financial instruments, supported by a phenomenon of disintermediation, had as a direct impact the intensification of competition between the different types of actors in the financial sector which thus made the market more competitive. To this end, innovation is currently a key factor of competitiveness in banking companies looking to diversify their products.
The interest of this article comes from the topicality of the theme on the importance of new information and communication technologies (NICT) in various fields and more particularly in banking services. In this sense, it is essential to ask about the impact of NICTs on banking performance: the case of banks in Algeria. To complete our work, a review of the literature on the subject is essential, followed by a field survey in the city of Algiers on a sample of 15 public and private banks.

Diffusion et impacts des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur le système bancaire en Algérie

Radia AIT SI SAID [1],

[1] Maître de conférences, Faculté des sciences économiques de gestion et des sciences commerciales, Université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou, Algérie, radia.ait-si-said@ummto.

ARTICLE INFO

Reçu: 18/12/2020
Accepté: 19/12/2020
En ligne: 11/01/2021

Mots clés:
Banques
NTIC
Compétitivité
Performance

Code JEL:

RÉSUMÉ

***:** Le phénomène d'innovation et la complexité croissante des nouveaux instruments financiers, soutenu par un phénomène de désintermédiation a eu comme impact direct l'intensification de la compétition entre les différents types d'acteurs de la branche financière qui a rendu ainsi le marché de plus en plus concurrentiel.*
A cet effet, l'innovation représente actuellement facteur clefs de compétitivité dans les entreprises bancaires qui cherchent à diversifier leurs produits.
L'intérêt de cet article émane de l'actualité du thème sur l'importance des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans différents domaines et plus particulièrement dans les services bancaires. Dans ce sens, il est indispensable de se demander sur l'impact des NTIC sur les performances bancaires : cas des banques en Algérie. Pour mener à terme notre travail, une revue de la littérature sur le sujet s'impose, suivie d'une enquête sur le terrain dans la ville d'Alger sur un échantillon de 15 banques publiques et privées.

* Corresponding Author *AIT SI SAID Radia , Email: radia.ait-si-said@ummto.dz*

- **Introduction**

La banque étant un des acteurs de la branche financière, elle est aussi confronté à des mutations très rapides des conditions de son activité tels que l'ouverture des marchés, l'évolution technologique et informatique, la prolifération de la finance directe, et la concurrence très vive qui s'est progressivement mise en place.

Dans ce contexte de plus en plus concurrentiel, les banques doivent trouver des solutions pour rester compétitives, soit en diminuant les coûts, soit en tentant de se différencier de leurs concurrents. C'est ainsi que le phénomène d'innovation commence à prendre de l'ampleur de plus en plus importante dans les entreprises bancaires qui cherchent à diversifier leurs produits.

Les nouvelles technologies ont révolutionné le secteur bancaire, qui a entamé ces dernières années une véritable mutation. Aujourd'hui, il semble impensable de se passer d'internet pour consulter ou gérer ses comptes, la plupart des banques ont d'ailleurs développé leurs propres applications smartphones ou tablettes et certaines proposent de plus en plus de services connectés pour faciliter le quotidien des usagers.

Le passage au digital est devenu une nécessité vitale pour les établissements financiers qui ont de plus en plus affaire à des usagers qui consomment des produits bancaires et s'attendent à se voir offrir les mêmes fonctionnalités que ce que leur proposent les géants du e-commerce.

Cette démultiplication des canaux d'accès à la banque a, évidemment un impact sur la gestion de la relation client, mais aussi sur tous les systèmes organisationnels internes.

Le choix de ce thème relève de l'actualité du thème émanant de l'importance des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans différents domaines et plus particulièrement dans les services bancaires.

Face au développement de la concurrence, les innovations bancaires apparaissent primordiales pour que les banques puissent assurer leurs pérennités et leurs survies dans un contexte fortement concurrentiel et en constante mutation ; pour ces dernières puissent aussi développer leurs parts de marché.

Les acteurs bancaires doivent être à la pointe de la technologie et des nouvelles innovations pour assurer leur survie et leur pérennité. Ceci nous amène à la problématique centrale suivante : Quel est l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur la performance bancaire, cas : des banques de la ville d'Alger ?

Cette question principale soulève des interrogations secondaires :

- Comment peut-on définir ces (TIC) et quels sont les nouveaux moyens de paiement des banques mis en place en Algérie ?
- Est ce que l'adoption de ces technologies constitue-t-elle uniquement un avantage ou bien il faut nuancer cette évolution ?
- Quelle est la place des TIC dans les pays en voie de développement et particulièrement en Algérie ?

L'objectif principal de notre recherche consiste à déterminer si l'intégration de nouveaux canaux technologiques dans les banques algériennes, a un impact sur leurs performances. Le choix du secteur bancaire algérien comme objet de notre recherche est à l'épicentre de ces profonds changements dus à la banalisation des nouvelles technologies, et la pression de nouveaux entrants (banques françaises et étrangères : BNP PARIBAS, Société Générale, Natixis, Arab Gaulf Bank, etc.).

A la lumière de ce qui précède, une première réponse à toutes ces interrogations peut se trouver dans les hypothèses suivantes :

H1 : L'adoption des TIC dans les banques algériennes améliore la relation avec ses clients.

H2 : Grâce à l'avènement des TIC, les banques deviennent plus performantes.

I- Méthodes et Matériels

La méthodologie de travail adopté pour élaborer ce travail. On a tout d'abord effectué une analyse théorique visant à construire un corpus conceptuel nous permettant d'appréhender le sujet. Ainsi, nous avons effectué une recherche documentaire où nous avons pu consulter et explorer différents ouvrages et documentations dans ce sens.

Ensuite, nous avons effectué une analyse de terrain en menant une enquête, par questionnaire, auprès des banques algériennes mais plus spécialement au niveau des banques de la ville d'Alger.

II- Approches théoriques et conceptuelles relatives aux Technologies de l'information et de la communication

2.1. Généralités sur l'évolution technique des TIC

La crise économique qui a frappé le monde entier en 2008 a eu de fortes conséquences sur le domaine des services financiers que sur tout autre domaine. Ainsi, de nombreuses institutions financières ont mis définitivement fin à leurs activités, tandis que d'autres se sont orientées vers le gouvernement ou ont été contraintes au renforcement.
Afin de pouvoir répondre aux demandes d'un marché mondialement intégré, les entreprises financières se tournent de plus en plus vers les technologies de l'information et de la communication (TIC) en vue d'encourager l'innovation et de prévoir des produits et services qui offrent sécurité et efficacité aux utilisateurs.

- Définition des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ou Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC)

Par définition, les NTIC désignent tout ce qui relève des techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations, principalement l'informatique, l'internet et les télécommunications. Selon SPERANDIO, J.-C (2000) « L'expression NTIC désigne… des technologies récentes issues du mariage de l'informatique, le traitement, la conservation et le transport de textes, de sons… en plus des traditionnelles données numériques… elles se caractérisent par une grande diversité d'objets numérisés…, une grande capacité de diffusion et de transport en réseau…, une forte interactivité avec les utilisateurs… ».[1] Le tableau suivant, tableau n°1, résume les différentes définitions et inscriptions des TIC selon différentes parties : Etats-Unis, Union européenne et France, Selon ONU et OCDE ainsi que certains auteurs :

Tableau N°1 : Définitions des NTIC

Etats-Unis (1987)	Les industries des technologies de l'information comprend les offreurs comprenant d'une part, les offreurs (grossistes et détaillants) d'ordinateurs et d'équipements informatique ainsi que d'instruments électroniques de mesure et, d'autre part, les logiciels et les industries de services incluant les industries qui fournissent des logiciels « prêts à l'usage » et des services associés aux ordinateurs ; les industries d'équipements de communication et des services recensant les offreurs qui fournissent des infrastructures matérielles et immatérielles permettant la connexion entre ordinateurs et serveurs
Union européenne et France (1998)	Le secteur TIC apparait sous la forme d'une liste d'activité recouvrant trois filières : l'informatique avec la fabrication des ordinateurs et des logiciels, les télécommunications qui comprennent les réseaux et donc Internet et enfin l'électronique.
Selon ONU et OCDE (1998)	Le secteur des TIC comprend les secteurs manufacturiers et des services qui facilitent la transmission, le stockage et le traitement de l'information par des moyens électroniques.

Source : https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00199011, publié le 18 Décembre 2007.

[1] SPERANDIO, J,-C.(2000). Les NTIC. Impacts ergonomiques chez l'utilisateur. Implications pour l'ergonomie. Actes du XXXV congrès de la SLEF-Séances plénières 2000. Toulouse. P.17-25

	Tableau N°2: Définitions des NTIC
Benoit Chapron (2006). Evaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente	TIC, Technologie de l'information et de la communication : Expression aux contours assez flous, apparue avec le développement des réseaux de communication, désignant tout ce qui tourne autour d'Internet et du multimédia. Elle recouvre également la notion de convivialité accrue de ces produits et services destinés à un large public de non-spécialiste. Au confluent de l'informatique, des réseaux de télécommunication et de l'audiovisuel ; les TIC s'adressent au plus grand nombre employé dans ce mémoire sans distinction avec le terme NTIC .

Source : http://www.systemesdinformation.fr/glossaire.html , Recueilli le 10 Mars 2009.

Le revirement des TIC semble représenter un atout essentiel dans l'activité bancaire moderne. Dès lors, nous pensons que le recours aux TIC est un passage indispensable pour les banques si elles veulent obtenir plus d'efficacité dans la gestion de la relation client (CRM) et plus de rapidité dans l'accès à l'audience sur le plan de la communication marketing.

- Avantages et limites des TIC

Parmi les principaux avantages d'une meilleure intégration des TIC, réside dans ce qui suit :

a) Selon des études de l'OCDE, l'investissement dans les TIC serait l'un des principaux moteurs de compétitivité des entreprises. Les TIC seraient un facteur important de croissance économique aux Etats-Unis. De manière succinct, on peut présenter les avantages des TIC en trois niveaux :[2]
   - Point de vue du système d'information : une meilleure connaissance de l'environnement ; réactivité plus forte face à cet environnement ; hausse de la productivité du travail pour la saisie et réutilisation de l'information, donc baisse des coûts ; amélioration de l'efficacité de la prise de décision permise par une stratégique plus performante.
   - Point de vue organisationnel et professionnel : fonctionnement et organisation moins hiérarchisée et partage d'information de l'entreprise ; meilleure gestion des ressources humaine comme le recrutement et gestion des carrières plus facile ; création de nouveaux emplois.
   - Point de vue commercial : meilleure connaissance de la clientèle ; développement des innovations en matière de services et répondre aux besoins des consommateurs ; nouveau circuit de production grâce à l'extension potentielle du marché dont le commerce électronique.

b) Des systèmes de paiement plus efficaces et rentables à l'échelle internationale. Entre 1999 et 2010, le volume global des paiements a atteint 330 milliards d'opérations par an, où la plus forte croissance a été enregistrée dans les paiements électroniques, qui représentaient 85% de tous les paiements autres que ceux en espèces.[3]

c) Une meilleure capacité pour lutter contre le cyber insécurité émanant des pirates informatiques et des cybercriminels. A lui seul, le vol d'identité coûte à l'économie canadienne 2.5 milliards par an.

d) La capacité de répondre à la croissance de demande par désintermédiation en offrant aux consommateurs un plus grand accès en ligne aux produits et prestations de service. Selon une récente enquête OCM (Organisation Commune de Marché), les cadres dans divers industries augmentent les canaux de désintermédiation pour deux raisons : elle leur permet d'en apprendre d'avantage de leurs clients et permet de les servir plus efficacement.[4]

Selon Benat Bilbao-Osorio: « Le rôle des TIC pour la croissance économique et la création d'emplois de qualité n'ont jamais été examinés d'aussi près. Malgré les craintes de voir les TIC accélérer le déploiement des ressources dans les pays en développement, les avantages des TIC sont aujourd'hui largement reconnus et représentent une méthode permettant aux entreprises et au secteur économique d'optimaliser la productivité, de libérer des ressources

[2] http://experts-univers.com/inconvenients-avantagesdes-ntic.html, consulté le 20 décembre 2019.

[3] Association canadienne des paiements (2010), Stratégie de l'APC pour les paiements : vision 2020 : https://www.cdnpay.ca/imis15/pdf/pdfs_news/payments_strategy_vision_2020_fr.pdf, consulté le 20 décembre 2019.

[4] Les TIC dans le secteur des services financiers// évaluer les besoins en matière de ressources humaines :http://www.ictc-ctic.ca/wp-content/uploads/2012/09/ICTC_ICT_in_FinancialService_FR_9_12.pdf, consulté le 20 décembre 2019.

et d'encourager l'innovation et la création d'emploi ».[5]

- Technologies de l'information et de la communication dans le monde

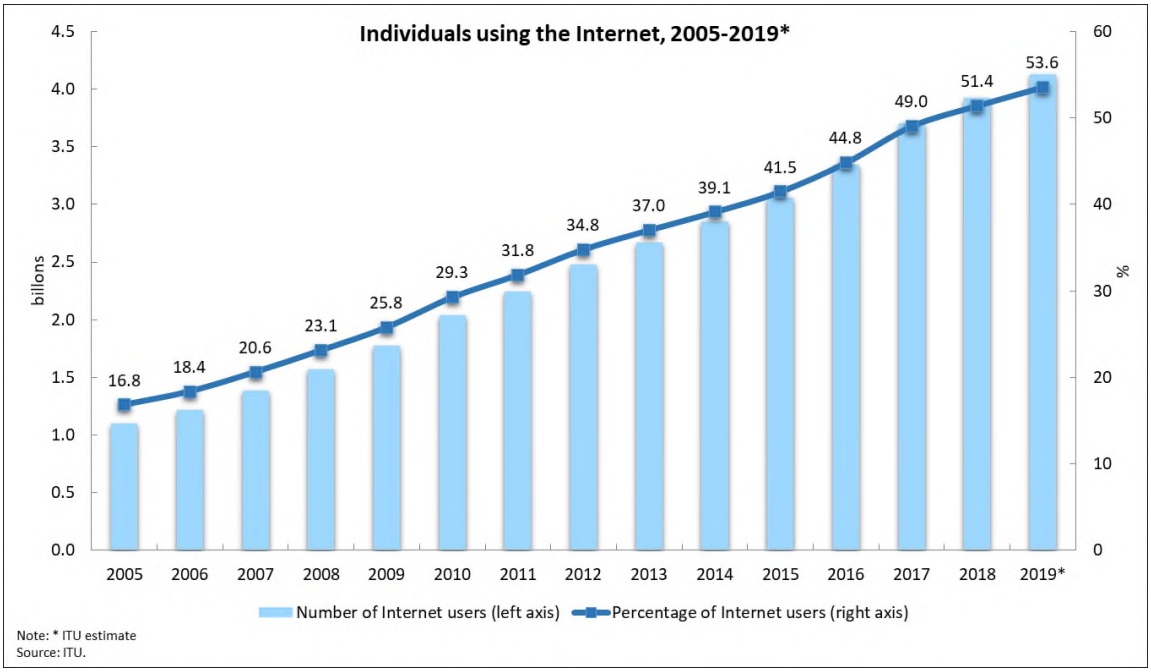
Les TIC continuent de se développer et de croitre sans cesse avec un rythme très important et cela dans tous les pays du monde. Les pays sous-développés ont compris l'importance de ces TIC dans les différents secteurs de la vie sociale et économique.

Aujourd'hui, on connait les opportunités offertes par les TIC favorisant la croissance et la productivité et jouent un rôle important dans l'amélioration des conditions de vie (création d'emplois, accès à l'éducation et la culture, etc.). Les TIC constituent une chance pour les pays du sud ; le rapprochement des distances est un avantage considérable ; l'abaissement des frontières facilite et favorise l'échange et le partage tant économiquement que culturellement ; une opportunité d'enrichissement réciproque.

En effet, on peut parler de mondialisation dans ce cas et même plus encore de globalisation ; ces concepts ne cessent de se confirmer, tout le monde est en concurrence, sur toute la planète et sur tous les domaines d'activité humaine, et les TIC sont au service de cette mutation mondiale. Pour chiffrer et quantifier toutes les évolutions des TIC au niveau mondial, on s'est référé aux publications de l'UIT (Union Internationale des Télécommunications) qui publie les données mondiales à ce sujet.

Dans son rapport de 2005-2019, le nombre d'internautes dans le monde est passé de 16,8% en 2005 à 53,6% en 2019.

Figure N° 1 : Evolution de nombre d'internaute dans le monde



Source : https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx, consulté le 30 mars 2020.

Dans son classement, on constate la présence de pays européens dans les premières places et par les pays à revenus élevés (Australie, Canada, Etas Unis, Chine…), et met en évidence l'aspect dynamique de plusieurs pays dans leurs progrès, en l'occurrence les pays du Golf ainsi que l'Europe de l'Est. Les pays d'Afrique progressent aussi moyennement selon leurs richesses et les politiques menées. L'Algérie, elle aussi a compris les bienfaits de cette révolution numérique et a mis en place une stratégie nationale, l'e-Algérie, pour atteindre des objectifs selon un plan préétablit ; les voisins du Maghreb en l'occurrence le Maroc et la Tunisie sont sur la même lancée, la Tunisie un peu plus en avance dans ce domaine.

Malgré ces efforts, l'Algérie reste loin derrière selon le classement du forum économique mondial sur les TIC et se positionne à la 129eme place sur 143 pays en 2014, d'où l'urgence d'accélérer les mesures pour améliorer la situation

[5] Senior économiste et co-auteur du rapport, Global Competitiveness and Benchmarking Network, World Economic Forum.

et se mettre au moins au niveau de nos voisins.

2.2. Performances et concepts liées aux TIC

Certainement le développement d'internet, est regardé comme une transformation des règles de la concurrence dans l'industrie bancaire. Les entreprises s'équipent en effet en moyens informatiques (matériels et logiciels) et en moyens de communication.

Les TIC apparaissent séparément dans les secteurs et branches d'activités, notamment dans le secteur économique. Ainsi, il existe une ressemblance avec d'autres concepts de ce secteur, bien que l'étude des facteurs déterminants de la performance ait toujours été au cœur des préoccupations de la recherche en entreprise. Cette section, consiste à définir l'analogie des TIC avec d'autres concepts économiques ainsi que la notion de performance et enfin les facteurs favorisant le développement des TIC.

La notion de performance est définie sur le plan littéraire par plusieurs interprétations qui sont simultanément ou indistinctement utilisées dans le but d'établir de manière précise sa définition, bien que l'étude des facteurs déterminants de la performance ait toujours été au cœur des préoccupations de la recherche en entreprise.[6]

La performance a trois significations majeures tels que : le succès, l'action et la capacité :

- Le succès : la performance transmet un résultat positif et donne une représentation de la réussite propre à l'entreprise ;
- L'action : peut désigner conjointement les résultats et les actions mis en œuvre dans le but de les atteindre ;
- La capacité : la performance renvoie au potentiel Albanes (1978), défini la performance comme « la raison des postes de gestion; elle implique l'efficience et l'efficacité ». De son côté, Tchankam (2000) définit l'entreprise performante comme « celle qui fait mieux que ses concurrents sur le court, moyen et long terme ». On peut dire aussi que la performance autorise les dirigeants d'expliquer le lien entre l'entreprise et son fonctionnement habituel.

Par ailleurs, il est difficile d'apprivoiser le concept de performance dans une définition complexe dans l'entreprise ; elle a atteint tous les services et tous les niveaux de responsabilité.

2.3. Facteurs favorisant le développement des TIC

Il existe quatre facteurs qui sont expliqués comme suit :

- Facteurs sociétaux

Les collectivités locales investissent dans l'enseignement sur les TIC pour perfectionner la compétitivité des établissements de leurs territoires. Une hausse du niveau d'éducation a permis l'utilisation d'ordinateurs personnels et de logiciels plus ou moins complexes par un coefficient croissant de la population. Selon Bille Gates, PDG de Microsoft, ami 1997 : « Internet entraînera de nombreux changements dans la société parce que c'est potentiellement un moyen extrêmement efficace de mettre en contacte acheteurs et vendeurs ».

- Facteurs techniques

Une augmentation rapide de la capacité des processeurs et de la capacité des artères de transmission a entrainé une baisse importante des coûts unitaires des services de communications et surtout une génération croissante des systèmes d'accès à l'internet à haut débit.

Au lieu d'avoir des infrastructures séparées pour chaque catégorie des services (téléphone, diffusion de l'audiovisuel, transmission des données, etc.), les informations de toutes formes (texte, image, film, musique, photos, etc.) ont été numérisées, ce qui a permis de tirer profit de la convergence numérique dans les TIC en rassemblant des infrastructures de commutation et de transmission hors de prix. Cette numérisation est d'autant plus intéressante que ces infrastructures sont caractérisées par des coûts fixes élevés et des coûts marginaux faibles ce qui implique un immense changement des modèles économiques des opérateurs de télécommunications.

- Facteurs commerciaux

Le marché des TIC a été bouleversé ces quinze dernières années. En premier lieu, avec l'essor colossal de la téléphonie mobile et de l'Internet fixe à haut débit, puis récemment avec l'internet mobile à haut débit, ce qui définit l'étape essentielle de la convergence des technologies du traitement de l'information et de la communication. L'évolution des coûts des systèmes des TIC et le développement de la concurrence avec l'émergence de nouveaux fournisseurs de services ont favorisé l'essor spectaculaire des offres commerciales des

[6] Fidél Nwamen (2006), Impact des TIC (technologie de l'information et de communication) sur la performance commerciale des entreprises, Revue des sciences de gestion, n18, P.60.

services de l'information et de la communication. Cet essor est caractérisé par des bouquets de services avec des tarifs forfaitaires abordables incluant généralement des appels téléphoniques illimités, en accès à l'internet à haut débit et un accès à des chaines de télévision.

- Facteurs économiques

Le développement des activités tertiaires au détriment des activités primaires et secondaires dans les pays industrialisés a augmenté les besoins de traitement de l'information et de communication des entreprises.

La diffusion des technologies de l'information représente l'exemple le plus flagrant de la pénétration intersectorielle des progrès technologiques, et elle constitue désormais une des principales sources potentielles de gains de productivité dans le secteur tertiaire. Les nouvelles technologies d'information ont bouleversé l'organisation et la structure des entreprises et ont provoqué une nette amélioration des performances techniques dans beaucoup d'activités économiques.[7]

En conclusion des points qu'on vient de traiter, nous pouvons dire que l'espace des technologies de l'information et de communication (TIC) reste en évolution. Cette position est effectivement due au développement que ce secteur prend principalement en matière d'innovation et il ne finit pas de se confirmer jour après jour. Les TIC ont une place importante sur presque tous les aspects de notre vie quotidienne et il devient très difficile d'entourer tous les concepts. Cela nous a permis la compréhension de quelques éléments clés tentant d'intégrer ces TIC dans le cadre de la théorie économique.

III- Evolution des moyens de paiement et leur dématérialisation

Le secteur bancaire intègre peu à peu les procédés de paiement électronique et notamment grâce à l'informatique et à l'informatisation des moyens de paiement. De nos jours, ces derniers sont existants sous de multiples formes et font partie intégrante de l'activité humaine. De plus, la société dans laquelle nous vivons, c'est à dire une société de consommation, tout le monde, est intéressé par les moyens de paiement car ils sont omniprésents. Aujourd'hui, il est même possible de payer directement à domicile avec le développement d'internet et la création de la monnaie virtuelle. Ainsi, depuis la création de la monnaie, elle est passée de l'état matériel, à l'état scriptural, puis à l'état électronique et enfin à l'état virtuel.

En effet, les activités de paiement sont au cœur des métiers de la banque. Elles sont déterminantes dans la construction et le développement d'une relation de qualité avec leurs clients.

Ainsi, le développement des NTIC a changé la façon dont les agents détiennent et échangent la monnaie. En effet, la monnaie fiduciaire tend dans les pays les plus développés vers un usage très minime, et se voit remplacer par des outils plus sûrs, plus rapides, moins encombrants et donc énormément efficaces. Cette dématérialisation des moyens de paiement se poursuit actuellement avec le processus de monétisation de manière accélérée, en vue d'améliorer la qualité des prestations bancaires qui dépendent fortement de la qualité de leur système de paiement mis en place et qui a conduit à la création des banques à distance.

3.1. Modernisation des systèmes et moyens de paiement

La modernisation des systèmes de paiement conduit à des réformes financières représentatives menées jusqu'à son achèvement par le ministère des finances par la modernisation rapide des systèmes de paiement pour améliorer et développer la qualité des services bancaires. L'admission de nouveaux canaux d'accès offert à la clientèle répond à la volonté et le bon plaisir de mettre à la disposition des clients de nouveaux services.

3.2. Infrastructures nécessaires à l'évolution des moyens de paiement

L'innovation dans le domaine des moyens de paiement s'est accélérée, et il est important à l'économie dans son ensemble, qui contribue à la confiance des utilisateurs de la monnaie ; il existe aussi de large compétence en évolution (système de paiement, système de compensation et système de règlement-livraison d'instruments financiers) ainsi que des moyens de paiement scripturaux.

Les moyens de paiement permettent d'utiliser la monnaie disposée en compte de dépôt ou en espèce pour régler les dépenses et dettes. Aujourd'hui, à partir d'un support connecté et avec la notion de nouveaux moyens accessibles sur le marché, les opérations de paiement sont réalisées à distance.

Les banques exposent un nombre conséquent de services à leurs clients quelque soit les particuliers ou bien les

[7] Croissance, emplois et productivité dans le secteur tertiaire : controverses théoriques et réalités suisses. Mara C. Harvey, dissertation.com.

entreprises. A titre d'exemple, on peut citer la tenue des comptes, la publication de relevés bancaires, la fourniture d'identités bancaires et la propagation de moyens de paiement (virements, prélèvements, chèques, cartes bancaires, etc.) et pour que les clients soient satisfaits à propos de ses opérations, les banques doivent être puissantes et compter sur des infrastructures solides et adaptés, c'est-à-dire chercher de nouvelles solutions.

L'accès à la concurrence des services de paiement à de nouveaux acteurs à été favorable aux innovations technologiques conduisant à l'invention de nouvelles accoutumances de paiement; la concurrence doit être encadrée pour permettre le développement dans un cadre favorable aux consommateurs.

La sécurité et la garantie des paiements sont les attentes essentielles. Ainsi, l'accroissement du commerce sur internet s'est accompagnée d'une intensification de solutions de paiement « e-paiement »[1] offrant des alternances au traditionnel paiement par carte.

L'objectif est donc d'être au courant, parmi les différentes solutions d'adaptation de ces technologies à l'intérieur de la banque, ce qui a été fait ou ce qui peut aussi être transformé et amendé, autrement dit amélioré. L'utilisation de ces technologies peut aussi s'appliquer aux niveaux des agences ou des particuliers ou encore pour les réseaux internet ou les réseaux d'information qui permettent la circulation des opérations entre les banques.

IV-Aperçu sur l'environnement bancaire en Algérie

La dernière liste des banques agréées arrêtée au 2 janvier 2017, comprend une vingtaine de banques publiques et privées et 9 établissements financiers, selon la dernière décision de la banque d'Algérie portant publication de la liste des banques et de la liste des établissements financiers agréés et qui vient d'être publiée sur le journal officiel.[8]

Concernant les banques agréées en Algérie, il s'agit de 6 banques publiques à savoir la Banque extérieure d'Algérie, la Banque nationale d'Algérie, le Crédit populaire d'Algérie, la Banque de développement local, la Banque de l'agriculture et du développement rural, Caisse nationale d'épargne et de prévoyance (Cnep Banque). Et de 14 banques et institutions financières privées à l'exemple de la Banque Al Baraka d'Algérie, Citibank N.A Alegria « Succursale de Banque », Arab Banking Corporation – Alegria, Société Générale – Algérie et BNP Paribas Al-Djazair. Quant aux établissements financiers, on trouve la Société de Refinancement Hypothécaire ; la société financière d'investissement, de participation et de placement (SPA) « Sofinance -SPA » ; Arab Leasing Corporation ; Maghreb Leasing Algérie ; Cetelem Algérie ; Caisse Nationale de Mutualité Agricole Etablissement Financier [a] ; Société Nationale de Leasing (SPA) ; Ijar Leasing Algérie (SPA) et El Djazair Ijar (SPA).

Notons que la Banque d'Algérie s'attelle à réhabiliter les instruments de refinancement en renforçant les mécanismes de transmission de la politique monétaire dans le cadre d'une politique prudemment mesurée. C'est ainsi que l'ensemble des instruments de refinancement des banques et établissements financiers est mis en œuvre sur le marché monétaire et hors marché monétaire (réescompte), et ce, à travers un règlement et trois instructions faisant l'objet de promulgation.

Il s'agit, en effet, du règlement du 28 juillet 2016 complétant celui du 19 février 2015, relatif aux opérations d'escompte d'effets publics, de réescompte d'effets privés, d'avances et crédits aux banques et établissements financiers, de l'instruction du 1er septembre 2016 fixant le taux de réescompte, de l'instruction du 1er septembre 2016, relative aux opérations d'open market, portant refinancement des banques et, enfin, de l'instruction du 1er septembre 2016 relative à la facilité de prêt marginal. Aussi, le Conseil de la monnaie et du crédit a adopté récemment un nouveau règlement portant sur les opérations d'escompte d'effets publics, de réescompte d'effets privés, d'avances et crédits aux banques et établissements financiers, apprend-on auprès de la Banque d'Algérie.

V- Etude et analyse des résultats de l'enquête

Les banques intègrent sans cesse de nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leurs fonctions et dans leurs systèmes. Le facteur clé de succès d'une banque doit se traduire par le fait que cette institution est un réseau de confiance ; ce qui implique que l'intégration des TIC devra prendre en compte cette dimension des choses.

Dans le cadre de ce travail de recherche, on a élaboré un questionnaire qu'on a distribué aux différentes banques de notre échantillon constitué de 15 banques, privées et publiques, de la ville d'Alger afin d'essayer de mieux comprendre l'impact des nouvelles technologies sur le secteur bancaire local.

Notre objet de recherche en l'occurrence les banques, sont toutes sur le même territoire local qui est celui de la ville d'Alger, l'échantillon composé de 15 banques, soit 09 banques privées et 06 banques publiques, est représentatif car les différentes agences suivent la politique de l'agence mère, donc la même stratégie sur le plan national. Le tableau ci-dessous (N°2), représente les banques auxquelles on s'est rapproché pour remettre nos questionnaires. On les a

[8] https://www.algerie-eco.com/2017/01/29/liste-de-20-banques-9-etablissements-financiers-agrees/, consulté le14/04/2020.

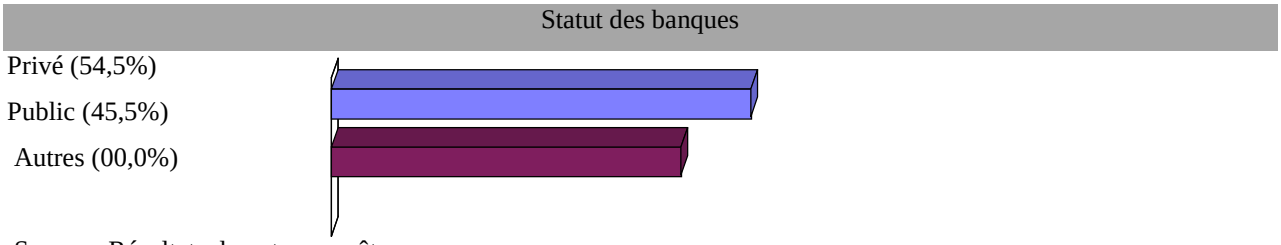
classé selon leurs statuts privés ou publiques, ainsi que celles qui ont acceptées où non de répondre au questionnaire.

Tableau N° 3 : Noms des banques ayant été rapprochées pour l'enquête.

Nom de la banque	Réponse
Banques publiques	
1. CPA Banque Crédit Populaire d'Algérie	Oui
2. BNA Banque Nationale d'Algérie	Oui
3. BEA Banque	Oui
4. CNEP Caisse Nationale de Prévoyance et de Développement Rurale	Oui
5. BDL Banque de développement Local	Oui
6. BADR Banque de l'Agriculture de Développent Rural	Oui
Banques privées	
1. Trust Banque	Non
2. Algeria Glof bank	Oui
3. NATEXIS Bank	Oui
4. EL BARAKA d'Algérie	Oui
5. Citibank N.A Alegria « Succursale de Banque »	Non
6. Arab Banking Corporation – Alegria	Oui
7. BNP Paribas Al-Djazair	Non
8. Société Générale Algérie	Oui
9. Houssing Bank	Non
Total	11/15

D'après ce tableau, le nombre de banques qui ont répondu au questionnaire est de onze (11) banques sur un total de quinze (15) approchées. Comme le démontre la figure N°2, ces banques sont réparties entre 54.5% banques privées et 45.5% banques publiques, ce qui fait six (09) banques privées et cinq (06) banques publiques de notre échantillon d'étude.

Figure n°2 : Répartition par Statut Source



Source : Résultats de notre enquête.

Les banques, confrontées à un environnement économique, réglementaire et technologique en pleine mutation, ont subi des changements profonds dans leur fonctionnement. Le tableau ci-dessous nous montre le degré d'intégration des différents aspects des TIC dans leur système.

Tableau N° 4 : Les technologies disponibles dans les banques

Les TIC dont disposent les banques	Nb. cit	Fréq
D'un réseau des distributeurs et guichets automatiques (DAB/GAB)	11	100%
D'un réseau de paiement électronique chez les commerçants	9	81,8%
D'un réseau des cartes bancaires	10	90,9%
D'un réseau de " banque à domicile "	6	54,5%
D'un réseau " SWIFT "	9	81,8%
D'un réseau " INTERNET "	9	81,8%
Autres	1	9,1%

Source : Résultats de notre enquête

Le tableau ci-dessus, nous démontre que la totalité des banques disposent d'un réseau de distributeurs et guichets automatiques, (DAB/GAB), soit 100% ; alors que les autres services sont partagés selon le besoin et l'objectif de chaque banque.

Selon le résultat de notre enquête, nous avons constaté que la majorité des banques disposent d'un réseau « INTERNET », d'un réseau « SWIFT », d'un réseau de paiement électronique chez les commerçants (de 81.8%) et d'un réseau de cartes bancaires (de 90.9%), c'est-à-dire le taux varie entre 55.6% et 66.7% pour les banques privées, et de 33.3% et 44.4% pour les banques publiques. Par contre, seulement la moitié des banques (six au total) qui ont répondu à notre enquête disent posséder un réseau de banque à domicile.

Ces dernières années, chaque banque introduit de nouvelles technologies dans le but de mieux s'intégré dans la société et afin d'améliorer ses services. Hormis les technologies qui ont été citées dans le tableau n°3, quelques banques (neuf (09)) au total introduisent d'autres technologies qui sont présentées comme suit :

Le tableau ci-dessous résume les différentes technologies introduites par certaines banques privées ou publiques, nationales ou internationales, selon l'intérêt, le besoin et l'objectif estimé et espéré par chacune d'entre elles.

Tableau n°5 : Nouvelles technologies introduites

Les banques	Les TIC introduites
Housing bank	- E-Banking, - E-Mailing, - SMS-Banking
Bank ABC	- Logiciels de gestion des produits bancaires
BADR bank	- E-domiciliation bancaire
Société générale Algérie	- Mise en place d'une version DELT plus récente et adaptée aux opérations bancaires avec une ergonomie - Divers produits BAD : Messagipro-SGANET, messagipro-SWIFT, SOGELINE
CNEP banque	- Service E-Banking (suivez vos comptes en ligne 24h/24 et 7 jours/7, en toute sécurité)
Bnp Paribas	- La banque en ligne
CPA banque	- E-D-I; - NUMEX; - CNIS; - E-Banking
Gulf bank Alegria	- Pré-domiciliation en ligne; - AGB on line

BNA	- OUTLOOK

Source : Résultats de notre enquête.

5.1. Importance de l'utilisation des TIC

Selon les résultats de notre enquête, on constate que 63.6% des banques qui ont répondu à notre enquête considèrent que les nouvelles technologies sont une propriété privée qui les concerne seules ; 18.2% des banques estiment qu'elles résultent de leur association avec d'autres banques pour une meilleure prise en charge des opérateurs économiques (BADR). Le reste des banques, c'est sans réponses.

Le site web représente, en tant que media interactif, présente une solution à la fois une solution attirante et novatrice pour la banque. Il consiste un nouveau canal pour mieux faire connaitre et promouvoir le produit et les services financiers. Mais peut-on s'interroger sur la perspective de changement induite par ce canal, devenu un outil stratégique au service du client ?

Tableau n°6 : Nombre moyen d'internautes après que la banque ayant intégré un site web

Le nombre d'internaute	Nb. Cit.	Fréq.
Non réponse	7	63,6%
Moins de 200	2	18,2%
700 et plus	2	18,2%

Source : Résultats de notre enquête

La majorité des banques ont hébergé un site web, soit 90% des banques répondantes (figure n°5). Lorsqu'on regarde le tableau ci-dessus, on remarque que la plupart des banques (63.6%) n'ont pas répondu considérant que cette question était vague selon elles ; mais 18.2% des banques ont répondu qu'en moyenne 200 internautes par jour se connectent à leur site alors que pour les autres 18.2%, plus de 700 internautes par jours accèdent à leur site web. Les banques d'aujourd'hui créent un site web dont l'objectif est de présenter leur banque d'une meilleure façon, d'exposer des services à fournir et faire une publicité et promotion de nouveaux produits, comme le démontre le tableau suivant :

Tableau n°7 : Les objectifs de création d'un site internet

Objectifs de création d'un site	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	1	9,1%
Présentation de la banque	9	81,8%
Exposition des services à fournir	8	72,7%
Publicité et promotion de nouveaux produits	10	90,9%
Autres	0	0,0%
TOTAL OBS.	11	

Source : Résultats de notre enquête.

Dix banques sur onze soit 91% créent un site internet pour des publicités et des promotions de nouveaux produits ; la majorité des banques ont plus besoin de ce site pour présenter les leurs banques et les services offerts par la banque. Le CPA Banque et Housing Bank ont d'autres objectifs qu'ils ont cité tels que d'être plus proche de leurs clients et pouvoir réaliser des transactions en ligne.

Face à l'essor de numérique, les banques vont devoir mettre les bouchées doubles pour tenter de rester en contact avec leurs clients. Les particuliers désertent les agences au profit d'internet, et d'autres se déplacent encore pour des opérations complexes. Pour ceux qui disposent d'une connexion Internet, ce canal est exploité pour les modalités suivantes (voir tableau n°7).

Tableau n°8: Utilisation d'Internet via le statut de la banque

Statut de la banque / L'utilisation d'Internet	Privée	Publique	Autres	TOTAL
Pour rechercher des informations	44,4%	55,6%	0,0%	100%
Consultation courrier électronique	44,4%	55,6%	0,0%	100%
Pour télécharger des fichiers (documents, rapport, études,…)	42,9%	57,1%	0,0%	100%
Echange de fichiers avec les clients	66,7%	33,3%	0,0%	100%
Echange de données avec les coopérants (ou liens avec vos agences)	60,0%	40,0%	0,0%	100%
La présentation de la banque	50,0%	50,0%	0,0%	100%
Diminuer les coûts	66,7%	33,3%	0,0%	100%
Non réponse	100%	0,0%	0,0%	100%
Pour télécharger des logiciels (gratuit ou pas)	0,0%	100%	0,0%	100%
Autres	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	54,5%	45,5%	0,0%	100%

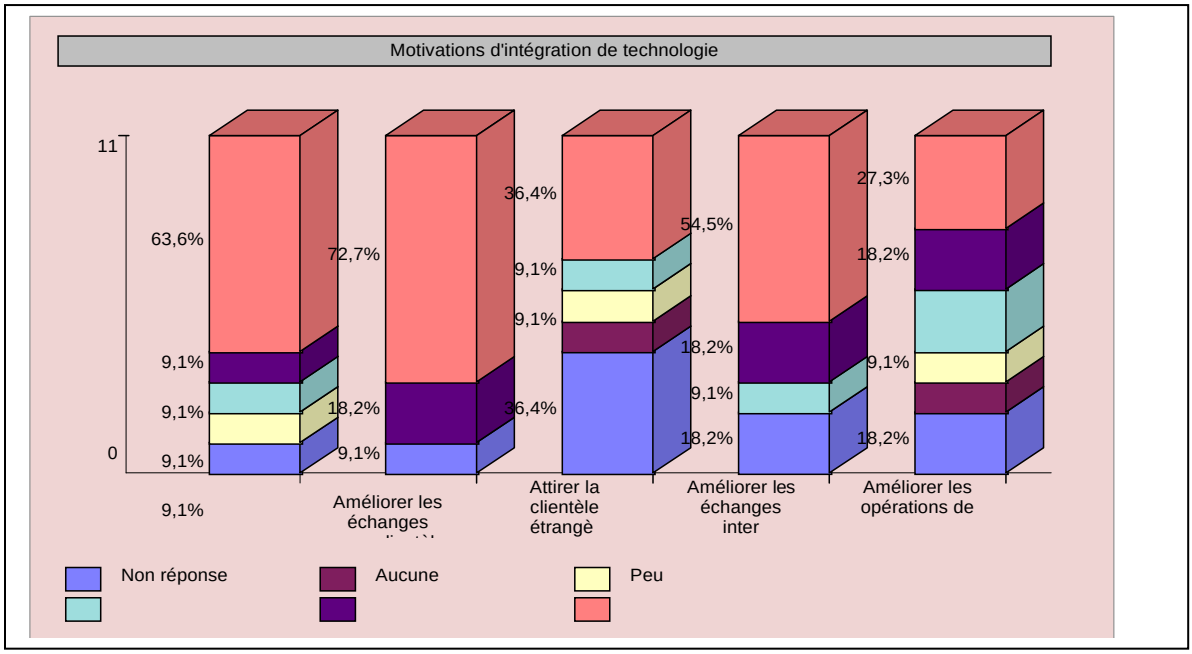
Source : Résultats de notre enquête.

D'après les résultats obtenus, on remarque que toutes les banques utilisent l'internet pour différentes opérations. Ainsi, les banques privées utilisent plus l'internet pour : échange de fichiers avec les clients, échange de données avec les coopérants et aussi pour diminuer les coûts (taux d'utilisation varie entre 60% et 66.7%). En ce qui concerne les banques publiques, plus de 55% disent que l'usage d'internet est plus réservé à la recherche d'informations, consulter les courriers électroniques et aussi pour télécharger des fichiers (études, rapports, documents,…).

On constate aussi que 100% des banques publiques utilisent internet pour télécharger des logiciels. Donc, les banques sont bien motivées d'introduire des nouvelles technologies tout au long de l'année. Afin de mieux connaitre leurs motivations, on a analysé un échantillon de onze (11) banques et on a constaté que la majorité des motivations sont à un degré d'importance élevé (voir figure n°3) :

5.2. Impacts des TIC sur la performance bancaire

Figure n°3 : Motivations d'intégration de technologie



Source : Résultats de notre enquête.

Comme le démontre la figure n°6, on remarque que toutes les motivations des banques sont de tendance élevée et le minimum est de 27.3% pour l'amélioration des opérations de marché. La majorité varie entre 54.5% et 72.7% pour une amélioration des échanges interbancaires, des échanges avec la clientèle ainsi que le pouvoir d'étendre les champs d'action de leur banque.

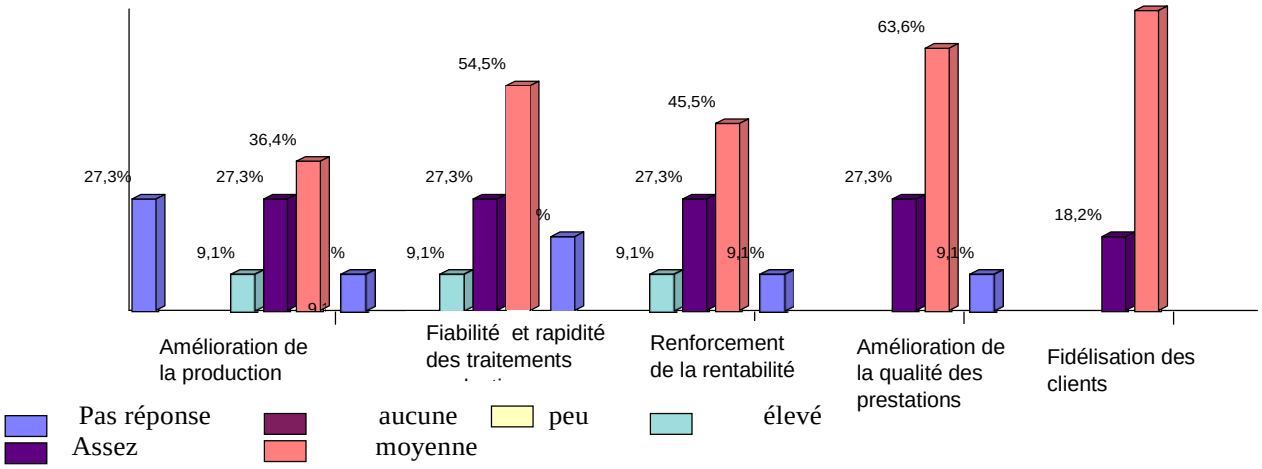
Tableau N°9 : Facteurs d'adaptation des banques

Nom de la banque	Causes d'adaptation
HOUSSING BANK et BNA	Des formations préalables
BADR Bank	Dispose d'un effectif jeune et compétent
BANK ABC	Training, tests, assistance
Société Générale Algérie	Par voie d'instruction et de guide d'utilisation
CNEP Bank	Pour répondre à la demande de la clientèle
BNP Paribas	Facilité d'utilisation
CPA Banque	Formation, Encadrement, Maitrise
GULF Bank Algeria	Cela s'impose, il faut se démarquer

Grâce à ces motivations que les banques arrivent à s'adapter aux mutations technologiques. Dans notre enquête, 82% des banques qui ont répondu « Oui » s'adaptent facilement aux mutations. Quelques banques ont donné des facteurs de leur adaptation comme suit (voir tableau ci-dessus n°8). On remarque aussi que 9% n'ont pas répondu à cette question et les 9% restantes prouvent des difficultés à s'adapter ce qui les poussent à programmer des séminaires ou des stages de perfectionnement, des cours de formation initiés par leur banque et aussi un apprentissage par la pratique.

Après s'être adapté aux mutations technologiques, viennent les satisfactions d'introduction des TIC au sein des banques. On a constaté que la majorité des banques, soit 72.7% ont acquis la fidélisation des clients, 63.6% ont une amélioration de la qualité des prestations et 54.5% ont une fiabilité et rapidité de traitement des opérations. Pour certaines banques, c'est encore tôt de parler de ces quatre objectifs. Certes, elles introduisent de nouvelles technologies mais elles n'arrivent toujours pas à s'intégrer et à s'adapter à ces mutations ; donc aucune ou peu de satisfaction.

Figure n°4 : Les satisfactions de l'introduction des TIC



Source : Résultats de notre enquête

Les TIC présentent un impact sur la productivité qui est à une échelle très importante pour la banque, mais également sur le mode interne de travail. Les réponses de cette dernières ont été les suivantes :

Tableau n°10 : Impacts sur le mode interne du travail

	Sans réponse	1	2	3	4	5	6	TOTAL
Rapidité et fiabilité de traitement des	27,3%	36,4%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	27,3%	100%
Réduction de la contrainte de la présence physique	27,3%	0,0%	0,0%	9,1%	18,2%	18,2%	27,3%	100%
Amélioration de l'efficacité et de la présicion	27,3%	0,0%	9,1%	18,2%	0,0%	27,3%	18,2%	100%
Réduction du risque d'erreurs	27,3%	0,0%	18,2%	9,1%	9,1%	27,3%	9,1%	100%
Suppression des tâches en double	27,3%	0,0%	9,1%	0,0%	27,3%	18,2%	18,2%	100%
Autres	72,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	27,3%	100%
Ensemble	34,8%	6,1%	6,1%	6,1%	9,1%	16,7%	21,2%	100%

Source : Résultats notre enquête.

La majorité des réponses des banques déterminent que l'impact des TIC réside dans la rapidité et la fiabilité des opérations. Autres effets de l'introduction de nouvelles technologies sont : augmentation du nombre d'opérations (concernant CNAP Bank), stockage de l'information en archive pour toute re-vérification et une approche étroite dans la communication entre banque et client (banque CPA).

Ainsi, grâce aux technologies de l'information, les banques peuvent effectuer plusieurs opérations par jour et le temps moyen pour le traitement est rapide et efficace. Seule une banque qui a répondu à cette dernière, en l'occurrence la CPA, elle enregistre environ 400 opérations par jour avec l'outil informatique et seulement 100 opérations sans ; concernant le temps consacré au traitement qui est de 10 secondes par opération avec l'outil informatique et de 5 minutes sans. Cinq banques, soit 45.5%, disposent d'indicateurs permettant de mesurer cet impact ; trois banques sur onze ont pu nous donner quelques indicateurs comme : PNB par agence (concernant ABC Bank), les statistiques (Société Générale Algérie) et évolution de la productivité et du portefeuille client (CPA). L'utilisation des TIC doit être accompagnée par le perfectionnement des moyens de sécurité puisque l'informatisation des banques fait augmenter désormais leur vulnérabilité. Ces études préalables sont primordiales pour une banque afin d'introduire des nouvelles technologies. Cependant, selon notre enquête, sept (07) banques sur onze (11), soit 54.5%, sont favorables pour des études alors que 9.1% ont décidé d'introduire des TIC sans aucune procédure d'étude (voir tableau n°9).

VI- CONCLUSION

Face à l'offre multi canal des banques dans un contexte intensifié par l'apport technologique et marketing des banques privées où le monopole des banques publiques se trouve confronté à une nouvelle dynamique de marché, induite par les banques privées. Le système bancaire a connu un développement important et les TIC jouent un rôle croissant dans l'évolution des métiers bancaires. Ainsi, nous avons essayé, dans cet Article d'évaluer l'impact des TIC sur l'activité bancaire ; elles ne se limitent plus à accompagner le changement mais elles en deviennent le moteur du fait qu'elles font évoluer les bases de la concurrence entre les banques de réseau, les banques virtuelles ainsi que les différents acteurs, bancaires ou pas.

A travers notre enquête menée auprès des banques, des directions informatiques et de divers services bancaires utilisant l'outil informatique, nous avons montré que la carte de paiement est le moyen de paiement le plus automatisé dans les banques de la ville d'Alger, suivi de chèque et de l'avis de prélèvement en dernier rang. Ces dernières ont eu recours au principe de mutualisation afin d'introduire les nouvelles technologies et de réaliser des économies d'échelle. Il devient indispensable donc aux différentes banques de consacrer une part très importante de leurs budgets globaux pour l'investissement dans les TIC. L'objectif des banques en Algérie est de parvenir à une automatisation et à l'industrialisation de leur processus afin d'améliorer la production, la distribution et de réaliser des gains de productivités. A cet effet, l'utilisation des TIC doit être accompagnée par le perfectionnement des moyens de sécurité puisque l'informatisation des banques fait augmenter désormais leur vulnérabilité.

Dans ce nouveau contexte mondial, l'objectif principal des établissements financiers et bancaires est la recherche de la performance, la qualité du service à la clientèle, l'efficience organisationnelle ainsi que la rentabilité financière. Ces critères sont fortement conditionnés par l'apparition de nouveaux canaux de distribution issus de l'innovation technologique. A cet effet, la banque réactive en temps réel, intègre des services bancaires en ligne et réalise des frais de transaction; ce sont autant de caractéristiques qui jouent sur la performance. Ces critères de performance sont intimement liés et il n'est plus possible d'envisager un de ces vecteurs de performance sans les autres.

REFERENCES

[1] Alain Capiez (2001), « Nouvelles technologie et performance le cas de la banque à distance ». 22ème congrès de l'AFC, France.

[2] Benat Bilbao-Osorio, Senior économiste, Global Competitiveness and Benchmarking Network, World Economic Forum.

[3] Benoit Chapron (2006) , « Evaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente : Glossaire »

[4] Bossard Consultants (1997), « La banque future, l'impact des nouvelles technologies sur l'organisation de l'agence bancaire de demain »

[5] Bouquin H. (2000), « Du contrôle de gestion au pilotage », L'expression Management Review, septembre », 58-66

[6] Casino G. (Septembre 1999), « NTIC : de quoi parle-t-on ? Etude TICO : Technologie de l'information et de la communication dans les organisations » ; Ed. ANACT : Agence Nationale pour l'Amélioration des Conditions de Travail.

[7] Fidel Nwamen (2006), « Impact des TIC sur la performance commerciale des entreprises, Revue des sciences de gestion, N°18.

[8] Jacques Richer (1998), « Vers la banque multicanal », extrait de la revue banque N°588, janvier.

[9] Jean-Michel SAHUT, « L'impact des NTIC sur le secteur bancaire », Cahier du numérique, N°3, Hermès Sciences, septembre 2000.

[10] Klein Olivier (2018), *In* https://www.aef.asso.fr/publications/revue-d-economie-financiere/120-innovation-technologie-et-finance/3340-banque-et-nouvelles-technologies-la-nouvelle-donne, consulté le 05 mai 2020.

[11] Pons T., Kruger H. (1999), « contraintes juridiques et fiscales », Banque magazine, N°603.

[12] Rouach M., Naulleau G. (2000), « Contrôle de gestion et stratégie dans la banque», Banque éditeur, Paris.

[13] Reynaud Laetitia (2018), « L'impact des nouvelles technologies sur le système bancaire », *In*https://www.davidson.mc/temp/EH5L2YLIR36B9L4HPZTG1PP332FY1C.pdf, consulté le 05 mai 2020.

[14] Sperandio, J.-C. (2000), « Les NTIC, Impacts ergonomiques chez l'utilisateur », Implications pour l'ergonomie, Actes du XXXV congrès de la SLEF-Séances plénières 2000. Toulouse.

[15] ITUP Publications (2019), « Measuring digital development Facts and figures 2019», *In* https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2019.pdf, consulté le 05 mai 2020.

[16] https://www.algerie-eco.com/2017/01/29/liste-de-20-banques-9-etablissements-financiers-agrees/, consulté le14/04/2020.

-

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:26-46.

Estimating the economic costs of traffic accidents in Libya: An Econometric Study during the period 1995-2017

Sagr El- jabani[1] ,Wael Gabrel[2] , Abdulaziz Sadaga[3]

[1] *Assistant Professor of Economics , Omar Al-Mukhtar University (Libya), sager.hamad@omu.edu.ly.*
[2]*Associate Professor of Business Administration , Omar Al-Mukhtar University (Libya), wael.gabrel@omu.edu.ly.*
[3] *Associate Professor of Economics , Higher Institute of Science and Technology, Derna (Libya), sadaga1979@gmail.com*

ARTICLE INFO

Article history:
Received:21/12/2020
Accepted:23/12/2020
Online:11/01/2021

Keywords:
Traffic Deaths
Gross Domestic Product
Libya
*JEL Code:*Q5,Q32,R41

ABSTRACT

The study aims to estimate of the economic impact for traffic accidents in Libya, and to achieve the desired aims, the study applied the quantitative method. In analysing the study data, statistical computer program services were used through the software contained in (EVIEWS 10), Was used of Vector Auto Regression model (VAR) . The results found were summarised as follows: Firstly, The study revealed that the general attitude of the number of road traffic deaths in Libya has a significant increase during the study period. Secondly, the study demonstrated The economic impact of the number of road traffic deaths causes a retreat of 0.000004 of the value of the gross domestic product in Libya. Finally, the study provided a set of recommendations that will hopefully be followed for reduce the phenomenon of traffic accidents in Libya and its economic implications .

تقدير التكاليف الاقتصادية للحوادث المرورية في ليبيا : دراسة قياسية خلال الفترة 1995-2017

صقر حمد الجبياني [1]، وائل محمد جبريل[2]، عبدالعزيز علي صداقة [3]

[1] استاذ مساعد، قسم الاقتصاد، جامعة عمر المختار، ليبيا، sager.hamad@omu.edu.ly.

[2]استاذ مشارك، قسم إدارة الاعمال، جامعة عمر المختار ، ليبيا، wael.gabrel@omu.edu.ly .

[3] استاذ مشارك ، قسم المهن الادارية والمالية، المعهد العالي للعلوم والتقنية درنة ، ليبيا، sadaga1979@gmail.com .

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:2020/12/21
تاريخ القبول:
2020/12/23
تاريخ النشر2021/01/11:

الكلمات المفتاحية
الوفيات المرورية
الناتج المحلي الإجمالي
ليبيا
*JEL Code:*Q5,Q32,R41

الملخص

تهدف الدراسة إلى تقدير الأثر الاقتصادي للحوادث المرورية في ليبيا ، ولتحقيق أهداف الدراسة، اتبعت الدراسة المنهج الكمي ، ولتحليل بيانات الدراسة تم الاستعانة بالحاسب الآلي واستخدام برنامج إحصائي من خدمة البرمجيات الواردة في(EVIEWS 10) ، حيث تم استخدام نموذج متجه الانحدار الذاتي (VAR)و قد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها أن الاتجاه العام لعدد وفيات الحوادث المرورية في ليبيا متصاعد و بشكل كبير خلال فترة الدراسة، كما توصلت الدراسة إلى ان الأثر الاقتصادي لعدد وفيات المرور يسبب في تراجع 0.000004 من قيمة الناتج المحلي الاجمالي في ليبيا ؛ وأخيراً قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات التي يؤمل أتباعها لتقليل ظاهرة حوادث المرور في ليبيا ومعالجة اثارها و تكاليفها الاقتصادية.

* * Corresponding Author WAEL GABREL, *Email: wael.gabrel@omu.edu.ly:*

– المقدمة :

لقد أصبحت المشاكل الناتجة عن الحوادث المرورية في مختلف أنحاء العالم من المشاكل الامنية المعاصرة التي تستدعي قلق وحيرة مختلف الأجهزة الأمنية والدوائر الصحية والاقتصادية في جميع دول العالم ، وتعاني الدول العربية من هذه المشكلة كغيرها من دول العالم ، بل وتشير الاحصائيات إلى أن بعض الدول العربية – ومنها ليبيا – تواجه معاناة أشد ضرراً وأسوء نتائج مما تواجه الدول المتقدمة على المستوى البشري والاقتصادي معاً ، وقد تزايد حجم هذه المشاكل مع زيادة عدد المركبات المستعملة في الطريق حتى اصبحت من المشاكل الرئيسة في الوقت الحاضر، وعن مؤشرات الحوادث المرورية على المستوى العالمي فقد ذكرت احصائيات منظمة الصحة العالمية أن عدد القتلى من جراء حوادث المرور قد بلغ 1.4 مليون شخص بمعدل يفوق الثلاثة آلاف شخص يومياً ، يخص الدول النامية منها 85% ، ويصاب ما بين 20–50 مليون شخص سنوياً ، وبلغت الكلفة الاقتصادية (تكاليف العلاج للمصابين) حوالي 518 مليار دولار ، كما أشارت منظمة الصحة العالمية إلى ان حوادث المرور يتوقع ان تقف سبباً رئيساً للوفاة ينافس أسباب الوفاة الاخرى مثل أمراض القلب والسرطان بحلول 2020 (أبوبكر، 2006) ؛ عليه سعت هذه الدراسة إلى معرفة الآثار الاقتصادية للحوادث المرورية في ليبيا .

الدراسات السابقة :

دراسة الربعاني وآخرون (2012) : هدفت الدراسة إلى التعرف على أسباب الحوادث المرورية بسلطنة عمان وآثارها على الأسرة العمانية اجتماعيا واقتصاديا من وجهة نظر المتسببين . وقد استخدمت الدراسة استبانة لمعرفة، و أظهرت النتائج أن من أهم أسباب الحوادث المرورية سوء تصميم الشارع، والانشغال داخل السيارة بالأحاديث والهاتف، وتجاوز السرعة المحددة، وعدم ترك مسافة أمان، كما توصلت الدراسة إلى إد ا رك عينة الدراسة للآثار الاجتماعية والنفسية والاقتصادية للحوادث، واهتمامهم بدرجة مرتفعة بالحد من الحوادث المرورية .وقد أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع، بينما كانت هناك فروق تعزى لمتغير العمر لصالح الفئة العمرية الأدنى.

دراسة فياض (2012) : هدفت الى التعرف على تبيان واقع حوادث المرور في الاردن خلال الفترة (2001–2010) ، ودور الاقتصاد الاسلامي في الوقاية من حوادث المرور ومعالجة اثارها . وخلصت الدراسة ام مشتوى الحوادث المرورية مرتفع ، كذلك أوضحت الدراسة ان البعد الشرعي دوراً بارزاً في الوقاية من الحوادث المرورية من خلال الالتزام بالمنظومة القيمية الاخلاقية الاسلامية ، وساهم أيضاً في معالجة الاثار الناجمة عنها من خلال دفع الدية والكفارة والتعزيز صوناً للدماء وحفاظاً للحقوق.

دراسة بوجلال (2011): هدفت الدراسة إلى محاولة تقييم التكلفة الاقتصادية للحوادث المرورية في الجزائر، وأظهرت الدراسة ان التكاليف الاجمالية لحوادث المرور لسنة 2000 بلغت (35175 مليار دينار جزائري) ، كما بينت الدراسة أن تكلفة الاضرار المادية والادارية في حوادث المرور قدرت (85022 دينار جزائري).

دراسة درقاوي (2011) : سعت الدراسة الى التعرف على حوادث المرور في الجزائر من خلال دراسة قياسية بتطبيق منهجية BOX–JENKINS خلال الفترة 1970–2009 ، وقد اوضحت الدراسة أن أسلوب السلاسل الزمنية أحسن إن لم نقل الأدق في عملية التنبؤ بصفة عامة و التنبؤ بعدد حوادث المرور بصفة خاصة وذلك عند غياب العلاقات السببية بين المتغيرات أو عدم توفر المعطيات الكافية حول المتغيرات الشارحة.كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات التي يمكن اجمالها في ضرورة وضع إطار علمي للتعامل مع واقع الحوادث المرورية والعمل بنظم المعلومات الحديثة في تسجيل البيانات والاستفادة منها في التحليل ، الدراسة و تقييم الخسائر المترتبة على الحوادث المرورية وتحديد سبل الوقاية.

دراسة عبدالله (2010) : رمت هذه الدراسة الى التعرف على التكاليف الاقتصادية والاجتماعية في العراق ، وتمخض عن الدراسة التالي:

1–هناك زيادة واضحة في عدد حوادث المرور المميتة، فحوادث عام 1999 كانت 1285 حادثة وأصبحت هذه الحوادث المميتة 1610 حادثة عام 2009 أي بزيادة قيمتها 25%.

2– الحوادث غير المميتة زادت هي الأخرى، فقد كانت هذه الحوادث 5498 حادثة عام 1999 وأصبحت 7532 حادثة عام 2009 أي بزيادة قدرها 37%.

3–التكلفة أو الخسائر المادية للحوادث المرورية ازدادت هي الأخرى تبعا لزيادة الحوادث المرورية، ففي عام 1999 كانت الخسائر 43,411,200 دولار، وأصبحت هذه الخسائر 67,650,800 دولار عام 2009 أي بزيادة قدرها 59%.

4– بلغت خسائر الحوادث المرورية سواء المادية أو ما يتعلق بالخسائر التي يتكبدها المجتمع من خلال فقده للمورد البشري والتي قدّرها الباحث استنادا لعدد الحوادث المميتة واستنادا للسيناريو الذي وضعه طبقا لخسائر المجتمع على الطالب وحسب كل مرحلة دراسية، بلغت كل هذه التكاليف وللفترة من 1999–2009 مبلغا قدره 823,076,600 دولار، هذا مع الإشارة إلى أن الباحث لم يحتسب تكاليف المعاقين أو ما يتعلق بالمصاريف الطبية وإعالة المعاقين أو الأجهزة التي يحتاج إليها المعاق وسواها من تكاليف – كالتكاليف التي تصرفها الأسرة على أبنائها في المراحل الدراسية المختلفة – نتيجة عدم وجود إحصائيات في هذا المجال، أو الصعوبة في احتساب مثل هذه التكاليف والخسائر.

دراسة السيد (2008) : سعت الدراسة الى التعرف على الاثار الاقتصادية لحوادث المرور في السعودية ، وقد توصلت الدراسة الى أم مشكلة الحوادث المرورية هي أحد ابرز المشكلات التي تواجهها معظم دول العالم والتي تشهد زيادة مطردة في اعداد الحوادث المرورية وما ينتج عنها من اصابات وإعاقات ووفيات وخسائر مادية ، وبينت الدراسة أن مشكلة الحوادث المرورية ذات بعد اقتصادي واجتماعي كبير، حيث اكدت الدراسة ان الحوادث المرورية لها اثر واضح على مجمل الانتاج الوطني .

دراسة المطير (2006) : قامت الدراسة بتقدير الفاقد الاقتصادي بسبب الحوادث المرورية في الوطن العربي بناء على النموذج البريطاني لتكاليف الحوادث المرورية ، حيث تم تقدير 20.5 مليار دولار أمريكي سنوياً ، كما تم تقدير تكلفة الحوادث المرورية في الوطن العربي عن طريق تكلفة الحوادث المرورية في المملكة المغربية كدولة أساس ، حيث قدرت بنحو 27.7 مليار دولار سنوياً ، وتم أخذ المتوسط بين التقديرين وهو ما تميل إليه الدراسة ، فبلغ 24.07 مليار دولار سنوياً .

تأسيساً على ما تقدم، فإن الدراسة الحالية تتشابه مع بعض الدراسات السابقة في المجال الخاص بالدراسة وهو الحوادث المرورية ، وإن كانت معالجة الدراسات السابقة للمجال نفسه يختلف عن معالجة الدراسة الحالية ، حيث أن هذه الدراسات تتنوع فيما بينها من حيث الزوايا التي تم التطرق اليها لدراسة الحوادث المرورية من جانب كل باحث، كما يُلاحظ أن كل هذه أجريت في بيئات مختلفة، أيضاً لوحظ وجود ندرة في الدراسات التي تناولت الآثار الاقتصادية للحوادث المرورية في ليبيا، حيث لم يتوافر للباحثين دراسات تناولت هذا الجانب بالدراسة والتحليل والتفسير للوصول إلى نتائج يمكن الاعتماد عليها، مما يجعل الباب مفتوحاً لأي باحث لسد هذه الثغرة البحثية والإسهام في إثراء الجانب المعرفي والتطبيقي في موضوع تقدير الآثار الاقتصادية للحوادث المرورية في ليبيا ، وبذلك فإن الدراسة الحالية تُعتبر مكملة في أهدافها لما عرض من أهداف وإضافة جديدة لما سبق عرضه.

مشكلة الدراسة :

أصبحت الحوادث المرورية من أبرز المشكلات المعاصرة التي تعيق التطور و التنمية في المجتمعات لما يترتب عليها من خسائر بشرية و اقتصادية و تتضح هذه المشكلة بشكل حاد و ملموس في البلدان النامية فكل من منظمة الصحة العالمية والبنك الدولي يؤكد أن حوادث الطرقات هي ثاني الأسباب الرئيسة للوفيات بين سكان العالم ، وتمس خاصة فئة ما بين المرحلة العمرية من تسعة سنوات إلى خمسة وعشرون سنة كما تصنف على انها السبب الرئيسي الثالث للوفيات بين سكان العالم في المرحلة العمرية من ثلاثين سنة الى اربعة واربعين سنة (بوقادوم، 2017)

الحوادث المرورية في الدول العربية نسبتها مرتفعة مقارنة مع الدول المتقدمة، ومن خلال الدراسات المتوفرة نجد أن نسبة الحوادث المرورية في ازدياد، وان نسبة الحوادث المرورية لكل مائة ألف شخص كانت 1424 للسعودية و 1799 للكويت و 1959 لمصر و 961 للإمارات و 494 للأردن و 134 لسوريا و 141 للعراق؛ و 10895 ليبيا (بوجلال، 2011)، وأغلب الدول العربية لازالت تعاني من هذه الحوادث، وفي الوطن العربي يموت سنويا 20000 شخص من جراء حوادث المرور بل وأخذت نسب الحوادث المرورية تزداد من سنة إلى أخرى، وهي بحاجة إلى وقفة جادة لمعالجتها معالجة علمية وجذرية، وهذه المعالجة تحتاج إلى حزمة إجراءات، سواء كانت إجراءات تتعلق بتطبيق القوانين وتحديثها أم تتعلق بالتربية والتوعية وتوجيه النصح عن طريق المدارس والجامعات ووسائل الإعلام، أو بتحسين ومعالجة القضايا الفنية المتعلقة بتحسين الطرق وتوسيعها ووضع علامات إرشادية ووضع جسور للمشاة، أو العناية بوسائل الصيانة وغيرها من وسائل مختلفة (عبدالله ، 2010). ونظراً لان مشكلة الحوادث المرورية تسبب تكاليف ضخمة يتكبدها المجتمع من خسائر في الارواح ما بين الوفيات واصابات وينعكس ذلك على الفاقد في الناتج القومي ،

حيث تبين ان التكلفة الاقتصادية لحوادث المرور في ليبيا في سنة 2009 بلغت (11640000 دينار)، وجاءت في المرتبة التاسعة مقارنة بالدول العربية ، وهذا ما اكدته تقارير منظمة الصحة العالمية والاتحاد الدولي والبنك الدولي أن الوضع في الدول النامية أخذ في التدهور ، حيث تضاعفت معدلات الحوادث المرورية وتضاعفت الخسائر الاقتصادية والبشرية بصورة لم يسبق لها مثيل (السيد، 2008).

تأسيساً على ما تقدم تمكن مشكلة الدراسة في التساؤلات الاتية :

- ما عدد الوفيات السنوية الناجمة عن حوادث المرور في ليبيا ؟.
- ما هو حجم الأثر الاقتصادي لحوادث المرور في ليبيا ؟.
- ما هي أهم أساليب التغلب على ظاهرة حوادث المرور بقصد التقليل من آثارها الاقتصادية ؟.

أهداف الدراسة :

- الوقوف على عدد وفيات حوادث المرور في ليبيا .
- تقدير الأثر الاقتصادي للحوادث المرورية في ليبيا.
- إبراز أهم أساليب التغلب على ظاهرة حوادث المرور بقصد التقليل من آثارها الاقتصادية.

أهمية الدراسة :

- تنبثق أهمية الدراسة من تناولها لموضوع حيوي يتسم بالحداثة على الصعيدين الأكاديمي والعملي، والمتمثل في الآثار الاقتصادية للحوادث المرورية ، خاصةً مع محدودية الابحاث والدراسات التي اهتمت بهذا الموضوع في ليبيا على حد علم الباحثين.

- قد تفيد الدراسة أصحاب القيادات العليا وصانعي القرار بوزارة الداخلية وادارة التراخيص والمرور ووزارة الصحة بالحكومة الليبية من خلال ما تتكشف عنه نتائج الدراسة.
- تبرز أهمية الدراسة من خلال إثرائها للمعرفة العلمية لهذا النوع من الدراسات في مجال العلوم الاجتماعية ومجال العلوم الاقتصادية بصفة خاصة.
- فتح مجالات للبحث العلمي في هذا الموضوع، من خلال ما ستوفره هذه الدراسة بإذن الله من معلومات تساعد الباحثين أو الدارسين المهتمين بموضوع الدراسة.

الاطار النظري

لقد أصبحت مشكلة حوادث الطرق من اكبر المشاكل التي تعاني منها جميع دول العالم تسببه هذه الحوادث من أضرار وخسائر اجتماعية واقتصادية و تمثل بشكل كبير هاجس وقلقا لكافة أفراد المجتمع، وأصبحت واحدة من أهم المشكلات التي تستنزف الموارد المادية والطاقات البشرية وتستهدف المجتمعات في أهم مقومات الحياة والذي هو العنصر البشري إضافة إلى ما تكبده من مشاكل اجتماعية ونفسية وخسائر مادية ضخمة مما أصبح لزاماً العمل على إيجاد الحلول والاقتراحات ووضعها موضع التنفيذ للحد من هذه الحوادث أو على اقل تقدير معالجة أسبابها والتخفيف من أثارها السلبية (*www.policemc.gov*) .

المفهوم الاقتصادي لحوادث المرور:

اصبحت المشاكل الناتجة عن حوادث المرور في مختلف انحاء العالم من المشاكل الأمنية المعاصرة التي تستدعي قلق مختلف الاجهزة الامنية والدوائر الصحية والاقتصادية في جميع انحاء العالم (العباسي ، 2004).

ان اول حادث مروري كان لمركبة ذات محرك بخاري سنة 1771 ، (علوش 2012 ، 146) . كما ويعود تاريخ حوادث المرور مع وقوع أول حادثة سير في العالم سنة 1896 حيث اعلنت صحيفة لندنية ان ما حدث لا يتكرر مما حدا بمنظمة الصحة العالمية لأن تدعوا جميع مؤسسات المجتمع المدني لأن تتكاتف لإيقاف النزيف الدموي علي الطريق والنظر لمعالجة هذا الموضوع (حوالف ، 2012 ، 103).

تعرف الامم المتحدة الحادث المروري بأنه "واقعة غير متعمدة ينجم عنها الوفاة او اصابة او تلف بسبب حركة المرور او حمولتها علي الطريق العام" ، (المطير والزير ، 2005 ، 5) ، فضلا عن ذلك تعرف الامم المتحدة القتيل في الحادث المروري بأنه " اي شخص قتل بسبب وقوع حادث مرور لحظة وقوع الحادث او خلال الثلاثين يوما التي تلي وقوع الحادث " ، (الظفيري ، 2005 ، 5) ، كما وتعرف الامم المتحدة الجريح بأنه "اي شخص لم يتسبب الحادث المروري في وفاته وإنما نتج عنه جرح واحد او اكثر سواء كان الجرح بليغا او طفيفاً " (www.escwa.org) .

كما يعرف الحادث المروري من الناحية الاقتصادية بان حادث عن غير قصد من قبل السائق نتيجة استخدامه للمركبة في طريق عام ، مما يسبب خسائر في الارواح والممتلكات والتي تؤثر بشكل مباشر علي الناتج القومي للدولة ، ونضرا للفاقد الذي يصيب الإنتاج ، فضلا عن ذلك ينجم عنها حالات وفاة وإصابة بإعاقة مؤقتة او دائمة وهذا يعني فقدان المجتمع لعنصر فعال وتحول المصاب من شخص منتج لشخص عاطل وعالة علي المجتمع (امين ، 2010) .

ومن المعروف أن الاستثمار في رأس المال البشري يستلزم سنوات لتحصيل إيراده وفقدانه يكبد الاقتصاد المحلي خسائر مادية ، بالإضافة الي الهدر الحاصل في الجهد والوقت جراء الحادث المروري ، وباتت الخسائر الناجمة من الحوادث المرورية تفوق الخسائر من مختلف الجرائم ، وأصبحت ضحاياها في تزايد مستمر سنويا بحيث أنها تتجاوز أعداد الذين يلقون مصرعهم بشتى الصراعات والنزاعات الأمنية علي مستوى العالم (السيد ، 2008 ، 20) .

الخسائر الاقتصادية الناتجة عن حوادث المرور:

تشكل حوادث المرور وما ينتج عنها من تلف وإصابات و وفيات ، من احد اهم المعوقات لعملية التنمية في الدول النامية ، وخاصة في الدول العربية ، وتكمن خطورة الحوادث المرورية فيما تتركه علي الفرد والمجتمع من آثار عدة منها الاقتصادية والاجتماعية والنفسية (بوجلال ، 2011) .

فالحوادث المرورية هي الخسائر المادية في ممتلكات الافراد (إتلاف مركبات وإصلاحها) او الاضرار التي تلحق بالممتلكات والمنشآت العامة ، وما يتعرض له الاشخاص من اضرار قد تصل للوفاة او العجز ، ما تنفقه الدولة علي مصاريف علاج المصابين (المطيري ، 2006).

اولا: الخسائر البشرية

للحوادث المرورية اثار اقتصاديا واجتماعيا وصحيا علي حياة المجتمعات ويظهر هذا الأثر فيما يلحق المجتمع من خسائر في الارواح التي تذهب ضحايا للحوادث او ما يصيب البشر من إصابات نتيجة هذه الحوادث فكم يتمت حوادث السير وكم رملت وكم أبكت وكم آلمت ولقد أدخلت هذه الحوادث البؤس والشقاء الي حياة الاسر وجلبت إليها المصائب (بوجلال ، 2011).

وتكمن خطورة الحوادث المرورية فيما يظهر لنا من خلال الإحصاءات الرسمية التي تؤكد ارتفاع عدد المتوفيين والمصابين وأثره في فقد القوى البشرية وهكذا فإن الاثر المباشر للحوادث المرورية يتمثل في فقدان العنصر البشري سواء بالوفاة او العجز بنسبة كبيرة تعيقهم عن أداء العمل وحاجة هؤلاء المعاقين لمن يقدم لهم الرعاية وقد يصبح الكثير من المصابين في حوادث المرور عالة علي المجتمع بدلا من كونهم عناصر إيجابية تسهم في تنمية المجتمع وتطوره (السيد ، 2008 ، 126) .

ويعتبر الضرر الواقع علي الدولة نتيجة الشخص المصاب في العملية الانتاجية ، حيث ان المصاب يكلف الدولة خسائر اقتصادية تتمثل فيما يحتاج إلية للعلاج وتزداد هذه النفقات لشدة الحادث والإصابات الناجمة عنه ، وكذلك فترة إقامة المصاب بالمستشفى تؤدي الي تعطيل قوة الانتاج والي فاقد في الانتاج إضافة الي خدمات الاسعاف والطوارئ.

ثانيا: الخسائر المادية الناجمة عن حوادث المرور:

إن الحقيقة التي تنجم عن مشكلة حوادث المرور من ناحية الخسائر المادية لها بعد اقتصادي يجب الا يغفل عنه فاقد اثبتت الدراسات والبحوث ان الخسائر المادية الناجمة عن حوادث المرور تقدر بمبالغ مالية كبيرة ، حيث يقدر معمل ابحاث الطرق في بريطانيا ان حوادث المرور تتلف ما يزيد عن نسبة 1% من اجمالي الناتج القومي الوطني لعدد من الدول خاصة النامية منها ، وهذه النسبة عالية إذا ما قورنت بالوضع الاقتصادي المنخفض لهذه الدول مما يتطلب استيراد البديل للسيارات التالفة وقطع الغيار ، والمستلزمات الطبية التي تستورد من الخارج بالعملة الصعبة تنهك الاقتصاد الوطني لهذه الدول ، وتفيد بعض الإحصاءات أن تكاليف حوادث المرور في دول العالم تقدر بحوالي 230 بليون دولار سنويا (السيد ، 2008).

والي جانب ذلك الاضرار بالممتلكات العامة نجد ان الخسائر التي تسببها حوادث المرور تتمثل في الضرر الواقع علي بعض المنشآت العامة التي تعد ملكا لجميع افراد المجتمع ، وقد تحرم الافراد من الاستفادة من خدمات المنشأة نتيجة ما حدث بها من تلف ، ومن ذلك أعمدة الإنارة واللافتات المرورية والأشجار والأرصفة ، حيث يقع عبء إصلاحها علي نفقات الدولة مما يحملها أعباء إضافية من الميزانيات المخصصة لأغراض أخرى التي كان يمكن الاستفادة منها في نواحي تفيد المجتمع ، اما علي الجانب الاخر فنجد الخسائر في الممتلكات الخاصة كثيرة من خلال ما يحدث من تلف بسيارات أطراف الحادث وإتلاف البضاعة المحملة علي السيارات وإتلاف للممتلكات الخاصة بالأفراد والتي يتصادف وجودها وتأثيرها بالاصطدام (بوجلال ، 2011).

ثالثا : الآثار الاجتماعية لحوادث المرور وبعدها الاقتصادي

لاشك أن المجتمع والأسرة سيفقد أمور ومسائل مادية من جراء حوادث المرور ، ولكن التكلفة الاجتماعية تنطوي على تكاليف مختلفة منها ما يتعلق بالجانب الروحي والنفسي والذي تتعرّض له الأسرة الفاقدة أحد أفرادها ، أو ما يتعلق بفقدان الدولة والمجتمع لأحد عناصرها المنتجين ، لا سيما إذا كان هذا المفقود من ذوي الخبرة والكفاءة وبالتالي تكون عملية الخسارة كبيرة وكبيرة جدا ، وقد تصل عملية الخسارة أحيانا إلى فقدان البلد لفرصة تطور ، لان هذه العملية ستؤدي إلى تأخير مسيرة ليبيا وتطورها عشرات السنوات ، بالإضافة الى ان الكوادر الفكرية والثقافية في اي مجتمع تمثل عماد بناء المجتمعات على المستوى المدني والحضاري والاخلاقي ، وعلي المستويات الاخرى (خلف ، 2010).

ويجدر بنا ان نشير الي ان الاثر الاجتماعي الذي قد يترتب علي الحوادث المرورية التي تقع لصغارنا وأطفالنا ينتج عنه عاهات مؤقتة او دائمة التي ربما يظل بعضها ملازما لضحايا الحوادث طول العمر ولا يقف الامر عند حدود معاناة الشباب الذين يعانون أضرارا جسيمة بل تمتد هذه المعاناة الي اسر هؤلاء الشباب الذين يستمرون في المعاناة لا تقل في حدتها عما يعانيه أصحاب العاهات وما يؤثر ذلك في دور هؤلاء الأطفال المصابين في المجتمع (بوجلال ، 2011 ، 46)

ومن الناحية الاقتصادية إذ يفقد المجتمع مجهود هؤلاء الافراد المصابين والمرضى نفسيا ويكون دورهم سلبيا إضافة الي انهم قد يشكلون عبئا في رعايتهم وعلاجهم وإعادة تأهيلهم(أحمد وآخرون،2020)، ولا يمكن إنكار ان المشكلات المتعددة التي تلحقها حوادث المرور من النواحي الاجتماعية ومردود ذلك اقتصاديا نتيجة ما يعانيه المشوهون وضحايا حوادث المرور وأسرهم، وهناك دراسات وأبحاث علي المستوى العربي والعالمي قد توصلت الي تحديد الأثر الاجتماعي للحادث المروري ومردوده الاقتصادي من خلال بحث معاناة الآلام العضوية الناتجة والمعاناة النفسية نتيجة الإعاقة والتشويه، إضافة الي تدني الدخل للمصاب نتيجة انقطاعه عن العمل، وحاجته الي مصاريف إضافة للعلاج من الاصابة مما قد يدعو البعض للانحراف لطريق غير مشروع للحصول علي مقومات الحياة (السيد ، 2008).

تطور أعداد وفيات المرور في ليبيا

يوضح الجدول رقم (1) أدناه تصاعداً لافتاً في أعداد الوفيات الناجمة عن الحوادث المرورية في ليبيا في الفترة 1995– 2017 بمتوسط قدره (2020.26) حالة وفاة في السنة . كما يوضح الجدول أن الفترة الممتدة من سنة 2002 حيث بلغ عدد الوفيات المرورية (1751) حالة وفاة إلى سنة 2010 التي شهدت(2499) حالة وفاة مرورية ، في تزايد قبل أن تنخفض أعداد الوفيات المرورية سنة 2011 إلى (1128) حالة وفاة و يعزو الباحثين هذا الانخفاض في تلك السنة إلى الأحداث التي شهدتها ليبيا (ثورة 2011) .

كما يوضح الجدول أيضاً ارتفاعاً مضطرداً في أعداد الوفيات المرورية خلال السنوات 2012 ، 2013 قبل أن ينخفض العدد نسبياً سنة 2014 ليعاود الارتفاع سنة 2015 محققاً أعلى عدد للوفيات المرورية خلال فترة الدراسة حيث توفي في هذه السنة (4398) شخص . ثم تنخفض الأعداد سنتي 2016 ، 2017 لكنها تظل مرتفعة نسبة إلى كل مائة ألف نسمة من السكان في ليبيا .

جدول (1) أعداد الوفيات المرورية في ليبيا (1995–2017)

السنة	عدد وفيات حوادث المرور	السنة	عدد وفيات حوادث المرور
1995	1296	2007	2138
1996	1080	2008	2332
1997	1119	2009	2301
1998	1224	2010	2499
1999	1204	2011	1128
2000	1504	2012	3020
2001	1320	2013	3606
2002	1751	2014	2866
2003	1758	2015	4398
2004	1783	2016	2414
2005	1800	2017	2059
2006	1866		

المصدر : وزارة التخطيط .هيئة التوثيق و المعلومات .سنوات مختلفة .

وزارة الداخلية . التقارير الاحصائية . سنوات مختلفة .

التحليل القياسي

سيقوم الباحثين في هذا المحور من الدراسة باختبار استقرارية السلاسل الزمنية لنموذج متجه الانحدار الذاتي **Vector Auto regression** (VAR) و يعرف نموذج متجه الانحدار الذاتي على أنه نموذج متعدد المتغيرات يتم من خلاله تفسير القيم الجارية لكل متغير داخلي بواسطة القيم الماضية لكل من هذا المتغير و المتغيرات الأخرى الداخلة في النموذج (فيصل و محمد ، 2016) .و يشتمل النموذج على السلاسل الزمنية عن الفترة 1990 –2017 م لمتغير عدد الوفيات الناجمة عن الحوادث المرورية (DE) والناتج المحلي الاجمالي (GDP) .

و حسب العرف السائد في البحوث العلمية القياسية لابد من اجراء اختبارات جذر الوحدة (اختبارات الاستقرار) للسلاسل الزمنية قبل عملية تقدير نموذج الدراسة لمعرفة درجات استقرارية السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة .

و هناك العديد من اختبارات جذر الوحدة منها اختبار ديكي فوللر (DF) ، و ديكي فوللر المطور (ADF) ، و فيليبس بيرون (PP) ، إلا أننا اعتمدنا في هذه الدراسة على اختبار فيليبس–بيرون (Phillips–Perron) حيث اختبار ديكي فوللر ، و وديكي فوللر المطور كلاهما مبني على افتراض أن حد الخطأ مستقل احصائيا و يتضمن تباين ثابت (جوجاراتي ،2015) ، أما فيليبس و بيرون فقد طورا تعميم لطريقة ديكي فوللر تسمح بوجود ارتباط ذاتي في حد الخطأ. و بالتالي فإن طريقة فيليب بيرون تأخذ في الاعتبار قيود اقل على حد الخطأ مقارنة بطريقي ديكي فوللر و ديكي فوللر المطور ، كما أن اختبار (PP) له قدرة اختبارية أفضل ، و هو أدق من اختبار(ADF) لا سيما عندما يكون حجم العينة صغيراً . و في حالة تضارب و عدم انسجام نتائج الاختبارين فإن الافضل الاعتماد على نتائج اختبار PP(العبدلي ،2007) .

و يتم اجراء هذا الاختبار للسلاسل الزمنية الاصلية عند المستوى أولاً بالصيغ الثلاث (حد ثابت ،حد ثابت و اتجاه ، بدون حد ثابت و اتجاه) . و إذا لم تستقر عند المستوى ، يتم أخذ الفروق الأولى ثم الثانية ، و هكذا إلى أن تستقر ، و يتم رفض فرضية العدم القائلة بوجود مشكلة جذر الوحدة إذا كانت القيمة المطلقة المحسوبة لاختبار (PP) أكبر من القيم الحرجة عند مستوى دلالة 0.05، و القيمة الاحتمالية أقل من 0.05 حيث :

H0 :يوجد جذر الوحدة في السلسلة (أي أن السلسلة غير مستقرة).

H1:لا يوجد جذر الوحدة في السلسلة (أي أن السلسلة مستقرة).

جدول (2) نتائج اختبار فيليبس بيرون (PP)

القرار	الفرق الأول I(1)			المستوى I(0)			المتغير	PP
	Prob*			Prob*				
	بدون	حد ثابت و اتجاه	حد ثابت	بدون	حد ثابت و اتجاه	حد ثابت		
مستقر عند I(1)	−13.69112 (0.0000)***	−11.95810 (0.0000)***	−13.42483 (0.0000)***	0.232502 (0.7443)	−5.165419 (0.0022)***	−4.575234 (0.0017)***	GDP	
مستقر عند I(1)	−7.539230 (0.0000)***	−7.384214 (0.0000)***	−8.358976 (0.0000)***	−0.344572 (0.5492)	−4.339785 (0.0123)	−2.426561 (0.1463)	DE	

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews10

يوضح الجدول رقم (2) النتائج الموجزة لاختبار جذر الوحدة لمتغيري الدراسة ، و ذلك من خلال اختبار فيليبس بيرون Phillips–Perron(PP) باستخدام البرنامج الإحصائي (EViews10) و تشير بيانات هذا الجدول إلى ما يلي :

– أن نتائج اختبار جذر الوحدة توضح عدم استقرار كل من متغيري الدراسة GDP، DE عند الأصل بمستوى معنوية أقل من 5% باستخدام اختبار (PP) . حيث قيمة T (تاو) المحسوبة أصغر من قيمة T(تاو) الجدولية عند أقل من 5% ، و بذلك نقبل فرضية العدم التي تؤكد على وجود جذر الوحدة ، أي أن السلسة الزمنية غير مستقرة و نرفض الفرضية البديلة التي تؤكد على خلو المتغير من جذر الوحدة .

–كما يشير الجدول (2) إلى أن نتائج اختبار جذر الوحدة توضح استقرار كل من متغيري الدراسة GDP، DE عند الفرق الأول بمستوى معنوية أقل من 1% باستخدام اختبار (PP) . حيث قيمة T (تاو) المحسوبة أكبر من قيمة T(تاو) الجدولية عند مستوى معنوية أقل من 1% .و بذلك نرفض فرضية العدم التي تؤكد على وجود جذر الوحدة و نقبل الفرضية البديلة التي تؤكد على خلو المتغير من جذر الوحدة و بالتالي تحقق فرضية الاستقرار عند الفرق الأول أي أن كلا من متغيري الدراسة مستقران عند الرتبة الأولى I(1).

– كلا المتغيرين الداخلين في التحليل القياسي يتحقق لهما الاستقرار بعد اجراء الفرق الاول ، و ذلك عند مستوى معنوية أقل من 1% في ظل وجود حد ثابت، و حد ثابت و اتجاه عام، و بدون حد ثابت و اتجاه عام .

تحديد درجة التأخر المثلى :

لضمان الحصول على أفضل تقدير لنموذج متجه الانحدار الذاتي (VAR) فإن ذلك يتطلب تحديد فترة الإبطاء المثلى للمتغيرات قيد الدراسة، والتي يجب أن يتضمنها النموذج القياسي للدراسة. و قد أظهرت نتائج اختبارات تحديد فترة الإبطاء المثلى، حسب المعايير الخمسة الموضحة بالجدول (2) أن الفترة الثانية هي فترة الإبطاء المثلى التي يجب أن يتضمنها نموذج الدراسة بناء على المعايير LR وFPE وAIC وSC و HQ .

جدول رقم (3) فترة التأخر المثلى

VAR Lag Order Selection Criteria
Endogenous variables: GDP DE
Exogenous variables: C
Date: 03/08/20 Time: 23:34
Sample: 1995 2017
Included observations: 20

HQ	SC	AIC	FPE	LR	LogL	Lag
4.969257	5.049393	4.949820	0.483953	NA	−47.49820	0
4.791698*	5.032104*	4.733385*	0.391485*	10.47939*	−41.33385	1
4.863967	5.264644	4.766778	0.411756	5.499100	−37.66778	2
5.064322	5.625270	4.928257	0.503727	3.100768	−35.28257	3

* 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 عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

نموذج متجه الانحدار الذاتي VAR

بما أن متغيري الدراسة استقرا عند الفرق الأول أجرى الباحثون اختبار التكامل المشترك لنموذج الدراسة و تبين عدم وجود تكامل مشترك بينهما فأصبح من المناسب تقدير النموذج باستخدام متجه الانحدار الذاتي في الاجل القصير و هو ما يبينه الجدول رقم (4) و المعادلتين المرافقتين له أدنى الجدول .

جدول رقم (4) مخرجات نموذج متجه الانحدار الذاتي (VAR)

Vector Autoregression Estimates
Date: 03/08/20 Time: 23:35
Sample (adjusted): 1996 2017
Included observations: 22 after adjustments
Standard errors in ( ) & t−statistics in [ ]

DE	GDP

−223798.8	−0.163151	GDP(−1)
(205502.)	(0.20984)	
[−1.08903]	[−0.77748]	
0.504220	−4.87E−07	DE(−1)
(0.18719)	(1.9E−07)	
[2.69359]	[−2.54786]	
990240.5	5.142216	C
(908441.)	(0.92764)	
[1.09004]	[5.54334]	
0.367929	0.254711	R−squared
0.301395	0.176260	Adj. R−squared
9641789.	1.01E−05	Sum sq. resids
712.3641	0.000727	S.E. equation
5.529958	3.246735	F−statistic
−174.1130	129.3682	Log likelihood
16.10118	−11.48802	Akaike AIC
16.24996	−11.33924	Schwarz SC
2053.182	4.420095	Mean dependent
852.2878	0.000801	S.D. dependent
0.267196	Determinant resid covariance (dof adj.)	
0.199293	Determinant resid covariance	
−44.69052	Log likelihood	
4.608229	Akaike information criterion	
4.905786	Schwarz criterion	
6	Number of coefficients	

المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

VAR Model − Substituted Coefficients:

==========

GDP = − 0.163150878606*GDP(−1) − 4.87020288032e−07*DE(−1) + 5.14221577076

DE = − 223798.841728*GDP(−1) + 0.504219552974*DE(−1) + 990240.536833

أسفرت نتائج التقدير في المدى القصير عن وجود علاقة عكسية التأثير و ذات معنوية احصائية عند مستوى معنوية 5% بين عدد وفيات حوادث المرور (DE(−1 و الناتج المحلي الاجمالي (GDP)، مما يعني أن الزيادة التي حصلت في عدد وفيات المرور بمقدار حالة واحدة تسبب في تراجع الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 0.0000004.

كما أظهرت نتائج التقدير أن 25.4 % من التغيرات التي تحصل في الناتج المحلي الإجمالي يمكن شرحها و تفسيرها بوفيات الحوادث المرورية و أن 74.6% الباقية ترجع إلى متغيرات تفسيرية أخرى يتضمنها الحد العشوائي و متغيرات أخرى لم تُدرج في النموذج المقدر .

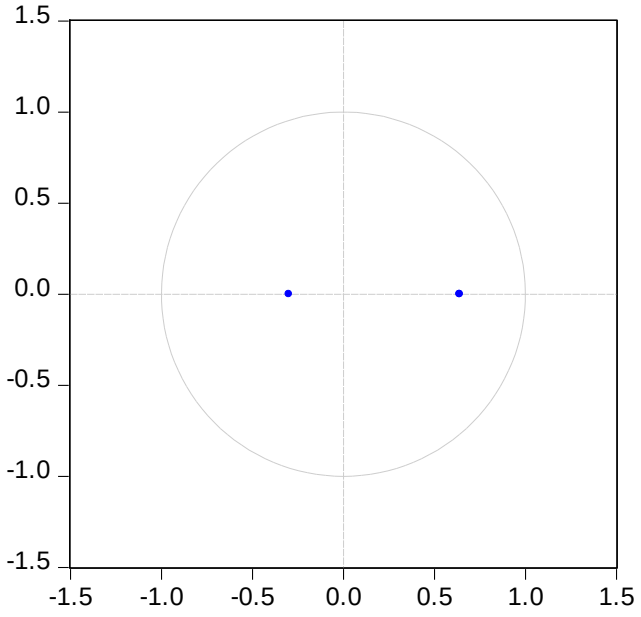
تشخيص النموذج :

لتشخيص النموذج المقدر و اختبار مدى صلاحيته أجرى **الباحثين** الاختبارات التالية :

1-الاستقرار الهيكلي للنموذج :

من خلال اختبار الجذور الأحادية المبينة بالشكل رقم (1) أدناه يتضح أن النموذج مستقر حيث مقلوب الجذور الأحادية جميعها تقع داخل دائرة الوحدة و هذا ما يتأكد من خلال الجدول رقم (4) المرافق للشكل البياني حيث جميع قيم الجذور كانت أقل من الواحد صحيح أي أن النموذج مستقر هيكلياً.

شكل (1) نتيجة اختبار Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

جدول (5) قيم الجذور الأحادية

Roots of Characteristic Polynomial
Endogenous variables: GDP DE
Exogenous variables: C
Lag specification: 1 1
Date: 03/08/20 Time: 23:38

Modulus	Root
0.639939	0.639939
0.298870	-0.298870

No root lies outside the unit circle.
VAR satisfies the stability condition.

المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

2-اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي

يوضح الجدول رقم (6) أن احصائية Jarque-Bera لجميع البواقي أقل من القيمة الجدولية (5.139306)، و بالتالي نقبل الفرضية الصفرية أي أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي عند مستوى معنوية 5% .

جدول رقم (6) التوزيع الطبيعي للبواقي

VAR Residual Normality Tests
Orthogonalization: Cholesky (Lutkepohl)
Null Hypothesis: Residuals are multivariate normal
Date: 03/08/20 Time: 23:39
Sample: 1995 2017
Included observations: 22

Prob.*	df	Chi-sq	Skewness	Component
0.4844	1	0.488935	0.365166	1
0.0887	1	2.897223	0.888905	2
0.1840	2	3.386158		Joint

Prob.	df	Chi-sq	Kurtosis	Component
0.5461	1	0.364290	2.369597	1
0.2386	1	1.388857	4.230901	2
0.4162	2	1.753147		Joint

Prob.	df	Jarque-Bera	Component
0.6527	2	0.853226	1
0.1173	2	4.286080	2
0.2733	4	5.139306	Joint

*Approximate p-values do not account for coefficient Estimation

المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

3-الكشف عن مشكلة الارتباط الذاتي بالبواقي

للكشف عن وجود مشكلة الارتباط الذاتي ببواقي النموذج تم استخدام اختبار (LM) و يتضح من خلال مخرجات الجدول رقم (7) أن النموذج لا يعاني من مشكلة الارتباط الذاتي للبواقي وبالتالي قبول الفرضية الصفرية .

جدول (7) اختبار الكشف عن الارتباط الذاتي

VAR Residual Serial Correlation LM Tests

Date: 03/08/20 Time: 23:40

Sample: 1995 2017

Included observations: 22

Prob.	df	Rao F-stat	Prob.	Df	LRE* stat	Lag
0.1684	(4, 32.0)	1.726964	0.1680	4	6.450188	1
0.5692	(4, 32.0)	0.743960	0.5689	4	2.934414	2

Prob.	df	Rao F-stat	Prob.	Df	LRE* stat	Lag
0.1684	(4, 32.0)	1.726964	0.1680	4	6.450188	1
0.5502	(8, 28.0)	0.873322	0.5469	8	6.905558	2

*Edgeworth expansion corrected likelihood ratio statistic.

المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

اختبار السببية لجرانجر

أدخل Granger مفهوم السببية في الاقتصاد القياسي عام 1969، و تعرف السببية حسب Granger بأنه إذا كان لدينا متغيرين X,Y فإن المتغير X يسبب المتغير Y إذا كانت هناك معلومات في ماضي X مفيدة في التنبؤ بـ Y، و هذه المعلومات غير موجودة في ماضي Y.

و يميز Granger بين أربع أنواع من السببية :

1-السببية وحيدة الاتجاه :نقول أن X تسبب Y.

2-السببية بالاتجاهين (سببية مزدوجة أو متداخلة): و هي تعني أن X تسبب Y و Y تسبب X.

3-السببية الآنية :و تعني أن القيمة الحالية لـX تسبب القيمة الحالية لـY.

4-السببية المتباطئة (الآجلة):القيم الماضية لـX تسبب القيمة الحاضرة لـY(نقار و العواد ،2012).

و يتم تنفيذ اختبار جرانجر للسببية في (الأجل القصير) بين المتغيرين X& Y باستخدام نموذج VAR بين الفرق الأول لكل منهما ، كما في المعادلتين التاليتين (1) و (2) :

$$(1)\quad d(Yt)=C+\sum_{i=1}^{n}\beta n,1^{*}\ d(Yt-i)+\sum_{i=0}^{n}\propto n,1^{*}d(Xt-i)+\varepsilon t,3$$

$$(2)\quad d(Xt)=C+\sum_{i=0}^{m}\beta m,2^{*}\ d(Yt-i)+\sum_{i=1}^{m}\propto m,2^{*}d(Xt-i)+\varepsilon t,4$$

حيث n عدد الإبطاءات في المعادلة (1) و m عددها في المعادلة رقم (2) و من هاتين المعادلتين فإنه يمكن استنتاج فرضيات العدم التالية (المصبح ،2017):

- في المعادلة الأولى : أن X لا يسبب Y و تتحقق عندما $\sum_{i=0}^{n}\propto n,1=0$

H0:X does not Granger Cause Y

- في المعادلة الثانية :أن Y لا يسبب X و تتحقق عندما $\sum_{i=0}^{m}\beta m,2=0$

H0: Y does not Granger Cause X

و الجدول رقم (8) التالي يبين نتائج اختبار سببية جرانجر لمتغيري الدراسة في الأجل القصير :

جدول رقم (8) اختبار سببية جرانجر لمتغيري الدراسة

VAR Granger Causality/Block Exogeneity Wald Tests

Date: 03/08/20 Time: 23:41

Sample: 1995 2017

Included observations: 22

Dependent variable: GDP

Prob.	df	Chi-sq	Excluded

0.0108	1	6.491608	DE
0.0108	1	6.491608	All

Dependent variable: DE

Prob.	df	Chi-sq	Excluded
0.2761	1	1.185996	GDP
0.2761	1	1.185996	All

المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

يوضح الجدول (8) وجود علاقة سببية في اتجاه واحد تتجه من متغير وفيات المرور (DE) نحو الناتج المحلي الإجمالي (GDP).أي أن الوفيات الناجمة عن حوادث المرور تؤثر في الناتج المحلي الإجمالي و يفسر الباحثين هذه النتيجة بأن الوفيات الناتجة عن الحوادث المرورية تؤثر في الناتج المحلي الإجمالي من حيث تكاليف خسارة العنصر البشري العنصر الأهم في العملية الانتاجية خاصة و نحن في اقتصاد يعاني نقصاً في الأيدي العاملة و يحتاج لقوى بشرية و يستعين بالعمالة الوافدة. أيضاً تكاليف خسارة العلاج و الأدوية و الخدمات الصحية و الإسعاف التي تُنفق على المواطنين الذين يتعرضون للحوادث المرورية لا سيما من يتعرض منهم للإصابات البليغة و الإعاقة المستديمة و ما يتطلبه ذلك من إصلاح رعاية صحية و كذلك إصلاح المركبات و توريد قطع الغيار إضافة إلى عامل الحزن و الألم الذي تسببه حوادث المرور لذوي المتوفين و المصابين و انعكاسه على الانتاجية و النشاط الاقتصادي و كل ذلك له تأثير في الناتج القومي ككل .

الخاتمة و التوصيات

هدفت الدراسة إلى الوقوف على عدد وفيات حوادث المرور في ليبيا و تقدير الأثر الاقتصادي للحوادث المرورية في ليبيا من خلال التحليل القياسي باستخدام نموذج متجه الانحدار الذاتي الذي يحوي متغير الناتج المحلي الاجمالي و عدد الوفيات الناتجة عن الحوادث المرورية و قد توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن كل شخص يتوفى بسبب حادث مروري يتسبب في تراجع الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 0.0000004 و تشمل هذه النسبة حالة الوفاة و التكاليف التي يتكبدها الاقتصاد الوطني من علاج و إيواء و دواء و قطع غيار للسيارات و ألم وحزن لذوي الشخص المتوفى . و بناء عليه و لمواجهة هذه الظاهرة و التقليل من آثارها الاقتصادية توصي الدراسة بالآتي :

- ضرورة تطوير وتحسين نظام معلومات الحوادث بإدخال ميزة تحديد المواقع الجغرافية للحادث بالطرق الحديثة.
- دور الاعلام في التوعية للحد من المخالفات والحوادث المرورية.

- حث مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص نحو المساهمة في دعم برامج التوعية المرورية التي تقوم بها الجهات المعنية نحو رعاية وطباعة الكتيبات الإرشادية المرورية واللوحات الإرشادية والندوات الخاصة بذلك.
- إنشاء وحدة بحوث أمنية تعنى بالمشكلات الأمنية و التي من أهمها الحوادث المرورية .
- الاهتمام بالطرق و الجسور و الكباري من حيث إنشاء الجديد منها و صيانة و تطوير المتهالك و توسيع القائم منها و تخطيطه و تزويدها بالإنارة و اللافتات الإرشادية و الإشارات المرورية و نصب أجهزة مراقبة السرعة المسموح بها على الطرق السريعة .
- تفعيل القوانين المر ورية و ذلك للحد من الحوادث المرور .

المراجع

- أبوبكر ، عيد أحمد (2006). " التحليل الكمّي لمؤشرات الحوادث المرورية في الأردن : دراسة في اخطار السيارات" ، ***مجلة رسالة التأمين***، الاتحاد الاردني للتأمين ، العدد (3)، ص ص: 18-22.
- أحمد، زادي وخيرة، بن يمنية و حياة ، عبدالباقي (2020). الحوادث المهنية وآثارها على تنافسية المؤسسة: دراسة حالة شركة" GRTG "لوالية عين تموشنت (الجزائر) ، **مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية** ، المجلد (3) ، العدد (2) ، ص ص:25-37.
- العباسي ، عبدالحميد محمد .(2004) . المقارنة بين استخدام الشبكات العصبية وساريما للتنبؤ بأعداد الوفيات الشهرية الناتجة عن حوادث المرور بالكويت . **المجلة العربية للعلوم الادارية** . الكويت . م 11 ، ع 3 .
- العبدلي ،عابد (2007) . محددات الطلب على واردات المملكة العربية السعودية في إطار التكامل المشترك و تصحيح الخطأ .**مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي** . جامعة الأزهر . مصر .
- العادلي ،عادل مجيد (2013) . مساهمة التعليم في الإنماء الاقتصادي في البلدان العربية .**مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة** .العدد 35 .بغداد
- المطيري والزير ، عامر بن عبدالناصر، و بن مرشد ناصر. (2005) . مستوى السلامة المرورية في الوطن العربي مقارنة بالدول الاخرى والاستراتيجية المقترحة لتحسينه . قسم الجغرافيا . جامعة الملك سعود . الرياض.
- الظفيري ، نايف ناشي عمير الذراعي (2005) . **الآثار الشرعية المترتبة علي حوادث السير "دراسة فقهية مقارنة بنظام الحوادث بالمملكة العربية السعودية** . رسالة ماجستير في الفقه واصوله . كلية الدراسات العليا . الجامعة الاردنية.
- السيد ، راضي عبدالمعطي . (2008) . **الآثار الاقتصادية لحوادث المرور** . جامعة نايف العربية للعلوم الامنية . مركز الدراسات والبحوث . ص20 .الرياض .
- الربعاني، أحمد بن حمد بن حمدان و الفهدي ، خلفان بن محمد و البلوشية، نعيمة بنت حميد (2012). **أسباب الحوادث المرو رية وآثارها على الأسرة العمانية (اجتماعياً واقتصادياً) من وجهة نظر المتسببين**. دائرة الدراسات والمؤشرات الاجتماعية ، المديرية العامة للتخطيط والدراسات . وازرة التنمية الاجتماعية . عُمان .

- المطير، عامر بن ناصر (2006). **حوادث المرور في الوطن العربي: حجمها وتقدير تكاليفها الاقتصادية**، الرياض: مركز الدراسات والبحوث ، جامعة نايف العربية للبحوث الأمنية.
- أمين ، فيروز محمد (2010) . **الحوادث المرورية في مدينة أربيل من 1991 – 2009**، كلية الإدارة والاقتصاد. جامعة صلاح الدين. اربيل .
- بوقادوم، عبدالقادر (2017). **أسباب حوادث المرور حسب رأي مستعملي الطرقات في ولاية أم البواقي** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، الجزائر .
- بوجلال، فضيل (2011) . **محاولة تقييم التكلفة الاقتصادية للحوادث المرورية في الجزائر**، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر–باتنة ، الجزائر.
- بشرول فيصل ،و راتول محمد .(2016) ."دور السياسات النقدية و المالية المتبعة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في الجزائر". **الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية** . العدد 16 .
- جوجاراتي ، دامودار .(2015) .**الاقتصاد القياسي** .الجزء الأول .(ترجمة ومراجعة عند عبد الغفار عودة ، عفاف حسين الدش) .المملكة العربية السعودية . الرياض . دار المريخ .
- حوالف ، رحمية . (2012) . " التكاليف الاقتصادية والاجتماعية لحوادث المرور في الجزائر " **مجلة الباحث** . ع11.
- درقاوي، عائشة (2011). "**دراسة قياسية لحوادث المرور في الجزائر تطبيق منهجية BOX–JENKINS : خلال الفترة 1970–2009** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة عبدالحميد ابن باديس مستغانم ، الجزائر.
- عبدالله، علي خلف (2010). **التكاليف الاقتصادية والاجتماعية لحوادث المرور في العراق**. الاكاديمية العربية . الدنمارك .
- علوش ، قيس مجيد (2012) . تحليل طرق النقل وحالة المرور في مدينة الحلة. **مجلة مكرز بابل للدراسات الانسانية** . م 2 ، ع 1.
- فياض، صلاح بسام محمود (2012). **حوادث المرور من منظور اقتصاد اسلامي : حالة الاردن**. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاقتصاد والمصارف الاسلامية . كلية الشريعة والدراسات الاسلامية. جامعة اليرموك . الاردن.
- نقار ،عقمان و العواد ، منذر .(2012) . "استخدام نماذج VAR في التنبؤ و دراسة العلاقة السببية بين إجمالي الناتج المحلي و إجمالي التكوين الرأسمالي في سورية " . **مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية** .المجلد 28. العدد الثاني . كلية الاقتصاد . جامعة دمشق .
- وزارة التخطيط .**هيئة التوثيق و المعلومات** .سنوات مختلفة .
- وزارة الداخلية . **التقارير الاحصائية** . سنوات مختلفة .
- اختبارات السببية بين السلاسل الزمنية ، عماد الدين المصبح ،تاريخ الاطلاع 2020/3/7 متاح على الرابط https://www.youtube.com/watch?v=BwJRCFabTJI
- GDP2010 . IMF. على الرابط :

https://unstats.un.org/unsd/snaama/CountryProfile?ccode=434

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:26-46.

Estimating the economic costs of traffic accidents in Libya: An Econometric Study during the period 1995-2017

Sagr El- jabani[1] ,Wael Gabrel[2] , Abdulaziz Sadaga[3]

[1] *Assistant Professor of Economics , Omar Al-Mukhtar University (Libya), sager.hamad@omu.edu.ly.*
[2]*Associate Professor of Business Administration , Omar Al-Mukhtar University (Libya), wael.gabrel@omu.edu.ly.*
[3] *Associate Professor of Economics , Higher Institute of Science and Technology, Derna (Libya), sadaga1979@gmail.com*

ARTICLE INFO

Article history:
Received:21/12/2020
Accepted:23/12/2020
Online:11/01/2021

Keywords:
Traffic Deaths
Gross Domestic Product
Libya
*JEL Code:*Q5,Q32,R41

ABSTRACT

The study aims to estimate of the economic impact for traffic accidents in Libya, and to achieve the desired aims, the study applied the quantitative method. In analysing the study data, statistical computer program services were used through the software contained in (EVIEWS 10), Was used of Vector Auto Regression model (VAR) . The results found were summarised as follows: Firstly, The study revealed that the general attitude of the number of road traffic deaths in Libya has a significant increase during the study period. Secondly, the study demonstrated The economic impact of the number of road traffic deaths causes a retreat of 0.000004 of the value of the gross domestic product in Libya. Finally, the study provided a set of recommendations that will hopefully be followed for reduce the phenomenon of traffic accidents in Libya and its economic implications .

تقدير التكاليف الاقتصادية للحوادث المرورية في ليبيا : دراسة قياسية خلال الفترة 1995-2017

صقر حمد الجبياني [1]، وائل محمد جبريل[2]، عبدالعزيز علي صداقة [3]

[1] استاذ مساعد، قسم الاقتصاد، جامعة عمر المختار، ليبيا، sager.hamad@omu.edu.ly.

[2]استاذ مشارك، قسم إدارة الاعمال، جامعة عمر المختار ، ليبيا، wael.gabrel@omu.edu.ly .

[3] استاذ مشارك ، قسم المهن الادارية والمالية، المعهد العالي للعلوم والتقنية درنة ، ليبيا، sadaga1979@gmail.com .

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:2020/12/21
تاريخ القبول:
2020/12/23
تاريخ النشر2021/01/11:

الكلمات المفتاحية
الوفيات المرورية
الناتج المحلي الإجمالي
ليبيا
*JEL Code:*Q5,Q32,R41

الملخص

تهدف الدراسة إلى تقدير الأثر الاقتصادي للحوادث المرورية في ليبيا ، ولتحقيق أهداف الدراسة، اتبعت الدراسة المنهج الكمي ، ولتحليل بيانات الدراسة تم الاستعانة بالحاسب الآلي واستخدام برنامج إحصائي من خدمة البرمجيات الواردة في(EVIEWS 10) ، حيث تم استخدام نموذج متجه الانحدار الذاتي (VAR)و قد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها أن الاتجاه العام لعدد وفيات الحوادث المرورية في ليبيا متصاعد و بشكل كبير خلال فترة الدراسة، كما توصلت الدراسة إلى ان الأثر الاقتصادي لعدد وفيات المرور يسبب في تراجع 0.000004 من قيمة الناتج المحلي الاجمالي في ليبيا ؛ وأخيراً قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات التي يؤمل أتباعها لتقليل ظاهرة حوادث المرور في ليبيا ومعالجة اثارها و تكاليفها الاقتصادية.

* * Corresponding Author WAEL GABREL, *Email: wael.gabrel@omu.edu.ly:*

– المقدمة :

لقد أصبحت المشاكل الناتجة عن الحوادث المرورية في مختلف أنحاء العالم من المشاكل الامنية المعاصرة التي تستدعي قلق وحيرة مختلف الأجهزة الأمنية والدوائر الصحية والاقتصادية في جميع دول العالم ، وتعاني الدول العربية من هذه المشكلة كغيرها من دول العالم ، بل وتشير الاحصائيات إلى أن بعض الدول العربية – ومنها ليبيا – تواجه معاناة أشد ضرراً وأسوء نتائج مما تواجه الدول المتقدمة على المستوى البشري والاقتصادي معاً ، وقد تزايد حجم هذه المشاكل مع زيادة عدد المركبات المستعملة في الطريق حتى اصبحت من المشاكل الرئيسة في الوقت الحاضر، وعن مؤشرات الحوادث المرورية على المستوى العالمي فقد ذكرت احصائيات منظمة الصحة العالمية أن عدد القتلى من جراء حوادث المرور قد بلغ 1.4 مليون شخص بمعدل يفوق الثلاثة آلاف شخص يومياً ، يخص الدول النامية منها 85% ، ويصاب ما بين 20–50 مليون شخص سنوياً ، وبلغت الكلفة الاقتصادية (تكاليف العلاج للمصابين) حوالي 518 مليار دولار ، كما أشارت منظمة الصحة العالمية إلى ان حوادث المرور يتوقع ان تقف سبباً رئيساً للوفاة ينافس أسباب الوفاة الاخرى مثل أمراض القلب والسرطان بحلول 2020 (أبوبكر، 2006) ؛ عليه سعت هذه الدراسة إلى معرفة الآثار الاقتصادية للحوادث المرورية في ليبيا .

الدراسات السابقة :

دراسة الربعاني وآخرون (2012) : هدفت الدراسة إلى التعرف على أسباب الحوادث المرورية بسلطنة عمان وآثارها على الأسرة العمانية اجتماعيا واقتصاديا من وجهة نظر المتسببين . وقد استخدمت الدراسة استبانة لمعرفة، و أظهرت النتائج أن من أهم أسباب الحوادث المرورية سوء تصميم الشارع، والانشغال داخل السيارة بالأحاديث والهاتف، وتجاوز السرعة المحددة، وعدم ترك مسافة أمان، كما توصلت الدراسة إلى إد ا رك عينة الدراسة للآثار الاجتماعية والنفسية والاقتصادية للحوادث، واهتمامهم بدرجة مرتفعة بالحد من الحوادث المرورية .وقد أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع، بينما كانت هناك فروق تعزى لمتغير العمر لصالح الفئة العمرية الأدنى.

دراسة فياض (2012) : هدفت الى التعرف على تبيان واقع حوادث المرور في الاردن خلال الفترة (2001–2010) ، ودور الاقتصاد الاسلامي في الوقاية من حوادث المرور ومعالجة اثارها . وخلصت الدراسة ام مشتوى الحوادث المرورية مرتفع ، كذلك أوضحت الدراسة ان البعد الشرعي دوراً بارزاً في الوقاية من الحوادث المرورية من خلال الالتزام بالمنظومة القيمية الاخلاقية الاسلامية ، وساهم أيضاً في معالجة الاثار الناجمة عنها من خلال دفع الدية والكفارة والتعزيز صوناً للدماء وحفاظاً للحقوق.

دراسة بوجلال (2011): هدفت الدراسة إلى محاولة تقييم التكلفة الاقتصادية للحوادث المرورية في الجزائر، وأظهرت الدراسة ان التكاليف الاجمالية لحوادث المرور لسنة 2000 بلغت (35175 مليار دينار جزائري) ، كما بينت الدراسة أن تكلفة الاضرار المادية والادارية في حوادث المرور قدرت (85022 دينار جزائري).

دراسة درقاوي (2011) : سعت الدراسة الى التعرف على حوادث المرور في الجزائر من خلال دراسة قياسية بتطبيق منهجية BOX–JENKINS خلال الفترة 1970–2009 ، وقد اوضحت الدراسة أن أسلوب السلاسل الزمنية أحسن إن لم نقل الأدق في عملية التنبؤ بصفة عامة و التنبؤ بعدد حوادث المرور بصفة خاصة وذلك عند غياب العلاقات السببية بين المتغيرات أو عدم توفر المعطيات الكافية حول المتغيرات الشارحة.كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات التي يمكن اجمالها في ضرورة وضع إطار علمي للتعامل مع واقع الحوادث المرورية والعمل بنظم المعلومات الحديثة في تسجيل البيانات والاستفادة منها في التحليل ، الدراسة و تقييم الخسائر المترتبة على الحوادث المرورية وتحديد سبل الوقاية.

دراسة عبدالله (2010) : رمت هذه الدراسة الى التعرف على التكاليف الاقتصادية والاجتماعية في العراق ، وتمخض عن الدراسة التالي:

1–هناك زيادة واضحة في عدد حوادث المرور المميتة، فحوادث عام 1999 كانت 1285 حادثة وأصبحت هذه الحوادث المميتة 1610 حادثة عام 2009 أي بزيادة قيمتها 25%.

2– الحوادث غير المميتة زادت هي الأخرى، فقد كانت هذه الحوادث 5498 حادثة عام 1999 وأصبحت 7532 حادثة عام 2009 أي بزيادة قدرها 37%.

3–التكلفة أو الخسائر المادية للحوادث المرورية ازدادت هي الأخرى تبعا لزيادة الحوادث المرورية، ففي عام 1999 كانت الخسائر 43,411,200 دولار، وأصبحت هذه الخسائر 67,650,800 دولار عام 2009 أي بزيادة قدرها 59%.

4– بلغت خسائر الحوادث المرورية سواء المادية أو ما يتعلق بالخسائر التي يتكبدها المجتمع من خلال فقده للمورد البشري والتي قدّرها الباحث استنادا لعدد الحوادث المميتة واستنادا للسيناريو الذي وضعه طبقا لخسائر المجتمع على الطالب وحسب كل مرحلة دراسية، بلغت كل هذه التكاليف وللفترة من 1999–2009 مبلغا قدره 823,076,600 دولار، هذا مع الإشارة إلى أن الباحث لم يحتسب تكاليف المعاقين أو ما يتعلق بالمصاريف الطبية وإعالة المعاقين أو الأجهزة التي يحتاج إليها المعاق وسواها من تكاليف – كالتكاليف التي تصرفها الأسرة على أبنائها في المراحل الدراسية المختلفة – نتيجة عدم وجود إحصائيات في هذا المجال، أو الصعوبة في احتساب مثل هذه التكاليف والخسائر.

دراسة السيد (2008) : سعت الدراسة الى التعرف على الاثار الاقتصادية لحوادث المرور في السعودية ، وقد توصلت الدراسة الى أم مشكلة الحوادث المرورية هي أحد ابرز المشكلات التي تواجهها معظم دول العالم والتي تشهد زيادة مطردة في اعداد الحوادث المرورية وما ينتج عنها من اصابات وإعاقات ووفيات وخسائر مادية ، وبينت الدراسة أن مشكلة الحوادث المرورية ذات بعد اقتصادي واجتماعي كبير، حيث اكدت الدراسة ان الحوادث المرورية لها اثر واضح على مجمل الانتاج الوطني .

دراسة المطير (2006) : قامت الدراسة بتقدير الفاقد الاقتصادي بسبب الحوادث المرورية في الوطن العربي بناء على النموذج البريطاني لتكاليف الحوادث المرورية ، حيث تم تقدير 20.5 مليار دولار أمريكي سنوياً ، كما تم تقدير تكلفة الحوادث المرورية في الوطن العربي عن طريق تكلفة الحوادث المرورية في المملكة المغربية كدولة أساس ، حيث قدرت بنحو 27.7 مليار دولار سنوياً ، وتم أخذ المتوسط بين التقديرين وهو ما تميل إليه الدراسة ، فبلغ 24.07 مليار دولار سنوياً .

تأسيساً على ما تقدم، فإن الدراسة الحالية تتشابه مع بعض الدراسات السابقة في المجال الخاص بالدراسة وهو الحوادث المرورية ، وإن كانت معالجة الدراسات السابقة للمجال نفسه يختلف عن معالجة الدراسة الحالية ، حيث أن هذه الدراسات تتنوع فيما بينها من حيث الزوايا التي تم التطرق اليها لدراسة الحوادث المرورية من جانب كل باحث، كما يُلاحظ أن كل هذه أجريت في بيئات مختلفة، أيضاً لوحظ وجود ندرة في الدراسات التي تناولت الآثار الاقتصادية للحوادث المرورية في ليبيا، حيث لم يتوافر للباحثين دراسات تناولت هذا الجانب بالدراسة والتحليل والتفسير للوصول إلى نتائج يمكن الاعتماد عليها، مما يجعل الباب مفتوحاً لأي باحث لسد هذه الثغرة البحثية والإسهام في إثراء الجانب المعرفي والتطبيقي في موضوع تقدير الآثار الاقتصادية للحوادث المرورية في ليبيا ، وبذلك فإن الدراسة الحالية تُعتبر مكملة في أهدافها لما عرض من أهداف وإضافة جديدة لما سبق عرضه.

مشكلة الدراسة :

أصبحت الحوادث المرورية من أبرز المشكلات المعاصرة التي تعيق التطور و التنمية في المجتمعات لما يترتب عليها من خسائر بشرية و اقتصادية و تتضح هذه المشكلة بشكل حاد و ملموس في البلدان النامية فكل من منظمة الصحة العالمية والبنك الدولي يؤكد أن حوادث الطرقات هي ثاني الأسباب الرئيسة للوفيات بين سكان العالم ، وتمس خاصة فئة ما بين المرحلة العمرية من تسعة سنوات إلى خمسة وعشرون سنة كما تصنف على انها السبب الرئيسي الثالث للوفيات بين سكان العالم في المرحلة العمرية من ثلاثين سنة الى اربعة واربعين سنة (بوقادوم، 2017)

الحوادث المرورية في الدول العربية نسبتها مرتفعة مقارنة مع الدول المتقدمة، ومن خلال الدراسات المتوفرة نجد أن نسبة الحوادث المرورية في ازدياد، وان نسبة الحوادث المرورية لكل مائة ألف شخص كانت 1424 للسعودية و 1799 للكويت و 1959 لمصر و 961 للإمارات و 494 للأردن و 134 لسوريا و 141 للعراق؛ و 10895 ليبيا (بوجلال، 2011)، وأغلب الدول العربية لازالت تعاني من هذه الحوادث، وفي الوطن العربي يموت سنويا 20000 شخص من جراء حوادث المرور بل وأخذت نسب الحوادث المرورية تزداد من سنة إلى أخرى، وهي بحاجة إلى وقفة جادة لمعالجتها معالجة علمية وجذرية، وهذه المعالجة تحتاج إلى حزمة إجراءات، سواء كانت إجراءات تتعلق بتطبيق القوانين وتحديثها أم تتعلق بالتربية والتوعية وتوجيه النصح عن طريق المدارس والجامعات ووسائل الإعلام، أو بتحسين ومعالجة القضايا الفنية المتعلقة بتحسين الطرق وتوسيعها ووضع علامات إرشادية ووضع جسور للمشاة، أو العناية بوسائل الصيانة وغيرها من وسائل مختلفة (عبدالله ، 2010). ونظراً لان مشكلة الحوادث المرورية تسبب تكاليف ضخمة يتكبدها المجتمع من خسائر في الارواح ما بين الوفيات واصابات وينعكس ذلك على الفاقد في الناتج القومي ،

حيث تبين ان التكلفة الاقتصادية لحوادث المرور في ليبيا في سنة 2009 بلغت (11640000 دينار)، وجاءت في المرتبة التاسعة مقارنة بالدول العربية ، وهذا ما اكدته تقارير منظمة الصحة العالمية والاتحاد الدولي والبنك الدولي أن الوضع في الدول النامية أخذ في التدهور ، حيث تضاعفت معدلات الحوادث المرورية وتضاعفت الخسائر الاقتصادية والبشرية بصورة لم يسبق لها مثيل (السيد، 2008).

تأسيساً على ما تقدم تمكن مشكلة الدراسة في التساؤلات الاتية :

- ما عدد الوفيات السنوية الناجمة عن حوادث المرور في ليبيا ؟.
- ما هو حجم الأثر الاقتصادي لحوادث المرور في ليبيا ؟.
- ما هي أهم أساليب التغلب على ظاهرة حوادث المرور بقصد التقليل من آثارها الاقتصادية ؟.

أهداف الدراسة :

- الوقوف على عدد وفيات حوادث المرور في ليبيا .
- تقدير الأثر الاقتصادي للحوادث المرورية في ليبيا.
- إبراز أهم أساليب التغلب على ظاهرة حوادث المرور بقصد التقليل من آثارها الاقتصادية.

أهمية الدراسة :

- تنبثق أهمية الدراسة من تناولها لموضوع حيوي يتسم بالحداثة على الصعيدين الأكاديمي والعملي، والمتمثل في الآثار الاقتصادية للحوادث المرورية ، خاصةً مع محدودية الابحاث والدراسات التي اهتمت بهذا الموضوع في ليبيا على حد علم الباحثين.

- قد تفيد الدراسة أصحاب القيادات العليا وصانعي القرار بوزارة الداخلية وادارة التراخيص والمرور ووزارة الصحة بالحكومة الليبية من خلال ما تتكشف عنه نتائج الدراسة.
- تبرز أهمية الدراسة من خلال إثرائها للمعرفة العلمية لهذا النوع من الدراسات في مجال العلوم الاجتماعية ومجال العلوم الاقتصادية بصفة خاصة.
- فتح مجالات للبحث العلمي في هذا الموضوع، من خلال ما ستوفره هذه الدراسة بإذن الله من معلومات تساعد الباحثين أو الدارسين المهتمين بموضوع الدراسة.

الاطار النظري

لقد أصبحت مشكلة حوادث الطرق من اكبر المشاكل التي تعاني منها جميع دول العالم تسببه هذه الحوادث من أضرار وخسائر اجتماعية واقتصادية و تمثل بشكل كبير هاجس وقلقا لكافة أفراد المجتمع، وأصبحت واحدة من أهم المشكلات التي تستنزف الموارد المادية والطاقات البشرية وتستهدف المجتمعات في أهم مقومات الحياة والذي هو العنصر البشري إضافة إلى ما تكبده من مشاكل اجتماعية ونفسية وخسائر مادية ضخمة مما أصبح لزاماً العمل على إيجاد الحلول والاقتراحات ووضعها موضع التنفيذ للحد من هذه الحوادث أو على اقل تقدير معالجة أسبابها والتخفيف من أثارها السلبية (*www.policemc.gov*) .

المفهوم الاقتصادي لحوادث المرور:

اصبحت المشاكل الناتجة عن حوادث المرور في مختلف انحاء العالم من المشاكل الأمنية المعاصرة التي تستدعي قلق مختلف الاجهزة الامنية والدوائر الصحية والاقتصادية في جميع انحاء العالم (العباسي ، 2004).

ان اول حادث مروري كان لمركبة ذات محرك بخاري سنة 1771 ، (علوش 2012 ، 146) . كما ويعود تاريخ حوادث المرور مع وقوع أول حادثة سير في العالم سنة 1896 حيث اعلنت صحيفة لندنية ان ما حدث لا يتكرر مما حدا بمنظمة الصحة العالمية لأن تدعوا جميع مؤسسات المجتمع المدني لأن تتكاتف لإيقاف النزيف الدموي علي الطريق والنظر لمعالجة هذا الموضوع (حوالف ، 2012 ، 103).

تعرف الامم المتحدة الحادث المروري بأنه "واقعة غير متعمدة ينجم عنها الوفاة او اصابة او تلف بسبب حركة المرور او حمولتها علي الطريق العام" ، (المطير والزير ، 2005 ، 5) ، فضلا عن ذلك تعرف الامم المتحدة القتيل في الحادث المروري بأنه " اي شخص قتل بسبب وقوع حادث مرور لحظة وقوع الحادث او خلال الثلاثين يوما التي تلي وقوع الحادث " ، (الظفيري ، 2005 ، 5) ، كما وتعرف الامم المتحدة الجريح بأنه "اي شخص لم يتسبب الحادث المروري في وفاته وإنما نتج عنه جرح واحد او اكثر سواء كان الجرح بليغا او طفيفاً " (www.escwa.org) .

كما يعرف الحادث المروري من الناحية الاقتصادية بان حادث عن غير قصد من قبل السائق نتيجة استخدامه للمركبة في طريق عام ، مما يسبب خسائر في الارواح والممتلكات والتي تؤثر بشكل مباشر علي الناتج القومي للدولة ، ونضرا للفاقد الذي يصيب الإنتاج ، فضلا عن ذلك ينجم عنها حالات وفاة وإصابة بإعاقة مؤقتة او دائمة وهذا يعني فقدان المجتمع لعنصر فعال وتحول المصاب من شخص منتج لشخص عاطل وعالة علي المجتمع (امين ، 2010) .

ومن المعروف أن الاستثمار في رأس المال البشري يستلزم سنوات لتحصيل إيراده وفقدانه يكبد الاقتصاد المحلي خسائر مادية ، بالإضافة الي الهدر الحاصل في الجهد والوقت جراء الحادث المروري ، وباتت الخسائر الناجمة من الحوادث المرورية تفوق الخسائر من مختلف الجرائم ، وأصبحت ضحاياها في تزايد مستمر سنويا بحيث أنها تتجاوز أعداد الذين يلقون مصرعهم بشتى الصراعات والنزاعات الأمنية علي مستوى العالم (السيد ، 2008 ، 20) .

الخسائر الاقتصادية الناتجة عن حوادث المرور:

تشكل حوادث المرور وما ينتج عنها من تلف وإصابات و وفيات ، من احد اهم المعوقات لعملية التنمية في الدول النامية ، وخاصة في الدول العربية ، وتكمن خطورة الحوادث المرورية فيما تتركه علي الفرد والمجتمع من آثار عدة منها الاقتصادية والاجتماعية والنفسية (بوجلال ، 2011) .

فالحوادث المرورية هي الخسائر المادية في ممتلكات الافراد (إتلاف مركبات وإصلاحها) او الاضرار التي تلحق بالممتلكات والمنشآت العامة ، وما يتعرض له الاشخاص من اضرار قد تصل للوفاة او العجز ، ما تنفقه الدولة علي مصاريف علاج المصابين (المطيري ، 2006).

اولا: الخسائر البشرية

للحوادث المرورية اثار اقتصاديا واجتماعيا وصحيا علي حياة المجتمعات ويظهر هذا الأثر فيما يلحق المجتمع من خسائر في الارواح التي تذهب ضحايا للحوادث او ما يصيب البشر من إصابات نتيجة هذه الحوادث فكم يتمت حوادث السير وكم رملت وكم أبكت وكم آلمت ولقد أدخلت هذه الحوادث البؤس والشقاء الي حياة الاسر وجلبت إليها المصائب (بوجلال ، 2011).

وتكمن خطورة الحوادث المرورية فيما يظهر لنا من خلال الإحصاءات الرسمية التي تؤكد ارتفاع عدد المتوفيين والمصابين وأثره في فقد القوى البشرية وهكذا فإن الاثر المباشر للحوادث المرورية يتمثل في فقدان العنصر البشري سواء بالوفاة او العجز بنسبة كبيرة تعيقهم عن أداء العمل وحاجة هؤلاء المعاقين لمن يقدم لهم الرعاية وقد يصبح الكثير من المصابين في حوادث المرور عالة علي المجتمع بدلا من كونهم عناصر إيجابية تسهم في تنمية المجتمع وتطوره (السيد ، 2008 ، 126) .

ويعتبر الضرر الواقع علي الدولة نتيجة الشخص المصاب في العملية الانتاجية ، حيث ان المصاب يكلف الدولة خسائر اقتصادية تتمثل فيما يحتاج إلية للعلاج وتزداد هذه النفقات لشدة الحادث والإصابات الناجمة عنه ، وكذلك فترة إقامة المصاب بالمستشفى تؤدي الي تعطيل قوة الانتاج والي فاقد في الانتاج إضافة الي خدمات الاسعاف والطوارئ.

ثانيا: الخسائر المادية الناجمة عن حوادث المرور:

إن الحقيقة التي تنجم عن مشكلة حوادث المرور من ناحية الخسائر المادية لها بعد اقتصادي يجب الا يغفل عنه فاقد اثبتت الدراسات والبحوث ان الخسائر المادية الناجمة عن حوادث المرور تقدر بمبالغ مالية كبيرة ، حيث يقدر معمل ابحاث الطرق في بريطانيا ان حوادث المرور تتلف ما يزيد عن نسبة 1% من اجمالي الناتج القومي الوطني لعدد من الدول خاصة النامية منها ، وهذه النسبة عالية إذا ما قورنت بالوضع الاقتصادي المنخفض لهذه الدول مما يتطلب استيراد البديل للسيارات التالفة وقطع الغيار ، والمستلزمات الطبية التي تستورد من الخارج بالعملة الصعبة تنهك الاقتصاد الوطني لهذه الدول ، وتفيد بعض الإحصاءات أن تكاليف حوادث المرور في دول العالم تقدر بحوالي 230 بليون دولار سنويا (السيد ، 2008).

والي جانب ذلك الاضرار بالممتلكات العامة نجد ان الخسائر التي تسببها حوادث المرور تتمثل في الضرر الواقع علي بعض المنشآت العامة التي تعد ملكا لجميع افراد المجتمع ، وقد تحرم الافراد من الاستفادة من خدمات المنشأة نتيجة ما حدث بها من تلف ، ومن ذلك أعمدة الإنارة واللافتات المرورية والأشجار والأرصفة ، حيث يقع عبء إصلاحها علي نفقات الدولة مما يحملها أعباء إضافية من الميزانيات المخصصة لأغراض أخرى التي كان يمكن الاستفادة منها في نواحي تفيد المجتمع ، اما علي الجانب الاخر فنجد الخسائر في الممتلكات الخاصة كثيرة من خلال ما يحدث من تلف بسيارات أطراف الحادث وإتلاف البضاعة المحملة علي السيارات وإتلاف للممتلكات الخاصة بالأفراد والتي يتصادف وجودها وتأثيرها بالاصطدام (بوجلال ، 2011).

ثالثا : الآثار الاجتماعية لحوادث المرور وبعدها الاقتصادي

لاشك أن المجتمع والأسرة سيفقد أمور ومسائل مادية من جراء حوادث المرور ، ولكن التكلفة الاجتماعية تنطوي على تكاليف مختلفة منها ما يتعلق بالجانب الروحي والنفسي والذي تتعرّض له الأسرة الفاقدة أحد أفرادها ، أو ما يتعلق بفقدان الدولة والمجتمع لأحد عناصرها المنتجين ، لا سيما إذا كان هذا المفقود من ذوي الخبرة والكفاءة وبالتالي تكون عملية الخسارة كبيرة وكبيرة جدا ، وقد تصل عملية الخسارة أحيانا إلى فقدان البلد لفرصة تطور ، لان هذه العملية ستؤدي إلى تأخير مسيرة ليبيا وتطورها عشرات السنوات ، بالإضافة الى ان الكوادر الفكرية والثقافية في اي مجتمع تمثل عماد بناء المجتمعات على المستوى المدني والحضاري والاخلاقي ، وعلي المستويات الاخرى (خلف ، 2010).

ويجدر بنا ان نشير الي ان الاثر الاجتماعي الذي قد يترتب علي الحوادث المرورية التي تقع لصغارنا وأطفالنا ينتج عنه عاهات مؤقتة او دائمة التي ربما يظل بعضها ملازما لضحايا الحوادث طول العمر ولا يقف الامر عند حدود معاناة الشباب الذين يعانون أضرارا جسيمة بل تمتد هذه المعاناة الي اسر هؤلاء الشباب الذين يستمرون في المعاناة لا تقل في حدتها عما يعانيه أصحاب العاهات وما يؤثر ذلك في دور هؤلاء الأطفال المصابين في المجتمع (بوجلال ، 2011 ، 46)

ومن الناحية الاقتصادية إذ يفقد المجتمع مجهود هؤلاء الافراد المصابين والمرضى نفسيا ويكون دورهم سلبيا إضافة الي انهم قد يشكلون عبئا في رعايتهم وعلاجهم وإعادة تأهيلهم(أحمد وآخرون،2020)، ولا يمكن إنكار ان المشكلات المتعددة التي تلحقها حوادث المرور من النواحي الاجتماعية ومردود ذلك اقتصاديا نتيجة ما يعانيه المشوهون وضحايا حوادث المرور وأسرهم، وهناك دراسات وأبحاث علي المستوى العربي والعالمي قد توصلت الي تحديد الأثر الاجتماعي للحادث المروري ومردوده الاقتصادي من خلال بحث معاناة الآلام العضوية الناتجة والمعاناة النفسية نتيجة الإعاقة والتشويه، إضافة الي تدني الدخل للمصاب نتيجة انقطاعه عن العمل، وحاجته الي مصاريف إضافة للعلاج من الاصابة مما قد يدعو البعض للانحراف لطريق غير مشروع للحصول علي مقومات الحياة (السيد ، 2008).

تطور أعداد وفيات المرور في ليبيا

يوضح الجدول رقم (1) أدناه تصاعداً لافتاً في أعداد الوفيات الناجمة عن الحوادث المرورية في ليبيا في الفترة 1995– 2017 بمتوسط قدره (2020.26) حالة وفاة في السنة . كما يوضح الجدول أن الفترة الممتدة من سنة 2002 حيث بلغ عدد الوفيات المرورية (1751) حالة وفاة إلى سنة 2010 التي شهدت(2499) حالة وفاة مرورية ، في تزايد قبل أن تنخفض أعداد الوفيات المرورية سنة 2011 إلى (1128) حالة وفاة و يعزو الباحثين هذا الانخفاض في تلك السنة إلى الأحداث التي شهدتها ليبيا (ثورة 2011) .

كما يوضح الجدول أيضاً ارتفاعاً مضطرداً في أعداد الوفيات المرورية خلال السنوات 2012 ، 2013 قبل أن ينخفض العدد نسبياً سنة 2014 ليعاود الارتفاع سنة 2015 محققاً أعلى عدد للوفيات المرورية خلال فترة الدراسة حيث توفي في هذه السنة (4398) شخص . ثم تنخفض الأعداد سنتي 2016 ، 2017 لكنها تظل مرتفعة نسبة إلى كل مائة ألف نسمة من السكان في ليبيا .

جدول (1) أعداد الوفيات المرورية في ليبيا (1995–2017)

السنة	عدد وفيات حوادث المرور	السنة	عدد وفيات حوادث المرور
1995	1296	2007	2138
1996	1080	2008	2332
1997	1119	2009	2301
1998	1224	2010	2499
1999	1204	2011	1128
2000	1504	2012	3020
2001	1320	2013	3606
2002	1751	2014	2866
2003	1758	2015	4398
2004	1783	2016	2414
2005	1800	2017	2059
2006	1866		

المصدر : وزارة التخطيط .هيئة التوثيق و المعلومات .سنوات مختلفة .

وزارة الداخلية . التقارير الاحصائية . سنوات مختلفة .

التحليل القياسي

سيقوم الباحثين في هذا المحور من الدراسة باختبار استقرارية السلاسل الزمنية لنموذج متجه الانحدار الذاتي **Vector Auto regression** (VAR) و يعرف نموذج متجه الانحدار الذاتي على أنه نموذج متعدد المتغيرات يتم من خلاله تفسير القيم الجارية لكل متغير داخلي بواسطة القيم الماضية لكل من هذا المتغير و المتغيرات الأخرى الداخلة في النموذج (فيصل و محمد ، 2016) .و يشتمل النموذج على السلاسل الزمنية عن الفترة 1990 –2017 م لمتغير عدد الوفيات الناجمة عن الحوادث المرورية (DE) والناتج المحلي الاجمالي (GDP) .

و حسب العرف السائد في البحوث العلمية القياسية لابد من اجراء اختبارات جذر الوحدة (اختبارات الاستقرار) للسلاسل الزمنية قبل عملية تقدير نموذج الدراسة لمعرفة درجات استقرارية السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة .

و هناك العديد من اختبارات جذر الوحدة منها اختبار ديكي فوللر (DF) ، و ديكي فوللر المطور (ADF) ، و فيليبس بيرون (PP) ، إلا أننا اعتمدنا في هذه الدراسة على اختبار فيليبس–بيرون (Phillips–Perron) حيث اختبار ديكي فوللر ، و وديكي فوللر المطور كلاهما مبني على افتراض أن حد الخطأ مستقل احصائيا و يتضمن تباين ثابت (جوجاراتي ،2015) ، أما فيليبس و بيرون فقد طورا تعميم لطريقة ديكي فوللر تسمح بوجود ارتباط ذاتي في حد الخطأ. و بالتالي فإن طريقة فيليب بيرون تأخذ في الاعتبار قيود اقل على حد الخطأ مقارنة بطريقي ديكي فوللر و ديكي فوللر المطور ، كما أن اختبار (PP) له قدرة اختبارية أفضل ، و هو أدق من اختبار(ADF) لا سيما عندما يكون حجم العينة صغيراً . و في حالة تضارب و عدم انسجام نتائج الاختبارين فإن الافضل الاعتماد على نتائج اختبار PP(العبدلي ،2007) .

و يتم اجراء هذا الاختبار للسلاسل الزمنية الاصلية عند المستوى أولاً بالصيغ الثلاث (حد ثابت ،حد ثابت و اتجاه ، بدون حد ثابت و اتجاه) . و إذا لم تستقر عند المستوى ، يتم أخذ الفروق الأولى ثم الثانية ، و هكذا إلى أن تستقر ، و يتم رفض فرضية العدم القائلة بوجود مشكلة جذر الوحدة إذا كانت القيمة المطلقة المحسوبة لاختبار (PP) أكبر من القيم الحرجة عند مستوى دلالة 0.05، و القيمة الاحتمالية أقل من 0.05 حيث :

H0 :يوجد جذر الوحدة في السلسلة (أي أن السلسلة غير مستقرة).

H1:لا يوجد جذر الوحدة في السلسلة (أي أن السلسلة مستقرة).

جدول (2) نتائج اختبار فيليبس بيرون (PP)

القرار	الفرق الأول I(1)			المستوى I(0)			المتغير	PP
	Prob*			Prob*				
	بدون	حد ثابت و اتجاه	حد ثابت	بدون	حد ثابت و اتجاه	حد ثابت		
مستقر عند I(1)	−13.69112 (0.0000)***	−11.95810 (0.0000)***	−13.42483 (0.0000)***	0.232502 (0.7443)	−5.165419 (0.0022)***	−4.575234 (0.0017)***	GDP	
مستقر عند I(1)	−7.539230 (0.0000)***	−7.384214 (0.0000)***	−8.358976 (0.0000)***	−0.344572 (0.5492)	−4.339785 (0.0123)	−2.426561 (0.1463)	DE	

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews10

يوضح الجدول رقم (2) النتائج الموجزة لاختبار جذر الوحدة لمتغيري الدراسة ، و ذلك من خلال اختبار فيليبس بيرون Phillips–Perron(PP) باستخدام البرنامج الإحصائي (EViews10) و تشير بيانات هذا الجدول إلى ما يلي :

– أن نتائج اختبار جذر الوحدة توضح عدم استقرار كل من متغيري الدراسة GDP، DE عند الأصل بمستوى معنوية أقل من 5% باستخدام اختبار (PP) . حيث قيمة T (تاو) المحسوبة أصغر من قيمة T(تاو) الجدولية عند أقل من 5% ، و بذلك نقبل فرضية العدم التي تؤكد على وجود جذر الوحدة ، أي أن السلسة الزمنية غير مستقرة و نرفض الفرضية البديلة التي تؤكد على خلو المتغير من جذر الوحدة .

–كما يشير الجدول (2) إلى أن نتائج اختبار جذر الوحدة توضح استقرار كل من متغيري الدراسة GDP، DE عند الفرق الأول بمستوى معنوية أقل من 1% باستخدام اختبار (PP) . حيث قيمة T (تاو) المحسوبة أكبر من قيمة T(تاو) الجدولية عند مستوى معنوية أقل من 1% .و بذلك نرفض فرضية العدم التي تؤكد على وجود جذر الوحدة و نقبل الفرضية البديلة التي تؤكد على خلو المتغير من جذر الوحدة و بالتالي تحقق فرضية الاستقرار عند الفرق الأول أي أن كلا من متغيري الدراسة مستقران عند الرتبة الأولى I(1).

– كلا المتغيرين الداخلين في التحليل القياسي يتحقق لهما الاستقرار بعد اجراء الفرق الاول ، و ذلك عند مستوى معنوية أقل من 1% في ظل وجود حد ثابت، و حد ثابت و اتجاه عام، و بدون حد ثابت و اتجاه عام .

تحديد درجة التأخر المثلى :

لضمان الحصول على أفضل تقدير لنموذج متجه الانحدار الذاتي (VAR) فإن ذلك يتطلب تحديد فترة الإبطاء المثلى للمتغيرات قيد الدراسة، والتي يجب أن يتضمنها النموذج القياسي للدراسة. و قد أظهرت نتائج اختبارات تحديد فترة الإبطاء المثلى، حسب المعايير الخمسة الموضحة بالجدول (2) أن الفترة الثانية هي فترة الإبطاء المثلى التي يجب أن يتضمنها نموذج الدراسة بناء على المعايير LR وFPE وAIC وSC و HQ .

جدول رقم (3) فترة التأخر المثلى

VAR Lag Order Selection Criteria
Endogenous variables: GDP DE
Exogenous variables: C
Date: 03/08/20 Time: 23:34
Sample: 1995 2017
Included observations: 20

HQ	SC	AIC	FPE	LR	LogL	Lag
4.969257	5.049393	4.949820	0.483953	NA	−47.49820	0
4.791698*	5.032104*	4.733385*	0.391485*	10.47939*	−41.33385	1
4.863967	5.264644	4.766778	0.411756	5.499100	−37.66778	2
5.064322	5.625270	4.928257	0.503727	3.100768	−35.28257	3

* 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 عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

نموذج متجه الانحدار الذاتي VAR

بما أن متغيري الدراسة استقرا عند الفرق الأول أجرى الباحثون اختبار التكامل المشترك لنموذج الدراسة و تبين عدم وجود تكامل مشترك بينهما فأصبح من المناسب تقدير النموذج باستخدام متجه الانحدار الذاتي في الاجل القصير و هو ما يبينه الجدول رقم (4) و المعادلتين المرافقتين له أدنى الجدول .

جدول رقم (4) مخرجات نموذج متجه الانحدار الذاتي (VAR)

Vector Autoregression Estimates
Date: 03/08/20 Time: 23:35
Sample (adjusted): 1996 2017
Included observations: 22 after adjustments
Standard errors in ( ) & t−statistics in [ ]

DE	GDP

−223798.8	−0.163151	GDP(−1)
(205502.)	(0.20984)	
[−1.08903]	[−0.77748]	
0.504220	−4.87E−07	DE(−1)
(0.18719)	(1.9E−07)	
[2.69359]	[−2.54786]	
990240.5	5.142216	C
(908441.)	(0.92764)	
[1.09004]	[5.54334]	
0.367929	0.254711	R−squared
0.301395	0.176260	Adj. R−squared
9641789.	1.01E−05	Sum sq. resids
712.3641	0.000727	S.E. equation
5.529958	3.246735	F−statistic
−174.1130	129.3682	Log likelihood
16.10118	−11.48802	Akaike AIC
16.24996	−11.33924	Schwarz SC
2053.182	4.420095	Mean dependent
852.2878	0.000801	S.D. dependent
0.267196	Determinant resid covariance (dof adj.)	
0.199293	Determinant resid covariance	
−44.69052	Log likelihood	
4.608229	Akaike information criterion	
4.905786	Schwarz criterion	
6	Number of coefficients	

المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

VAR Model − Substituted Coefficients:

==========

GDP = − 0.163150878606*GDP(−1) − 4.87020288032e−07*DE(−1) + 5.14221577076

DE = − 223798.841728*GDP(−1) + 0.504219552974*DE(−1) + 990240.536833

أسفرت نتائج التقدير في المدى القصير عن وجود علاقة عكسية التأثير و ذات معنوية احصائية عند مستوى معنوية 5% بين عدد وفيات حوادث المرور (DE(−1 و الناتج المحلي الاجمالي (GDP)، مما يعني أن الزيادة التي حصلت في عدد وفيات المرور بمقدار حالة واحدة تسبب في تراجع الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 0.0000004.

كما أظهرت نتائج التقدير أن 25.4 % من التغيرات التي تحصل في الناتج المحلي الإجمالي يمكن شرحها و تفسيرها بوفيات الحوادث المرورية و أن 74.6% الباقية ترجع إلى متغيرات تفسيرية أخرى يتضمنها الحد العشوائي و متغيرات أخرى لم تُدرج في النموذج المقدر .

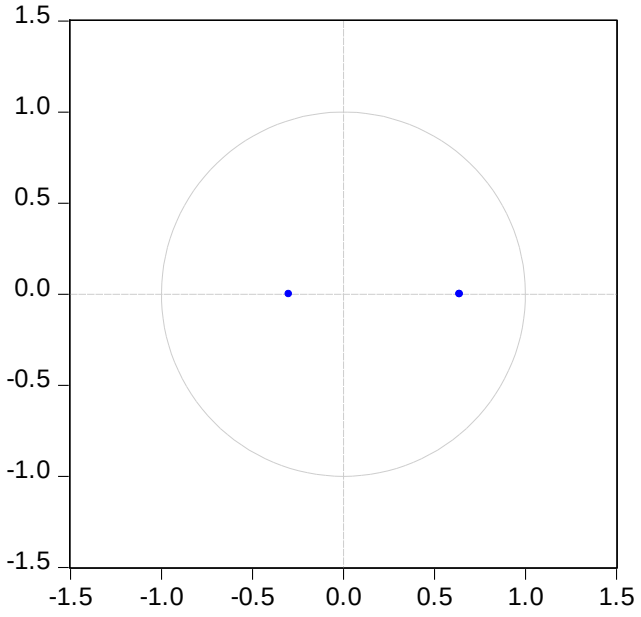
تشخيص النموذج :

لتشخيص النموذج المقدر و اختبار مدى صلاحيته أجرى **الباحثين** الاختبارات التالية :

1-الاستقرار الهيكلي للنموذج :

من خلال اختبار الجذور الأحادية المبينة بالشكل رقم (1) أدناه يتضح أن النموذج مستقر حيث مقلوب الجذور الأحادية جميعها تقع داخل دائرة الوحدة و هذا ما يتأكد من خلال الجدول رقم (4) المرافق للشكل البياني حيث جميع قيم الجذور كانت أقل من الواحد صحيح أي أن النموذج مستقر هيكلياً.

شكل (1) نتيجة اختبار Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

جدول (5) قيم الجذور الأحادية

Roots of Characteristic Polynomial
Endogenous variables: GDP DE
Exogenous variables: C
Lag specification: 1 1
Date: 03/08/20 Time: 23:38

Modulus	Root
0.639939	0.639939
0.298870	-0.298870

No root lies outside the unit circle.
VAR satisfies the stability condition.

المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

2-اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي

يوضح الجدول رقم (6) أن احصائية Jarque-Bera لجميع البواقي أقل من القيمة الجدولية (5.139306)، و بالتالي نقبل الفرضية الصفرية أي أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي عند مستوى معنوية 5% .

جدول رقم (6) التوزيع الطبيعي للبواقي

VAR Residual Normality Tests
Orthogonalization: Cholesky (Lutkepohl)
Null Hypothesis: Residuals are multivariate normal
Date: 03/08/20 Time: 23:39
Sample: 1995 2017
Included observations: 22

Prob.*	df	Chi-sq	Skewness	Component
0.4844	1	0.488935	0.365166	1
0.0887	1	2.897223	0.888905	2
0.1840	2	3.386158		Joint

Prob.	df	Chi-sq	Kurtosis	Component
0.5461	1	0.364290	2.369597	1
0.2386	1	1.388857	4.230901	2
0.4162	2	1.753147		Joint

Prob.	df	Jarque-Bera	Component
0.6527	2	0.853226	1
0.1173	2	4.286080	2
0.2733	4	5.139306	Joint

*Approximate p-values do not account for coefficient Estimation

المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

3-الكشف عن مشكلة الارتباط الذاتي بالبواقي

للكشف عن وجود مشكلة الارتباط الذاتي ببواقي النموذج تم استخدام اختبار (LM) و يتضح من خلال مخرجات الجدول رقم (7) أن النموذج لا يعاني من مشكلة الارتباط الذاتي للبواقي وبالتالي قبول الفرضية الصفرية .

جدول (7) اختبار الكشف عن الارتباط الذاتي

VAR Residual Serial Correlation LM Tests

Date: 03/08/20 Time: 23:40

Sample: 1995 2017

Included observations: 22

Prob.	df	Rao F-stat	Prob.	Df	LRE* stat	Lag
0.1684	(4, 32.0)	1.726964	0.1680	4	6.450188	1
0.5692	(4, 32.0)	0.743960	0.5689	4	2.934414	2

Prob.	df	Rao F-stat	Prob.	Df	LRE* stat	Lag
0.1684	(4, 32.0)	1.726964	0.1680	4	6.450188	1
0.5502	(8, 28.0)	0.873322	0.5469	8	6.905558	2

*Edgeworth expansion corrected likelihood ratio statistic.

المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

اختبار السببية لجرانجر

أدخل Granger مفهوم السببية في الاقتصاد القياسي عام 1969، و تعرف السببية حسب Granger بأنه إذا كان لدينا متغيرين X,Y فإن المتغير X يسبب المتغير Y إذا كانت هناك معلومات في ماضي X مفيدة في التنبؤ بـ Y، و هذه المعلومات غير موجودة في ماضي Y.

و يميز Granger بين أربع أنواع من السببية :

1-السببية وحيدة الاتجاه :نقول أن X تسبب Y.

2-السببية بالاتجاهين (سببية مزدوجة أو متداخلة): و هي تعني أن X تسبب Y و Y تسبب X.

3-السببية الآنية :و تعني أن القيمة الحالية لـX تسبب القيمة الحالية لـY.

4-السببية المتباطئة (الآجلة):القيم الماضية لـX تسبب القيمة الحاضرة لـY(نقار و العواد ،2012).

و يتم تنفيذ اختبار جرانجر للسببية في (الأجل القصير) بين المتغيرين X& Y باستخدام نموذج VAR بين الفرق الأول لكل منهما ، كما في المعادلتين التاليتين (1) و (2) :

$$(1)\quad d(Yt)=C+\sum_{i=1}^{n}\beta n,1^{*}\ d(Yt-i)+\sum_{i=0}^{n}\propto n,1^{*}d(Xt-i)+\varepsilon t,3$$

$$(2)\quad d(Xt)=C+\sum_{i=0}^{m}\beta m,2^{*}\ d(Yt-i)+\sum_{i=1}^{m}\propto m,2^{*}d(Xt-i)+\varepsilon t,4$$

حيث n عدد الإبطاءات في المعادلة (1) و m عددها في المعادلة رقم (2) و من هاتين المعادلتين فإنه يمكن استنتاج فرضيات العدم التالية (المصبح ،2017):

- في المعادلة الأولى : أن X لا يسبب Y و تتحقق عندما $\sum_{i=0}^{n}\propto n,1=0$

H0:X does not Granger Cause Y

- في المعادلة الثانية :أن Y لا يسبب X و تتحقق عندما $\sum_{i=0}^{m}\beta m,2=0$

H0: Y does not Granger Cause X

و الجدول رقم (8) التالي يبين نتائج اختبار سببية جرانجر لمتغيري الدراسة في الأجل القصير :

جدول رقم (8) اختبار سببية جرانجر لمتغيري الدراسة

VAR Granger Causality/Block Exogeneity Wald Tests

Date: 03/08/20 Time: 23:41

Sample: 1995 2017

Included observations: 22

Dependent variable: GDP

Prob.	df	Chi-sq	Excluded

0.0108	1	6.491608	DE
0.0108	1	6.491608	All

Dependent variable: DE

Prob.	df	Chi-sq	Excluded
0.2761	1	1.185996	GDP
0.2761	1	1.185996	All

المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على برمجية Eviews 10

يوضح الجدول (8) وجود علاقة سببية في اتجاه واحد تتجه من متغير وفيات المرور (DE) نحو الناتج المحلي الإجمالي (GDP).أي أن الوفيات الناجمة عن حوادث المرور تؤثر في الناتج المحلي الإجمالي و يفسر الباحثين هذه النتيجة بأن الوفيات الناتجة عن الحوادث المرورية تؤثر في الناتج المحلي الإجمالي من حيث تكاليف خسارة العنصر البشري العنصر الأهم في العملية الانتاجية خاصة و نحن في اقتصاد يعاني نقصاً في الأيدي العاملة و يحتاج لقوى بشرية و يستعين بالعمالة الوافدة. أيضاً تكاليف خسارة العلاج و الأدوية و الخدمات الصحية و الإسعاف التي تُنفق على المواطنين الذين يتعرضون للحوادث المرورية لا سيما من يتعرض منهم للإصابات البليغة و الإعاقة المستديمة و ما يتطلبه ذلك من إصلاح رعاية صحية و كذلك إصلاح المركبات و توريد قطع الغيار إضافة إلى عامل الحزن و الألم الذي تسببه حوادث المرور لذوي المتوفين و المصابين و انعكاسه على الانتاجية و النشاط الاقتصادي و كل ذلك له تأثير في الناتج القومي ككل .

الخاتمة و التوصيات

هدفت الدراسة إلى الوقوف على عدد وفيات حوادث المرور في ليبيا و تقدير الأثر الاقتصادي للحوادث المرورية في ليبيا من خلال التحليل القياسي باستخدام نموذج متجه الانحدار الذاتي الذي يحوي متغير الناتج المحلي الاجمالي و عدد الوفيات الناتجة عن الحوادث المرورية و قد توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن كل شخص يتوفى بسبب حادث مروري يتسبب في تراجع الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 0.0000004 و تشمل هذه النسبة حالة الوفاة و التكاليف التي يتكبدها الاقتصاد الوطني من علاج و إيواء و دواء و قطع غيار للسيارات و ألم وحزن لذوي الشخص المتوفى . و بناء عليه و لمواجهة هذه الظاهرة و التقليل من آثارها الاقتصادية توصي الدراسة بالآتي :

- ضرورة تطوير وتحسين نظام معلومات الحوادث بإدخال ميزة تحديد المواقع الجغرافية للحادث بالطرق الحديثة.
- دور الاعلام في التوعية للحد من المخالفات والحوادث المرورية.

- حث مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص نحو المساهمة في دعم برامج التوعية المرورية التي تقوم بها الجهات المعنية نحو رعاية وطباعة الكتيبات الإرشادية المرورية واللوحات الإرشادية والندوات الخاصة بذلك.
- إنشاء وحدة بحوث أمنية تعنى بالمشكلات الأمنية و التي من أهمها الحوادث المرورية .
- الاهتمام بالطرق و الجسور و الكباري من حيث إنشاء الجديد منها و صيانة و تطوير المتهالك و توسيع القائم منها و تخطيطه و تزويدها بالإنارة و اللافتات الإرشادية و الإشارات المرورية و نصب أجهزة مراقبة السرعة المسموح بها على الطرق السريعة .
- تفعيل القوانين المر ورية و ذلك للحد من الحوادث المرور .

المراجع

- أبوبكر ، عيد أحمد (2006). " التحليل الكمّي لمؤشرات الحوادث المرورية في الأردن : دراسة في اخطار السيارات" ، ***مجلة رسالة التأمين***، الاتحاد الاردني للتأمين ، العدد (3)، ص ص: 18-22.
- أحمد، زادي وخيرة، بن يمنية و حياة ، عبدالباقي (2020). الحوادث المهنية وآثارها على تنافسية المؤسسة: دراسة حالة شركة" GRTG "لوالية عين تموشنت (الجزائر) ، **مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية** ، المجلد (3) ، العدد (2) ، ص ص:25-37.
- العباسي ، عبدالحميد محمد .(2004) . المقارنة بين استخدام الشبكات العصبية وساريما للتنبؤ بأعداد الوفيات الشهرية الناتجة عن حوادث المرور بالكويت . **المجلة العربية للعلوم الادارية** . الكويت . م 11 ، ع 3 .
- العبدلي ،عابد (2007) . محددات الطلب على واردات المملكة العربية السعودية في إطار التكامل المشترك و تصحيح الخطأ .**مجلة مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي** . جامعة الأزهر . مصر .
- العادلي ،عادل مجيد (2013) . مساهمة التعليم في الإنماء الاقتصادي في البلدان العربية .**مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة** .العدد 35 .بغداد
- المطيري والزير ، عامر بن عبدالناصر، و بن مرشد ناصر. (2005) . مستوى السلامة المرورية في الوطن العربي مقارنة بالدول الاخرى والاستراتيجية المقترحة لتحسينه . قسم الجغرافيا . جامعة الملك سعود . الرياض.
- الظفيري ، نايف ناشي عمير الذراعي (2005) . **الآثار الشرعية المترتبة علي حوادث السير "دراسة فقهية مقارنة بنظام الحوادث بالمملكة العربية السعودية** . رسالة ماجستير في الفقه واصوله . كلية الدراسات العليا . الجامعة الاردنية.
- السيد ، راضي عبدالمعطي . (2008) . **الآثار الاقتصادية لحوادث المرور** . جامعة نايف العربية للعلوم الامنية . مركز الدراسات والبحوث . ص20 .الرياض .
- الربعاني، أحمد بن حمد بن حمدان و الفهدي ، خلفان بن محمد و البلوشية، نعيمة بنت حميد (2012). **أسباب الحوادث المرو رية وآثارها على الأسرة العمانية (اجتماعياً واقتصادياً) من وجهة نظر المتسببين**. دائرة الدراسات والمؤشرات الاجتماعية ، المديرية العامة للتخطيط والدراسات . وازرة التنمية الاجتماعية . عُمان .

- المطير، عامر بن ناصر (2006). **حوادث المرور في الوطن العربي: حجمها وتقدير تكاليفها الاقتصادية**، الرياض: مركز الدراسات والبحوث ، جامعة نايف العربية للبحوث الأمنية.
- أمين ، فيروز محمد (2010) . **الحوادث المرورية في مدينة أربيل من 1991 – 2009**، كلية الإدارة والاقتصاد. جامعة صلاح الدين. اربيل .
- بوقادوم، عبدالقادر (2017). **أسباب حوادث المرور حسب رأي مستعملي الطرقات في ولاية أم البواقي** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، الجزائر .
- بوجلال، فضيل (2011) . **محاولة تقييم التكلفة الاقتصادية للحوادث المرورية في الجزائر**، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر–باتنة ، الجزائر.
- بشرول فيصل ،و راتول محمد .(2016) ."دور السياسات النقدية و المالية المتبعة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في الجزائر". **الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية** . العدد 16 .
- جوجاراتي ، دامودار .(2015) .**الاقتصاد القياسي** .الجزء الأول .(ترجمة ومراجعة عند عبد الغفار عودة ، عفاف حسين الدش) .المملكة العربية السعودية . الرياض . دار المريخ .
- حوالف ، رحمية . (2012) . " التكاليف الاقتصادية والاجتماعية لحوادث المرور في الجزائر " **مجلة الباحث** . ع11.
- درقاوي، عائشة (2011). "**دراسة قياسية لحوادث المرور في الجزائر تطبيق منهجية BOX–JENKINS : خلال الفترة 1970–2009** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة عبدالحميد ابن باديس مستغانم ، الجزائر.
- عبدالله، علي خلف (2010). **التكاليف الاقتصادية والاجتماعية لحوادث المرور في العراق**. الاكاديمية العربية . الدنمارك .
- علوش ، قيس مجيد (2012) . تحليل طرق النقل وحالة المرور في مدينة الحلة. **مجلة مكرز بابل للدراسات الانسانية** . م 2 ، ع 1.
- فياض، صلاح بسام محمود (2012). **حوادث المرور من منظور اقتصاد اسلامي : حالة الاردن**. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاقتصاد والمصارف الاسلامية . كلية الشريعة والدراسات الاسلامية. جامعة اليرموك . الاردن.
- نقار ،عقمان و العواد ، منذر .(2012) . "استخدام نماذج VAR في التنبؤ و دراسة العلاقة السببية بين إجمالي الناتج المحلي و إجمالي التكوين الرأسمالي في سورية " . **مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية** .المجلد 28. العدد الثاني . كلية الاقتصاد . جامعة دمشق .
- وزارة التخطيط .**هيئة التوثيق و المعلومات** .سنوات مختلفة .
- وزارة الداخلية . **التقارير الاحصائية** . سنوات مختلفة .
- اختبارات السببية بين السلاسل الزمنية ، عماد الدين المصبح ،تاريخ الاطلاع 2020/3/7 متاح على الرابط https://www.youtube.com/watch?v=BwJRCFabTJI
- GDP2010 . IMF. على الرابط :

https://unstats.un.org/unsd/snaama/CountryProfile?ccode=434

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:46-60.

Tourism marketing and its effect to achieve economic development sustainability case study Tunisia 2010/2019

Fathi benamar[1], Hadj belgacem ferhat[2]

[1] PhD student and temporary professor, Department of Economic Sciences, University of Tunis Al-manar, Tunis, fathibenamar19@gmail.com.
[2] PhD student and temporary professor, Department Social Sciences, University of Eloued, Algeria, ferhat-hadjbelgacem@univ-eloued.dz.

ARTICLE INFO

Article history:
Received:26/12/2020
Accepted:01/01/2021
Online:11/01/2021

Keywords:
**Tourism marketing*
**Tourism sustainability*
**Tourism conditions*
**Tourism sustainability indicators*
JEL Code: M31, O1

ABSTRACT

This study summarizes the importance, effect and role of the tourism marketing to achieve economic development sustainability in Tunisia focusing on the period 2010/2019 before the revolution 14/01/2011 for achieving the study aim, researchers used many economic and social indicators based on analytic descriptive approach. The study findings through the given presentation of the social and economic indicators as well as analysing the tourism sector in Tunisia at that suggested period didn't affect on progress achieved averages whereas it is particularly depended on external dept and strict compliance with International Monetary fund.

On the basis of that findings, the researchers recommend that boosting and motivating the motorcycle tourism Marketing in order to restore the strategic Tourism stature and activate its position to achieve the economic progress in Tourism without ignoring both health and security aspects.

التسويق السياحي وأثره في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة

دراسة حالة تونس 2019/2010

فتحي بن عمر [1]، حاج بلقاسم فرحات [2]

[1] أستاذ. ط.د، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة تونس المنار، تونس، fathibenamar19@gmail.com .

[2] أستاذ. ط.د، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة الوادي، الجزائر، ferhat-hadjbelgacem@univ-eloued.dz.

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال: 2020/12/26:
تاريخ القبول: 2021/01/01:
تاريخ النشر: 2021/01/11:

الكلمات المفتاحية

التسويق السياحي
التنمية السياحية المستدامة
المقومات السياحية
مؤشرات التنمية السياحية
JEL Code: M31, O1

الملخص

لخصت هذه الدراسة إلى أهمية ودور وتأثير التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في تونس وذلك بالتركيز على الفترة 2019/2010 أي قبل ثورة 14 جانفي 2011 ولتحقيق هدف الدراسة قام الباحثين باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وقد بينت لنتائج الدراسة من خلال العرض المقدم للمؤشرات الاقتصادية والاجتماعية وكذلك تحليلها وقراءتها ان قطاع السياحي ومن خلال متغير التسويق السياحي في تونس خلال الفترة المقترحة لم يؤثر على معدلات النمو الاقتصادي المحققة ، حيث اعتمد وبصورة شبه كلية علي الدين الخارجي وتقيد التام بشروط صندوق النقد الدولي وبناء على هذه النتيجة فأن الباحثين يوصي بضرورة تعزيز وتحفيز حركية التسويق السياحي من اجل استعادة المكانة الاستراتيجية السياحية وتفعيل مكانته في تحقيق التطور والنمو الاقتصادي في تونس دون اهمالا الجانب الامني والصحي.

*Corresponding Author *Fathi Benamar, Email:* fathibenamar19@gmail.com

- **مقدمة:**

يعتبر التسويق السياحي من أهم أدوات التنمية السياحية المعاصرة وكذلك من أهم مظاهر التنمية الاقتصادية المستدامة التي تهدف إلى زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وإلى التنمية الحضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والبشرية والمادية في الدولة، إذ أن مقدار الإيرادات السياحية المحققة كثيرا ما تستخدم كمؤشر اقتصادي وان كان غير كافيا لقياس النمو والتقدم.

وتعد تونس واحدة من الدول النامية التي تشمل السياحة احد أهم الأقطاب التي يقوم عليها اقتصادها راهنت على تطوير وتنشيط هذا القطاع بتجنيد كل المواد المتاحة لديها ضمن سياستها وإستراتجيتها مما جعلها قطبا سياحيا يحتل مكانة هامة في السوق العالمية وقد حقق قطاع السياحة نتائج غير مسبوقة من الإيرادات والسياح الوافدين كان أهمها سنة 2010، وبعد الثورة السياسية سنة 2011 تأثرت حركة السياحة التونسية بفعل ما شهدته البلاد من اضطرابات أمنية وسياسية مما أدى إلى تراجع عائدات هذا القطاع الحيوي والحساس.

على ضوء ما تقدم وفي إطار الواقع المشار إليه يمكن طرح الإشكالية التالية:

- ما مدى أهمية التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في تونس؟

والتي تتفرع منها التساؤلات الآتية :

- ما هي مقومات العرض السياحي في تونس؟
- ما هي الرؤية الإستراتجية السياحية للتنمية السياحية في تونس؟
- هل تتناسب مؤشرات التنمية السياحية للفترة 2019/2010 مع أهداف خطة التنمية السياحية لتونس؟
- ما مدى مساهمة التسويق السياحي في إعادة تونس للواجهة السياحية العالمية بعد أحداث ثورة 2011؟

والإجابة على الإشكالية الرئيسية تم اعتماد فرضية رئيسية تتمثل في:

- للتسويق السياحي أهمية إستراتيجية في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في تونس للفترة 2019/2010.

1. أهداف الدراسة:

- إبراز الدور الذي يمثله التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.
- تقييم واقع التسويق السياحي في تونس ودوره في دفع عجلة التنمية الاقتصادية المستدامة.
- السعي لتطبيق مفهوم التنمية السياحية البيئية المستدامة في المناطق السياحية.

2. أهمية الدراسة:

- تزايد اهتمام الدولة التونسية لتطوير القطاع السياحي والتنمية المستدامة، وخلق مناطق التوسع السياحي الجديدة.
- أهمية إتباع سياسة تسويقية سياحية جيدة من شأنها المحافظة على البنية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية وعلى الموارد الطبيعية والبيئية على أن تبقى صالحة إلى الأجيال القادمة.

3. حدود الدراسة:

- **المجال المكاني:** تمت دراسة واقع التسويق السياحي ومساهمته في التنمية الاقتصادية المستدامة في تونس.

- **المجال الزماني:** لقد اعتمدنا في دراستنا على الفترة الممتدة من سنة 2010 إلى غاية سنة 2019. وذلك لدراسة مدى تأثير ثورة 2011 على قطاع السياحة التونسي.

4. منهج الدراسة:

اتبعنا في تحليل الإشكالية المطروحة واثبات صحة الفرضية المتبناة المنهج الوصفي بالنسبة للجانب النظرى من خلال عرض كافة المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الموضوع والمنهج التحليلي من خلال قراءة وتحليل إحصائيات ومؤشرات التنمية المنشورة في عدة منظمات وهيئات محلية و دولية.

ولقد قسمنا الدراسة الي شقين وهما.

الجانب النظري: مفهوم التسويق السياحي وعلاقته بالتنمية المستدامة.

الجانب التطبيقي: دراسة تطبيقية- حالة- لواقع التسويق السياحي في تونس ومدى مساهمته في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

1- الجانب النظري: مفهوم التسويق السياجي وعلاقته بالتنمية المستدامة:

1-1- مفهوم التسويق السياحي:

هو ذلك النشاط الذي يُحقق مجموعة من المنافع لأطراف العملية التسويقية في المجال السياحي، ويهتم بعملية تبادل المُنتج السياحي -حيث يعتبر هذا الأخير أحد أهم العناصر الجوهرية التي تحدد مصير العملية التسويقية للنشاط السياحي-. (عياد و هلالي، 2018)، ويُعرف أيضاً أنه ذلك النشاط الذي يهتم بعملية التبادل بين الهيئات السياحية والمُنظمات، سواء داخل أو خارج الدولة من ناحية، والمُستفيدين من الخدمات السياسية، سواء داخل أو خارج الدولة من ناحية أُخرى، بالشكل الذي يُحقق رضا ومنافع للطرفين، وذلك في إطار مجموعة من الاستراتيجيات والسياسات الأزمة لتحقيق ذلك. (عتوم، 2019).

بإمكاننا تلخيص أكثر النقاط المهمة التي تميز مفهوم التسويق السياحي في الجدول رقم(1) يوضح تفاصيلها:

جدول رقم (01): يبين مفهوم التسويق السياحي

أساس مفهوم استراتيجية التسويق	الشرح
إدارة فنية	لأنه يقوم على التخطيط والتنظيم والتوجيه والتنسيق والرقابة ووضع سياسات تسويقية
نشاط مشترك	لأنه يضم عدة هيئات ووجهات سياحية رسمية وعامة ومشتركة
مصدر الدولة	لأنه نابع أساسا من داخل الدولة وهي المصدر الرئيسي لهذا النشاط
ذو هدف عام	لأنه يسعى على تحقيق النشاط المستمر وزيادة الحركة السياحية

المصدر :بالاعتماد على (سعد أحمد، 2017)

تعريف التسويق السياحي يقوم على عدد من العناصر المهمة المتمثلة في (مبروك، 2017):

- التسويق السياحي عملية إدارية وفنية: من الجانب الإداري يقوم التسويق أساسا على التخطيط والتنظيم وتوجيه العاملين في الجهاز التسويقي للأسلوب الأمثل في العمل والتنسيق بين جهودهم, ثم الرقابة على الجهود التسويقية المبذولة والتأكد من أن ما تم تخطيطه تسويقيا قد تم تنفيذه أما الجانب الفني فيدخل فيه المنهج والأسلوب المستخدم في العملية التسويقية والسياسات والاستراتجيات التي تلجأ إليها المنظمة السياحية لتسويق المنتج السياحي إليها.

- التسويق السياحي نشاط مشترك: فهو نشاط مشترك تمارس مختلف الهيئات والأجهزة السياحية الوافدة إليها.
- التسويق السياحي نشاط متعدد الاتجاهات: فهو نشاط متعدد الجوانب لا يقتصر على العمل التسويقي في الخارج فقط ولكن يجب أن يبدأ من داخل الدولة التي تمثل المصدر الرئيسي لهذا النشاط حيث تتوفر له المقومات المختلفة والإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لنجاحه واستمراره.
- التسويق السياحي نشاط متعدد الأهداف يرتبط النشاط التسويقي السياحي بتحقيق حملة من الأهداف التي تتسع لإشباع رغبات وتطلعات السائحون وتحقيق سمعة طيبة وشهرة كبيرة بين الدول السياحية الكبرى.

1-2- التسويق السياحي وعلاقته بالتنمية الاقتصادية المستدامة:

1-2-1- قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية:

تحاول معظم دول العالم إلى تنويع مصادر الدخل القومي من خلال التنويع في النشاط الاقتصادي لخلق إثراء إنتاجي وخدماتي (فقير و يوسفات، 2020)، ولهذا تبرز السياحة في الدول المتطورة كرافد أساسي في التنمية الاقتصادية ولذلك نجد ضخامة الاستثمارات المختلفة في القطاع السياحي مثل إيطاليا وأسبانيا واليونان وتركيا، وغيرها من البلدان التي حققت تقدماً كبيراً في هذا المجال.

ونوضح بإيجاز أهم المزايا التي تبين دور السياحة في التنمية الاقتصادية (مصطفى، 2013):

- تدفق الموارد المالية: تساهم السياحة بدرجة كبيرة وملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ خطط التنمية، ويمكن تلخيص هذه التدفقات في مايلي:
  - مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في إنشاء الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة كبناء الفنادق والمناجم
  - المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد.
  - الفروق في تحويل العملات، والايرادات الأخرى للفنادق من السائحين.
- تحسين ميزان المدفوعات: وذلك من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية، وكذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية وما تستحقه السياحة من موارد نتيجة إيجاد علاقات اقتصادية بينها وبين القطاعات الأخرى، مما يساهم في زيادة الناتج الوطني وفي عملية البناء الاقتصادي.
- تنمية المهارات الإدارية وخلق طبقة جديدة من المديرين: إن وجود الشركات الأجنبية في مجال السياحة يمكن أن يؤدي إلى تطوير وتحسين أنظمة وفنون الإدارة في هذا القطاع، وتكمن أهمية السياحة هنا في كونها تعد وسيلة وأسلوب لنقل التقنيات التكنولوجية في مجال إدارة الفنادق.
- تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية وتوجيهها نحو استثمارات جديدة، واستغلال الموارد الطبيعية بشكل أفضل، وذلك لظهور أنشطة جديدة.
- تطوير وتوسيع القطاعات الخدمية الأخرى كقطاع النقل البري، الجوي، البحري وقطاع الصناعات الغذائية.

1-2-2 التنمية المستدامة:

عرفتها اللجنة العالمية للبيئة والتنمية WCED على أنها "مسارات التقدم الاجتماعي والاقتصادي والسياسي التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية اجتياجاتها الخاصة". (بسع، طهراوي، و بودخدخ، 2018)

وبذلك يعتبر القطاع السياحي أحد القطاعات الإضافية الناشطة إلى جانب القطاعات الاقتصادية الأخرى حيث يساعد على نمو البلد اقتصادياً واجتماعياً.

وتسعى العديد من الدول وخاصة الدول التي تهدف إلى تحقيق تنمية مستدامة إلى تطوير وتنشيط القطاع السياحي لما يُحدثه من تنمية اقتصادية واجتماعية. على أن سياسات السياحة لا تبنى فقط على اعتبارات اقتصادية وتكنولوجية، ولكن يجب أن يؤخذ بنظر الاعتبار أيضاً الحفاظ على البيئة واحتياجات السكان المضيفين عامة والذين يعملون في الحقل السياحي خاصة، إذ أن السياحة التي تستجيب لهذه الشروط هي السياحة البديلة أو السياحة المتوافقة والتواصل السياحي.

وفي أواخر عام 1997م دعت منظمة السياحة العالمية إلى عقد مؤتمر لوزراء السياحة لآسيا والباسفيك عن السياحة والبيئة، وقد غطى المؤتمر بكثافة مواضيع فنية واسعة تتعلق بالسياحة المستدامة، وصدر عن المؤتمر بيان أوضح الاهتمام العالمي الرسمي بمبدأ الاستدامة. وأشار إلى أن هناك إحساس وإلحاح لبذل الجهود لحماية البيئات الطبيعية في المقاصد السياحية.

إن الاهتمام بالسياحة كباعث على التنمية المستدامة يعتبر مطلباً اقتصادياً مهماً لحفز الاستثمار في الأماكن السياحية الطبيعية والبيئية والثقافية، وتعد التوعية بأهمية تنمية السياحة وإدارتها على نحو كفء أحد أهداف منظمة السياحة العالمية. (أحمد علي، 2018، صفحة 106)

1-2-3- دور التسويق السياحي في التنمية السياحية المستدامة:

أصبحت السياحة من بين أهم القطاعات للتنمية الاقتصادية حيث ساهمت في تطوير التنمية السياحية المستدامة وجعلت منها أولوية للمؤسسات العالمية والمجتمع المدني, خاصة في المناطق الهامشية.

من بين المواضيع التي حققت منظورا خاصا لدراسة الاستراتيجيات التكميلية لتحقيق التنمية السياحية المستدامة:

- عرض penchlanar وeclerk من خلال مقابلات مع المسؤولين في السياحة حول التنمية كمنهج جديد نحو الاستدامة في مجال السياحة.
- ركز لوكي مارتينيز وآخرون على سياحة الجبال والثلوج وأدلو اهتمام خاص إلى استراتيجيات التسويق لمنتجعات التزلج وممارستها في إدارة التسويق. كما حدث في منتجعات اسبانيا وإيطاليا وناقشو نقاط قوة وضعف استراتيجيات التسويق المستعملة عبر منصات التواصل الاجتماعي وتقديم توصيات للتسويق في إدارة المنتجعات.
- سانتوس وآخرون ناقشو دور الموانئ الطرفية السياحية على الوجهات الاقتصادية وهذه الدراسة النوعية تحلل ديناميكية تسهيل الاستدامة السياحية، ورصد البحث الميداني في ميناء عبور لشبونة في البرتغال وليفورنو في إيطاليا. نتائج الدراسة أثبتت اهتمام حقيقي للتنمية المستدامة و الحد من الازدحام.
- دراسة أخرى أجراها zsromek وآخرون والتي شملت المواقع الأثرية و اتخذت بولندا كدراسة ميدانية لسياحة الأشياء على الآثار الصناعية.
- السياحة التراثية تعتبر نوع متماسك مع نهج التنمية المستدامة.

- في دراسة تشانغ وتشينغ, تم تحليل التسويق الاستدامة السياحية حيث تم دراسة إذا ما كانت السياحة يمكن وكيف تحفز النمو الاقتصادي بعد وقوع أي كارثة طبيعية مثل الزلزال الذي حدث في جمهورية صربيا وآثاره في السنوات 2008–2016 وتقدم الدراسة اقتراحات بشأن كيفية دعم صناعات سياسات لمواجهة الوجهات المتضررة. (Martini و Buffa، 2020)
- أدت الصحوة العالمية للتنمية المستدامة الذي تبلور مفهومها وتمت صياغتها عام 1987 ولتحقيق تنمية مستدامة. يتطلب وجود أنشطة واستراتيجيات تسويقية تتواءم مع المزيج والتسويق المستدام.

يعتبر التسويق السياحي أهم الأدوات المساهمة في تطور وتقدم المجتمعات والقوة المحركة لنشاط ونجاح الشركات العامة والخاصة في العصر الحديث.

يشير خبير التسويق العربي عضو جمعية التسويق الأمريكية الدكتور طلعت أسعد عبد الحميد في الملتقى الثاني للتسويق والبيع الاحترافي بصنعاء اليمن 2009 إلى أن تجارب التسويق المتقدم للمنظمات الناجحة ترتبط بمناجم النجاح للمنظمات فائقة النمو والنمو جزء من حركة الحياة, والبحث عن فرص النمو المستقبلية هو واجب ضروري لا غنى عنه لدى منظمات الأعمال في القطاعين العام والخاص ولكن النمو المرتبط بالربحية هو مهمة الإدارة إلى جانب تحقيق النجاح والاستقرار وتحسين مستوى دخل الموظفين ما يسهم في رفع مستوى الإنتاج واستعراض طلعت الطرق الناجحة لكسب التسويق وتحقيق البيع الاحترافي من خلال الجودة والخدمة الأفضل, الأسعار والعلامات التجارية والتكيف وتصميم المنهج وفق احتياطات العملاء, والتصوير والابتكار المنتج أو الخدمة وتوقعات العميل والجمهور واعتبر النقيب فرص النمو والتطوير الضروري الملحة الجديدة من أسس النجاح الحديثة فضلا عن دراسة استراتيجية التطوير والنمو وارتباطها بحركة الإنفاق والنمو المتزايد في مختلف القطاعات وكذا تقييم قوة التطوير ومدى تحقيق الاستفادة القصوى من الأصول المتاحة للتسويق السياحي. (طوال، 2016)

1–3– دور التسويق السياحي الالكتروني في التنمية السياحية المستدامة:

- تعتبر المواقع والصفحات التي تعمل على التسويق السياحي عاملا هاما في تنشيط السياحة وتفعيل ركائز التنمية السياحية المستدامة. نذكر بعضا منها من دور التسويق الالكتروني.
- زيادة إعداد مستخدمي الانترنت ملايين المستخدمين سنويا مما يعني سهولة وصول المعلومة لأعداد كبيرة من الجمهور وذلك زاد من أهمية استخدام المواقع الالكترونية لتنشيط وتنمية السياحة.
- تتمتع الدول العربية بالكثير من المقومات السياحية وخاصة الأثرية والدينية, مما يجعلها محل اهتمام الكثير من السائحين, حيث سارعت بعض الدول بإنشاء مواقع الكترونية تخدم السياحة وتقدم خدمات الكترونية متقدمة ومتميزة.
- خلق بوابات الكترونية بمواصفات عالية تلبي رغبات ومتطلبات مستخدمي الانترنت بغرض السياحة.
- زيادة اهتمام الصفحة الرئيسية بعناوين أخبار وأنشطة الفعاليات المختلفة التي تنظمها وتشارك فيها الوزارة بالداخل والخارج كما تعرض نماذج في شكل نص وصورة وتركز عن روابط الخدمات والمشروعات مما جعلها مدخلا جاذبا ومحفزا للمستخدم وهذا ما حدث في السودان 2019. (كردودي، تقرارت، و بلحاج، 2019)

2– الجانب التطبيقي: واقع التسويق السياحي في تونس ومدى مساهمته في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة:

يعد موضوع التنمية المستدامة ذو أهمية بالغة لمعظم دول وحكومات العالم لاسيما الدول النامية وسعيا منها لتحقيق هذا الهدف باتت تجند كل الموارد المتاحة لديها المادية منها والبشرية ضمن سياساتها واستراتيجياتها في إطار ما يسمى الهندسة الشاملة للاقتصاد وعلى هذا الأساس تصاعد الاهتمام بصناعة السياحة في العديد من دول العالم.

تعد تونس واحدة من الدول النامية التي تمثل السياحة احد الأعمدة التي يقوم عليها اقتصادها نظرا لما تتمتع به من مقومات جذب سياحية متنوعة وتختلف باختلاف المناطق الجغرافية لها, وسعيا منها إلى دفع عجلة التنمية الاقتصادية راهنت على تطوير وتنشيط لهذا القطاع بتجنيد كل الموارد المتاحة لديها من مادية وبشرية ضمن سياساتها واستراتيجياتها مما جعلها قطبا سياحيا يحتل مكانة هامة في السوق العالمية, وقد حقق قطاع السياحة نتائج غير مسبوقة من الإيرادات والسياح الوافدين كان أهمها سنة 2010 وبعد ثورة الياسمين 2011 تأثرت حركة السياحة التونسية بفعل ما شهدته البلاد من اضطرابات أمنية وسياسية, مما أدى إلى تراجع عائدات هذا القطاع الحيوي السائد. (الجزيرة، 2014)

2-1- المقومات السياحية في تونس:

تعد تونس، وهي أكثر الوجهات السياحية لجنوب البحر الأبيض المتوسط، واحدة من تلك البلدان التي تشكل السياحة فيها ركيزة أساسية للاقتصاد لعدة عقود القطاع الديناميكي للغاية ذا أهمية إستراتيجية بالغة الأهمية (مما أدى إلى العديد من القطاعات الأخرى، مثل التجارة والنقل والصناعات التقليدية والاتصالات والزراعة والبناء وما إلى ذلك. في هذا البلد المتوسطي الصغير الواقع في شمال إفريقيا، على بعد ساعة واحدة عن طريق الجو من معظم أوروبا، توجد ثمانية مطارات دولية وسبعة موانئ بحرية وطنية وثمانية مواقع تراث عالمي لليونسكو، علاوة على ذلك، فهي تستفيد من وفرة الموارد الطبيعية، ليس فقط مناخ معتدل يمتد على مدى عشرة أشهر من العام ولكن أيضًا 1300 كيلومتر من الساحل بالإضافة إلى الصحاري والغابات والجبال والبحيرات والجزر البحرية. (NourdineSelmi، 2017).

جدول رقم (02): يبين المطارات والموانئ والأماكن الأثرية بتونس

الأماكن الأثرية حسب تصنيف يونسكو Unescoworld	ميناءات وطنية	مطارات عالمية
The coliseum at El jem 1979	تونس قوليت	تونس قرطاج
The archeological site 1979	رادس	منستير حبيب بورقيبة
The madina in Tunes 1979	بيروت	جربة مليتا
The punic city and necropolis at kairaouan 1988	سوسة	توزر نفطة
The ruins of ancient Romancity of Dougga 1977	صفاقص	صفاقص ثينات باركة
The Ichkeul National Park 1980	قابس	قفصة القصر
		النفيضة

SOURCE: (NourdineSelmi, 2017)

- **الموقع السياحي:**

بفضل إطلالتها الساحرة على البحر الأبيض المتوسط وشريطها الساحلي الممتد على طول نحو 2300 كيلومتر، والتنوع الثقافي والطبيعي الذي تزخر به، احتلت تونس مكانة هامة في صفوف الدول السياحية المتميّزة التي يقصدها ملايين السياح من كل أنحاء العالم، منذ سنوات طويلة.

وتمتلك تونس مقوّمات كبيرة مكنتها من احتلال مكانة هامّة في الدول السياحية في المنطقة، حيث زارها خلال العام 2018، أكثر من 8 ملايين سائح أجنبي ربعهم من الجزائريين، محققة بعائدات مالية ناهزت 1.2 مليار دولار.

ورغم المردودية الضعيفة لقطاع السياحة الذي لطالما خصصت له الحكومات التونسية المتعاقبة موارد مالية ضخمة في شكل دعم مباشر لأصحاب النزل وشركات استقطاب السياح الأجانب، إلا أن تونس تزخر بمقومات سياحية كبيرة، قد تجعلها وجهة مفضّلة للسياح من كل أنحاء العالم.

وبحسب الموقع الرسمي لوزارة السياحة التونسية، يوجد في تونس 15 موقعا سياحيا مهيّئا لاستقبال السياح الأجانب وهي على التوالي: تونس العاصمة، ضفاف قرطاج، بنزرت، الحمامات– نابل، ياسمين الحمامات، طبرقة – عين دراهم، سوسة – مرسى القنطاوي، المنستير، المهدية، القيروان، سبيطلة – قصرين، جزيرة جربة – جرجيس، صفاقس– جزر قرقنة، الواحات، والجنوب التونسي.

ويعدّ المنتوج السياحي في تونس متنوعا، حيث لا يكتفي زائرها بالمكوث في مكان أو مدينة واحدة أثناء تقضية عطلته، حيث يمكنه التمتع بالسياحة الكلاسيكية المرتكزة أساسا على النزل والاستمتاع بالسباحة في البحر في فصل الصيف، إضافة إلى السياحة الثقافية وسياحة المعالجة بمياه البحر ولعب رياضة القولف والسياحة البيئية وغيرها.

وفور نزول السائح في مطار قرطاج بالعاصمة، يمكن له أن يتمتع بالجمال الطبيعي والتاريخ والأصالة والحضارة في أكثر من مكان في العاصمة، حيث يمكن له زيارة مدينة قرطاج المدرجة ضمن قائمة التراث العالمي لمنظمة اليونسكو، والمعروفة بطبيعتها الجميلة وأماكنها الأثرية التي يعود تاريخها لآلاف السنين على غرار المسرح الأثري ومتحف قرطاج والحي البونيقي والفوروم، كما لا يفوت فرصة زيارة مدينتي سيدي بوسعيد والمرسى والمدينة العتيقة وجامع الزيتونة المعمور....

- **سوسة والحمامات الجميلتان**

وتعتبر مدينة سوسة الملقّبة بـ"جوهرة الساحل"، المقصد الأول للسياح لكونها مدينة نموذجية تجمع بين أصالة الحاضر وتطور المنشئات السياحية وعبق التاريخ وأصالته، حيث يوجد في سوسة، عشرات المنشئات السياحية الفخمة، والتي توفّر للسائح منتوجا راقيا بأسعار في المتناول، بأسوارها ذات الحجارة الصفراء المقابلة للبحر وأسواقها العامرة وأزقتها ذات الطابع المتميز، والتي يقصدها مئات الملايين سنويا للتجوال فيها والتبضّع وشراء الهدايا التذكارية.

وتتخصص المنتجعات العلاجية بالمياه المعدنية الحارة والطبيعية في تونس، في التنحيف وعلاج آلام الظهر والمفاصل والأمراض المتعلقة بالعين والأنف والحنجرة، إضافة إلى العلاج بمياه البحر، الذي يشكل في الوقت الحالي حلا فريدا للكثير من المشاكل الصحية مثل مخلفات الحمل والولادة والتوتر النفسي، هذا وتوجد أبرز المنتجعات العلاجية المعتمدة على العيون الحارة بنابل وحمام بورقيبة التابعة لولاية جندوبة فضلا عن المركز الاستشفائي في مدينة جربة التابعة لولاية مدنين، هذا وتستغل المراكز الأربعة 50 مركز علاج بالمياه الطبيعية و30 حماما تقليديا وأكثر من 50 مركزا للمعالجة بمياه البحر و18 نبعا جوفيا حارا، فضلا عما يناهز خمسين مركزا للنقاهة.

وتحتل تونس المرتبة الثانية عالميا بعد فرنسا في مجال السياحة العلاجية، حيث ناهزت عائدات السياحة العلاجية نحو نصف مليار دولار سنويا أي بنسبة 45 % من العائدات الجملية للسياحة، كما تستقطب تونس حوالي

500 ألف سائح في السنة، يقصدون البلاد وأغلبهم من أوروبا التي تعتبر السوق التقليدية للسياحة العلاجية والطبية في تونس. (النقاز، 2019)

- **المقومات الطبيعية:**

تقع الجمهورية التونسية في منطقة شمال أفريقيا، يحد تونس من جهة الغرب دولة الجزائر، ومن الجنوب الشرقي دولة ليبيا ومن الشمال والشرق يحدها البحر المتوسط. ويعتبر الموقع الجغرافي التونسي من المواقع الأكثر تميزاً على الساحل الجنوبي للبحر الأبيض المتوسط، حيث يمتاز الساحل الشمالي لتونس بأنه كثير التعاريج ويحتوي على العديد من الخلجان بما يسمح بوجود الموانئ الطبيعية وإنشاء موانئ حديثة أيضاً، وتقل تلك التعاريج كلما اتجهنا ناحية الساحل الشرقي الذي يتوفر على خلجان واسعة لغرض السياحة والمصايف. أما داخليا فتونس تتميز بمجموعة المناطق ذات الخصائص المتنوعة منها المناطق المرتفعة الصخرية والمناطق السهلية، إضافة إلى المناطق الصحراوية التي تمتد من صحراء الجزائر وتوجد بها بعض الواحات التي تنشأ بجوار آبار المياه الجوفية ويمتاز المناخ التونسي بأنه معتدل بارد وممطر شتاءا وحار وجاف صيفا. (العاجيب، 2019)

- **المقومات البشرية:**

تتمتع تونس بمرافق ومناطق سياحية جميلة وخلابة تجعل منها هدفا ومقصدا للزيارة والسياحة من شتى الشعوب لا سيما الشواطئ الطويلة في البلاد, إضافة إلى المتاحف والأماكن الأثرية لعديد من الحضارات التي تروي للزائر حكاية تونس وتاريخها القديد فهي ملتقى للحضارت والثقافات التي شهدت من خلالها تعاقب شعوب عديدة اختلفت في المعتقدات والديانات واللغات ومناهج التفكير وأنماط العيش ومن بينها: مدينة تونس, ضفاف قرطاج, بنزرت..... ((www.Tourism.gov.tn)، 2020).

2-2- تحليل مؤشرات التنمية السياحية والاقتصادية المستدامة في تونس 2010 -2019:

يمكن استعراض أهم مؤشرات تطور قطاع السياحة في تونس خلال الفترة منذ 2010-2019 من خلال:

2-2-1- المؤشرات الاقتصادية:

تتمثل أهم المؤشرات الاقتصادية للتنمية السياحية في تونس في العناصر التالية:

- **الاستثمار السياحي:**

جدول رقم (03): يبين تطور الاستثمار السياحي للفترة 2010- 2018

الشرح	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
الاستثمار السياحي. مليون. د	376.4	208.2	240.1	297.8	241.9	200.2	261.1	447.2	216.3

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات المعهد الوطني للإحصاء (www.ins.tn/or/theme)

من خلال تتبع حركة الاستثمار السياحي خلال فترة 2010-2018 والموضحة بالجدول أعلاه يلاحظ أنه شهد تراجعا كبير في 2011 مقارنة بسنة 2010 وذلك راجع إلى إحداث ثورة الياسمين سنة 2011 التي طالت القطاع السياحي حيث أدى من عدم الاستقرار والفوضى الأمنية والسياسية إلى تراجع مردود القطاع وفي سنة 2012 ومع بداية تعافي القطاع سجل الاستثمار السياحي ارتفاعا بنسبة 15 بالمئة سنة 2013 بينما شهد انخفاض ملحوظ بنسبة

3,3 بالمئة سنة 2014 مقابل 17,2 سنة 2015 وذلك راجع إلى الهجومات التي وقعت في تلك الفترة والتي أثرت على نمو الحركة السياحية. وفي سنة 2017 شهد تقدما كثيرا ثم تراجع نسبيا 2018.

- **عدد السياح القادمين إلى تونس 2010-2019**

شهد عدد السياح القادمين إلى تونس خلال الفترة 2010-2019 نموا متذبذبا والجدول يوضح ذلك:

جدول رقم (04): يبين تطور عدد السواح القادمين إلى تونس 2010-2019

الوحدة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ألف سائح	6903	4785	5950	6268	6069	4201	5724	5742	8000	9000

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات المعهد الوطني للإحصاء (www.ins.tn/or/theme)

تشير بيانات الجدول السابق إن عدد السياح القادمين إلى تونس قد شهد انخفاضا كبيرا سنة 2011 مقرنة ب 2010 بسبب أحداث ثورة 2011 وما تبعها من عدم استقرار سياسي و امني مما أدى إلى تراجع عدد السياح ,سنة 2012 و2013 و2014 شهد انتعاشا ملحوظا حيث ارتفع عدد السياح الوافدين ولكنه ضئيل بما كان متوقع في خطة التنمية السياحية التي هدفت إلى استقطاب مجموعات كبيرة من السياح. زاد عدد السواح هام 2018 و2019 وذلك لاستثمار الرياضة السياحية في تلك الفترة حيث رفع وزير السياحة التونسي الجديد روني الطرابلسي عدة تحديات أبرزها رفع عدد السياح الذين زاروا تونس.

- **المنشآت السياحية:**

جدول رقم (05): يبين عدد المؤسسات الاقتصادية

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
عدد المؤسسات السياحية	856	861	846	847	848	862	824	848	868

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات المعهد الوطني للإحصاء (www.ins.tn/or/theme)

نلاحظ من الجدول أن عدد المؤسسات السياحية قد انخفض خلال الفترة من 2012-2014 وذلك بنسبة محترمة بسبب تراجع النشاط السياحي خلال ثورة 2011 مما أدى إلى غلق البعض من هذه المؤسسات وفي سنة 2015 ارتفع عدد هذه المنشآت ووصل 862 ثم شهد انخفاض طفيف سنتي 2016 و2017 مقارنة بـ 2015 ثم زاد عدد المؤسسات السياحية إلى 868 نهاية 2018.

2-2-2- المؤشرات الاجتماعية:

بالتركيز على التوظيف كونه يساهم بنسبة كبيرة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة فقد أشارت بيانات المعهد التونسي للإحصاء إن عدد الموظفين لقطاع السياحة شهد نموا متذبذبا خلال الفترة 2011-2015 مقارنة بسنة 2016 والجدول يبين ذلك:

جدول رقم (06): يبين التوظيف السياحي المباشر في تونس 2010-2019

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ألف شخص	96.6	96.8	96.8	96.1	96	96.5	94	93.7	95

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات المعهد الوطني للإحصاء (www.ins.tn/or/theme)

يوضح الجدول السابق أن التوظيف السياحي المباشر كان متذبذبا خلال الفترة 2010-2018 حيث أن عدد العاملين سجل ارتفاعا سنة 2011 مقارنة بـ2010 وفي سنة 2012 سجل انخفاضا بنسبة ضئيلة مقابل سنة 2013 و2014 وفي سنة 2015 ارتفع بنسبة معينة, أما بالنسبة للتوظيف الغير المباشر وحسب نفس المصدر فلم يسجل أي توظيف وذلك بسبب التوترات الأمنية التي حدثت أثناء الثورة والتي أدت إلى غلق عدد من المنشآت السياحية وتسريح العاملين لا سيما الموظفين بصفة غير مباشرة, مما أدى إلى تراجع عائدات القطاع غير مباشرة, مما أدى إلى تراجع عائدات القطاع السياحي التونسي ثم عادت النسبة بالانخفاض عام 2016 و2017 مع شهد صعود طفيف بـ 2018.

وعليه من خلال تحليل أهم المؤشرات القطاع السياحي التونسي للفترة من 2011 إلى 2018 ومقارنة بنسبة 2010 التي تعتبرها وزارة السياحية التونسية السنة المرجعية للسياحة حيث حققت فيهما أفضل النتائج منذ شروعها.

2-2-3- قراءة مؤشرات الاستدامة بتونس 2010 -2019:

تتنوع وتتسع المؤشرات التي يتم الاعتماد عليها في استقراء مدى التطور نحو تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في البلدان, إلا انه سيتم التركيز في هذا العنصر على أهم هذه المؤشرات ولاسيما تلك التي تبرز لموقع قطاع السياحة ضمن قطاعات التنمية الاقتصادية.

- **المؤشرات الاقتصادية:** تتمثل فيما يلي:

الناتج المحلي الإجمالي: يتم توضيح تطور الناتج المحلي الإجمالي قبل وبعد الثورة 2011 وفق الآتي:

جدول رقم (07): يبين تطور الناتج المحلي الإجمالي للفترة 2010-2019

الوحدة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
معدل النمو السنوي	3.51	-1.92	4.00	2.87	2.82	1.15	1.17	1.92	2.66	1.04

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات البنك الدولي (https://data.albankaldawli.org/country/tunisia)

من الجدول نلاحظ ان الناتج المحلي الإجمالي شهد تذبذبا خلال الفترة 2010 و2011 حيث سجل سنة 2011 معدل نمو منخفض مقارنة ب 2010 وهذا كنتيجة للوضع الأمني السياسي لتونس وما نتج عنه من تراجع في النمو الاقتصادي بسبب الثورة الشعبية التي وقعت في 2011, وفي سنة 2012 سجل ارتفاعا ملحوظا بمعدل نمو معقول كبداية لانتعاش الاقتصاد, أما في سنة 2013 فقد تراجع معدل النمو سنة 2014 وفي سنة 2015 استمر معدل النمو في الانخفاض وذلك بسبب الظروف التي عاشتها تونس ذاك العام وهذه الظروف دفعتها للجوء للاقتراض من المنظمات المالية العالمية مثل صندوق النقد الدولي والبنك الدولي والبنك الإفريقي للتنمية والاتحاد الأوروبي, علاوة عن بعض الديون الثنائية الأخرى اتجاه بعض الدول وذلك لدعم اقتصادها خلال السنوات العجاف لأداء السياحة وعدم تمكن الحكومة الانتقالية من استعادة التموقع الاستراتيجي لبعض القطاعات لا سيما قطاع السياحة والخطط الطامحة لذلك. وفي سنة 2018 شهد ارتفاعا معتبرا ثم عاود الانخفاض عام 2019.

- **المؤشرات الاجتماعية:**

هناك العديد من المؤشرات الاجتماعية إلا انه سيتم التركيز على أهمها والمتمثل في التوظيف, يؤثر على الفرق وتوزيع الدخل وغيرها من المؤشرات ويمكن توظيف تطور عمليات مطالب الشغل في تونس للفترة 2010 إلى 2017 في خلال:

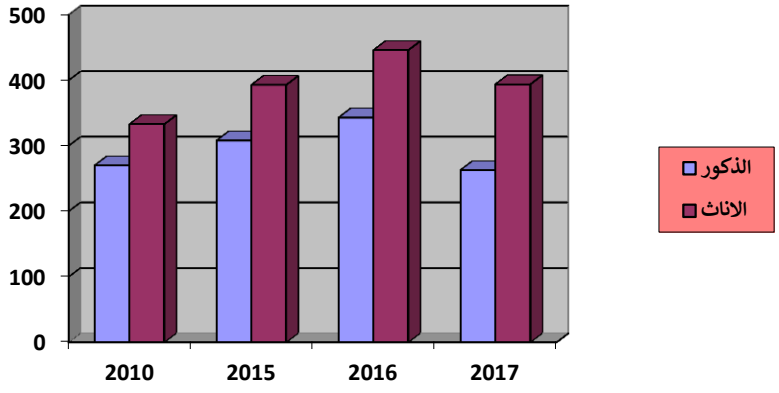
جدول رقم (08): يبين تطور مطالب الشغل للذكور والإناث في تونس بين 2010-2017.

تطور مطالب الشغل المسجلة	2010	2015	2016	2017
مطالب الشغل المسجلة ذكور	270,754	308,416	343,261	263,500
مطالب الشغل المسجلة اناث	333,573	393,260	446,666	394,043

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات المعهد الوطني للإحصاء (www.ins.tn/or/theme)

وتترجم معطيات هذا الجدول في الشكل التالي:

شكل رقم (01): يوضح مطالب الشغل في تونس المسجلة في الفترة 2010-2017



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول رقم(08)

من الشكل السابق نلاحظ تذبذب في إحصائيات عدد مطالب الشغل المسجلة للذكور والإناث خلال السنوات 2010 و2015 و2016 و2017 حيث نلاحظ زيادة مطالب الشغل عام 2015 و2016 ثم انخفاض معتبر للعدد عام 2017.

2-3- أثر التسويق السياحي على مؤشرات التنمية الاقتصادية المستدامة:

الجدول التالي يوضح أهم المؤشرات الاقتصادية لتونس في السنوات الأخيرة, أجمالا سنة 2019 سنة تأكيد الانتعاشة الاقتصادية وتحقيق نسبة نمو تمكن من أحداث مزيد من مواطن الشغل وتحسين مستوى العيش والتحكم التدريجي في التوازنات المالية الكبرى, وتبقى هذه الأهداف على أهميتها مرتبطة ارتباطا وثيقا بمدى القدرة وعلى تنفيذ واستيعاب مجمل الإصلاحات الهيكلية وتجاوز الصعوبات في جديد القطاعات التي شهدت تراجعا في أداءها وخاصة منها القطاعات الاستخراجية, كما تركز هذه الأهداف على استعادة رصيد الثقة بين المتعاملين الاقتصاديين بالعلاقة مع استكمال الإطار المؤسساتي وتركيز الهيآت الدستورية المستقلة إضافة إلى الوقع الإيجابي لمفعول عديد الإصلاحات والسياسات والإجراءات التي تم اعتمادها وخاصة منها المتعلقة بتحسين مناخ الأعمال ودفع الاستثمار وتوفير مساندة أفضل للتصدير. ..طبعا هذا قبل ازمة كورونا...

جدول رقم (09): يبين أهم المؤشرات الاقتصادية في تونس

بالأسعار القارة (%)	2015	2016	2017	2018	2019
نمو الناتج المحلي الإجمالي	1.2	1.0	1.9	2.6	3.1
الناتج ماعدا الفلاحة	0.1	2.1	1.9	1.9	3.3
تطور الاستهلاك الخاص	3.2	3.1	2.2	2.1	2.2

تطور مؤشر الأسعار	4.9	3.7	5.3	7.8	7.0
صادرات السلع والخدمات[1]	6.6-	5.9	17.3	16.6	9.9
واردات السلع والخدمات[1]	4.6-	5.5	18.9	14.2	8.0
تطور الاستثمار[1]	2.3	3.1	4.2	8.3	10.9
نسبة الاستثمار من الناتج	19.9	19.3	18.7	18.4	18.6
الاستثمار الخارجي المباشر والمساهمات(م د)	1967.0	2368.0	2244.4	2500.0	3230.0
نسبة الادخار[2] من الدخل	10.8	9.4	9.4	9.5	10.7
العجز الجاري من الناتج	8.9	8.8	10.2	9.9	8.9
نسبة الصادرات من الناتج	40.1	40.0	43.6	46.3	46.2
نسبة الواردات من الناتج	50.0	50.7	56.0	58.3	57.1

[1]بالأسعار الجارية [2]بالمقارنة مع الدخل القومي

المصدر: الميزان الاقتصادي, الجمهورية التونسية وزارة الاقتصاد والمالية, أكتوبر 2019 (www.mdici.gov.tn)

مما لاشك فيه أن قطاع السياحي يمثل قطاع استراتيجي ضمن هيكلة الاقتصاديات ولاسيما الاقتصاد التونسي, وهو ما يمكن استنتاجه من خلال ما تقدم من تحليل وقراءة, سواء من ناحية مؤشرات أداء هذا القطاع, أو مكانه على مستوى الاقتصاد التونسي الذي يعمل على تسريع خطوات التحول نحو إرساء التنمية المستدامة وقد عمدت هذه الدراسة إلى دراسة دور واثر السياحة في تنشيط ودعم مؤشرات التنمية المستدامة من خلال متغير هام وهو التسويق السياحي الذي يمثل الحافز الاستراتيجي لتنشيط قطاع السياحي والنشاطات المتصلة به.

ومن هذا المنطلق فأننا نري ومن خلال العرض المقدم للمؤشرات الاقتصادية والاجتماعية وكذلك تحليلها وقراءتها أن القطاع السياحي ومن خلال متغير التسويق السياحي لم يؤثر علي معدلات النمو الاقتصادي المحققة وهي نتيجة حتمية تم التوصل اليها حيث أن النمو الاقتصادي أعتمد بصورة شبه كلية علي الدين الخارجي والتقيد التام بشروط الصندوق النقد الدولي.

وفي انتظار تعزيز وتحفيز حركية التسويق السياحي من أجل استعادة المكانة الإستراتيجية السياحية والتنافسية وتفعيل مكانته في تحقيق التطور والنمو الاقتصادي في تونس طبعا دون إهمال الجانب الأمني وتأثيرات أزمة كورونا.

- **خاتمة: نتائج الدّراسة والتوصيات:**

من خلال ما تم التطرق إليه نستخلص ما يلي:

- إن قطاع السياحة في تونس يساهم وبشكل كبير في النمو الاقتصادي للبلد وأن أي تراجع في هذا القطاع يتسبب في تراجع هذا الاخير.
- إن التسويق السياحي يعتبر عمالا مهما في تنشيط الحركة السياحية على المستويين المحلي والدولي وبالتالي المساهمة في التنمية السياحية ومن ثم دفع عجلة التنمية الاقتصادية المستدام,فهو يساعد على إبراز صورة واضحة عن الوجهة السياحية و خلق انطباع جيد في ذهن السائح حول الاسواق المستدامة.
- إن صناعة السياحة لا تتحقق نتائجها إلا باستخدام تسويق سياحي فعال, وذلك من خلال الاختيار الأمثل لعناصر المزيج التسويق السياحي وما يرتبط بها من سياسات واستراتيجيات تسويقية كأدوات هامة تعتمد عليها إدارة المنظمة السياحية في التأثير على البيئة المنافسة لها.

- إن التسويق السياحي في إطار بحثه عن إرضاء السائح يهتم بقضايا البيئة ومن هنا برزت المسؤولية الاخلاقية والاجتماعية والبيئية للوظيفة التسويقية التي ركزت عليها المنظمات السياحية للوصول إلى تنمية مستدامة بكل أبعادها الاقتصادية و الاجتماعية والبيئية.
- إن خطة التنمية السياحية التونسية اعتمدت وبشكل كبير على السياحة الخارجية وأهملت السياحة الداخلية.
- حسب ما توفر من بيانات وإحصائيات حول مؤشرات القطاع السياحي في تونس فقد اتضح أن ثورة 2011 قد أثرت سلبا وبشكل كبير على مردود هذا القطاع مقارنة بما حققه من عائدات قبل حدوثها وحالت دون تحقيق الاهداف المحددة في خطة التنمية السياحية للفترة 2011–2019 فالحركة السياحية كانت شبه منعدمة رغم الجهود المبذولة بسبب تردي الوضع الامني سنة 2011, وفي سنة 2012 شهدت الحركة السياحية بعض التحسن الطفيف وأصبحت أفضل في سنة 2013 غير أنها لم تعد للنسق الذي كانت عليه قبل الثورة لا سيما بعد هجومات 2015 التي زادت من توتر الاوضاع وتراجع عائدات القطاع.
- إن خطة التنمية السياحة في تونس اتجهت إلى توفير منتوجات سياحية ذات جودة وتنافسية على مستوى أسوقها, ولكنها أهملت العامل الامني الذي يعد جوهر النشاط السياحي. ذلك أن نمو السياحة ذو درجة عالية من الحساسية لهذا العامل, وهو ما تمت ملاحظته من تدهور الأوضاع الامنية في تونس جراء الربيع العربي الذي أثر بشكل كبير على الصورة السياحية لتونس و تراجع عائداتها.
- من خلال نتائج وتحليل المؤشرات الاقتصادية وكذلك معدل النمو الاقتصادي المحقق تبين في خلال الفترة المقترحة للدراسة أن عامل التسويق السياحي في القطاع السياحي في تونس لم يؤثر على معدلات النمو الاقتصادي المحققة حيث أعتمد وبصورة شبه كلية على الدين الخارجي.

تبعا لذلك فإننا نقدم بعض المقترحات في هذا الصدد:

- لا بد من إعطاء الدور الكامل للتسويق السياحي الذي يلعب الدور الاهم في تنشيط القطاع السياحي وذلك من خلال ابتكار مزيج تسويقي متكامل و فعال لجذب السياح و إعادة الصورة السياحية لتونس كوجهة سياحية مفضلة للعديد من السياح.
- تحسين وتكثيف منظومة الامن السياحي والصحي بعد أزمة كورونا وذلك لضمان مواسم سياحية أفضل إذ أن العامل الأمني شديد التأثير على الطلب السياحي المحلي و الدولي.
- ضرورة تطوير السياحة الرقمية, حيث أن تزويد السياح بالخدمات الالكترونية يمثل أحد مقومات نجاح صناعة السياحة لما تمثله من ذهنية في تخفيض التكاليف واختصار العامل الزمني و يتحقق ذلك من خلال الاعتماد على استراتيجيات التسويق الالكتروني لتحقيق أداء شامل ومتميز يسهم في تطوير المنظومة السياحية لدعم التنافسية واستقطاب السائحين والاستثمارات السياحية.
- تشجيع السياحة الداخلية واعتبارها كبديل ثاني داعم لقطاع السياحة.
- البحث عن فرص أفضل لتسويق السياحة التونسية و توسيع الاسواق المستهدفة.
- منح تسهيلات وإعفاءات لدخول السياح كمسعى لتشجيع وإعادة تنشيط حركة السياحة دوليا.

ومن أجل إثراء أكثر لهذه الدراسة كآفاق بحثية فإننا نشجع على دراسة:

- دور السياحة الداخلية في تطوير وتنشيط القطاع السياحي.
- العلاقات العامة و تأثيرها في تنمية المبيعات السياحية.
- استراتيجيات التسويق السياحي ودوره في صناعة السياحة في تونس.
- التسويق السياحي الالكتروني ودوره في تنشيط حركة السياحة في تونس.

- **قائمة المراجع والمصادر:**

NourdineSelmi, **Tunisian Tourism at the eye of an Arab spring storm**, 2017.

Martin U, Buffa F, **Marketing for Sustainable Tourism**, Sustainability, Mars 2020, P1-6.

الدول والاقتصاد، احصائيات حسب الدول، موقع البنك الدولي، تم الاسترداد بتاريخ 2020/10/06، على الرابط: https://www.albankaldawli.org.country.

أنس يحيى أحمد علي، **معوقات التنمية الاقتصادية في الدول النامية–دراسة حالة السودان**، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد، جامعة النيلين، السودان، 2018.

إحصائيات حسب المحور، موقع المعهد الوطني للإحصاء، تم الاسترداد بتاريخ 2020/10/05 على الرابط:www.ins.tn/or/theme .

الميزان الاقتصادي، موقع وزارة الاقتصاد والمالية، تونس، تم الاسترداد بتاريخ 2020/10/05، على الرابط: www.mdici.gov.tn.

إحسان سليمان سعد أحمد، **التسويق لسياحي وأثره في أداء الشركات ووكالات السياحة والسفر**، رسالة ماجستير، كلية الدراسات والبحث العلمي، الخرطوم، السودان، 2017.

إسلام عتوم، **ماهو التسويق السياحي الالكتروني؟**، قسم التسويق، مدونة العربي، 2019/10/31، تم الاسترداد بتاريخ 2020/10/05، على الرابط: https://e3arabi.com.

رؤوف محمد علي الأنصاري. (24 جانفي, 2019). السياحة والتنمية الاقتصادية.

سعيدي توفيق، لعويجي مبروك، **واقع التسويق السياحي في الجزائر دراسة حالة**، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف، 2017.

سهام كردودي، يزيد تقرارت، و زهرة بلحاج، **دور الاعلام في التسويق السياحي لتحقيق التنمية المستدامة**. مجلة الدراسات الاعلامية، العدد 06، 2019، ص ص، 263–280.

شمس الدين النقاز، **دليلك السياحي لزيارة تونس والتمتع بعطلة ميثالية**، موقع نون بوست، 2019/08/02. تاريخ الاسترداد 2020/11/04، على الرابط: www.noonpost.com.

عبد القادر بسع، دومة علي طهراوي، و كريم بودخدخ، **الاستدامة البيئية للمؤسسة الصناعية**، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، العدد01، المجلد 01، ديسمبر 2018، ص ص 29–42.

كمال فقير، وعلي يوسفات، **التنويع في مصادر الدخل وأثره على النمو الاقتصادي –دراسة تحليلة لحالة الامارات العربية المتحدة**، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، العدد 02، المجلد 03، مارس 2020، ص ص 1–15.

ليلى عياد، واحمد هلالي، **التبادل التجاري الحدودي وأثره في تسويق المنتج السياحي الصحراوي–ولاية أدرار ودولتي مالي والنيجر أنموذجا**، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، العدد 01، المجلد01، ديسمبر 2018، ص ص 73–81.

إرتفاع عائدات السياحة بالربع الأول، موقع الجزيرة نت، 2014/04/08، تاريخ الاسترداد 2020/11/04، من الرابط: www.aljazeera.net.

هيبة طوال، **تطبيق التسويق في ظل التنمية المستدامة–دراسة حالة الجزائر**، مجلة البديل الاقتصادي، العدد06، المجلد03، 2016، ص80–92.

يونسي مصطفى، **دور وأهمية السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية –حالة الجزائر–**، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 13، المجلد05، ديسمبر 2013، ص ص 223–238.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:46-60.

Tourism marketing and its effect to achieve economic development sustainability case study Tunisia 2010/2019

Fathi benamar[1], Hadj belgacem ferhat[2]

[1] PhD student and temporary professor, Department of Economic Sciences, University of Tunis Al-manar, Tunis, fathibenamar19@gmail.com.
[2] PhD student and temporary professor, Department Social Sciences, University of Eloued, Algeria, ferhat-hadjbelgacem@univ-eloued.dz.

ARTICLE INFO

Article history:
Received:26/12/2020
Accepted:01/01/2021
Online:11/01/2021

Keywords:
**Tourism marketing*
**Tourism sustainability*
**Tourism conditions*
**Tourism sustainability indicators*
JEL Code: M31, O1

ABSTRACT

This study summarizes the importance, effect and role of the tourism marketing to achieve economic development sustainability in Tunisia focusing on the period 2010/2019 before the revolution 14/01/2011 for achieving the study aim, researchers used many economic and social indicators based on analytic descriptive approach. The study findings through the given presentation of the social and economic indicators as well as analysing the tourism sector in Tunisia at that suggested period didn't affect on progress achieved averages whereas it is particularly depended on external dept and strict compliance with International Monetary fund.

On the basis of that findings, the researchers recommend that boosting and motivating the motorcycle tourism Marketing in order to restore the strategic Tourism stature and activate its position to achieve the economic progress in Tourism without ignoring both health and security aspects.

التسويق السياحي وأثره في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة

دراسة حالة تونس 2019/2010

فتحي بن عمر [1]، حاج بلقاسم فرحات [2]

[1] أستاذ. ط.د، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة تونس المنار، تونس، fathibenamar19@gmail.com .

[2] أستاذ. ط.د، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة الوادي، الجزائر، ferhat-hadjbelgacem@univ-eloued.dz.

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال: 2020/12/26:
تاريخ القبول: 2021/01/01:
تاريخ النشر: 2021/01/11:

الكلمات المفتاحية

التسويق السياحي
التنمية السياحية المستدامة
المقومات السياحية
مؤشرات التنمية السياحية
JEL Code: M31, O1

الملخص

لخصت هذه الدراسة إلى أهمية ودور وتأثير التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في تونس وذلك بالتركيز على الفترة 2019/2010 أي قبل ثورة 14 جانفي 2011 ولتحقيق هدف الدراسة قام الباحثين باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وقد بينت لنتائج الدراسة من خلال العرض المقدم للمؤشرات الاقتصادية والاجتماعية وكذلك تحليلها وقراءتها ان قطاع السياحي ومن خلال متغير التسويق السياحي في تونس خلال الفترة المقترحة لم يؤثر على معدلات النمو الاقتصادي المحققة ، حيث اعتمد وبصورة شبه كلية علي الدين الخارجي وتقيد التام بشروط صندوق النقد الدولي وبناء على هذه النتيجة فأن الباحثين يوصي بضرورة تعزيز وتحفيز حركية التسويق السياحي من اجل استعادة المكانة الاستراتيجية السياحية وتفعيل مكانته في تحقيق التطور والنمو الاقتصادي في تونس دون اهمالا الجانب الامني والصحي.

*Corresponding Author *Fathi Benamar, Email:* fathibenamar19@gmail.com

- **مقدمة:**

يعتبر التسويق السياحي من أهم أدوات التنمية السياحية المعاصرة وكذلك من أهم مظاهر التنمية الاقتصادية المستدامة التي تهدف إلى زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وإلى التنمية الحضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والبشرية والمادية في الدولة، إذ أن مقدار الإيرادات السياحية المحققة كثيرا ما تستخدم كمؤشر اقتصادي وان كان غير كافيا لقياس النمو والتقدم.

وتعد تونس واحدة من الدول النامية التي تشمل السياحة احد أهم الأقطاب التي يقوم عليها اقتصادها راهنت على تطوير وتنشيط هذا القطاع بتجنيد كل المواد المتاحة لديها ضمن سياستها وإستراتجيتها مما جعلها قطبا سياحيا يحتل مكانة هامة في السوق العالمية وقد حقق قطاع السياحة نتائج غير مسبوقة من الإيرادات والسياح الوافدين كان أهمها سنة 2010، وبعد الثورة السياسية سنة 2011 تأثرت حركة السياحة التونسية بفعل ما شهدته البلاد من اضطرابات أمنية وسياسية مما أدى إلى تراجع عائدات هذا القطاع الحيوي والحساس.

على ضوء ما تقدم وفي إطار الواقع المشار إليه يمكن طرح الإشكالية التالية:

- ما مدى أهمية التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في تونس؟

والتي تتفرع منها التساؤلات الآتية :

- ما هي مقومات العرض السياحي في تونس؟
- ما هي الرؤية الإستراتجية السياحية للتنمية السياحية في تونس؟
- هل تتناسب مؤشرات التنمية السياحية للفترة 2019/2010 مع أهداف خطة التنمية السياحية لتونس؟
- ما مدى مساهمة التسويق السياحي في إعادة تونس للواجهة السياحية العالمية بعد أحداث ثورة 2011؟

والإجابة على الإشكالية الرئيسية تم اعتماد فرضية رئيسية تتمثل في:

- للتسويق السياحي أهمية إستراتيجية في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في تونس للفترة 2019/2010.

1. أهداف الدراسة:

- إبراز الدور الذي يمثله التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.
- تقييم واقع التسويق السياحي في تونس ودوره في دفع عجلة التنمية الاقتصادية المستدامة.
- السعي لتطبيق مفهوم التنمية السياحية البيئية المستدامة في المناطق السياحية.

2. أهمية الدراسة:

- تزايد اهتمام الدولة التونسية لتطوير القطاع السياحي والتنمية المستدامة، وخلق مناطق التوسع السياحي الجديدة.
- أهمية إتباع سياسة تسويقية سياحية جيدة من شأنها المحافظة على البنية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية وعلى الموارد الطبيعية والبيئية على أن تبقى صالحة إلى الأجيال القادمة.

3. حدود الدراسة:

- **المجال المكاني:** تمت دراسة واقع التسويق السياحي ومساهمته في التنمية الاقتصادية المستدامة في تونس.

- **المجال الزماني:** لقد اعتمدنا في دراستنا على الفترة الممتدة من سنة 2010 إلى غاية سنة 2019. وذلك لدراسة مدى تأثير ثورة 2011 على قطاع السياحة التونسي.

4. منهج الدراسة:

اتبعنا في تحليل الإشكالية المطروحة واثبات صحة الفرضية المتبناة المنهج الوصفي بالنسبة للجانب النظرى من خلال عرض كافة المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الموضوع والمنهج التحليلي من خلال قراءة وتحليل إحصائيات ومؤشرات التنمية المنشورة في عدة منظمات وهيئات محلية و دولية.

ولقد قسمنا الدراسة الي شقين وهما.

الجانب النظري: مفهوم التسويق السياحي وعلاقته بالتنمية المستدامة.

الجانب التطبيقي: دراسة تطبيقية- حالة- لواقع التسويق السياحي في تونس ومدى مساهمته في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

1- الجانب النظري: مفهوم التسويق السياجي وعلاقته بالتنمية المستدامة:

1-1- مفهوم التسويق السياحي:

هو ذلك النشاط الذي يُحقق مجموعة من المنافع لأطراف العملية التسويقية في المجال السياحي، ويهتم بعملية تبادل المُنتج السياحي -حيث يعتبر هذا الأخير أحد أهم العناصر الجوهرية التي تحدد مصير العملية التسويقية للنشاط السياحي-. (عياد و هلالي، 2018)، ويُعرف أيضاً أنه ذلك النشاط الذي يهتم بعملية التبادل بين الهيئات السياحية والمُنظمات، سواء داخل أو خارج الدولة من ناحية، والمُستفيدين من الخدمات السياسية، سواء داخل أو خارج الدولة من ناحية أُخرى، بالشكل الذي يُحقق رضا ومنافع للطرفين، وذلك في إطار مجموعة من الاستراتيجيات والسياسات الأزمة لتحقيق ذلك. (عتوم، 2019).

بإمكاننا تلخيص أكثر النقاط المهمة التي تميز مفهوم التسويق السياحي في الجدول رقم(1) يوضح تفاصيلها:

جدول رقم (01): يبين مفهوم التسويق السياحي

أساس مفهوم استراتيجية التسويق	الشرح
إدارة فنية	لأنه يقوم على التخطيط والتنظيم والتوجيه والتنسيق والرقابة ووضع سياسات تسويقية
نشاط مشترك	لأنه يضم عدة هيئات ووجهات سياحية رسمية وعامة ومشتركة
مصدر الدولة	لأنه نابع أساسا من داخل الدولة وهي المصدر الرئيسي لهذا النشاط
ذو هدف عام	لأنه يسعى على تحقيق النشاط المستمر وزيادة الحركة السياحية

المصدر :بالاعتماد على (سعد أحمد، 2017)

تعريف التسويق السياحي يقوم على عدد من العناصر المهمة المتمثلة في (مبروك، 2017):

- التسويق السياحي عملية إدارية وفنية: من الجانب الإداري يقوم التسويق أساسا على التخطيط والتنظيم وتوجيه العاملين في الجهاز التسويقي للأسلوب الأمثل في العمل والتنسيق بين جهودهم, ثم الرقابة على الجهود التسويقية المبذولة والتأكد من أن ما تم تخطيطه تسويقيا قد تم تنفيذه أما الجانب الفني فيدخل فيه المنهج والأسلوب المستخدم في العملية التسويقية والسياسات والاستراتجيات التي تلجأ إليها المنظمة السياحية لتسويق المنتج السياحي إليها.

- التسويق السياحي نشاط مشترك: فهو نشاط مشترك تمارس مختلف الهيئات والأجهزة السياحية الوافدة إليها.
- التسويق السياحي نشاط متعدد الاتجاهات: فهو نشاط متعدد الجوانب لا يقتصر على العمل التسويقي في الخارج فقط ولكن يجب أن يبدأ من داخل الدولة التي تمثل المصدر الرئيسي لهذا النشاط حيث تتوفر له المقومات المختلفة والإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لنجاحه واستمراره.
- التسويق السياحي نشاط متعدد الأهداف يرتبط النشاط التسويقي السياحي بتحقيق حملة من الأهداف التي تتسع لإشباع رغبات وتطلعات السائحون وتحقيق سمعة طيبة وشهرة كبيرة بين الدول السياحية الكبرى.

1-2- التسويق السياحي وعلاقته بالتنمية الاقتصادية المستدامة:

1-2-1- قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية:

تحاول معظم دول العالم إلى تنويع مصادر الدخل القومي من خلال التنويع في النشاط الاقتصادي لخلق إثراء إنتاجي وخدماتي (فقير و يوسفات، 2020)، ولهذا تبرز السياحة في الدول المتطورة كرافد أساسي في التنمية الاقتصادية ولذلك نجد ضخامة الاستثمارات المختلفة في القطاع السياحي مثل إيطاليا وأسبانيا واليونان وتركيا، وغيرها من البلدان التي حققت تقدماً كبيراً في هذا المجال.

ونوضح بإيجاز أهم المزايا التي تبين دور السياحة في التنمية الاقتصادية (مصطفى، 2013):

- تدفق الموارد المالية: تساهم السياحة بدرجة كبيرة وملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ خطط التنمية، ويمكن تلخيص هذه التدفقات في مايلي:
  - مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في إنشاء الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة كبناء الفنادق والمناجم
  - المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد.
  - الفروق في تحويل العملات، والايرادات الأخرى للفنادق من السائحين.
- تحسين ميزان المدفوعات: وذلك من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية، وكذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية وما تستحقه السياحة من موارد نتيجة إيجاد علاقات اقتصادية بينها وبين القطاعات الأخرى، مما يساهم في زيادة الناتج الوطني وفي عملية البناء الاقتصادي.
- تنمية المهارات الإدارية وخلق طبقة جديدة من المديرين: إن وجود الشركات الأجنبية في مجال السياحة يمكن أن يؤدي إلى تطوير وتحسين أنظمة وفنون الإدارة في هذا القطاع، وتكمن أهمية السياحة هنا في كونها تعد وسيلة وأسلوب لنقل التقنيات التكنولوجية في مجال إدارة الفنادق.
- تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية وتوجيهها نحو استثمارات جديدة، واستغلال الموارد الطبيعية بشكل أفضل، وذلك لظهور أنشطة جديدة.
- تطوير وتوسيع القطاعات الخدمية الأخرى كقطاع النقل البري، الجوي، البحري وقطاع الصناعات الغذائية.

1-2-2 التنمية المستدامة:

عرفتها اللجنة العالمية للبيئة والتنمية WCED على أنها "مسارات التقدم الاجتماعي والاقتصادي والسياسي التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية اجتياجاتها الخاصة". (بسع، طهراوي، و بودخدخ، 2018)

وبذلك يعتبر القطاع السياحي أحد القطاعات الإضافية الناشطة إلى جانب القطاعات الاقتصادية الأخرى حيث يساعد على نمو البلد اقتصادياً واجتماعياً.

وتسعى العديد من الدول وخاصة الدول التي تهدف إلى تحقيق تنمية مستدامة إلى تطوير وتنشيط القطاع السياحي لما يُحدثه من تنمية اقتصادية واجتماعية. على أن سياسات السياحة لا تبنى فقط على اعتبارات اقتصادية وتكنولوجية، ولكن يجب أن يؤخذ بنظر الاعتبار أيضاً الحفاظ على البيئة واحتياجات السكان المضيفين عامة والذين يعملون في الحقل السياحي خاصة، إذ أن السياحة التي تستجيب لهذه الشروط هي السياحة البديلة أو السياحة المتوافقة والتواصل السياحي.

وفي أواخر عام 1997م دعت منظمة السياحة العالمية إلى عقد مؤتمر لوزراء السياحة لآسيا والباسفيك عن السياحة والبيئة، وقد غطى المؤتمر بكثافة مواضيع فنية واسعة تتعلق بالسياحة المستدامة، وصدر عن المؤتمر بيان أوضح الاهتمام العالمي الرسمي بمبدأ الاستدامة. وأشار إلى أن هناك إحساس وإلحاح لبذل الجهود لحماية البيئات الطبيعية في المقاصد السياحية.

إن الاهتمام بالسياحة كباعث على التنمية المستدامة يعتبر مطلباً اقتصادياً مهماً لحفز الاستثمار في الأماكن السياحية الطبيعية والبيئية والثقافية، وتعد التوعية بأهمية تنمية السياحة وإدارتها على نحو كفء أحد أهداف منظمة السياحة العالمية. (أحمد علي، 2018، صفحة 106)

1-2-3- دور التسويق السياحي في التنمية السياحية المستدامة:

أصبحت السياحة من بين أهم القطاعات للتنمية الاقتصادية حيث ساهمت في تطوير التنمية السياحية المستدامة وجعلت منها أولوية للمؤسسات العالمية والمجتمع المدني, خاصة في المناطق الهامشية.

من بين المواضيع التي حققت منظورا خاصا لدراسة الاستراتيجيات التكميلية لتحقيق التنمية السياحية المستدامة:

- عرض penchlanar وeclerk من خلال مقابلات مع المسؤولين في السياحة حول التنمية كمنهج جديد نحو الاستدامة في مجال السياحة.
- ركز لوكي مارتينيز وآخرون على سياحة الجبال والثلوج وأدلو اهتمام خاص إلى استراتيجيات التسويق لمنتجعات التزلج وممارستها في إدارة التسويق. كما حدث في منتجعات اسبانيا وإيطاليا وناقشو نقاط قوة وضعف استراتيجيات التسويق المستعملة عبر منصات التواصل الاجتماعي وتقديم توصيات للتسويق في إدارة المنتجعات.
- سانتوس وآخرون ناقشو دور الموانئ الطرفية السياحية على الوجهات الاقتصادية وهذه الدراسة النوعية تحلل ديناميكية تسهيل الاستدامة السياحية، ورصد البحث الميداني في ميناء عبور لشبونة في البرتغال وليفورنو في إيطاليا. نتائج الدراسة أثبتت اهتمام حقيقي للتنمية المستدامة و الحد من الازدحام.
- دراسة أخرى أجراها zsromek وآخرون والتي شملت المواقع الأثرية و اتخذت بولندا كدراسة ميدانية لسياحة الأشياء على الآثار الصناعية.
- السياحة التراثية تعتبر نوع متماسك مع نهج التنمية المستدامة.

- في دراسة تشانغ وتشينغ, تم تحليل التسويق الاستدامة السياحية حيث تم دراسة إذا ما كانت السياحة يمكن وكيف تحفز النمو الاقتصادي بعد وقوع أي كارثة طبيعية مثل الزلزال الذي حدث في جمهورية صربيا وآثاره في السنوات 2008–2016 وتقدم الدراسة اقتراحات بشأن كيفية دعم صناعات سياسات لمواجهة الوجهات المتضررة. (Martini و Buffa، 2020)
- أدت الصحوة العالمية للتنمية المستدامة الذي تبلور مفهومها وتمت صياغتها عام 1987 ولتحقيق تنمية مستدامة. يتطلب وجود أنشطة واستراتيجيات تسويقية تتواءم مع المزيج والتسويق المستدام.

يعتبر التسويق السياحي أهم الأدوات المساهمة في تطور وتقدم المجتمعات والقوة المحركة لنشاط ونجاح الشركات العامة والخاصة في العصر الحديث.

يشير خبير التسويق العربي عضو جمعية التسويق الأمريكية الدكتور طلعت أسعد عبد الحميد في الملتقى الثاني للتسويق والبيع الاحترافي بصنعاء اليمن 2009 إلى أن تجارب التسويق المتقدم للمنظمات الناجحة ترتبط بمناجم النجاح للمنظمات فائقة النمو والنمو جزء من حركة الحياة, والبحث عن فرص النمو المستقبلية هو واجب ضروري لا غنى عنه لدى منظمات الأعمال في القطاعين العام والخاص ولكن النمو المرتبط بالربحية هو مهمة الإدارة إلى جانب تحقيق النجاح والاستقرار وتحسين مستوى دخل الموظفين ما يسهم في رفع مستوى الإنتاج واستعراض طلعت الطرق الناجحة لكسب التسويق وتحقيق البيع الاحترافي من خلال الجودة والخدمة الأفضل, الأسعار والعلامات التجارية والتكيف وتصميم المنهج وفق احتياطات العملاء, والتصوير والابتكار المنتج أو الخدمة وتوقعات العميل والجمهور واعتبر النقيب فرص النمو والتطوير الضروري الملحة الجديدة من أسس النجاح الحديثة فضلا عن دراسة استراتيجية التطوير والنمو وارتباطها بحركة الإنفاق والنمو المتزايد في مختلف القطاعات وكذا تقييم قوة التطوير ومدى تحقيق الاستفادة القصوى من الأصول المتاحة للتسويق السياحي. (طوال، 2016)

1–3– دور التسويق السياحي الالكتروني في التنمية السياحية المستدامة:

- تعتبر المواقع والصفحات التي تعمل على التسويق السياحي عاملا هاما في تنشيط السياحة وتفعيل ركائز التنمية السياحية المستدامة. نذكر بعضا منها من دور التسويق الالكتروني.
- زيادة إعداد مستخدمي الانترنت ملايين المستخدمين سنويا مما يعني سهولة وصول المعلومة لأعداد كبيرة من الجمهور وذلك زاد من أهمية استخدام المواقع الالكترونية لتنشيط وتنمية السياحة.
- تتمتع الدول العربية بالكثير من المقومات السياحية وخاصة الأثرية والدينية, مما يجعلها محل اهتمام الكثير من السائحين, حيث سارعت بعض الدول بإنشاء مواقع الكترونية تخدم السياحة وتقدم خدمات الكترونية متقدمة ومتميزة.
- خلق بوابات الكترونية بمواصفات عالية تلبي رغبات ومتطلبات مستخدمي الانترنت بغرض السياحة.
- زيادة اهتمام الصفحة الرئيسية بعناوين أخبار وأنشطة الفعاليات المختلفة التي تنظمها وتشارك فيها الوزارة بالداخل والخارج كما تعرض نماذج في شكل نص وصورة وتركز عن روابط الخدمات والمشروعات مما جعلها مدخلا جاذبا ومحفزا للمستخدم وهذا ما حدث في السودان 2019. (كردودي، تقرارت، و بلحاج، 2019)

2– الجانب التطبيقي: واقع التسويق السياحي في تونس ومدى مساهمته في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة:

يعد موضوع التنمية المستدامة ذو أهمية بالغة لمعظم دول وحكومات العالم لاسيما الدول النامية وسعيا منها لتحقيق هذا الهدف باتت تجند كل الموارد المتاحة لديها المادية منها والبشرية ضمن سياساتها واستراتيجياتها في إطار ما يسمى الهندسة الشاملة للاقتصاد وعلى هذا الأساس تصاعد الاهتمام بصناعة السياحة في العديد من دول العالم.

تعد تونس واحدة من الدول النامية التي تمثل السياحة احد الأعمدة التي يقوم عليها اقتصادها نظرا لما تتمتع به من مقومات جذب سياحية متنوعة وتختلف باختلاف المناطق الجغرافية لها, وسعيا منها إلى دفع عجلة التنمية الاقتصادية راهنت على تطوير وتنشيط لهذا القطاع بتجنيد كل الموارد المتاحة لديها من مادية وبشرية ضمن سياساتها واستراتيجياتها مما جعلها قطبا سياحيا يحتل مكانة هامة في السوق العالمية, وقد حقق قطاع السياحة نتائج غير مسبوقة من الإيرادات والسياح الوافدين كان أهمها سنة 2010 وبعد ثورة الياسمين 2011 تأثرت حركة السياحة التونسية بفعل ما شهدته البلاد من اضطرابات أمنية وسياسية, مما أدى إلى تراجع عائدات هذا القطاع الحيوي السائد. (الجزيرة، 2014)

2-1- المقومات السياحية في تونس:

تعد تونس، وهي أكثر الوجهات السياحية لجنوب البحر الأبيض المتوسط، واحدة من تلك البلدان التي تشكل السياحة فيها ركيزة أساسية للاقتصاد لعدة عقود القطاع الديناميكي للغاية ذا أهمية إستراتيجية بالغة الأهمية (مما أدى إلى العديد من القطاعات الأخرى، مثل التجارة والنقل والصناعات التقليدية والاتصالات والزراعة والبناء وما إلى ذلك. في هذا البلد المتوسطي الصغير الواقع في شمال إفريقيا، على بعد ساعة واحدة عن طريق الجو من معظم أوروبا، توجد ثمانية مطارات دولية وسبعة موانئ بحرية وطنية وثمانية مواقع تراث عالمي لليونسكو، علاوة على ذلك، فهي تستفيد من وفرة الموارد الطبيعية، ليس فقط مناخ معتدل يمتد على مدى عشرة أشهر من العام ولكن أيضًا 1300 كيلومتر من الساحل بالإضافة إلى الصحاري والغابات والجبال والبحيرات والجزر البحرية. (NourdineSelmi، 2017).

جدول رقم (02): يبين المطارات والموانئ والأماكن الأثرية بتونس

الأماكن الأثرية حسب تصنيف يونسكو Unescoworld	ميناءات وطنية	مطارات عالمية
The coliseum at El jem 1979	تونس قوليت	تونس قرطاج
The archeological site 1979	رادس	منستير حبيب بورقيبة
The madina in Tunes 1979	بيروت	جربة مليتا
The punic city and necropolis at kairaouan 1988	سوسة	توزر نفطة
The ruins of ancient Romancity of Dougga 1977	صفاقص	صفاقص ثينات باركة
The Ichkeul National Park 1980	قابس	قفصة القصر
		النفيضة

SOURCE: (NourdineSelmi, 2017)

- **الموقع السياحي:**

بفضل إطلالتها الساحرة على البحر الأبيض المتوسط وشريطها الساحلي الممتد على طول نحو 2300 كيلومتر، والتنوع الثقافي والطبيعي الذي تزخر به، احتلت تونس مكانة هامة في صفوف الدول السياحية المتميّزة التي يقصدها ملايين السياح من كل أنحاء العالم، منذ سنوات طويلة.

وتمتلك تونس مقوّمات كبيرة مكنتها من احتلال مكانة هامّة في الدول السياحية في المنطقة، حيث زارها خلال العام 2018، أكثر من 8 ملايين سائح أجنبي ربعهم من الجزائريين، محققة بعائدات مالية ناهزت 1.2 مليار دولار.

ورغم المردودية الضعيفة لقطاع السياحة الذي لطالما خصصت له الحكومات التونسية المتعاقبة موارد مالية ضخمة في شكل دعم مباشر لأصحاب النزل وشركات استقطاب السياح الأجانب، إلا أن تونس تزخر بمقومات سياحية كبيرة، قد تجعلها وجهة مفضّلة للسياح من كل أنحاء العالم.

وبحسب الموقع الرسمي لوزارة السياحة التونسية، يوجد في تونس 15 موقعا سياحيا مهيّئا لاستقبال السياح الأجانب وهي على التوالي: تونس العاصمة، ضفاف قرطاج، بنزرت، الحمامات– نابل، ياسمين الحمامات، طبرقة – عين دراهم، سوسة – مرسى القنطاوي، المنستير، المهدية، القيروان، سبيطلة – قصرين، جزيرة جربة – جرجيس، صفاقس– جزر قرقنة، الواحات، والجنوب التونسي.

ويعدّ المنتوج السياحي في تونس متنوعا، حيث لا يكتفي زائرها بالمكوث في مكان أو مدينة واحدة أثناء تقضية عطلته، حيث يمكنه التمتع بالسياحة الكلاسيكية المرتكزة أساسا على النزل والاستمتاع بالسباحة في البحر في فصل الصيف، إضافة إلى السياحة الثقافية وسياحة المعالجة بمياه البحر ولعب رياضة القولف والسياحة البيئية وغيرها.

وفور نزول السائح في مطار قرطاج بالعاصمة، يمكن له أن يتمتع بالجمال الطبيعي والتاريخ والأصالة والحضارة في أكثر من مكان في العاصمة، حيث يمكن له زيارة مدينة قرطاج المدرجة ضمن قائمة التراث العالمي لمنظمة اليونسكو، والمعروفة بطبيعتها الجميلة وأماكنها الأثرية التي يعود تاريخها لآلاف السنين على غرار المسرح الأثري ومتحف قرطاج والحي البونيقي والفوروم، كما لا يفوت فرصة زيارة مدينتي سيدي بوسعيد والمرسى والمدينة العتيقة وجامع الزيتونة المعمور....

- **سوسة والحمامات الجميلتان**

وتعتبر مدينة سوسة الملقّبة بـ"جوهرة الساحل"، المقصد الأول للسياح لكونها مدينة نموذجية تجمع بين أصالة الحاضر وتطور المنشئات السياحية وعبق التاريخ وأصالته، حيث يوجد في سوسة، عشرات المنشئات السياحية الفخمة، والتي توفّر للسائح منتوجا راقيا بأسعار في المتناول، بأسوارها ذات الحجارة الصفراء المقابلة للبحر وأسواقها العامرة وأزقتها ذات الطابع المتميز، والتي يقصدها مئات الملايين سنويا للتجوال فيها والتبضّع وشراء الهدايا التذكارية.

وتتخصص المنتجعات العلاجية بالمياه المعدنية الحارة والطبيعية في تونس، في التنحيف وعلاج آلام الظهر والمفاصل والأمراض المتعلقة بالعين والأنف والحنجرة، إضافة إلى العلاج بمياه البحر، الذي يشكل في الوقت الحالي حلا فريدا للكثير من المشاكل الصحية مثل مخلفات الحمل والولادة والتوتر النفسي، هذا وتوجد أبرز المنتجعات العلاجية المعتمدة على العيون الحارة بنابل وحمام بورقيبة التابعة لولاية جندوبة فضلا عن المركز الاستشفائي في مدينة جربة التابعة لولاية مدنين، هذا وتستغل المراكز الأربعة 50 مركز علاج بالمياه الطبيعية و30 حماما تقليديا وأكثر من 50 مركزا للمعالجة بمياه البحر و18 نبعا جوفيا حارا، فضلا عما يناهز خمسين مركزا للنقاهة.

وتحتل تونس المرتبة الثانية عالميا بعد فرنسا في مجال السياحة العلاجية، حيث ناهزت عائدات السياحة العلاجية نحو نصف مليار دولار سنويا أي بنسبة 45 % من العائدات الجملية للسياحة، كما تستقطب تونس حوالي

500 ألف سائح في السنة، يقصدون البلاد وأغلبهم من أوروبا التي تعتبر السوق التقليدية للسياحة العلاجية والطبية في تونس. (النقاز، 2019)

- **المقومات الطبيعية:**

تقع الجمهورية التونسية في منطقة شمال أفريقيا، يحد تونس من جهة الغرب دولة الجزائر، ومن الجنوب الشرقي دولة ليبيا ومن الشمال والشرق يحدها البحر المتوسط. ويعتبر الموقع الجغرافي التونسي من المواقع الأكثر تميزاً على الساحل الجنوبي للبحر الأبيض المتوسط، حيث يمتاز الساحل الشمالي لتونس بأنه كثير التعاريج ويحتوي على العديد من الخلجان بما يسمح بوجود الموانئ الطبيعية وإنشاء موانئ حديثة أيضاً، وتقل تلك التعاريج كلما اتجهنا ناحية الساحل الشرقي الذي يتوفر على خلجان واسعة لغرض السياحة والمصايف. أما داخليا فتونس تتميز بمجموعة المناطق ذات الخصائص المتنوعة منها المناطق المرتفعة الصخرية والمناطق السهلية، إضافة إلى المناطق الصحراوية التي تمتد من صحراء الجزائر وتوجد بها بعض الواحات التي تنشأ بجوار آبار المياه الجوفية ويمتاز المناخ التونسي بأنه معتدل بارد وممطر شتاءا وحار وجاف صيفا. (العاجيب، 2019)

- **المقومات البشرية:**

تتمتع تونس بمرافق ومناطق سياحية جميلة وخلابة تجعل منها هدفا ومقصدا للزيارة والسياحة من شتى الشعوب لا سيما الشواطئ الطويلة في البلاد, إضافة إلى المتاحف والأماكن الأثرية لعديد من الحضارات التي تروي للزائر حكاية تونس وتاريخها القديد فهي ملتقى للحضارت والثقافات التي شهدت من خلالها تعاقب شعوب عديدة اختلفت في المعتقدات والديانات واللغات ومناهج التفكير وأنماط العيش ومن بينها: مدينة تونس, ضفاف قرطاج, بنزرت..... ((www.Tourism.gov.tn)، 2020).

2-2- تحليل مؤشرات التنمية السياحية والاقتصادية المستدامة في تونس 2010 -2019:

يمكن استعراض أهم مؤشرات تطور قطاع السياحة في تونس خلال الفترة منذ 2010-2019 من خلال:

2-2-1- المؤشرات الاقتصادية:

تتمثل أهم المؤشرات الاقتصادية للتنمية السياحية في تونس في العناصر التالية:

- **الاستثمار السياحي:**

جدول رقم (03): يبين تطور الاستثمار السياحي للفترة 2010- 2018

الشرح	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
الاستثمار السياحي. مليون. د	376.4	208.2	240.1	297.8	241.9	200.2	261.1	447.2	216.3

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات المعهد الوطني للإحصاء (www.ins.tn/or/theme)

من خلال تتبع حركة الاستثمار السياحي خلال فترة 2010-2018 والموضحة بالجدول أعلاه يلاحظ أنه شهد تراجعا كبير في 2011 مقارنة بسنة 2010 وذلك راجع إلى إحداث ثورة الياسمين سنة 2011 التي طالت القطاع السياحي حيث أدى من عدم الاستقرار والفوضى الأمنية والسياسية إلى تراجع مردود القطاع وفي سنة 2012 ومع بداية تعافي القطاع سجل الاستثمار السياحي ارتفاعا بنسبة 15 بالمئة سنة 2013 بينما شهد انخفاض ملحوظ بنسبة

3,3 بالمئة سنة 2014 مقابل 17,2 سنة 2015 وذلك راجع إلى الهجومات التي وقعت في تلك الفترة والتي أثرت على نمو الحركة السياحية. وفي سنة 2017 شهد تقدما كثيرا ثم تراجع نسبيا 2018.

- **عدد السياح القادمين إلى تونس 2010-2019**

شهد عدد السياح القادمين إلى تونس خلال الفترة 2010-2019 نموا متذبذبا والجدول يوضح ذلك:

جدول رقم (04): يبين تطور عدد السواح القادمين إلى تونس 2010-2019

الوحدة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ألف سائح	6903	4785	5950	6268	6069	4201	5724	5742	8000	9000

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات المعهد الوطني للإحصاء (www.ins.tn/or/theme)

تشير بيانات الجدول السابق إن عدد السياح القادمين إلى تونس قد شهد انخفاضا كبيرا سنة 2011 مقرنة ب 2010 بسبب أحداث ثورة 2011 وما تبعها من عدم استقرار سياسي و امني مما أدى إلى تراجع عدد السياح ,سنة 2012 و2013 و2014 شهد انتعاشا ملحوظا حيث ارتفع عدد السياح الوافدين ولكنه ضئيل بما كان متوقع في خطة التنمية السياحية التي هدفت إلى استقطاب مجموعات كبيرة من السياح. زاد عدد السواح هام 2018 و2019 وذلك لاستثمار الرياضة السياحية في تلك الفترة حيث رفع وزير السياحة التونسي الجديد روني الطرابلسي عدة تحديات أبرزها رفع عدد السياح الذين زاروا تونس.

- **المنشآت السياحية:**

جدول رقم (05): يبين عدد المؤسسات الاقتصادية

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
عدد المؤسسات السياحية	856	861	846	847	848	862	824	848	868

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات المعهد الوطني للإحصاء (www.ins.tn/or/theme)

نلاحظ من الجدول أن عدد المؤسسات السياحية قد انخفض خلال الفترة من 2012-2014 وذلك بنسبة محترمة بسبب تراجع النشاط السياحي خلال ثورة 2011 مما أدى إلى غلق البعض من هذه المؤسسات وفي سنة 2015 ارتفع عدد هذه المنشآت ووصل 862 ثم شهد انخفاض طفيف سنتي 2016 و2017 مقارنة بـ 2015 ثم زاد عدد المؤسسات السياحية إلى 868 نهاية 2018.

2-2-2- المؤشرات الاجتماعية:

بالتركيز على التوظيف كونه يساهم بنسبة كبيرة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة فقد أشارت بيانات المعهد التونسي للإحصاء إن عدد الموظفين لقطاع السياحة شهد نموا متذبذبا خلال الفترة 2011-2015 مقارنة بسنة 2016 والجدول يبين ذلك:

جدول رقم (06): يبين التوظيف السياحي المباشر في تونس 2010-2019

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ألف شخص	96.6	96.8	96.8	96.1	96	96.5	94	93.7	95

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات المعهد الوطني للإحصاء (www.ins.tn/or/theme)

يوضح الجدول السابق أن التوظيف السياحي المباشر كان متذبذبا خلال الفترة 2010-2018 حيث أن عدد العاملين سجل ارتفاعا سنة 2011 مقارنة بـ2010 وفي سنة 2012 سجل انخفاضا بنسبة ضئيلة مقابل سنة 2013 و2014 وفي سنة 2015 ارتفع بنسبة معينة, أما بالنسبة للتوظيف الغير المباشر وحسب نفس المصدر فلم يسجل أي توظيف وذلك بسبب التوترات الأمنية التي حدثت أثناء الثورة والتي أدت إلى غلق عدد من المنشآت السياحية وتسريح العاملين لا سيما الموظفين بصفة غير مباشرة, مما أدى إلى تراجع عائدات القطاع غير مباشرة, مما أدى إلى تراجع عائدات القطاع السياحي التونسي ثم عادت النسبة بالانخفاض عام 2016 و2017 مع شهد صعود طفيف بـ 2018.

وعليه من خلال تحليل أهم المؤشرات القطاع السياحي التونسي للفترة من 2011 إلى 2018 ومقارنة بنسبة 2010 التي تعتبرها وزارة السياحية التونسية السنة المرجعية للسياحة حيث حققت فيهما أفضل النتائج منذ شروعها.

2-2-3- قراءة مؤشرات الاستدامة بتونس 2010 -2019:

تتنوع وتتسع المؤشرات التي يتم الاعتماد عليها في استقراء مدى التطور نحو تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في البلدان, إلا انه سيتم التركيز في هذا العنصر على أهم هذه المؤشرات ولاسيما تلك التي تبرز لموقع قطاع السياحة ضمن قطاعات التنمية الاقتصادية.

- **المؤشرات الاقتصادية:** تتمثل فيما يلي:

الناتج المحلي الإجمالي: يتم توضيح تطور الناتج المحلي الإجمالي قبل وبعد الثورة 2011 وفق الآتي:

جدول رقم (07): يبين تطور الناتج المحلي الإجمالي للفترة 2010-2019

الوحدة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
معدل النمو السنوي	3.51	-1.92	4.00	2.87	2.82	1.15	1.17	1.92	2.66	1.04

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات البنك الدولي (https://data.albankaldawli.org/country/tunisia)

من الجدول نلاحظ ان الناتج المحلي الإجمالي شهد تذبذبا خلال الفترة 2010 و2011 حيث سجل سنة 2011 معدل نمو منخفض مقارنة ب 2010 وهذا كنتيجة للوضع الأمني السياسي لتونس وما نتج عنه من تراجع في النمو الاقتصادي بسبب الثورة الشعبية التي وقعت في 2011, وفي سنة 2012 سجل ارتفاعا ملحوظا بمعدل نمو معقول كبداية لانتعاش الاقتصاد, أما في سنة 2013 فقد تراجع معدل النمو سنة 2014 وفي سنة 2015 استمر معدل النمو في الانخفاض وذلك بسبب الظروف التي عاشتها تونس ذاك العام وهذه الظروف دفعتها للجوء للاقتراض من المنظمات المالية العالمية مثل صندوق النقد الدولي والبنك الدولي والبنك الإفريقي للتنمية والاتحاد الأوروبي, علاوة عن بعض الديون الثنائية الأخرى اتجاه بعض الدول وذلك لدعم اقتصادها خلال السنوات العجاف لأداء السياحة وعدم تمكن الحكومة الانتقالية من استعادة التموقع الاستراتيجي لبعض القطاعات لا سيما قطاع السياحة والخطط الطامحة لذلك. وفي سنة 2018 شهد ارتفاعا معتبرا ثم عاود الانخفاض عام 2019.

- **المؤشرات الاجتماعية:**

هناك العديد من المؤشرات الاجتماعية إلا انه سيتم التركيز على أهمها والمتمثل في التوظيف, يؤثر على الفرق وتوزيع الدخل وغيرها من المؤشرات ويمكن توظيف تطور عمليات مطالب الشغل في تونس للفترة 2010 إلى 2017 في خلال:

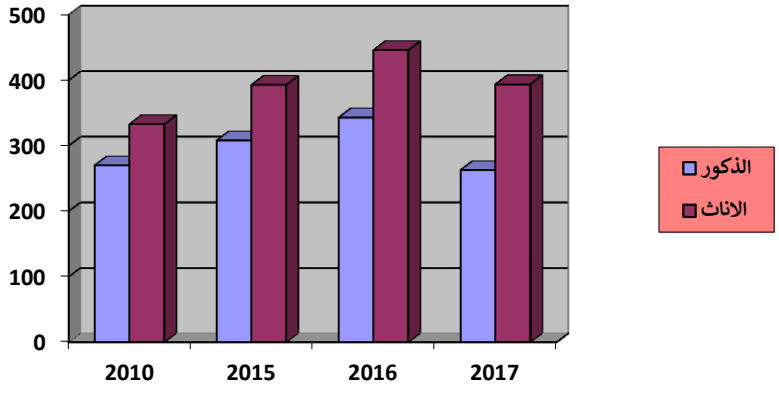
جدول رقم (08): يبين تطور مطالب الشغل للذكور والإناث في تونس بين 2010-2017.

تطور مطالب الشغل المسجلة	2010	2015	2016	2017
مطالب الشغل المسجلة ذكور	270,754	308,416	343,261	263,500
مطالب الشغل المسجلة اناث	333,573	393,260	446,666	394,043

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات المعهد الوطني للإحصاء (www.ins.tn/or/theme)

وتترجم معطيات هذا الجدول في الشكل التالي:

شكل رقم (01): يوضح مطالب الشغل في تونس المسجلة في الفترة 2010-2017



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول رقم(08)

من الشكل السابق نلاحظ تذبذب في إحصائيات عدد مطالب الشغل المسجلة للذكور والإناث خلال السنوات 2010 و2015 و2016 و2017 حيث نلاحظ زيادة مطالب الشغل عام 2015 و2016 ثم انخفاض معتبر للعدد عام 2017.

2-3- أثر التسويق السياحي على مؤشرات التنمية الاقتصادية المستدامة:

الجدول التالي يوضح أهم المؤشرات الاقتصادية لتونس في السنوات الأخيرة, أجمالا سنة 2019 سنة تأكيد الانتعاشة الاقتصادية وتحقيق نسبة نمو تمكن من أحداث مزيد من مواطن الشغل وتحسين مستوى العيش والتحكم التدريجي في التوازنات المالية الكبرى, وتبقى هذه الأهداف على أهميتها مرتبطة ارتباطا وثيقا بمدى القدرة وعلى تنفيذ واستيعاب مجمل الإصلاحات الهيكلية وتجاوز الصعوبات في جديد القطاعات التي شهدت تراجعا في أداءها وخاصة منها القطاعات الاستخراجية, كما تركز هذه الأهداف على استعادة رصيد الثقة بين المتعاملين الاقتصاديين بالعلاقة مع استكمال الإطار المؤسساتي وتركيز الهيآت الدستورية المستقلة إضافة إلى الوقع الإيجابي لمفعول عديد الإصلاحات والسياسات والإجراءات التي تم اعتمادها وخاصة منها المتعلقة بتحسين مناخ الأعمال ودفع الاستثمار وتوفير مساندة أفضل للتصدير. ..طبعا هذا قبل ازمة كورونا...

جدول رقم (09): يبين أهم المؤشرات الاقتصادية في تونس

بالأسعار القارة (%)	2015	2016	2017	2018	2019
نمو الناتج المحلي الإجمالي	1.2	1.0	1.9	2.6	3.1
الناتج ماعدا الفلاحة	0.1	2.1	1.9	1.9	3.3
تطور الاستهلاك الخاص	3.2	3.1	2.2	2.1	2.2

تطور مؤشر الأسعار	4.9	3.7	5.3	7.8	7.0
صادرات السلع والخدمات[1]	6.6-	5.9	17.3	16.6	9.9
واردات السلع والخدمات[1]	4.6-	5.5	18.9	14.2	8.0
تطور الاستثمار[1]	2.3	3.1	4.2	8.3	10.9
نسبة الاستثمار من الناتج	19.9	19.3	18.7	18.4	18.6
الاستثمار الخارجي المباشر والمساهمات(م د)	1967.0	2368.0	2244.4	2500.0	3230.0
نسبة الادخار[2] من الدخل	10.8	9.4	9.4	9.5	10.7
العجز الجاري من الناتج	8.9	8.8	10.2	9.9	8.9
نسبة الصادرات من الناتج	40.1	40.0	43.6	46.3	46.2
نسبة الواردات من الناتج	50.0	50.7	56.0	58.3	57.1

[1]بالأسعار الجارية [2]بالمقارنة مع الدخل القومي

المصدر: الميزان الاقتصادي, الجمهورية التونسية وزارة الاقتصاد والمالية, أكتوبر 2019 (www.mdici.gov.tn)

مما لاشك فيه أن قطاع السياحي يمثل قطاع استراتيجي ضمن هيكلة الاقتصاديات ولاسيما الاقتصاد التونسي, وهو ما يمكن استنتاجه من خلال ما تقدم من تحليل وقراءة, سواء من ناحية مؤشرات أداء هذا القطاع, أو مكانه على مستوى الاقتصاد التونسي الذي يعمل على تسريع خطوات التحول نحو إرساء التنمية المستدامة وقد عمدت هذه الدراسة إلى دراسة دور واثر السياحة في تنشيط ودعم مؤشرات التنمية المستدامة من خلال متغير هام وهو التسويق السياحي الذي يمثل الحافز الاستراتيجي لتنشيط قطاع السياحي والنشاطات المتصلة به.

ومن هذا المنطلق فأننا نري ومن خلال العرض المقدم للمؤشرات الاقتصادية والاجتماعية وكذلك تحليلها وقراءتها أن القطاع السياحي ومن خلال متغير التسويق السياحي لم يؤثر علي معدلات النمو الاقتصادي المحققة وهي نتيجة حتمية تم التوصل اليها حيث أن النمو الاقتصادي أعتمد بصورة شبه كلية علي الدين الخارجي والتقيد التام بشروط الصندوق النقد الدولي.

وفي انتظار تعزيز وتحفيز حركية التسويق السياحي من أجل استعادة المكانة الإستراتيجية السياحية والتنافسية وتفعيل مكانته في تحقيق التطور والنمو الاقتصادي في تونس طبعا دون إهمال الجانب الأمني وتأثيرات أزمة كورونا.

- **خاتمة: نتائج الدّراسة والتوصيات:**

من خلال ما تم التطرق إليه نستخلص ما يلي:

- إن قطاع السياحة في تونس يساهم وبشكل كبير في النمو الاقتصادي للبلد وأن أي تراجع في هذا القطاع يتسبب في تراجع هذا الاخير.
- إن التسويق السياحي يعتبر عمالا مهما في تنشيط الحركة السياحية على المستويين المحلي والدولي وبالتالي المساهمة في التنمية السياحية ومن ثم دفع عجلة التنمية الاقتصادية المستدام,فهو يساعد على إبراز صورة واضحة عن الوجهة السياحية و خلق انطباع جيد في ذهن السائح حول الاسواق المستدامة.
- إن صناعة السياحة لا تتحقق نتائجها إلا باستخدام تسويق سياحي فعال, وذلك من خلال الاختيار الأمثل لعناصر المزيج التسويق السياحي وما يرتبط بها من سياسات واستراتيجيات تسويقية كأدوات هامة تعتمد عليها إدارة المنظمة السياحية في التأثير على البيئة المنافسة لها.

- إن التسويق السياحي في إطار بحثه عن إرضاء السائح يهتم بقضايا البيئة ومن هنا برزت المسؤولية الاخلاقية والاجتماعية والبيئية للوظيفة التسويقية التي ركزت عليها المنظمات السياحية للوصول إلى تنمية مستدامة بكل أبعادها الاقتصادية و الاجتماعية والبيئية.
- إن خطة التنمية السياحية التونسية اعتمدت وبشكل كبير على السياحة الخارجية وأهملت السياحة الداخلية.
- حسب ما توفر من بيانات وإحصائيات حول مؤشرات القطاع السياحي في تونس فقد اتضح أن ثورة 2011 قد أثرت سلبا وبشكل كبير على مردود هذا القطاع مقارنة بما حققه من عائدات قبل حدوثها وحالت دون تحقيق الاهداف المحددة في خطة التنمية السياحية للفترة 2011–2019 فالحركة السياحية كانت شبه منعدمة رغم الجهود المبذولة بسبب تردي الوضع الامني سنة 2011, وفي سنة 2012 شهدت الحركة السياحية بعض التحسن الطفيف وأصبحت أفضل في سنة 2013 غير أنها لم تعد للنسق الذي كانت عليه قبل الثورة لا سيما بعد هجومات 2015 التي زادت من توتر الاوضاع وتراجع عائدات القطاع.
- إن خطة التنمية السياحة في تونس اتجهت إلى توفير منتوجات سياحية ذات جودة وتنافسية على مستوى أسوقها, ولكنها أهملت العامل الامني الذي يعد جوهر النشاط السياحي. ذلك أن نمو السياحة ذو درجة عالية من الحساسية لهذا العامل, وهو ما تمت ملاحظته من تدهور الأوضاع الامنية في تونس جراء الربيع العربي الذي أثر بشكل كبير على الصورة السياحية لتونس و تراجع عائداتها.
- من خلال نتائج وتحليل المؤشرات الاقتصادية وكذلك معدل النمو الاقتصادي المحقق تبين في خلال الفترة المقترحة للدراسة أن عامل التسويق السياحي في القطاع السياحي في تونس لم يؤثر على معدلات النمو الاقتصادي المحققة حيث أعتمد وبصورة شبه كلية على الدين الخارجي.

تبعا لذلك فإننا نقدم بعض المقترحات في هذا الصدد:

- لا بد من إعطاء الدور الكامل للتسويق السياحي الذي يلعب الدور الاهم في تنشيط القطاع السياحي وذلك من خلال ابتكار مزيج تسويقي متكامل و فعال لجذب السياح و إعادة الصورة السياحية لتونس كوجهة سياحية مفضلة للعديد من السياح.
- تحسين وتكثيف منظومة الامن السياحي والصحي بعد أزمة كورونا وذلك لضمان مواسم سياحية أفضل إذ أن العامل الأمني شديد التأثير على الطلب السياحي المحلي و الدولي.
- ضرورة تطوير السياحة الرقمية, حيث أن تزويد السياح بالخدمات الالكترونية يمثل أحد مقومات نجاح صناعة السياحة لما تمثله من ذهنية في تخفيض التكاليف واختصار العامل الزمني و يتحقق ذلك من خلال الاعتماد على استراتيجيات التسويق الالكتروني لتحقيق أداء شامل ومتميز يسهم في تطوير المنظومة السياحية لدعم التنافسية واستقطاب السائحين والاستثمارات السياحية.
- تشجيع السياحة الداخلية واعتبارها كبديل ثاني داعم لقطاع السياحة.
- البحث عن فرص أفضل لتسويق السياحة التونسية و توسيع الاسواق المستهدفة.
- منح تسهيلات وإعفاءات لدخول السياح كمسعى لتشجيع وإعادة تنشيط حركة السياحة دوليا.

ومن أجل إثراء أكثر لهذه الدراسة كآفاق بحثية فإننا نشجع على دراسة:

- دور السياحة الداخلية في تطوير وتنشيط القطاع السياحي.
- العلاقات العامة و تأثيرها في تنمية المبيعات السياحية.
- استراتيجيات التسويق السياحي ودوره في صناعة السياحة في تونس.
- التسويق السياحي الالكتروني ودوره في تنشيط حركة السياحة في تونس.

- **قائمة المراجع والمصادر:**

NourdineSelmi, **Tunisian Tourism at the eye of an Arab spring storm**, 2017.

Martin U, Buffa F, **Marketing for Sustainable Tourism**, Sustainability, Mars 2020, P1-6.

الدول والاقتصاد، احصائيات حسب الدول، موقع البنك الدولي، تم الاسترداد بتاريخ 2020/10/06، على الرابط: https://www.albankaldawli.org.country.

أنس يحيى أحمد علي، **معوقات التنمية الاقتصادية في الدول النامية–دراسة حالة السودان**، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد، جامعة النيلين، السودان، 2018.

إحصائيات حسب المحور، موقع المعهد الوطني للإحصاء، تم الاسترداد بتاريخ 2020/10/05 على الرابط:www.ins.tn/or/theme .

الميزان الاقتصادي، موقع وزارة الاقتصاد والمالية، تونس، تم الاسترداد بتاريخ 2020/10/05، على الرابط: www.mdici.gov.tn.

إحسان سليمان سعد أحمد، **التسويق لسياحي وأثره في أداء الشركات ووكالات السياحة والسفر**، رسالة ماجستير، كلية الدراسات والبحث العلمي، الخرطوم، السودان، 2017.

إسلام عتوم، **ماهو التسويق السياحي الالكتروني؟**، قسم التسويق، مدونة العربي، 2019/10/31، تم الاسترداد بتاريخ 2020/10/05، على الرابط: https://e3arabi.com.

رؤوف محمد علي الأنصاري. (24 جانفي, 2019). السياحة والتنمية الاقتصادية.

سعيدي توفيق، لعويجي مبروك، **واقع التسويق السياحي في الجزائر دراسة حالة**، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف، 2017.

سهام كردودي، يزيد تقرارت، و زهرة بلحاج، **دور الاعلام في التسويق السياحي لتحقيق التنمية المستدامة**. مجلة الدراسات الاعلامية، العدد 06، 2019، ص ص، 263–280.

شمس الدين النقاز، **دليلك السياحي لزيارة تونس والتمتع بعطلة ميثالية**، موقع نون بوست، 2019/08/02. تاريخ الاسترداد 2020/11/04، على الرابط: www.noonpost.com.

عبد القادر بسع، دومة علي طهراوي، و كريم بودخدخ، **الاستدامة البيئية للمؤسسة الصناعية**، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، العدد01، المجلد 01، ديسمبر 2018، ص ص 29–42.

كمال فقير، وعلي يوسفات، **التنويع في مصادر الدخل وأثره على النمو الاقتصادي –دراسة تحليلة لحالة الامارات العربية المتحدة**، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، العدد 02، المجلد 03، مارس 2020، ص ص 1–15.

ليلى عياد، واحمد هلالي، **التبادل التجاري الحدودي وأثره في تسويق المنتج السياحي الصحراوي–ولاية أدرار ودولتي مالي والنيجر أنموذجا**، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، العدد 01، المجلد01، ديسمبر 2018، ص ص 73–81.

إرتفاع عائدات السياحة بالربع الأول، موقع الجزيرة نت، 2014/04/08، تاريخ الاسترداد 2020/11/04، من الرابط: www.aljazeera.net.

هيبة طوال، **تطبيق التسويق في ظل التنمية المستدامة–دراسة حالة الجزائر**، مجلة البديل الاقتصادي، العدد06، المجلد03، 2016، ص80–92.

يونسي مصطفى، **دور وأهمية السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية –حالة الجزائر–**، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 13، المجلد05، ديسمبر 2013، ص ص 223–238.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:61-75.

The health establishment project (HEP) as a modern tool for hospital management in Algeria

Khelil Sabrina [1], Zedira Charef Eddine [2], Haddad Ammar [3]

[1] Associate Professor, Department of Management science, / University of Blida 2, Algeria, sa.khelil@univ-blida2.dz .
[2] Associate Professor, Institute of Management science / University of Khenchla, Algeria, zedira.charefeddine@uni-khenchla.dz .
[3] Phd Student, Institute of Management science / University of Blida 2, Algeria, ea.haddad@univ-blida2.dz .

ARTICLE INFO

Article history:
Received:21/12/2020
Accepted:07/01/2021
Online:11/01/2021

Keywords:
Establishment Project
establishment project
health establishment project
health establishment project in Algeria
*JEL Code:*I18,I10,I19.

ABSTRACT

This document includes a foundation theoretical, progressive of the health establishment project, being it a term and a modern mechanism for hospital management in Algeria. It deals with the legislative foundation and the content, according to the specifics that must be respected and acted upon.

Where it studies the idea of adopting the health establishment project in Algeria as a unified mechanism for management and its most important pillars and reasons for its application according to the general confrontations and health policy in Algeria and the main axes that distinguish it. As well as its methodology and application tools.

مشروع المؤسسة الصحية كأداة حديثة للتسيير الإستشفائي بالجزائر

خليل صبرينة [1]، زديرة شرف الدين [2]، حداد عمار [3]

[1] أستاذ محاضر أ ، قسم علوم التسيير ، معهد علوم التسيير /البليدة 02 ، الجزائر ،sa.khelil@univ-blida2.dz

[2] أستاذ محاضر أ ، قسم علوم التسيير ، معهد علوم التسيير /البليدة 02 ، الجزائر ،zedira.charefeddine@uni-khenchla.dz

[3] طالب دكتوراه، قسم علوم التسيير ، معهد علوم التسيير /البليدة 02 ، الجزائر ،ea.haddad@univ-blida2.dz

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:
2020/12/21
تاريخ القبول:
2021/01/07
تاريخ النشر: 2021/01/11

الكلمات المفتاحية
المؤسسة
المشروع
مشروع المؤسسة
مشروع المؤسسة الصحية
مشروع المؤسسة الصحية بالجزائر
JEL Code: I18,I10,I19

الملخص

تتضمن هذه الوثيقة تأسيساً نظريا تدريجياً لمشروع المؤسسة الصحية ، كونة مصطلحاً و آلية حديثة للتسيير الإستشفائي بالجزائر . تتطرق إلى التأسيس التشريعي ، و محتوى مشروع المؤسسة الصحية بالجزائر ، تبعاً للخصوصيات الواجب إحترامها و العمل وفقها .

حيث تدرس فكرة إعتماد مشروع المؤسسة الصحية بالجزائر كآلية موحدة للتسيير و أهم أركانه و دواعي تطبيقه تبعاً للتواجهات العامة و السياسة الصحية بالجزائر و المحاور الأساسية التي تميزه . وكذا منهجيته و أدوات تطبيقه . مرفقة بالقوانين و التشريعات التي تكفل تنفيذه .

*Corresponding Author *Haddad Ammar*, *Email:* ea.haddad@univ-blida2.dz

مقدمة:

مشروع المؤسسة الصحية هو آلية حديثة للتسيير الإستشفائي بالجزائر ، أسس له قانوناً بحكم القانون 18-11 المتضمن قانون الصحة ، و مجموعة من التعليمات و التوجيهات الوزارية التي مهدت له التطبيق. يعتمد على دافعية و إلتزام الفرد و الفريق نحو تحقيق أهداف المؤسسة ، من أجل الإستغلال الأمثل للموارد و الطاقات المتاحة بهدف تحسين مردود و جودة الخدمات الصحية ، بالرشادة الإقتصادية و البشرية الممكنة. ينفذ و يقيم لمدة زمنية قد تتراوح بين 03 سنوات و 30 سنة عادة ، حسب ما تقتضيه الأهداف المحددة.

حيث أن الكثير من الدول تضع ما يلائم توجهاتها و سياستها الصحية العامة و الخاصة ، في قالب مشروع المؤسسة ، على شكل أهداف و محاور إستراتيجية ، تبعاً للخصوصية التي يكتسيها النظام الصحي بالجزائر و الأهداف المسطرة في ظل التغيرات العالمية المتسارعة في المجال التقني و اللوجستي بالقطاع .

من أجل الإلمام بالموضوع و حيثياته النظرية ، إنطلقنا من الإشكالية الرئيسية التالية :

ماهو مشروع المؤسسة الصحية بالجزائر ؟

السؤال الذي يحتم علينا فهم المصطلح في حد ذاته من الناحية النظرية بالدرجة الأولى ، كونه جديداً في آليات التسيير المعتمدة و المعروفة ، تم سبر محتواه من خلال تأسيسه القانوني و الهدف من وضعه حيز التنفيذ ، و أدوات الكشف عنه و متابعته و تقييمه بالتعريج على أهم ما جاء ضمنه و ما يجب أن يحتويه وأدواته التي تجعل منه محقق التنفيذ بالنسب أو الرؤية المنشودة .

الدراسات السابقة :

على الصعيد الخارجي و الدول المجاورة ، مشروع المؤسسة الصحية بزغ كآلية للتسيير الإستشفائي منذ زمن قريب لذا نجد له دراسات محدودة ، أما على المستوى الوطني بالجزائر ، قل ما نجد له دراسة تذكر على حد بحثنا المتواضع ، حيث درسته (Bouadi Sonia) في رسالة لشهادة الماجستير بجامعة مولود معمري تيزي وزوز تحت عنوان (Le projet d'établissement hospitalier : un nouvel instrument au service du management hospitalier. Cas EPH Ain El Hammam). ولم يتسنى لنا الحصول على دراسات أخرى .

أسلوب الدراسة :

كان من الواجب في هذه الدراسة النظرية إتباع الأسلوب الأساسي أو النظري في سبر المفاهيم الجديدة، التي تسهم في إثراء علمي لمفهوم أو طريقة ، من أجل تنميتها و العمل على توفير المراجع و المصادر حولها.

1- مفاهيم أساسية

بإعتبار أن محور عمل المؤسسات الصحية يتمثل في تقديم خدمات متعلقة بالرعاية الصحية لكافة المرتفقين لذا وجب علينا التعريج إلى بعض المفاهيم الأساسية التي تصب في مسار البحث ، نأتي على ذكرها أدناه .

1-1- المؤسسة :

يعرف ناصر دادي عدون المؤسسة على أنها:" كل هيكل تنظيمي اقتصادي مستقل مالياً, في إطار قانوني و اجتماعي معين, هدفه دمج عوامل الإنتاج من أجل الإنتاج, أو تبادل السلع و الخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين, أو القيام بكليهما معاً (إنتاج + تبادل), بغرض تحقيق نتيجة ملائمة, و هذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني و الزماني الذي يوجد فيه, و تبعاً لحجم و نوع نشاطه". (دادي عدون، 1998، صفحة 11)

و هذا معناه أن المؤسسة نظام: (دادي عدون، 1998، الصفحات 47-48)

- لأنها مكونة من أقسام مستقلة, مجمعة حسب هيكل تنظيمي .
- لأن لها حدود تفصلها على المحيط الخارجي.
- لأنها نظام مفتوح تتكيف بوعي مع تغيرات المحيط بفعل القرارات المتخذة من طرف مسيريها.

كما أن للمؤسسة مسؤولية إجتماعية تعد بمثابة الإطار الموجه المحدد ضمن جهودها في التعامل مع محيطها ومدى إيفاءها بتحقيق متطلبات أصحاب المصلحة المتعلقة بها (بسبع، طهراوي دومة، و بودخدخ، 2018، صفحة 30).

1-2- المؤسسة الخدمية :

هناك العديد من التعاريف التي قدمت للمؤسسة الخدمية من بينها:

- تعرف المؤسسة الخدمية على أنها: " كل مؤسسة يتحدد غرضها الأساسي في تقديم خدمة للعميل" (بن عيشاوي، 2006، صفحة 08).
- وعرفت أيضا بأنها: " تلك المؤسسة التي تقوم بإنتاج خدمات غير ملموسة مثل البنوك، الفنادق، المستشفيات، وشركات التأمين ومؤسسات الطيران وشركات المقاولات " .(إدريس، 2005، صفحة 36)
- ويمكن تعريف المؤسسة الخدمية أيضا على أنها: " كل مؤسسة تقدم خدمات غير ملموسة -مدركة بالحواس- وقابلة للتبادل" (الطائي و العلاق، 2009، صفحة 16).

بعد عرض التعريف السابق الذي تطرق لعدة أنواع من المؤسسات سنركز فيما تبقى على مؤسسات الخدمات الصحية.

1-3- المؤسسة الصحية:

في البداية يمكن عرض التعريف التالي الذي يعتبر المؤسسة الصحية بأنها:" كل مؤسسة تنشط في المجالات الصحية والرعاية الصحية العامة والمتخصصة وإدارة الرعاية الصحية والخدمات المساندة مثل المستشفيات وإعادة التأهيل وبيوت الرعاية الصحية وكبار السن، الصحة العقلية، والتدخل في أثناء الأزمات والمستشفيات النفسية" (سويدان و البرواري، 2008، صفحة 18).

تعريف منظمة الصحة العالمية باعتباره التعريف الأشمل بين التعريفات السابقة، حيث عرفت المؤسسة الصحية على أنها: "جزء متكامل من النظام الصحي ووظيفتها توفير العناية الصحية الكاملة لجميع أفراد المجتمع، سواء كانت علاجية أو وقائية، كما أنها مركز لتدريب العاملين في الحقل الطبي والصحي وكذلك مركز للأبحاث الطبية والاجتماعية " (الشريف، 2008، صفحة 05) .

على مستوى الجزائر تبعاً للمهام المنوطة بالمؤسسات الصحية و تركيبة القطاعات الصحية التي تعنى بالصحة البشرية خصوصاً يمكن القول بأن المؤسسات الصحية هي كل مرفق عام أو خاص يقدم خدمات الرعاية و العلاج بشكل مجاني أو بمقابل مادي، يحترم القوانين و التشريعات الخاصة تحت وصاية الوزارة و الإدارات المحلية .

1-4- المشـــــروع

مستمد من كلمة projet المحدثة في الثقافة الفرنسية ، والتي لم تتبلور دلالاتها الاصطلاحية إلا في منتصف القرن العشرين (أوزي، 2006، صفحة 235) ، في الاشتقاق اللغوي لهذه الكلمة في اللغة اللاتينية لها معنى إلقاء أو رمي موضوع أو شيء إلى الأمام projection (الطاهري، 1997، صفحة 38).

المشروع هو مجموعة النشاطات المرتبطة معا ، والتي تنفذ بطريقة منظمة له نقطة بداية جديدة وواضحة ونهاية أيضا، لتحقيق النتائج المحددة التي تلبي احتياجات أي مؤسسة باعتبار ذلك أحد خطط أعمال المؤسسة الراهنة (يونج، صفحة 25). و تعرفه الجمعية الفرنسية (AFNOR) ، هو سيرورة خاصة تسمح بهيكلة واقع مستقبلي منهجيا وبصفة تدريجية، وتضيف أن المشروع يباشر بهدف تحقيق استجابة برغبة المستعمل ، الزبون ، أو مجموعة الزبائن ، وهو يتضمن هدف محدد وأفعال للتجسيد إلى جانب موارد معطاة في آجال محددة (Maders, 2000, p. 17).

1-5- مشروع المؤسســـــة

رغم ان مصطلح مشروع المؤسسة يعتبر حديثاً نوعا ما ، إلا أنه يوجد له تنظير في بعض المراجع المعتمدة ، لاسيما الرسمية منها ، وهي تلك الصادرة عن وزارة أو هيئة حكومية .

مشروع المؤسسة يعني برنامج إرادي وخطة تطوعية من مجموعة الأعمال المنسجمة التي تهدف إلى الحصول على أفضل النتائج في المؤسسات والرفع من مستوى التحصيل بها ، والسمو بجودة علاقتها بمحيطها الاقتصادي والاجتماعي والثقافي (وزارة التربية الوطنية، 1997، صفحة 47).

مشروع المؤسسة هو رؤية إسترتيجية لمستقبل المؤسسة ، يعد وفق رؤية رشيدة ، ويرتكز على معطياتها، هذه الرؤية تصاغ في مخطط سنوي عملي ، ينجز و ينفذ عبر فرق عمل ليست معزولة على الخبرات (Ministere de la SPRH, 2013, p. 08) .

التعريف المقترح : يعتبر مشروع المؤسسة مقاربة وآلية، يأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات والحاجات المحلية للمؤسسة، يتشكل من مجموعة العمليات المرتبطة والمتناسقة والمتكاملة والمتمحورة حول هدف أو عدة أهداف، تصمم على شكل مشاريع ، تقودها الفرق وفق مخطط زمني وعملي ، قابلة للتعديل و التنسيق بما يخدم التوجه العام و الإمكانات .

1-6- مشروع المؤسسة الصحية

لا يختلف مفهوم مشروع المؤسسة الصحية عن مفهوم مشروع المؤسسة ، حيث أنه مجرد توصيف للهيئة التي ترعى تطبيقه و تتخذه أسلوب إدارة مستقبلي .

مشروع المؤسسة الصحية يرتكز خاصة على المشروع الطبي ، و المواضيع العامة للمؤسسة في المجالين الطبي والتمريض ، السياسة الاجتماعية ، مخطط التكوين ، و تسيير نظم المعلومات .

يكون هذا المشروع متوافقا مع الأهداف ويحدد الوسائل الاستشفائية والمستخدمين والتجهيزات وكل ما هو متاح للمؤسسة من أجل تحقيق أهدافها ، يعد مشروع المؤسسة لمدة أدناها 02 سنة مع إمكانية مراجعته خلال هذه المدة .

يتكون من عدة مشاريع فرعية ،المشروع الطبي ، مشروع خدمات المصالح ، مشروع العلاج والتمريض ، مشروع التسيير ، وما تراه المؤسسة واجباً . يحضره المدير بمعية المجلس الطبي باعتباره هيئة تقنية استشارية لدى المؤسسة وبقية اللجان التقنية ، حسب الإهداف المسطرة و التخصص لكل فريق يقود المشروع ، يتم متابعة مشروع المؤسسة الصحية عبر لجنة قيادة Comite de pilotage مكونة من مدير المؤسسة ، المدراء الفرعيين ، رئيس المجلس الطبي ، رؤساء الوحدات و المنسقين . وكل من تراه اللجنة مؤهلاً أو مفيداً للإستشارة أو في إنجاز أشغالها.

2- مشروع المؤسسة الصحية في الجزائر

مشروع المؤسسة الصحية هو وسيلة لتركيز الاهتمام ببعض الجوانب التي لابد أن تكون ، وأيضا هو أداة لتتبع ، والتقييم والتطوير ولا يمكن أن ينتهي بسبب أن للمؤسسة أفاق تطمح إلى الوصول إليها ، ويعمل مشروع المؤسسة الصحية على تطوير قدرات التسيير الآتية : (Ministere de la SPRH, 2013, p. 10)

التسيير بالمشاريع :

وهي أداة تقنية مستحدثة واهم الخطوات من اجل الأخذ بهذا النمط من التسيير يجب اتباع :

- المقارنة بين المؤشرات ، وخصوصا مع المنافسين .
- المقارنات المالية .
- تعريف الأهداف الاستراتيجية .
- تطوير نظم الاتصال .
- تفعيل مخطط العمليات وقوائم الرقابة .
- مناقشة النتائج .

الاستقلالية في المهام للمؤسسات الصحية :

وهذا ما يكرس الاستقلالية المالية والمعنوية للمؤسسات الصحية ، وأهم الخطوات الضرورية من أجل ذلك تتحقق عبر :

- الاستقلالية المالية .
- الاستقلالية الوظيفية.
- تحليل النتائج وفق مبادئ المحاسبة التحليلية .
- التكفل بالمهام الخارجية .
- شمولية الإجراءات.

الحوكمة في المؤسسات الصحية :

مشروع المؤسسة الصحية هو أداة تمكن من :

- تحديد الأهداف المشتركة والعمل على مشاركة الجميع بشكل متكامل .
- الاتصال بين الزملاء بمختلف مستوياتهم .
- المعايير المتبادلة .

ولرعاية الحوكمة في المؤسسات ، ولابد من توفر محددات داخلية للحوكمة لاسيما القوانين و التشريعات ، كفاءة الأطر و الهيئات الرقابية ، ومحددات خارجية كالقوانين المطبقة ، الهياكل الإدارية و السلطات و الواجبات (قدوري و لشلاش، 2019، صفحة 03).

2-1- دواعي تطبيق مشروع المؤسسة الصحية في الجزائر

انبثقت هذه الدواعي من تشخيص الواقع عبر دراسة شاملة للمنظومة الصحية ، مما أبرز جملة العوامل المشتركة في الجوانب التالية : (Ministere de la SPRH, 2013, pp. 11-14)

*** تسيير الموارد البشرية :**

- نقص المستخدمين .
- نسبة تغيب معتبرة .
- تسرب المختصين نحو القطاع الخاص .
- مشكل التوظيف في القطاع .
- الغياب الكلي لتحويل المستخدمين داخليا .

*** المستخدمين :**

- نقص المعارف .
- غياب الثقة في المؤسسات الصحية العمومية .

*** مشاكل التسيير :**

- التجهيزات الغير ملائمة .
- نقص الكفاءات الإدارية .

*** تسيير الأنظمة :**

- سوء تنظيم عمليات الرعاية : خصوصا في جانب الاستعجالات .
- الأولويات غير ثابتة : عدم تطابق المشتريات أو التوريدات مع الاحتياجات ، وتغيرها بتغير الأوضاع السياسية أو المالية .
- عدم إستغلال الاعتمادات المالية في الأهداف المسطرة لها .
- عدم التساوي في الاستفادة من الخدمات الصحية بين مختلف المناطق .
- عدم الأحد في الاعتبار تدفق المرضى من أجل إعداد الوسائل والخطط للتكفل بهم .

– عدم تواجد مركز وطني للصحة للقيام بدراسات خاصة بالقطاع لاسيما في علم الأمراض ، حجم التدفقات من المرضى ، النصائح والارشادات ..

– نقص الصلاحيات المتعلقة بمجلس الإدارة .

– غياب نظام معلومات استشفائي و صحي ، مما يصعب عملية التواصل والحصول على المعلومات أنيا بصفة دقيقة، وكذا عدم الالتزام بالعمل بالبرمجيات الصحية الموضوعة قيد الخدمة .

*** الجانب المالي :**

– مدراء مؤسسات الصحية ملتزمين بحكم القانون بمهمتين المسير والأمر بالصرف في نفس الوقت .

– عدم كفاية الاعتمادات المالية وتضخم الديون على عاتق الخزينة العمومية ، نتيجة نقص دراسات استشفائية تمكن من التقدير التقريبي لتدفق المرضى لملائمة لاحتياجات المطلوبة .

2-2- التأسيس القانوني لمشروع المؤسسة الصحية بالجزائر

مشروع المؤسسة الصحية بحكم القانون و التوجهات الكبرى لوزارة الصحة تعنى به المؤسسات العمومية للصحة المشاركة في تنفيذ الخدمات العامة للصحة . في هذه الحيز سوف نركز بشكل خاص حول النصوص القانونية الصادرة في حق المؤسسات الصحية حول تطيق مشروع المؤسسة ، والذي يتضمن مجموعة القوانين وكذا التعليمات الوزارية حول أوجه التطبيق والمسارات العملية والتوصيات الكلية .

أنشا المرسوم التنفيذي رقم 07 –140 في 02 جمادى 1428 الموافق ل 19 ماي 2007 المحدد لتنظيم ومهام المؤسسات العمومية الصحية المستحدثة ، المؤسسات العمومية الاستشفائية والمتخصصة والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية ، الملحق بالقرار الوزاري المشترك في 20ديسمبر 2009 الذي حدد التنظيم الداخلي لتلك المؤسسات.هيئ هذا القانون الأرضية الملائمة للمؤسسات المذكورة من خلال فصل مهامه وتكاملها من أجل تحديد المستويات في الرعاية الصحية من أجل التكفل الأمثل بالمرتفقين وكذا المحيط .لتليها جملة مناشير وتعليمات وزارية كل حسب تخصصه ومهامه كي ترقى في مجملها إلى تحقيق الغاية المنتظرة من إعادة هيكلة المؤسسات بإتباع أسلوب تحديد الصلاحيات والمهام وفصلها لعدم التداخل بغرض التكامل ، نذكر من بينها :

التعليمة الوزارية رقم 1 المؤرخ في 16 أفريل 2014 ،المتعلقة بوضع حيز التنفيذ في لمشروع المؤسسة الصحية ولوحة القيادة ومؤشرات قياس الأداء في التسيير .

تعتبر هذه التعليمة المؤسس والمنظر لمشروع المؤسسة الصحية التي من خلالها تم وضع حيز تنفيذ لمشرع المؤسسة الصحية ، لوحة القيادة ، مؤشرات قياس الأداء لأدوات التسيير ، عقد النجاعة . في مجملها يعملون بشكل متكامل حيث ألزمت هذه التعليمة جميع المؤسسات العمومية للصحة باختلاف أشكالها على عقد عقد النجاعة بشكل منفرد مع وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات تلتزم فيه بتحقيق نتائج طموحة في شتى المجالات الطبية والإدارية ، تترجم في مشروع المؤسسة على شكل أهداف وكذا طرق تنفيذها وتقييمها من خلال التوقع المسبق للنتائج والسبل المتخذة لتحقيقها والتعليق على النتائج ، من خلال مؤشرات قياسها . يخصص لكل هدف في المشروع لوحة قيادة استشرافية بجميع محوياتها وعناصرها .

التعليمة رقم 06 المؤرخة في 08 جانفي 2014 المتعلقة بعقد النجاعة وتنفيذ الأنشطة ، والتي من خلالها تم التمهيد لمشروع المؤسسة الصحية من خلال انطلاقة أولية تقيم كل ستة أشهر يتضح من خلالها مدى التزام المؤسسات الصحية بتنفيذ الأهداف الموضوعة باستخدام وسائلها .

التعليمة رقم 05 المؤرخة في 30 جويلية 2013 ، المتعلقة بإعادة هيكلة المصالح الصحية العمومية ، ركزت هذه التعليمة على تنفيذ التنظيم الصحي والفاعلية والكفاءة في تنفيذ الأنشطة .

ألحقت بالمذكرة رقم 01 المؤرخة في 16 افريل 2014 و المتعلقة بوضع حيز التنفيذ لمشروع المؤسسة ، لوحة القيادة و مؤشرات التسيير . للتأكيد على الانصلاق العمل بهم على وجه السرعة ، و قد حددت شهر ماي من ذات السنة كاقصى اجل للبدء في تنفيذه .حدد وفق هاته المذكرة فترة سنتين 02 سنة كمدة أولية لمشروع المؤسسة ، يستهدف النقاط الثلاثة و التي سميت الخطط الثلاث les 3P :

- خطة عمل لتصفية الأوضاع المهنية لممتهني الصحة .
- خطة عمل للتصفية المالية و يخص الديون المرتبطة بالصيدلية المركزية للمستشفيات و معهد باستور الجزائر.
- خطة عمل لتسهيل الحصول على الفحوصات الطبية الخارجية و العلاج داخل الهياكل الاستشفائية .

ليؤكد فيما بعد القانون 18-11 المؤرخ في 18 شوال عام 1439 الموافق 2 يوليو 2018 المتعلق بالصحة في مواده 301 و 311 على ضرورة إعداد مشروع المؤسسة المتضمن لعقود النجاعة للأنشطة و إتخاذه كآلية للتخطيط و التقييم من أجل نمذجة التسيير الإستشفائي .

2-3- التوجهات الكبرى المستهدفة بمشروع المؤسسة الصحية

يتغير واقع المستشفيات بشكل غير متوقع وهذا نتيجة طابع الطوارئ الذي لا يمكن التنبؤ به ، بحيث تختلف فيه أنماط التسيير يشكل كبير عن باقي المؤسسات الخدمية الأخرى ، لذا وجب الأخذ في الحسبان في العوامل التالية: (Ministere de la SPRH, 2013, pp. 15-16)

- التعريف بالتوجيهات الكبرى في المجال الصحي .
- تعريف المستخدمين بالاستعدادات الواجب اتخاذها عند الاحتياجات الخاصة ، لاسيما الطبيب المرجعي والتداخل بين المستخدمين .
- تحديد المر دودية المستهدفة والمراد تحقيقها في المستقبل .
- دراسة متطلبات و الانتفاض عن الواقع وتغيره بشكل أفضل .

لكن حاليا وفي الوقت الراهن فان وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات أوعزت لمصالحها على الاهتمام بالتوجهات الكبرى التالية :

- تخفيض عدد الأمراض المعدية والمتنقلة .
- الالتزام بالمتابعة المنتظمة للأمراض المزمنة .
- اعتماد التكنولوجيات الحديثة في التنظيم أو الرعاية الصحية .

- اعتماد أفضل الأدوية والمستهلكات وطرق التشخيص .
- الفحوصات ، العلاجات ، الجراحات اليومية ...
- الفحوصات الطبية المتخصصة تجرا على مستوى العيادات المتعددة الخدمات من أجل إيجاد جو استشفائي وتخفيف الضغط على المصالح الاستشفائية وفلترة الوافدين .
- اعتماد التراتبية في العلاج ، المركزية و التركيز وإعادة تأهيل المراكز المتخصصة .
- إدراج عدة تخصصات لتصبح كأحد جوانب الرعاية الصحية المقدمة كإعادة التأهيل بعد العمليات الجراحية .
- الاهتمام بشكل خاص بالصحة العمومية بكل ما تحتويه من مهام .

2-4- منهجية مشروع المؤسسة الصحية في الجزائر

أولا: التشخيص

بدون تشخيص معمق ، يفقد المشروع أهدافه ، اذ يجب التقيد بالارشادات ، تقبل التغيير ، العمل على تحقيق محاور التقدم ، والتصريح بالمشاكل .العناصر المفاتيح لهذه الدراسة التشخيصية: (Ministere de la SPRH, 2013, pp. 16-18)

- تحليل الأوبئة للوعاء السكاني المغطى في حدود المؤسسة :

من الممكن تحديد حجم الرعاية الواجبة للوعاء السكاني باستخدام التخطيط المركزي أو الجهوي ، هاته الميزة تمكن من تلبية احتياجات المواطنين لماحة جغرافية معينة، حتى نحصل على كفاية كلية للمنطقة المستهدفة ، من خلال الأخذ واعتبار المؤشرات التالية :

- اعتماد التصنيف الدولي للأمراض CIM 10 أفرقة لكل عشرة ألاف مواطن .
- أسباب الوفيات مقارنة بالمتوسط الوطني .
- متوسط المسافة للمنطقة المغطاة .
- العوامل الاجتماعية والاقتصادية ومستويات المخاطر.
- المقارنة مع الدول الأخرى من نفس المستوى تحت الظروف ذاتها .

- تحليل نتائج الرعاية الصحية باعتماد التقارير :

من خلال التحدي بصفة عامة للوسائل والمقرات ومختلف العوامل من شأنها التأثير بالسلب أو الإيجاب على نوعية الخدمات المقدمة باعتبار التكاليف ومقارنتها مع النتائج المحققة كمؤشر مرجعي . في المبدأ تم الأخذ بهذا الداعي للمساحة جغرافية المغطات من طرف المؤسسة الصحية من أجل تعيين أقطاب للتخصصات ، وكذا التراتبية في العلاج ، ويمكن الأخذ ببعض المؤشرات للمساعدة في تحقيق الأهداف كما يلي :

- الربط بين الوعاء السكاني المغطى وخدمات الرعاية الصحية ، من خلال : عدد الأسرة ، عدد ساعات الفحوصات الخارجية ، عدد المستخدمين لكل 100 ألف مواطن حسب التخصص .
- الخدمات المقدمة للوافدين على المؤسسة الصحية والمسجلين فعلا مقارنة بعدد السكان الإجمالي للمنطقة الجغرافية المغطاة ، حسب المصالح والتخصصات (عدد الحالات الاستشفائية ، الفحوصات الطبية ، الحالات الجراحية لكل 100 ألف مواطن حسب التخصص)

كل هذا من أجل الدمج بين مختلف العوامل بهدف التخطيط والتغلب على العوامل المحلية ، والتعرف على مرد ودية الأفراد المشكلة بالنظر إلى مقدرتهم على تحمل المهام من أجل التعديل أو التكوين .

– تحليل المردودية للجهاز الإداري والتقني في المؤسسة :

من أجل التشخيص بشكل مؤسس ، يجب أن ننجز دراسة مقارنة ، لاسيما المقارنة دوريا بشكل متزامن مع مواعيد تنفيذ الأهداف ، لعدم فقدان النزعة السائدة ، وتحليل الفروقات الغير مقبولة بين ما هو مقرر وما هو محقق والوسائل المستغلة في ذلك ، ويمكن الأخذ ببعض المؤشرات من أجل مقارنتها دوريا نذكر على سبيل المثال :

– عدد الأسرة – عدد الأيام الاستشفائية .

– عدد الحالات المسجلة حسب الطبيعة والعمر والجنس . – عدد التدخلات .

– تحليل المحيط الخارجي للمؤسسة :

طبيعة ونوع الروابط بين المؤسسات الصحية الأخرى في منطقة النشاط وجملة مؤثرات أخرى نوجزها في :

– المؤسسات الصحية المحلية – وحدات العلاج – التواصل مع المواطنين

– الأطباء في الإقليم – سيارات الإسعاف – الكشف المبكر

– الجانب الصحي للمحيط عامة والعادات الاجتماعية والثقافية

ثانياً : إعداد الأجنحة

يتكون مشروع المؤسسة الصحية من العديد من المشاريع الفرعية ، يطلق عليها الأجنحة وتختلف من مؤسسة إلى أخرى حب واقعها ومتطلباتها ، لكن المتفق عليه بخصوصها تظم :

مشروع تكفل بالمريض ورعايته . مشروع التكوين و تحسين المستوى .

مشروع البحث العلمي . مشروع الجودة .

مشروع التحكم في الوسائل وصيانتها . مشروع الادراة والتسيير والموارد البشرية .

المشروع المالي . مشروع أنظمة المعلوماتية .

أصدرت وزارة الصحة بالجزائر كتيبا خاص تشرح فيه طريقة اعداد الأجنحة والنقاط الواجب استهدافها ، كي تتكفل به اللجان الفرعية المكونة من الأفرقة ، تحتوي هذا الأجنحة على : (Ministere de la SPRH, 2013, pp. 18-20)

المشروع الطبي :

– اعداد ملفات حسب المرض توزع كل فريق حسب تخصصه .

– عملية الكشف المبكر على الأمراض .

- تحويل بعض التخصصات إلى خارجية وإعادة تنظيم التخصصات الداخلية .
- وضع التكنولوجيات الحديثة في الكشف وتشخيص الأمراض .
- تكليف المخابر بمهام البحث .
- التحكم في التدفق للوافدين .
- جاهزية غرف العمليات .
- توفر الطاقم التقني ومدى مردوديته .
- تنظيم حركة الاستعجالات .

مشروع التمريض والرعاية :

- إعادة تنظيم ملفات المستخدمين الشبه الطبيبين .
- تطوير المعارف لكافة المستخدمين خاصة استخدام وسائل الإعلام الآلي .
- الاهتمام بتطوير تخصصات لاسيما علم اللسانيات ، إعادة تأهيل ...
- زيادة الحجم الساعي من أجل العمل المثالي بحيث يكون متوافقا مع دورة نشاط المؤسسة وحجم المرضى .
- تحويل الطاقم التقني بين مصالح بشكل دوري لزيادة المعارف والتحكم المهني .

مشروع الإدارة والتسيير :

- تحديد الأوليات في إنشاء المصالح وصيانتها .
- إعداد مخطط لتجديد مختلف المصالح وفق المعايير الإنشائية اللازمة في المقرات ،واختيار الأدوات الواجبة للتشغيل بشكل ملائم .
- إعادة تهيئة وهيكلة المصالح ووضع خطة عمل يجب التقيد بها .
- تحسين دورة الحركة الداخلية في المؤسسة بالنسبة للممرات ، المداخل والمخارج .
- تفعيل أدوات المحاسبة التحليلية وحساب التكاليف في اتخاذ القرارات .
- تكوين تكميلي للمستخدمين الإداريين .
- تحسين ظروف الاستقبال للمرضى والمرتفقين .
- تسوية النزاعات الداخلية والخارجية .
- الرد على الانشغالات والملاحظات بشكل آني .
- اعتماد لوحات القيادة لأدوات التسيير في مشروع المؤسسة .
- إعداد خارطة طريق .

مشروع أنظمة المعلومات الصحية :

- اعتماد الأرضيات الرقمية والتأكيد على استعمالها .
- إعداد ملف الكتروني لكل مريض .
- اعتماد أدوات العلم الآلي في التنظيم .
- تحيين المعلومات بشكل يومي .

– إعداد شبكات محلية داخل كل مؤسسة صحية وربطها وطنيا .

المخطط العملي :

يعتبر هذا المخطط العملي من وظائف التسيير ، وهو عبارة على وثيقة للتتبع والتقييم لمدى التنفيذ لاسيما في :

– أوجه وطرق تحقيق الأهداف ، المخطط ، المواعيد.

– المسؤولين عن المشاريع ، آجال التنفيذ .

– حساب التكاليف .

– تقييم التقدم باعتماد المؤشرات .

مشروع جودة الخدمات :

يحتوي على خمسة محاور أساسية ، لا يجوز المفاضلة بينهم من أجل الوصول إلى مستوى قياسي في جودة الخدمات الصحية باعتبارها من الأوليات الضرورية جدا ، تتمثل هذه المحاور في :

– معايير المنشئات الصحية والهياكل القاعدية والمستخدمين

– تسيير المخاطر

– المصداقية

– توصيف الإجراءات

– الكفايـــــة .

وهذا يحقق الجودة كونها " كفاءة الإستعمال " كما قال juran (خراز، طاوش، و علامي، 2019، صفحة 43) .

2-5- دور مشروع المؤسسة في جودة الخدمة الصحية

يمكن ربط مشروع المؤسسة وإيجاد علاقة وثيقة بينه وبين الجودة من عدة نواحي كون أن مشروع المؤسسة هو خطة استشرافية وأسلوب للإدارة يتخذ من الإدارة بالمشاريع منهجا .ومشروع المؤسسة الصحية يهدف أساسا من خلال التعاريف المقدمة إلى تحسين جودة الخدمات سواء كانت صحية أو غيرها ، أو الرفع من جودة الخدمة أو الخروج من واقع متردي والانتقاض عليه ، لكن هنا سوف نجد العلاقة الوثيقة بين مشروع المؤسسة الصحية ورفع جودة الخدمات من خلال النقاط أدناه : (Bouadi, 2015, pp. 121-122)

– يعمل مشروع المؤسسة الصحية على تشخيص الواقع ودراسته لاسيما العناصر الغير محفزة على استمرارية النشاط.

– تتميز المؤسسات الصحية بتقديم مخرجات متمثلة في الخدمات الصحية ، وكونها ليست بسلعة ملموسة ، فلا يمكن هنا الزيادة في كمية الإنتاج أو هيكلة خطوط الإنتاج ... ، بل أن هناك أمامها خيار واحد ألا وهو التركيز على الخدمات الصحية المقدمة ومحاولة الرفع من جودتها ، للتحكم في مجمل الظروف المحيطة وسوقها نحو ذات الغرض، هنا يتجلى دور مشروع المؤسسة الصحية في ظل عدم تمكن الأساليب الإدارية القديمة من الوفاء برفع جودة الخدمات.

– لمشروع المؤسسة أجنحة على شكل مشاريع ضمنية ، تستهدف كل جوانب النشاط الصحي بشكل شمولي ومتكامل تشاركي ، يحتوي على جناح أصيل يدعى « مشروع الجودة » ، وهو المخرج الذي يمكن قياسه و مقارنته مع مثيلاتنا

من الدول ذات نفس المستوى و الظروف ، حيث أن مشروع الجودة استهدف خمسة مشاريع أولية و طموحة يمكن إثراؤها و إتخاذها قاعدة لتطوير الجودة إلى الجودة الشاملة ، يحتوي هذا المشروع على النقاط الأساسية التالية :

– معايير المنشئات الصحية والهياكل القاعدية والمستخدمين : الأمر هنا يتعلق بقياسة المنشئات الصحية لتكون محلا للنشاط يعمل على بث روح العمل ويعكس مستوى الخدمات الصحية المقدمة للمرتفقين ، فمن البديهي أن تكون هذه المنشئات صحية لتعلقها بمجال نشاط مماثل يحتوي على تلك المعايير الدولية في المنشئات الصحية لاسيما الهيكلة ، التهوية ، النظافة ... أما الهياكل القاعدية فهي تلك الوحدات الصغيرة التي تقدم خدمات غير متخصصة ينبغي أن لا يكون مستوى خدمتها متدني بل يجب ان يتحلى بالجودة المطلوبة لبساطة مهامها .

بالنسبة للمستخدمين فيجب أن تتوفر فيهم تلك المعايير لاسيما الدولية منها كالتكوين المستمر ، معادلة الشهادة ، التحويل بين مصالح ، الرسكلة ، تصفية الحياة المهنية ... ، لها كبير الأثر على جودة الخدمات الصحية التي يقدمها المستخدمين ، كونهم المحرك الاول في الخدمة ولا فائدة من العنصرين السابقين دونهم ، فهم من يقدمون الخدمة الصحية مخرج العملية .

يلبي مشروع المؤسسة الصحية كل تلك العناصر بشكل متوازي ، فهو يحتوي على مشاريع فرعية تولي كل نقطة منها اهتمامها المتفرد من اجل الوصول إلى جودة كبيرة في الخدمات الصحية .

– تسيير المخاطر : ما يميز مجال الصحة طابع الفجائية وعدم توقع حجم المرتفقين والمرضى ، وتظهر جودة الخدمة هنا في مقدرتها على التكفل بالمخاطر ، لتكون وفق المستوى الدولي باعتماد مؤشرات ومعايير تدل على نوعية جودة الخدمة الصحية المقدمة ، يبنى مشروع المؤسسة الصحية بأهداف قياسية يتم قياسها وفق تلك المؤشرات والمعايير .

– المصداقية : باعتبار أن المؤسسة الصحية خدمية بطبعها ، لا يمكن وزن أو تحجيم الخدمة المقدمة ، إلا وفق تثمين للخدمات الصحية ، يتم التعرف على طبيعة الخدمة من خلال مؤشر المصداقية ، باعتبار أن العلاقة بين المريض ومقدمي الخدمة هي عقد وهو ما نص عليه ميثاق المشروع في أدبياته .

– توصيف الإجراءات : المقصود بها وضع جميع الإجراءات الصحية وفق المعايير الدولية ، فركز مشروع المؤسسة الصحية على توصيف الإجراءات وتحميل المسؤوليات للقائمين بها ، كل هذا من أجل رفع جودة الخدمات الصحية بعدم تجاوز إجراء معين وتكفل كل تخصص بخدماته .

– الكفايـــــة : تتكون العملية الصحية من عدة أطراف نجد منها البشرية ، المعدات والوسائل ، الأدوية والمستهلكات، حتى تتمكن المؤسسة من نمذجة ومراقبة كل تلك الأطراف التي من خلالها يتم منح خدمة ذات جودة ، كان لها أن تساير ذلك باستخدام مشروع المؤسسة للتعرف على التغرات والنقائص .

2-6- تجسيد مشروع المؤسسة الصحية في الجزائر

وضع حيز التنفيذ لمشروع المؤسسة في الجزائر جاء نتيجة عدة عوامل لها علاقة وثيقة بطبيعة المهام ، وكون أن المستشفيات تمتلك قاعدة عريضة سواء من المستخدمين أو المعدات ، تتميز بعدم توقفها أو وضعها خارج الخدمة، فمختلف المؤسسات تعد متخصصة نوعا ما من منظور القانون أما على الصعيد الواقعي فهي تتداخل في المهام والمسؤوليات ، مما نتج عليه تشتت وتشوه الخدمات وتداخل الصلاحيات مما أثر على جودة الخدمات المقدمة

بشكل مباشر ، لذا لزم تقويم المسارات بوضع خطة تسيير إستراتيجية تعمل على تحقيق الأهداف الكبرى لمشروع المؤسسة الصحية وهي واضحة المعالم كالأتي : (Ministere de la SPRH, 2013, p. 20)

الفاعليـــــــــة المســـــــــاواة الملائمـــــــــة

الاستمراريـــــــة النجاعـــــــة الجـــــــــودة

3- الخاتمة :

يعبر مشروع المؤسسة الصحية بالجزائر عن نية الدولة القيام بثورة إيجابية و طموحة على مستوى القطاع الصحي، بإدراج آليات و أدوات للتسيير و المراقبة و التقييم المجربة في كثير من الدول الرائدة في المجال الصحي ، كل لها خصائصها و سياستها كيفت حسب إمكاناتها ، صيغت في مشاريع للمؤسسات الصحية ، حتى أصبحت مسايرة للتطورات الحاصلة في المجال الطبي و التقني و كذا اللوجستي .

بالرغم من كونه أداة تعمل على إستغلال و إستثمار متوازي و متوازن لكل الإمكانات المادية و البشرية و الفكرية ، فهو يتطلب الوقت وتضافر الجهود و الإنجاز المرحلي حتى تكون هناك نهضة متوازنة و رشيدة في القطاع الصحي بالجزائر ، إلا أنه يعتبر وسيلة المواكبة و تنمية روح الولاء وترشيد للإمكانيات المتاحة و تطويرها لتجني المنافع عامة.

- قائمة المراجع

1. Bouadi, S. (2015). *le projet d'établissement hospitalier , un nouvelle instrument au service de management hospitalier.* Tizi-Ouzou, mémoire en vue de l'obtention de diplôme de Magister en sciences économiques , option management d'entreprise: université Mouloud Maamri.
2. Maders, H.-p. (2000). *conduire une equipe orojet* (éd. 02). Paris: Editions d'organisation.
3. Ministere de la SPRH. (2013). *manuel d'élaboration d'un projet d'établissement hospitalière.* (c. d. Enpi/2008-19658, Éd.) Alger, réalise dans le cadre des activités du PASS-UE.DZ.
4. أحمد أوزي. (2006). *المعجم الموسوعي لعلوم التربية* (الإصدار الطبعة الأولى). (مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، المحرر) منشورات علوم التربية.
5. أحمد بن عيشاوي. (2006). إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية. *ورقلة : مجلة الباحث* (04)، 7-16.
6. تريقول يونج. *المرجع في ادارة المشروعات* (الإصدار 01). (بهاء شاهين، المترجمون) القاهرة: مجموعة النيل العربية.
7. ثابت عبد الرحمن إدريس. (2005). *إدارة الأعمال نظريات ونماذج وتطبيقات*. الإسكندرية: الدار الجامعية.
8. حميد الطائي، و بشير العلاق. (2009). *: إدارة عمليات الخدمة*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
9. حنان يحي الشريف. (2008). *تأثير نظام المعلومات على جودة خدمات المؤسسات الصحية -دراسة حالة مستشفى بشير بن ناصر*. بسكرة: مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة.

10. نادية خريف. (2007). *تأثير إدارة التغيير على جودة الخدمات بالمؤسسة الصحية -دراسة حالة مستشفى بشير بن ناصر بسكرة(، /.* بسكرة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

11. ناصر دادي عدون. (1998). *اقتصاد المؤسسة*.الجزائر: دار المحمدية العامة.

12. نظام موسى سويدان، و عبد المجيد البرواري. (2008). *إدارة التسويق في المنظمات غير الربحية*. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.

13. نور الدين الطاهري. (1997). *مشروع المؤسسة*. الدار البيضاء: دار الاعتصام.

14. وزارة التربية الوطنية. (1997). *تكوين المديرين ، كراس التكوين الذاتي* . المغرب: وزارة التربية الوطنية.

15. هودة صلطان قدوري، و عائشة لشلاش. (2019). *مجلة النموالإقتصادي و المقاولاتية Asjp*. تاريخ الاسترداد 23 12, 2020، من Asjp: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122719

16. لخضر خراز، قندوسي طاوش، و خديجة علامي. (2019). *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية asjp*. تاريخ الاسترداد 23 12, 2020، من asjp: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122727

17. عبد القادر بسبع، علي طهراوي دومة، و كريم بودخدخ. (2018). *مجلة النموالإقتصادي و المقاولاتية ASJP*. تاريخ الاسترداد 23 12, 2020، من ASJP: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122715

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory

Year : 2021 Vol.5 No.9 Special pp:76-85.

Analytical study of the dimensions of the entrepreneurial trend according to a model The entrepreneurial event of SHAPERO and SOKOL

Zerzar Ayachi[1], Ghiad Karima[2], Benourida Hamza[3]

[1] Professor, Department of Management , University of skikda, Algeria, a.zerzar@univ-skikda.dz
[2] Lecturer, Department of Management, University of skikda, Algeria, k.ghiad@univ-mila.dz
[3]Phd Student, Department of Management , University center of mila, Algeria, h.benourida@centre-univ-mila.dz.

ARTICLE INFO

Article history:
Received:19/12/2020
Accepted:07/01/2021
Online:11/01/2021

Keywords:
**Entrepreneurial orientation*
**Entrepreneurial*
**Shapiro and Sokolo model*
JEL Code: G38 .H7

ABSTRACT

Considering that entrepreneurship has become a source of interest in many countries as it creates jobs and wealth on the one hand, and on the other hand, opinions differed in the economic literature on the entirety of the factors affecting the entrepreneurial trend, but all of them in the entrepreneurial literature dealt in its studies with the Shapiro model, which is concerned with the formation of the entrepreneurial event. The basis Our research paper aims to know the determinants of the entrepreneurial orientation of individuals according to the Shapiro and Sokolo model.
The results of the study concluded on the importance of the social environment in promoting the entrepreneurial culture and the desire to establish enterprises. The social environment must be given a pivotal role in terms of creating an enterprise culture among young people, whether the educated or others.

دراسة تحليلية لأبعاد التوجه المقاولاتي وفق نموذج الحدث المقاولاتي لـ SHAPERO و SOKOL

زرزار العياشي [1]، غياد كريمة [2]، بن وريدة حمزة[3]

[1] أستاذ التعليم العالي، علوم التسيير، جامعة سكيكدة، الجزائر، l.zerzar@univ-skikda.dz
[2] استاد محاضر قسم ب، علوم التسيير، جامعة سكيكدة، الجزائر، k.ghiad@univ-skikda.dz.
[3] طالب دكتوراه، علوم التسيير، المركز الجامعي ميلة ، الجزائر، h.benourida@centre-univ-mila.dz .

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال: 2020/12/19:
تاريخ القبول: 2021/01/07:
تاريخ النشر2021/01/11:

الكلمات المفتاحية
التوجه المقاولاتي
المقاولاتية
نموذج شابيرو وسوكولو
JEL Code: G38 .H7

الملخص

باعتبار المقاولاتية أصبحت مصدر اهتمام العديد من الدول كونها تخلق فرص عمل والثروة من جهة، ومن جهة أخرى تباينت الآراء في الأدبيات الاقتصادية حول مجمل العوامل المؤثرة في التوجه المقاولاتي، غير أن مجملها في أدبيات المقاولاتية تطرقت في دراساتها لنموذج شابيرو والمعنون بتكوين الحدث المقاولاتي، وعلى هذا الأساس تأتي ورقتنا البحثية بهدف معرفة محددات التوجه المقاولاتي للأفراد وفق نموذج شابيرو وسوكولو.
توصلت نتائج الدراسة على أهمية المحيط الاجتماعي في تعزيز الثقافة المقاولاتية والرغبة في انشاء المؤسسات، يجب إعطاء المحيط الاجتماعي دورا محوريا فيما يخص خلق ثقافة المقاولة لدى الشباب، سواء المتعلمين أوغيرهم.

*Corresponding Author *Zerzar Ayachi*, *Email:* zerzar_18@yahoo.fr

- **مقدمة:**

لطالما نادت النظريات بأهمية المقاول في بناء اقتصاديات الدول، وصورت المقاول على أنه البطل ولما كان للمقاول والمقاولة كل هذه الأهمية في دفع عجلة التنمية الاقتصادية أو الاجتماعية، برزت العديد من الدراسات والمقاربات النظرية التي سعت إلى تفسير السلوك المقاولاتي ومنها: المقاربة الوظيفية للاقتصاديين التي اهتمت بآثار المقاول والمقاولة في تنمية النظام الاقتصادي، ثم المقاربة الفردية التي ركزت على الجانب النفسي الاجتماعي للمقاول والتي حاولت تفسير سلوك هذا الأخير من خلال سماته النفسية وخصائصه الشخصية، دون أن ننسى مقاربة البيئة التي ترى أنه لا يجب إهمال هذه الأخيرة عند تفسير السلوك المقاولاتي للأفراد، كما تشير هذه المقاربة إلى أن عوامل البيئة تؤثر على معدلات انجاز وتحقيق المشاريع المقاولاتية.

وباعتبار ظاهرة المقاولة سيرورة تتكون من مراحل أولها التوجه المقاولاتي، هذا ما أدى إلى ظهور مقاربة جديدة هي مقاربة التوجه المقاولاتي، والتي أصبحت أساس نظري يؤطر العديد من الدراسات، وحتى يمكن تحقيق أعلى نسبة من العمل المقاولاتي لابد من الوقوف عند كل مرحلة من مراحل السيرورة المقاولاتية ومحاولة فهمها. وبما أن التوجه المقاولاتي كما سبق وذكرنا هو مرحلة قبلية في هذه السيرورة، فدراسته تمكن من تحليل، تفسير، وفهم العوامل والعقبات التي يمكن أن تؤثر وتمنع الأفراد من اختيار المقاولة كمسار مهني، إضافة إلى التعرف على الدوافع والاعتقادات والمواقف.

حيث يعد shumpeter من الأوائل من حدد دوافع التوجه المقاولاتي للشباب باعتبارها المحركات الرئيسية لتوصيف أنواع المشاريع. إذ حددها بأربعة دوافع، الدافع الأول ينطوي على فرح خلق شيء جديد وتحقيق الذات، وهنا فأن القوة الدافعة وراء بدء الأعمال التجارية هي تلبية الاحتياجات، احترام الذات، وتحقيق أفكار الفرد، والدافع الثاني، الرغبة في زيادة هيبة، وزيادة الدخل والوفاء ببعض الاحتياجات. والدافع الثالث لا علاقة له بالإرادة، إذ أن الروح القتالية والرغبة هي من تدفع الشباب للعمل لحسابهم الخاص. أما الدافع الرابع والأخير هو الحفاظ على استمرار شركاتهم العائلية.

وتختلف العوامل التي تدفع الشباب نحو التوجه المقاولاتي، غير أن النموذج المقدم من طرف العالمان شابيرو وسوكولو للحدث المقاولاتي قد لخص هذه الدوافع. فحسبهما هناك ثلاث عوامل تدفع الأفراد نحو التوجه المقاولاتي وهي: الانتقالات السلبية، الانتقالات الإيجابية، وأخيرا الأوضاع الوسيطية.

الاشكالية:

يعتبر التوجه المقاولاتي قوة رئيسية تجعل من إنشاء المؤسسة ممكنا. فهو يتعلق بقرار بدء مشروع جديد، بحيث نية القيام بهذا المشروع تسبق القرار في حد ذاته، فيتواجد بذلك حالتين: تشكيل التوجه قبل وقت قصير من القرار الفعلي وهناك حالة التوجه التي لا تؤدي أبدا إلى السلوك الفعلي. وفي أدب المقاولة عدة دراسات تدعم فكرة أن التوجه يلعب دورا هاما للغاية في اتخاذ القرار لبدء النشاط التجاري. فهي مقدمة ضرورية لتنفيذ السلوك وبذلك هي حالة ذهنية

تهدف إلى تحقيق الرؤية. وتتعدد دوافع إنشاء مؤسسة، فالفرد له أسبابه الخاصة التي تدفعه نحو الإنشاء. إلا أن العالمان carsud وkrueger فصلا في النوايا التي تحرك الأفراد لتفسير السلوك. حيث أغلب الدراسات أجمعت على وجود نموذجين أساسين للحدث المقاولاتي أو النية المقاولاتية وهما نموذج السلوك المخطط (ajzen 1991) ونموذج (shapero وsokol 1982). ولمعرفة العوامل التي تأثر على الأفراد نحو التوجه المقاولاتي، نطرح الإشكالية التالية:

ما هي محددات التوجه المقاولاتي للأفراد وفق نموذج shapero وsokol؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أنها تتعلق بالمقاولاتية في الفكر والسلوك والرغبة في العمل والتطوير والابداع من خلال :

ـ التعرف على العوامل التي يجب أن تتوفر في الأفراد من أجل ميولهم نحو النشاط المقاولاتي .

ـ معرفة عوامل المحيط الخارجي التي تساهم أيضا في تعزيز توجه الفرد نحو المقاولاتية وتجسيد مشروعه في شكل مؤسسة، فقد أشارت العديد من الدراسات في هذا الصدد الى أن اتخاذ قرار بشأن القيام بإنشاء مؤسسة هو أمر جد معقد لأنه يخضع بالأساس الى عمليات عقلية دقيقة،

ـ يعد التوجه المقاولاتي من المواضيع المهمة في الفكر الإداري، فقد حظى باهتمام كبير من اكتشاف واستثمار الفرص، من أجل تحريك المشاريع المقاولاتية وخلق فرصة مبتكرة ومتفردة، حيث تعد وسيلة حيوية للابتكار من أجل الحد من تفاقم ظاهرة البطالة، مما يحقق التوازن الذي تسعى الدول لتحقيقه في خططها المختلفة.

أهداف الدراسة:

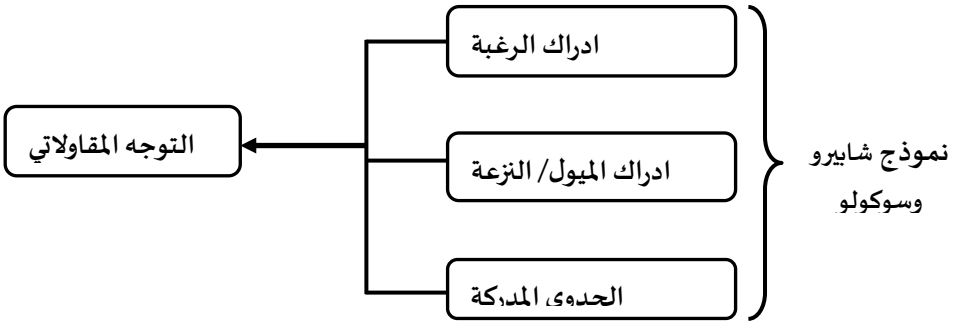
ـ التعرف على مفهومي التوجه المقاولاتي ونموذج الحدث المقاولاتي لشابيرو وسوكولو ،

ـ تحديد أهم العوامل التي تؤثر على التوجه المقاولاتي.

ـ تبيان وتوضيح تأثير متغيري نموذج Shapero وSokol بأبعاده المتعددة: إدراك الرغبة، وإدراك الجدوى من المقاولاتية على النية في إنشاء المؤسسة، وكذا أهمية هذه الأبعاد قرار انشاء مؤسسة،

ـ إبراز المساهمة الفعالة التي تلعبها الدوافع المقاولاتية في خلق روح المقاولة لدى الشاب ورفع ميولاتهم نحو انشاء المؤسسات.

نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين

1- التوجه المقاولاتي

بين (Krueger1993) أن التوجه المقاولاتي يعتبر قوة رئيسية تجعل من إنشاء المؤسسة ممكنا. فهو يتعلق بقرار بدء مشروع جديد، بحيث نية القيام بالمشروع تسبق القرار في حد ذاته، فيتواجد بذلك حالتين: تشكيل التوجه قبل وقت قصير من القرار الفعلي وهناك حالة التوجه التي لا تؤدي أبدا إلى السلوك الفعلي. وفي أدب المقاولة عدة دراسات تدعم فكرة أن التوجه يلعب دورا هاما للغاية في اتخاذ القرار لبدء النشاط التجاري فهي مقدمة ضرورية لتنفيذ السلوك. وبذلك هي حالة ذهنية تهدف إلى تحقيق الرؤية. تتعدد دوافع إنشاء مؤسسة، فالفرد له أسبابه الخاصة التي تدفعه نحو الإنشاء، فليس كل الأفراد لهم نفس الميول، فالبعض منهم يعتقد أنه لا يملك ما يلزم لمباشرة الأعمال الخاصة، وبما أن المغامرة في إنشاء مؤسسة هي عملية اختيارية وذات وعي، فيمكن اعتبار المقاولة كسلوك مخطط، (Ajzen1991) وكل سلوك مخطط يسبقه نية. وقد عرف (Ajzen1991) أيضا المواقف على "أنها تقييم شيء بمعنى درجة انجذاب أو ابتعاد الفرد نحو شيء أو سلوك معين" (سليماني، وبوسيف، 2019، ص 65).

في هذا الخصوص يمكن اعتبار المقاولة كعملية متعددة الخطوات. وقد يمتلك الفرد قدرات وكفاءة ذاتية تسمح له بأن يكون مقاول، أو تحول دون أن يصبح كذلك بسبب ضعف قناعته وتوجهه نحو إنشاء المؤسسة. فهذا الأخير بالتعريف هو " الشخص المتخصص في صنع القرار ويمتلك بديهية تمكنه من الاستغلال الأمثل للموارد النادرة والتعامل معها من أجل الوصول إلى أهدافه" (قارة، وآخرون، 2019، ص 95).

1-1- تعريف التوجه المقاولاتي:

أضحت المقاولاتية مصطلح واسع التداول في أوساط المجتمع، وازدادت أهميتها بين الباحثين والحكومات لدرجة اهتمامهم أكثر بتطوير المقاولين ومؤسساتهم (علون، والسبتي، 2019، ص 3). وباعتبار ظاهرة المقاولة سيرورة تتكون من مراحل أولها التوجه المقاولاتي، هذا ما أدى إلى ظهور مقاربة جديدة هي مقاربة التوجه المقاولاتي، والتي أصبحت أساس نظري يؤطر العديد من الدراسات، وحتى يمكن تحقيق أعلى نسبة من العمل المقاولاتي لابد من الوقوف عند كل مرحلة من مراحل السيرورة المقاولاتية ومحاولة فهمها، وبما أن التوجه المقاولاتي كما سبق وذكرنا هو مرحلة قبلية في هذه السيرورة، فدراسته تمكن من تحليل، تفسير، وفهم العوامل أو العقبات التي يمكن أن تؤثر وتمنع الأفراد من اختيار المقاولة كمسار مهني، إضافة إلى التعرف على الدوافع والاعتقادات والمواقف، ومن أهم هذه التعاريف نذكر:

- عرف (Bird 1988) التوجه المقاولاتى بأنه إدراك واعتقاد فردي، يعتزم فيه الفرد إقامة مشروع تجاري جديد،(عليلي، وماحي، 2019، ص 387).

- يعرف (Mokhtar, et all) التوجه المقاولاتي بأنه درجة الميل نحو السلوكيات المقاولاتية، مثل الحرص على العمل كمقاول (Mokhtar et al, 2017, p18).

- وفي تعريف آخر هو" سلوك الأفراد وتوجهاتهم نحو تحقيق وإنشاء المشاريع، والتي تعتمد على توجهاتهم والقدرة على التنبؤ بها " (Youcef, et al, 2015, p140)

- كذلك يعرف على أنه " الاعتراف الذاتي من قبل الشخص اعتزامه إقامة مشروع جديد والتخطيط بوعي للقيام به في مرحلة ما في المستقبل" (بوسيف، 2018، ص24).

ـ يعرف التوجه المقاولاتي على أنه " حالة ذهنية يميل الفرد بمقتضاها إلى خلق منشأة جديدة أو قيمة جديدة داخل منظمات موجودة" (بوفلجة، وبيض القول، ص 276).

ـ التوجه المقاولاتي هو" إرادة فردية أو استعداد فكري يتحول إلى انشاء مؤسسة، وذلك في ظل ظروف معينة" (سلامي، وقريشي، ص 60).

واعتبر (krueger et alrood) و(krueger 2007) التوجه المقاولاتي بمثابة النية التي تتوسط الأعمال المقاولاتية والعوامل الخارجية (الخصائص الديمغرافية والمهارات والدعم الاجتماعي والثقافي والمالي) واقترحوا أن نية المبادرة تفسر الأسباب التي جعلت بعض الأفراد يشرعون في أعمالهم الخاصة قبل القيام بتقييم الفرص وتحديد نوع الأعمال التي ينبغي إدراجها (بن عيسى، وناصري، 2019، ص 237).

2- نموذج شابيرو وسوكولو shapero et sokol

ترتكز معظم البحوث في المقاولاتية على نظريتين رئيسيتين هما نظرية السلوك المخطط ونظرية الحدث المقاولاتي المستخدمة بشكل واسع من قبل الباحثين الذين يتساءلون حول السلوك المقصود. فحسب Fishbein و Ajzen يعتبر التوجه أفضل مؤشر للسلوك، إذ يحدد احتمال تنفيذ السلوك، ويعتبر كل من Sokol و Shapero (1982- 1975) من أهم الرواد في مجال المقاولاتية من خلال تبنيهم للنموذج الأكثر شهرة في المقاولة، والمعروف باسم نموذج الحدث الذي يشرح الحدث المقاولاتي من خلال عناصر شرح اختيار المسار المقاولاتي بدلا من أي مهنة أخرى وهو يستند على مفهوم الانتقالات (السلبية- الايجابية- الوسيطية) التي تغير مسار الحياة (عليلي، وماحي، ص 387).

وقد سمى بهذا الاسم لأنه يسعى إلى تفسير الحدث المقاولاتي، بمعنى دراسة العناصر المفسرة لاختيار المقاولة من المسار العملي بدلا من المسار وظيفي.

2-1: التعريف بنموذج shapero et sokol

قام شابيرو(1982) بتطوير نموذج حول العوامل المؤثرة على النوايا المقاولاتية والتوجه لإنشاء مؤسسات خاصة، وخلصت مساهمته إلى أن التوجه نحو المقاولاتية يحكمه ثلاث عوامل أساسية تتمثل في إدراك الرغبة وإدراك الميول وكذا الجدوى المدركة، حيث أن الرغبة والجدوى إلى العمل هما أهم العوامل التي تؤثر على نية الفرد في بدء مشروع ما. ويتدعم هذا التوجه بمدى إدراك الرغبة وتوفر الكفاءة الذاتية والتي تمثل أحد الأسس الهامة لبناء النزعة نحو المقاولاتية وتنفيذ المشروع بصورة خاصة (بن عيسى، وناصري، 2019، ص 238).

هذا ويعد Shapero و Sokol (1982) من الرواد الأسطوريين الذين اهتموا بالعناصر المفسرة لاختيار المقاولاتية لأن نموذجهم سعى إلى تفسير الحدث المقاولاتي (دراسة العناصر المفسرة لاختيار المقاولة) من المسار العملي بدلاً من المسار الوظيفي. أصحاب هذا النموذج قاموا بنمذجة تكوين الحدث المقاولاتي آخذين بعين الاعتبار عبارة الانتقال(deplacement) انطلاقاً من البيئة المباشرة التي يعيش فيها المقاول، هناك بعض الأحداث المتعلقة بالسياق (حياته المهنية، أو حياته الشخصية) تتسبب من خلال الانهيار النفسي و/أو المادي في تغيير مسار حياة المقاولين المحتملين. هذه الأحداث تساهم بالتالي في ترسيب القرار المقاولاتي (أي نشوء النية).

على حد تعبير Shapero و Sokol (1982) "عملية تغيير المسار الفردي يمكن وصفها من حيث ناقلات القوى التوجيهية التي تقود الفرد للذهاب في اتجاه واحد في وقت واحد". ويمكن تصنيف هذه الانتقالات إلى ثلاث فئات هي (بن أشنهو، و بوسيف، و بن حبيب، 2018، ص 271):

ـ **الانتقالات السلبية(negativedisplacement)** التي يمر بها الفرد، كالطلاق، الهجرة، طرد من العمل، ....الخ.، عموماً هذه الأخيرة هي ليست تحت سيطرة الفرد بل مفروضة عليه من الخارج. هذه العوامل هي الأكثر شيوعاً، لكن غالباً ما يؤدي مزيج العوامل الإيجابية والسلبية إلى إنشاء المؤسسة. Shapero لاحظ أيضاً أن منشئين/مقاولي المؤسسات يمكن أن يكونوا قد عانوا من صدمة في حياتهم الخاصة أو المهنية، الأمر الذي أوقظ في نفوسهم الرغبة في المقاولاتية، ويضيف الكاتب بأن الرغبة هنا يمكن أن تكون كنتيجة للتكوين.

ـ **الظروف الوسيطية (betweenthings)** ويتعلق الأمر بالخروج من الخدمة العسكرية، أو المدرسة، أو السجن الناجمة عن انقطاع هام وقع في مرحلة من مراحل الحياة، والذي يضع الفرد بين حالتين أو التزامين. وهي تختلف عن الانتقالات السلبية التي يمكن التنبؤ بها.

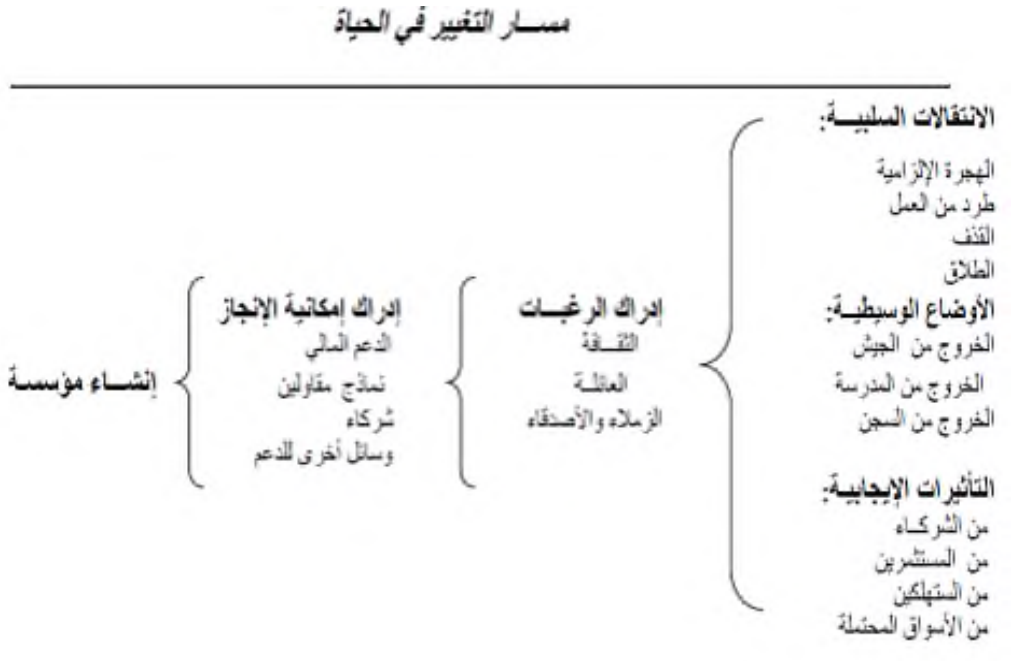
ـ **الانتقالات الإيجابية (positive pull)** وتتضمن تأثير العائلة، تواجد فرص في السوق، استثمارات محتملة،....إلخ. عموماً هذه الأحداث يكون مصدرها الفرص وليست دائماً مهنية (كما هو الحال في الاستجابة إلى هوية معينة أو المشاغل الثانوية).

إن التفاعل بين مختلف هذه الانتقالات هو السبب وراء تغيير مسار حياة الفرد، وبالتالي إنطلاق الحدث المقاولاتي. علاوة على ذلك، هذه الانتقالات تعجل من العمل المقاولاتي، ويتم إدارتها من قبل الأفراد، أو مجموعات من الأفراد مما يسمح لهم بالتحسن مع مرور الوقت. فوفقاً لنموذج Shapero و Sokol (1982)، في الواجهة أمام هذه العوامل الثلاثة (الانتقالات) المسببة للعمل المقاولاتي، يبرز متغيرين وسيطيين وهما: إدراكات الرغبة، وإدراكات الجدوى الذين يعتبرون نتاج البيئة الاجتماعية، الثقافية، والاقتصادية. هذه الإدراكات هي نتاج البيئة الثقافية والاجتماعية وتحدد الخيارات الشخصية وهي موضحة كما يلي (بن أشنهو، و بوسيف، و بن حبيب، 2018، ص ص 271-272).

- ✓ **إدراكات الرغبة :(Desirability)** بدأت في أعقاب الانتقالات الإيجابية و الظروف الوسيطية والتي تشكلت على أساس نظام القيم الفردية. هذه الأخيرة تبنى على أساس تأثير العوامل الاجتماعي التي ينتمي إليها الفرد وعلى وجه الخصوص العائلة والأقارب، السياقات المهنية (الزملاء) والمدرسية (المعلم)، تتشكل من التجارب السلبية السابقة مثل الإخفاقات في المغامرات المقاولاتية التي تعتبر كتحدي ويعزز من إدراكات الرغبة لدى الفرد.
- ✓ **إدراكات الجدوى :(Feasibility)** تتكون من إدراك الموارد المالية، التقنية، و البشرية، هذه تتمثل في العوامل الضرورية الداعمة للإنشاء، توافر المشورة والمساعدة البشرية (الزوج و الأصدقاء و الزملاء)، والتقنية كالتكوين المقاولاتي، كل هذا يؤثر على إدراكات الجدوى.

وهذا ما يشير إليه في نموذج تكوين الحدث المقاولاتي لـ A.SHAPERO et L.SOKOL بثلاث مجموعات من العوامل، كما تظهر في الشكل رقم (01).

الشكل رقم 01: نموذج تكوين الحدث المقاولاتي لـ A.SHAPERO et L.SOKOL

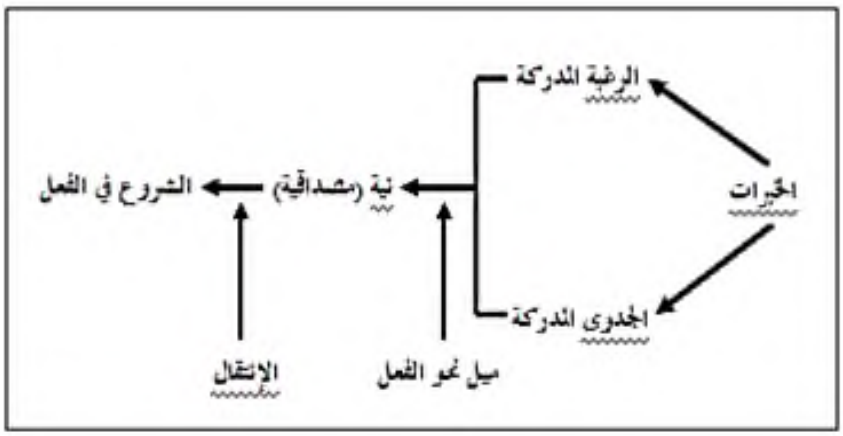


Source: Tounes 2003, Op.Cit, p163.

بصفة عامة فهذا النموذج قائم حول النية، ويشير إلى أنه لتشجيع بروز هذه الأخيرة، يجب أن يكون هناك تفاعل متزامن بين إدراكات الرغبة والجدوى، إن النموذج المقترح من طرف (1982) shapero et sokol لم يشر بصفة صريحة إلى نية إنشاء المؤسسة، لأن Carsrud و Krueger (1993) الذين يعتبرون من أشد المؤيدين لهذا النموذج، هم من قاما بتعديله من خلال إضافتهما لمتغير النية.

نلاحظ من خلال النموذج الموضح في الشكل2، أن المنشئين يجب عليهم، أولا أن يدركوا فعل الإنشاء بأنه ذو "مصداقية" (بمعنى يكون لديهم نوايا مقاولاتية) ثم يشجعون نحو الإنطلاق الفعلي في المشروع. المصداقية ترتكز على ادراكات الجدوى والرغبة على الميل نحو الفعل الذي له تأثير معدل.

الشكل رقم 02: نموذج A.SHAPERO et L.SOKOL وفق Krueger (1993)



Source: tounes 2003, Op.Cit, p163

بصفة عامة فالجدوى من الفعل أي درجة شعور الفرد بالقدرة على بدء مشروع. بطبيعة الحال إن إدراكات الرغبة والجدوى يعبران عن مصداقية خيار إنشاء المؤسسة بالتالي تتشكل كلها من خلال تجارب الفرد، وأن الانتقالات (إيجابية، سلبية، داخلية أو خارجية) تظهر بأنها من السوابق المهمة في العمل المقاولاتي.

خـــاتمة

لقد لخص البحث العوامل التي يمكن أن تقود الفرد لمجال المقاولة في نموذج يعتبر أساس الدراسات في المقاولاتية، وهو نموذج تكوين الحدث المقاولاتي لـ A.SHAPERO et L.SOKOL سنة 1982، حيث قام الباحثان بتأسيس نموذج بقي لحد الآن المرجع الأساسي للأبحاث في مجال المقاولة، والفكرة الأساسية للنموذج تقول: أنه لكي يبادر الفرد بتغيير كبير ومهم لتوجهه في الحياة، مثل اتخاذ قرار إنشاء مؤسسته الخاصة، فيجب أن يسبق هذا القرار حدث ما يقوم بإيقاف وكسر الروتين المعتاد، وهذا ما يشير إليه في نموذجه بثلاث مجموعات من العوامل (الانتقالات السلبية، الأوضاع الوسيطية والتأثيرات الايجابية) وهو ما يمكننا من استنتاج **النتائج** التالية:

1) يفيد نموذج الحدث المقاولاتي في تفسير النية المقاولاتية، وبالتالي التنبؤ بنوايا إنشاء المؤسسة في أوساط الشباب، لذلك يمكن أن يساهم بشكل كبير في تعزيز الروح المقاولاتية لديهم، فعندما يكون للشباب رغبة نحو المقاولاتية و يدركوا بأن هناك جدوى منها فإن ذلك يزيد من عزيمتهم و يقوي نيتهم في القيام بإنشاء مؤسستهم الخاصة.
2) يؤكد النموذج المدروس على أهمية توفير كل الظروف المواتية لتأمين نجاح إنشاء المؤسسة، وتسهيل الانتقال من النية إلى سلوك المقاولة، من خلال الدعم الهيكلي خاصة التمويل، والدعم المعرفي في مجال التعليم، التكوين، و التحسيس بمجال المقاولاتية، وأيضاً إنشاء ورشات عمل التي تكون موجهة خصيصاً لتطوير

المهـارات المقاولاتيــة، وبالتــالي الاسـتغلال الأمثـل لقـدراتهم وكفـاءاتهم ومسـاعدتهم فــي الإنطلاقـة الفعليـة لمؤسستهم.

3) تؤكد الدراسة على أهمية التأثير المعنوي للرغبة و الجدوى المدركة من المقاولاتية لدى الشباب، وبالتالي رغبتهم في إنشاء المؤسسة، كما تسهم مهارات الاتصال والتواصل مع الآخرين
4) تؤكد الدراسة على أهمية المحيط الاجتماعي في تعزيز الثقافة المقاولاتية والرغبة في انشاء المؤسسات، يجب إعطاء المحيط الاجتماعي دورا محوريا فيما يخص خلق ثقافة المقاولة لدى الشباب، سواء المتعلمين أوغيرهم.
5) هناك مجموعة من الصفات المترابطة التي لابد أن تتوافر لنجاح المقاول وهي: الرغبة في إدارة الأعمال والاستمرارية والمثابرة على العمل والإيمان الذاتي، ودوافع نفسية وشخصية كالقدرة على إدارة المخاطرة والقدرة على التأقلم مع الفرص.
6) تبرز أهمية المقاولاتية في المجتمعات المعاصرة لما تحدثه من آثار إيجابية، تتمثل في إحداث التغير والتحول، إيجاد العديد من المشروعات التي تُعد مهمة لتطوير الاقتصاد وتنميته، وإيجاد فرص العمل ذات الأهمية على المدى الطويل، زيادة الكفاءة من خلال زيادة التنافس، إحداث التغير في هيكل السوق والعمل من خلال زيادة تبنى الإبداع التنظيمي والتكنولوجيا الحديثة، التنوع الكبير في الجودة والنوعية.
7) تتشكل الروح المقاولاتية للفرد من امتلاكه لجملة من الخصائص المقاولاتية المفتاحية، والتي تشكل شخصية المقاول وتؤثر في سلوكه وقدراته واستعداداته، وتتداخل متغيرات متعددة (اجتماعية، عائلية، نفسية، اقتصادية...الخ) في تحديد وتكوين هذه الخصائص المقاولاتية.

التوصيات:

1) تشجيع وتطوير أكثر لأساليب وطرق نشر الثقافة المقاولاتية لجعلها أكثر فعالية لجدب الشباب، فنشر الثقافة المقاولاتية يكون وفق رؤية استراتيجية مستقبلية، بهدف تحفيز الشباب على إقامة مشروعات ريادية تساهم في بناء اقتصاد نوعي
2) تهيئة إطار مرجعي يساعد على فهم اتجاهات وأنشطة المقاولة ويرشد لإتخاد قرار الخوض في مجال المقاولاتية، والسعي لنشر ثقافة المقاولة في المجتمع ككل من خلال التركيز على خلق الفضاءات والآليات التي تمكن من دعم وخلق الصفات المقاولاتية لدى الأفراد، وكذا الرفع من التوجه المقاولاتي لديهم وجعل العمل الحر هو الهدف الذي يسعى إليه الجميع.
3) يعتبر التعليم بمختلف أطواره وأنواعه من أهم الأدوات التي تمتلكها الدول لخلق وتنمية الروح المقاولاتية لدى الأفراد، لذلك على الجزائر أن تركز على تكييف البرامج والأساليب التعليمية وجعلها منمية للإبداع والمبادرة ومكتشفة للمواهب، وإدراج مادة المقاولاتية ضمن المناهج التعليمية قصد غرس ثقافة المقاولة لدى النشء،

وتزويدهم بالمهارات الكفيلة بجعلهم قادرين على أن يكونوا أصحاب مشاريع مستقبليين ومنشئين للثروة بدل انتظارهم الحصول على وظيفة.

4) تعزيز المحيط الاجتماعي، وإعطائه دورا محوريا فيما يخص خلق ثقافة المقاولة لدى الشباب، ونشر الفكر المقاولاتي بين الطلبة خاصة عن طريق استعراض المشاريع الناجحة، وأيضا القيام بزيارات ميدانية لهذه المؤسسات، وكذلك تطوير عمل وبرامج دور المقاولاتية.

5) العمل على تخصيص برامج لدعم مشاريع التوجه المقاولاتي وتسهيل برامج الاقتراض والتمويل للمشاريع الجديدة بشكل كاف للبدء بمشاريعهم الجديدة.

قائمة المصادر والمراجع

1) بن عيسى ليلى، وناصري الزهرة. (2019)، التعليم المقاولاتي وأثره على التوجه المقاولاتي لدى الطلبة: دراسة استطلاعية لآراء طلبة المقاولاتية بجامعة بسكرة، *مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والادارية*، *2*(3)، 231-246.

2) بوسيف سيد أحمد. (2018). تأثير المهارات المقاولاتية على النية المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين دراسة باستعمال نمذجة المعادلات الهيكلية SEM، أطروحة دكتوراه في العلوم المالية والمحاسبية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة تلمسان.

3) بوفلجة غيات، وبيض القول إبراهيم. (2019). دور التكوين الجامعية في اكتساب المهارات الأساسية والتوجه نحو المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين: دراسة مقارنة بين طلبة علوم اقتصادية وطلبة العلوم الاجتماعية، *مجلة أفاق العلوم*، *18*(5)، 273-284.

4) سلامي منيرة، وقريشي يوسف. (2010). التوجه المقاولاتي للمرأة في الجزائر، *مجلة الباحث*، *8*(8)، 59-70.

5) سليماني منيرة، وبوسيف سيد أحمد. (2019). أثر التعليم الجامعي على الموقف المقاولاتي: دراسة ميدانية على طلاب الماستر بجامعة الطارف، *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية*، *1*(2)، 61-70.

6) علون محمد لمين، والسبتي وسيلة. (2019). المقاولاتية بين الفكرة وعوامل النجاح، *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية*، *2*(1)، 1-20.

7) عليلي أمين، وماحي كلتومة. (2019). محددات النية المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سيدي بلعباس، *مجلة اقتصاديات المال والاعمال*، *3*(3)، 384-405.

8) عياد صالح، قالون جيلاني، وعينوس رضوان. (2019). تأثير وسائل الدعم على النية الريادية: بحث ميداني على عينة من الطلبة الجزائريين، *مجلة الإدارة والاقتصاد*، *114*(25)، 211-224.

9) قارة إبتسام ، طهراوي دومة علي، وصلاح محمد. (2019). دور دار المقاولاتية في تطوير الفكر المقاولاتي لدى الشباب الجامعي –دار المقاولاتية بجامعة غليزان أنموذجا، *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية*، *3*(03)، 93-106.

10) Mokhtar R, Ab Hamid M. R., et Aiman M. (2017), Modelling Of Entrepreneurial Intention AmongPoliteknik Malaysia Students Using Partial Least Squares–Structural Equation Modelling (Pls-Sem). In Oxford Conference Series.

11) Youcef S, Djelloul C, et Mokhtar I, (2015). The impact of religious dimension on entrepreneurial intention by using PLS approach-case study. *Economics World*, *3*(5-6), 137-144.

12) Tounés A, (2003), L'intention entrepreneuriale. Une étude comparative entre des étudiants d'écoles de management et gestion suivant des programmes oudes formations en entrepreneuriat et des étudiants en DESS CAAE.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:86-101.

Marketing small business ideas through micro-loans. Case Study National Agency for Microcredit Management-ANGEM- Bechar Agency.

Hadji Karima[1], Douli Souad[2].

[1] Lecturer, Department of Commercial Sciences, University of Bechar, Algeria, hadji.karima@univ-bechar.dz
[2] Lecturer, Department of Management Sciences, University of Bechar , Algeria ,douli.souad@univ-bechar.dz

ARTICLE INFO

Article history:
Received:24/08/2020
Accepted:31/10/2020
Online:11/01/2021

Keywords:
Marketing an idea
small projects
Microcredit
Marketing mix
Bechar Agency
JEL Code: L26

ABSTRACT

This research aims to study the strategy of the National Agency for Microcredit Management in marketing the ideas of small projects
To encourage individuals to invest and establish small projects.
The most important results of this research were that the National Agency for Microcredit Management is marketing the ideas of small projects by developing a marketing mix for microcredit in order to achieve the largest number of proposed projects in a thoughtful time. The embodiment, as well as attracting the largest possible number of target groups to establish h small projects

تسويق أفكار المشاريع الصغيرة من خلال القروض المصغرة–دراسة حالة الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغرANGEM و كالة بشار

حاجي كريمة[1]، دولي سعاد[2]

[1]أستاذة محاضرة، قسم العلوم التجارية، جامعة طاهري محمد–بشار، الجزائر، hadji.karima@univ-bechar.dz
[2]أستاذة محاضرة، قسم علوم التسيير، جامعة طاهري محمد–بشار، الجزائر، douli.souad@univ-bechar.dz

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:
2020/08/24
تاريخ القبول: 2020/10/31
تاريخ النشر: 2021/01/11

الكلمات المفتاحية

تسويق فكرة
مشاريع صغيرة
قروض مصغرة
مزيج تسويقي
وكالة بشار
JEL Code:.L26.

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة إستراتيجية الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر في تسويق أفكار المشاريع الصغيرة لتشجيع ا لأفراد على الاستثمار وإقامة المشاريع الصغيرة.
وكانت أهم نتائج هذا البحث أن الوكالة ا لوطنية لتسيير القرض المصغر تقوم بتسويق أفكار المشاريع الصغيرة من خلال بوضع مزيج تسويقي خاص بالقروض المصغرة من أجل إنجاز أكبر عدد من المشاريع المقترحة وفي وقت مدروس، وتهدف الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر على المدى الطويل إلى المحافظة وتطوير المشاريع المجسدة وكذا استقطاب أكبر عدد ممكن من الفئات المستهدفة لإنشاء مشاريع صغيرة

* Corresponding Author *Hadji Karima, Email: had_karima@yahoo.fr*

-مقدمة:

لقد أُدركت الدول أهمية المشروعات الصغيرة ودورها البارز في اقتصاديات الدول في نهاية القرن العشرين وعرفت تطوراً واسعاً ملحوظاً وفي مختلف المجالات مما سمح للإبداع والفكر الفردي والجماعي في هدا الإطار أن يزدهر وينمو، وتختلف طبيعة وإجراءات تبني هذا التوجه الاقتصادي من بلد لأخر وحسب سياسة ووضعية كل الدول الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والأهمية التي توليها لهـذا نوع من الأعمال.

وطبعاً للمشروعات الصغيرة حدود معينة وفي مختلف المجالات كما أن لصاحب هذه الأعمال بصمته فيها لما تتميز به من إبداع وخلق للنشاط والثروة.

خلال ما سبق يتم التطرق إلى هذا الموضوع من الناحية الاجتماعية والاقتصادية وكذا الإدارية للانطلاق بهذا التوجه، وما مدى مساهمة الدولة في التكفل بالشريحة المعنية عن طريق الآليات والإجراءات القانونية التي وضعت لإنجاح هذه الأعمال والمشروعات الصغيرة، من خلال تسويق أفكار المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وهذا يجرنا إلى وضع الإشكالية التالية.

1-1-إشكالية الدراسة: بناء على ما سبق، تبرز معالم إشكالية البحث ضمن السؤال التالي:

ما أهمية تسويق الأفكار في إنجاح المشروعات والأعمال الصغيرة عن طريق القروض الصغيرة؟

استنادا إلى الإشكالية، هناك جملة من الأسئلة الفرعية، بيانها كالتالي:

- هل يعتبر التسويق جسر يربط بين عالم الفكر من حيث تقديم أفكار المشاريع الصغيرة وعالم التطبيق من حيث تجسيدها وإنجازها؟

- هل التوجه بالبطالين وأصحاب الحرف الى القروض المصغرة لإنجاز أعمالهم يعتبر من الآليات الاقتصادية الفعالة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية المحلية؟

- ما هو دور الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر في بلورة وتجسيد أفكار المشاريع المقترحة من خلال إستراتيجيتها التسويقية (المزيج التسويقي الخاص بمنتجها)؟

1-2-فرضيات الدراسة: محاولة للإجابة على الأسئلة السابقة، وغيرها من الأسئلة التي قد تطرح في مثلهذهالدراسة، تم وضع جملة من الفرضيات التي تتمثل في:

-**الفرضية الأولى:** النشاط التسويقي للوكالة الوطنية للقرض المصغر يهدف لتسويق أفكار المشاريع الصغيرة وتمويلها

-**الفرضية الثانية:**أخذت صيغة القرض المصغر ميزة تسويقية واقتصادية بارزة في عالم الأعمال والمشاريع الصغيرة من حيث الدعم والمرافقة لشريحة كبيرة من المجتمع.

-**الفرضية الثالثـة:**العمل بالمنظور التسويقي لمنتج الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر أعطىثماره من حيث استقطاب أفكار المشاريع الصغيرة.

1-3-أهداف البحث: الهدف من انجاز هذا البحث يتجسد في النقاط التالية:

– تسليط الضوء على جانب اقتصادي غير معروف لدى الكثير من الأفراد وهو تسويق أفكار المشاريع الاقتصادية للشباب البطال.

– إعطاء صورة واضحة عن واقع تسويق الأفكار في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

–لفت انتباه الوكالة إلى تعديل وتكييف أنشطتها التسويقية وخلق خدمات قادرة على إشباع رغبات المستفيدين من القروض وكسب رضاهم.

1-4-أهمية البحث:إن تمويل المشاريع الصغيرة أصبح هدفاً استراتيجياً في الجزائر من أجل مكافحة البطالة وتخفيض نسبها، وفي هذا السياق فإن تثمين تجربة القرض المصغر قد سمحت بتشجيع الإدماج الاقتصادي والاجتماعي لفئة السكان التي تفتقد للمداخيل أو ذات مدا خيل غير ثابتة وغير منتظمة إلا أنها مازالت ضعيفة، رغم كل التدابير الجديدة المتعلقة برفع قيمة القروض الممنوحة وإلغاء المساهمة الشخصية وتمديد آجال التسديد، وكذا دعم الامتيازات الجنائية، ومنه تكمن أهمية هذا البحث في:

–معرفة ما مدى تطلع أفراد المجتمع على الوكالة ومهامها وأفكار المشاريع التي تسوقها.

–معرفة الفئة الأكثر استقطابا من طرف الوكالة من خلال تسويق أفكار المشاريع.

–معرفة أنواع المشاريع المرغوب فيها أكثر من غيرها.

1-5-المنهج المستخدم في البحث:من أجل الإجابة على إشكالية البحث واختبار صحة أو عدم صحة الفرضيات، وبالنظر إلى طبيعة الموضوع فقد تم إتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، كما تمت الاستعانة ببعض الأدوات الإحصائية.

المحور الأول: الأدبيات النظرية لتسويق فكرة مشروع صغير والقروض المصغرة

تسويق الأفكار هو أن يرغب أي شخص في التأثير على الآخرين ويبحث عن الجمهور المستهدف وفهم تصوره ومواقفه واحتياجاته وتطوير واختبار مفاهيم الاتصال الفعالة، واستخدام قنوات التوزيع الأكثر فعالية من حيث التكلفة فالأفكار، الناجحة، يمكن أن تسوق مثل أي سلعة أخرى.

1-مفهوم تسويق فكرة مشروع صغير

الأفكار تُسوّق كما تُسوّق السلع؛ فنحن نرى أن هناك دولاً كبرى في المساحة والسكان، ولكن ّتأثيرها ضعيف في مقابل دول تشكل نقطة على خارطة العالم ولكنها تسوّق جيداً لأفكارها وأثرت عالميا، كما يشير أحمد بن سعد حمدان الغامدي ، 2020 في مقال متوفر على موقع مداد :

– http://midad.com/article/218465/%D9%83%D9%8A%D9%81%، تاريخ الاطلاع: 2020/01/16.

أن من أساليب التسويق الصحيح للأفكار البلاغ، وهو دعوة الناس وتوجيههم بالأسلوب واللغة التي يفهمونها، فهل نبقى على أساليبنا التقليدية في التسويق لأفكارنا أم نخاطبهم بالأساليب العلمية والفعّالة التي تؤثر فيهم؟

الأفكار يمكن تصنيفها بأنها خدمات، وهذه الخدمات تُعرف بأنها تفاعل غير ملموس بين الناس ولا يمكن امتلاكها أو الإمساك بها، والقاعدة الرئيسة في التسويق الإستراتيجي هي أن"الناس لا يشترون المنتج وإنما يشترون الفائدة التي تعود عليهم من هذا المنتج.

وكما يبين عبد السلام بن سالم باهمام في مقال متوفر على الموقع التالي:https://www.bahammam.com9تاريخ الاطلاع: 2020/01/16 أن عملية التسويق هي عملية تبادل منافع بأسلوب علمي لتحقيق الرغبات، وإشباع الحاجات فعندما (تُسوَّق فكرة معينة بنشاط موجه لإشباع حاجةٍ من الحاجات الإنسانية ورغباتها، ويوافق المقابل على أخذ الفكرة شريطة أن يقدم التفاعل مع الفكرة بأي صورة من صور التفاعل)، نكون قد سوَّقنا أفكارنا

وبعبارة أخرى نستطيع القول أن تسويق الأفكار هو استثمار حاجات الناس لإقناعهم بتبني فكرة لها آثار عملية بعد نشرها أو تنفيذها.

بالرغم من أن تسويق فكرة مشروع تتطلب أن يكون صاحبها مقتنع ومؤمن بنجاحها، إلا أن هناك من المشروعات الجديدة يفشل ويرجع ذلك إلى اقتناع أصحابها بالفكرة إلى الحد الذي يجعلهم يؤمنون بنجاحها عاطفياً وليس علمياً واقتصاديا.

1-1-ظهور فكرة القرض المصغر: يعرف (ناصر مغني، ، 16,15 نوفمبر 2011،ص07).بأن القرض المصغر هو سلفة موجهة لفئات المواطنين التي تعاني البطالة لأجل خلق نشاط لحسابها الخاص كما يستهدف أيضاً النساء الماكثات في البيوت وجميع الفئات التي ليس لها مدخول أو مداخيل غير ثابتة، وهو يرمي إلى الإدماج الاقتصادي والاجتماعي للفئات المستهدفة عبر إحداث أنشطة منتجة للسلع والخدمات وكذا الأنشطة التجارية.

ويوضح(عبد الحكيم عمران، محمد العربي غزي، 15-16 نوفمبر 2011، ص03) تلك البرامج التي تركز على تقديم مجموعة متنوعة من الخدمات المالية، وليس خدمات الإقراض فقط للأفراد الذين ليس لهم القدرة على الحصول على تلك الخدمات من المؤسسات المالية الرسمية،إضافة إلى معالجة مشكلة الإقصاء الاقتصادي والاجتماعي الذي يعاني منه الكثير من الأفراد الذين يعانون من قلة المردودية وكثرة المخاطر من وجهة نظر المؤسسات المالية الرسمية.

انطلاقا من سنة 1970 قامت دول الجنوب على غرار دولة البنغلادش بتطوير نظام القروض الصغيرة من أجل مكافحة النظام المرتبط بطلب نسبة فوائد مرتفعة والذي كان سائدا في هذه الدول لتخليص شديدي الفقر من البؤس.

تكرست هذه الفكرة بفضل مبادرة بنك " قرامين للأستاذ محمد يونس من البنغلادش انطلاقا من سنة 1980 تم تصميم القرض المصغر ومن بعده التمويل المصغر عبر أرجاء العالم والموجه نحو الشرائح الهشة أي الشرائح التي ترفضها البنوك أو غير المؤهلة حسب النظام البنكي الكلاسيكي.

في سنة 2006 قررت لجنة نوبل النرويجية منح جائزة نوبل للسلام للأستاذ محمد يونس مؤسس بنك قرامن بحيث بررت قرارها هذا بالتصريح التالي:" إن السلام الدائم لا يمكن تحقيقه بدون أن يجد جزء هام من السكان الوسائل اللازمة للخروج من عتبة الفقر"، نفس الشعار الذي تدعو إليه الوزارة الوصية "لا تنمية بدون استقرار اجتماعي"

1-2-أهداف جهاز القرض المصغر: وبصفة عامة يهدف جهاز القرض المصغر حسب (مفيد عبد اللاوي، ناجية صالحي، 27-29،جوان2013 ،ص02) إلى:

أ- **الهدف السياسي:** البحث عن الاستقرار والشراكة الاجتماعية عن طريق تشجيع السكان وخاصة سكان الأرياف إلى العودة إلى أراضيهم..

ب-الهدف الاقتصادي: ويتمثل ذلك بإنشاء نشاطات مختلفة وتحسين الوضعية المعيشية عن طريق رفع الدخل الفردي من أجل زيادة ثروات البلاد.

ج- الهدف الاجتماعي: تحسين الدخول وظروف الحياة للفئات الضعيفة وخاصة لذوي الدخل المحدود.

2-المزيج التسويقي التقليدي للقرض المصغر

تحدد الإستراتيجية التسويقية العامة للقرض المصغر المسوق من طرف الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر وتعتمد على العناصر الأربعة للمزيج التسويقي للقرض المصغر كما يلي :

2-1-المنتج (PRODUC): المنتج هنا هو القرض المصغر بحد ذاته والذي سوف يجسد وينفد فكرة مشروع معين كي يسمح لصاحبه بإنتاج سلعة او خدمة أي فلا يكون هناك قرض بدون وجود فكرة أو مشروع ولا يمكن للمشروع الانطلاق بدون تمويل، فسلعة الوكالة التي سوف تقدمها لسوقها المستهدف والمتكون من عدة قطاعات سوقية مختلفة وعدة مجالات يمكن تمويلها كقطاع الصناعة التقليدية وقطاع السياحةوالفلاحة وبعض الحرف الأخرى والخدمات ونشاطات تجارية أخرى، هذه القطاعات تمثل بفئات متنوعة من المجتمع من حيث الجنس أي المرأة والرجل والسن غير محدد أي تقريبا كافة شرائح المجتمع ولكن بشرط ان يكون له القدرة على مزاولة النشاط ولكن بشروط قانونية محددة، والهدف والغاية الأساسية هي امتصاص البطالة وإدماج شريحة المعوقين وذوي الاحتياجات الخاصة وفئة المحبوسين المفرج عنهم وكذا الاهتمام بالمرأة الماكثة بالبيت مما يعطي للمنتوج هنا ميزة تنافسية في سوقها عن باقي السلع الأخرى في سوق التمويلات إذن للمنتوج (القرض المصغر)خصائص منها:

- سلعة ملموسة تنتج سلعة وخدمات
- يستفيد منها المستهلك النهائي (المستفيد من القرض)
- قابلة للاسترداد بصفة تدريجية بعد إنجاز المشروع
- تستهلك في عدة قطاعات.

2-2-السعر (PRICE): يمثل سعر القرض المصغر ويقيم حسب المشروع وقيمة الفكرة المقترحة وبعد دراسة جدوى اقتصادية لهذا المشروع التي تعطى التكلفة الإجمالية للمشروع والأرباح التي سوف تستخلص من هذا القرض إذن سعر سلعة القرض المصغر من طرف الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر هو نفسه قيمة القرض لأنه يمول المشاريع دون احتساب الفائدة(الربحية) من الجانب المادي.

2-3-التوزيع (DISTRIBUTION): المصادر الممولة للصندوق القرض المصغر أنشئت من طرف وزارة التضامن والأسرة وقضايا المرأة ولهذه السلعة أو القرض شبكة توزيع تتمثل في مختلف البنوك حسب اختصاصها حيث أن الزبائن أو المستفيدين من هذه القروض يتوجهون بعد إتمام الإجراءات القانونيةوالمرور بمختلف المراحل وصولا إلى مرحلة استلام هذا التمويل حيث يتجهون إلى نقاط التوزيع المباشرة أي البنوك أين تمول حساباتهم البنكية بقيمة القرض الممنوح لان البنك زيادة على انه قناة توزيع فهو يعتبر شريك في عملية التمويل الثلاثي والبنوك التي تتعامل معها الوكالة هي[i]:

- البنك الوطني الجزائري BNA

- بنك التنمية المحلية BDL
- بنك القرض الشعبي الجزائري CPA
- بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR
- بنك الجزائر الخارجي BEA.

2-4-الترويج(PROMOTION): للترويج للقرض المصغر عدة قنوات وأساليب تعتمد جلها على عملية الاتصال communication فتتم عن طريق ملصقات خاصة ، لوحات إشهارية و مطويات خاصة بالوكالة وكذلك عبر تنظيم أيام إعلامية وتحسيسية سواء عبر الاتصال المباشر مع الجمهور في القاعات على مستوى دوائر و بلديات الولاية واللقاءات المباشرة مع المرافقين على مستوى الوكالة أو عبر القنوات التلفزيونية والإذاعية من أجل إيصال الفكرة والتعريف بهذا المنتج للفئات المستهدفة عبر كل مناطق الولاية بالتعاون مع الجهات والهيئات الإدارية والمحلية و الولائية لكل منطقة والجمعيات الناشطة وكذلك القيام بأيام إعلامية وتحسيسية على مستوى مؤسسات إعادة التربية(من اجل الإدماج الاجتماعي) ومراكز التكوين المهني بالولاية.....الخ .

إذن مادام المنتج المسوق في هذه الحالة مادة مالية ملموسة تمنح من أجل تحقيق وانجاز فكرة مشروع منتج سواء للسع والخدمات، والمستفيد من هذا القرض أي زبون الوكالة هو صاحب فكرة المشروع.

3-المزيج التسويقي للقرض المصغر من وجهة نظر المستفيد

بعدما تكلمنا عن المزيج التسويقي لمنتج الوكالة أي القرض المصغر من المنظور الكلاسيكي التقليدي 4ps، ومادام العميل أي المستفيد من القرض صاحب المشروع والفكرة هو محور ومركز اهتمام الوكالة والذي أنشئت من اجله مما يتحتم عليها الأخذ بعين الاعتبار كيفية التعامل معه وذلك بتطبيق العناصر الجديدة للمزيج التسويقي الحديث أي 4c.

3-1-القيمة للعميل (Customer value):بدلا من المنتج Product أي تقديم منتج حسب حاجات و رغبات العميل، بان يكون القرض المقدم حسب المشروع او الفكرة المقترحة التي قبلت دراسة جدواها حتى يتمكن المستفيد من تجسيدها على ارض الواقع.

3-2-التكلفة للعميل(Cost to user): بدلا من السعر Price أي مراعاة التكلفة المادية و المعنوية التي يتحملها العميل في سبيل الحصول على منتج الوكالة (القرض) و المتعلقة بالإجراءات و القوانين و كذا جمع الملف و من ثم نوعية المعاملة التي يتلقاها في كل المراحل التي يمر بها وصولا إلى الاستفادة من هذا المنتج زائد تكلفة و كل المصاريف الأخرى المتعلقة بهذه العملية .

3-3-راحة العميل(Convenience): بدلا من المكان place أي توفير المنتج (القرض المصغر) في اقرب مكان ممكن للمستفيد من حيث نقاط التوزيع (البنوك الممولة) فالوكالة لا تعتمد بنك واحد (نقطة توزيع واحدة) و إنما تتعامل مع كل البنوك حسب اختصاصها وحسب كل قطاع نشاط فالعميل يوجه إلى اقرب بنك لمقر إقامته زيادة على أن تواجد الوكالة (المرافقين) على مستوى كل دوائر الولاية و هذه ميزة تنفرد بها الوكالة.

3-4-الاتصال (Communication)الحوار و العلاقة الثنائية بين المستفيد والوكالة بدلا من الترويج و الدعاية التي تقوم بها للمنتج، إلا أنها تبقى ضرورية في المراحل الأولى، فالعلاقة الثنائية بين أعوان الوكالة (المرافقين) و أصحاب الأفكار والمشاريع الصغيرة و مناقشة أنشطتهم من خلال دراسة جدوى المشروع فهذه العلاقة هي الأساس في

نجاح العملية أي مند قدوم المعني و استقباله و استلام ملفه حتى عملية تسليم القرض و استغلاله على ارض الواقع ثم مرافقته بعدها من اجل ترشيد عمله و توجيهه بهدف التطوير و التنمية ثم استقطاب آخرين ليحدوا حدوه.

المحور الثاني: الدراسة الميدانية " القرض المصغر ودوره في تجسيد أفكار المشايع الصغيرة"

تمت الدارسة الميدانية على مستوى المديرية الولائية للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر لولاية بشار وذلك لغرض معرفة أثر الأنشطة التسويقية المتبعة من طرف الوكالة من أجل تسويق المنتج الخاص بقروض الجهاز على غرار الأجهزة الأخرى.

1-منهجية الدراسة الميدانية

لتحقيق أهداف البحث، نتطرق في هذا الجزء لمجتمع وعينة الدراسة، متغيراتها وأساليب جمع وتحليل البيانات على النحو التالي:

1-1-عينة الدراسة وأساليب جمع وتحليل البيانات: تم اعتماد أسلوب المعاينة لجمع المعلومات الأولية بالاعتماد على الاستبيان، كما تم الاعتماد على أساليب إحصائية لتحليل بيانات الدراسة.

أ-مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع البحث في كل الأفراد الذين يرغبون الاستفادة من قرض مصغر لإقامة مشروع صغير، تم اختيار العينة عشوائيا بحيث تضمنت الأفراد الذين جاءوا إلى الوكالة للاستفسار، تكملة أو ملف أو إيداع ملف، وكذلك بعض الأشخاص الذين استفادوا من القروض، ويقدر حجم هذه العينة بـ 50 مستجوب.

ب-أساليب جمع وتحليل البيانات: تم جمع البيانات الأولية عن طريق استمارات الاستبيان، بحيث تضمنت عدداً من الأسئلة هدفها الحصول على أجوبة عن تساؤلات الدراسة وعدد الأسئلة التي تضمنها هذا الاستبيان هي 18سؤالاً.

بعد جمع الاستمارات الخاصة بالاستبيان ومراجعتها تم تبويبها وتفريغها في الحاسب الآلي باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وقد تمت معالجة البيانات بواسطة مجموعة من الأساليب الإحصائية كالتحليل الوصفي المتمثل في التكرارات والنسب المئوية.

2- تحليل نتائج الاستبيان: يتم تحليل بيانات البحث باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية.

2-1-تحليل البيانات الشخصية لأفراد العينة: بعد الحصول على البيانات الشخصية تم تبويبها باستخدام الأدوات والأساليب الإحصائية.

أ-الجنس: تتوزع عينة الدراسة حس بمتغير الجنس كما يلي:

الجدول رقم(01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	19	38%
أنثى	31	62%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد الباحثتين بالاعتماد على نتائج spss

من خلال نتائج الدراسة فيما يخص فئة الجنس المعنيين بمنتج الوكالة نلاحظ أن فئة الإناث تمثل الفئة الكبيرة من حيث الاستقطاب و الاستفادة حيث سجلنا نسبة 62% أي ما يعادل 31 شخص من مجموع العينة و هذا ما يؤكد

السياسة التسويقية للوكالة من اجل تشجيع عمل المرأة الماكثة بالبيت و المساهمة في تحسين الظروف المعيشية للأسرة و التنمية المحلية.

ب-الفئة العمرية: تتوزع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية كمايلي:

الجدول رقم(02): توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

الفئة العمرية		
الفئة	العدد	النسبة
18-29	7	14%
30-39	22	44%
40-49	14	28%
50-59	5	10%
+60	2	4%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد الباحثتين بالاعتماد على نتائج spss

الفئة العمرية الأكثر توجها إلى منتج الوكالة هي فئة ما بين 30-39 سنة حيث سجلنا نسبة 44% من مجموع العينة و يليها الفئة ما بين 40-49 سنة بـ 14% و يليها الفئة 18-29 سنة و هذا يدل على أن فئة الشباب أكثر استقطابا رغم أن سياسة الوكالة لا تستثني أي شريحة عمرية.

ج-المستوى التعليمي: تتوزع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي كما يلي:

الجدول رقم(03): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي		
المستوى	**العدد**	**النسبة**
بدون مستوى	1	2%
ابتدائي	9	18%
متوسط	33	66%
ثانوي	7	14%
جامعي	0	0%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد الباحثتين بالاعتماد على نتائج spss

المستوى التعليمي الأكثر اهتماما بمنتج الوكالة حسب العينة هو المستوى المتوسط بـ 66% و يليه المستوى الابتدائي بـ18%،و بعده الثانوي بـ 14%أي الفئات التي تقصد التكوين المهني للحصول على شهادات التكوين المهني و الحرفي.

2-2-تحليل إجابات أفراد العينة:بعد تحليل البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة وتشخيصها يتم التطرق إلى أسئلة الاستبيان لتحليل إجابات أفراد العينة.

الجدول رقم(04): هل لديك فكرة مشروع استثماري؟

هل لديك فكرة مشروع استثماري؟		
	العدد	النسبة
نعم	28	56%
لا	22	44%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد الباحثتين بالاعتماد على نتائج spss

من بين الأسئلة الموجهة لأفراد العينة كان حول معرفة فكرة المشروع الاستثماري و النتيجة الأكبر كانت بنسبة 56% نعم.

الجدول رقم(05):مصدر فكرة المشروع

إذا كان نعم ما مصدر الفكرة؟		
	العدد	**النسبة**
التقليد	6	21%
تخصص التكوين	19	68%
الخبرة العائلية	3	11%
المجموع	28	100,0

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

في حالة إجابة السؤال السابق بنعم تم طرح السؤال الموالي: ما هو مصدر فكرة المشروع، فكانت النسبة الأكبر حول مصدر فكرة المشروع هو التخصص التكويني بـ 68 %أي أن الحاملين للشهادات الحرفية لديهم فكرة عن إقامة مشروعهم حسب تخصصهم وتليها فكرة التقليد لبعض المشاريع القائمة.

الجدول رقم(06):ما نوع النشاط المفضل بالنسبة لك؟

ما نوع النشاط المفضل بالنسبة لك؟		
نوع النشاط	**العدد**	**النسبة**
خدمي	14	28%
تجاري	2	4%
صناعات صغيرة	24	48%
فلاحي	1	2%
أشغال البناء	5	10%

حرفي	4	8%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

بالنسبة لنوع النشاط المفضل حسب العينة فان قطاع الصناعات الصغيرة كان الأكثر تفضيلا حيثتم تسجيل نسبة 48%، ويليه القطاع الخدمي بـ 28 %، ثم قطاع أشغال البناء بـ 10 %،والنشاط الحرفي بـ 8%، أما القطاع التجاري سجل 4%، وآخر نسبة 2 % كانت للنشاط الفلاحي، مما يدل على أن منطقة الجنوب الغربي لديها رصيد من الصناعات الصغيرة خصوصا التقليدية منها مثل صناعة الفخار والنسيج والحلويات التقليدية..الخ.

الجدول رقم(07): كيفية التعرف على الوكالة

كيف تعرفت على الوكالة؟		
	العدد	النسبة
وسائل الإعلام	12	24%
الأصدقاء	28	56%
المستفيدين	8	16%
الملصقات	2	4%
الموقع الرسمي	0	0%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

فيما يخص السؤال عن كيفية التعرف عن الوكالة فكان مجمل الإجابات كانت عن طريق الأصدقاء مما يدل على أن عنصر الترويج والاتصال في المزيج التسويقي للمنتج المعتمد من طرف الوكالة هو الحوار والاتصال الشخصي وكذا الوسائل الأخرى المتبعة مثل وسائل الإعلام والمستفيدين من القروض والملصقات، أما الترويج عن طريق الموقع الرسمي فجميع أفراد العينة ليس لهم دراية بوجود الموقع.

الجدول رقم(08): هل لديك فكرة عن مهمة الوكالة؟

هل لديك فكرة عن مهمة الوكالة؟		
	العدد	النسبة
نعم	33	66%
لا	17	34%

المجموع	50	100%

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

إن معظم أفراد العينة كانت لهم معرفة بمهمة الوكالة وما تصبوا إليه بنسبة 66% أي 33 شخص من أصل 50 شخص.

الجدول رقم(09): هل وجدت الإرشاد الملائم من طرف الوكالة؟

هل وجدت الإرشاد الملائم من طرف الوكالة؟		
	العدد	**النسبة**
نعم	42	84%
نوعا ما	6	12%
لا	2	4%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

فيما يخص الإرشاد الملائم من طرف الوكالة فان نسبة 84%أجابت بنعم وهو ما يعادل 42 شخص من أفراد العينة وهو يدل على رضا العميل بأداء الوكالة.

الجدول رقم(10): لماذا اخترت الوكالة لتمويل مشروعك؟

لماذا اخترت الوكالة لتمويل مشروعك؟		
	العدد	**النسبة**
قيمة القرض ملائمة	32	64%
فترة التسديد	12	24%
الامتيازات الممنوحة	6	12%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

كانت إجابات السؤال عن سبب اختيار الأشخاص للوكالة لتمويل مشروعاتهم، كما يلي:قيمة القرض ملائمة سجلت نسبة 64 % أي ما يعادل 32 فرد من مجموع العينة،فترة الاسترداد سجلت 24 % أي ما يعادل 12 فرد من مجموع العينة، الامتيازات الممنوحة سجلت نسبة 12 % أي ما يعادل 6 أفراد من مجموع العينة.

فمن هنا نستنتج إن منتج الوكالة ملائم لمتطلبات المتعاملين كما أن مدة استرجاع القرض تلائم عدد كبير من الأشخاص لكن بالنسبة للعينة الامتيازات ليست بأهمية العنصرين الأولين.

الجدول رقم(11): ما نوع التمويل الذي تفضله؟

ما نوع التمويل الذي تفضله؟		
	العدد	النسبة
شراء المواد الأولية	43	86%
شراء العتاد	7	14%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

فيما يتعلق بنوع التمويل الذي يفضلونه أفراد العينة هو القرض الخاص بشراء المواد الأولية حيث حصل على نسبة 86 % أي 43 شخص من أصل 50 يفضلون هذا النوع من التمويل، وهذا يؤكد على إجابة نوع المشروع المفضل المتمثل في الصناعات الصغيرة.

الجدول رقم(12): هل المؤسسة ترافقك في مشروعك؟

هل المؤسسة ترافقك في مشروعك؟		
	العدد	النسبة
نعم	48	96%
لا	2	4%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

أما فيما يخص مرافقة صاحب المشروع المستفيد من القرض فان الوكالة تقوم بهذه المهمة قبل و أثناء وبعد عملية تسليم القرض وهذا يترجم في النسبة المسجلة عن طريق هذا الاستقصاء المتمثلة في 96 % ممن قالوا نعم.

الجدول رقم(13): هل قمت بجدوى اقتصادية للمشروع؟

هل قمت بجدوى اقتصادية للمشروع؟		
	العدد	النسبة
نعم	44	88%
لا	06	12%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

من أهم الشروط لقبول الملف للاستفادة من القرض المصغر هي تقديم دراسة جدوى اقتصادية للمشروع المقترح، ومن بين أسئلة الاستبيان هل قمت بدراسة جدوى اقتصادية للمشروع، حيث كانت معظم الإجابات بنعم 88 % أي 44 شخص من أصل 50 شخص.

الجدول رقم(14):كيف كان الاستقبال؟

كيف كان الاستقبال؟		
	العدد	**النسبة**
ممتاز	**1**	**2%**
جيد	**4**	**8%**
مقبول	**37**	**74%**
غير مقبول	**6**	**12%**
سيئ	**2**	**4%**
سيئ جدا	**0**	**0%**
المجموع	**50**	**100%**

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

فيما يخص السؤال عن كيف كان الاستقبال والتي هي تقييم اول مرحلة تبدأ فيها العلاقة مع زبائن الوكالة والمتمثلة في عنصر الاتصال فكانت مجمل الإجابات بمقبول بنسبة 74 % أي 37 شخص من أصل 50 شخص، وهنا ما يعبر عن وجود خلل طفيف في عملية الاتصال بين أعوان الوكالة والمعنيين مما يجب على مسؤول التسويق للوكالة إعادة النظر في الخط الأمامي للعملية التسويقية من اجل وضعه في خانة الجيد ولما لا الممتاز.

الجدول رقم(15): ما هو رأيك في مدة الاسترداد؟

ما هو رأيك في مدة الاسترداد؟		
	العدد	النسبة
مريحة	47	94%
ملائمة	3	6%
غير كافية	0	0%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

فيما يخص فترة الاسترداد فمعظم الإجابات كانت مريحة أي نسبة 94 % وهو ما يعادل 47 شخص من أصل 50 شخص، ففترة الاسترداد بالنسبة للقروض الخاصة بثراء المواد الأولية، ما بين 24 شهر إلى غاية 54 شهر مع

فترة تأجيل 3 ثلاثة أشهر، أما القرض الخاصة باقتناء العتاد تتراوح ما بين 12 إلى 60 شهر ولكن بعد استرداد القرض الممنوح من طرف البنك.

الجدول رقم(16): هل تنصح أصدقاءك بالتعامل مع الوكالة؟

هل تنصح أصدقاءك بالتعامل مع الوكالة؟		
	العدد	**النسبة**
نعم	41	82%
لا	9	18%
المجموع	50	100%

المصدر: إعداد بالاعتماد على نتائج spss

من خلال نتائج الإجابات عن الأسئلة السابقة والتي سجلنا من خلالها رضا المتعاملين مع الوكالة فسؤال عن نصح المتعاملين لأصدقائهم بالتعامل مع الوكالة كان بنعم أي بنسبة 82 %أي 41 شخص من أصل 50 شخص من العينة وهذا يؤكد رضاهم على تعاملهم مع الوكالة.

من خلال نتائج الإجابات عن الأسئلة السابقة والتي سجلنا من خلالها رضا المتعاملين مع الوكالة فسؤال عن نصح المتعاملين لأصدقائهم بالتعامل مع الوكالة كان بنعم أي بنسبة 82 %أي 41 شخص من أصل 50 شخص من العينة وهذا يؤكد رضاهم على تعاملهم مع الوكالة.

الخلاصة

اتخذت الحكومة الجزائرية كل التدابير اللازمة لإنعاش القروض المصغرة لدى الفقراء في إطار برامج لمكافحة البطالة والفقر، وشملت هذه التدابير إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر " ANGEM"، وفي هذا السياق فإن تثمين تجربة القرض المصغر قد سمحت بتشجيع الإدماج الاقتصادي والاجتماعي لفئة السكان التي تفتقد للمداخيل أو ذات مداخيل غير ثابتة وغير منتظمة، مثلما سمحت على وجه الخصوص بتحقيق الإدماج الاقتصادي و ذلك بالاستفادة من نظامها التمويلي للفئات ذات مؤهلات بسيطة بالإضافة إلى خريجي الجامعات والمعاهد ومراكز التكوين المهني.

وبالتالي لقد استفادت فئات سكانية واسعة ومتنوعة من القرض المصغر مثل النساء الماكثات بالبيت والعاطلين عن العمل والأشخاص ذوي الإعاقة، المحبوسين المفرج عنهم .... إلخ، وهذا في إطارالإدماج الاجتماعي، ولكن رغم كل هذه الجهود تبقى الخبرة ناقصة مقارنة ببعض دول أسيا وأمريكا اللاتينية التي تتوفر على خبرة تفوق 30 سنة، فتمويل المشاريع الصغيرة في الجزائر لازال في بدايته.

إن تسويق فكرة مشروع من خلال القرض المصغر ذو أهمية كبيرة في تحقيق و تجسيد المشاريع و بدونه تعتبر مشلولة و دون حراك فعنصر المال الذي يأخذ عدة أوجه منها رأس المال الخاص أو قروض مختلفة فمنها التجارية أي القروض البنكية مباشرة، و منها صناديق منشأة من طرف الدولة لغرض التمويل.

1-نتائج الدراسة: مما سبق ذكره، خلصت الدراسة إلى نتائج أهما:

-تعتبر الجزائر من الدول التي خاضت تجربة تسويق أفكار المشاريع الصغيرة من خلال تمويلها بالقروض الصغيرة و توجهت بها إلى فئة معينة من المجتمع (البطالين و أصحاب الحرف ...ألخ) الذين يفتقدون إلى مصادر تمويل (رؤوس أموال) من أجل تدعيمهم لتجسيد و تحقيق مشاريعهم و أعمالهم الصغيرة في مختلف القطاعات و لمختلف شرائح المجتمع.

- ساهمت القروض الصغيرة في التنمية الاجتماعية و الاقتصادية المحلية و ذلك من خلال امتصاص البطالة محاربة الفقر والهشاشة و التكفل بالمرأة الماكثة بالبيت و ذوي الاحتياجات الخاصة و المحبوسين المفرج عنهم و إدماجهم و جعلهم عناصر فعالة في المجتمع.

- تقوم الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بتسويق أفكار المشاريع الصغيرة من خلال وضع مزيج تسويقي خاص بالقروض المصغرة من أجل إنجاز أكبر عدد من المشاريع المقترحة وفي وقت مدروس أما الأهداف الطويلة المدى هي المحافظة وتطوير المشاريع المجسدة وكذا استقطاب أكبر عدد ممكن من الفئات المستهدفة بوضع الخطط والاستراتيجيات المناسبة لكل هدف، ومنه نثبت صحة **الفرضية الأولى التي تنص على أن النشاط التسويقي للوكالة الوطنية للقرض المصغر يهدف لتسويق أفكار المشاريع الصغيرة وتمويلها.**

تهدف الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر لمقاومة البطالة والتهميش والإقصاء الاجتماعي حيث تمس هذه الأهداف شريحة كبيرة من السكان خصوصا بعد دخول البلد في عالم اقتصاد السوق فتعتبر القروض الصغيرة أداة فعالة لمعالجة هذه القضايا الاجتماعية من خلال بروز نشاطات اقتصادية صغيرة منها التشغيل الذاتي والعمل بالمنزل ونشاطات حرفية وخدمية وتجارية مختلفة وبهذا أخذت هاته الصيغة في التمويل في مثل هذه الأعمال مكانة وميزة بارزة في المجتمع، ومنه نثبت صحة **الفرضية الثانية: أخذت صيغة القرض المصغر ميزة تسويقية واقتصادية بارزة في عالم الأعمال والمشاريع الصغيرة من حيث الدعم والمرافقة لشريحة كبيرة من المجتمع.**

تعتبر القروض الصغيرة منتج من المنتجات التي تسوق و تقدم إلى قطاع سوقي معين له خصوصياته و زبائنه إذا فالهيئة القائمة عليه و المتمثلة في الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر كنظيراتها من الأجهزة الداعمة ،تعمل بالمنظور التسويقي الحديث من اجل تسوق هذا المنتج بإتباع مزيج تسويقي خاص بها، فمن خلال الأرقام و النتائج المستخلصة من نشاط هاته الأخيرة سواء على المستوى الوطني أو المحلي تؤكد لنا بأن كل مرحلة من مراحل التسويق أعطت ثمارها إبداء من تصميم المنتج وصولا إلى القيمة المدركة للعميل، و بعدها كسب رضا و ثقة المستفيد من خلال مرافقته و استقطاب شرائح أخرى من المجتمع و أفكار مشاريع جديدة، كما أن الإستراتيجية التسويقية لهذا المنتج في تطور مستمر حسب حاجات و رغبات العملاء و متطلبات الوضع الاجتماعي و الاقتصادي الوطني و المحلي و هذا يتجلى من خلال القوانين و المراسيم المتجددة من فترة إلى أخرى منذ بداية نشاط الوكالة إلى يومنا هذا،

وبذلك نثبت صحة **الفرضية الثالثة: العمل بالمنظور التسويقي لمنتج الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر أعطى ثماره من حيث استقطاب أفكار المشاريع الصغيرة.**

2-الاقتراحات: من خلال ما سبق يمكن تقديم بعض الاقتراحات لتطوير فكرة تسويق القروض المصغرة حيث نقترح ما يلي:

-البحث عن الحرفيين الحقيقيين وتمويلهم وتقديم لهم الدعم اللازم من أجل تطوير أعمالهم

-إعطاء الأولوية للمشروعات التي تساهم في النمو الاقتصادي والاجتماعي

-تدعيم الشباب ذوي الشهادات والاختصاصات المهنية

-خلق قروض جديدة تدعم أرباب الأسر المعوزة.

-مراعاة الحرف والصناعات التقليدية حسب خصوصية كل منطقة ودعمها.

-التفكير في خلق هيئات مالية خاصة بتمويل المشاريع الصغيرة.

-تشجيع ودعم تكوين تعاونيات حرفية وتدعيمها بقروض معتبرة من خلال وضع قوانين تسمح بذلك

-خلق بنك معلومات بين أجهزة الدعم والبنوك

-التنسيق الدائم مع الجهات المعنية فيما يخص احتياجات الولاية للمشروعات الصغيرة وذلك عن طريق اقتراحات الاحتياجات من طرف كل البلديات من أجل وضعها في خانة الأولويات.

-من أجل تشجيع المستفيدين من القرض على عملية الادخار يستحسن اشتراط تقديم وصل تزويد حسابه خاصة بالتوفير الادخار عند عملية تقديم وصولات الاسترداد والتحصيل الخاصة بالقرض حتى ولو كانت بقيمة صغيرة من اجل زرع ثقافة التوفير والادخار وتطوير المشروع عن طريق مصدر تمويل ذاتي، وكذلك ضمان استمرارية المشروع.

-لاحظنا في الدراسة الميدانية ان الأشخاص ليس لهم دراية بموقع الوكالة الالكتروني مما يتطلب على الوكالة استعمال إشهار ودعاية إعلامية من اجل التعريف بموقعها حتى يتمكنوا من الاطلاع عليه ومعرفة كل ما هو جديد عنها.

قائمة المصادر والمراجع:

1-أحمد بن سعد حمدان الغامدي، **كيف تسوق الأفكار**، متوفر على موقع مداد http://midad.com/article/218465/%D9%83%D9%8A%D9%81%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D9%83%D8%A7%D8%B1،تاريخ الاطلاع: 2020/01/16.

2- عبد السلام بن سالم باهمام،**مفهوم تسويق الأفكار**، متوفر على الموقع التالي: https://www.bahammam.com/ar/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D9%83%D8%A7%D8%B1 تاريخ الاطلاع: 2020/01/16.

3-ناصر مغني، **القرض المصغر كاستراتيجية لخلق مناصب شغل في الجزائر**، ورقة بحثية مقدمة ضمن الملتقى الدولي حول استراتيجية الحكومة للقضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، 16,15 نوفمبر 2011،ص07.

4-عبد الحكيم عمران، محمد العربي غزي، **برامج التمويل الأصغر ودورها في القضاء على الفقر و البطالة**، الملتقى الدولي حول إستراتجية الحكومةللقضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، الجزائر،15-16 نوفمبر 2011 ،ص3.

5-مفيد عبد اللاوي، ناجية صالحي، **إستراتجية التمويل متناهي الصغر الإسلامي في الجزائر لتحقيق التنمية المستدامة**، دراسة حالة صندوق الزكاةبالجزائر، الملتقى الدولي الثاني : المالية الإسلامية، جامعة صفاقص، تونس، 27-29،جوان2013 ،ص2.

6-موقع الوكالة الوطنية للقرض المصغر WWW.ANGEM.DZ ANGEM تاريخ الاطلاع 2020/01/18.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:102-117.

The importance of adopting price-level accounting data in the control of the investment budget

LAHBIL Boudjemaa[1], HAROUCHI Djelloul[2],

[1].PhD student , University of Adrar, Algeria, lahbil.boudjemaa@univ-adrar.edu.dz
[2] Lecturer, Department of Economics , University of Adrar, Algeria , harrouchidjelloul@univ-adrar.edu.dz

ARTICLE INFO

Article history:
Received:05/11/2020
Accepted:09/11/2020
Online:11/01/2021

Keywords:
price level
budget
Index price level
historical cost
JEL Code:
D24;E31;M41

ABSTRACT

the study aimed at showing the impact of the preparation of the estimated budget in light of changes in price levels in enhancing its regulatory role. The research singled out the investment budget of the Algerian electricity production company for 2018 and 2019 to adjust according to the special price indices and compare them with the actual budget at the end of the cycle. The study concluded that adjusting the investment budget data in the light of changes in price levels would give greater credibility to the deviations recorded.

أهمية اعتماد البيانات المحاسبية المعدلة حسب مستوى الأسعار في الرقابة على الموازنة الاستثمارية

لهبيل بوجمعة [1]، حروشي جلول [2]،

[1]طالب دكتوراه ، قسم العلوم التجارية، جامعة ادرار، الجزائر/ lahbil.boudjemaa@univ-adrar.edu.dz .

[2]أستاذ محاضر أ كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ادرار، الجزائر /harrouchidjelloul@univ-adrar.edu.dz .

.

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:
2020/11/05:
تاريخ القبول: 2020/11/09
تاريخ النشر: 2021/01/11

الكلمات المفتاحية
مستوى الأسعار
موازنة
أرقام قياسية للأسعار
تكلفة تاريخية
JEL Code:
D24;E31;M41

الملخص

هدفت الدراسة إلى بيان اثر إعداد الموازنة التقديرية في ضوء تغيرات مستويات الأسعار في تعزيز دورها الرقابي. خص البحث الموازنة الاستثمارية للشركة الجزائرية لإنتاج الكهرباء لسنتي 2018 و 2019 للتعديل حسب الأرقام القياسية الخاصة للأسعار ومقارنتها بالموازنة الفعلية في نهاية الدورة. توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن تعديل بيانات الموازنة الاستثمارية في ضوء تغيرات مستويات الأسعار من شانه إعطاء مصداقية اكبر للانحرافات المسجلة.

*Corresponding Author *Full Name, Email:*

- **مقدمة:**

يهدف البحث الايجابي في المحاسبة إلى شرح وتوقع الظواهر والممارسات المحاسبية . ولذلك فان النظرية الإيجابية في المحاسبة استفادت من نظرية التعاقدات حيث اعتبرت أن إي شركة أو وحدة اقتصادية تعتبر سلسلة من التعاقدات بين الأطراف المختلفة وذلك لتخفيض التعارض في المصالح بين الأطراف ودور المحاسبة هو تسهيل صياغة ومتابعة تنفيذ هده التعاقدات. وبالتالي وفق هذا الطرح المعلومة المحاسبية ليست بمعزل عن المتغيرات الأخرى داخل الشركة؛ فهي تتفاعل مع قرارات الإنتاج، الاستثمار، والتمويل داخل الشركة. حيث تستخدم هذه المعلومات كأساس لتوزيع الموارد، صياغة عقود الحوافز، وضع شروط المديونية. ولذلك فان الإدارة وهي المسئول الأول عن إصدار التقارير المحاسبية؛ سيكون لديها الحافز لتفضيل طريقة محاسبية على أخرى. كما أن قراراتها المختلفة قد تتأثر وفقا لأثرها على الأرباح المحاسبية في النهاية.

إلا أن البحث الحديث في المحاسبة يركز حاليا على مسالة تقييم العناصر في القوائم المالية. والبحوث المحاسبية في السنوات الأخيرة بدأت تركز على قدرة الأرقام المحاسبية على التنبؤ بدلا من التركيز على سلوك أسعار الأسهم بعد نشر القوائم المالية. ووفقا لهذه البحوث فان أهمية المعلومات المحاسبية تكمن في قدرتها على التنبؤ بأسعار الأسهم والعائد السوقي. (الدهراوي، 2001، صفحة 279)

في ضوء ذلك جاءت إشكالية الموضوع تتمحور حول التساؤل العام التالي:

ما مدى فاعلية الموازنة الاستثمارية المعدة في ضوء مستويات الأسعار في تعزيز دور الرقابة على الأداء الاستثماري في منشآت الأعمال.

وللإجابة على التساؤل العام استعنا بالفرضيات التالية:

- الموازنة الاستثمارية المعدة وفق التكاليف التاريخية مضللة و لا تعكس الواقع الحقيقي للمنشاة.
- تعديل الموازنة حسب مستويات الأسعار من شانه أن يعزز دور الموازنة في الرقابة وتقييم الأداء.

تنبع أهمية الدراسة من الدور الذي تجسده الموازنة الاستثمارية في تحقيق مبدأ الاستمرارية والبقاء في أي وحدة اقتصادية. مما يلزم أصحاب القرار على تدقيق القرار الاستثماري.

1- الموازنات التخطيطية كآلية من آليات التخطيط المالي والرقابة المالية

في الأصل كانت كلمة موازنة تطلق على الكشف الذي تعده الدولة لتقدير إيراداتها ونفقاتها ويرجع أصل مصطلح Budget إلى الكلمة الفرنسية Bougette وتعني حقيبة. وفي المراحل الأولى لاستخدام الموازنات في الحكومة كان وزير المالية الانجليزي يعد تقديرات الموازنة وتقديمها إلى مجلس العموم البريطاني في حقيبة جلدية. ومع كبر المنشات ومع التطور التكنولوجي بدا المسؤولين في المنشات في استخدام الموازنات كجداول تقديرية عما هو مطلوب من موارد لتنفيذ خطة معينة ويعد المفكر الأمريكي degazeux أول من استخدم مصطلح الموازنة؛ حيث خصص فصلا كاملا عن الموازنات في كتابه ، التطور التاريخي للتكاليف الذي أصدره عام 1825 والذي وصف فيه الموازنات بأنها جداول تبين احتياجات المنشاة من الموارد وتوقيتات تدفق هذه الموارد . ويمكن تلخيص المراحل التي مرت بها الموازنات كاداه للتخطيط والرقابة على النحو التالي:

- المرحلة الأولى: الموازنة عبارة عن جداول لتجميع المواد المطلوبة لتنفيذ برنامج معين.

- المرحلة الثانية: طورت فيه الموازنة بحيث أصبحت تتضمن جدولا لتوقيت تنفيذ البرنامج.
- المرحلة الثالثة: أصبحت الموازنات تستخدم مع التكاليف المعيارية.
- المرحلة الرابعة: أصبحت الموازنات تستخدم كوسيلة فعالة للتخطيط الإداري والرقابة والتنسيق بين أنشطة المنشاة المختلفة. وهي مظهر من مظاهر نجاح المنشات في الوقت الحاضر. (محمد الفضل، عبد الناصر، و الراوي، 2007، صفحة 231)

مفهوما الميزانية والموازنة قائمان على فكرة التوازن، بمعنى الاتساق بين مجموعة من الأهداف ووسائل تحقيق هذه الأهداف. وقد عرفت منذ زمن بالموازنات التقديرية؛ إلا أن اسم الموازنات التخطيطية أصبح أكثر شيوعا في الوقت الحاضر؛ ولعل السبب في استخدامه هو انه يبرر عنصر التوازن الذي تبنى عليه الموازنة التخطيطية. كما أنه يبرر أيضا أهمية الموازنات لعملية التخطيط واعتبارها جزءا لا يتجزأ منها. (ابو حشيشي، 2005، صفحة 396)

1-1 ماهية الموازنات التخطيطية

يطلق على الموازنة عدة مسميات منها الموازنة التخطيطية والموازنة التقديرية والموازنة الرقابية. فكلمة تخطيطية تشير إلى أن الموازنة تحتوي على بيانات عن الخطة التي تعتمدها الشركة. كما أن تسميه تقديرية أي أنها متوقعة ولم تحدث بعد؛ أما الرقابية يقصد بها أن بيانات الموازنة تستخدم في رقابة وقياس الأداء الفعلي ولا يقتصر إتباع أسلوب الموازنة على أنشطة معينة بل يمتد إلى كل فرع وقطاع مهما كان نشاطه من خلال وضع تقديرات للظروف المتوقعة في المستقبل لتحقيق الهدف بأقل كلفة ممكنة.

الموازنة التخطيطية هي الخطة المنسقة لجميع عمليات المشروع في مدة الموازنة. فهي تمد المنشاة بتقدير الأرباح الكلية والأرباح المحققة بواسطة كل قسم من الأقسام عن طريق تجميع المبيعات والمصاريف البيعية والإدارية وإدراج جميع عناصر الإيرادات والمصاريف التي لم تتضمنها إي موازنة فرعية. (عبد الستار، 2007)

والموازنة بأبسط صورها تعني المعادلة بين إيرادات ونفقات شخص أو مؤسسة أو حكومة أو منشأة أعمال ما خلال فترة قادمة، حيث أن تدفق الإيرادات والحاجة لإنفاقها لا تتزامنان بشكل متناسق.

وتعد الموازنة من أهم أساليب المحاسبة الإدارية، وهي ترجمة لأهداف المنظمة في فترة مقبلة في صورة كمية ومالية، وتعتبر الموازنة الهدف النهائي لعملية التخطيط وهي الوسيلة أو الأداة التي سوف تستخدم في تحديد انحراف الأداء الفعلي عن التقديرات الموضوعة. (البلتاجي، 1996، صفحة 19)

عرفها المؤتمر العربي الخامس للعلوم الإدارية؛ بأنها تعبير كمي عن الأهداف الحالية للإدارة وخططها المتعلقة بعمليات تمويل المنشأة خلال السنة. (يوحنا و الرزق، 2006، صفحة 181)

أما الدكتور" شيروود" وهو أحد المتخصصين في كتابات الموازنة فيعرفها بأنها :

خطة شاملة، متمثلة بأرقام يتم تحديدها لبرنامج كامل لفترة زمنية محددة؛ وهي تتضمن تقديراً للخدمات والنشاطات والمشاريع ونفقات ومصادر ضرورية للإنفاق. (الجديلي، 2005، صفحة 36)

طبقاً ل " Keller and Ferrara " الموازنة التخطيطية هي الخطة المنسقة لجميع عمليات المشروع في مدة الموازنة؛ فهي تمد المنشأة بتقدير لأرباحه الكلية والأرباح المحققة بواسطة كل قسم من الأقسام عن طريق تجميع المبيعات والمصاريف الصناعية والمصاريف البيعية والإدارية وإدراج جميع عناصر الإيرادات والمصاريف التي لم تتضمنها إي موازنة فرعية.(keller & ferrara, 1998, p. 388)

وتستخدم الموازنة كذلك في رقابة وتقويم الأداء الفعلي للمنشأة؛ وذلك بمقارنة الأداء الفعلي بالمخطط، بالاعتماد على قياس الانحرافات بين النتائج المقدرة و المنجزة فعليا سواء كانت موجبة أو سالبة. ثم التحري عن طبيعة الانحراف. ولو انه ليس الهدف هو كشف الانحراف بحد ذاته؛ ولكن الهدف هو اتخاذ القرار السليم في مواجهة هذا الانحراف ومدى تأثيره على نتائج الأداء (بان هاني، بشرى، و عيدان، 2013، صفحة 325).

2-1 اثر تغيرات مستويات الأسعار على الموازنات التخطيطية

يبين سليم محمد عيد "1997" أن أثر ارتفاع المستوى العام للأسعار على الموازنات التخطيطية يتمثل في النقاط التالية: (عيد، 1997)

كذلك تحدث مطر محمد "2004" بأن النظام التقليدي للقياس المحاسبي والمبني على مدخل التكلفة التاريخية يعاني قصوراً واضحاً تنعكس آثاره على مخرجات هذا النظام فيقلل من ملاءمتها لاتخاذ القرارات خصوصاً في الفترات التي ترتفع فيها معدلات التضخم الاقتصادي. (مطر، 2004)

1-2-1 مرحلة التخطيط:

ينتج عن تغير الأسعار صعوبة في تحقيق فاعلية تخطيط الموازنات التخطيطية، إذ يؤثر التغير في المستوى العام للأسعار على دقة التنبؤات المالية المطلوبة للتخطيط .ويفضل عند إعداد مؤشرات الموازنات التخطيطية في أوقات التضخم، استخدام الأرقام القياسية الخاصة بالمواد والأجور والمصاريف غير المباشرة .أما إذا كانت الأرقام القياسية غير متوفرة، فقد تلجأ الإدارة إلى استخدام الأرقام القياسية العامة، مثل الأرقام القياسية لأسعار المستهلك.

تزداد مشاكل التخطيط طويل الأجل في فترات تغير الأسعار إذ تزداد عوامل عدم التأكد حين تقدير نشاط الشركة في المستقبل ؛ ما الذي يجب أداؤه في هذا الصدد هل يجب إعداد الخطط على أساس مستويات الأسعار السائدة وقت إعدادها ثم تعديلها برفع أسعار البيع في المستقبل كلما ظهرت الحاجة إلى ذلك ، أم يجب تحديد مستويات الأسعار في المستقبل وإعداد خطة طويلة الأجل وتكاليف معيارية على أساس هذه الأسعار المستقبلية.

يعتبر استخدام الأرقام القياسية أسلوبا جديدا لمد الإدارة بالمعلومات المستمرة عن مستويات التكلفة الجارية. (الفيومي، 2000، صفحة 252)

ترتبط مشاكل التخطيط في أوقات التضخم بطول المدة الزمنية للخطة فكلما طالت مدة الخطة كلما تعرضت النتائج المالية إلى عوامل عدم التأكد لذلك فبناء الموازنات والتكاليف المعيارية وتسعير المنتجات يجب أن يكون على أساس التكاليف الجارية مع إجراء تعديلات دورية كلما ظهرت الحاجة إليها. مع ذلك فان جانب من التخطيط الاستراتيجي يجب أن يوجه لحماية الشركة من تأثير التغير في أسعار السلع وتأثير التضخم . فالحاجة للمحافظة على القوة الشرائية لملاك المشروع تبدو ضرورية للحصول على أموال ملكية في السنوات المقبلة (الفيومي، 2000، صفحة 253).

1-2-2 مرحلة الرقابة:

لابد من تعديل الموازنات باستمرار لكي تعكس وتقترب من الأسعار الجارية، ويمكن أن يتحقق ذلك عن طريق وضع معايير حسب توقعات الإدارة لتعديلها كلما تطلب ذلك. وقد يكون كل شهر أو كل فصل، إن هذا الأسلوب يساعد على التنبؤ الدقيق للتغيرات في مستويات الأسعار.

الأساس لكي تؤخذ آثار التضخم في الاعتبار على الموازنات الرأسمالية هو الاتساق في معالجة الحد الأدنى لمعدل العائد المرغوب فيه، وكذلك التدفقات النقدية المتنبأ بها سواء كانت داخلة أو خارجة .هذا الاتساق يمكن تحقيقه عن طريق تضمين عنصر التضخم في كل من الحد الأدنى لمعدل العائد المرغوب فيه والتنبؤات بالتدفقات النقدية بنوعيها. لذلك يجب أن تراعى آثار التضخم على كل مدخلات نموذج التحليل لكي تتسم النتائج بالمنطقية.

من الناحية العملية كذلك يشوب إعداد الموازنات التخطيطية قصور من ناحيتين:

أولا: أن عملية إعداد الموازنات تعتمد في معظمها على بيانات داخلية فقط دون الرجوع إلى أي مصادر مرجعية خارجية موثوق بها وذلك:

* للتحقق من ملائمة المستهدفات الموضوعة للظروف الداخلية والخارجية السائدة وقت إعداد الموازنة.
* للتقييم العادل للأداء أخذا في الاعتبار الظروف الداخلية والخارجية التي سادت في السوق بالفعل خلال فترة التنفيذ.

ثانيا: افتراض ثبات واستمرار صحة ودقة بيانات الموازنة ونتائجها المستهدفة التي تم تخطيطها في بداية الفترة الحالية وحتى بداية التخطيط وإعداد الموازنة للفترة المقبلة.

هذه النتائج والمستهدفات في بداية الفترة الحالية ستكون هي الأساس لإجرائيين على درجة كبيرة من الخطورة في نهاية الفترة الحالية وبداية الفترة التالية وهما:

* تقييم الأداء بالمقارنة مع النتائج الفعلية في نهاية الفترة.
* إعداد الموازنة للفترة المقبلة.

ولا يمكن تصور صحة هذه الإجراءات إلا إذا أمكن تصور بيئة ساكنة لا تتغير على مدار سنة كاملة، وهذا هو الخطأ بعينه، وهو مصدر كل المشاكل المصاحبة لعملية إعداد الموازنات التقليدية. (عبد المنعم، 2017، صفحة 58)

1-2-3 تقييم الأداء

يتم تقييم أداء العمليات اليومية في المستويات الإدارية والإنتاجية الدنيا بمقياس النتائج المعيارية مسبقا. وذلك ينطبق على استخدام المواد وعدد ساعات العمل وكمية الإنتاج والوحدات المباعة . وبالمثل من ناحية التكاليف حيث تقارن التكاليف الفعلية بالتكاليف المقدرة . بحيث يتم تقسيم الوحدات إلى مراكز ربحية مستقلة يتم قياس أدائها عن طريق نسبة الربح إلى القيم الجارية للأصول.

حتى يتم توحيد مقياس الأداء بين الفروع والشركات والأقسام التي تستخدم أصول قديمة منخفضة القيمة وبين مثليها التي تستخدم أصول حديثة مرتفعة التكلفة. (الفيومي، 2000، صفحة 255)

2- تأثير تغيرات مستويات الأسعار على تقويم الاقتراحات و المشاريع الاستثمارية

تعتبر الموازنة الرأسمالية من أهم القرارات الإدارية بالمشروعات. وهي مصطلح يستخدم للإشارة إلى التخطيط طويل الأجل للإنفاقات الاستثمارية وطريقة تمويلها.حيث أن قرارات الاستثمار عادة ما تربط المنشاة لفترة طويلة الأجل؛ أي ا ن أي خطا في إعدادها قد يهدد بقاء المشروع .

بحيث توجد طرق عديدة للاستخدام كمعيار لاتخاذ القرار الاستثماري؛ منها فترة الاسترداد، معدل العائد الداخلي، صافي القيمة الحالية، معدل العائد المحاسبي. إلا أن هناك مضمونين مهمين لأي قرار استثماري بغض النظر عن الطريقة المستخدمة في المفاضلة بين الاقتراحات

يؤدي ارتفاع المستوى العام للأسعار إلى انخفاض حقيقي في قيمة العملة وبالتالي يؤثر على كل الأسعار ولكن بدرجات متفاوتة. والصعوبة الأساسية تكمل في التفاوت في تغير السلع من سلعة لأخرى مما يصعب قياس معدل تغير مستوى الأسعار وهو ما يشكل عائقا بالنسبة لتقويم المشاريع الاستثمارية؛ والتي يجب أن تعكس توقعات التغير في الأسعار في المستقبل. (يوحنا و الرزق، 2006، صفحة 128)

كما يؤدي ارتفاع المستوى العام للأسعار كذلك إلى زيادة حقيقية في التدفقات النقدية المتولدة عن الاقتراح الاستثماري؛ وما لم يتم تعديل تلك التدفقات لإزالة اثر تغيرات مستويات الأسعار فان نتائج عملية التقييم سوف يترتب عليها اختيار خاطئ لاقتراحات الاستثمار. لان التغير في المستوى العام للأسعار يترك آثار عكسية على صافي القيمة الحالية للتدفقات النقدية ؛ والسبب يعود إلى أن قسط الاهتلاك يحسب على أساس القيمة الفعلية وليس على أساس القيمة الإحلالية للأصل. وفي حالة ارتفاع المستوى العام للأسعار تؤدي هذه الطريقة إلى تحميل قائمة الدخل بقسط للإهتلاك يقل عن الحقيقة ؛ الأمر الذي يؤدي إلى زيادة حقيقية في الوعاء الضريبي وبالتالي زيادة في الضرائب المدفوعة. (شقيري و عزمي، 2009، صفحة 180)

كما يؤثر مستوى الأسعار على المقدار المستثمر من الأموال في الموجودات الثابتة ففي فترات ارتفاع الأسعار تحتاج الشركة إلى استثمار مبالغ كبيرة وعكس ذلك في فترات انخفاض الأسعار. إلا أن تأثير التغيرات في الأسعار على حجم الأموال المستثمرة في الموجودات الثابتة وبعد فترة زمنية معينة يكون ضعيفا؛ ويرجع ذلك إلى طول عمر الموجودات الثابتة وعدم استهلاكها لا بعد فترة زمنية طويلة. ولذلك فانه يمكن القول أن التغيرات في الأسعار تؤثر في حجم الأموال المستثمرة في الموجودات الثابتة يحصل في حالتين :

- حالة إضافة وحدات إنتاجية جديدة.
- أو حالة استبدال الموجودات المستهلكة بموجودات جديدة. (الزبيدي، 2004، صفحة 578)

2-1 استرداد تكلفة الاستثمار:

يرتبط قرار الموازنة الرأسمالية بتحديد ما إذا كان الاستثمار يغل تدفقات نقدية كافية لاسترداد التكلفة. حينما تضع الشركة أهداف الربحية على أساس التكلفة التاريخية للاستثمار فان التدفق النقدي من الاستثمار يجب أن يمكن من استرداد التكاليف السابقة أو التاريخية. ومع ذلك فان الموارد قد لا تكون كافية لاستبدال الأصل حينما تنتهي حياته الإنتاجية نظرا لان التكلفة الاستبدالية قد تفوق التكلفة التاريخية للأصل ، لذلك يجب استخدام بيانات القيم الجارية في تقييم الاقتراحات الاستثمارية.

كما يجدر الذكر إلى أن مجموع الاهتلاكات المحسوبة على أساس القيمة الجارية لأصول المنشاة لا يضمن بالضرورة تعادله مع التكلفة الاستبدالية في نهاية حياته والعجز الذي يظهر يطلق عليه اهتلاك متأخر . ولتجنب هذا المشكل وجب على متخذ القرار التأكد من استثمار الأموال المجمعة نتيجة الاهتلاك في أصول واستثمارات تغل عائدا كافيا لسد فجوة الاهتلاك. (الفيومي، 2000، صفحة 242)

2-2 الفوائد المقترضة

يتم رسملة التدفق النقدي السنوي على أساس معدل فائدة –تكلفة رأس المال– وهي تمثل التكلفة المدفوعة للحصول على أموال رأس المال اللازمة لتمويل التسهيلات . ومثل بقية عناصر التكاليف فان الفائدة على رأس المال ترتبط بقيمة رأس المال و الفترة التي لن تتاح فيها هذه الأموال الاستثمارية البديلة . وفقا لهذا المضمون فان الفائدة تعتبر عنصر تكاليف بغض النظر عن ما إذا كانت الشركة ستدفع أرباحا لمساهميها. وحين المفاضلة بين المشروعات يجب أن تخصم بمعدل الفائدة المحسوب على أساس القيمة الجارية للفوائد اللازمة. (الفيومي، 2000، صفحة 244)

2-3 قرارات تسعير المنتجات في ظل ارتفاع مستويات الأسعار

إن تحديد أسعار البيع في فترات التضخم العالية عادة ما تكون قدرة الشركة على تحديد أسعار البيع والحفاظ عليها لفترة طويلة إلى حد معقول صعبة. وتواجه المنشات عدة صعوبات في الحفاظ على طلب المستهلكين نتيجة السلوك العشوائي للأسعار، الذي يتمثل أثره في أن الطلب قد ينخفض إذا اعتبر المستهلكون أن الأسعار مرتفعة للغاية. ومن ناحية أخرى يصبح تحديد أسعار البيع تخمينا نتيجة التغيرات التي لا يمكن التنبؤ بها في الظروف والأسعار الاقتصادية على مدى فترة قصيرة من الزمن. والنتيجة النهائية لذلك هي أن تحقيق الربح يصبح لعبة صعبة مما يجعل الأداء يعتمد إلى حد كبير على قدرة مسيري المنشأة على التلاعب بالأسعار.(Ebiaghan, 2019, p. 39)

يتم تحديد وتعديل أسعار بيع السلع والخدمات في ظل عديد من الظروف منها :

- القيادة السعرية
- المنافسة أو التسعير الجبري
- المنتجات التي سيوقف خط إنتاجها

أ) القيادة السعرية

تمثل نظريا وضعا مثاليا للشركات حيث تسمح بالتسعير مع الأخذ في الحسبان كافة التكاليف علاوة على هامش الربح المستهدف.

حيث لا يعني بالضرورة أن الأسعار العالية تحقق أعلى ربح، فمن الضروري اعتماد بيانات تكاليف الأحجام المختلفة من الإنتاج على مضمون التكاليف الجارية. حيث أن تحليل التكلفة يهتم أساسا بتخطيط الأنشطة المقبلة للشركة ؛ أي أن الهدف هو تسعير المنتجات التي ستباع في المستقبل.

ويمكن القول أن التسعير يجب أن يكون مبنيا على أساس مستويات التكاليف في المستقبل وليس مستويات التكاليف الجارية . لذلك في غياب تقدير مأمون لتكاليف المستقبل فان التسعير على أساس الأوضاع الجارية يصبح مفضلا مع إجراء تعديلات دورية كلما استدعت الحاجة. (الفيومي، 2000، صفحة 247)

ب) ظروف المنافسة أو التسعير الجبري

يكون للشركة في ظل هذه الظروف دورا محدودا في تحديد أسعار البيع؛ فالأسعار السائدة بالسوق قد تحدد بواسطة المنافسين أو الأجهزة الحكومية.

في هذه الحالة يثار تساؤل عن فائدة استخدام التكاليف الجارية إذا كانت ذات تأثير محدود على قرارات التسعير وتحديد حواف الأرباح. (الفيومي، 2000، صفحة 248)

ج) المنتجاة التي سيتوقف خط إنتاجها

تساهم التكاليف الجارية في المحافظة على ربحية المشروع في الفترة طويلة الأجل. وفي الفترة قصيرة الأجل قد تبدو مقاييس التكلفة التاريخية ذات أهمية؛ إذ تعتمد قرارات الصنع أو الشراء والاستمرار في إنتاج منتج أم لا على التكاليف التفاضلية. علاوة على ذلك من المهم التعرف على أهداف المشروع في كل حالة. (الفيومي، 2000، صفحة 252)

3- أهمية استخدام البيانات المعدلة وفق تغيرات الأسعار في اتخاذ وتحليل قرارات الموازنة الرأسمالية

وكإضافة لما سبق ومن الناحية العملية فان الشركات لا تقوم بإجراء تعديلات البيانات بآثار التغير في المستوى العام للأسعار عند تحليل إعداد الموازنة الرأسمالية؛ ذلك لان عملية الحساب معقدة إضافة إلى انه يمكن الحصول على القيمة الحالية دون أية تعديلات . ويرى البعض أن الميزة الرئيسية التي يمكن الحصول عليها من التعديل هي أن البيانات المعدلة بآثار تغيرات المستوى العام للأسعار تسمح لمتخذ القرار أن يقارن بنود تقديرات الموازنة الرأسمالية بالبيانات الفعلية لان كلاهما سيضمن آثار تغيرات مستويات الأسعار. وبدون هذه التعديلات فانه يكون مجبرا عند المتابعة مقارنة أرقام وبنود غير متشابهة مما يجعل عملية مقارنة البدائل مضللة.

وعلى الرغم من صحة جزء من هذه المقولة إلا أن استخدام البيانات المعدلة بالتضخم في تحليل إعداد الموازنة الرأسمالية يجعل البيانات الفعلية غير قابلة للمقارنة إلا إذا كان معدل التضخم واحدا. إضافة إلى ذلك فان احتمال تطابق التضخم ضئيل بسبب صعوبة التنبؤ به. فإذا كان الاقتصاديون لا يستطيعون التنبؤ بالتضخم لسنة واحدة بدقة فكيف يمكن التنبؤ بعامل التضخم لعدة سنوات مقبلة. إضافة إلى أن استخدام البيانات المعدلة بالتضخم قد تجعل المدير يلقي باللوم على التضخم في حال عدم تطابق النتائج التقديرية حيث يتعلل بان التضخم الفعلي اختلف عن ما هو مقدر.

وللتغلب على هذه المشاكل فيفضل استخدام البيانات غير المعدلة عند تحليل إعداد الموازنة الأصلي وعند المتابعة يتم تعديل البيانات الفعلية بحيث يتم إزالة آثار التغيرات السعرية التي قد حدثت وبذلك يمكن مقارنة أرقام متشابهة حيث أن البيانات التقديرية والبيانات الفعلية لن تشتمل على آثار للتغير في مستوى الأسعار؛ وبهذه الطريقة لن تتخذ تغيرات مستويات الأسعار ذريعة يستخدمها المدراء لتبرير اختلاف الأرقام الفعلية عن المتوقعة. (ابو حشيشي، 2005، صفحة 577)

4- دراسة تطبيقية في الشركة الجزائرية لإنتاج الكهرباء وحدة ادرار

وفيما يخص دراستنا هاته سنقوم بتعديل الموازنة الاستثمارية التقديرية لسنتي 2018 و 2019 ومقارنتها بالموازنة المنجزة لمعاينة الأثر الذي تحدثه عملية التعديل من خلال انحراف الموازنة المسجل في نهاية الدورة.

4-1 تعديل الموازنة الاستثمارية التقديرية للشركة (ج.إ. ك – وحدة ادرار) لسنة 2018

تعد الموازنة التقديرية الاستثمارية للسنة القادمة في نهاية كل سنة حالية. وبالتالي فان الموازنة الاستثمارية التقديرية لسنة 2018 تعد في نهاية سنة 2017. وبالتالي فالقيم المدرجة في موازنة 2018 معبر عنها بالقيم التاريخية في نهاية سنة 2017 إي بتاريخ 2017/12/31. ولإجراء عملية المقارنة بين الموازنات يجب أن نقوم بعملية الإزاحة. إي تعدل الموازنة لتتجانس الأرقام المراد مقارنتها ببعضها. وبالتالي فإذا ما أردنا مقارنة الموازنة المعدة في نهاية سنة 2017 بالموازنة في نهاية 2018 فيجب تعديلها بالأرقام القياسية التي تعبر عن تغيرات مستوى الأسعار في تاريخ إجراء المقارنة، لتكون عملية المقارنة معبرة.

وبناء على ما سبق فان الموازنة التقديرية الاستثمارية لسنة 2018 تعدل وفق العلاقة التالية:

قيمة البند المعدلة = قيمة البند التاريخية X الرقم القياسي الخاص بتاريخ إجراء المقارنة ÷ الرقم القياسي الخاص بتاريخ إعداد الموازنة .

إي أن قيمة البند المعدلة (بتاريخ 2018/12/31) = قيمة البند التاريخية X الرقم القياسي الخاص (بتاريخ 2018/12/31) ÷ الرقم القياسي الخاص(بتاريخ 2017/12/31)

جدول 01. الموازنة التقديرية الاستثمارية لسنة 2018 المعدلة حسب الأرقام القياسية الخاصة للأسعار

الرقم	البيان	مبلغ تاريخي(دج)	م.التعديل	المبلغ المعدل(دج)
01	Acquisition des batteries DC pour les groupes Pratt & Whitney	25 000 000,00	121,6÷126,2	25 945 723,68
02	Acquisition des cabines sanitaires pour la centrale de TIMIMOUN	3 000 000,00	137,81÷143,36	3 120 818,52
03	Acquisition des deux transformateur TA 375 KVA pour la centrale de Kabertene.	2 000 000,00	121,6÷126,2	2 075 657,89
04	Extension du système télésurveillance des centrales de l'unité ADRAR et installation	11 000 000,00	121,6÷126,2	11 416 118,42
05	Acquisition des deux (2) vannes de sectionnement gaz 8" du ZK	3 000 000,00	186 ÷161,2	2 600 000,00
06	Acquisition pièces de rechange TG mobiles PWPS FT8 de l'unité ADRAR (Convention	195 000 000,00	186 ÷161,2	169 000 000,00
07	Acquisition pièces de rechange TG mobiles TM 2500 GE de l'unité ADRAR (Convention	40 000 000,00	186 ÷161,2	34 666 666,67
08	Acquisition pièces de rechange complémentaires TG mobiles PWPS FT8 de	90 000 000,00	186 ÷161,2	78 000 000,00
09	Acquisition pièces de rechange complémentaires TG mobiles TM 2500 GE de	90 000 000,00	186 ÷161,2	78 000 000,00
10	Acquisition des régulateurs de pression et pièces de rechange pour postes gaz de l'unité	40 000 000,00	121,6÷126,2	41 513 157,89
	المجموع	**499 000 000,00**		**446 338 143,08**

المصدر: من إعداد الباحثان

اعتمدنا في تعديل بنود الموازنة الاستثمارية التقديرية الأرقام القياسية الخاصة بالأسعار الوحدوية عند الاستيراد. اعتمدنا هذا الرقم للتعديل لان غالبية الاستثمارات التي تعتزم المنشاة حيازتها يتم اقتناؤها عن طريق الاستيراد الخارجي. فلتعديل بنود هذه الموازنة استخدمنا الأرقام القياسية الخاصة بأسعار المجموعة السلعية أو المجموعة السلعية المماثلة التي ينتمي إليها كل بند استثماري على حدى. ومن خلال عملية التعديل نلاحظ أن المجموع النهائي للموازنة قد نقص بنسبة 11% وهو ما يبين أن مستويات الأسعار الخاصة بالموجودات التي تحتويها الموازنة قد شهدت انخفاضا خلال السنة.

4-2 تعديل الموازنة الاستثمارية الفعلية (المنجزة) للشركة (ج.إ. ك – وحدة ادرار) لسنة 2018

تعد الموازنة المنجزة أو الموازنة بعد الأداء كأداة رقابة وتقييم للأداء وتحديد حجم الانحرافات عن الشيء المقدر. وبالتالي فان قيم الموازنة في هذه الحالة عبارة عن قيم أنجزت خلال السنة المنتهية. فعملية إزاحة قيمها إلى تاريخ المقارنة، ما هي إلا عبارة عن عملية تعديل كافة بنودها وفق الأرقام القياسية العامة للأسعار. وعليه فان الموازنة الاستثمارية المنجزة تعدل بنودها التاريخية بضرب قيمها التاريخية في معامل يساوي إلى الرقم القياسي العام بتاريخ المقارنة مقسوم على الرقم القياسي العام بتاريخ تنفيذ البند.

وبما أن هذه العمليات معظمها لا تحدث في تاريخ معين وإنما تتوزع عملية تنفيذها على مدار السنة فان عملية التعديل في هذه الحالة تأخذ متوسط الرقم القياسي خلال السنة بدل الرقم القياسي العام بتاريخ نشأة البند. إي أن:

قيمة البند المعدل (2018/12/31)= القيمة التاريخية للبند * الرقم القياسي(2018/12/31) ÷ متوسط الرقم القياسي لسنة 2018.

جدول 02. تعديل الموازنة الاستثمارية الفعلية لسنة 2018 حسب المستوى الخاص للأسعار

الرقم	البيان	مبلغ تاريخي(دج)	معامل التعديل	المبلغ المعدل(دج)
01	Acquisition des batteries DC pour les groupes Pratt & Whitney.	25 000 000,00	124,35÷126,2	25 371 934,06
02	Acquisition des cabines sanitaires pour la centrale de TIMIMOUN	3 000 000,00	141,15÷143,36	3 046 971,31
03	Acquisition des deux transformateur TA 375 KVA pour la centrale de Kabertene.	2 000 000,00	124,35÷126,2	2 029 754,72
04	Extension du système télésurveillance des centrales de l'unité ADRAR et installation	11 000 000,00	124,35÷126,2	11 163 650,99
05	Acquisition des deux (2) vannes de sectionnement gaz 8" du ZK	3 000 000,00	170,57 ÷161,2	2 835 199,62
06	Acquisition pièces de rechange TG mobiles PWPS FT8 de l'unité ADRAR (Convention	195 000 000,00	170,57 ÷161,2	184 287 975,61
07	Acquisition pièces de rechange TG mobiles TM 2500 GE de l'unité ADRAR (Convention	40 000 000,00	170,57 ÷161,2	37 802 661,66
08	Acquisition pièces de rechange complémentaires TG mobiles PWPS FT8 de l'unité ADRAR	90 000 000,00	170,57 ÷161,2	85 055 988,74
09	Acquisition pièces de rechange complémentaires TG mobiles TM 2500 GE de l'unité ADRAR	90 000 000,00	170,57 ÷161,2	85 055 988,74
10	Acquisition des régulateurs de pression et pièces de rechange pour postes gaz de l'unité d'Adrar.	40 000 000,00	124,35÷126,2	40 595 094,49
	المجموع	**499 000 000,00**		**477 245 219,95**

المصدر: من إعداد الباحثان

من خلال عملية التعديل اتضح أن الموازنة الاستثمارية المنجزة المعدلة حسب الأرقام القياسية الخاصة منخفضة على المجموع التاريخي لها بنسبة 04%. وبالتالي يمكن القول أن مستوى أسعار المجموعة السلعية التي تنتمي إليها بنود الموازنة قد شهدت انخفاضا خلال السنة.

3-4 حساب الانحراف الكلي للموازنة التقديرية عند التعديل حسب مستويات الأسعار بتاريخ 2018/12/31

بعد إجراء عملية تعديل بنود الموازنة الاستثمارية التقديرية ثم يليها تعديل الموازنة المنفذة أو المنجزة، تأتي عملية المقارنة للوقوف على حجم الانحراف المسجل بعد كل عملية تنفيذ.

جدول 03. انحراف الموازنة الاستثمارية التاريخية والمعدلة حسب مستوى الأسعار لسنة 2018

رقم	مبالغ تاريخية				تكلفة تاريخية معدلة بالأرقام القياسية الخاصة			
	ت, مقدرة	تكلفة فعلية	انحراف	النسبة	ت, مقدرة	تكلفة فعلية	انحراف	النسبة %
1	25 000 000,00	25 000 000,00	0,00	0,00	25 945 723,68	25 371 934,06	-573 789,63	-2,21
2	3 000 000,00	3 000 000,00	0,00	0,00	3 120 818,52	3 046 971,31	-73 847,21	-2,37
3	2 000 000,00	2 000 000,00	0,00	0,00	2 075 657,89	2 029 754,72	-45 903,17	-2,21
4	11 000 000,00	11 000 000,00	0,00	0,00	11 416 118,42	11 163 650,99	-252 467,44	-2,21
5	3 000 000,00	3 000 000,00	0,00	0,00	2 600 000,00	2 835 199,62	235 199,62	9,05
6	195 000 000,00	195 000 000,00	0,00	0,00	169 000 000,00	184 287 975,61	15 287 975,61	9,05
7	40 000 000,00	40 000 000,00	0,00	0,00	34 666 666,67	37 802 661,66	3 135 995,00	9,05
8	90 000 000,00	90 000 000,00	0,00	0,00	78 000 000,00	85 055 988,74	7 055 988,74	9,05
9	90 000 000,00	90 000 000,00	0,00	0,00	78 000 000,00	85 055 988,74	7 055 988,74	9,05
10	40 000 000,00	40 000 000,00	0,00	0,00	41 513 157,89	40 595 094,49	-918 063,40	-2,21
مج	**499 000 000,00**	**499 000 000,00**	**0,00**	**0,00**	**446 338 143,08**	**477 245 219,95**	**30 907 076,87**	**6,92**

المصدر : من إعداد الباحثان

من خلال عملية مقارنة الموازنة المعدة وفق التكاليف التاريخية بالموازنة المنجزة التاريخية لاحظنا أن مجموع المبالغ المرصدة لعملية الاستثمار قد تم استهلاكها خلال سنة 2018 . وبالتالي فمن البديهي أن يكون الانحراف يساوي إلى الصفر. ولكن ما يعاب على عملية المقارنة أننا نقارن قيم غير متجانسة القيمة لان الموازنتين معدتين في وقتين مختلفين.

عند تعديل الموازنة وفق الأرقام القياسية الخاصة انخفض مجموعها بنسبة 11% . كما أن الموازنة الاستثمارية المنفذة عرفت انخفاضا كذلك في قيمتها بنسبة 04% عند تعديل قيمها وفق الأرقام القياسية الخاصة للأسعار. وبالتالي عند مقارنة الموازنتين في نفس التاريخ إي 2018/12/31 سجلنا انحرافا بنسبة تقارب 07%. إي أن مجموع موازنة الأداء يزيد عن مجموع الموازنة المقدر وفق هذا الأساس.

4-4 تعديل الموازنة الاستثمارية التقديرية للشركة (ج.إ. ك – وحدة ادرار) لسنة 2019

نفس الإجراء المطبق في سنة 2018 سنقوم بتعديل بنود الموازنة التقديرية الاستثمارية حسب المستوى العام للأسعار ثم حسب الأرقام القياسية الخاصة للأسعار.

جدول04. الموازنة التقديرية الاستثمارية المعدلة حسب مستويات الأسعار الخاصة لسنة 2019

الرقم	البيان	مبلغ تاريخي	معامل التعديل	المبلغ المعدل
1	interconnections des sites Adrar et ln salah au backbone FB unité ADRAR	40 000 000,00	140,57÷150,3	42 768 727,32
2	Acquisition de moyen de transport et manutentions pour la nouvelle unité d'Adrar	46 150 000,00	140,57÷150,3	49 344 419,15
3	Construction bac fuel pour la centrale d'Adrar	192 000 000,00	119,80÷132,85	212 914 858,10
4	Acquisition de pièces de rechange MARK IV pour les groupes TG frame 5 de la centrale d'Adrar	7 500 000,00	161,2÷171,8	7 993 176,18
5	Acquisition des pièces de rechange pour les TG mobiles FT8 PWPS	214 500 000,00	161,2÷171,8	228 604 838,71
6	Acquisition des pièces de rechange pour les TG mobiles TM 2500 GE	50 000 000,00	161,2÷171,8	53 287 841,19
7	Acquisition des huiles et graisses pour les groupes de l'unité d'Adrar.	45 000 000,00	93,9 ÷93,4	44 760 383,39
8	Acquisition pièce de rechange partie chaude pour les turbines à gaz frame 5001 PA de l'unité (instrumentation)	33 000 000,00	161,2÷171,8	35 169 975,19
9	Acquisition pièces de rechange TG mobiles PWPS FT8 ADRAR	214 500 000,00	161,2÷171,8	228 604 838,71
10	Acquisition pièces de rechange TG mobiles PWPS FT8 TIMIMOUN			
11	Acquisition pièces de rechange TG mobiles PWPS FT8 KABERTENE			
12	Acquisition pièces de rechange TG mobiles PWPS FT8 ZAOUIET KOUNTA			
13	Acquisition pièces de rechange TG mobiles TM 2500 GE ZAOUIET KOUNTA	78 000 000,00	161,2÷171,8	83 129 032,26
14	Acquisition pièces de rechange TG mobiles TM 2500 GE TIMIMOUN			
15	Acquisition des kits de pièce de combustion pour les turbines à gaz frame 5001 PA de la division d'Adrar	66 062 000,00	126,2÷117,9	61 717 193,34
16	Acquisition de pièce de rechange pour le système fuel des TG frame 5 d'Adrar	142 975 000,00	161,2÷171,8	152 376 581,89
17	Acquisition de pièce de rechange pour le système fuel des turbines à gaz PWPS FT8 de la division d'Adrar	142 221 000,00	161,2÷171,8	151 573 001,24
18	Acquisition de pièces de rechange MARK V Ie et tableau excitation et protection in Salah	197 514 000,00	161,2÷171,8	210 501 893,30
	المجموع	**1 469 422 000,00**		**1 562 746 759,96**

من خلال جدول تعديل الموازنة الاستثمارية حسب مستويات الأسعار الخاصة بالوحدة عند الاستيراد زاد مجموع الموازنة عند التعديل بنسبة زيادة تقدر ب 06% . وبالتالي فان زيادة مجموع الموازنة المعدلة دليل على ارتفاع مستويات أسعار غالبية أصول المؤسسة.

جدول 05. تعديل الموازنة الاستثمارية الفعلية لسنة 2019 حسب الأرقام القياسية الخاصة للأسعار

الرقم	البيان	مبلغ تاريخي	معامل التعديل	المبلغ المعدل
1	interconnections des sites Adrar et ln salah au backbone FB unité ADRAR	40 000 000,00	141,48÷150,3	42 493 638,68

2	Acquisition de moyen de transport et manutentions pour la nouvelle unité d'Adrar	46 150 000,00	141,48÷150,3	49 027 035,62
3	Construction bac fuel pour la centrale d'Adrar	51 000 000,00	121,42÷132,85	55 800 938,89
4	Acquisition de pièces de rechange MARK IV pour les groupes TG frame 5 de la centrale d'Adrar	7 500 000,00	167,25÷171,8	7 704 035,87
5	Acquisition des pièces de rechange pour les TG mobiles FT8 PWPS	0,00	167,25÷171,8	0,00
6	Acquisition des pièces de rechange pour les TG mobiles TM 2500 GE	0,00	167,25÷171,8	0,00
7	Acquisition des huiles et graisses pour les groupes de l'unité d'Adrar.	0,00	90,75 ÷93,4	0,00
8	Acquisition pièce de rechange partie chaude pour les turbines à gaz frame 5001 PA de l'unité	33 000 000,00	167,25÷171,8	33 897 757,85
9	Acquisition pièces de rechange TG mobiles PWPS FT8 ADRAR	0,00	167,25÷171,8	0,00
10	Acquisition pièces de rechange TG mobiles PWPS FT8 TIMIMOUN			
11	Acquisition pièces de rechange TG mobiles PWPS FT8 KABERTENE			
12	Acquisition pièces de rechange TG mobiles PWPS FT8 ZAOUIET KOUNTA			
13	Acquisition pièces de rechange TG mobiles TM 2500 GE ZAOUIET KOUNTA	0,00	167,25÷171,8	0,00
14	Acquisition pièces de rechange TG mobiles TM 2500 GE TIMIMOUN			
15	Acquisition des kits de pièce de combustion pour les turbines à gaz frame 5001 PA de la division d'Adrar	0,00	119,72÷117,9	0,00
16	Acquisition de pièce de rechange pour le système fuel des TG frame 5 d'Adrar	0,00	167,25÷171,8	0,00
17	Acquisition de pièce de rechange pour le système fuel des turbines à gaz PWPS FT8 de la division d'Adrar	49 000 000,00	167,25÷171,8	50 333 034,38
18	Acquisition de pièces de rechange MARK V le et tableau excitation et protection in Salah	197 514 000,00	167,25÷171,8	202 887 325,56
	المجموع	**424 164 000,00**		**442 143 766,85**

المصدر: من إعداد الباحثان

بعد تعديل قيم الموازنة بالأرقام القياسية الخاصة بأسعار المجاميع السلعية المماثلة لنفس أصول المنشاة ارتفعت قيمة مجموع الموازنة المعدلة عن التاريخية بنسبة 04% بخلاف تعديل الموازنة حسب المستوى العام . وهذا ما يدل على أن أسعار المجموعات السلعية التي تنتمي إليها أصول الموازنة قد ارتفعت مستوياتها بمعدل اكبر من المستوى العام للأسعار.

5-4 حساب الانحراف الكلي للموازنة التقديرية لسنة 2019عند التعديل حسب مستويات الأسعار

جدول 06. حساب انحراف الموازنة الاستثمارية التاريخية والمعدلة للشركة في سنة 2019

الرقم	مبالغ تاريخية				تكلفة تاريخية معدلة بالأرقام القياسية الخاصة			
	ت, مقدرة	تكلفة فعلية	انحراف	النسبة	ت, مقدرة	تكلفة فعلية	انحراف	النسبة %
1	40 000 000,00	40 000 000,00	0,00	0,00	42 768 727,32	42 493 638,68	-275 088,65	-0,64
2	46 150 000,00	46 150 000,00	0,00	0,00	49 344 419,15	49 027 035,62	-317 383,53	-0,64

3	192 000 000,00	51 000 000,00	-141 000 000,00	-73,44	212 914 858,10	55 800 938,89	-157 113 919,21	-73,79
4	7 500 000,00	7 500 000,00	0,00	0,00	7 993 176,18	7 704 035,87	-289 140,30	-3,62
5	214 500 000,00	0,00	-214 500 000,00	-100,00	228 604 838,71	0,00	-228 604 838,71	-100,00
6	50 000 000,00	0,00	-50 000 000,00	-100,00	53 287 841,19	0,00	-53 287 841,19	-100,00
7	45 000 000,00	0,00	-45 000 000,00	-100,00	44 760 383,39	0,00	-44 760 383,39	-100,00
8	33 000 000,00	33 000 000,00	0,00	0,00	35 169 975,19	33 897 757,85	-1 272 217,34	-3,62
9	214 500 000,00	0,00	-214 500 000,00	-100,00	228 604 838,71	0,00	-228 604 838,71	-100,00
10								
11								
12								
13	78 000 000,00	0,00	-78 000 000,00	-100,00	83 129 032,26	0,00	-83 129 032,26	-100,00
14					0,00	0,00	0,00	0,00
15	66 062 000,00	0,00	-66 062 000,00	-100,00	61 717 193,34	0,00	-61 717 193,34	-100,00
16	142 975 000,00	0,00	-142 975 000,00	-100,00	152 376 581,89	0,00	-152 376 581,89	-100,00
17	142 221 000,00	49 000 000,00	-93 221 000,00	-65,55	151 573 001,24	50 333 034,38	-101 239 966,86	-66,79
18	197 514 000,00	197 514 000,00	0,00	0,00	210 501 893,30	202 887 325,56	-7 614 567,74	-3,62
	1 469 422 000,00	**424 164 000,00**	**-1 045 258 000,00**	**-71,13**	**1 562 746 759,96**	**442 143 766,85**	**-1 120 602 993,11**	**-71,71**

المصدر: من إعداد الباحثان

بعد تعديل بنود الموازنة الاستثمارية التقديرية و موازنة الأداء الاستثماري المنجز في نهاية السنة وبعد القيام بعملية مقارنة الموازنتين في كل حالة للوقوف على نسبة الانحراف وهل تتغير هذه النسبة في حالة التعديل.

قبل عملية إجراء التعديل حسب مستويات الأسعار نلاحظ أنه عند مقارنة الأداء بالقيمة المقدرة، سجلنا انحرافا بنسبة 71.13%. وهذا يدل على أن الشركة خلال سنة 2019 لم تنفذ سوى ما نسبته 28.87% من برامجها الاستثمارية خلال السنة. وبالتالي فالمؤسسة في هذه الحالة لم تستهلك كافة اعتماداتها السنوية المخصصة للاستثمار، على خلاف سنة 2018.

ولكن عند تعديل الموازنة وفق الأرقام القياسية الخاصة ارتفعت نسبة الانحراف ولو قليلا لتصبح تساوي إلى 71.71%. إي زيادة بنسبة تقدر ب 0.58 % إي انه عند تعديل الموازنة الاستثمارية وفق الأرقام القياسية الخاصة للأسعار زاد انحراف الموازنة وبالتالي فان موازنة الأداء انخفضت عند التعديل.

وبالتالي يمكن القول أن عملية تعديل الموازنة حسب مستويات الأسعار من شانه أن يسمح بإجراء عملية الرقابة الحقيقية على الموازنة ومقارنة الأداء بالمخطط من خلال اعتماد أرقام متجانسة القيمة قريبة من القيم الحقيقية في تاريخ إجراء المقارنة.

خاتمة:

ركزت بحوث السوق على المحتوى المعلوماتي وركزت نظرية الوكالة على شرح والتنبؤ بسلوك الإدارة في اختيار الطرق المحاسبية . كما توصلت نظرية السوق ونظرية الوكالة إلى نتيجة مفادها أن دور المحاسب يرتكز أكثر ما يكون على الإفصاح المحاسبي أكثر منه بالنسبة للقياس والتقييم لعناصر القوائم المالية لان السوق كفيل بالنظر فيما وراء الأرقام المحاسبية.

هناك اختلاف كبير في أهداف الربح في ظل مدخل التكلفة الجارية ومدخل التكلفة التاريخية . ففي مدخل التكلفة التاريخية نجد أن هدف المشروعات هو تحقيق عائد يزيد عن الاستثمارات البديلة المتاحة لملاك المشروع محسوبة على أساس التكلفة الجارية بحيث من الممكن تطوير هدف الربحية في ظل التكلفة التاريخية بإضافة هامش لتعويض المساهمين عن مخاطر تغير قيمة الأصول النقدية ومع ذلك فهذا الأسلوب غير كافي إذ أن جزء من الأرباح في هذه الحالة سيمثل احتياطي للمحافظة على الأصول. أما مدخل التكلفة الجارية فيحدد تكلفة استبدال كل من المخزون والأصول الثابتة والفوائد المفترضة والمحسوبة على أساس الفرص البديلة لرأس المال.

من خلال تعديل بنود الموازنة الاستثمارية حسب مستويات الأسعار تباين اتجاه انحراف الموازنة حسب معامل التعديل. حيث سجلت الموازنة في سنة 2018 انحرافا موجبا في حالة التعديل حسب المستويات الخاصة للأسعار. وهو ما يؤكد الاتجاه العكسي لمؤشرات الأسعار الخاصة ببنود الموازنة مقارنة بالمستوى العام للأسعار خلال السنة. أما في سنة 2019 فلم تشهد الانحرافات تغييرا يذكر وهو ما يفسر بالاستقرار النسبي في مستويات الأسعار خلال السنة.
وعليه توصلنا من خلال دراستنا هاته إلى استخلاص النتائج التالية:

- استعمال البيانات التاريخية في إعداد الموازنات التخطيطية في فترات تغيرات مستويات الأسعار يؤثر على فاعلية هذه الموازنات كأداة للرقابة والتخطيط ، فالبيانات التاريخية الواردة فيها لا تساعد على تحليل الدخل أو قياس الأداء بشكل واقعي. إذ أن الانحراف سيظهر بشكل مبالغ فيه بسبب الفارق الزمني بين التكاليف والإيرادات.
- وقد اظهر البحث أن إعداد الموازنات التخطيطية وفق البيانات التاريخية في فترات تغيرات مستويات الأسعار لا يعكس الوضع الحقيقي للمنشاة كما لا يؤدي إلى تحليل عادل ودقيق للانحرافات بين المخطط والفعلي، وقد يؤدي إلى استنتاجات خاطئة أثناء عملية الرقابة.
- قصور الموازنات التخطيطية الحالية التي تعد وفقا لأسس تاريخية عن تلبية احتياجات مستخدميها من مقارنة المخطط والفعلي وتحقيق الرقابة الفعالية على تنفيذ هده الموازنة. وهو ما تحققه الموازنات المعدة في ضوء محاسبة تغيرات الأسعار.

قائمة المصادر والمراجع:

1. د.كمال الدين الدهراوي؛ تحليل القوائم المالية لأغراض الاستثمار؛ الدار الجامعية للنشر ، الإسكندرية ، مصر 2001.
2. د. محمد الفيومي محمد ؛ قراءات في المشاكل المحاسبية المعاصرة ؛ دار الجامعة الجديدة للنشر؛ الإسكندرية مصر 2000 .
3. د. خليل عواد أبو حشيش؛ المحاسبة الإدارية لترشيد القرارات التخطيطية؛ دار وائل للنشر؛ طبعة أولى؛ عمان الأردن ؛ 2005.
4. رجاء رشيد عبد الستار؛ تحليل الانحرافات باعتماد الموازنات التخطيطية كأساس لتقويم الأداء؛ مجلة الإدارة والاقتصاد ؛ العدد 63 /2007
5. البلتاجي محمد ؛ أسس إعداد الموازنة التخطيطية في المصارف الإسلامية ؛ المعهد العربي للفكر الإسلامي؛ دراسات في الفكر الإسلامي؛ القاهرة؛ 1996.
6. د.يوحنا عبد آل آدم؛ د. صالح الرزق؛ المحاسبة الإدارية والسياسات الإدارية المعاصرة؛الطبعة الأولى؛ دار الحامد للنشر ؛عمان الاردن2006.
7. محمد حسن محمد الجديلي؛ دور الموازنة كأداة تخطيط مالي في المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة؛ رسالة ماجستير في المحاسبة والتمويل؛كلية التجارة الجامعة الإسلامية غزة ؛ 2005 .
8. بان هاني أيوب، بشرى حكمت عبد الواحد، فريال شرف عيدان؛ اعتماد الموازنات التخطيطية في تحليل الانحرافات كأساس لتقويم الأداء في الشركات الصناعية؛ مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة؛ العدد 37، 2013 ؛ ص 321-342 .
9. أ.د مؤيد الفضل؛ أ.د عبد الناصر إبراهيم نور؛ د. عبد الخالق مطلك الراوي؛ المحاسبة الإدارية ؛ دار المسيرة عمان الأردن ؛ طبعة أولى 2007.
10. سليم محمد عيد؛ الموازنات التخطيطية والتضخم؛ مجلة جرش للبحوث والدراسات الأردنية ؛ المجلد 01 ، العدد الثاني1997؛ ص 140-107
11. مطر محمد ؛ التأصيل النظري للممارسات المهنية المحاسبية ؛ طبعة أولى؛ دار وائل للنشر ؛ عمان الأردن 2004
12. عبد المنعم محجوب عبد الله محمد ؛ المشكلات التي تواجه إعداد وتنفيذ الموازنات التخطيطية في ظل ارتفاع معدلات التضخم؛ رسالة ماجستير في المحاسبة والتمويل؛ كلية الاقتصاد والتنمية الريفية ، جامعة الجزيرة السودان؛ 2017.
13. د.شقيري نوري موسى، د.أسامة عزمي سلام؛ دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الاستثمارية؛ دار المسيرة للنشر ؛ عمان الأردن ؛ طبعة أولى 2009؛ ص 180
14. ا.د حمزة محمود الزبيدي؛ الإدارة المالية المتقدمة ؛ مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع؛ عمان الأردن ، 2004؛ ص 578
15. Ebiaghan Orits Frank ; Acomparativ Analysis of inflation –adjusted and historical cost accounting information; Journal Trends Economics and management; vol (1) 33 -2019 , pp 35-50 .
16. Keller and Ferrara ,Management accounting for Profit and Control,N.Y Mgcraw – Hill,1998, p 388

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory

Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:118-132.

The innovative scientific endowment and its importance in developing education and scientific research - leading Emirati models-

Athmane ALLAM[1], Amar LAMRI[2]

[1] Lecturer, Faculty of Economic Sciences, Laboratory of Development Policy and forward studies, University of Bouira, Algeria, a.allam@univ-bouira.dz
[2] Phd Student, Faculty of Economic Science, Laboratory of Development Policy and forward studies/ University of Bouira, Algeria, amar.lamri@univ-bouira.dz

ARTICLE INFO

Article history:
Received:21/12/2020
Accepted:01/01/2021
Online:11/01/2021

Keywords:
Scientific wakf
Education.
Scientific Research.
Innovation.
United Arab Emirates
JEL Code: L31,L39, I2,O39

ABSTRACT

This research aims to study the importance and role of innovative scientific wakf (endowment) in supporting and developing education and research.

We highlighting several models of outstanding scientific Wakf in the United Arab Emirates (UAE). The main focus was on the Arab Science and Technology Foundation (ASTF) as well as the contributions of the Mohamed Bin Rashid International Center for Endowment Consultancy

الوقف العلمي المبتكر وأهميته في تطوير التعليم والبحث العلمي –نماذج إماراتية رائدة–

عثمان علام [1]، عمرو العمري [2]

[1] أستاذ محاضر أ، العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، مخبر السياسات التنموية والدراسات الإستشرافية / جامعة البويرة، الجزائر، a.allam@univ-bouira.dz
[2] طالب دكتوراه، العلوم المالية والمحاسبة، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، مخبر السياسات التنموية والدراسات الإستشرافية / جامعة البويرة، الجزائر، amar.lamri@univ-bouira.dz

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:
2020/12/21:
تاريخ القبول: 2021/01/01
تاريخ النشر: 2021/01/11

الكلمات المفتاحية
الوقف العلمي.
التعليم.
البحث العلمي.
الابتكار.
الإمارات

JEL Code: L31,L39,I2, O39

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة أهمية ودور الوقف العلمي في دعم وتطوير التعليم والبحث العلمي من خلال ابتكار صور وقفية جديدة، وذلك بتسليط الضوء على عدة مظاهر لأوقاف علمية متميزة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وقد تم التركيز وبشكل رئيسي على مبادرة الوقف العلمي والتكنولوجي للمؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا، إضافة إلى مساهمات مركز محمد بن راشد العالمي لاستشارات الوقف والهبة.

*Corresponding Author *Amar LAMRI, Email: amar.lamri@univ-bouira.dz*

- **مقدمة:**

يعد نظام الوقف أحد المقومات والأسس الهامة لتحقيق النهضة الإسلامية الشاملة بمختلف أبعادها، الدينية، الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، والعلمية، وهو من أهم مقومات الحياة البشرية؛ التي باتت اليوم تعتمد على التعليم في سائر شؤون المجتمع؛ وتعتبر النهضة العلمية من بين أهم عناصر البناء الحضاري في مسيرة الإنسان. إن الواقع التاريخي الإسلامي يبرز مدى ما أسهمت به الأوقاف في حركة التعليم، فمن بين صور الوقف التي حققت نهضة علمية، الوقف العلمي، وهو كل ما يوقف للنشاط العلمي من جامعات، معاهد، كليات، مدارس، مكتبات، كتب، أبحاث، براءات اختراع، ابتكارات...، ولهذا كان الوقف التعليميً من أعظم مصادر تمويل التعليم والإنفاق على طلاب العلم والمدارس ومباني التعليم.

في ظل التطور الكبير الحاصل في مجالات التعليم والبحوث العلمية، وتطور تقنياته والحاجة الماسة إليه، تركز العديد من الدول على ضرورة وحتمية إعادة تفعيل وتطوير القطاع الوقفي، غير أن هذا لا يمكن تحقيقه إلا بتطوير وابتكار آليات وصيغ ونماذج حديثة مبتكرة تضمن تنمية وديمومة هذه الأوقاف والتي تتناسب ومقتضيات العصر، وتبني رؤى مستقبلية تقوم على صياغة نظام وقفي فاعل.

ومن بين الدول التي سلكت هذا الاتجاه، دولة الإمارات العربية المتحدة، من خلال إطلاقها مشاريع وقفية خيرية واستثمارية ذات أبعاد تنموية مختلفة تتبنى مفهوم الوقف المبتكر، وتساهم في إعادة إحياء الوقف، وأخذ الوقف التعليمي حيزا مهما في هذه المشاريع والبرامج كمتغير مهم في تطوير التعليم والبحث العلمي، ومن بين أهم الهيئات والمؤسسات المساهمة في تجسيد مشاريع الوقف العلمي: المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا بمبادرة الوقف العلمي؛ ومركز محمد بن راشد العالمي لاستشارات الوقف والهبة والذي يقدم مساعدات لمختلف المؤسسات الحكومية منها والخاصة بمختلف أحجامها في مجال الأوقاف. إضافة إلى أوقاف علمية أخرى كأوقاف معالي جمعة الماجد؛ الجامعة القاسمية الوقفية بالشارقة؛ ومشاريع الوقف التعليمي لحي دبي للأوقاف.

ومن خلال ما سبق تنبثق إشكالية هذا البحث فيما يلي: **كيف يساهم الوقف العلمي المبتكر في تطوير التعليم والبحث العلمي في دولة الإمارات العربية المتحدة؟**

أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في إبراز أهمية الوقف العلمي في تطوير قطاعي الأوقاف والبحث العلمي من خلال استحداث أوقاف علمية مبتكرة ومواكبتها للعصر الحالي، وتكون مصدرا مهما لتشجيع وتمويل المؤسسات التعليمية والبحوث العلمية.

أهداف الدراسة: إن هذا البحث يسعى لتحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مفهوم الوقف العلمي.
- إظهار فعالية الدور الذي تقوم به الأوقاف التعليمية في تطوير ونمو النشاط العلمي.
- إبراز بعض مظاهر الأوقاف العلمية المبتكرة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

محتويات الدراسة: تم تقسيم البحث إلى العناصر الآتية:

- الوقف العلمي وعلاقته بالمؤسسات التعليمة والبحث العلمي.
- المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا ومبادرة الوقف العلمي.

- مظاهر للأوقاف العلمية المبتكرة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

1.الوقف العلمي وعلاقته بالمؤسسات التعليمة والبحث العلمي

يعتبر نظام الوقف من أهم مصادر تمويل التعليم والبحوث العلمية في المجتمع الإسلامي، حيث استطاع أن يحقق نهضة علمية بارزة شهدها العالم الإسلامي عبر تاريخه.

1.1. مفهوم الوقف العلمي

يمكن تعريف الوقف بصفة عامة على أنه تحبيس الأصل وتسبيل الثمرة. (الصقيه، 2012، ص34)، أي العمل على بقاء أصل الوقف وتنميته وزيادة موارده، (المشيقح، 2013، ص131).

كما يعرف أيضا على أنه: "التصدق بشيء ما، أو إعطاء شيء ما، عيناً كان أو نقداً، مما يمتلكه الإنسان، لهيئة أو مؤسسة خيرية بحيث يبقى أصله كما هو، و ينتفع بعينه أو يصرف من ريعه وغلته أو عوائده، لتمويل أعمال خيرية مشروعة ومحددة، ابتغاء مرضاة الله تعالى ونيل ثوابه"، (الصباغ، 2018، ص 04).

أما الوقف العلمي فقد عرف على أنه "تحبيس الأصول على منفعة الجوانب العلمية والتعليمية، كوقف المكتبات، ونسخ الكتب، ونسخ المصحف الشريف وتجليده، ووقف المدارس وحلقات العلم، والمتعلق بالمتعلمين والمعلمين ونفقاتهم ووقف القراطيس والأحبار والأقلام، نحوه مما يحتاجه العلم والتعلم". (قصدي، 2012، ص36).

كما عرف على أنه "وقف مالي يستخدم لأغراض تحقيق تقدم علمي وتكنولوجي ويعمل على دعم المشاريع والصناعات التي تؤدي إلى تنمية علمية واجتماعية واقتصادية في مجتمعاتنا"، (astf، 2015).

2.1 أثر الوقف في النهضة العلمية

إن أول ما نزل من القرآن الكريم قوله تعالى: ﴿ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ﴾ (العلق، 01)، وقد ترجم المسلمون الأوائل ذلك في حياتهم من خلال إنشائهم للمساجد والكتاتيب والمدارس ومن بعدها المعاهد والكليات والجامعات، (بلميلود، 2019، ص 33).

والمتأمل في تاريخ التعليم الإسلامي يرى بوضوح الدور الفاعل والمؤثر الذي قامت به الأوقاف التعليمية في نمو واتساع الحركة التعليمية، حيث كان للوقف الإسلامي مساهمة فعالة في كل ما تحقق من نهضة علمية واسعة شهدها العالم الإسلامي في مؤسسات التعليم المختلفة وفي شتى المجالات العلمية.

ومن أقدم الأوقاف التي لعبت دورا بارزا في رعاية المجتمع الإسلامي عبر تاريخيه الطويل: المساجد، ويمكن عد مسجد قباء الذي بناه النبيﷺ أول وقف تعليمي في الإسلام، (ابن هشام، ب ت، ص 136)؛ الذي كان منارة العلم والتعلم. وبعده شيدت العديد من المساجد كانت منبرا لنشر الدعوة والتعليم والإرشاد أهمها المسجد الحرام والمسجد النبوي، مسجد البصرة والكوفة في العراق والأزهر في مصر، القرويين في المغرب، الزيتونة في تونس وغيرها، (الجميلي، 2017، ص09)، وازدهرت بعد ذلك هذه المساجد وخاصة الكبرى منها وأصبحت مراكز علمية. فالمسجد هو مؤسسة اجتماعية ينشئها المجتمع المسلم، بهدف تأهيل النشء للحياة الاجتماعية من خلال التنشئة المنضبطة بقيم الإسلام ومبادئه. (دبلة، 2017، ص 644)

وتعود فكرة وقف الأوقاف على المؤسسات التعليمية إلى الخليفة العباسي المأمون، وذلك عندما أنشأ بيت الحكمة الذي أنفق عليه أموالا طائلة، فهو لم يشأ أن يكون نشاط بيت الحكمة متوقفاً على سخاء الخلفاء والأمراء، فهيأ للعلماء أرزاقا يتقاضونها من وقف ثابت يفيض ريعه عن التكاليف المطلوبة لهذه المؤسسة، ومن ثم انتشرت فكرة الخليفة المأمون، فأصبح من ضرورات إنشاء معهد أو مدرسة أو مؤسسة علمية أن يعين لها وقف ثابت يفي بنفقاتها، (ضميرية ع.، 2017، ص 16)، ومن أهم المؤسسات التي قام الوقف على رعايتها: المدارس العلمية والمكتبات، وبلغت الآلاف على امتداد العالم الإسلامي، وكان للمدارس الدور البارز في نشر العلم والمعرفة بين المسلمين، فكانت تدرس علوم القرآن وسائر علوم الشريعة، كما كانت تُدرس بقية علوم الحياة؛ كالطب والرياضيات والفلك والجغرافيا وغير ذلك (السرجاني، 2012، ص11)، ويذكر "ابن بطوطة" خلال ترحاله في بلاد العرب أن العشرات من المدارس من المستوى الابتدائي إلى الجامعي كانت قائمة على أموال الوقف، فقد كان الوقف وراء تشييد أربعمائة مدرسة بدمشق في القرن السابع (الشعباني، 2017، ص 231). وقد أدى توافد طلبة العلم من مختلف أرجاء العالم إلى مراكز الحضارة والعواصم الإسلامية إلى إنشاء مرافق وقفية لإطعامهم وإيوائهم وعلاجهم، إلى جانب إنشاء الطرق وإقامة السقايات والأسبلة.

أما المكتبات، فقد كانت لا تخلو مدرسة، مسجد أو جامع، أو مستشفى أو غير ذلك من معاهد العلم، دون أن نجد مكتبة عامرة ملحقة بها (الخطيب، 1422 هـ، ص 313)؛ حيث كان الوقف وراء أكبر المكتبات العامة وتوفير الكتب ومستلزمات الدراسة، وكمثال على ذلك دار العلم بطرابلس –أواسط القرن الخامس هجري– وقد اشتملت على ما يزيد على مائة ألف مجلد، وقيل إن مجلداتها بلغت بعد تجديدها في عام 472 هـ ثلاثة ملايين مجلد، ومكتبة القاهرة في عهد الخليفة الحاكم بأمر الله، وكانت تتوفر على 2,2 مليون كتاب (الشعباني، 2017، ص 231).

وبفضل أموال الوقف تأسست أقدم جامعة في العالم العربي هي جامعة القرويين في المغرب والتي تأسست بالكامل من التبرعات، وكذاك الشأن بالنسبة لجامعة الأزهر في مصر، إضافة إلى جامعة الزيتونة في تونس، (الشعباني، 2017، ص 231)، وبفضلها أيضا توصل العلماء إلى كثير من الاختراعات والإبداعات في مجال الطب والصيدلة وعلم الأدوية وعلم الكيمياء وعلوم أخرى لا يمكن إحصاؤها كلها.

3.1 الأسباب الباعثة للبحث في آليات تفعيل الوقف العلمي

هناك العديد من الأسباب التي تجعل من تفعيل الوقف العلمي أصبح ضرورة حتمية، وتتمثل بعضها فيما يلي: (بن عزوز، 2017، ص407)

1. توسع المتطلبات والاحتياجات الاجتماعية.
2. قلة التمويل من الحكومات للمشاريع الاجتماعية.
3. قلة أو تراجع الإسهامات الاجتماعية المالية لسد المتطلبات الاجتماعية.
4. نقل العمل الجماعي من العفوية والارتجالية إلى العمل المؤسسي.
5. تنويع المؤسسات الوقفية العلمية.

كما توجد أسباب أخرى منها:

مسايرة التطورات والتخصصات التعليمية الحديثة والمساهمة في خدمتها،نذكر على سبيل المثال لا الحصر: العلوم الطبية، الإعلام الآلي، الاقتصاد، المقاولات... ويقصد بالتعليم المقاولاتي أنه "عملية نقل المعرفة في شكل ممنهج يهدف إلى غرس الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الذي يمكنهم من ممارسة العمل المقاولاتي بكل سهولة" (خميس، 2020، ص62).

4.1 مزايا الأوقاف العلمية

يحقق الوقف العلمي عدة أغراض مجتمعية، منها: (مباركي، 2017، ص 550)

1. إنشاء المؤسسات التعليمية والبحثية.
2. دعم المؤسسات التعليمية ومؤسسات البحث العلمي.
3. إقامة المكتبات العامة والمتخصصة.
4. مساعدة طلاب الدراسات العليا وأصحاب التخصصات النادرة.
5. مساعدة طلاب العلم الشرعي والدعاة.
6. تقديم التمويل لأصحاب المشروعات العلمية النافعة.
7. وقف الكتب والإصدارات لفائدة طالبي العلم، ومن جميل أوقاف الكتب العلمية، ما فعله ابن خلدون (808هـ)، عندما وقف نسخة من كتابه "العبر وديوان المبتدأ والخبر" المعروف "بالمقدمة" في خزانة جامع القيروان، وأجاز إعارته، (الجميلي ع.، 2017، ص11).

كما تتمتع الأوقاف بعدة خصائص وسمات جعلت منها مصدرا هاما في تمويل التعليم في البلاد الإسلامية وخارجها، ومن بينها: (ضميرية ع.، 2011، ص3-5).

1.4.1. **مصدر تمويل ثابت ومستقر:**

- يعود الثبات والاستمرارية في الوقف إلى حفظ الأصول المنتجة وعدم التصرف فيها، والإنفاق يكون من ريعها.
- تحقيق الاكتفاء الذاتي للمؤسسات التعليمية.
- يضمن عائدات الوقف الوفاء بمتطلبات واحتياجات المؤسسة من: رواتب المعلمين، مكافآت الطلاب، متطلبات الصيانة ولوازم المؤسسة، تطوير نظام التعليم.

1.1.4. **توفير المباني التعليمية:** حيث كان من أهم إسهامات الوقف التعليمي إسهامه الواضح في توفير المباني التعليمية، ولعل المتتبع لحالة التعليم الإسلامي لا يجد إشارة استئجار المباني التعليمية إلا ما كان في الكتاتيب، أما المؤسسات التعليمية التي واكب ظهورها وقف الأوقاف فقد كان المبنى أصلا اقتصاديا ثابتا من أصول الوقف نفسه.

3.4.1. **تعميق الانتماء الاجتماعي والشعور بالمسؤولية:** أدت الأوقاف إلى تنامي روح المسؤولية تجاه التعليم من قبل أبناء المجتمع الإسلامي، حيث تدل ضخامة الأوقاف على التعليم على معنى المسؤولية الفردية والشعبية عن التعليم إدارة وتمويلا، ومن منطق هذه الروح المسؤولة كان أكثر الواقفين من الخلفاء أو السلاطين والأفراد والتجار والعلماء والقضاة والنساء وغيرهم من أبناء المجتمع الإسلامي، ولقد أدى تنامي هذه المسؤولية إلى مسارعة الكثيرين من أبناء المجتمع المسلم إلى وقف الأوقاف على مدارس أو مؤسسات سبق أن شيدها غيرهم، بل لقد أدى تنامي هذه الروح

إلى عدم قصر المخصصات الوقفية على إنشاء المدارس الشرعية فقط، وإنما امتد إلى إنشاء المدارس الطبية والإدارية إضافة إلى علوم الفقه والحديث وشمل التعليم الكبار والصغار، والرجال والنساء.

2.المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا ومبادرة الوقف العلمي

تعد الإمارات من الدول التي أولت اهتماما بالغا للوقف العلمي، حيث قامت بإطلاق عدة نماذج ومشاريع لإحياء سنة الوقف وتطوير قطاعي الأوقاف والتعليم والبحث العلمي، وقامت بتأسيس عدة مؤسسات تعمل على تطوير العمل الخيري وتطوير الاستثمارات الوقفية، وتعمل على تطوير الوقف العلمي والتعليمي دعما وتمويلا واستثماراً. ومن بينها المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا التي بدورها أطلقت عدة نشاطات ومبادرات تشمل مختلف المجالات العلمية، ولعل أهمها والتي توافق هذا البحث هي مبادرة الوقف العلمي.

1.2. التعريف بالمؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا

المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا هي منظمة دولية وإقليمية ذات هوية مستقلة غير حكومية وغير ربحية؛ ساهم في إنشائها العلماء والباحثون من داخل وخارج الوطن العربي، وكذلك ممثلو مراكز علمية دولية وعربية وغيرها من المنظمات. تتخذ المؤسسة من مدينة الشارقة مقراً لها في الإمارات العربية المتحدة؛ وتضم ستة فروع، وتسعى إلى تأسيس فروع إضافية ومكاتب ارتباط في عدة عواصم عربية وعالمية التي تضم هيئات علمية مستعدة للمشاركة في أنشطة المؤسسة. وتضم للمؤسسة شبكة عمل يشترك فيها 13000 من العلماء والمهندسين ورواد التكنولوجيا العرب، ولها أنشطة تعاون مع أكثر من 400 هيئة دولية. (astf، 2015).

جاء قرار إنشاء المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا؛ في بداية القرن الحالي كنتيجة طبيعية لشعور الكثير من العلماء العرب، داخل وخارج الوطن العربي، باحتياجهم لمؤسسة عربية علمية، توحد جهودهم؛ ووجد هذا القرار الترحاب الكبير، من راعي حاكم الشارقة، حيث قام بوقف نقد بلغ مليون دولار أمريكي، كما توجد جهود مبذولة لجمع المزيد من التبرعات، يستخدم 80% من العائد السنوي لدعم ميزانية المؤسسة، بينما يستخدم 20% في إعادة الاستثمار في التبرعات. (astf، 2015)

2.2. مجالات عمل المؤسسة

تتمثل مجالات عمل المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا في ما يلي: (astf، 2015)

أ. **الاستثمار في التكنولوجيا:** يعد الاستثمار في التكنولوجيا بديل هام لرأس المال العربي.

ب. **منح البحث والتطوير:** دعم البحث والتطوير في العالم العربي من شأنه دفع التقدم خطوة إلى الأمام في مستقبل العالم العربي.

ج. **البحوث المشتركة:** ندعم نشر الخبرات من خلال تنسيق الجهود المبذولة في البحوث العلمية المشتركة المنفذة في مراكز بحوث مختلفة.

د. **تواصل المجتمع العلمي:** نوفر مناخ يشجع على الإبداع والتواصل الصريح والتدفق الحر للأفكار والمواهب.

3.2. مبادرات المؤسسة:

أطلقت المؤسسة مجموعة من المبادرات وهي: **الوقف العلمي،** ورش عمل وبرامج، المنح وأنشطة التمويل، الحاضنة الافتراضية، مبادرة المرأة، المشاريع، المؤتمرات والأحداث.

1.3.2.مبادرة الوقف العلمي والتكنولوجي: تعتبر مبادرة الوقف العلمي والتكنولوجي من أبرز المبادرات التي تقوم عليها المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا وهي عبارة عن "وقف مالي يستخدم لأغراض تحقيق تقدم علمي وتكنولوجي ويعمل على دعم المشاريع والصناعات التي تؤدي إلى تنمية علمية واجتماعية واقتصادية في المجتمع، (astf، 2015).

2.3.2.أهداف مبادرة الوقف العلمي والتكنولوجي: تكمن أهداف هذه المبادرة في ما يلي: (astf، 2015)

- التوظيف الفعال للطاقات العلمية والتكنولوجية وتوجيهها نحو امتلاك المعرفة وخدمة القضايا التنموية.
- تنمية الابتكارات الوطنية لدعم الصناعات الصغيرة والمتوسطة.
- الحد من هجرة العقول العلمية والاستفادة من العقول المهاجرة في تنمية الاقتصاد القومي.
- نشر المعرفة العلمية في المجتمعات العربية.
- تثبيت أركان الاقتصاد، وإقامته على دعائم علمية وتكنولوجية راسخة.
- الوصول لحلول تقنية لمكافحة الفقر وتوفير فرص عمل.

3.3.2.المجالات الممولة من طرف المؤسسة في إطار مبادرة الوقف العلمي: يشمل تمويل المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا عدة مجالات علمية، وحددت المؤسسة قيمة التمويل في كل مجال، وذلك حسب عدة معايير كنوع البحث أو تدريب أو مجموعة بحث أو ملتقى أو مؤتمر أو مشارك...

ونستعرض أبرز هذه المجالات الممولة من طرف المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا في إطار مبادرة الوقف العلمي والتكنولوجي وكذا الموارد المخصصة لذلك، فيما يأتي: (astf، 2015)

- دعم امتلاك المعرفة: يهدف هذا التمويل إلى امتلاك التقنية من خلال تسجيل براءة اختراع حسب النظم الدولية وذلك للمحافظة على مخترعات من خلال تسجيل براءة اختراع.

- دعم برامج استخراج الإبداع من الأطفال والشباب: يهدف هذا الدعم إلى تحفيز وتطوير هذه الفئة، لاستخراج أفضل ما لديهم من أفكار علمية وتكنولوجية من خلال: مسابقة أفضل أفكار علمية أو تكنولوجية جديدة، بمساعدة مالية تقدر بـ: 50000 دولار لكل مساهمة.

- دعم ومساندة عالم في ظل الظروف والمخاطر الاستثنائية: والغاية من هذا التمويل هو حماية الخبراء والمختصين. وتقدر قيمة التمويل بـ: 30000 دولار لكل عالم.

- دعم البحث العلمي والتطوير التكنولوجي: يهدف إلى دعم البحث العلمي التطبيقي الذي يؤدي إلى التوصل لحلول عملية متطورة وامتلاك المعرفة من خلال عدة برامج نذكرها في هذا الجدول:

جدول 01: مجالات الدعم في إطار "دعم البحث العلمي والتكنولوجي"

مجلات الدعم	التكلفة التقديرية بالدولار
دعم بحث لإثبات فكرة علمية (علوم أساسية)	25000 لكل بحث
دعم بحث لتحويل فكرة علمية إلى منتج أولي (علوم تطبيقية)	50000 لكل بحث
تمويل بحث في مجال: الغذاء، المياه، الدواء، الصحة، البيئة، الثروة الحيوانية، الزراعة، الطاقة، السكن وغيرها	50000–250000 لكل بحث
توفير جهاز علمي متخصص	25000–100000 لجهاز
تدريب فني على استخدام جهاز علمي	20000 لكل تدريب
ابتعاث باحث للتدرب في مختبرات غربية متقدمة	40000 لكل مبتعث
استقدام باحث من الغرب لمدة عام للقيام بأبحاث علمية	25000 لكل باحث
استقدام باحث من الغرب لمدة عام لربط مجموعة علمية في الوطن بمجموعة بحثية موثوقة عالمياً	50000 لكل مجموعة

المصدر: (astf، 2015)

– **دعم نشاط علمي:** يهدف هذا الدعم إلى تمويل الأنشطة العلمية التي تؤدي لتقوية المعرفة العلمية في المجتمع من خلال عدة أنشطة وبرامج نبينها في الجدول الآتي:

جدول 02: مجالات الدعم في إطار "دعم نشاط علمي"

مجلات الدعم	التكلفة التقديرية بالدولار
إعداد برامج إعلامية موجهة للاهتمام بالعلوم والتكنولوجيا.	50000 لكل نشاط
إعداد وسائل تعليمية تساهم في تقوية المعرفة العلمية.	30000 لكل نشاط
دعم وكالة أخبار علمية لنشر أخبار التقدم العلمي.	40000 لكل نشاط

المصدر: (astf، 2015)

– **دعم بحث علمي مستنبط من القرآن الكريم والسنة النبوية وتحويلها لمشاريع إنتاجية:** يهدف إلى تمويل مشاريع الإعجاز العلمي في القرآن والسنة وفق المعايير العلمية وتحويلها إلى منتجات ريادية والربط بين علماء الدراسات الإسلامية والباحثين التكنولوجيين.

– **دعم تطوير تكنولوجيا لتنمية المجتمعات الفقيرة:** يهدف هذا التمويل إلى تطوير أبحاث علمية تطبيقية أو مبتكرات تكنولوجية تؤدي إلى تنمية المجتمعات الفقيرة وتعالج أسباب الفقر بطرق علمية، وذلك من خلال تقديم دعم يقدر بـ: 50000 دولار لكل بحث.

– **دعم التجمعات والملتقيات العلمية لتبادل المعرفة:** يهدف إلى دعم التجمعات العلمية التي تسهم في تلاقي العلماء وتبادل المعرفة بين علماء المستقبل الشباب والعلماء المتخصصين، نذكر أهم المجالات في هذا الجدول:

جدول 03: مجالات الدعم في إطار "دعم التجمعات والملتقيات العلمية"

مجلات الدعم	التكلفة التقديرية بالدولار

دعم شبكة علمية متخصصة لمدة عام	30000 لكل شبكة
مساهمة في دعم مؤتمر علمي في احد العلوم المتقدمة	25000–300000 للمؤتمر
مساهمة في المشاركة في ملتقيات العلمية.	25000–250000 لكل ملتقى
إنشاء/ تجديد/ ورشة عمل للتمكن من أحد العلوم	50000 لكل دورة
مشاركة عالم في مؤتمر علمي عربي	15000 لكل مشارك
مشاركة عالم في مؤتمر علمي دولي	25000 لكل مشارك

المصدر: (astf، 2015)

3. نماذج لأوقاف علمية مبتكرة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

نتناول من خلال هذا المحور أبرز النماذج المبتكرة في مجال الوقف العلمي في دولة الإمارات العربية المتحدة، والتي نذكر منها: مركز محمد بن راشد العالمي لاستشارات الوقف والهبة الذي يقدم خدمات للأفراد والمؤسسات ضمن مبادرة الوقف المبتكر بهدف ابتكار نماذج حديثة تتيح الوقف لجميع فئات المجتمع والمؤسسات، إضافة إلى ذلك نتطرق لمساهمات ومشاركات عدة مؤسسات في خدمة الوقف العلمي.

1.3. مركز محمد بن راشد العالمي لاستشارات الوقف والهبة ومشاريع الوقف المبتكر

يعتبر هذا المركز من الأوقاف المبتكرة في العالم، حيث يقدم مساعدات لمختلف المؤسسات الحكومية منها والخاصة، وبمختلف أحجامها، لتبني مفهوم "الوقف المبتكر"، ويمنح لها "علامة دبي للوقف" وهي علامة مبتكرة في مجال الأوقاف.

التعريف بالمركز:

هو مؤسسة وقفية استشارية لخدمة الإنسانية من خلال تحفيز وتمكين الأوقاف والهبات لتلبية الحاجات الاجتماعية للشعوب. ويقدم هذا المركز عدة خدمات للأفراد والمؤسسات المحلية والإقليمية والعالمية بلا مقابل للعمل على تحقيق رؤية دبي العالمية للأوقاف والهبات. (mbrgcec، 2020)

وقد اتجه المركز خلال الثلاث السنوات الأخيرة نحو ما أسماه "**الوقف المبتكر**"، حيث يعمل على مساعدة المؤسسات الحكومية والخاصة بكافة أحجامها، على تبني مفهوم الوقف المبتكر، من خلال ابتكار أنواع مختلفة للأوقاف كأداة تنموية من خلال الخدمات والمنتجات وغيرها وعدم اقتصار ذلك على الأصول العقارية كما هو الحال في الوقف التقليدي.

ويعرف الوقف المبتكر على أنه استحداث آليات ووسائل جديدة لم تكن معروفة، أو تطوير ما هو قائم منها من قبل، وتشمل الأساليب الإدارية والمنتجات المالية والاستثمارات، مما يؤدي إلى تحقيق قيمة مضافة للمؤسسة الوقفية، (فداد، 2018، ص03).

وقام المركز أيضا بإصدار "**علامة دبي للوقف**"، وهي تقدير يمنحه المركز للمؤسسات الحكومية والخاصة، التي لديها مساهمات مجتمعية مستدامة مبنية على مفهوم الوقف المبتكر ضمن المعايير المحددة لعلامة دبي للوقف. وهي

تمثل أحد الأدوار التحفيزية للمشاركة المجتمعية لإتاحة الفرصة لمؤسسات القطاعين الحكومي والخاص للمشاركة في خدمة المجتمع عن طريق الوقف المبتكر لجزء من أصولها لصالح حاجات تنموية مجتمعية. (mbrgcec، 2020)

ويهدف المركز من خلال مبادرة الوقف المبتكر ابتكار نموذج حديث إلى إتاحة الوقف لجميع فئات المجتمع والمؤسسات مهما كان حجمها، وعدم اقتصاره على أصحاب الثروات الكبيرة من خلال أي نوع من الأصول. كما يهدف الوقف المبتكر إلى إبراز الوقف كأداة تنموية للمجتمع من خلال عدم التقيد بالمصارف التقليدية للوقف، (mbrgcec، 2020).

ويرتكز الوقف المبتكر على محورين، المحور الأول هو الأصول التي يتم وقفها، والمحور الثاني هو المصارف التي يعود إليها ريع الوقف.

في المحور الأول يتبنى مفهوم الوقف المبتكر إمكانية وقف أي أصول غير تقليدية (عينية أو معنوية) تملكها المؤسسات وعدم اقتصار هذه الأصول على المباني والأراضي، وتختلف هذه الأصول حسب طبيعة المؤسسة ويتم الاتفاق مع المركز على الآلية التي تفضلها المؤسسة للمشاركة في الوقف المبتكر.

وفي المحور الثاني يتبنى مفهوم الوقف المبتكر عدم التقيد بالمصارف التقليدية للوقف والتركيز على الأمور التنموية للمجتمع. على سبيل المثال يمكن أن يتم تخصيص ريع الوقف لـ: الأبحاث الطبية، العلوم والتكنولوجيا والابتكار، دعم مشاريع الشباب، دعم المعرفة، الحملات التوعوية والمجتمعية، التدريب وتنمية المهارات، اللغة العربية، أي مجال تنموي آخر. (mbrgcec، 2020).

2.3. مساهمة ومشاركة المؤسسات والهيئات الإماراتية في دعم الوقف العلمي

قامت العديد من المؤسسات والهيئات بوقف جزء من أموالها أو أصولها مساهمة في خدمة للوقف العلمي، وسعيا منها الحصول على علامة دبي للوقف التي يمنحها مركز محمد بن راشد، وقد وصل عدد الشركات المبادرة إلى غاية سنة 2017 أكثر من ستين شركة شملت أغلب النواحي التي تحتاجها شرائح المجتمع، ونذكر منها ما يخص الوقف التعليمي فيما يلي: (mbrgcec، 2020).

1.2.3.وقف كلية محمد بن راشد للإعلام: قامت كلية محمد بن راشد للإعلام، بتخصيص مقاعد دراسية وقفية للطلبة.

2.2.3.وقف كلية الدراسات الإسلامية والعربية: تتم فيها الدراسة مجانا مع إعطاء الطلبة مخصصات مالية. وقد نالت علامة دبي للوقف، هذه الكلية أوقفها معالي جمعة الماجد منذ عام 1986 خدمةً لمجتمع الإمارات والطلاب الخليجيين والعرب. وتقدم برامج البكالوريا والماجستير والدكتوراه في الدراسات الإسلامية والعربية، إضافة إلى ذلك تقدم الكلية برنامج إنجاز للتأهيل لسوق العمل، وهو برنامج وقفي. كما تفتح الكلية المجال لمن يرغب بالمشاركة في طباعة رسائل الماجستير والدكتوراه خدمةً للمجتمع والتعليم؛ وبذلك تعد هذه الكلية أول كلية وقفية في الإمارات، وقد ساهمت على مدى سنوات في تقديم تعليم جامعي بصورة وقفية خدمةً للمجتمع. (mbrgcec، 2020).

3.2.3.وقف مؤسسة عبد الله الغرير للتعليم: تقوم هذه المؤسسة الوقفية بدعم جهود التعليم في العالم العربي.

4.2.3.وقف الوليد للعقارات: قامت الوليد للعقارات بدفع تكاليف مقعد وقفي بشكل مستدام لتعليم الطب، في جامعة محمد بن راشد للطب والعلوم الصحية.

5.2.3.وقف آفاق الإسلامية للتمويل: قامت بوقف كل ما يصدر عن مركز آفاق لأبحاث الاقتصاد الإسلامي، من بحوث ودراسات وتقارير، بالإضافة إلى وقف الموسوعة المالية الإسلامية، ووقف الدورات التدريبية المتعلقة بالاقتصاد الإسلامي.

6.2.3.وقف مجموعة مدارس جيمس: تم تخصيص ما يقارب 4% من مقاعدها، أي ما يعادل"3000" مقعداً، لصالح الطلاب غير القادرين على دفع الرسوم.

7.2.3.وقف جميرا للنشر والتوزيع: قامت دار جميرا للنشر والتوزيع، بتخصيص نسبة من كتبها، لصالح مكتبات المدارس، وتقوم الدار باختيار المدارس التي تقدم لها الكتب.

8.2.3.وقف كتاب كافيه: قام كتاب كافيه بابتكار طاولات وقفية تعود نسبة من ريعها لصالح تشجيع الأيتام على القراءة.

9.2.3.وقف مؤسسة فاركي: خصصت هذه مؤسسة موازنة سنوية لجائزة أفضل معلم في العالم، وجائزة المعلم الإماراتي المبتكر، ومنتدى التعليم والمهارات العالمي.

10.2.3.وقف إدارة كوم: تقوم هذه المؤسسة بتقديم اشتراكات وقفية للموظفين المواطنين لمصادر معرفية تطويرية.

11.2.3.وقف جينرال إلكتريك: تقوم جينرال إلكتريك بجهود وقفية لصيانة وتوفير الأجهزة للمدارس بالتنسيق مع الجمعيات الخيرية.

12.2.3.وقف إذاعة القرآن الكريم: تم تأسيس هذه الإذاعة في دبي، بصورة وقفية.

13.2.3.وقف محاكم دبي: خصصت نسبة من إيجار المحلات التجارية في مقرها، لصالح رسوم الجامعات، لغير القادرين على سدادها، ويتم التبرع بالريع للجمعيات الخيرية.

14.2.3.وقف دار الأفكار للاستشارات وتنظيم المؤتمرات: تقدم المؤسسة نسبة من مقاعدها في مختلف الدورات التدريبية كمقاعد وقفية.

15.2.3.وقف وصل للأصول العقارية: قامت وصل للأصول العقارية بتخصيص جزء من إيراداتها لصالح صيانة المدارس.

16.2.3.وقف شركة كارمن: خصصت نسبة من ريعها، لصالح دفع رسوم شراء حواسيب الدراسة للطلاب ذوي الدخل المحدود، ويتم تحويل الريع إلى الجمعيات الخيرية.

17.2.3.وقف الخليج للأدوية: قامت الخليج للأدوية باستحداث مقاعد وقفية، وتقديم دعم مادي مستدام، لتعليم الطب في جامعة محمد بن راشد للطب والعلوم الصحية.

3.3. نماذج أخرى لأوقاف علمية

هناك أوقافا علمية كثيرة أخرى في دولة الإمارات، لها مساهمة فعالة في خدمة التعليم والبحث العلمي: نذكر بعضها فيما يأتي:

1.3.3.حي دبي للأوقاف والهبات:

يعتبر مشروع حي دبي للأوقاف والهبات من أحدث ما توصلت إليه الاستثمارات الوقفية المبتكرة، وهو أرض أوقفها حاكم دبي الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، لبناء الأوقاف والهبات السكنية كأحد الخيارات لمن يملكون التمويل دون الأصول. حيث يخصص ريع كل مبنى لصالح إحدى حاجات الأوقاف والهبات. ويعتبر حي دبي للأوقاف والهبات مشروعا لخدمة الإمارات والعالم العربي. ويتكون هذا الحي من مجموعة من البنايات والمنشآت موجهة لخدمة المجتمع الإماراتي والعالم العربي، منها بناية وقف التعليم. (mbrgcec، 2020).

وهناك عدة أوقاف علمية أخرى، نذكر أهمها فيما يلي: (الجميلي ع.، 2017، 27)

2.3.3.وقف معالي جمعة الماجد: وهو عبارة عن:

- المدارس الخيرية الأهلية تأسست سنة 1983 م.
- كلية الدراسات العربية والإسلامية، تأسست سنة 1986 م.
- مركز جمعة الماجد للتراث والثقافة تأسس سنة 1991 م.

3.3.3.وقف الحاج سعيد لوتاه: وهو مكون من:

- المدرسة الإسلامية، تأسست سنة 1983 م.
- كلية دبي الطبية للبنات تأسست سنة 1986 م.
- كلية دبي للصيدلة للبنات تأسست سنة 1992 م.

4.3.3.وقف الجامعة القاسمية: وهي وقف للشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي حاكم الشارقة، وهو عبارة عن الجامعة القاسمية والتي باشرت عملها أواخر 2015.

خاتمة:

مما سبق يتضح أن أهمية والدور التي يلعبه النظام الوقفي الإسلامي لاسيما الوقف التعليمي في تطوير التعليم والبحث العلمي، من خلال تطوير صور الأوقاف التقليدية وابتكار صيغ نماذج حديثة تلبي متطلبات الوقت الحاضر، والاهتمام بالوسائل والأساليب الحديثة في الاستثمار والإدارة، فالعمل على تطوير المؤسسات الوقفية يعزز التعاون بينها وبين الجامعات ومخابر ومراكز البحث العلمي لإعادة تفعيل الدور الفعلي للوقف.

ويمكن أن نستخلص أهم **نتائج** هذا البحث فيما يأتي:

– يعتبر الوقف العلمي من المصادر التمويلية الثابتة والمستدامة، وتبرز أهميته في مساهمته في تحقيق الاكتفاء الذاتي للمؤسسات التعليمية، وفي تطوير نظام التعليم، وتوفير المؤسسات والمباني التعليمية، وتعميق الانتماء الاجتماعي والشعور بالمسؤولية.

– الابتكار في الاستثمار الوقفي لم يعد خيارا بل أصبح ضرورة حتمية للنهوض بالقطاع الوقفي وبالتنمية بمختلف أبعادها، لتعويض التأخر الزمني الذي عانت منه الأوقاف.

– تتضمن التجربة الإماراتية في مجال الوقف التعليمي إطلاق صيغ ونماذج مبتكرة في استثمار الوقف العلمي، لتدعيم المؤسسات العلمية والبحث العلمي، تعمل على تبني فكرة الوقف المبتكر.

– تتضمن هذه التجربة أيضا عدة استراتيجيات ذات رؤى مستقبلية من بينها تحويل دبي إلى مركز عالمي لبحوث وخبرات الأوقاف والهبات، خدمة للمجتمع، وإلى مُمَكن إقليمي لتلبية الحاجات الاجتماعية من خلال الأوقاف والهبات.

– تعتبر مبادرة الوقف العلمي والتكنولوجي من أبرز المبادرات التي تقوم عليها المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا، وهي عبارة عن وقف مالي يستخدم بغرض تمويل وتحقيق تقدم علمي وتكنولوجي، ويعمل على دعم المشاريع والصناعات التي تؤدي إلى تحقيق التنمية.

– ويعتبر حي دبي للأوقاف والهبات مشروعا لخدمة الإمارات والعالم العربي، وهو أول مشروع عقاري اجتماعي يتبنى مفهوم الوقف المبتكر، يتضمن عدة مشاريع تعمل على تطوير التعليم والبحث العلمي.

– يعد إطلاق علامة المدينة "علامة دبي للوقف" سابقة من نوعها في هذا المجال، وهذا من شأنها أن تلعب أدوارا تحفيزية للمشاركة المجتمعية لإتاحة الفرصة لمؤسسات القطاعين الحكومي والخاص للمشاركة في خدمة المجتمع عن طريق الوقف المبتكر لجزء من أصولها لصالح حاجات تنموية مجتمعية، وبموجبها أصبحت المؤسسات تتنافس حول من تقدم وقفا مبتكرا لتنال هذه العلامة.

الاقتراحات: ارتأينا إلى تقديم بعض الاقتراحات التالية:

– ضرورة الاهتمام بمختلف صور الوقف العلمي وتطويرها وابتكار صور أخرى تلبي حاجات العصر الحالي.

– تشجيع رجال المال والأعمال إلى المزيد من التبرع بالأموال وإنشاء مؤسسات وقفية.

– إدراج تعليم الوقف كمادة تدريسية ضمن مناهج التعليم في مختلف الأطوار الأولى للتربية والتعليم، وفي مناهج الدراسية للمؤسسات الجامعية.

– على المؤسسات والوسائل الإعلامية إبراز أهمية الوقف بمختلف مجالاته لاسيما الوقف العلمي.

قائمة المصادر والمراجع:

1. astf. (2015). ***التعريف بالمؤسسة***. تاريخ الاسترداد 05 11, 2020، من المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا: على الرابط: http://waqf.astf.net/index.php/2015-03-17-13-14-36/2015-03-17-13-15-59
2. astf. (2015). ***أهداف الوقف العلمي***. تاريخ الاسترداد 05 11, 2020، من المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا: على الرابط: http://waqf.astf.net/index.php/2015-03-17-13-17-44/2015-03-17-13-19-04
3. astf. (2015). ***لمحة عن المؤسسة***. تاريخ الاسترداد 05 11, 2020، من المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا: على الرابط: http://www.astf.net/index.php/ar/astf-ar/astf-about-ar
4. astf. (2015). ***مجالات الدعم***. تاريخ الاسترداد 05 11, 2020، من المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا: على الرابط: http://waqf.astf.net/index.php/2015-03-17-13-21-26/2015-03-17-13-22-00
5. astf. (2015). ***مجالات عمل المؤسسة***. تاريخ الاسترداد 05 11, 2020، من المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا: على الرابط: http://waqf.astf.net/index.php/2015-03-17-13-14-36/2015-03-17-13-15-59
6. mbrgcec. (2020). ***التعريف بالمركز***. تاريخ الاسترداد 20 10, 2020، من مركز محمد بن راشد العالمي للأوقاف والهبات: على الرابط: http://mbrgcec.ae/ar/the-centre-1
7. mbrgcec. (2020). ***الوقف المبتكر***. تاريخ الاسترداد 04 11, 2020، من مركز محمد بن راشد العالمي للأوقاف والهبات: على الرابط: http://mbrgcec.ae/ar/innovative-endowment

8. mbrgcec. (2020). ***تعريف علامة دبي***. تاريخ الاسترداد 20 10, 2020، من مركز محمد بن راشد العالمي للأوقاف والهبات: على الرابط: http://mbrgcec.ae/ar/definition
9. mbrgcec. (2020). ***حي دبي للأوقاف والهبات***. تاريخ الاسترداد 04 11, 2020، من مركز محمد بن راشد العالمي للأوقاف والهبات: على الرابط: http://mbrgcec.ae/ar/dubai-awqaf-and-endowments-district
10. mbrgcec. (2020). ***كلية الدراسات الإسلامية والعربية تحصل على علامة دبي للوقف***. تاريخ الاسترداد 04 11, 2020، من مركز محمد بن راشد العالمي للأوقاف والهبات: على الرابط: http://mbrgcec.ae/ar/news/details/090656800-1487742356
11. mbrgcec. (2020). ***مشاريع الوقف المبتكر***. تاريخ الاسترداد 04 11, 2020، من مركز محمد بن راشد العالمي للأوقاف والهبات: على الرابط: http://mbrgcec.ae/ar/innovative-endowment-projects
12. ابن،هشام. (ب ت). ***سيرة النبي صلى الله عليه وسلم (المجلد ج 2)***. دار العربي، ص136.
13. أحمد بن عبد العزيز الصقيه. (2012). ***استثمار الأوقاف دراسة فقهية تطبيقية***. الرياض، السعودية: دار ابن الجوزي، ص34.
14. العياشي صادق فداد. (2018). ***نماذج للأوقاف المبتكرة***. ملتقى الأوقاف الرابع . السعودية: ص 03.
15. خالد بن علي بن محمد المشيقح. (2013). ***الجامع لأحكام الوقف والهبات والوصايا***. الجزء 3، قطر: إصدارات وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ص131.
16. راغب السرجاني. (2012). ***روائع الأوقاف في الحضارة الإسلامية***. ط4، مصر: دار نهضة للنشر، ص 11.
17. عبد الرحمان قصدي. (2012). ***دور الوقف في التربية وخدمة البحث العلمي***. *مجلة بيت المشورة، العدد 2، السنة الأولى* ، ص 36.
18. عبد القادر بن،عزوز. (2017). ***أثر العمل المؤسسي في تفعيل الوقف العلمي***. *ملتقى الوقف العملي وسبل تفعيله في الحياة المعاصرة* . أيام 01 و 02 مارس 2017، الجزائر: جامعة الوادي، ص407.
19. عبد اللطيف الشيخ توفيق، الصباغ. (2018). ***مقاصد الوقف الإسلامي***. تاريخ الاسترداد 02 03, 2018، من إسلام اليوم: على الرابط: www.islamtoday.net
20. عثمان جمعة ضميرية. (2011). ***استثمار أموال الأوقاف على التعليم وأساليب إدارتها***. *مؤتمر أثر الوقف الإسلامي في النمهضة التعليمية* . أيام 09 و 10 ماي 2011، الإمارات: جامعة الشارقة، ص 3-5.
21. عثمان جمعو ضميرية. (2017). ***الوقف التعليمي في المجتمع الإسلامي (آثاره، إدارته، واستثماره)***. *منتدى الفقه الإسلامي* . حكومة دبي، الإمارات: دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري، ص16.
22. عمر عبد عباس الجميلي. (2017، ص27). ***الوقف التعليمي وأثره في التنمية***. حوكمة دبي، الإمارات: دائرة الشؤون الإسلامية للعمل الخيري، ص 27.
23. عمر عبد عباس الجميلي. (2017). ***الوقف التعليمي وأثره في التنمية***. *منتدى الاقتصاد الإسلامي* . حكومة دبي، الإمارات: دائرة الشؤون الإسلامية للعمل الخيري، ص 09.
24. عمر عبد عباس الجميلي. (2017). ***الوقف التعليمي وأثره في التنمية***. *منتدى الاقتصاد الإسلامي* . حكومة دبي، الإمارات: دائرة الشؤون الإسلامية للعمل الخيري، ص11.
25. محمد الأمين بلميلود. (2019). ***الحماية المدنية والجنائية للأملاك الوقفية***. ط 1، عمان، الأردن: دار الأيام، ص 33.
26. مراد أيت محمد، لطفي الشعباني. (2017). ***دور أموال الوقف في تنمية التعليم والبحث العلمي في الدول العربية مع الإشارة إلى التجارب الغربية الرائدة***. *المؤتمر العلمي الدولي حول الوقف الإسلامي والتنمية المستدامة ، ط 1* . الأردن: مركز البحث وتطوير الموارد البشرية (رماح)، ص231.

27. نفيسة خميس. (2020). ***التعليم المقاولاتي في الجامعة كآلية لبناء المقاول المستقبلي***. *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية. جامعة أدرار، 04* (01)، ص 62.

28. نور الدين مباركي. (2017). ***الوقف على الكراسي العلمية في المساجد ودروها في تفعيل العملية العلمية في الجزائر***. *ملتقى الوقف العلمي وسبل تفعيله في الحياة المعاصرة* . أيام 01 و 02 مارس 2017، الجزائر: جامعة الوادي، ص 550.

29. ويدة خوني، عبد العالي دبلة. (2017). ***المسجد كمؤسسة داعمة للانتماء الوطني***. *مجلة العلوم الإنسانية ، المجلد 17* (العدد 01)، ص 644.

30. ياسين بن ناصر الخطيب. (1422 ه). ***أثر الوقف في نشر التعليم والثقافة***. *مؤتمر الأوقاف الأول* . مكة، السعودية: جامعة أم القرى، ص 313.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:133-146.

Sports Entrepreneurship in the face of the Covid-19 pandemic

Nasri mohamed cherif [1]

[1] *Lecturer, Department of Sciences and techniques of physical and sports activities/ University of Souk Ahras, Algeria, m.nasri@univ-soukahras.dz*

ARTICLE INFO

Article history:
Received:25/12/2020
Accepted:01/01/2021
Online:11/01/2021

Keywords:
Sports
Entrepreneurship
Pandemic
COVID-19
JEL Code:M13, L80, I11

ABSTRACT

This study aims to identify the field of sports entrepreneurship, by presenting the most important concepts associated with it, and how it became an important element in the sports industry, which is witnessing an increasing growth from year to year due to its adoption of innovative and innovative marketing policies, and how sports entrepreneurship faced the crisis of a pandemic Corona COVID-19, and the various measures resulting therefrom, through the strategies followed, taking risks and venturing into solutions through contractors, and how to adopt the method of creativity and innovation in overcoming the consequences of the pandemic, which was considered a storm in the eyes of some and an opportunity in the eyes of others.)

المقاولاتية الرياضية في مواجهة جائحة كوفيد-19

ناصري محمد الشريف [1]

[1] أستاذ محاضر أ، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية /جامعة سوق اهراس، الجزائر، m.nasri@univ-soukahras.dz

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:
2020/12/25
تاريخ القبول: 2021/01/01:
تاريخ النشر: 2021/01/11

الكلمات المفتاحية
المقاولاتية الرياضية
الجائحة
كوفيد 19
JEL Code: M13, L80, I11

الملخص

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على مجال المقاولاتية الرياضية ، من خلال عرض اهم المفاهيم المرتبطة بها ، و كيف أصبحت عنصرا مهما في صناعة الرياضة التي تعرف نموا متزايدا من سنة الى أخرى بسبب تبنيها سياسات تسويقية مبتكرة و مستحدثة ، ، و كيف واجهت المقاولاتية الرياضية للازمت جائحة كورونا كوفيد 19 ، و مختلف الإجراءات الناجمة عنها ، من خلال الاستراتيجيات المتبعة و تحمل المخاطر و المغامرة في الحلول من خلال المقاولين ، و كيفية تبن أسلوب الابداع و الابتكار في تجاوز تابعات الجائحة و التي اعتبرت عاصفة في نظر البعض و فرصة في نظر البعض الآخر.

*Corresponding Author *Nasri Mohamed cherif, Email:* m.nasri@univ-soukahras.dz

- مقدمة:

منذ اعلان الدول حالات الطوارئ العامة بسبب دخول دخيل فيروسي قادم من الصين ، بدات القطاعات الاقتصادية و الاجتماعية و الصحية تتأثر الواحدة تلوى الأخرى ، و حالت الهلع ترتفع شيء فشيء نتيجة تفشي مرض جديد Covid19 و الذي أعلنته منظمة الصحة العالمية كجائحة عالمية و التي أدت الى خسائر بشرية ، وهو ما أدى الى اعتماد مجموعة من التدابير الصحية كان أهمها الحجر الصحي كتدبير وقائي غايته الحد من انتشار العدوى (ايلول، 2020). و أدى ذلك الى خسائر ضخمة في الأسواق العالمية و قطاع الطاقة و الاقتصاد و السياحة و الترفيه (محروس، 2020) .و قد تؤدي أزمة Covid-19عبر مرور الوقت نتيجة التباعد الاجتماعي إلى تعطيل تكوين رأس المال، مما يؤدي إلى تباطؤ خلق فرص العمل على نمو الدخل، وضعف نمو الإنتاجية، ظهور عدة حالات من الإفلاس مما يجعل من الصعب على النظام المالي إدارتها ، كما أن حظر التجوال و تقييد حركة المواطنين والسفر سيقلل من حجم الطلب على السوق بنسبة ما، وذلك على مستوى المستهلكين. أمّا على مستوى المستثمرين، فستسود حالة من الحذر والترقب، التي ستمنعهم من ضخ أي أموال في مشروعات أو استثمارات جديدة (بن خيرة و طيب، 2020) .

و لم تستثني المجال الرياضي من هذه التداعيات كونه قطاعًا مهمًا على المستويات الاقتصادية والرياضية والاجتماعية ، حيث لم يُستثنى من هذه القيود اذ تأثر قطاع الرياضة بشكل خاص بأزمة COVID-19 بطريقة لم نشهدها من قبل ، حيث تم تقييد جميع الأنشطة البدنية ، وجهاً لوجه ، وكل الرياضات الجماعية بشكل مفاجئ وإلى أجل غير مسمى في العديد من البلدان ، و يعد هذا التغيير مهم بالنسبة لمعظم الرياضيين والرياضيات المحترفين وغير المحترفين الذين يتنافسون في في البطولات المختلفة ، و نتيجة لذلك ، كان على المنظمات الرياضية إعادة هيكلة نفسها لتقديم خدمة عالية الجودة لمستخدميها. (Escamilla-Fajardo & et al, 2020).

و يؤكد (Ratten V. , 2020) أن COVID-19 تسبب في إحداث فوضى في المجتمع بسبب عواقبه الاقتصادية والاجتماعية مع تأثيرات شديدة محسوسة في صناعة الرياضة. واجهت العديد من المجتمعات فترات إغلاق أدت إلى زيادة العزلة وانخفاض مستويات الإنتاج الاقتصادي. بسبب إغلاق الأنشطة الرياضية ، كانت الآثار ضارة حيث لم تحدث الأحداث الرياضية العادية. عانى اللاعبون الرئيسيون في سلسلة التوريد الرياضية (مثل الفرق والجهات الراعية والفنادق وشركات الطيران وشركات النقل) من أضرار لا يمكن فهمها. بالإضافة إلى ذلك ، فإن الصناعات ذات الصلة التي تعتمد بشكل مباشر أو غير مباشر على الرياضة قد أوقفت أو أغلقت عملياتها. تشير المؤشرات الأولية إلى أن العديد من هذه الشركات قد أغلقت أو من المحتمل ألا تُفتح مرة أخرى. لذلك ، من المفترض أن تؤدي التعديلات إلى تحول دائم في صناعة الرياضة. يمكن أن يؤدي هذا إلى تغيير جذري في أنماط النشاط الرياضي. و تقدر القيمة العالمية لصناعة الرياضة بنحو 756 مليار دولار أمريكي سنويًا. في مواجهة COVID-19 ، فإن العديد من الملايين من الوظائف معرضة للخطر على مستوى العالم ، ليس فقط للمحترفين الرياضيين ولكن أيضًا لأولئك الذين يعملون في مجالات البيع بالتجزئة والخدمات الرياضية المرتبطة بالبطولات والأحداث ، والتي تشمل السفر والسياحة والبنية التحتية والنقل ، تقديم الطعام والبث الإعلامي ، من بين أمور أخرى. يتعرض الرياضيون المحترفون أيضًا

لضغوط لإعادة جدولة تدريبهم ، بينما يحاولون الحفاظ على لياقتهم في المنزل ، ويخاطرون بفقدان الرعاة المحترفين الذين قد لا يدعمونهم على النحو المتفق عليه في البداية كما تعرض العديد منهم الى خفض في رواتبهم (Jason & Nell, 2020). يتعين على جميع أنواع الكيانات في صناعة الرياضة تكييف نماذج أعمالها مع الظروف البيئية المتغيرة ومن بين أبرز اشكال الصناعة الرياضية تعد المقاولاتية كقوة مهمة وجديدة للقدرة التنافسية للصناعات الرياضية ، حيث تمثل أزمة COVID-19 تحديًا لها و فرضت عليها تطبيق استراتيجيات مختلفة لمواجهتها (Escamilla-Fajardo & et al, 2020). لقد تأثر قطاع المقاولاتية بالجائحة هذا الأثر كان مدمرا لبعض المشاريع في حين استطاعت بعضها المقاومة و البقاء و الأخرى التكيف معها و عليه نطرح التساؤل التالي ماهو اثر جائحة كورونا على المقاولاتية في المجال الرياضي ؟

1- جائحة كوفيد 19 :

تعد جائحة كورونا كوفيد 19 ، أحد الأوبئة التي اصابت البشرية ، و التي لا تعد أولها حيث مرت الشعوب بعديد الجوائح مثل الأنفلونزا الاسبانية سنة (1918-1919) ، او فيروس السارس (2002-2003) و الذي يعتبر Covid-19 امتدادا له او فيروس او أنفلونزا الخنازير او الايبولا جميعها أمراض خطيرة و فيروسات هددت المجتمعات العالمية الا ان تداعيات فيرس كورونا كان الأكبر عالميا (بوعموشة، 2020)

2- المقاولاتية (ريادة الاعمال) :

يعد وضع تعريف شامل للمقاولاتية امر في غاية التعقيد ، كما لا يمكن حصرها فقط في قيام شخص معين بإنشاء مؤسسة جديدة، أو حتى حصر نشاطها في مجال معين كما هو متداول عند عامة الناس في الجزائر على انها نشاط البناء أو التجهيز (بن حكومي و بدري، 2020) .حيث تم استخدام مفهوم المقاولاتية لأول مرة في القرن الثامن عشر بواسطة ريتشارد كانتيلون Richard Cantillon، بناءً على الكلمة الفرنسية " entrepreneur"، طور جان بابتيست ساي Jean-Baptiste Say مفهوم "المقاولاتية" أكثر ، وعرّفها على أنها تحقيق تحول من أجل استخدام أكثر كفاءة للموارد ، و في أوائل القرن العشرين جوزيف ألويس شومبيتر Joseph Alois Schumpeter، عرّف المقاولاتية على أنها عمليات متسلسلة لإنشاء وتشكيل أسواق جديدة ، من خلال استخدام الموارد والجمع بينها بطرق مبتكرة . ان المقاولاتية هي عملية مسح واكتشاف الفرص الموجودة في السوق ، و القيام بتحويل هذه الفرص إلى فكرة تجارية (Erkoç & Kert, 2013)

فالمقاولاتية هي الأفعال والعمليات الاجتماعية التي يقوم بها ، لإنشاء مؤسسة جديدة، أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، من خلال الأخذ بالمبادرة، وتحمل المخاطر، والتعرف على فرص الأعمال، ومتابعتها وتجسيدها على أرض الواقع (صكري و آخرون، 2017، صفحة 14)

كما تعلى أنها عملية يمكن أن تتم في بيئات مختلفة وتحت تكوينات مختلفة وإدخال تغييرات في النظام الاقتصادي من خلال الابتكارات التي جلبتها الأفراد أو المنظمات. تولد هذه الابتكارات أو تستجيب للفرص الاقتصادية ، ونتيجة هذه العملية هي خلق ثروة اقتصادية واجتماعية لهؤلاء الأفراد وللمجتمع. (Fayolle, 2003)

3- المقاول (رائد الاعمال) :

المقاول او رائد الاعمال هي صفة الفرد الذي يقوم بعمل مقاولاتي ، فهو ليس بالضرورة الذي يمتلك رأس المال، إنه ذلك الذي يسير الموارد ويتحمل مخاطر(مالية، تقنية، وبشرية) حيث تتطلب المقاولة بشكل أساسي تسيير الموارد، أي هو ذلك الفرد القادر على استغلال رأس المال وتوظيفه في العملية الإنتاجية بكفاءة للحصول على الأرباح . حيث ان المقاول يتمتع بالقدرة على جمع البيانات بطريقة تؤدي إلى خلق فرص لتحقيق الربح، وأنه يعمل كمسير للموارد المحدودة، ويتمتع بالقدرة على التعامل مع التكاليف المترتبة على ذلك. (قوجيل، 2016) .كما يمكن تعريف المقاول ذلك الشخص الذي يباشر تنفيذ عمل اقتصادي، يتولى إدارة وتسيير مؤسسة لحسابه الخاص، من أجل الوصول إلى مرحلة بيع المنتجات وتقديم الخدمات مستغلا في ذلك عوامل الإنتاج المتوفرة لديه. (بن صويلح، 2017)

و بالتالي فان المقاول الناجح هو ذلك "الشخص الذي يحسن استغلال الفرص أو حتى خلقها في مجال مهنته ، و يتسم بالمبادرة ، و الابتكار، على ان يكون اقدامه محسوب المخاطر، كما ينبغي على المقاول أن يتحاشى بعض العوامل التي تؤدي الى فشل مشاريعه و اعماله (مخوخ، 2020)

4- الإجراءات المستخدمة في مواجهته كوفيد19 :

ونظرا للتسارع الكبير في انتشار فيروس كورونا قامت الدول بحزمة من الاجراءات و يشير (الهرش، 2020) الى اهم هذه الإجراءات المتخذة :

- تشكيل خلايا أزمة أو مجالس أوبئة أو لجان متخصصة أو هيئات أو مجالس بهدف التعامل المركزي مع الجائحة.
- رفعت الدول شعارات التباعد الاجتماعي وتخفيف الاحتكاك
- إغلاق المؤسسات والبقاء بالبيت
- شددت على التدابير الصحية وتجنب بعض العادات والتقاليد المرتبطة بالمخالطة والتواصل المباشر مع الآخرين وما يعرف بالعزل الذاتي والحجر الصحي
- سارت الكثير من الدول الغربية في اتجاه ما يطلق عليه مناعة القطيع حيث يتعايش الناس مع انتشار المرض فيصاب من يصاب فيتعافى بعضهم ويموت آخرون ثم تتشكل مناعة مجتمعية مع مرور الزمن دون تعطيل الحياة بشكل كامل، وأمام استشراء المرض واختراقه الحدود تعرضت هذه الدول لانتقادات حادة من جهات طبية وحقوقية
- وقد فضلت دول أخرى القيام بتعطيل أغلب مناحي الحياة بهدف محاصرة المرض وقد فرضت السلطات حظر للتجول وحدت من الحريات الشخصية سفرا وتجولا وممارسة الأنشطة الاجتماعية المعتادة، وقد تفاوتت نسب النجاح بين الدول بسبب الانعكاسات على نفسية و قدرة المواطنين الشرائية بسبب تعطل العديد من الأنشطة .

- حاولت دول أخرى الجمع بين الأمرين بمعنى انفتاح معقول مع الالتزام بالأسس الصحية وتعطيل بعض القطاعات التي تسبب احتكاكات مباشرة وبالتالي انتشار المرض.

وهذه الإجراءات أثرت على الأنشطة المقاولاتية المختلفة ، و هذا بسبب تغير سلوك المستهلك و تركيزه على سلع دون نتيجة خوفه من تابعات الجائحة ، و مساهمة الدعاية ووسائل الاتصال المختلفة في توجيه سلوك المستهلك مثلما اشارت اليه دراسة (يحياوي، 2020) .

5- الآثار الاقتصادية لكوفيد-19 :

وفقا لما ذكره الصندوق في إصداره الأخير من تقرير آفاق الاقتصاد العالمي، فإن هذه أزمة منقطعة النظير، وهناك عدم يقين كبير حول تأثيرها على حياة الناس وأرزاقهم. وتتوقف أمور كثيرة على الخصائص الوبائية للفيروس، وفعالية إجراءات احتوائه، وتطوير العلاجات واللقاحات لمواجهته، وكلها أمور يصعب التنبؤ بها. وبالإضافة إلى ذلك، يواجه كثير من البلدان حاليا أزمات متعددة – أزمة صحية، وأزمة مالية، وانهيار في أسعار السلع الأولية – وكلها يتفاعل معا بطرق معقدة. ويقدم صناع السياسات دعما غير مسبوق للأسر والشركات والأسواق المالية؛ ورغم ضرورة هذا الإجراء لتحقيق تعافٍ قوي، فإن هناك عدم يقين كبير حول شكل المشهد الاقتصادي حين نخرج من هذا الإغلاق العام .ومع افتراض أن بلوغ ذروة الجائحة والاحتواء اللازم لها في الربع الثاني من العام بالنسبة لمعظم بلدان العالم، ثم انحسارها في النصف الثاني من العام، يتوقع الصندوق انخفاض النمو العالمي في عام 2020 إلى -3%. وهذا ما يجعل "الإغلاق العام الكبير" أسوأ ركود منذ سنوات "الكساد الكبير"، وأسوأ بكثير من الأزمة المالية العالمية. ومع افتراض انحسار الجائحة في النصف الثاني من عام 2020 وأن إجراءات السياسة المتخذة حول العالم فعالة في منع انتشار حالات الإفلاس بين الشركات، واتساع نطاق فقدان الوظائف، والتوترات المالية النظامية، يتوقع الصندوق تعافي النمو العالمي في عام 2021 مسجلا 5,8%. وهذا التعافي المتوقع لعام 2021 ما هو إلا تعافٍ جزئي لأنه من المتوقع أن يظل مستوى النشاط الاقتصادي أقل من المستوى الذي أشارت إليه توقعاتنا السابقة لهذا العام، قبل أن يوجِّه الفيروس ضربته. ويمكن أن تكون الخسارة التراكمية في إجمالي الناتج المحلي العالمي على مدار العامين 2020 و 2021 بسبب أزمة الجائحة حوالي 9 تريليونات دولار أمريكي، أي أكبر من اقتصادي اليابان وألمانيا مجتمعين. ويوضح آخر عدد من تقرير الاستقرار المالي العالمي أن النظام المالي أيضا وقع عليه تأثير حاد، ويمكن أن يؤدي احتدام الأزمة إلى التأثير على الاستقرار المالي العالمي. فقد حدث هبوط حاد في أسعار الأصول الخطرة منذ تفشي هذه الجائحة. وفي أسوأ نقطة من موجة البيع الأخيرة، عانت الأصول الخطرة من انخفاضات تعادل أو تزيد على نصف الانخفاضات التي حدثت في 2008 و 2009. فعلى سبيل المثال، تحمل الكثير من أسواق الأسهم – في الاقتصادات الكبيرة والصغيرة على السواء – انخفاضات بنسبة 30% أو أكثر في فترة القاع. وحدثت قفزة في فروق العائد، وخاصة بالنسبة للشركات ذات المراتب الأدنى. كذلك ظهرت علامات الضغط في كبريات أسواق التمويل قصير الأجل، بما في ذلك السوق العالمية للدولار الأمريكي. وقد اتخذت بلدان كثيرة خطوات استثنائية وإجراءات بعيدة الأثر لإنقاذ الأرواح وحماية الاقتصادات، وهيأت السبيل لتعافي الاقتصاد. وهذا يشمل إجراءات على صعيد المالية العامة تبلغ قيمتها حوالي 8 تريليون دولار أمريكي لاحتواء الجائحة وأضرارها على الاقتصاد، بالإضافة إلى الإجراءات

التي اتخذتها البنوك المركزية للتوسع في توفير السيولة بمبلغ 6 تريليون دولار على الأقل. ويمثل دعم بلدان الأسواق الصاعدة والبلدان النامية أولوية ملحة. فهذه البلدان معرضة للمخاطر بالفعل أكثر من الاقتصادات المتقدمة – ويقع عليها الآن ضرر بالغ جراء نقص الإمدادات الطبية، والتوقف المفاجئ في الاقتصاد العالمي، وهروب رؤوس الأموال، وبالنسبة لبعضها، حدوث هبوط حاد في أسعار السلع الأولية. (صندوق النقد الدولي، 2020) .

و يمكن تلخيص اهم الآثار الاقتصادية حسب (فلاك، 2020) بما يلي :

- انخفاض الدخل السياحي العالمي و تنقل السياح نتيجة لتعليق السفر.
- انخفاض دخل شركات الطيران بارقام كبيرة .
- انخفاض أسعار النفط.
- ارتفاع القروض المتعثرة في القطاع المصرفي .
- انخفاض كبير في مؤشرات الأسهم كردة فعل في السوق العالمية على تداعيات كوفيد–19 .

6– آثار كوفيد 19 على صناعة الرياضة :

هناك عديد المفاهيم لصناعة الرياضية فمنها من يرى انها السوق ذو البعد الاقتصادي الذي يقدم للمستهلكين المنتجات والخدمات والأماكن والأفكار المتعلقة بالرياضة أو اللياقة أو وقت الفراغ (igi–global, 2020) ، اما كتعريف شامل فهي هي صناعة يشارك فيها الأشخاص والأنشطة والأعمال والمنظمات في إنتاج أو تسهيل أو ترويج أو تنظيم أي نشاط أو خبرة أو مؤسسة تجارية تركز على الرياضة. إنه السوق الذي تكون فيه الأنشطة التجارية أو المنتجات المعروضة للمشترين مرتبطة بالرياضة وقد تكون سلعًا أو خدمات أو أشخاصًا أو أماكن أو أفكارًا. (wikipedia, 2020) . عالمياً أصبحت الرياضة صناعة تُولّد أموالاً ودخولاً كبيرة للمجتمعات والأندية والأفراد. إقليمياً حصل بعض الدفع القوي بهذا الاتجاه. والصناعة هذه خلقت وتخلق فرصاً ممتازة للشباب المبدع عالمياً وإقليمياً. فاللاعب المتفوق في رياضات القدم أو السلة أو التنس الأرضي أو الغولف أو كرة القاعدة أو الطائرة أو غيرها يحصل على رواتب وامتيازات مجزية، أكثر بكثير مما يحصل عليه نظراؤه في مجالات العمل في القطاعات المختلفة. (المجدوبة، 2020).

يعد كوفيد –19 كجائحة عالمية ذو خطر كبير على أرواح الناس ، و تهديد لمصالح الدول و المؤسسات الاقتصادية و كانت آثار كبيرة على الاقتصادات في مختلف دول العالم كما قام بتوقيف شبه كلي لبعض الأنشطة و كانت صناعة الرياضة احد هذه القطاعات التي سبب لها ضرر كبير مع توقف جميع الأنشطة الرياضة على مستوى الأندية و البطولات و تأجيل معظم الاحداث الرياضية الى آجال لاحقة ، و بالرغم من العودة المحتشمة لبعض البطولات دون جماهير، الا ان هذا الامر غير كافي لعودة الروح للصناعة الرياضة لأن الدخل الأكبر منها يأتي من المتابعة و اجتذاب المستهلك مما استوجب وضع استراتيجيات لمواجهتها بعد شبه التأقلم الذي حدث بعد الصدمة ، كما ان هذه الجائحة لها إيجابيات مستقبلية للأوضاع و الازمات الشبيهة من أجل خلق استراتيجية تسيير الأوضاع و مجابهتها فيما تكرر مثل هذا الوضع على المستوى العالمي أو الإقليمي (ناصري، 2020)

7- مفهوم المقاولاتية في المجال الرياضي :

هناك عديد التعريفات للمقاولاتية الرياضية و قد لخصها (Hammerschmidt & et al, 2020) انطلاقا من أعمال (Ratten) حول المقاولاتية الرياضية أهمها :

- هي منظمة مرتبطة بالرياضة تعمل بشكل مبتكر في سياق الأعمال التجارية .
- هو نتيجة عملية تعمل فيها منظمة منخرطة في الرياضة بشكل ريادي.
- هي عملية خلق القيمة. وتشمل هذه القيمة الابتكار والطبيعة الاستباقية ومستوى المخاطرة المتأصل في النشاط.
- أي شكل من أشكال المشاريع أو ريادة الأعمال في سياق رياضي .
- عندما يتصرف كيان في الرياضة بشكل جماعي للاستجابة لفرصة لخلق القيمة.
- هي ريادة الأعمال التي تؤدي إلى إنشاء مشاريع جديدة مرتبطة بالرياضة والابتكار المستمر للمنظمات الرياضية القائمة
- توصف بأنها عقلية الأشخاص أو المنظمات المشاركة بنشاط في السعي وراء فرص جديدة في السياق الرياضي .
- هو أي نشاط مبتكر له هدف رياضي.
- هي مجموعة القيم التي تؤثر على ميل المنظمات أو الأفراد لخلق وتطوير أنشطة ابتكارية
- هو سلوك مبتكر ومخاطرة واستباقي في الصناعة المرتبطة بالرياضة .
- تطوير شركات ناشئة أو مشاريع جديدة تتعامل مع الرياضة .
- هو استغلال الفرص في قطاع الرياضة لإحداث التغيير .

8- اهمية المقاولاتية في المجال الرياضي :

على الرغم من أن المقاولاتية الرياضية ليست ظاهرة جديدة ، كما يتضح من الابتكارات التكنولوجية المستخدمة من قبل الرياضيين والمشجعين ، إلا أن العلماء لم يبدأوا حتى وقت قريب في البحث في هذا الموضوع. ركز المفهوم في البداية على الأشكال التجارية والتكنولوجية لريادة الأعمال الواضحة في الرياضة والتي مكنت من نمو صناعة الرياضة العالمية. التكنولوجيا على وجه الخصوص ، و التجارة عبر الإنترنت والهاتف المحمول ولدت نموًا إضافيًا لصناعة الرياضة. بالإضافة إلى ذلك ، أصبحت ريادة الأعمال الاجتماعية شائعة أيضًا في الرياضة بسبب تأثير الرياضة على المجتمع. لهذا السبب ، كان هناك تركيز أكبر على كيفية خلق الرياضة لقيمة اجتماعية من خلال ريادة الأعمال. في البداية ، اقترح راتن ريادة الأعمال القائمة على الرياضة كنظرية جديدة لشرح العلاقة بين ريادة الأعمال وإدارة الرياضة. في هذه النظرية ، يُقترح أن صناعة الرياضة ، نظرًا لمستوى الربح المرتفع ، والمؤسسات غير الهادفة للربح والمختلطة ، تشكل نوعًا مختلفًا من ريادة الأعمال. هذا يعني أن سياق الرياضة يتضمن سياقًا متميزًا لا يشبه أي سياق آخر ويتطلب نظرية جديدة. بالإضافة إلى ذلك ، تتمتع صناعة الرياضة بمستوى عالٍ من الارتباط العاطفي والمشاركة التي تختلف عن السياقات الأخرى. ينتج عن هذا أنواع وأشكال جديدة من ريادة الأعمال التي

تتطور بناءً على النظام البيئي الرياضي. من أجل الفهم الكامل لريادة الأعمال في سياق رياضي ، يجب أن يكون هناك بعض الاعتبار حول الدور الذي يلعبه أصحاب المصلحة في تطور الصناعة. وهذا ينطوي على التفكير في طبيعة الرياضة ومستوى المساعدة الحكومية في تعزيز المسؤولية الاجتماعية والعمل الخيري علاوة على ذلك ، فإن المزيج بين الأهداف الربحية وغير الهادفة للربح المرتبطة بالظروف الاجتماعية وأهداف المجتمع يجعل صناعة الرياضة تتمتع بنوع فريد من ريادة الأعمال (Ratten V. , 2020)

1- آثار كوفيد 19 على المقاولاتية الرياضية :

لقد أتت جائحة كورونا بثار وخيمة على المقاولاتية بصفة عامة و المقاولاتية بصفة خاصة ، حيث تواجه معظم الشركات صعوبة في التشغيل. و تعتبر هذه المشكلات أكثر خطورة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم مقارنة بالمؤسسات الأخرى نتيجة للانخفاض الكبير في الطلب على السلع والخدمات. في الواقع ، تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة بقدرتها المحدودة على الهجوم المضاد للمخاطر المعنية وتحمل التكاليف بسبب تباطؤ أنشطة الأعمال ، المشاكل الصعبة المتمثلة في نقص الأموال والسيولة والموظفين والعملاء والتكنولوجيا. نظرًا لتعرض الشركات الصغيرة والمتوسطة لأضرار بالغة خلال فترة الأربعة أشهر الماضية ، فإنها غير قادرة على خدمة عملائها ودفع رواتب موظفيها والامتثال لالتزاماتهم مع موردیهم وبالتالي ، من المتوقع أن تتوقف العديد من الشركات الصغيرة والمتوسطة عن العمل في ظل فيروس كوفيد -19 وبعده. بشكل عام ، سينخفض كل من جانبي العرض والطلب انخفاضًا حادًا في الحجم سيكون له عواقب مهمة على المالية العامة بسبب انخفاض الإيرادات الضريبية. (Syriopoulos, 2020)

وقد عصفت كوفيد 19 بصناعة الرياضية ، و التي قدرت القيمة العالمية لصناعة الرياضة بنحو 756 مليار دولار أمريكي الا انه في مواجهة كوفيد-19 ، فإن العديد من الملايين من الوظائف معرضة للخطر على مستوى العالم ، ليس فقط للمحترفين الرياضيين ولكن أيضًا لأولئك الذين يعملون في مجالات البيع بالتجزئة والخدمات الرياضية المرتبطة بالبطولات والأحداث ، والتي تشمل السفر والسياحة والبنية التحتية والنقل ، تقديم الطعام والبث الإعلامي ، من بين أمور أخرى. يتعرض الرياضيون المحترفون أيضًا لضغوط لإعادة جدولة تدريبهم ، بينما يحاولون الحفاظ على لياقتهم في المنزل ، ويخاطرون بفقدان الرعاة المحترفين الذين قد لا يدعمونهم على النحو المتفق عليه في البداية. (UN/DESA Policy , 2020)

يشير (Somoggi, 2020) انه وفقًا لمجلة Forbes ، ستخسر البطولات الرياضية الاحترافية الكبرى 5 مليارات دولار أمريكي من الإيرادات ، و توقعت شركة KPMG أن يفقد الدوريات الأوروبية الخمس الكبرى 4.5 مليار دولار أمريكي من الإيرادات ، حيث لن الخسائر تكون أساسا من حقوق البث ومبيعات المنتجات والرعاية..ألخ ، كما و تُظهر توقعات القيمة الرياضية أن قطاع الرياضة المحترف سوف يخسر أكثر من 15 مليار دولار أمريكي مع COVID 19.حيث 9٪ من إجمالي إيرادات الرياضات المحترفة (Sports Pro).و 2٪ صناعة الرياضة العالمية.

لقد أدت كوفيد 19 الى تباطؤ في قيمت بعض الشركات الكبرى ، كما أدت الى غلق العديد من الصالات الرياضية بسب الإجراءات الاحترازية ، نعم قد أصبحت هذه الموجة ازمة غير مسبوقة و لا يمكن التنبؤ بآثارها .

بسبب الإجراءات الاحترازية التي المطولة مع وجود بروتوكولات صحية و التي تبنتها عديد الدول ومن بينها الجزائر عصفت ببعض المشاريع المقاولاتية الصغرى ، فمثلا صالات الفتنس او كمال الاجسام و الايروبيك ، و التي علق نشاطها لفترة طويلة بسبب ان النشاط الرياضي في البيئات المغلقة يؤدي الى انتشار اكبر للفيروس ، و هذه الصالات تكلف أصحابها أمولا ضخمة لشراء العتاد ، و كذا الكراء ، فأكثر من ثمانية اشهر من الغلق يعني خسارة كبيرة و كراء دون فائدة ترجى ، و سيستمر هذا لأشهر او أعوام قادمة فليس من السهل استرجاع الزبائن ، كما ان ثقة الناس في زوال المرض يبقى متزعزع نوعا ما ، مع وجود مخاوف من انتشار مرض آخر ، ضف كذلك الى غلق المحلات الخاصة ببيع المنتجات الرياضية و غيرها من المشاريع المقاولاتية في المجال الرياضي .

لقد زعزعت الجائحة الاستقرار و التطور الذي شهده سوق المقاولاتية و الاستثمار في المجالات الرياضية كما أدى الى زعزعت مشاريع أخرى كانت تتبنى الفائدة من المجال الرياضي بطرق غير مباشرة من خلال الاحداث الرياضية كالمطاعم و الفنادق و المحلات .ان الجائحة جعل من الجميع مقاولين في المجال الرياضي او غيره يعيدون النظر في مواجهتها بسبل مبتكرة متحملين اكبر قدر من المخاطر.

1- المقاولاتية الرياضية إدارة الازمة في زمن الجائحة :

و تعرف الازمة على أنها حدث مفاجئ غير متوقع يهدد قدرة الافراد و المنظمات على البقاء ، و ينتج عنها تراكم الخسائر في مقومات النظام ، الامر الذي قد يؤدي الى تقويض النظام ، كما تعد امر سلبي لا يمكن تجنبه أي كانت درجة استعداد المنظمة . (حملاوي و حساني، 2019) . و تحمل الازمة مجموعة خصائص من بينها المفاجأة العنيف، و التعقيد والتشابك والتداخل والتعدد ، و نقص المعلومات :وعدم وضوح الرؤيا لدى متخذ القرار، ووجود ما يشبه الضباب الكثيف الذي يحول دون رؤية أي الاتجاهات يسلك، وماذا يخفي من أخطار مجهولة سواء في حجمها أو في درجة تحمل الكيان الإداري لهابالاظافة الى .سيادة حالة من الخوف :قد تصل إلى حد الرعب من المجاهيل التي يضمها إطار الأزمة.و كذلك ضيق الوقت ; وهذا لان الحدث المفاجئ لا يتيح وقتا كافيا لفرد في التفكير و الاستجابة له ، كما ان من خصائص الازمة التهديد (براهم، 2019). و تحمل جائحة كورونا كل خصائص الازمة . حيث و تمر الأزمات (خمس مراحل) و يعتبر تحديد مراحل الأزمة عنصرا أساسيا وضرورة أكيدة لفهم مسارها وتحديد أبعادها بشكل دقيق. وقد تعددت تقسيمات الباحثين لمراحل الأزمة نظرا لاعتمادهم على معايير متنوعة. وعموما، فإن أغلب الأفكار في هذا المضمار تصب في نفس السياق تقريبا. كما يلي:

الميلاد: أطلق عليها مرحلة التحذير أو الإنذار المبكر، حيث تبدأ الأزمة الوليدة في الظهور لأول مرة في شكل إحساس مبهم ينذر بخطر غير محدد المعالم. ويعود هذا الأمر أساسا إلى غياب كثير من المعلومات حول أسبابها، تطوراتها أو المجالات التي سوف تخضع لها أو تمسها النمو: تنمو الأزمة في حالة حدوث سوء الفهم لدى متخذ القرار في المرحلة الأولى (ميلاد الأزمة) حيث تتطور من خلال المحفزات الذاتية والخارجية التي استطبتها الأزمة وتفاعلت

معها. وفي مرحلة نمو الأزمة يتزايد الإحساس بهاولا يستطيع متخذ القرار أن ينكر وجودها نظرا للضغوط المباشرة التي تسببها

النضج: تعتبر من أخطر مراحل الأزمة، إذ تتطور الأزمة من حيث الحدة والجسامة نتيجة سوء التخطيط أو ما تتسم به خطط المواجهة من قصور أو إخفاق.

الانحسار: تبدأ الأزمة بالانحسار والتقلص بعد الصدام العنيف الذي يفقدها جزءا هاما من قوة دفعها ويجعلها تختفي تدريجيا.

التلاشي: تصل الأزمة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها حيث تتلاش ى مظاهرها وتأثيراتها. وتمثل هذه المرحلة آخر مراحل تطور الأزمة التي تصل إليها بعد انحسارها وتقلصها التدريجي (البابلي، 2020).و لمواجهة الازمة التي خلفتها الجائحة و لتحقيق هذه الغاية ، من الضروري تنفيذ إجراءات محفوفة بالمخاطر ومبتكرة واستباقية. بشكل عام ، تعتبر ريادة الأعمال الرياضية جزءًا حيويًا من أداء المنظمة ، وفي الموقف الذي نتج عن جائحة COVID-19 ، أصبحت ريادة الأعمال هذه أكثر أهمية وفي هذا السياق ، اضطر قطاع الرياضة إلى إغلاق المنشآت ، وحظر السفر ، وإلغاء الأحداث والبطولات الرياضية في الواقع ، من المتوقع أن يمر بعض الوقت قبل أن نعود إلى التدريب والمنافسة والاستمتاع بالرياضة كما فعلنا قبل ظهور COVID-19 (Escamilla-Fajardo P. e., 2020) .ستحتاج صناعة الرياضة الآن أكثر من أي وقت مضى إلى تبني ريادة الأعمال كطريقة للتعامل مع أزمة COVID-19. سيمكنهم ذلك من التعافي بشكل أسرع من خلال بناء استراتيجيات جديدة تتعامل مع الظروف البيئية المتغيرة. للقيام بذلك ، يحتاج مديرو المنضمات الرياضة إلى التماس اقتراحات حول كيفية التصرف بطريقة ريادية أثناء مواجهة تحديات جديدة. قد يتطلب هذا استثمارات أكبر في البنية التحتية ورأس المال. وبالتالي ، فمن المستحسن القيام بتصميم حلول ذات مكون ذي قيمة مضافة. يمكن أن يتضمن ذلك استراتيجيات ذات توجه صريح لريادة الأعمال. للقيام بذلك ، هناك حاجة إلى بعض التفكير الجديد من قبل المنظمات الرياضية حول كيفية الاستفادة من استخدام الابتكارات التكنولوجية خاصة في شكل الواقع المعزز. نظرًا لأن أزمة COVID-19 مستمرة ولا توجد نهاية في الأفق ، تحتاج المنظمات الرياضية إلى تطوير استراتيجيات جديدة من أجل المنافسة في البيئة الجديدة. وهذا يعني إشراك العديد من الفاعلين من خلال أنواع مختلفة من المبادرات التي تبني على شغفهم الريادي. هناك حاجة إلى مزيد من البحث حول كيفية ممارسة ممارسي الرياضة لريادة الأعمال في المناخ الاقتصادي الحالي الذي يتسم بالكثير من عدم اليقين (Ratten V. , 2020).

1- المقاول في المجال الرياضي و القدرة على تحمل المخاطر في زمن الجائحة :

ترتبط ريادة الأعمال تاريخيًا بتحمل المخاطر. وبالتالي ، يُعتقد على نطاق واسع أن موقف المخاطرة يؤثر على اختيار الأفراد في مناصب ريادة الأعمال. (Block & Koellinger, 2009). و المخاطرة في المقاولاتية تعني مدى قدرة المقاول على مواجهة المخاطر والمشاكل الكبيرة (نفيسة و آخرون، 2020).و بالتالي يشير موقف المخاطرة لدى المرء إلى نفور المرء من المخاطرة أو تحمله للمخاطرة ويمثل تفضيلات المرء لنشاط على آخر. يستمد بعض الأفراد

المنفعة من سلوك البحث عن المخاطر ، بينما يفضل البعض الآخر تجنب المخاطر. معظم الأفراد ، بما في ذلك رواد الأعمال ، يكرهون المخاطرة نسبيًا . يواجه جميع رواد الأعمال شكلاً من أشكال المخاطر فيما يتعلق بالأرباح ، والتي يمكن أن تتعلق بعدم اليقين بشأن أذواق المستهلكين المتغيرة ، ورد فعل المنافسين ، وتغيير الأسعار المستقبلية. إدراك المخاطر هو المستوى الشخصي للمخاطر ، وغالبًا ما يكون تصورًا متحيزًا للمستوى الفعلي للمخاطر. يختلف إدراك المخاطر بين الأفراد: هناك متفائلون ومتشائمون. مواقف المخاطر وتصورات المخاطر لها تأثير حاسم على إنشاء الأعمال الجديدة (Hoogendoorn & al, 2019) .

و تعكس المخاطر في زمن كورونا حلات من درجة عدم اليقين والخسارة المحتملة المرتبطة بالنتائج التي قد تنجم عن سلوك معين أو مجموعة من السلوكيات لمواجهة آثار الجائحة وفق عنصرين أحدهما الخسائر المحتملة وثانيها أهمية تلك الخسائر ، فمن الصعب للغاية عزل تأثير العوامل الأساسية التي تؤثر على القرار تحت المجازفة. ان المخاطرة والغموض لهما تأثيرات مختلفة ومنفصلة على سلوك ريادة الأعمال ، وأن وجود الغموض يزيد من إدراك المخاطر (Petrakis, 2007) . و هو ما ينطبق على كوفيد 19 اذ انها تميزت بالغموض مما زاد من درجة أدارك المخاطر .

1- المقاول في المجال الرياضي و القدرة على الابداع و الابتكار في زمن الجائحة :

اشارت عديد الأبحاث ان من صفات رواد الاعمال انهم لا يعتبرون أنفسهم بالضرورة أكثر استعدادًا لتحمل المخاطر ، ولكنهم يميلون إلى النظر إلى المواقف الخطرة بشكل أكثر إيجابية (Bandera & al, 2018) ، وهو ما يجب ان يكون خلال مواجهة الجائحة ، حيث اتبع البعض أساليب إبداعية و مبتكرة للمواجهة كوفيد 19 ، و قد طور رواد الأعمال المبتكرون منتجات رياضية قابلة للبيع من خلال القرارات والصفقات. في الوقت نفسه ، و قاموا برعاية شبكات ممتدة من المنظمات التي تنتج وتوزع هذه المنتجات. (Hardy, 1986) .اذ يعتبر الإبداع هو عملية تطوير استجابة أصيلة وجديدة ودقيقة لمشكلة ما، حيث ان هذه الاستجابة الأصيلة عبارة عن أشياء لم يكن موجودًا من قبل، و بالتالي فالإبداع هو القدرة على تطوير أفكار جديدة وإيجاد طرق جديدة في رؤية مشكلة وفرصة .و يجب أن يكون رائد الأعمال مبدعًا. بدون الإبداع ، سيصبح شخص ما تاجرًا عاديًا فقط. الإبداع سمة مهمة يجب أن يمتلكها شخص يقرر اختيار ريادة الأعمال على أنها اختياره الوظيفي (Kusmintarti و al، 2014).و نظرا الى ان رائد الاعمال المبدع في المجال الرياضي يمتاز بالحساسية للمشكلات والتي يقصد بها الوعي بوجود مشكلات أو حاجات أو عناصر ضعف في البيئة أو الموقف، و خاصة خلال مواجهة مشكلة مثل تابعات جائحة كورونا على المؤسسة الاستثمارية ، يجعل من رائد الاعمال المبدع يستجيب بطريقة أسرع من غيره في ملاحظة المشكلة والتحقق من وجودها في الموقف. ولا شك في أن اكتشاف المشكلة يمثل خطوة أولى في عملية البحث عن حل لها، ومن ثم إضافة معرفة جديدة أو إدخال تحسينات و تعديلات على معارف أو منتجات موجودة. ويرتبط بهذه القدرة ملاحظة الأشياء غير العادية أو الشاذة أو المحيرة في محيط الفرد، أو إعادة توظيفها أو استخدامها وإثارة تساؤلات حولها. (قرومي و بن علي، 2018)

وهو ما جعل بعض رواد الاعمال في المجال الرياضي يتجهون الى تسويق سلعتهم بطرق مختلفة ، فمثلا اتجه البعض مما يستثمرون في الألبسة و الأجهزة الرياضية الى استغلال الأساليب الالكترونية في الترويج و البيع ، كما انتشرت

فكرة الايصال الى المنازل ، و البعض الآخر اتجه الى تقديم تدريبات اللياقة عبرة الخط او ارسال فديوهات مدفوعة ، ومنهم من اعتمد على أسلوب عرض الخدمات الفردية أي القيام بتمرينات خاصة في المنازل ...الخ

يمكن أن يوفر نهج ريادة الأعمال آلية للتغلب على الأزمات الاقتصادية ، حيث تعمل "المواقف الصعبة أو الاقتصادات المتدهورة" كمحفزات لظهور رواد الأعمال ومن المرجح أن يكون رواد الأعمال يقظين للفرص و على استعداد لتحمل المخاطر.قد تكون المنظمات الرياضية الريادية أكثر احتمالا ليس فقط لتحمل المواقف الصعبة ولكن قد تظهر مستعدة للمضي قدما في الفرص الجديدة ، وبالتالي الانخراط في خلق القيمة.فإن الابتكار المستمر من قبل الشركات أمر حيوي لتلبية الحاجيات . (Ciletti, 2012)..يمكن لأصحاب المشاريع الرياضية الذين يتنبهون للفرص الجديدة ممارسة الإبداع والابتكار في تسهيل النتائج المفيدة. نظرًا لأن ريادة الأعمال الرياضية هي مجال ناشئ حديثًا ، حيث يكون الابتكار هو محور هذه العملية.و يتم تصور ريادة الأعمال الرياضية في هذا العمل على أنها أنشطة مبتكرة في سياق الرياضة التي طورها الأفراد أو المنظمات. (Naia, 2013)

خاتمة :

لقد أدت جائحة كورونا كوفيد-19 الى آثار كبيرة على مختلف مجالات الحياة ، من بين اهم ما اصبته هذه الجائحة الصحية هو القطاع الاقتصادي الذي شهد خسائر كبيرة و تذبذب غير مسبوق سواء على مستوى الدول او المؤسسات الخاصة ، وقطاع صناعة الرياضية لم يشكل استثناء في ذلك حيث أدى الى غلق معظم الأنشطة التي اتخذت من الرياضة و منتجاتها سبيلا للاستثمار و جني الأرباح سواء ما لية او مجتمعية فسجلت عديد المقاولات خسائر كبيرة سواء ان كانت هذه المقاولات شركات ضخمة ، او مؤسسات صغرى .و قد واجهت كل مؤسسة و صاحب مشروع هذه الجائحة بطرق مختلفة متحملين المخاطر و حالات عدم اليقين و طول الإجراءات المتخذة من قبل أصحاب القرارا في مواجهة هذا المرض ، فهناك من عصفت به الجائحة و هناك مقاولات قد واجهت و تحملت و منها من استغلها بطريقة ابتكارية ، الا ان هذه الجائحة بمختلف سلبياتها و ايجابياتها ، تعتبر درسا لمختلف المجالات المقاولاتية من أجل اتخاذ إجراءات من شانها إدارة الازمات المماثلة في المستقبل .

قائمة المراجع :

أحمد فايز الهرش. (2020). **أزمة فايروس كورونا: العولمة و دور جديد للدولة اقتصاديا**. *مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، 03*(02)، الصفحات 230-247.

أحمد يعقوب المجدوبة. (7 نوفمبر, 2020). تاريخ الاسترداد 21 نوفمبر, 2020، من الرأي:
http://alrai.com/article/10561247/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8/%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%B6%D8%A9

أيوب صكري، و و آخرون. (2017). **واقع التعليم المقاولاتي في الجزائر- الإنجازات والطموحات –**. *مجلة اقتصاديات المال و الاعمال، 1*(4)، الصفحات 12-22.

خديجة ايلول. (ماي, 2020). **تدابير مواجهة الانعكاسات السلبية للحجر الصحي على الجانب النفسي والاقتصادي في زمن تفشي وباء كورونا**. *مجلة منازعات الأعمال*، الصفحات 117-139.

خميس نفيسة، و آخرون. (2020). **التعليم المقاولاتي في الجامعة كآلية لبناء المقاول المستقبلي**. *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية*، *4*(1)، الصفحات 59-66. تم الاسترداد من https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122241

رزيقة مخوخ. (2020). **المقاولاتية كآلية لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر**. *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية*، *4*(2)، الصفحات 1-14. تم الاسترداد من https://www.asjp.cerist.dz/en/article/128312

سكينة حملاوي، و رقية حساني. (2019). **دور ادارة الازمات في ظل عدوى الازمات الاقتصادية**. *حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية*، *6*(2)، الصفحات 81-100.

صندوق النقد الدولي. (16 افريل, 2020). **صندوق النقد الدولي في مواجهة جائحة كوفيد-19**. تم الاسترداد من صندوق النقد الدولي: https://www.imf.org/ar/About/FAQ/imf-response-to-covid-19

عبد الحميد قرومي ، و حنان بن علي. (2018). **روح المقاولاتية ودورها في تنمية التفكير والإبداع الإداري في منظمات الأعمال الجزائرية**. *مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال*، *2*(1)، الصفحات 1-20.

علي بن حكومي، و عبد المجيد بدري. (2020). **المقاولاتية الاجتماعية : مفهومها و موضوعها. *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية*،** *4*(1)، الصفحات 9-17. تم الاسترداد من https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122237

فريدة فلاك. (2020). **أرقام وإحصائيات حول أزمة كورونا الحديثة وتداعياتها على الاقتصاديات الكبرى في العالم "و.م.ا و الصين أنموذجا"**. *مجلة التمكين الاجتماعي*، *2*(2)، الصفحات 31-64.

لخضر يحياوي. (2020). **اثر الوباء كورونا على سلوك المستهلك دراسة تحليلية لأراء عينة من المستهلكين في ولاية عين تموشنت**. *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية*، *4*(2)، الصفحات 33-42. تم الاسترداد من https://www.asjp.cerist.dz/en/article/128314

ليليا بن صويلح. (2017). **نحو مقاربة سوسيولوجية لظااهرة المقاولاتية**. *مجلة الباحث الاجتماعي*(13)، الصفحات 459-470.

محمد الاصمعي محروس. (2020). **تأصيل نظرية تربوية معاصرة لإدارة جائحة فيروس كورونا (covid-19)**. *المجلة التربوية*، الصفحات 463-499.

محمد الشريف ناصري. (2020). **تداعيات جائحة كوفيد-19 على صناعة الرياضة العالمية (الواقع و التحديات)**. *رؤى علمية لميادين الرياضة في ظل جائحة كوفيد 19*. سوق اهراس: جامعة محمد الشريف مساعدية.

محمد قوجيل. (2016). **دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر**. ورقلة، الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

ميلود بن خيرة، و سعيدة طيب. (2020). **أثر جائحة فيروس كورونا(Covid-19) على الاقتصاد العالمي**. *مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد*، *02*(02)، الصفحات 10-20.

نبيل البابلي. (2020). **ادارة ازمة كورونا اسباب النجاح و الفشل**. استنبول: المعهد المصري للدراسات.

نعيم بوعموشة. (2020). **فيروس كورونا (كوفيد19) في الجزائر –دراسة تحليلية–**. *مجلة التمكين الاجتماعي*، الصفحات 113-151.

نور الهناء براهم. (2019). **إستراتيجيات إدارة الأزمات في المؤسسات الاقتصادية**. *مجلة إقتصاد المال والأعمال JFBE*، *3*(1)، الصفحات 565-585.

Bandera, C., & al. (2018). **Risky business: Experiential learning, information and communications technology, and risk-taking attitudes in entrepreneurship education**. *The International Journal of Management Education, 16*(2), pp. 224-238.

Block, J., & Koellinger, P. (2009). **I can't get no satisfaction—Necessity entrepreneurship and procedural utility**. *Kyklos, 62*(2), pp. 191-209.

Ciletti, D. (2012). **Sports entrepreneurship: A theoretical approach.** *Sport entrepreneurship, theory and practice*, pp. 1-14.

Erkoç, M. F., & Kert, S. B. (2013). **A Comparative Study on Entrepreneurship Tendencies and Individual Innovativeness Perceptions of Pre-Service Teachers**. *International Journal of Social Sciences & Education, 3*(4).

Escamilla-Fajardo, P. e. (2020). **Effects of the COVID-19 Pandemic on Sports Entrepreneurship. *Sustainability,***

Fayolle, A. (2003). **Le métier de créateur d'entreprise**. Éditions d'Organisation.

Hammerschmidt, J., & et al. (2020). **Entrepreneurial orientation in sports entrepreneurship - a mixed methods analysis of professional soccer clubs in the German-speaking countries.** *International Entrepreneurship and Management Journal*, pp. 839-857.

Hardy, S. (1986). **Entrepreneurs, organizations, and the sport marketplace: Subjects in search of historians.** *Journal of Sport History, 13*(1), pp. 14-33.

Hoogendoorn, B., & al. (2019). **Sustainable Entrepreneurship: The Role of Perceived Barriers.** *Journal of Business Ethics, 157*(4), pp. 1133-1154.

igi-global. (2020). Retrieved from igi-global: https://www.igi-global.com/dictionary/concurrence-of-sports-and-entertainment-industries/43855

Jason, L.-Y., & Nell, P. (2020). **Navigating opportunities for innovation and entrepreneurship under COVID-19.**". *California Management Review*.

Kusmintarti, A., & al. (2014). **The relationships among entrepreneurial characteristics, entrepreneurial attitude, and entrepreneurial intention.** *IOSR Journal of Business and Management, 16*(6), pp. 25-30.

Naia, A. M. (2013). **Entrepreneurship education in sport sciences: implications for curriculum development**. Portugal: Faculdade de Humana,Universidade de Lisboa, Unpublished PhD thesis.

Petrakis, P. (2007). **The effects of risk and time on entrepreneurship**. *International Entrepreneurship and Management Journal, 3*(3), pp. 277-291.

Ratten, V. (2011). **Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management**. *Int Entrep Manag J* , pp. 57-69.

Ratten, V. (2020). **Coronavirus disease (COVID-19) and sport entrepreneurship**. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 26*(6), pp. 1379-1388.

Somoggi, A. (2020). **COVID 19 economic impact on Sports industery**. sportsvalue. Retrieved from https://www.sportsvalue.com.br/en/estudos/covid-19-economic-impact-on-sports-industry/

Syriopoulos, K. (2020). **The Impact of Covid-19 on Entrepreneurship and SMES**. *Journal of the International Academy for Case Studies, 26*(2).

UN/DESA Policy . (2020, OCTOBER 14). **The impact of COVID-19 on sport, physical activity and well-being and its effects on social developmen**. Retrieved from Unites Nations: https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/un-desa-policy-brief-73-the-impact-of-covid-19-on-sport-physical-activity-and-well-being-and-its-effects-on-social-development/

wikipedia. (2020, november 1). Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Sport_industry#cite_note-1

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:147-159.

Tourism and its role in economic development, Morocco is a model

Mustapha QAMMOURI[1]

[1] *PhD student, Department of History, Space, Society and Culture, University of Mohammed V,Morocco, mostapha-q@hotmail.com*

ARTICLE INFO

Article history:
Received:
Accepted:
Online:

Keywords:
Tourism,
economic development,
strategies,
tourism services,
JEL Code: Z30- Z31- O01- Z32

ABSTRACT

This research aims to highlight the role played by the tourism sector in Morocco in the process of economic development, this sector is among the most active sectors in terms of income, through management policies that helped to develop and codify this sector.
We also do not forget the tourism qualities that abound in Morocco and its geographical location which overlooks two interfaces: the Mediterranean Sea and the Atlantic Ocean, which helped in the first place to promote the Moroccan tourism product and make it one of the development resources on which to contribute to the economic growth.
In this article we will try to address the definition of the concept of the arena, and the extent of its contribution to the economic development in Morocco.

السياحة ودورها في تحقيق تنمية اقتصادية، المغرب نموذجا

مصطفى قموري[1]

[1]*طالب باحث، مختبر التاريخ، المجال، المجتمع والثقافة، جامعة محمد الخامس، المغرب، mostapha-q@hotmail.com.*

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:
تاريخ القبول:
تاريخ النشر:

الكلمات المفتاحية

السياحة

التنمية الاقتصادية،

استراتيجيات

خدمات سياحة

JEL Code: Z30- Z31- O01- Z32

الملخص

يهدف هذا البحث الى إبراز الدور الذي يلعبه القطاع السياحي بالمغرب في عملية التنمية الاقتصادية، فهذا القطاع يعتبر من بين القطاعات الاكثر نشاطا من حيث المداخيل، من خلال سياسات تدبيرية ساعدت على تطوير وتقنين هذا القطاع.
لا ننسى كذلك المؤهلات السياحية التي يزخر بها المغرب وموقعه الجغرافي الذي يطل على واجهتين: البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي، عاملان ساعدان بالدرجة الأولى على ترويج المنتوج السياحي المغرب وجعله أحد موارد التنمية التي يعتمد عليها للمساهمة في رفع النمو الاقتصادي. سنحاول من خلال هذا المقال التطرق الى تعريف مفهوم السياحة، ومدى مساهمتها في تحقيق تنمية اقتصادية بالمغرب.

*Corresponding Author *Mustapha QAMMOURI, Email: mostapha-q@hotmail.com*

- **مقدمة:**

أصبحت التنمية الاقتصادية موضوع اهتمام جل الباحثين ومتخذي القرارات ،وفي ظل هذا التطور الذي يشهده العالم تسعى جميع الدول على اختلاف مواردها الاقتصادية التركيز على قطاعات ذات دخل مهم، مثل قطاع السياحة الذي يعتبر من بين القطاعات الحيوية والاهم ببعض البلدان الاوروبية والعربية، لما تحققه من ارباح مالية وخلق لفرص الشغل وتشجيع الاستثمارات...

تعتبر السياحة في العالم العصب لكل اقتصاد وذلك بما توفره من عوائد مالية ضخمة سنويا من العملة الصعبة والتي تمكن الدول من المشاركة بشكل كبير بالناتج المحلي ومكافحة البطالة، عن طريق توظيف شريحة كبيرة من اليد العاملة (احمد، خزازنة ، و بن تفات ، 2020، صفحة 100) وبالتالي تساهم في تحقيق تنمية اقتصادية.

خلال هذا المقال سنأخذ نموذج السياحة بالمغرب ودورها في الاقتصاد الوطني، باعتبارها أحد محركات النمو الاقتصادي في البلاد، من أجل الاهتمام بهذا القطاع تم تأسيس وزارة السياحة سنة 1985م، وكان هدفها الاسمى الإشراف على الأنشطة السياحية في البلاد وتحسين القطاع السياحي فيها، فتنوع المنتوج السياحي المغربي جعل معظم السيّاح يتوافدون عليه للتعرف على ثقافة وتاريخ البلاد العريق، ففي سنة 2017، تم تصنيف المغرب على أنها الوجهة السياحية الأولى بأفريقيا.

- **إشكالية البحث**

تتمحور اشكالية البحث حول مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية بالمغرب، سنبين هذه الاشكالية من خلال السؤال المحوري التالي:

الى أي حد ساهمة السياحة في تنمية الاقتصاد الوطني المغربي؟

- **أسئلة البحث**

لتطرق الى اشكالية البحث وجب علينا طرح التساؤلات التالية:

- ما مفهوم السياحة؟
- ماهي مقومان السياحة بالمغرب؟
- ماهي استراتيجية المغرب للنهوض بالقطاع السياحي؟
- ما هو دور السياحة في الاقتصاد المغربي؟

- **فرضيات البحث**

من أجل معالجة إشكالية الدراسة يتم طرح الفرضيات الرئيسية التالية:

-القطاع السياحي يساهم في التطور الاقتصادي الوطني.

السياحية تشكل عنصرا مهما في الميزان الاقتصادي المغربي.

1- قطاع السياحة بالمغرب ومقوماته:

لعب النشاط السياحي دوراً مهماً في تنمية الاقتصاد المغربي خلال السنوات الماضية، ويرجع الفضل في ذلك إلى توفر المغرب على مؤهلات سياحية كثيرة: من مواقع اثرية كالموقع الأثري لوليلي، طبيعية كالمحميات والجبال الشامخة، ثقافية كالتنوع الثقافي الذي تعرفه كل منطقة على حدة، سنطرق خلال النقاط التالية الى تعريف لمفهوم السياحة، اهميتها ومقوماتها الاساسية.

1-1- تعريف السياحة:

لم تكن السياحة ظاهرة اجتماعية حديثة النشأة، فهي تواجدت مع وجود الانسان، حيث عرفها منذ نشأته الاولى. فمفهوم السياحة لغة حسب معجم مقاييس اللغة، أن السين والياء والحاء أصل صحيح، وقياسه قياس ما قبله، وهو (سيب) فإنهما يدلان على استمرار الشيء وذهابه. يقال: سَاح في الأرض يَسِيْحُ سِيَاحَةً وسُيُوحَاً وسَيَحَاناً، أي: ذهب. اما اصطلاحا فقد ذكرت كلمة السياحة في عدة سور قرآنيه واحاديث نبوية، فالسِّياحة تعني: الذهاب في الأرض للعبادة، والترهب فلقد جاء في قوله سبحانه وتعالى: "فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ" فالمراد هو السير في الأرض ، وفي الجامع لأحكام القرآن وكذا في محاسن التأويل: "فسيحوا: أي سيروا في الأرض.

ورد في السنة قول النبي صلى الله عليه وسلم: "إن لله ملائكة سياحين في الأرض فُضُلاً عن كُتَّابِ الناس فإذا وجدوا أقواماً يذكرون الله تنادوا هلموا إلى بغيتكم فيجيئون فيحفون بهم إلى السماء الدنيا فيقول الله: أي شيء تركتم عبادي يصنعون؟ فيقولون: تركناهم يحمدونك ويمجدونك ويذكرونك (الخدري، 1441 هـ، صفحة 3600)

اجتهد كذلك بعض الباحثون الاجانب للإيجاد تعريف للسياحة نذكر منهم:

- الألماني جوبير فرويلر ": Guyer Freuler الذي قام سنة 1905 م بإعطاء تعريف للسياحة على انها "ظاهرة من ظواهر عصرنا ،تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة و إلى تغيير الهواء ،و إلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة و نمو هذا الإحساس و إلى الشعور بالبهجة و المتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة و أيضا نمو الإتصالات على الأخص بين الشعوب مختلفة" (طالب و وهراني، 2011، صفحة 571)
- سنة 1910م ، اعطى العالم النمساوي شوليرن شراتتهومن Schullard.H.V تعريفا جديدا للسياحة، لكنه ادخل عنصر اساسي تم اهماله خلال التعريف السابق لفرويلر وهو الجانب الاقتصادي المرتبط بالقطاع السياحي، حيث ذكر ان السياحة: "هي إصطلاح يطلق على العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الإقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب و إقامتهم المؤقتة و إنتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة" (توفيق، 2013، صفحة 23).

بعد هاذين التعريفين عملت مجموعة من تعاقبت الكثير من الباحثين، الهيئات الإقليمية و الدولية خاصة الاقتصادية و السياحية على ايجاد تعريف شامل وأهمها تعريف المنظمة العالمية للسياحة"" World Tourism

Organization" الذي كان أدق من حيث مدة الاقامة، فقد عرفت السياحة بأنها: تشمل السياحة أنشطة الاشخاص المسافرين الى أماكن خارج بيئتهم المعتادة والبقاء في اماكن لا تزيد عن سنة لغرض الترفيه او الاعمال وغيرها من الاغراض (احمد، خزازنة، و بن تفات ، 2020، صفحة 100)

1-2- مقومات السياحة بالمغرب.

• **الموقع الاستراتيجي:** يقع المغرب بشمال القارة الافريقية، وهذا الموقع يعتبر موقعاً استراتيجياً، "وتتفرّد البلاد بأنَّها البلد الأفريقي الوحيد الذي يطل على المحيط الأطلسي والبحر المتوسّط" (Laroui، Susan، Nevill ، و and others، 2018)، فالقرب الجغرافي لأروبا، جعل المغرب يفوز بمعظم السياح القادمين منها، لتحتل فرنسا قائمة الزوار، تليها اسبانيا في المرتبة الثانية.

• **التاريخ المغربي** : يتميز المغرب بتاريخ عريق، يعود إلى العصر الحجري القديم، ويحتوي المغرب على العدد من المدن العريقة التي تعكس تاريخها، نذكر منها: الرباط، والدار البيضاء، وفاس، وطنجة، وغيرها، فعلى سبيل المثال تعتبر مدينة فاس قبلة سياحية متميزة، مكان للتجمع اليهودي في العصور التاريخية القديمة، وكانت إحدى المدن الإمبراطوريّة في المغرب القديم، ومركزاً تجاريّاً مُتميّزاً، وتم إدراج المكان ضمن المواقع للتراثية العالمية لليونسكو (Sheth، 2018)

• **المؤهلات الطبيعية:** يزخر المغرب بمؤهلات طبيعية وسياحية جميلة، تتجلى في الشواطئ الجميلة الممتدة على واجهتين بحريتين ويتراوح امتدادهما 3500 كلم، وسلاسل جبلية ممتدة من شمال نحو جنوب المغرب بقمم عالية يصل طولها 4167 م، كما نجد موارد طبيعية اخرى من سهول وشلالات وعيون مائية وغابات الصنوبر والأرز والبلوط، وفي الجنوب والشرق نجد الصحارى والهضاب والحمامات المعدنية العلاجية والمغارات التي تسمح للسياح بممارسة هوايات مختلفة.

• **التراث الثقافي:** عرف المغرب منذ القدم، بحكم موقعه عند ملتقى كل من حوض البحر الأبيض المتوسط وقارتي إفريقيا وأوروبا، تعاقبا وتمازجا للحضارات قل أن يجود به التاريخ والجغرافيا. وقد ورث المغرب من ماضيه هذا تراثا ثقافيا متعدد المشارب ومعترفا بتنوعه وغناه على المستوى العالمي. يشكل هذا التراث، الذي يعتبر رمزا للهوية وعنصرا أساسيا لذاكرتنا، حاملا لمبادئنا وقيمنا المشتركة وقابلا للنقل إلى الأجيال القادمة.

1-3- العرض السياحي بالمغرب.

➢ **السياحة الشاطئية:**

يتوفر المغرب على واجهتين بحريتين ، البحر الأبيض المتوسط و المحيط الأطلسي ، يبلغ طولهما 3500 متر، يرتكز المخطط الأزرق 2020 على مفهوم خلق محطات شاطئية مندمجة "ذكية" ويطمح أساسا في إعادة التوازن للسياحة الشاطئية بهدف إنشاء عرض شاطئي مغربي تنافسي على الصعيد الدولي.

- **السياحة الجبلية:**

يعرف المغرب بتواجد ثلاث سلاسل جبلية رئيسية وهي: جبال الريف الواقعة في الجهة الشمالية، جبال الأطلس المتوسط وجبال الأطلس الكبير ذات أكبر قمة في المغرب (قمة توبقال4167 كلم) والأطلس الصغير التي تقع في وسط المملكة.

- **السياحة الثقافية:**

السياحة الثقافية هي نوع من أنواع السياحة التي تهتم بثقافة دولة معينة، ونمط حياة الناس فيها، وطبيعتها الجغرافية، وتاريخ الأشخاص الذين يسكنون هذه الدولة، والهندسة المعمارية، والفن، والدين، وأي أمور أخرى عملت على تشكيل نمط حياة الأفراد فيها، ويمكن ممارسة هذا النوع من السياحة في المناطق الحضرية؛ مثل المدن التاريخية، أو المدن الكبيرة، أو المتاحف، أو المسارح، ومن الممكن أن تشمل المناطق الريفية التي تعرض تقاليد المجتمعات الأصلية الثقافية فيها، وقيمهم، ونمط حياتهم (Definitions for cultural tourism, ، 2019).

- **السياحة التاريخية:**

من أهم محركات السياحة، حيث يهتم السياح بالمظاهر التاريخية للمغرب كالمدن القديمة و المآثر التاريخية وقصص كل منها على حدة كفترة الإمارات الإسلامية التي خلفت وراءها تراثا معماريا ذا طابع إسلامي في غاية الروعة، و فترة الإستعمار التي تشكل فيها العمران المتأثر بالهندسة الأوربية بالإضافة إلى حصون المدن التي كانت تشكل هدفا مباشرا لهذا التهديد.

- **السياحة الدينية:**

تعتبر السياحة الدينية من بين اقدم أنواع السياحة التي عرفتها البشرية، وهو السفر بهدف الحج أو زيارة الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة والقدس الشريف والمدينة المنورة والفاتيكان.

- **السياحة الطبيعية:**

ينتشر هذا النوع في الدول التي تحتوي على جمال طبيعي كبير كأنهار وجبال ووديان وغابات ومنار طبيعية جميلة (احمد، خزازنة ، و بن تفات ، 2020، صفحة 101).

- **السياحة العلاجية:**

تعرف السياحة العلاجية بسفر الانسان نحو مكتن أخر في العالم من اجل العلاج، وتعد تركيا من الوجهات المفضلة للسياحة العلاجية وبخاصة في مجال التجميل (احمد، خزازنة ، و بن تفات ، 2020، صفحة 102)

2- السياحة والاقتصاد المغربي.

عرف القطاع السياحي بالمغرب حركية هامة منذ منتصف القرن العشرين، مع توالي السنوات تحول إلى عامل اساسي للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ، ومحفزا لإنعاش الاستثمار السياحي بكل المجالات الترابية وتوزيعها بشكل عادل لتحقيق التنمية المستدامة.

خلال السنوات الاخيرة، سعى المغرب إلى تثمين القطاع السياحي من خلال ادراج هذا القطاع ضمن مختلف مخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، لما له من ايجابيات كثيرة من قبيل: التشغيل، تنمية المقاولات ،خلق رواج سياحي بالمناطق المستقطبة...، فمن بين الاهداف المستقبلية، جعل السياحة بالمغرب من اولويات مصادر التمويل الوطني، وذلك من خلال رؤية 2020 السياحة التي لها اهداف جد مشجعة.

2-1- السياسات السياحية بالمغرب منذ الاستقلال.

حظي القطاع السياحي مند سنة 1965 بالأولوية هامة ، وكان الهدف من ذلك تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية وجلب العملة الصعبة، وتسخير هذه الاخيرة في استيراد ما تحتاجه البلاد من منتجات غذائية.

بدأت ملامح السياسة السياحية توجهاتها تتحدد مع المخطط الثلاثي 1967/1965 وهذا المخطط سجل بداية انطلاق الاستثمارات العمومية في القطاع، وقد لعبت الدولة دور المقاولة السياحية وقامت بإحداث أشغال التهيئة الكبرى، والبنيات التحتية والتجهيزات. مقابل ذلك عارضت بعض الأحزاب والقوى الوطنية ذلك ورأت أن هذا المخطط أعطى الأولوية للسياحة على حساب الصناعة التي اعتمدها مخطط 1964/1960 ، وأن المخطط الثلاثي "رجعي" أعده خبراء أجانب عملا بتوجيهات البنك الدولي وهي مؤسسة هامة للرأسمالية (عمران، 2004، صفحة 88). سارت المخططات الموالية على نفس النهج وتضمنت برامج جعلت من السياحة والتهيئة السياحية إحدى المحاور الرئيسية للتنمية ، ولعبت الدولة دائما دور المخطط والمنعش للقطاع السياحي الذي كان يحظى بنفس الأولوية التي حظي بها القطاع الفلاحي وتكوين الأطر (Mimoun، 2007، صفحة 146)،

مع بداية الثمانينات بدأت تتقلص تدريجيا الاعتمادات المخصصة للقطاع ، وأصبحت الدولة تتخلى تدريجيا عن القطاع في إطار إعادة توجيه الاقتصاد ونهج سياسة الخوصصة، وقد شكل مخطط 1985/1981 نهاية دولة العناية وإعادة النظر في السياسة الاجتماعية والاقتصادية وانقلب دور الدولة (من الدولة المنعشة والمستثمرة إلى الدولة المراقبة (Mimoun، 2007، صفحة 146)، عرف القطاع اهتماما مع بداية سنة 2000 التي شكلت نقطة تحول في السياسة السياحية ، وذلك من خلال وضع مخطط استراتيجي جديد رؤية 2010/2000، هذه الأخيرة جاءت بتوجهات جديدة لتحديث القطاع والنهوض به للإقلاع بقاطرة السياحة حسب مهندسي ومخططي السياحة، والهدف الأسمى هو جلب 10 مليون سائح إلى جانب جلب العملة الصعبة التي تم توقعها في 480

مليار درهم نهاية سنة 2010 وإحداث حوالي 600 ألف منصب شغل للمغاربة بصفة مباشرة وغير مباشرة . بعد فشل هذا المخطط تم التفكير في اصدار مخطط جديد رؤية 2020.

2-2- استراتيجية السياحة بالمغرب: رؤية 2020.

-التزامات الرؤية السياحية 2020

تسمح هذه الاستراتيجية بوضع طموحات كبيرة لتنمية السياحة في العشرية المقبلة تستمد جذورها من القيم الأساسية والمؤهلات التي تميز المغرب عن باقي الوجهات السياحية :

- **الأصالة** : رسخت السياحة المغربية ازدهارها وتموقعها منذ عدة عقود باعتمادها على الأصالة. وقد سمح هذا الاختيار بتميز تنافسية المغرب وتموقعه مقارنة مع الوجهات المنافسة المباشرة التي ارتكزت في معظمها على السياحة المكثفة. وستعزز رؤية 2020 هذا الاختيار التاريخي من خلال منهجية استباقية مبتكرة تحافظ وتعزز التراث الثقافي و الطبيعي للمملكة.
- **التنوع** : إن التنوع أهم ميزة للسياحة بالمغرب: حيث تشهد تنوعا في المناطق والمناظر الطبيعية وأيضا في الثروات الطبيعية والنظم الايكولوجية وتنوع الثقافات والتأثيرات الإفريقية و الأوروبية. و بذلك ستعزز رؤية 2020 هذا التنوع من خلال سياسة طموحة لتهيئة التراب الوطني.
- **الجودة** : سيظل تطوير الطاقة الإيوائية الجديدة هدفا استراتيجيا لرؤية 2020 التي ستسهر على تحسين القدرة التنافسية لجميع حلقات السلسلة السياحية، و خاصة ترسيخ ثقافة حقيقية لجودة الخدمات السياحية وتطوير عرض مبتكر في مجال التنشيط السياحي.
- **الاستدامة** : ستضع رؤية 2020 التنمية المستدامة في قلب طموحها، و ذلك مواكبة للتوجهات العامة المعتمدة في البلاد. فالمغرب الذي تمكن من الحفاظ على موارده وأصالته يتوفر في هذا الصدد على إمكانيات حقيقية وكبيرة، تسمح له بالتموقع والتميز في محيط يعرف بحدة التنافسية والتغير المستمر.

- الاهداف الكبرى الاستراتيجية رؤية 2020

رسمت الرؤية السياحية للمغرب 2020 اهداف و طموح كبرى ستساعد على جعل البلاد ضمن الوجهات العالمية العشرين المفضلة للسياح وسيفرض نفسه كمرجع للتنمية المستدامة في الحوض المتوسطي". ليبقى الهدف الرئيسي هو: "**مضاعفة حجم القطاع**".

يمكن تلخيص اهداف هذه الرؤية السياحية في النقاط الاتية:

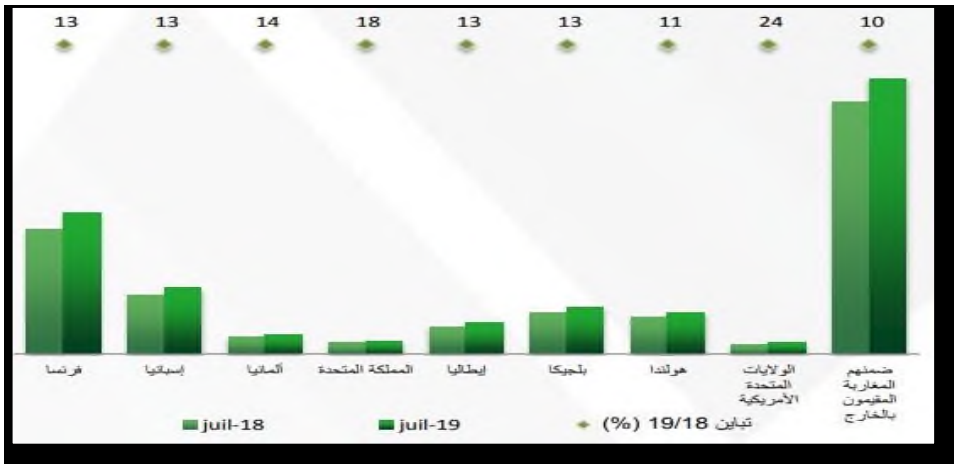
- مضاعفة الطاقة الإيوائية بإحداث 200 ألف سرير جديد، 150 ألفا منهم في الفنادق و5 ألفا في مؤسسات مماثلة، من أجل توفير تجربة سياحية غنية وشاملة للسياح؛

- مضاعفة عدد السياح الوافدين من خلال مضاعفة الحصة من الأسواق الأوروبية الرئيسية وجذب مليون سائح من الأسواق النامية؛
- مضاعفة عدد الرحلات الداخلية ثلاث مرات بهدف دمقرطة السياحة في البلاد؛
- خلق 470 ألف منصب شغل جديد مباشر في مجموع التراب الوطني من أجل توظيف قرابة مليون مغربي بنهاية العشرية؛
- الرفع من العائدات السياحية من أجل بلوغ 140 مليار درهم سنة 2020، أي ما يقارب 1000 مليار درهم من التراكمات المالية بنهاية العشرية؛
- رفع نسبة الناتج المحلي الإجمالي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الوطني بنقطتين من أجل الوصول إلى ما يقارب 150 مليار درهم، مقابل 60 مليار المسجلة حاليا.

2-3- مكانة السياحة في الاقتصاد المغربي.

للسياحة اهمية كبيرة بالمغرب حيث تعتبر احد المصادر الرئيسية للعملة الصعبة بعد عائدات الفلاحة ولذلك هدفت المملكة المغربية لتنظيم خطط واستراتيجيات بغيت انشاء دينامية سياحة شاملة، تهدف الى زيادة فاعلية القطاع على المستوى الاقتصادي من خلال زيادة الايدي العاملة الوطنية ،ارتفاع الدخل الفردي، ودفع عجلة التنمية الشاملة للمملكة.

شكل رقم(1): تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود حسب بلد الاقامة.



المصدر: Observatoire du tourisme/juillet 2019 Maroc

نلاحظ ان الاسواق الرئيسية المصدرة للسياح شهدت تطورا هامة في عدد الوافدين، حيث شهدت كل من فرنسا، اسبانيا، بلجيكا، ايطاليا، المانيا، المملكة المتحدة و الولايات الامريكية ارتفاعات نسبتها كالتالي:

13% و 13%و 13% و13% و14 % و 18% و 24% على التوالي ، وهذه النسب تم حسابها من خلال الفرق الحاصل بين عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود خلال شهر يوليوز 2019 وعددهم خلال سنة 2018 من نفس الفترة.

نلاحظ كذلك هيمنة للسوق الفرنسي باعتباره المصدر الاول للسياح ليحتل بذلك المرتبة الاولى، تليها اسبانيا، بلجيكا بنسب مهمة.

خلال الجدول التالي سنستقرأ عدد السياح بالأرقام.

شكل(2) : تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود : + 13% خلال شهر يوليوز 2019

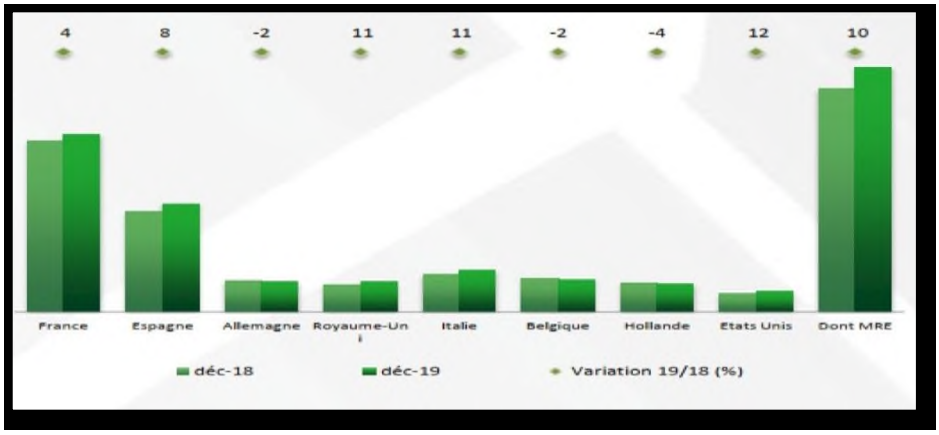
بلد الإقامة	عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود			
	يوليوز 2010	يوليوز 2018	يوليوز 2019	تباين 19/18 (%)
فرنسا	596 991	637 615	723 670	13
إسبانيا	274 959	298 678	337 950	13
ألمانيا	69 649	87 193	99 142	14
المملكة المتحدة	43 844	55 835	65 618	18
إيطاليا	117 938	139 565	157 719	13
بلجيكا	184 381	209 142	236 454	13
هولندا	165 975	189 223	209 107	11
الولايات المتحدة الأمريكية	29 028	46 352	57 280	24
دول أخرى	166 245	240 673	257 584	7
المجموع	1 649 010	1 904 276	2 144 524	13
ضمنهم المغاربة المقيمون بالخارج	1 139 837	1 287 368	1 410 644	10
السياح الأجانب	509 173	616 908	733 880	19

المصدر: Observatoire du tourisme/juillet 2019 Maroc

خلال ملاحظتنا للجدول، نستقرأ تطور ملحوظ لعدد السياح، نأخذ على سبيل المثال تطور السوق الفرنسي. ففي شهر يوليوز من سنة 2010 كان عدد الوافدين 596991 ليتطور تدريجيا في نفس الفترة سنة 2018 ليصل الى 637615 اي هناك ارتفاع بنسبة 6.80% . نفس الشيء نلاحظه شهر يوليوز 2019 اي ارتفاع بنسبة 13%.

هذا التطور جاء ثمرت مجهودات المملكة من اجل تسخير مؤهلات البلاد لتشجيع القطاع السياحي، لما له من تأثير على جميع المجالات سواء الاقتصادية او الاجتماعية. فلطالما كانت السياحة ركيزة اقتصادية أساسية في المغرب وهي حاسمة لأي استراتيجية مالية، كما يتضح من هدف الحكومة لعام 2020 المتمثل في توليد قطاع السياحة 140 مليار درهم مغربي (14,59 مليار دولار). ففي عام 2018، ارتفعت الإيرادات من السياحة إلى 73,15 مليار درهم من 69,7 مليار درهم في عام 2017، مما يجعلها مصدراً مهماً للعملة الصعبة (BAZ و SENNA، 2019).

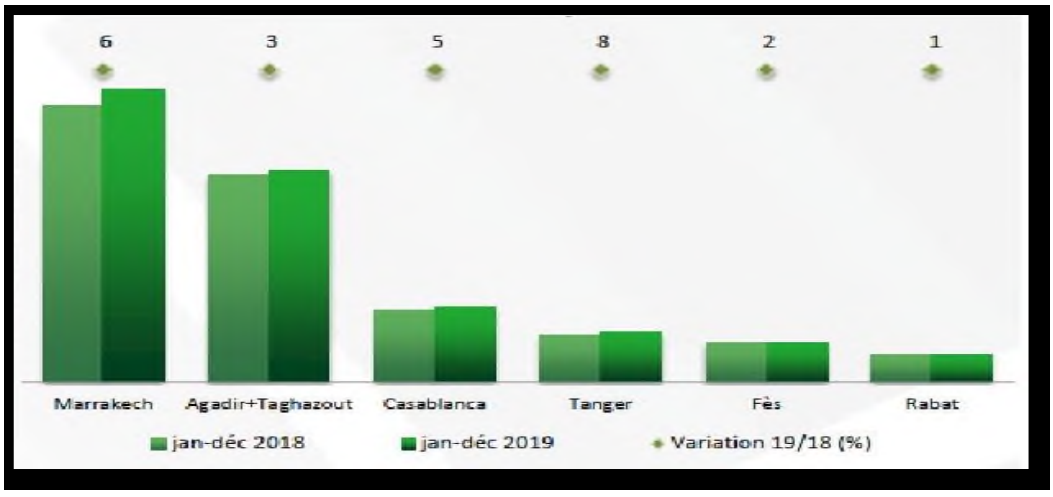
شكل (3):تطور عدد الوفدين على المناطق الحدودية، زيادة 4.4% الى حدود شتنبر 2019



المصدر: **Observatoire du tourisme/juillet 2019 Maroc**

بناء على البيانات المقدمة من المديرية العامة للأمن الوطني، شهد عدد السياح القادمون عند نقاط العبور الحدودية خلال شهر شتنبر 2019 زيادة ملحوظة بنسبة 4% مقارنة بعام 2018 (+1% لـ السياح الاجانب و +10% لـ للمغاربة المقيمين بالخارج). سجلت الأسواق المصدرة نتائج متفاوتة، فالسياح الوافدون من فرنسا وأسبانيا، سجلوا زيادات بلغت +4% و+8% على التوالي، في حين سجلت ألمانيا وبلجيكا وهولندا انخفاضات بلغت 2% و−2% و4%على التوالي. وفي حين أظهرت الأسواق الأخرى نتائج إيجابية، كالولايات المتحدة (12%)، المملكة المتحدة (11%)، وإيطاليا (11.%).

شكل(4): تطور ليالي المبيت بالمؤسسات الفندقية خلال فترة ماين يناير ودجنبر 2019

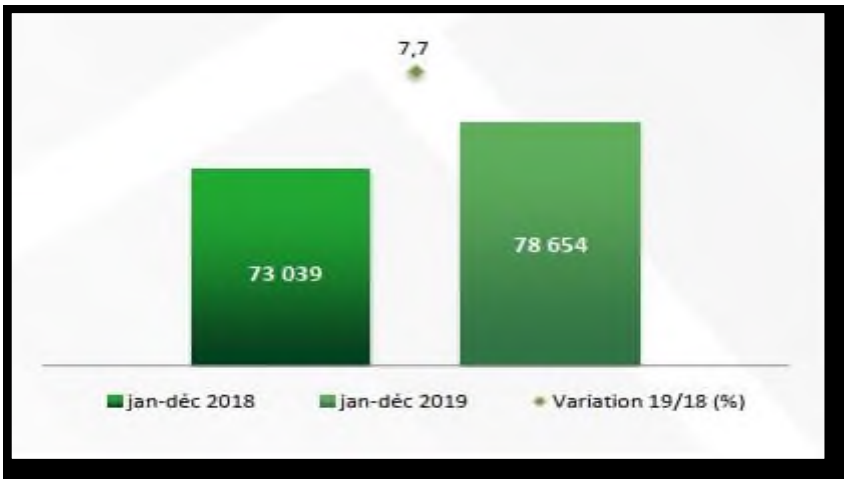


المصدر:**Observatoire du tourisme/juillet 2019 Maroc**

في سنة 2019 ، بلغ إجمالي عدد الليالي التي تم قضاؤها في مؤسسات الإيواء السياحية المصنفة زيادة تقدر ب 5٪ مقارنة بسنة 2018 (+ 3٪ للسياح غير المقيمين و + 9٪ ل السكان).

بالنسبة للوجهات السياحية مثل مراكش وأكادير، سجلت نتائج إيجابية بزيادة تقدر ب + 6٪ لمراكش و + 3٪ لأكادير. اضافة الى وجهات اخرى عرفت انتعاشا مثل طنجة ،الدار البيضاء ،الرباط وفاس بنسب تقدر على التوالي ب 8٪ ، 5٪ ، 1٪ و + 2٪ .

شكل(5): تطور عائدات قطاع السياحة خلال فترة يناير ودجنبر 2019+7.7%



المصدر: مكتب الصرف Office des Changes

خلال سنة 2019، بلغت عائدات القطاع السياحي بالعملات الأجنبية في المغرب 78.65 مليار درهم مقارنة بـ 73.04 مليار درهم سنة 2018، اي بزيادة تقدر بنسبة +7,7%.

- **خاتمة:**

بفضل المؤهلات التاريخية و الطبيعية للمغرب، ساعدت في جعله من بين الدول المستقطبة للسياح، ويترجم ذلك الاحصائيات المدرجة من قبل وزارة السياحة .

ساهمت السياسات السياحية المقترحة على اعطاء اولوية للقطاع السياحي، لكن في بعض الاحياء تنتهي بالفشل، و السبب في ذلك سوء التدبير. لكن خلال الاستراتيجية الاخرة –رؤية 2020 – بذت ملامح تحقيق اهدافها تظهر تدريجيا، و الاجدر يمكننا ان نقول انها في طور النجاح.

لا ننسى كذلك كتوصيات، تشجيع السياحة الداخلية التي تعتبر كذلك قوة اقتصادية مهمة، من خلال برنامج بلادي، الذي يهدف الى تشجيع الفئات الاجتماعية ذات الدخل المتوسط على استغلال الفرص السياحية، و توفير منتوج يلائم متطلبات اي فئة من السياح، فلا يمكن تعميم منتوج من النوعية الرفيعة على جميع فئات المجتمع، بل يجب الأخذ بعين الاعتبار القدرة الشرائية لكل فئة واللجوء الى تنويع المنتوج السياحي .

- **نتائج الدراسة.**

- يتميز القطاع السياحي بصفة عامة بخاصيتي المرونة والحساسية تجاه جميع أنواع المتغيرات سواء: سياسية، اقتصادية، اجتماعية... بالبلدان المستقبلة او المصدرة للسياح.
- تمثل السياحة في الوقت الراهن صناعة متكاملة، تتميز بتكامل خدماتها وتنوع اصنافها، و ما يميزها أيضا انها كمحرك اساسي في التنمية الاقتصادية للبلدان.
- رغم الازدياد الملاحظ في الطلب السياحي الوافد الى المغرب، الا انه يبقى مقارنة بحجم الطلب السياحي لبعض الدول المنافسة كإسبانيا وتركيا.
- واجه القطاع السياحة بالمغرب فشل عدة مخططات سياحية كمثال (vision 2010) وذلك ما انعكس سلبا على الطموح والاهداف المراد تحقيقها.
- من بين اسباب ضعف الطلب السياحي بالمغرب، ضعف العرض السياحي وغلاء الأسعار في بعض المناطق والمؤسسات الفندقية مما يدفع بعض المغاربة الى قضاء العطل خارج البلاد بتكلفة اقل، بالإضافة إلى تعقيد مساطر الاستثمار بالنسبة للأجانب والمغاربة المقيمين بالخارج والوافدين الى المغرب.

- **التوصيات.**

- محاولة إنعاش التسويق والاشهار السياحي من خلال العمل على التعريف بالوجهات السياحية المغربية بالاستعانة بوسائل الإعلام الحديثة،
- تشجيع الصناعات والحرف التراثية، التي من هدفها دعم الصناعة السياحية،
- العمل على تحفيز وتشجيع الاستثمارات الأجنبية من خلال تسهيل المساطر الادارية وتهييئ مناخ الاستثمارات السياحية،
- العمل على انجاح المخططات السياحية المتخذة من طرف الوزارة الوصية مع الأخذ بعين الاعتبار التركيز على تنمية سوق سياحية داخلية ترضي رغبات السياح؛
- الاستثمار في الرأسمال البشري من خلال التدريب والتكوين من خلال العمل على إنشاء مراكز التدريب والتعليم السياحي الفندقي وذلك للرقي بالخدمات المقدمة للزبائن،
- احداث لجنة مكلفة بمرقبة الأسعار المطبقة للخدمات السياحة: أسعار المطاعم، المبيت والنقل الخاص
- تشجيع توقيع اتفاقيات مع الاسواق العربية ومحاولة انشاء علاقات شراكة وخطوط جوية من اجل ترويج القطاع السياحي للبلدان العربية.
- توفير مناخ امن للسياح و السيطرة على المتغيرات المؤثرة على الطلب،

- قائمة المصادر والمراجع.

الكتب:

- اسماعيل عمران. **التنمية السياحية بالمغرب، واقع وأبعاد ورهانات**.2004 دار الامان. الطبعة 2، الرباط
- ماهر عبد العزيز توفيق. **صناعة السياحة.** 2013 ، زهران للنشر و التوزيع، الأردن
- Hilali Mimoun, **La politique du tourisme au Maroc. Diagnostic, bilan et critique**.2007, Harmattan. p 146.

مقالات منشورة بمجلات علمية:

- دليلة طالب، و عبد الكريم وهراني. **السياحة أحد محركات التنمية المستدامة : نحو تنمية سياحية مستدامة. مؤتمر نمو المؤسسات و الاقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي و تحديات الأداء البيئي**، المنعقد بجامعة ورقلة يومي 22 و 23 نوفمبر 2011
- صخر احمد، وهيبة خزازنة ، و عبد الحق بن تفات . **دراسة تحليلية لبعض مؤشرات السياحة في بعض الدول السياحية المختارة باستخدام طريقة التحليل بالمكونات الرئيسية "acp "**. مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، (27 12, 2020)، 05(01)، صفحة 102.

المواقع الالكترونية:

Definitions for cultural tourism, 22 Mai 2019. Available at: w ww.definitions.net

Abdallah Laroui ،Gilson Miller Susan ،و Barbour Nevill. 25 Novembre 2018 Available at: *www.britannica.com*

Khushboo Sheth,23 Aout 2018, **The Biggest Cities In Morocco.** Available at: www.worldatlas.com

PATRICK BAZ، و SENNA FADEL. (8 غشت, 2019) **. ما أسباب ازدهار السياحة في المغرب؟** الرابط: /https://fanack.com/ar/morocco/economy/moroccos-tourism-boom

أبو هريرة أو أبو سعيد الخدري. (1441 هـ). **الدرر السنية.** الرابط: https://www.dorar.net/hadith/sharh/36275

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:160-170.

Entrepreneurship promotion strategy in Algeria and obstacles of its achievement

Boufeldja Ghiat

[1]*PhD., Psychology, University of Oran 2, Algeria, ghiat.boufelja@univ-oran2.dz*

ARTICLE INFO

Article history:
Received:02/01/2021
Accepted:08/01/2021
Online:11/01/2021

Keywords:
Entrepreneurship promotion;
Employment strategy ;
Algerian University;
Entrepreneurship requirements;
Entrepreneur's personality .

JEL Code: A23; J23, J24.

ABSTRACT

The state's failure to create new jobs at the level of young people entering the labor market every year has encouraged it to set up several structures to help employ young people and encourage them to set up their own businesses. Thus, a strategy was adopted to encourage young university graduates and granted them a lot of facilities in terms of financing, accompaniment and tax exemptions during the first years of activity. Nevertheless, results remained limited below the expectations of the operating authorities. Among the reasons for these failures are the inefficacy of the higher education system, the tyranny of a culture of complacency and the multiplicity of demands of young people and their dependence on state support. The university has also been unable to provide students with competencies, skills and psychological characteristics to meet the challenges posed by the entrepreneurial reality.

This paper addresses the pillars of the strategy for the promotion of entrepreneurship and the obstacles to its embodiment on the ground. It also proposes measures to remedy the shortcomings of the strategy adopted.

إستراتيجية ترقية المقاولاتية في الجزائر ومعوقات تجسيدها

بوفلجة غيات

[1] دكتوراه، قسم علم النفس، جامعة وهران 2، محمد بن أحمد، الجزائر، ghiat.boufelja@univ-oran2.dz

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:
2021/01/02
تاريخ القبول: 2021/01/08
تاريخ النشر: 2021/01/11

الكلمات المفتاحية
ترقية المقاولاتية
إستراتيجية التشغيل
الجامعة الجزائرية
متطلبات المقاولاتية
شخصية المقاول الناجح

JEL Code: A23; J23, J24.

الملخص

لقد شجع فشل الدولة في خلق فرص عمل جديدة على مستوى الشباب الذين يدخلون سوق العمل كل عام على إنشاء عدة هياكل للمساعدة في توظيف الشباب وتشجيعهم على إقامة أعمالهم الخاصة. وهكذا تم اعتماد إستراتيجية لتشجيع خريجي الجامعات الشباب ومنحهم الكثير من التسهيلات من حيث التمويل والمرافقة والإعفاءات الضريبية خلال السنوات الأولى من النشاط. ومع ذلك، ظلت النتائج دون توقعات سلطات التشغيل. ومن بين أسباب هذه الإخفاقات عدم كفاية نظام التعليم العالي، وطغيان ثقافة الرضا عن الذات، وتعدد مطالب الشباب واعتمادهم على دعم الدولة. كما لم تتمكن الجامعة من تزويد الطلاب بالكفاءات والمهارات والخصائص النفسية لمواجهة التحديات التي يفرضها واقع المقاولاتية.

وتتناول هذه الورقة ركائز إستراتيجية تشجيع المقاولاتية والعقبات التي تحول دون تجسيدها على أرض الواقع. كما تقترح تدابير لمعالجة أوجه القصور في الإستراتيجية المعتمدة.

*Corresponding Author, *ghiat_boufelja@yahoo.fr*

1. مقدمة:

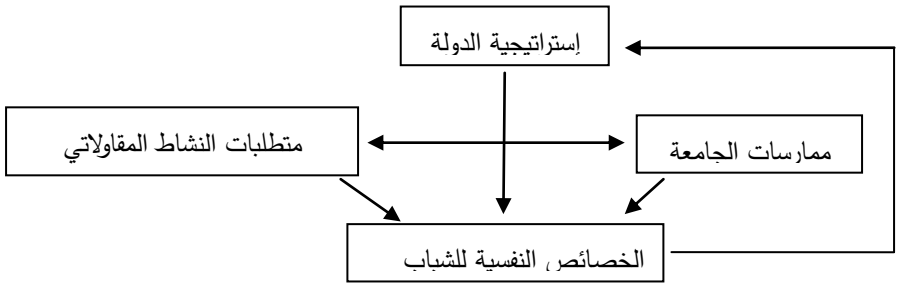
شهدت الجزائر مع نهاية القرن العشرين، أزمة اقتصادية وأمنية أثرت سلبا على أداء اقتصادها الوطني. ولا زالت حتى اليوم تحاول مواجهة تداعيات الأزمة والتكيف مع التغيرات والتحدّيات الاقتصادية التي تفرضها تقلبات سوق النفط العالمية. وقد كان لذلك انعكاسات على تشغيل الشباب في ضوء صناعة متخلفة وغير فعالة، وتزايد عدد الطلبة المتخرجين سنويا من الجامعات الجزائرية.

إن فشل الدولة في إنشاء فرص عمل جديدة في مستوى أعداد الشباب الذين يدخلون سوق العمل سنويا، شجعها على إنشاء عدّة هياكل تنظيمية مساعدة على تشغيل الشباب. وهو ما ألجأ الدولة إلى اعتماد سياسة لتشجيع الشباب من خريجي الجامعات ومراكز ومعاهد التكوين المهني من البطالين على إنشاء مشاريعهم الخاصة. وقد منحتهم الكثير من التسهيلات فيما يخص التمويل والمرافقة والإعفاءات الضريبية خلال السنوات الأولى من النشاط. إلا أنه رغم ذلك، بقيت النتائج محدودة دون توقعات السلطات المسؤولة عن التشغيل.

من بين أسباب هذه الإخفاقات، عدم ملاءمة نظام التعليم العالي، وطغيان ثقافة التهاون وتعدّد مطالب الشباب واعتمادهم على دعم الدولة. كما أن الجامعة لم تتمكن من مدّ الطلبة بكفاءات ومهارات وخصائص نفسية تؤهلهم لمواجهة التحديات التي يفرضها الواقع المقاولاتي.

ففي دراسة عن مستوى رضى عينة من طلبة الجامعة عن المعلومات المحصل عليها أثناء الدراسة، توصل الباحث إلى أن: "(15.00 %) فقط من عينة الدراسة مرتاحون لذلك، في حين يرى (17.50 %) أنهم غير راضين. بينما تبقى نسبة (67.50 %) وهي الأعلى لتدلّ على متوسط الرضا (غيات، 2020، 8).

ما يميز المجتمعات الحديثة في الدول الصناعية المتطورة، وكذلك في الدول الناشئة، توسّع المقاولات في مختلف صورها، سواء متناهية الصغر أو صغيرة أو متوسطة. وبالتالي أصبحت المقاولاتية هي أساس التنمية بسبب حيويتها وتنوعها، وهي تتمحور عادة حول أفكار جديدة مبتدعة، ويمكنها التغيّر بسرعة لمواجهة التحديات. وهو ما جعل السلطات الجزائرية، وخاصة في عهد الرئيس عبد المجيد تبّون، تعطي أهمية كبيرة لموضوع المقاولاتية.



شكل رقم 1: عناصر إستراتيجية تشجيع الشباب على المقاولاتية.

1.1. إشكالية البحث:

إن توسع البطالة بين خريجي الجامعة الجزائرية في ضوء غياب تنمية اقتصادية حقيقية وفشل كثير من الشباب في إنشاء مقاولاتهم الخاصة رغم تشجيع الدولة، وفشل كثير من الشباب وفشلهم في تطوير مؤسساتهم رغم حصولهم على تدعيم من الدولة، كلها عوامل تؤكد فشل الجامعة في تلبية حاجات المجتمع المقاولاتي، إذ أن الجامعات العالمية تسعى إلى منح الطلبة المعلومات القاعدية التي تسمح لهم بالتعامل الإيجابي مع الحياة المهنية، وقدرتهم على تحيّن الفرص لإنشاء مشاريعهم الخاصة. وهو ما فشلت الجامعة الجزائرية عن تحقيقه.

وهي جوانب نحاول الإجابة عنها فمن خلال هذا المقال.

تهدف هذه الورقة إلى دعائم إستراتيجية الجزائر في ترقية المقاولاتية، ومدى ملاءمتها لتحقيق هدفها.

1.2. أسئلة الدراسة:

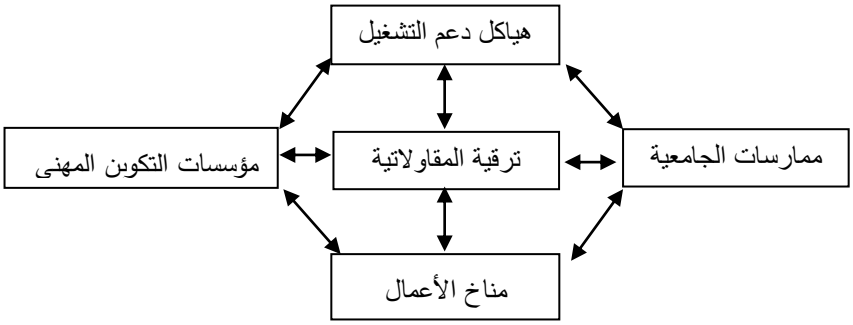
ويمكن تحديدها في مجموعة من التساؤلات، وتتمثل أهمها فيما يلي:

- ما هي الخصائص النفسية للمقاولين الناجحين؟
- ما طبيعة المحيط الثقافي المساهم في إيجاد مقاولين ناجحين؟
- ما أثر ممارسات الجامعة الجزائرية على الطلبة المتخرجين منها؟
- ما هي الخصائص النفسية والكفاءات التي يتميز بها المقاول؟
- كيف يمكن تطوير ممارسات الجامعة لتلبية حاجات المجتمع المقاولاتي؟

وهي أسئلة نحاول الإجابة عنها من خلال التطرق إلى مظاهر فشل الجامعة في تلبية حاجات المجتمع المقاولاتي، وما يجب عليها القيام به لتنمية الكفاءات اللازمة عند الطلبة المتخرجين، مما يمكنهم من التعامل إيجابيا مع المجتمع المقاولاتي.

2. دعائم إسترتيجية الدولة في ترقية المقاولاتية

تبنى إستراتيجية ترقية المقاولاتية في الجزائر على ثلاثة عناصر أساسية تتمثل في هياكل الدعم، ومؤسسات التكوين المهني والجامعات. إلا أن نجاعة فعالية هذه الدعائم الثلاث هي التي تحدّد مدى نجاح الإستراتيجية المعتمدة من طرف الدولة.



شكل رقم 2: عناصر إستراتيجية تشجيع الشباب على المقاولاتية

2.1. مؤسسات التعليم العالي:

تعتبر الجامعة مؤسسة تدريب الطلبة على الكفاءات العلمية في مختلف المجالات والنشاطات الاقتصادية، وبالتالي فهي تهيئ أجيال المستقبل للمهن المقاولاتية. خاصة أن المهن الحديثة تتطلب كفاءات علمية وتقنية ماهرة، تساهم الجامعة في تدريبها، وبالتالي فهي تساعد في ترقية المقاولاتية في الجزائر، كما هو الحال في الدول الصناعية المتقدمة. ذلك أن الجامعة هي أساس أي تقدّم وتطوّر في العالم.

ولأهمية موضوع المقاولاتية، فقد باشرت الجامعة الجزائرية إلى تعميم تدريس مقياس المقاولاتية لطلبة الماستر في كل التخصصات العلمية، بما في ذلك العلوم الاجتماعية (خميس، مجدوب وبرقيقة، 2020، Ghiat، 2020). وهو ما ساهم في توعية الطلبة بأهمية المقاولاتية كنشاط اقتصادي بديل للوظيف العمومي أو العمل بالشركات العمومية أو الخاصة.

2.2. مؤسسات التكوين المهني:

إلى جانب الجامعات، نجد مؤسسات التكوين من معاهد ومراكز ومدارس للتكوين، تساعد في تدريب الشباب على مختلف المهارات والكفاءات المهنية والتي تسمح لخريجيها بإنشاء مؤسسات حرفية خاصة بهم، تؤدي إلى التشغيل الذاتي، وقد تؤدي إلى تشغيل أفراد آخرين وتساهم في الحدّ من مستوى البطالة. وقد تتطوّر هذه المؤسسات الفردية لتصبح مؤسسات صغيرة أو متوسطة.

2.3. هياكل تنظيمية لترقية المقاولاتية:

إن فشل الدولة في إنشاء فرص عمل جديدة بالعدد الكافي، في مستوى أعداد الشباب الذين يدخلون سوق العمل سنويا، لجأت الدولة إلى إنشاء عدّة هياكل للمساعدة على تشغيل الشباب وتشجيعهم على إنشاء مقاولاتهم الخاصة.

إن فشل الدولة في إنشاء فرص عمل جديدة في مستوى أعداد الشباب الذين يدخلون سوق العمل سنويا، أدى بها إلى إنشاء عدّة هياكل للمساعدة على تشغيل الشباب وتشجيعهم على إنشاء مقاولاتهم الخاصة، وتتمثل أهمها في:

- الوكالة الوطنية للترقية الاستثمار (ANDI).
- الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (LANSEJ).
- الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC).
- الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغّر (ANGEM).

وقد تمّ اعتماد سياسة لتشجيع الشباب من خريجي الجامعات ومراكز ومعاهد التكوين المهني من البطالين. كما منحت لهم الكثير من التسهيلات فيما يخص التمويل والمرافقة والإعفاءات الضريبية خلال السنوات الأولى من النشاط. إلا أنه رغم ذلك، بقيت النتائج محدودة دون توقعات السلطات المسؤولة عن التشغيل.

وهكذا، فإن المتفحص لواقع الجامعة الجزائرية يجد أنها فشلت إلى حدّ كبير في تلبية حاجات الشباب من المهارات التي تسمح لهم بمواجهة واقعهم المهني.

2.4. مناخ الأعمال:

تعاني مناخ العمال في الجزائر من عدّة مشكل وصعوبات تعرقل تحقيق الشباب لأهدافهم في إنشاء مقاولات، نتيجة طغيان البعد البيروقراطي ونقص كثير من العوامل الضرورية لإنشاء مؤسسات. يؤثر ذلك على التوجهات المقاولاتية عند الطلبة (بن قدو والسبتي، 2019، 54). وهو ما يجعل مدّة إعداد الملفات الإدارية، والبحث عن مقرات المؤسسات وورشها، وإجراءات الحصول على القروض والمرور بعدة لجان لمناقشة الطلبات، وعدم استقرار التشريعات الضريبية، كلها عوامل أدّت إلى تدني مناخ الأعمال في الجزائر، وهو ما يجعل الشباب يفضلون البحث عن وظائف، عوض السعي إلى إجراء مقاولات خاصة رغم تشجيع الدولة.

وقد قد توصلت دراسة ل**مخوخ** أنه رغم الجهود التي تبذلها الدولة لترقية المقاولاتية، إلا أن النتائج بقيت متواضعة، بالنظر إلى مناخ الأعمال الذي يشكّل حجر عثرة في سير الأعمال. ذلك أن ترتيب الجزائر في هذا المجال بقي في آخر القائمة مقارنة بعيرها من الدول عربيا ودوليا (مخوخ، 2020، 13). ففي تقرير نشرته مجلة "فوربس" الأمريكية عن قائمة الدول من حيث مناخ الأعمال في مختلف دول العالم، حيث احتلت الجزائر المرتبة 144 في التقرير ضمن قائمة 161 دولة.

3. عوائق تطبيق إستراتيجية ترقية المقاولاتية:

اعتمدت الجزائر مجموعة من الأدوات والوسائل، وسخرت أموالا كبيرة لإقلاع قاعدة مهمة من المبادرات الاقتصادية الفردية والمقاولات، إلا أن النتيجة كانت دون الطموحات مما عرقل تحقيق الأهداف المسطرة، وذلك لعدة أسباب نتطرق لها فيما يلي:

3.1. طبيعة ممارسات الجامعة الجزائرية

من بين أسباب هذه الإخفاقات، نجد عدم ملاءمة نظام التعليم والتكوين وفشل الجامعة في المرافقة البيداغوجية للطلبة (بن عون، 2018)، وعجز التعليم العالي عن تلبية متطلبات سوق العمل. إذ لم تتمكن المنظومة التربوية

والتكوينية من مدّ الطلبة والمتدربين بكفاءات ومهارات تسهل اندماجهم في سوق العمل، تماشيا مع التطور العلمي والتكنولوجي ومتطلبات سوق العمل سريعة التطور.

فالجامعة الجزائرية لا تلبي احتياجات سوق العمل من الكفاءات والمهارات الحديثة، والتي تسمح لخريجها ليصبحوا رجال أعمال مبدعين، بإمكانهم اقتناص فرص العمل المتوفرة في سوق تنافسية. وهو ما يتطلب برامج جديدة وطرائق بيداغوجية متطورة للرفع من كفاءات الطلبة ومهاراتهم وخصائصهم النفسية مما يسمح لهم أن يصبحوا رجال أعمال ناجحين، يشتغلون في مؤسساتهم الخاصة ويساهمون في أنشاء فرص عمل لغيرهم من البطالين.

وهو ما استنتجته دراسة حول أثر التعليم الجامعي على الموقف المقاولاتي من أن التكوين في الجامعة الجزائرية، لم يسمح بتطوير المهارات والقدرات المقاولاتية بالشكل الكافي لتحسين الموقف المقاولاتي عند الطلبة (سليماني وبوسيف، 2019، 68)..

إن الجامعة الجزائرية كانت ولا زالت تدرب الطلبة وتمنحهم شهادات تؤهلهم للعمل في الوظيف العمومي أو الشركات العمومية أو عند الخواص. إلا أن الأزمات الاقتصادية، وقلة الاستثمارات، عوامل أدت إلى تفاقم البطالة بين الشباب الجامعي. لذا نشاهد احتجاجات الشباب من حين لآخر، مطالبين الدولة بتوفير وظائف لهم، وهو ما هي عاجزة عن تحقيقه.

وهي نتيجة حتمية لممارسات الجامعة التي تدرّب الطلبة ليصبحوا في حاجة إلى من يشغّلهم، كإطارات ومستخدمين. في حين عرفت جامعات الدول المتقدمة تحولات نوعية، بحيث أصبحت تدرب طلبتها على الكفاءات التي تسمح لهم بإنشاء مقاولاتهم الخاصة. وبذلك فهم يشتغلون وينشئون مناصب عمل لغيرهم.

3.2. ممارسات هياكل التكوين المهني:

اعتمدت الدولة على شبكة من مراكز ومعاهد التكوين المهني لمواجهة المتسربين من المنظومة التربوية، يتم من خلالها تأهيل المتدربين مهنيا. إذ أن غالبة هؤلاء الشباب المتدربين يلتحقون بورشات مهنية للعمل، أو أنهم يقومون بإطلاق مشاريعهم الخاصة، بتدعيم من أسرهم، أو بتدعيم مادي من أحد هياكل الدولة المدعمة لتشغيل الشباب.

3.3. سوء مرافقة هياكل التشغيل وترقية المقاولاتية:

من مهام وكالات التشغيل، وأهمها وكالة لونساج متابعة أصحاب المشاريع في عملية وضع خطط إنشاء المشاريع ومدى مردوديتها وتقديم المشورة والنصح لأصحاب المشاريع في كلّ المجالات، حتى تتجسد المقاولات الجديدة وتصل إلى برّ الأمان، إلا أن الواقع يثبت عكس ذلك. فمن خلال حوارات أجريت مع شباب أنشؤوا مقاولات عن طريق وكالة لونساج، فإن دورها ينحصر في القيام بدور إداري بالدرجة الأولى من خلال السهر على جمع الملف الذي يتم تقديمه إلى لجنة دراسة الملفات للحصول على القرض الضروري لتمويل المشروع. وهنا ينتهي دورها، وتترك المقاول الجديد يتخبط في محيط معقد ومتشابك، وأن غياب الخبرة يؤدي به عادة إلى الفشل (Ghiat, 2020) .

3.4. سياسة أبُوّة الدولة والإدارة لاجتماعية للقضايا الاقتصادية:

إن تبني الجزائر لنظام الاشتراكي الذي عمّر طويلا، وما يقدمه من تدعيم لكل السلع الاستهلاكية وتسهيلات في الصحة والدراسة والسكن، وغيرها من أساليب الدعم التي يتم توفيرها لأفراد المجتمع، أدت إلى ما يُعرف بسياسة **أبوّة الدولة**، وأن أفراد المجتمع ينتظرون الدعم والمساعدة والتساهل والتسامح في كلّ المجالات. فالطالب يدرس دون مقابل وهو ينتظر من الدولة تسهيل شروط النجاح والحصول على الشهادة دون عناء، وفي حالة انتهاج الصرامة، تقوم اتحادات الطلبة بغلق الجامعات، حتى يتم الاستجابة لمصالحها.

يحصل المواطن على سكن اجتماعي دون مقابل، وعند تعذر ذلك أو تأخره يقوم بمظاهرات للمطالبة بذلك، فهو يرى أن ذلك حقّ لا يجب التفريط فيه. يحصل الشباب على قروض لإنشاء مشاريع اقتصادية، ثم يرفضون إرجاع القروض ويطالبون بمسح القروض، وهم يرون ا، ذلك من حقهم، إذ أن الدولة مسحت ديون فئات أخرى من المجتمع.

وهكذا انتشرت سياسة أبوّة الدولة، مما شجع المجتمع بما فيهم الشباب بالحصول على مزيد من التسهيلات والمساعدات دون مقابل.

وهي ممارسات أدت إلى التأثير السلبي على الشباب في إنشاء مقاولات والكدّ من أجل إنجاحها. ذلك أن البعض منهم يتبنون أفكارا سلبية تتمثل في الرغبة في الحصول على قروض من الدولة وعدم التفكير في إرجاعها.

3.5. سلبية نمط الشخصية السائدة عند الشاب:

إن الجوّ السياسي وطغيان الطابع الاجتماعي والأبوي، وتساهل الدولة مع المقصرين في إرجاع القروض، وتراجع الدولة المتكرر عن قراراتها، ساهم في جعل الشباب الجزائري يتصف بالتهاون والرغبة في الربح السريع دون بذل الجهد الضروري للنجاح.

لقد بذلت الجزائر جهودا معتبرة، من حيث الدعم المادي، إلا أن النتائج المتوصل إليها هي دون المستوى، وأن نسبة كبيرة من الشباب، لم يستغلوا الفرص المقدمة إليهم. إذ نجد عددا كبيرا منهم يفشلون لأسباب مختلفة. وأن الذهنية السائدة في المجتمع أدّت بكثير من الذين فشلوا في مشاريعهم بتسييس القضية والمطالبة بمسح ديونهم والعفو عنهم.

4. تقييم نتائج تطبيق إستراتيجية ترقية المقاولاتية في الجزائر:

إن المجتمعات الحديثة التي نجحت قي تشجيع الشباب على المقاولاتية، تتميز مجتمعاتها بمجموعة من الخصائص الثقافية في محيط سليم، يتميز باعتماد الأفراد على أنفسهم والجدّية والصرامة واحترام الوقت، ووجود شبكات وهياكل للمرافقة والدعم، وهو ما نفتقده في المجتمع الجزائري.

إن الأزمات الاقتصادية المتعددة، التي عرفتها الجزائر، جعلت الشباب المتعلم يغير نظرته التقليدية في العمل كموظف بمصالح الدولة، أو كإطار بأحد مؤسساتها الاقتصادية، لصعوبة تحقيق ذلك. وقد أصبح الشباب المتعلم يعتمد على نفسه لإنشاء مشاريع اقتصادية يشتغلون بها ويشغّلون غيرهم وهم يساهمون بذلك في إيجاد خلق الثروة وتقليص

البطالة. وحتى يتمكن من ذلك فلا بد يبقى دور الدولة مركزا على توفير منظومة تربوية وتكوينية تساهم في تدريب الشباب وتعليمهم ومدهم بالمهارات الضرورية لذلك.

5. منهجية البحث:

من أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة، قام الباحث بتطبيق استبيان حول أداء الجامعة وتوجّهات الطلبة نحو المقاولاتية، على عينة من 237 طالب من تخصصات الاقتصاد وعلم النفس والهندسة المعمارية، وقد كانت النتائج كما هي موضحة في الجداول (2-5).

5.2.عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة قي 237 طالب وطالبة بجامعتي وهران 2، محمد بن أحمد وجامعة العلوم والتكنولوجيا محمد بوضياف بوهران. وقد شملت العينة طلبة العلوم الاجتماعية والاقتصادية والهندسة المدنية، للتعرف على مدى رضاهم عن التكوين الجامعي ومدى ميولهم المقاولاتية.

الجدول 1: عينة الدراسة

	النوع		
الاختصاصات العلمية	إناث	ذكور	المجموع
علم النفس العمل والتنظيم	40	38	78
اقتصاد	40	39	79
هندسة معمارية	40	40	80
المجموع	120	117	237

6. النتائج:

الجدول 2: **مدى مساهمة الجامعة في تطوير القدرات المقاولاتية عند الطلبة:**

	ساهمة الجامعة في تطوير القدرات المقالاتية	اقتصاد			علم النفس			المجموع			الأوزان	%
		نعم	قليلا	لا	نعم	قليلا	لا	**نعم**	**قليلا**	**لا**		
1	الثقة بالنفس	5	5	5	42	25	10	**47**	**30**	**15**	124	18.67
2	الشعور بالاستقلالية	5	5	5	36	26	11	**41**	**31**	**16**	113	17.02
3	روح المبادرة	7	4	4	28	37	13	**35**	**41**	**17**	111	16.72
4	القدرة على الإبداع	5	6	4	30	27	24	**35**	**33**	**28**	103	15.51
5	معرفة علمية كافية	2	9	4	14	54	10	**16**	**63**	**14**	95	14.31
6	روح المقاولة	3	6	5	12	31	34	**15**	**37**	**39**	67	10.09
7	إدارة المقاولات	1	7	7	5	32	26	**6**	**39**	**33**	51	7.68
	المجموع	28	42	34	167	232	128	**195**	**274**	**162**	**664**	**100**

من خلال الجدول رقم 2، يتضح لنا أن مساهمة الجامعة الجزائرية في تطوير القدرات المقاولاتية من حيث الثقة بالنفس والشعور بالاستقلالية وروح المبادرة. في حين أنها يعاني الطلبة من نقض التكوين في موضوعي روح المقاولاتية وإدارة المقاولات.

جدول رقم 3: نظرة الطلبة إلى إستراتيجية الدولة في تشغيل الشباب

النظرة إلى سياسة تشغيل الشباب	علم النفس	علوم اقتصادية	هندسة معمارية	المجموع	%
1. أسمع كثيرا عن ظهور مقاولين ناجحين	35	10	22	67	49.63
2. لا أعرف أحدا نجح في إنشاء مقاولته الخاصة	34	12	04	50	37.04
3. حديث كثير عن تشجيع الشباب، لكن لا شيء على أرض الواقع	11	05	02	18	13.33
المجموع	80	27	28	135	100

من خلال إجابات أفراد عينة الدراسة (جدول رقم 3)، يتضح أن لهم نظرة سيئة أو سوء فهم إستراتيجية الدولة في تشغيل الشباب.

الجدول 4: مدى تفاؤل الطلبة بمستقبلهم المهني

	طبيعة شخصيات الطلبة ومستقبلهم المهني	علم النفس	علوم اقتصادية	هندسة معمارية	المجموع	%
1	أنا متفائل	39	52	48	139	35.01
2	أنا متأكد من نجاحي عند إنشاء مؤسستي الخاصة	19	22	40	81	20.40
3	أكيد سأجد لنفسي عملا	20	24	22	66	16.62
	مستقبلي المهني غير واضح	14	21	16	51	12.85
4	المحيط صعب وليس من السهل إنشاء مؤسسة خاصة	14	26	08	48	12.09
5	أنا متشائم	02	06	04	12	3.02
	المجموع	108	151	138	397	100

يتضح من خلال الجدول رقم 4، أن غالبية الطلبة متفائلين و متأكدين من نجاحهم في مستقبلهم المهني.

جدول رقم 5: نظرة الطلبة إلى الهجرة

النظرة إلى الهجرة	علم النفس	علوم اقتصادية	هندسة معمارية	المجموع	%
1- أفكر جدّيا في متابعة دراستي في الخارج والبقاء هناك	36	39	29	104	39.39
2- أفكر في متابعة دراستي في الخارج والعودة إلى أرض الوطن	23	21	20	64	24.24
3. أفكر جديا في "الحرقة" إلى أوروبا	16	14	27	57	21.59
4- أنا لا أفكر إطلاقا في الهجرة	07	11	10	28	10.61
5- أفكر في الزواج بأحد المقيمين (المقيمات) بأوروبا والهجرة	00	04	07	11	4.17
المجموع	82	89	93	264	100

يتضح من خلال الجدول رقم 5، أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يرون أنهم يفكرون جدّيا في متابعة دراساتهم بالخارج والبقاء هناك (39.39 %) ، ويفكر (24.4 %) منهم جديا في "الحرقة" إلى أوروبا والعيش فيها.

وهو ما يؤكد فشل الإستراتيجية المعتمدة في الجزائر من أجل ترقية المقاولاتية، وهو ما يتطلب إعادة مراجعتها والعمل على تفعيلها.

7. مناقشة:

لقد بذلت الجزائر جهودا كبيرة، واستثمرت في إطار تشجيع الشباب على إنشاء مقاولاتهم، وساهمت بتمويل المشاريع من خلال ديون دون فوائد ودون ضمانات. وهي إستراتيجية سليمة في تشجيع أصحاب المشاريع، مع ذلك فقد فشلت في تحقيق الأهداف المرجوة من هذه الإستراتيجية. ذلك أن الأدوات المستعملة والهياكل التي تمّ اعتمادها لم تكن فعّالة.

فالجامعة الجزائرية لم تكن فعالة في القيام بمهامها. ذلك أنها لم تتمكن من إيجاد ثقافة تنظيمية وممارسات إيجابية وفعالة، مبنية على الصرامة والانضباط والجدية، لتدريب طلبة جديين وفعالين، بل أن الجامعة الجزائرية تكيفت مع محيطها المتخلف، وأصبحت تتميز بالتهاون وعدم احترام الوقت، وغياب الصرامة، وانتشار ظاهرة الغش. كما اعتمدت سياسة اجتماعية، تشبثت بمبادئ اشتراكية ترى أن لكلّ شاب جزائري الحق في ولوج الجامعة وفي الحصول على شهادة منها، في إطار ديمقراطية التعليم. لقد هجرت الجزائر الاشتراكية من الناحية النظرية إلا أنها بقيت في ممارسات الدولة في مختلف المجالات، ومنها التعليم العالي. كما تزايد أعداد طلبة الجامعة الجزائرية وعجز الدولة عن مسايرة ذلك بالاستثمارات مادية، أثر سلبا على مستوى أداء الجامعة. وهو ما جعل نسبة كبيرة من خريجي الجامعة الجزائرية، لا يرغبون في إنشاء مقاولات خاصة، كما هو موضح في الجدول رقم 2، وأنهم يشعرون بنقص تكوينهم في إنشاء وإدارة مقاولاتهم. وقد أوضحت النتائج أيضا، من خلال حوارات مع الطلبة أن غالبيتهم غير قادرين على إعداد دراسة الجدوى لمشروع مقاولاتي، رغم كونهم في المراحل الأخيرة من إعداد الماستر، وهو ما يؤكد أن الجامعة فشلت في

إعدادهم كمقاولين.

نفس الشيء أيضا بالنسبة لخريجي مراكز ومؤسسات التكوين المهني، فإن سوء التكوين، وعدم جديته، يؤدي إلى تخريج شباب غير قادرين على إنشاء مقاولات ناجحة، ويبقى الناجحون في إنشاء مقاولات ناجحة يمثلون نسبة محدودة.

نفس الشيء بالنسبة لهيكل "النساج"، فإنه لم يقم بدوره المنوط به والمتمثل في المرافقة، بل أنه تم ترك شباب دون خبرة مقاولاتية، ينشطون في محيط صعب ومعقد، دون متابعة ومرافقة، مما أدى بغالبيتهم إلى الفشل.

إن الممارسات السياسية الاجتماعية والشعبوية، أدّت إلى ظهور شباب كثيري المطالب، يجدون صعوبات في تحمّل المسؤوليات والقيام بواجباتهم الاقتصادية. ذلك أنه يجب اعتبار المقاول كمحارب عليه مواجهة مجموعة من التحدّيات ويجب إعداده لذلك. وهكذا نجد تناقضا بين ممارسات المجتمع الأبوي الاشتراكي ومتطلبات المجتمع المقاولاتي الذي يتطلب الجدية والصرامة والانضباط والاعتماد على النفس والمنافسة الحادّة في مجتمع متخلف معقد المشاكل والصعوبات.

لم تعد إشكالية المقاولاتية مرتبطة بالدعم المادي للمقاولين الشباب، بل أن هناك عناصر متداخلة، تشمل المنظومة التربوية والتكوينية ودور هياكل تدعيم تشغيل الشباب، إضافة سياسة الدولة التي تتميز بالتساهل مع الفاشلين الذين أخذوا أموال الدولة (الشعب) دون إرجاعها، وهي جوانب يجب إعادة النظر فيها وإصلاحها من أجل بناء اقتصاد جديد مبني على العمل والصرامة والانضباط، وهو ما نحن بعيدون عن تحقيقه. فنحن نجد في المجتمع الجزائري دكتورا فاشلا، وقد نجد أميا ناجحا يدير مقاولات كبيرة مما يبرز فشل الجامعة الجزائرية في القيام بدورها لإعداد الطلبة للمجتمع المقاولاتي.

8. خاتمة وتوصيات

إن الجامعة الجزائرية لا زالت بعيدة عن تلبية حاجات الطلبة، من حيث الكفاءات والمهارات، وإعدادهم لحياة مهنية من أجل تلبية حاجات المجتمع الجديد، وهو المجتمع المقاولاتي.

لذا فقد أصبح لزاما على الجامعة الجزائرية التكيف مع الواقع الجديد، من خلال السعي إلى تنمية الخصائص النفسية والقيادية عند الطلبة وتدريبهم على المهارات والكفاءات التي تسمح لهم بولوج المجال المقاولاتي. حتى يصبح بإمكانهم الاعتماد على أنفسهم في مجال الشغل، من خلال إنشاء مقاولات تساهم في مواجهة مشاكل البطالة التي تعاني منها الجزائر كغيرها من الدول النامية عموما.

ذلك أن فشل الشباب في إنشاء مقاولات ناجحة هو بالدرجة الأولى بسبب فشل الجامعة في تنمية قدراتهم ومهارتهم الضرورية للمجتمع المقاولاتي. وهو ما دفع إلى تحوّل أهداف الجامعة، التي أصبح من أهدافها التركز بالدرجة الأولى على تدريب مقاولين ناجحين يعتمدون على أنفسهم في إحداث الثروة وإيجاد فرص للتشغيل.

المراجع

بن عون بودالي (2018) **أسباب فشل المرافقة البيداغوجية في الجامعة: جامعة الأغواط نموذجا.** مجلة تطوير العلوم الاجتماعية. مجلد 11، عدد 1.

بن قدور أشواق والسبتي وسيلة (2019) **مناخ الأعمال وعلاقته بالنية المقاولاتية.** مجلة الباحث لاقتصادي، مجلد 7 ع.11 (مكرر) ص: 56-68.

خميس نفيسة، مجدوب جابرة وبرقيقة خديجة (2020). التعليم المقاولاتي في الجامعة كآلية لبناء المقاول المستقبلي. مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية. مجلد 4. عدد 1، 59-66.

سليماني منيرة وبوسيف سد أحمد (2019) **أثر التعليم الجامعي على الموقف المقاولاتي: دراسة ميدانية على طلاب الماستر بجامعة الطارف.** مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية. مجلد 1. عدد 2، 61-70.

علي دحمان محمد وغيلاني عبد السلام (2018) **سياسة الدولة في ترقية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الواقع والمامول: دراسة حالة ولاية عين تموشنت.** مجلة نماء الاقتصاد والتجارة. ع. 3. ص: 123- 152.

غيات بوفلجة (2020) **إستراتيجية الطلبة في البحث عن المعرفة العلمية: الجامعة الجزائرية نموذجا.** المجلة العربية لعلم النفس. / المجلد 5 / العدد 1/ ص: 82- 91. الرباط.

مخوخ رزيقة (2020) **المقاولاتية كآلية لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر.** مجلة النمو اللاقتصادي والمقاولاتية. مجلد 4. عدد 2، 1-14.

El Manzani N., Asli, A. et El Manzani Y. (2018) **Les facteurs de l'échec entrepreneurial des PME Marocaines : Une étude exploratoire**. Revue Marché et organisations. 3(n° 33). Pp. 105-144.

Ghiat Boufeldja (2020) **Environnement socioculturel et pratiques managériales des femmes entrepreneures en Algérie**. Revue Académique des Etudes Sociales et Humaines.

Ghiat Boufeldja (2020) **Raising Entrepreneurship Awareness through Training: The Case of Master Female Students in Social Sciences**. Economic Researcher Review. Volume:08/Issue13, June (2020), Pp. 149-171.

Oyeleke, O and Obafermi, O. B. (1912) **Promoting Entrepreneurship Skill through Constructivist- Based Models of Curriculum Development in Social Studies**. Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability. Vol. VIII, Isue 1, May. Pp. 143-157.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:171-185.

The importance of balanced scorecard in assessing the general performance of Companies
A Case study Adrar milk Company

Abdelkarim ELMOUMEN [1], Abdelkader MOUSSA [2], Abdelhamid MESSAOUDI [3]

[1] Lecturer, Faculty of Economic / Economic Integration Lab, University of Adrar, karim.moumen@univ-adrar.edu.dz.
[2] PhD student, Faculty of Economic / Economic Integration Lab, University of Adrar, mou.kader@univ-adrar.edu.dz.
[3] PhD student, Faculty of Economic / Economic Integration Lab, University of Adrar, mes.hamid@univ-adrar.edu.dz.

ARTICLE INFO

Article history:
Received:25/10/2020
Accepted:16/11/2020
Online:11/01/2021

Keywords:
** Balanced Scorecard*
** Performance Appraisal*
** Financial Dimension*
** Customer Dimension*
** Internal Operations Dimension*
JEL Code: L19. M10

ABSTRACT

The performance appraisal process in the organization is an important process, it helps in making decisions and correcting deviations as well as helping to implement the programs and strategies developed by the institution, and the balanced scorecard is considered among the good methods of performance evaluation. As this method appeared to cover the deficiency shown by the traditional methods of performance appraisal, which are based on evaluating the financial aspects and neglecting the non-financial aspects, as this research paper aims to give a clear picture of the balanced scorecard for institutions and administrators as well as benefit from the results of the field study in order to encourage the use of balanced Scorecard . One of the most important results reached through this study is that the managers of Adrar Milk Corporation do not attach great importance to performance evaluation methods, especially the modern ones, although this institution possesses the necessary ingredients to employ this card.

أهمية بطاقة الأداء المتوازن في تقييم الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية
دراسة حالة مؤسسة حليب أدرار

عبد الكريم المومن [1]، عبد القادر موسى [2]، عبد الحميد مسعودي [3]

[1] أستاذ محاضر أ، كلية العلوم الاقتصادية/ مخبر التكامل الاقتصادي، جامعة أدرار، الجزائر، karim.moumen@univ-adrar.edu.dz.
[2] طالب دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية/ مخبر التكامل الاقتصادي، جامعة أدرار، الجزائر، mou.kader@univ-adrar.edu.dz.
[3] طالب دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية/ مخبر التكامل الاقتصادي، جامعة أدرار، الجزائر، mes.hamid@univ-adrar.edu.dz.

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال: 2020/10/25:
تاريخ القبول: 2020/11/16
تاريخ النشر: 2021/01/11:

الكلمات المفتاحية
* بطاقة الأداء المتوازن
* تقييم الأداء
* البعد المالي
* بعد الزبائن
* بعد العمليات الداخلية

JEL Code: L19. M10

الملخص

تعتبر عملية تقييم الأداء في المؤسسة عملية مهمة، حيث تساعد في اتخاذ القرارات وتصحيح الانحرافات كما تساعد على تنفيذ البرامج والاستراتيجيات الموضوعة من طرف المؤسسة، وتعتبر بطاقة الأداء المتوازن من بين الأساليب الجيدة في تقييم الأداء، حيث ظهر هذا الأسلوب ليغطي العجز والنقص الذي أظهرته الأساليب التقليدية لتقييم الأداء والتي ترتكز على تقييم الجوانب المالية وإهمال الجوانب غير المالية، حيث تهدف هذه الورقة البحثية إلى إعطاء صورة واضحة عن بطاقة الأداء المتوازن للمؤسسات والإداريين وكذا الاستفادة من نتائج الدراسة الميدانية من أجل التشجيع على استخدام بطاقة الأداء المتوازن، ومن أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة أن المسيرين في مؤسسة حليب أدرار لا يولون أهمية كبيرة لأساليب تقييم الأداء خاصة الحديثة منها رغم أن هذه المؤسسة تمتلك المقومات اللازمة لتنفيذ هذه البطاقة.

*Corresponding Author *Abdelkader MOUSSA*, *mou.kader@univ-adrar.edu.dz*

- مقدمة:

إن عملية قياس وتقييم الأداء يمكن أن تحقق للمؤسسة البقاء والاستمرارية من خلال استغلال الفرص وتجنب التهديدات الناتجة عن البيئة الخارجية والتغلب على نقاط الضعف والاستفادة من نقاط القوة، حيث أن العديد من المؤسسات اتجهت لتطبيق نظم رقابية تعمل على تقييم الأداء من جوانب متعددة، وذلك بالاعتماد على مقاييس مالية وغير مالية نتيجة للقصور في مقاييس الأداء التقليدية التي أصبحت غير قادرة على إعطاء صورة واضحة وحقيقية للإدارات عن وضعية المؤسسة حتى يتسنى تصحيح وتصويب الانحرافات بأقل تكلفة.

لذلك ظهر أسلوب جديد من أساليب تقييم الأداء الشامل للمؤسسة، يلم بكل جوانب الأداء حيث اتجهت الكثير من المؤسسات العالمية الكبرى لاستخدامه، ويدعى هذا الأسلوب ببطاقة الأداء المتوازن والتي طرحت من طرف الباحثان Kaplan Robert وKaplan Robert عام 1992م، وذلك لتوسيع إطار قياس الأداء ليشمل أربعة أبعاد وهي: البعد المالي، بعد الزبائن، بعد العمليات الداخلية، وبعد التعلم والنمو، كما تعتبر بطاقة الأداء المتوازن حديثة بالنسبة للدول النامية وخاصة المؤسسات الجزائرية، وهذا راجع إلى عدم اهتمام المسيرين بأدوات مراقبة التسيير الحديثة والاكتفاء بالأدوات التقليدية التي تهتم بالجوانب المالية فقط، وإن مؤسسة حليب أدرار والتي هي محل تربصنا تعاني من نقص كبير في الإهتمام بهذه الأساليب التي يمكن أن تحسن من أدائها إلى حد كبير.

ومما سبق يمكننا طرح الإشكال التالي:

ما الأهمية المتأتية من استخدام بطاقة الأداء المتوازن كأسلوب حديث لتقييم الأداء الكلي لمؤسسة حليب أدرار؟

وللإجابة عن هذا التساؤل قمنا بطرح الفرضيات التالية:

- يمكن الاعتماد على بطاقة الأداء المتوازن لتقييم أداء مؤسسة حليب أدرار.
- بطاقة الأداء المتوازن تساعد المؤسسة الاقتصادية على التحسين من أدائها من سنة إلى أخرى.
- بطاقة الأداء المتوازن بديل مناسب عن المؤشرات المالية التقليدية المستخدمة من طرف مؤسسة حليب أدرار.

كما نهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى إعطاء صورة واضحة عن بطاقة الأداء المتوازن للمؤسسات وكذا دفع المؤسسات للاهتمام أكثر بأساليب التقييم الحديثة، كما نهدف إلى الاستفادة من الدراسة الميدانية من أجل التشجيع على استخدام بطاقة الأداء المتوازن، ومن أجل بلوغ أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي، حيث تم عرض بعض التعاريف والمفاهيم بنوع من الاختصار ولاختبار مدى صحة الفرضيات قمنا بدراسة ميدانية في مؤسسة حليب أدرار، حيث تم الاعتماد على أسلوب المقابلة المباشرة وكذا جمع المعلومات من الوثائق المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة.

❖ الدراسات السابقة:

بعد أن تم مطالعة الدراسات السابقة التي تناولت موضوع بطاقة الأداء المتوازن فإنه سيتم مراجعة أهم هذه الدراسات ذات العلاقة كمايلي:

- **دراسة بعنوان:** " تطبيق نظام قياس الأداء المتوازن وأثره في الإلتزام المؤسسي في شركات الألمنيوم الأردنية ـ دراسة ميدانية ـ "، مقال بالمجلة الأردنية للعلوم التطبيقية. (جودة، 2008):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير بطاقة الأداء المتوازن في الإلتزام المؤسسي للعاملين في مؤسسات الألمنيوم الأردنية، بالإضافة إلى التعرف على تأثير العوامل الديمغرافية على مستوى الإلتزام المؤسسي، حيث تم التوصل من خلال هذه الدراسة إلى أن هناك تأثيراً معنوياً لتطبيق بطاقة الأداء المتوازن في الإلتزام المؤسسي بشكل عام، وقد خلصت الدراسة إلى عدة توصيات من أهمها ضرورة تبني المسؤولين في المؤسسات نظرة أكثر شمولية لمفهوم الرقابة الإستراتيجية، من أجل جعل الإستراتيجية مهمة كل فرد في كل يوم.

– **دراسة بعنوان:** " تقييم الأداء المالي باستخدام بطاقة الأداء المتوازن دراسة إختبارية في شركة طيران الملكية الأردنية"، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط. (شكري، 2013):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم المفاهيم المرتبطة بتقنية بطاقة الأداء المتوازن وإظهار أهم مزايا استعمال هذه الأداة، حيث تم التوصل من خلال هذه الدراسة إلى وجود تأثير لتطبيق بطاقة الأداء واستخدام المحور المالي على مقاييس الأداء الحديثة بمؤشراته في مؤسسة طيران الخطوط الجوية الملكية الأردنية، كما أوصت هذه الدراسة بضرورة تشكيل الثقافة المؤسسية مع تهيئة الظروف اللازمة لتفعيل عملية تطبيق بطاقة الأداء المتوازن باعتبارها وسيلة لترشيد قرارات المديرين وتوجيه سلوكهم.

أما ما يتعلق بالدراسة الحالية فقد تميزت بكونها تهتم بتقييم الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية وإبراز أهمية المؤشرات الغير المالية في عملية التقييم، حيث تناولت دراستنا جميع أبعاد بطاقة الأداء المتوازن كما تتميز هذه الدراسة بمحاولة التطبيق العملي لبطاقة الأداء المتوازن في مؤسسة حليب أدرار.

1- مقاربة مفاهيمية لأدبيات الدراسة

تتمثل أدبيات الدراسة في التعريف بالمتغيرات الأساسية للموضوع والمتمثلة أساسا في تقييم الأداء وبطاقة الأداء المتوازن المستخدمة في عملية تقييم الأداء، والتي يمكن تحديد إطارها المفاهيمي بإيجاز كالأتي:

1-1- تقييم الأداء، المفهوم والأهمية:

1-1-1- مفهوم تقييم الأداء: إن عملية تقييم الأداء تعتبر عملية مهمة، للتأكد من مدى تطابق الأداء الفعلي (الحقيقي) مع الأداء المخطط له، وفي مايلي يتم عرض بعض التعاريف التالية:

يعرف تقييم الأداء بأنه عملية إشراف ومراجعة من قبل سلطة أعلى بقصد معرفة كيفية سير الأعمال والتأكد من استخدام الموارد المتاحة وفقا للخطة الموضوعة (البياتي، 2008، صفحة 17).

كما يعرف تقييم الأداء بأنه الأداة التي تستخدم للتعرف على نشاط المؤسسة بهدف قياس النتائج المتحققة ومقارنتها بالأهداف المرسومة بغية الوقوف على الانحرافات وتشخيص مسبباتها مع اتخاذ الخطوات الكفيلة لتجاوز تلك الانحرافات وغالبا ما تكون المقارنة بين ما هو متحقق فعلاً وما هو مستهدف في نهاية فترة زمنية معينة هي سنة في الغالب (الكرخي، 2007، صفحة 31).

وبالتالي يمكن تعريف تقييم على أنه عبارة عن تحليل انتقادي شامل للخطط والأهداف واستخدام مختلف الموارد بكفاءة وفعالية، حيث يؤدي ذلك إلى تحقيق الأهداف والخطط المرسومة وتحديد الانحرافات الناشئة ليتمكن المسيرون من اتخاذ قرارات تصحيحية لتلك الانحراف في المستقبل.

1-1-2- أهمية تقييم الأداء: تكمن أهمية تقييم الأداء فيما يلي: (زيدان، 2011، صفحة 168)

- يساعد على توجيه الإدارة العليا إلى مراكز المسؤولية التي تكون بحاجة أكثر إلى الإشراف

- يوفر معلومات حول سير العمليات في المؤسسة ومعدل اقترابها من تحقيق الأهداف، فيركز بذلك جهودها صوب اتخاذ قرارات سليمة.

- يساهم في تحسين الاتصالات الداخلية والخارجية للمؤسسة فيؤثر إيجابا على عملياتها الداخلية والخارجية، كما يساهم في وضع الخطط التدريبية لمختلف الأفراد والأقسام.

- يمكن المؤسسة من الحصول على صورة واضحة حول كفاءة وفعالية البرامج والعمليات والأفراد.

- يحسن عملية إدارة المنتجات والخدمات وتلبية حاجات الزبائن.

- يساهم في تطوير المؤسسة من خلال التنسيق بين وحداتها وخلق جو من المنافسة بين أقسامها المختلفة، فيزيد من مستوى أدائها ويقلص بذلك من نقاط ضعفها ويعزز نقاط قوتها.

1-2- بطاقة الأداء المتوازن, المفهوم, الأهمية والأبعاد

1-2-1- مفهوم بطاقة الأداء المتوازن: تعرف بطاقة الأداء المتوازن بأنها " وسيلة لترجمة الرسالة والرؤية والإستراتيجية إلى أهداف ومؤشرات إنجاز عبر المستويات التنظيمية والإدارية والأقسام المختلفة، كما أنها وسيلة لتزويد منفذ القرارات بمعلومات عن الإنجاز الفعلي والحقيقي " (ماهر، 2009، صفحة 326)، كما تعرف أيضا بأنها " نظام لقياس أداء المؤسسات وترجمة رؤيتها الإستراتيجية وتتضمن مجموعة من المقاييس المالية وغير المالية التي تتلائم مع أهداف وإستراتيجية المؤسسة"(Kaplan & Norton, 1992, p. 73) .

وبالتالي فإن بطاقة الأداء المتوازن هي عبارة نظام يشمل جوانب متعددة وتتضمن مجموعة من المقاييس المالية وغير المالية التي تعطي للإدارة العليا نظرة متكاملة عن الأداء الكلي للمؤسسة وتساعد على ترجمة رسالة وإستراتيجية المؤسسة إلى أهداف محددة.

1-2-2- أبعاد بطاقة الأداء المتوازن: تقوم بطاقة الأداء المتوازن على أربعة أبعاد رئيسية تجمع مقاييس الأداء المالية وغير المالية وهي كمايلي:

- **البعد المالي:** على الرغم من الدور المهم للأهداف غير الملموسة وتأثيرها في الأجل الطويل، فإن العديد من الباحثين يعدون الأهداف المالية هي السبيل الأمثل في التطبيق، فعلى الرغم من الانتقادات الموجهة للمقاييس المالية بالمقارنة مع المقاييس غير المالية إلا أن الباحثين لا ينكرون دور المقاييس المالية في تقييم الأداء، حيث يجب أن تستخدم مع المقاييس غير المالية في الوقت نفسه (الملكاوي، 2009، صفحة 29).

- **بعد الزبائن:** يتطلب بلوغ رؤية المؤسسة لأهدافها الإجابة على السؤال هو كيف تظهر المؤسسة أمام الزبون؟ لذا يجب أن تختار المؤسسة المقياس المناسب للإجابة على هذا السؤال والذي يحدد النجاح من وجهة نظر الزبون فمثلاً يمكن اعتماد نسبة التسليم الفوري أو معدل الإهتمام بالزبون كمقياس للرضا أو ربحية الزبون ومدة الاحتفاظ به (المغربي، 2009، صفحة 69).

– **بعد العمليات الداخلية:** إن الهدف الإستراتيجي لهذا البعد هو تحسين العمليات الإنتاجية، وقد تم إختيار هذا الهدف كمعبر عن إستراتيجية المؤسسة، لأن النجاح في تحقيق أهداف المؤسسة الرئيسية يستلزم التفوق في إنجاز الأعمال التي تم تحديدها والتخطيط لها، ولتحقيق هذا الهدف فإن هناك عدة محركات تم اختيارها وتتمثل في مرونة العمليات، والجودة, والإنتاجية، ووقت العملية الإنتاجية (لختاتنة و السعايدة، 2010، صفحة 347).

– **بعد التعلم والنمو:** ويركز هذا المحور على التعلم التنظيمي والنمو الذي يؤدي إلى تحديد وتشخيص البنية التحتية، التي يجب أن تبنى عليها المؤسسة لتحقيق الابتكار والتطوير طويل الأجل، ويتحقق ذلك من خلال ثلاثة أمور وهي: (دودين، 2010، صفحة 24)

– الأفراد العاملين بجميع مستوياتهم.

– النظم.

– الإجراءات التنظيمية.

2- دراسة تطبيقية لنموذج بطاقة الأداء المتوازن

2-1- الطريقة والأدوات:

– **المنهج:** تتطلب طبيعة موضوع الدراسة الاعتماد على مناهج متعددة تفي بأغراض الدراسة، لهذا تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة الذي يعمل على توضيح الدراسة الميدانية لبطاقة الأداء المتوازن وكذا استعمال تقنية المقابلة للتمكن من الحصول على معلومات مكملة للدراسة وذلك بإجراء مقابلة مع مدير المؤسسة والذي قام بتزويدنا بالمعلومات التي تخص دراستنا، كما تم الاعتماد على وثائق المؤسسة.

– **تقديم عام لمؤسسة حليب أدرار:** تأسست مؤسسة حليب أدرار والتي تعتبر مؤسسة ذات مسؤولية محدودة بتاريخ 16 جوان 2003 برأس مال قدره عشرة مليون دينار جزائري (10000000دج) بين أربعة شركاء، حيث تهدف هذه المؤسسة إلى إنتاج الحليب ومشتقاته (صبايحي، 2019).

2-2- قياس الأداء وفق كل بعد من أبعاد بطاقة الأداء المتوازن:

إن مؤسسة حليب أدرار لا تقوم باستخدام بطاقة الأداء المتوازن، لهذا من خلال المعلومات التي تحصلنا عليها من هذه المؤسسة سنقوم بتحديد مؤشرات قياس الأداء الشامل للمؤسسة بنظام بطاقة الأداء المتوازن حسب الأبعاد الأربعة لهذه البطاقة من خلال النتائج المحقق فعلاً كمايلي:

2-2-1- البعد المالي: يقيس هذا البعد ربحية المؤسسة لأن تحقيق الأرباح يمثل المحرك الأساسي للإستراتيجية التي تمارسها المؤسسة، ويعتمد هذا الجانب على الفوائد المحققة لأن بقاء المؤسسة واستمراريتها مرهون بمدى الفوائد والأرباح المحققة، ويقيس هذا الجانب الأداء من خلال المردودية الاقتصادية والمالية المحققة والسيولة المتوفرة لها.

– **المردودية الاقتصادية:** ويقيس هذا المؤشر مدى كفاءة المؤسسة في استخدام الأصول الثابتة، وذلك من خلال مقارنة الأموال المستثمرة بالنتائج المحققة، والفوائد الناجمة عن استثمار هذه الأموال ويحسب هذا المؤشر من خلال العلاقة التالية:

$$\textbf{المردودية الاقتصادية} = \frac{\text{النتيجة العملياتية}}{\text{الأصول الإقتصادية}}$$

ويمكن تحديد تطور هذا المؤشر من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (01): تطور المردودية الاقتصادية (دينار جزائري)

السنة	2015	2016	2017
النتيجة العملياتية	5559669,87	4757302,00	4744776,34
الأصول الاقتصادية	7353234,95	7250789,08	7454721,27
معدل المردودية %	75,61	65,61	63,65

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الميزانية وجدول حسابات النتائج (2015 – 2017) ، مصلحة المحاسبة والمالية.

– **المردودية المالية:** ويقيس هذا المؤشر مدى قدرة المؤسسة على تحقيق الأرباح، وهي تعبر عن مردودية المؤسسة بالنسبة لملاكها، أي مقارنتها برأس المال الخاص ويمكن تحديد هذا المؤشر من خلال العلاقة التالية:

$$\textbf{المردودية المالية} = \frac{\text{نتيجة الدورة الصافية}}{\text{الأموال الخاصة}}$$

ويمكن تحديد تطور هذا المؤشر من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (02): تطور معدل المردودية المالية (دينار جزائري)

السنة	2015	2016	2017
نتيجة الدورة الصافية	4639793,87	4305358,31	4294022,59
الأموال الخاصة	5353234,95	5250789,08	5454721,27
معدل المردودية %	%86,67	%81,99	%78,72

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الميزانية وجدول حسابات النتائج (2015 – 2017)، مصلحة المحاسبة والمالية.

– **نسبة السيولة:** تستعمل هذه النسبة للحكم على قدرة المؤسسة في مواجهة إلتزاماتها قصيرة الأجل، وهي مؤشر يوضح وضعية المؤسسة من حيث توازنها ويمكن حساب هذه النسبة من خلال العلاقة التالية:

$$\textbf{نسبة السيولة العامة} = \frac{\text{الأصول المتداولة}}{\text{الخصوم المتداولة}}$$

ويمكن تحديد تطور هذا المؤشر من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (03): تطور نسبة السيولة العامة(دينار جزائري)

السنة	2015	2016	2017
الأصول المتداولة	51440770,83	57875151,77	61519890,00
الخصوم المتداولة	59260309,05	63036913,14	63717496,46
نسبة السيولة	0,86	0,91	0,96

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الميزانية (2015 – 2017)، مصلحة المحاسبة والمالية.

2-2-2- بعد الزبائن: حتى تتمكن المؤسسة من تحديد حصتها السوقية ومدى قدرتها على جلب عملاء جدد، فإنه يمكن أن تعد المؤشرات الخاصة بمنظور العملاء من خلال المجموعات الأساسية لأهداف هذا البعد ومدى إرتباطها بإستراتيجية المؤسسة كمايلي:

– **حجم المبيعات:** ويمكن حساب معدل نمو المبيعات من خلال العلاقة التالية:

$$\textbf{معدل النمو السنوي للمبيعات} = \frac{\text{مبيعات السنة}(\boldsymbol{n}+\boldsymbol{1})-\text{مبيعات السنة}(\boldsymbol{n})}{\text{مبيعات السنة}(\boldsymbol{n})}$$

ونحدد تطور حجم المبيعات لهذا المؤسسة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (04): تطور حجم المبيعات (دينار جزائري)

السنة	2015	2016	2017
المبيعات	145970134,00	145214559,00	134337481,00
النسبة%	-1,87	-0,52	-7,49

المصدر: من إعداد الباحثين الاعتماد على جدول حسابات النتائج (2014 – 2017)، مصلحة المحاسبة والمالية.

حجم المبيعات لسنة 2014: 148749324,00 دج

– عدد الزبائن (درجة الاحتفاظ بالزبون واكتساب زبائن جدد):

يقيس هذا المؤشر معدل الاحتفاظ بالزبائن في المؤسسة ومدى قدرتها على اكتساب زبائن جدد ويمكن توضيح هذا من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (05): تطور عدد الزبائن

السنة	2015	2016	2017
عدد الزبائن	63	58	54
المعدل%	5	-7,94	-6,9

المصدر: من إعداد الباحثين، مصلحة المحاسبة والمالية.

عدد الزبائن لسنة 2014: 60 زبون

2-2-3- بعد العمليات الداخلية: إن هذا البعد يمثل المراحل والعمليات الداخلية التي تتم داخل المؤسسة من خلال عرض الأعمال المتميزة والمقدمة للزبائن والمساهمين والإجراءات التشغيلية التي تمكن المؤسسة من التميز ومن أهم المؤشرات التي تعتمد عليها المؤسسة بالنسبة لهذا البعد مايلي:

– **التحسين في الإنتاجية:** لكي تتمكن المؤسسة من تحديد مدى كفاءتها في تحسين الإنتاجية التي تساهم في زيادة أرباحها, يمكن أن يتم قياسها عن طريق القيمة المضافة المحققة من طرف المؤسسة من خلال مايلي:

$$\textbf{التحسين في الإنتاجية} = \frac{\text{القيمة المضافة للسنة}(\boldsymbol{n+1}) - \text{القيمة المضافة للسنة}(\boldsymbol{n})}{\text{القيمة المضافة للسنة}(\boldsymbol{n})}$$

ومن خلال الجدول التالي يمكن توضيح تطور التحسين في الإنتاجية كمايلي:

الجدول رقم (06): تطور الإنتاجية (دينار جزائري)

السنة	2015	2016	2017
القيمة المضافة	11325648,34	10849049,72	10480080,61
المعدل%	7,87	-4,21	-3,4

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على جدول حسابات النتائج (2014 – 2017)، مصلحة المحاسبة والمالية.

القيمة المضافة لسنة 2014: 10499107,79 دج

2-2-4- بعد التعلم والنمو: يعتبر هذا البعد أحد نظم قياس وتقييم أداء المؤسسات، حيث أنه يعتمد على مدى قدرت العاملين ففي المؤسسة على تطوير قدراتهم الإنتاجية وتحسينها، من خلال وضع نظام لتدريب العاملين وخضوعهم لدورات تكوينية، مما يساعد المؤسسة في مواجهة المنافسة، ومن أهم المؤشرات التي تعتمد عليها المؤسسة في هذا البعد مايلي:

– **معدل التأطير:** حتى تتمكن المؤسسة من الصمود في ظل زيادة حدة المؤسسة يجب عليها التحكم الجيد في مواردها البشرية من خلال الاعتماد على تأطير العمال بصورة مستمرة ويتم تحديد ذلك من خلال العلاقة التالية:

$$\textbf{معدل التأطير} = \frac{\text{عدد العمال المؤطرين}}{\text{إجمالي العمال}}$$

وسوف نحدد هذه النسبة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (07): تطور معدل التأطير

السنة	2015	2016	2017
عدد العمال المؤطرين	10	5	8
إجمالي العمال	40	34	38
المعدل%	%25	%15	%21

المصدر: من إعداد الباحثين, مصلحة الموارد البشرية.

– **معدل التوظيف:** إن هذا المؤشر يحدد لنا مدى نمو المؤسسة وتوسعها، من خلال زيادة معدلات التوظيف ويمكن تحديد هذا المؤشر من خلال تحديد معدل التوظيف في المؤسسة كمايلي:

$$\textbf{معدل التوظيف} = \frac{\text{عدد الموظفين في السنة}(\boldsymbol{n+1}) - \text{عدد الموظفين في السنة}(\boldsymbol{n})}{\text{عدد الموظفين في السنة}(\ \ )}$$

انطلاقاً من هذه العلاقة يمكن تحديد معدل التوظيف من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (08): تطور معدل التوظيف

السنة	2015	2016	2017
عدد الموظفين	40	34	38
معدل الزيادة%	-5	-15	12

المصدر: من إعداد الباحثين، مصلحة الموارد البشرية.

عدد الموظفين لسنة 2014: 42 عامل

2-3- النموذج المقترح لبطاقة الأداء المتوازن لمؤسسة حليب أدرار

من خلال إجراء هذه الدراسة في مؤسسة حليب أدرار اتضح أن هذه المؤسسة تعتمد على تقدير كل مؤشر من خلال إعطائه وزن وأهمية بالنسبة للمؤسسة، من خلال تحديد نسبة معينة لهذا المؤشر وذلك وفق تقدير الإدارة العليا، بالإضافة إلى تحديد الهدف الذي ينبغي الوصول إليه بإعطائه نسبة معينة لكل مؤشر وعلى هذا الأساس يتم تحديد النتيجة النهائية بالعلاقة التالية:

$$\textbf{النتيجة النهائية} = \frac{\text{وزن القياس} \times \text{المنجز فعلاً}}{\text{الهدف}}$$

من خلال هذا يمكننا الحصول على نموذج بطاقة الأداء المتوازن الخاصة بهذه المؤسسة وتحديد مدى بلوغها أهدافها الإستراتيجية من خلال تحديد اتجاه مستوى الأداء الكلي للمؤسسة كمايلي:

الجدول 9: النموذج المقترح لبطاقة الأداء المتوازن

الأبعاد	المقاييس	النتائج المنجزة فعلاً			النتيجة النهائية		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017
البعد المالي	المردودية الاقتصادية	75,61	65,61	63,65	28,35	24,60	23,87
	المردودية المالية	86,67	81,99	78,72	32,5	32,62	29,52
	نسبة السيولة	0,86	0,91	0,96	0,29	0,3	0,32

1	**أداء البعد المالي**	**-**	**-**	**-**	**61,14**	**57,52**	**53,71**
بعد الزبائن	**حجم المبيعات**	-1,87	-0,52	-7,49	-0,31	-0,08	-1,24
	عدد الزبائن	5	-7,94	-6,9	0,83	-1,32	-1,15
2	**أداء بعد الزبائن**	**-**	**-**	**-**	**0,52**	**-1,4**	**-2,39**
بعد العمليات الداخلية	**التحسين في الإنتاجية**	7,87	-4,21	-3,4	1,97	-1,05	-0,85
3	**أداء بعد العمليات الداخلية**	**-**	**-**	**-**	**1,97**	**-1,05**	**-0,85**
بعد التعلم والنمو	**معدل التأطير**	25	15	21	5,36	3,21	4,5
	معدلات التوظيف	-5	-15	12	-1,25	-3,75	3
4	**أداء بعد التعلم والنمو**	**-**	**-**	**-**	**4,11**	**-0,54**	**7,5**
	الأداء الكلي	**-**	**-**	**-**	**67,74**	**54,53**	**57,97**

المصدر: من إعداد الباحثين

2-4- تحليل النتائج:

من خلال النتائج المتحصل عليها من النموذج المقترح لبطاقة الأداء المتوازن الخاص بمؤسسة حليب أدرار يتضح لنا بأن مستوى أداء البعد المالي كان مرتفع خلال السنوات الثلاث إلا أنه تميز بالانخفاض الطفيف من سنة لأخرى، حيث أنه في سنة 2015 كان مستوى الأداء المالي مرتفع وهذا ناجم عن انخفاض التكاليف والأعباء لهذه المؤسسة وكفاءة هذه الأخيرة في التحكم في أصولها المختلفة، أما في سنة 2016 فتميز مستوى الأداء المالي بالانخفاض ولكن بنسبة صغيرة، حيث قدرت نسبة هذا الانخفاض بـ (5,92-%) وذلك مقارنتاً بسنة 2015 وسبب هذا الانخفاض يعود لارتفاع في تكاليف العملية الإنتاجية (ارتفاع في سعر المادة الأولية) والانخفاض في مبيعات المؤسسة التي ساهمت في انخفاض العائد، أما في سنة 2017 فيستمر مستوى الأداء المالي في الانخفاض ولكن بنسبة صغيرة حيث قدرت نسبة الانخفاض في هذه السنة بـ (6,62-%) وذلك مقارنتاً بسنة 2016 وهذا راجع لعدم قدرة مؤسسة حليب أدرار على التحكم في أصولها بالإضافة إلى الانقطاع في العملية الإنتاجية الذي عرفته سنة 2017 والذي أدى بدوره إلى انخفاض كبير في مبيعات هذه المؤسسة.

أما بالنسبة لبعد الزبائن فيتبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن مستوى أداء بعد الزبائن لهذه المؤسسة تميز بالانخفاض خلال السنوات الثلاث، حيث أنه في سنة 2015 مثل مستوى الأداء حوالي (2,6 %) من إجمالي وزن بعد الزبائن وهذا ناجم عن ضعف حجم المبيعات وقلة عدد الزبائن وهذا راجع لانخفاض حجم الطلبيات المقدمة من قبل الزبائن، أما بالنسبة لسنة 2016 فزاد مستوى بعد الزبائن في الانخفاض حيث قدرت نسبة الانخفاض بـ (3,69-%) وهذا بسبب فقدان المؤسسة لعدد من زبائنها الذين تحتفظ بهم وفي سنة 2017 استمر مستوى أداء بعد الزبائن في الانخفاض حيث قدر مستوى أداء هذا البعد بـ (2,39-%) وهذا راجع حسب المسؤولين في هذه المؤسسة إلى الانقطاع المتكرر في الإنتاج بسبب التذبذب في التزويد بالمادة الأولية الذي أدى بدوره إلى فقدان المؤسسة لعدد معتبر من زبائنها وبالتالي انخفاض حجم مبيعات المؤسسة.

أما فيما يخص بعد العمليات الداخلية فإن مستوى أداء هذا البعد لهذه المؤسسة مرتفع في سنة 2015 مقارنتاً بالسنوات الموالية وهذا ناتج عن ارتفاع أداء العمال، حيث قدر إنتاج المؤسسة في هذه السنة بـ 6056853 كيس وهذا أدى إلى الارتفاع في القيمة المضافة المحققة من طرف المؤسسة أما في سنة 2016 فإن مستوى أداء بعد العمليات الداخلية انخفض، حيث قدرت نسبة الانخفاض بـ (1,53-%) وهذا راجع إلى الانخفاض في أداء العمال حيث قدر حجم الإنتاج في هذه السنة بـ 6025500 كيس أي بتراجع قدر بـ 31353 كيس الأمر الذي أدى إلى التراجع في القيمة المضافة المحققة من طرف المؤسسة، أما فيما يخص سنة 2017 فإن مستوى أداء هذا البعد ارتفع ولو بنسبة صغيرة رغم أنه سالب وهذا نتيجة الانخفاض في أداء العمال في هذه السنة، حيث قدر حجم الإنتاج بـ 5574170 كيس أي بتراجع قدر بـ 451330 كيس مقارنتاً بسنة 2016 وبالتالي أدى ذلك إلى انخفاض القيمة المضافة للمؤسسة وذلك نتيجة انخفاض الطلبيات المقدمة من طرف الزبائن والتراجع الملحوظ في جودة منتجات المؤسسة مقارنتاً بالمؤسسات المنافسة الأمر الذي أدى بالمؤسسة إلى التخفيض في حجم الإنتاج من سنة إلى أخرى وذلك لتفادي كساد المنتجات وانتهاء مدة صلاحيتها التي تتميز بالقصر.

بالنسبة لمستوى أداء بعد التعلم والنمو لمؤسسة حليب أدرار خلال سنة 2015 قدر بـ (4,11%) أي ما يعادل (20,55%) من مستوى الوزن الممنوح لهذا البعد وهذا نتيجتاً لضعف معدلات التوظيف لهذه المؤسسة وفي سنة 2016 انخفض مستوى أداء بعد التعلم والنمو وذلك بسبب انخفاض عدد الموظفين والعمال في المؤسسة وعدم توظيف عمال جدد والانخفاض الملحوظ في عدد العمال المؤطرين من طرف المؤسسة، أما في سنة 2017 فإن مستوى أداء بعد التعلم والنمو ارتفع بنسبة معتبرة حيث قدرت نسبة الزيادة في مستوى الأداء بـ (14,89%) تقريباً مقارنتاً بسنة 2016 وهذا راجع للزيادة في معدلات التوظيف وكذا معدل التأطير بالمؤسسة وهذا يدل على سعي المؤسسة للرفع من كفاءة عمالها وموظفيها بهدف زيادة إنتاجية العامل والرفع من القيمة المضافة للمؤسسة، ولكن كل هذا لم ينعكس إيجاباً على إنتاجية المؤسسة والقيمة المضافة لها لإن معدلات التأطير والتوظيف في المؤسسة تبقى ضعيفة ولم ترتقي إلى المستوى المطلوب.

أما بالنسبة لمستوى الأداء الكلي لمؤسسة حليب أدرار فإن تغيرات الأداء بالنسبة للأبعاد الأربعة لا يمثل الأداء المتوازن، حيث نلاحظ أن الأداء الكلي للمؤسسة في سنة 2015 بلغ مستوى (67,74%) وهذا الارتفاع في مستوى

الأداء الكلي راجع إلى ارتفاع مستوى أداء البعد المالي، أما في سنة 2016 فإن مستوى الأداء الكلي للمؤسسة انخفض بنسبة (19,50-%) ليصل إلى(54,53%) وهذا نتيجة للتراجع في مستوى أداء البعد المالي وبعد العمليات الداخلية وبعد التعلم والنمو وبعد الزبائن، وفي سنة 2017 فإن مستوى الأداء الكلي ارتفع بنسبة صغيرة حيث قدرت نسبة الزيادة بـ (6,31%) ليصل مستوى الأداء الكلي إلى نسبة (57,97%) وهذا ناجم عن ارتفاع طفيف في مستويات الأداء الخاصة ببعد التعلم والنمو وبعد العمليات الداخلية، ومن خلال كل هذا نلاحظ أن المؤسسة تركز أدائها واهتمامها على أداء البعد المالي وتهمل باقي الأبعاد الأخرى لبطاقة الأداء المتوازن الأمر الذي يجعل مستوى الأداء الكلي للمؤسسة مرتفع ولكنه غير متوازن.

ومن خلال كل هذا يمكن أن نستنتج مدى أهمية تقييم الأداء الكلي للمؤسسة وذلك باستخدام بطاقة الأداء المتوازن وتعتبر كذلك وسيلة رقابية تساعد المؤسسة على معرفة الانحرافات وتصحيحها وبالتالي الفرضية الأولى صحيحة كما نلاحظ من خلال النتائج المتوصل إليها أن بطاقة الأداء المتوازن تساعد على التحسين المستمر لأدائها من خلال العلاقة الوطيدة التي تربط بين إستراتيجية المؤسسة وبطاقة الأداء المتوازن وبالتالي الفرضية الثانية صحيحة، كما لاحظنا من خلال هذه الورقة البحثية أن بطاقة الأداء المتوازن تمزج بين مقاييس الأداء المالية ومقاييس الأداء غير المالية بطريقة جيدة وبالتالي فهي تعطي صورة واضحة وشاملة عن الأداء في المؤسسة الاقتصادية ومنه الفرضية الثالثة صحيحة.

- **خاتمة:**

يتضح من خلال هذه الدراسة في الجانب النظري والتطبيقي أن بطاقة الأداء المتوازن تعتبر من أهم أدوات تقييم الأداء ومراقبة التسيير في المؤسسة، حيث جاءت هذه الوسيلة لسد النقص الذي أظهرته الأدوات التقليدية في تقييم أداء المؤسسات، وتوجيه هذه الأخيرة نحو المسار الصحيح من أجل بلوغ أهدافها. أما من الناحية التطبيقية فقد تبين أن مؤسسة حليب أدرار والتي هي محل الدراسة الميدانية لا تستخدم بطاقة الأداء المتوازن لتقييم أدائها، حيث تعتمد على المقاييس المالية التقليدية فقط كما تبين أن هذه المؤسسة تملك كل المقومات اللازمة لتطبيق بطاقة الأداء المتوازن على اعتبار كافة المسيرين والمسؤولين بهذه المؤسسة يملكون المعرفة الكافية عن هذا الأسلوب، لذلك بناءاً على المعلومات التي تم التحصل عليها من هذه المؤسسة سواء المعلومات المستخرجة من الوثائق المتحصل عليها أو المعلومات المتحصل عليها عن طريق المقابلة المباشرة مع مدير المؤسسة قمنا باقتراح نموذج تقريبي لبطاقة الأداء المتوازن لهذه المؤسسة.

من خلال ما تم عرضه في هذه الدراسة يمكن تقديم مجموعة من النتائج المتوصل إليها كمايلي:

- تعتمد مؤسسة حليب أدرار على المقاييس المالية وتهتم بالجانب المالي فقط وهذا ما يتضح من خلال النموذج المقترح لبطاقة الأداء المتوازن لهذه المؤسسة، حيث كان أداء البعد المالي لهذه المؤسسة مقبول إلى حد بعيد وخاصة فيما يتعلق بالمردودية المالية ونسبة السيولة العامة لهذه المؤسسة.

- من خلال النموذج المقترح لبطاقة الأداء المتوازن يتبين أن التعامل بهذا الأسلوب على المدى الطويل يمكن المؤسسة من تقليل التكاليف، وذلك من خلال اتخاذ التدابير والإجراءات الوقائية اللازمة في الوقت المناسب وهذا من خلال تحديد مساهمة كل بعد من أبعاد هذه البطاقة في الأداء الكلي للمؤسسة.

انطلاقاً من المعلومات والنتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية المتعلقة بأهمية بطاقة الأداء المتوازن في تقييم الأداء توصلنا إلى وضع مجموعة من الاقتراحات والتوصيات والمتمثلة فيمايلي:

– يجب على المؤسسة الإهتمام بالأدوات الحديثة لتقييم الأداء حتى تتمكن من تقييم أدائها بفعالية.

– يجب على المؤسسة أن تتبنى أسلوب بطاقة الأداء المتوازن، وذلك من خلال السعي للتعرف عليها والتواصل مع المؤسسات التي تطبق هذا الأسلوب.

– يجب على المؤسسة الإهتمام بالروح المعنوية للعمال والموظفين لأن الإهتمام بهم يسهم في تحسين أداء المؤسسة والرفع من إنتاجيتها.

– **قائمة المصادر والمراجع:**

- Kaplan, R., & Norton, D., **The Balanced Scorecard Measures That Drive Performance**. Harvard Business Review , 07, 1992.

- إبراهيم الخلوف الملكاوي، **إدارة الأداء باستخدام بطاقة الأداء المتوازن**، دار الوراق للنشر، عمان، 2009.
- أحمد ماهر، **التخطيط الإستراتيجي**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2009.
- أحمد يوسف دودين، **بطاقة الأداء المتوازن ومعوقات تطبيقها في منظمات الأعمال**، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- حنان جودة، **تطبيق نظام قياس الأداء المتوازن وأثره في الإلتزام المؤسسي في شركات الألمينيوم الأردنية (دراسة ميدانية)** ، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، العدد 02، المجلد 11، 2008.
- سلمان زيدان، **إستراتيجيات إدارة الوقت والتغيير**، دار المناهج، عمان، 2011.
- عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، **بطاقة الأداء المتوازن المدخل المعاصر لقياس الأداء الاستراتيجي**، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2009.
- عبد النور صبايحي، مدير المؤسسة، **تقديم مختصر عن مؤسسة حليب أدرار**، القائم على المقابلة: عبد القادر موسى، أدرار، بتاريخ 24 مارس 2019
- فارس رشيد البياتي، **محاسبة الأداء في المؤسسة الخدمية (الطيران المدني أنموذجا)** ، دار أيلة، عمان، 2008.
- مجيد الكرخي، **تقويم الأداء في الوحدات الاقتصادية باستخدام النسب المالية**، دار المناهج، عمان، 2007.
- مريم شكري، **تقييم الأداء المالي باستخدام بطاقة الأداء المتوازن (دراسة إختبارية في شركة الطيران الملكية الأردنية)** ، رسالة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل درجة الماجستير، الأردن: كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2013.
- وحيد رثغان لختاتنة، منصور إبراهيم السعايدة، **نموذج معدل لبطاقة الأهداف**، مجلة العلوم الإدارية، العدد 02، المجلد 06، 2010.

- **الملاحق:**

ملحق 01: ميزانية مؤسسة حليب أدرار (جانب الأصول) لسنة 2015 – 2016

SARL ADRAR LAIT SBAIHI &FRERES
ZONNE INDUSTRIELLE ADRAR
N° D'IDENTIFICATION:797001039002920

EDITION_DU:03/03/2019 22:55
EXERCICE:01/01/16 AU 31/12/16

BILAN (ACTIF) -copie provisoire

ACTIF	NOTE	2016			2015
		Montants Bruts	Amortissements Provisions et pertes de valeurs	Net	Net
ACTIFS NON COURANTS					
Ecart d'acquisition-goodwill positif ou négatif					
Immobilisations incorporelles					
Immobilisations corporelles					
Terrains					
Bâtiments		9 536 573,32	2 932 682,64	6 603 890,68	7 557 547,68
Autres immobilisations corporelles		18 065 662,29	12 257 002,52	5 808 659,77	7 615 225,49
Immobilisations en concession					
Immobilisations encours					
Immobilisations financières					
Titres mis en équivalence					
Autres participations et créances rattachées					
Autres titres immobilisés					
Prêts et autres actifs financiers non courants					
Impôts différés actif					
TOTAL ACTIF NON COURANT		**27 602 235,61**	**15 189 685,16**	**12 412 550,45**	**15 172 773,17**
ACTIF COURANT					
Stocks et encours		12 948 068,00		12 948 068,00	11 266 570,34
Créances et emplois assimilés					
Clients		17 040 224,00		17 040 224,00	14 124 570,00
Autres débiteurs		1 963 969,69		1 963 969,69	1 963 969,69
Impôts et assimilés		22 466 181,41		22 466 181,41	17 868 922,06
Autres créances et emplois assimilés					
Disponibilités et assimilés					
Placements et autres actifs financiers courants					
Trésorerie		3 456 708,67		3 456 708,67	6 216 738,74
TOTAL ACTIF COURANT		**57 875 151,77**		**57 875 151,77**	**51 440 770,83**
TOTAL GENERAL ACTIF		**85 477 387,38**	**15 189 685,16**	**70 287 702,22**	**66 613 544,00**

المصدر: مصلحة المحاسبة والمالية

ملحق 02: ميزانية مؤسسة حليب أدرار (جانب الخصوم) لسنة 2015 – 2016

SARL ADRAR LAIT SBAIHI &FRERES
ZONNE INDUSTRIELLE ADRAR
N° D'IDENTIFICATION:797001039002920

EDITION_DU:03/03/2019 22:55
EXERCICE:01/01/16 AU 31/12/16

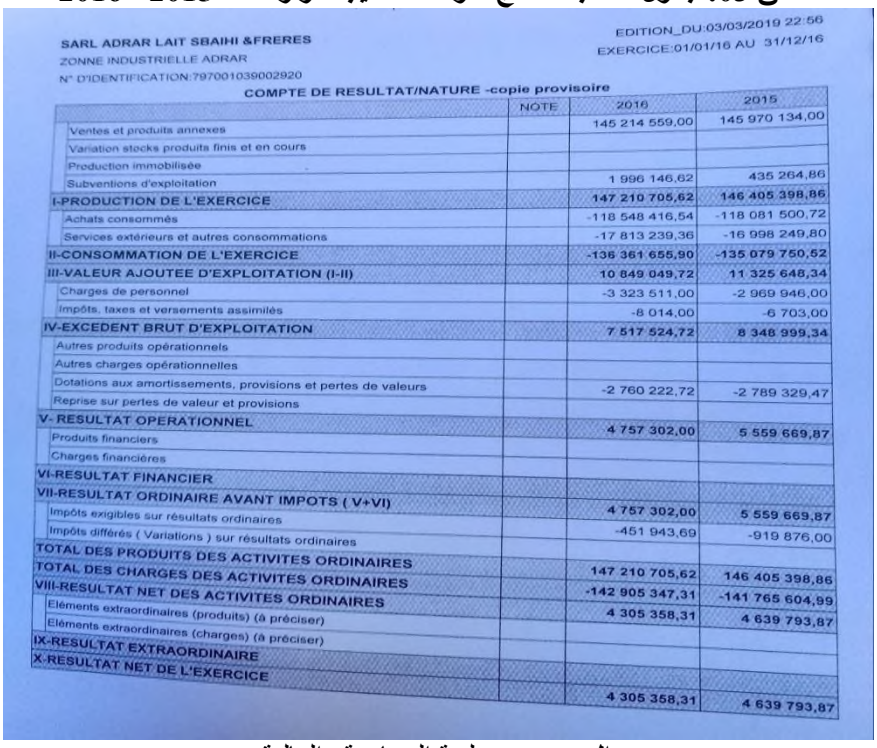
BILAN (PASSIF) -copie provisoire

	NOTE	2016	2015
CAPITAUX PROPRES		100 000,00	100 000,00
Capital émis			
Capital non appelé		845 430,77	613 441,08
Primes et réserves - Réserves consolidés (1)			
Ecart de réévaluation			
Ecart d'équivalence (1)		4 305 358,31	4 639 793,87
Résultat net - Résultat net du groupe (1)			
Autres capitaux propores - Report à nouveau			
Part de la société consolidante (1)			
Part des minoritaires (1)			
TOTAL I		**5 250 789,08**	**5 353 234,95**
PASSIFS NON-COURANTS			
Emprunts et dettes financières		2 000 000,00	2 000 000,00
Impôts (différés et provisionnés)			
Autres dettes non courantes			
Provisions et produits constatés d'avance			
TOTAL II		**2 000 000,00**	**2 000 000,00**
PASSIFS COURANTS:			
Fournisseurs et comptes rattachés		32 702 575,54	31 805 179,46
Impôts		4 549 160,53	4 819 975,09
Autres dettes		25 785 177,07	22 635 154,50
Trésorerie passif			
TOTAL III		**63 036 913,14**	**59 260 309,05**
TOTAL GENERAL PASSIF (I+II+III)		**70 287 702,22**	**66 613 544,00**

(1) A utiliser uniquement pour la présentation d''états financiers consolidés

المصدر: مصلحة المحاسبة والمالية

ملحق 03: جدول حساب النتائج لمؤسسة حليب أدرار لسنة 2015 - 2016



SARL ADRAR LAIT SBAIHI &FRERES
ZONNE INDUSTRIELLE ADRAR
N° D'IDENTIFICATION:797001039002920

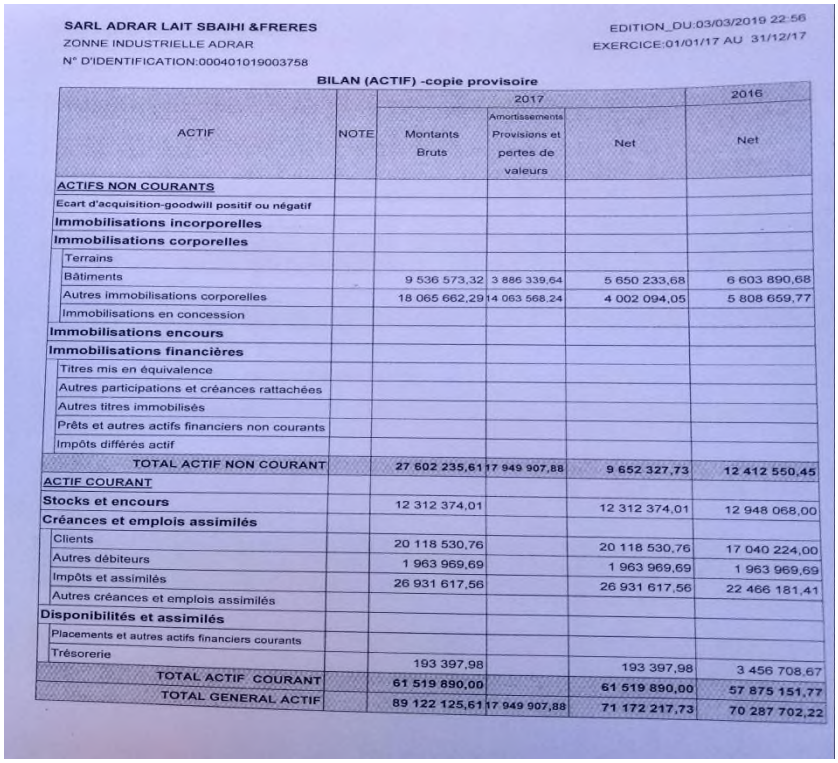
EDITION_DU:03/03/2019 22:56
EXERCICE:01/01/16 AU 31/12/16

COMPTE DE RESULTAT/NATURE -copie provisoire

	NOTE	2016	2015
Ventes et produits annexes		145 214 559,00	145 970 134,00
Variation stocks produits finis et en cours			
Production immobilisée			
Subventions d'exploitation		1 996 146,62	435 264,86
I-PRODUCTION DE L'EXERCICE		**147 210 705,62**	**146 405 398,86**
Achats consommés		-118 548 416,54	-118 081 500,72
Services extérieurs et autres consommations		-17 813 239,36	-16 998 249,80
II-CONSOMMATION DE L'EXERCICE		**-136 361 655,90**	**-135 079 750,52**
III-VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)		**10 849 049,72**	**11 325 648,34**
Charges de personnel		-3 323 511,00	-2 969 946,00
Impôts, taxes et versements assimilés		-8 014,00	-6 703,00
IV-EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		**7 517 524,72**	**8 348 999,34**
Autres produits opérationnels			
Autres charges opérationnelles			
Dotations aux amortissements, provisions et pertes de valeurs		-2 760 222,72	-2 789 329,47
Reprise sur pertes de valeur et provisions			
V- RESULTAT OPERATIONNEL		**4 757 302,00**	**5 559 669,87**
Produits financiers			
Charges financières			
VI-RESULTAT FINANCIER			
VII-RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS (V+VI)		**4 757 302,00**	**5 559 669,87**
Impôts exigibles sur résultats ordinaires		-451 943,69	-919 876,00
Impôts différés (Variations) sur résultats ordinaires			
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES		**147 210 705,62**	**146 405 398,86**
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES		**-142 905 347,31**	**-141 765 604,99**
VIII-RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES		**4 305 358,31**	**4 639 793,87**
Eléments extraordinaires (produits) (à préciser)			
Eléments extraordinaires (charges) (à préciser)			
IX-RESULTAT EXTRAORDINAIRE			
X-RESULTAT NET DE L'EXERCICE		**4 305 358,31**	**4 639 793,87**

المصدر: مصلحة المحاسبة والمالية

ملحق 04: ميزانية مؤسسة حليب (جانب الأصول) لسنة 2016 – 2017



SARL ADRAR LAIT SBAIHI &FRERES
ZONNE INDUSTRIELLE ADRAR
N° D'IDENTIFICATION:000401019003758

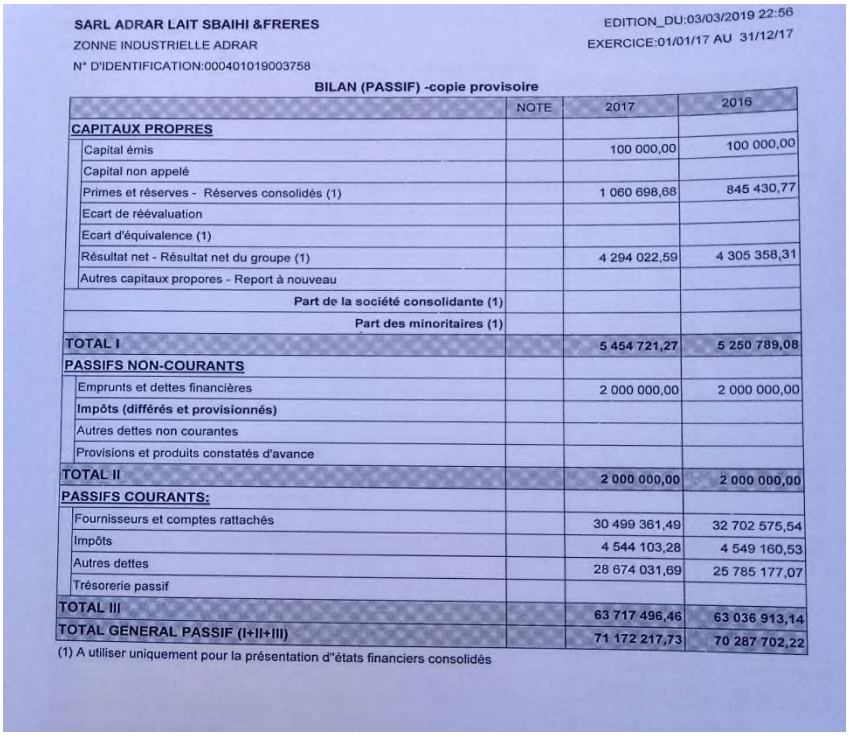
EDITION_DU:03/03/2019 22:56
EXERCICE:01/01/17 AU 31/12/17

BILAN (ACTIF) -copie provisoire

ACTIF	NOTE	2017			2016
		Montants Bruts	Amortissements Provisions et pertes de valeurs	Net	Net
ACTIFS NON COURANTS					
Ecart d'acquisition-goodwill positif ou négatif					
Immobilisations incorporelles					
Immobilisations corporelles					
Terrains					
Bâtiments		9 536 573,32	3 886 339,64	5 650 233,68	6 603 890,68
Autres immobilisations corporelles		18 065 662,29	14 063 568.24	4 002 094,05	5 808 659,77
Immobilisations en concession					
Immobilisations encours					
Immobilisations financières					
Titres mis en équivalence					
Autres participations et créances rattachées					
Autres titres immobilisés					
Prêts et autres actifs financiers non courants					
Impôts différés actif					
TOTAL ACTIF NON COURANT		**27 602 235,61**	**17 949 907,88**	**9 652 327,73**	**12 412 550,45**
ACTIF COURANT					
Stocks et encours		12 312 374,01		12 312 374,01	12 948 068,00
Créances et emplois assimilés					
Clients		20 118 530,76		20 118 530,76	17 040 224,00
Autres débiteurs		1 963 969,69		1 963 969,69	1 963 969,69
Impôts et assimilés		26 931 617,56		26 931 617,56	22 466 181,41
Autres créances et emplois assimilés					
Disponibilités et assimilés					
Placements et autres actifs financiers courants					
Trésorerie		193 397,98		193 397,98	3 456 708,67
TOTAL ACTIF COURANT		**61 519 890,00**		**61 519 890,00**	**57 875 151,77**
TOTAL GENERAL ACTIF		**89 122 125,61**	**17 949 907,88**	**71 172 217,73**	**70 287 702,22**

المصدر: مصلحة المحاسبة والمالية

ملحق 05: ميزانية مؤسسة حليب أدرار (جانب الخصوم) لسنة 2016 – 2017



SARL ADRAR LAIT SBAIHI &FRERES
ZONNE INDUSTRIELLE ADRAR
N° D'IDENTIFICATION:000401019003758

EDITION_DU:03/03/2019 22:56
EXERCICE:01/01/17 AU 31/12/17

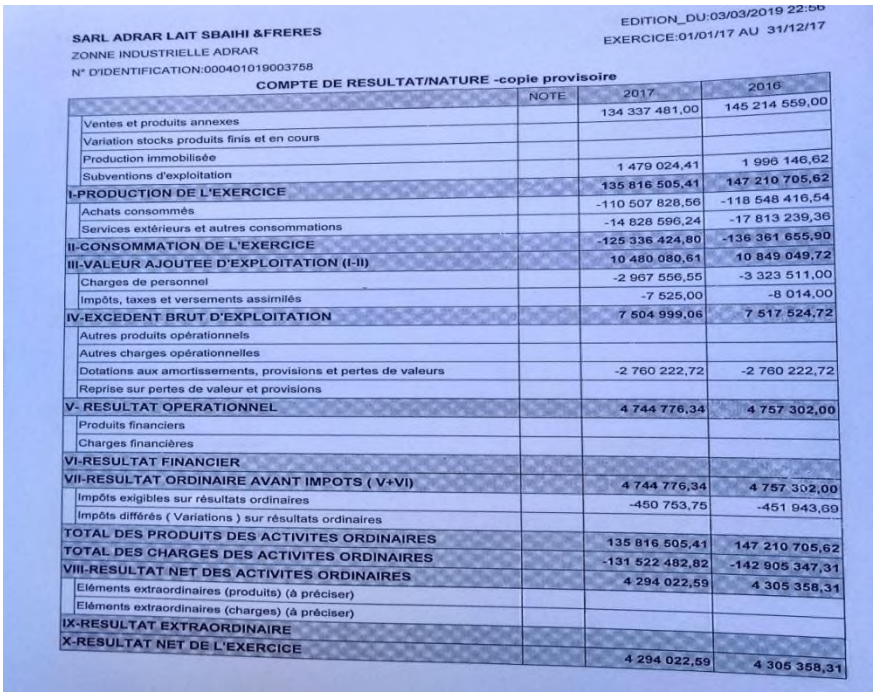
BILAN (PASSIF) -copie provisoire

	NOTE	2017	2016
CAPITAUX PROPRES			
Capital émis		100 000,00	100 000,00
Capital non appelé			
Primes et réserves - Réserves consolidés (1)		1 060 698,68	845 430,77
Ecart de réévaluation			
Ecart d'équivalence (1)			
Résultat net - Résultat net du groupe (1)		4 294 022,59	4 305 358,31
Autres capitaux propores - Report à nouveau			
Part de la société consolidante (1)			
Part des minoritaires (1)			
TOTAL I		**5 454 721,27**	**5 250 789,08**
PASSIFS NON-COURANTS			
Emprunts et dettes financières		2 000 000,00	2 000 000,00
Impôts (différés et provisionnés)			
Autres dettes non courantes			
Provisions et produits constatés d'avance			
TOTAL II		**2 000 000,00**	**2 000 000,00**
PASSIFS COURANTS:			
Fournisseurs et comptes rattachés		30 499 361,49	32 702 575,54
Impôts		4 544 103,28	4 549 160,53
Autres dettes		28 674 031,69	25 785 177,07
Trésorerie passif			
TOTAL III		**63 717 496,46**	**63 036 913,14**
TOTAL GENERAL PASSIF (I+II+III)		**71 172 217,73**	**70 287 702,22**

(1) A utiliser uniquement pour la présentation d'états financiers consolidés

المصدر: مصلحة المحاسبة والمالية

ملحق 06: جدول حساب النتائج لمؤسسة حليب أدرار لسنة 2016 – 2017



SARL ADRAR LAIT SBAIHI &FRERES
ZONNE INDUSTRIELLE ADRAR
N° D'IDENTIFICATION:000401019003758

EDITION_DU:03/03/2019 22:56
EXERCICE:01/01/17 AU 31/12/17

COMPTE DE RESULTAT/NATURE -copie provisoire

	NOTE	2017	2016
Ventes et produits annexes		134 337 481,00	145 214 559,00
Variation stocks produits finis et en cours			
Production immobilisée			
Subventions d'exploitation		1 479 024,41	1 996 146,62
I-PRODUCTION DE L'EXERCICE		**135 816 505,41**	**147 210 705,62**
Achats consommés		-110 507 828,56	-118 548 416,54
Services extérieurs et autres consommations		-14 828 596,24	-17 813 239,36
II-CONSOMMATION DE L'EXERCICE		**-125 336 424,80**	**-136 361 655,90**
III-VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)		**10 480 080,61**	**10 849 049,72**
Charges de personnel		-2 967 556,55	-3 323 511,00
Impôts, taxes et versements assimilés		-7 525,00	-8 014,00
IV-EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		**7 504 999,06**	**7 517 524,72**
Autres produits opérationnels			
Autres charges opérationnelles			
Dotations aux amortissements, provisions et pertes de valeurs		-2 760 222,72	-2 760 222,72
Reprise sur pertes de valeur et provisions			
V- RESULTAT OPERATIONNEL		**4 744 776,34**	**4 757 302,00**
Produits financiers			
Charges financières			
VI-RESULTAT FINANCIER			
VII-RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS (V+VI)		**4 744 776,34**	**4 757 302,00**
Impôts exigibles sur résultats ordinaires		-450 753,75	-451 943,69
Impôts différés (Variations) sur résultats ordinaires			
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES		**135 816 505,41**	**147 210 705,62**
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES		**-131 522 482,82**	**-142 905 347,31**
VIII-RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES		**4 294 022,59**	**4 305 358,31**
Eléments extraordinaires (produits) (à préciser)			
Eléments extraordinaires (charges) (à préciser)			
IX-RESULTAT EXTRAORDINAIRE			
X-RESULTAT NET DE L'EXERCICE		**4 294 022,59**	**4 305 358,31**

المصدر: مصلحة المحاسبة والمالية

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:186-199.

The importance of analytical review under the artificial neural network system to improve the performance of the audit process

Kerdoudi Sihem [1], Moussi Sihem [2],

[1] Lecturer , Department of Commercial Sciences/ University of Biskra, Algeria , kerdoudi.sihem@univ-biskra.dz .
[2] Lecturer , Department of Management , University of Biskra, Algeria, sihem.moussi@univ-biskra.dz

ARTICLE INFO

Article history:
Received:19/12/2020
Accepted:01/01/2021
Online:11/01/2021

Keywords:
artificial neural networks
audit,
Perform the audit,
inherent errors,
analytical review
JEL Code: M41 ،M42

ABSTRACT

The aime of this study is to highlight the importance of an analytical review in light of the artificial neural network system in improving the performance of the audit process.
The study concluded that the use of artificial neural networks in the analytical review contributes to improving analytical review procedures such as helping to discover the fundamental errors, and fraud practices carried out by the administration, and provides solutions to support the decisions of financial continuity and taste and assess the risks of control.

أهمية المراجعة التحليلية في ظل نظام الشبكات العصبية الاصطناعية في تحسين أداء عملية التدقيق

كردودي سهام [1]، موسي سهام [2]،

[1] أستاذ محاضر أ، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر . kerdoudi.sihem@univ-biskra.dz

[2] أستاذ محاضر أ، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر sihem.moussi@univ-biskra.dz.

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:
2020/12/19
تاريخ القبول: 2021/01/01
تاريخ النشر: 2021/01/11

الكلمات المفتاحية
شبكات عصبية اصطناعية
تدقيق
أداء عملية التدقيق
أخطاء جوهرية
مراجعة تحليلية
JEL Code: M41 M42

الملخص

تهدف الدراسة إلى إبراز أهمية المراجعة تحليلية في ظل نظام الشبكات العصبية الاصطناعية في تحسين أداء عملية التدقيق.
وخلصت الدراسة إلى أن استخدام الشبكات العصبية الاصطناعية في المراجعة التحليلية يساهم في تحسين إجراءات المراجعة التحليلية كالمساعدة في اكتشاف الأخطاء الجوهرية، وممارسات التزوير التي تقوم بها الإدارة، ويقدم حلول لدعم قرارات الاستمرارية والذائقة المالية وتقييم مخاطر الرقابة.

*Corresponding Author : *kerdoudi sihem* Email: kerdoudi.sihem@univ-biskra.dz

1. مقدّمة:

جاء تطبيق المراجعة التحليلية من أجل أن يحسن من أوجه القصور الكامنة لتقنيات التحليل التقليدية، وكذا صعوبات المدققين الواضحة في جمع كل الإشارات الحرجة عند تقييم نتائج المراجعة التحليلية. من أجل ذلك ومن خلال هذا الجزء من البحث جاء كمحاولة لتحسين الأساليب التحليلية من خلال تطبيق تكنولوجيا جديدة، ممثلة في الشبكات العصبية الاصطناعية لأداء نموذج يعرفنا على مؤشرات التحقيق التي تولدها المراجعة التحليلية.

يمكن تطبيق مصطلح التكنولوجيا المالية على أي تجديدات تتعلق بكيفية قيام الأشخاص بأي أعمال تجارية بدءً من ابتكار المال وحتى القيد المزدوج للدفاتر .وعلى الرغم من ذلك، منذ ثورة الإنترنت وثورة الإنترنت عبر الهاتف النقال، نمت التكنولوجيا المالية نمواً هائلاً، وفي الوقت ال ا رهن تصف التكنولوجيا المالية (سحنون.م واخرون 2018 ص 68)

تعتبر الشبكات العصبية من أنظمة تكنولوجيا تشغيل المعلومات التي تعتمد على الوسائل الرياضية، بحيث تحاكى طبيعة الخلية العصبية البشرية في التعامل مع المعلومات والبيانات، وهى عبارة عن نماذج إلكترونية تعتمد على الهيكل العصبي للمخ البشرى، فالعقل البشرى يتعلم من خبرته والشبكات العصبية صممت بحيث تتعلم بنفس الطريقة من خبرتها في الأداء في مجال معين، وقد استخدمت الشبكة العصبية للتقييم بين مجموعة اختيارات قد لا توجد لها حلول تحليلية.

لأجل مراجعة تحليلية في ظل نظام الشبكات العصبية الاصطناعية تقدم خيار مميزا لتحسين أداء عملية التدقيق، فإن البحث والتطوير في وسائل التدقيق يعتبر مهم، لأن مهمة المدقق اليوم أصبحت أكثر إرهاقا وتعقيدا في آن واحد من آي وقت مضى.

✓ **إشكالية الدراسة** انطلاقا مما تقدم فان هذه الورقة البحثية تبحث في الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة المراجعة التحليلية في ظل نظام الشبكات العصبية الاصطناعية في تحسين أداء عملية التدقيق؟

للإجابة على إشكالية الدراسة تم صياغة الفرضية الرئيسية التالية

تساهم المراجعة التحليلية في ظل نظام الشبكات العصبية الاصطناعية في تحسين أداء عملية التدقيق بشكل فعال.

✓ **أهمية الدراسة:** تكمن أهمية الدراسة من خلال

- تساعد أساليب التدقيق باستخدام الحاسوب في أداء تلك الاختبارات للحصول على أدلة عن الاختبارات النهائية للأرصدة.

- يتم في ظل المراجعة الالكترونية المستمرة أداء اختبارات الأرصدة بعد نهاية السنة المالية، وذلك لتجميع أدلة كافية وملائمة كأساس مقبول للتعبير عن الرأي في التمثيل العادل للقوائم المالية.

- استخدام المراجعة التحليلية في ظل المراجعة المتزامنة تسمح بتخفيض الحاجة للمراجعة اللاحقة بعد نهاية السنة المالية.

2. الإطار النظري للشبكات العصبية الاصطناعية

1.2 ماهية الشبكات العصبية الاصطناعية

تعتبر الشبكات العصبية من أهم مجالات الذكاء الإصطناعى، الذي يعكس تطوراً هاماً ملموساً في طريقة التفكير الإنساني، وتدور فكرة الشبكات العصبية حول محاكاة العقل البشرى باستخدام الحاسب الآلي.

أ. تعريف الشبكات العصبية الاصطناعية.

قد تم اقتباس أسلوب الشبكات العصبية الاصطناعية من الشبكات البيولوجية العصبية، ويرجع الفضل .إلى دخولها إلى دائرة الأعمال العالمية على يد Mc.Culloch و ؛Pitts (1943)

الشبكات العصبية الاصطناعيةArtificial Neural Network غالبا تسمى الشبكة العصبيةَ Artificial Neural وهي نموذج رياضي أو نموذج حاسوبي a model computational يستند على الشبكات العصبية البيولوجية، فهي تتكون من مجموعة مترابطة من الشبكات العصبية والمعلومات المعالجة باستخدام منهج ترابطي للحوسبة(yashpal & alok singh chauhan, 2009, p. 37) ومحاكاة الشبكات العصبية الاصطناعية يشير إلى محاكاة هيكلة العقل، التفكير والتعليم البشري .(Hossein, Khairil Anuar, & Rahmandoust, 2011, p. 1008)، وفي الغالب أن الشبكات العصبية الاصطناعية هي نظام تكيفي، حيث تتغير بنيتها بالاستناد إلى المعلومات الداخلية والخارجية التي تتدفق داخل الشبكة خلال مرحلة التعلم.

كما جاء تقسيم الشبكات إلى طبقات، حيث تتكون طبقات الشبكة من قائمة طبقة المدخلات (أولا) وطبقة المخرجات (في الأخير)، وبين طبقة المدخلات والمخرجات يمكن أن نجد طبقة أو أكثر من الطبقات الخفية، ضف إلى ذلك أن التنوع في أصناف الشبكات العصبية الاصطناعية يعطينا اختلاف في عدد الطبقات، في حين أن خرائط التنظيم الذاتي SOM Self Organisation Maps يتكون من طبقة مدخلات ومخرجات فقط (Efstathios & Charalambos, 2007, p. 999). وفي تعريف جاء به الباحثان(2000) Coakley.*J* & Brown.*C*: أن الشبكات العصبية الاصطناعية *ANN*s تتكون من ترابط عنصري عالي للوحدات الحسابية تسمى **عصبون Neural**، كل وحدة حاسوبية لها مجموعة من المدخلات المترابطة والتي تستقبل إشارات من وحدات حاسوبية أخرى وأداة ضبط التحيز، مجموعة أوزان لكل مدخل اتصال وأداة ضبط التحيز، ودالة التحويل التي تحول مجموع أوزان مدخلات التحيز للحكم على قيم المخرجات من الوحدة الحاسوبية(Coakley & Brown, 2000, p. 121) .

وجاء في تعريف آخر، بأنها تعبر عن شدة الترابط بين كل عنصرين بدلالة كمية قياسية تسمي شدة الترابط أو الوزن، بالإضافة إلي تميز كل عنصر بكمية قياسية أخري تسمي طاقة النشاط أو الاستثارة ، ونستطيع تمثيل المعلومات واختزانها بدلالة أوزان الترابط بين عناصرها ، كما يمكنها التعلم من خبراتها السابقة من خلال حساب التكاثر الارتدادي وتعاملها مع المشكلات السابقة، كما أنها تتكيف مع أوزان ترابطها طبقا للمعلومات المضافة إليها والمخزنة داخلها (وائل و الجرايحي، 2008، صفحة 118).

ب. مكونات الشبكات العصبية الاصطناعية.

كما رأينا أن الشبكات العصبية تحتاج لوحدات إدخال، ووحدات معالجة يتم فيها عمليات حسابية تضبط الأوزان ونحصل من خلالها على ردت الفعل المناسبة لكل مدخل من المدخلات للشبكة .وعليه يمكن تحديد مكونات الشبكة العصبية الاصطناعية فيما يلي (وائل و الجرايحي، 2008، صفحة 119)

- **المدخلات Inputs:** والتي تحتوي على عدد من العقد التي تمثل عدد المتغيرات المستقلة (المدخلات)، والتي يمكن أن تكون على صورة بيانات كمية أو وصفية أو تكون مخرجات لوحدات معالجة أخرى، أو تكون عن نصوص أو صور أو صوت أو أشكال أو ظواهر معينة.
- **المخرجات Outpus:** هي المستوى الأخير في الشبكة العصبية الاصطناعية، والتي هي عبارة عن مخرجات الشبكة العصبية، والتي يمكن أن تكون الناتج او الحل للمشكلة محل الدراسة.
- **المستوى الخفي (Hidden Level):**هو المستوى الثاني والذي يلي مستوى المدخلات، وقد يكون في الشبكة أكثر من مستوى مخفي واحد، وهذا المستوى يرتبط مع مستوى المخرجات، والشبكة التي تحتوي على مستوى مخفي واحد تسمى شبكة ذات الطبقة الواحدة (Single-Layer Network) أما الشبكة التي تحتوي على أكثر من مستوى مخفي واحد فتسمى شبكة متعددة الطبقات(Multi-Layer Network)
- ***الأوزان* Weights:** يعبر الوزن في الشبكات العصبية الاصطناعية عن القوة النسبية أو القيمة الحسابية للبيانات المبدئية المدخلة أو الروابط المختلفة التي تنقل البيانات من طبقة إلي طبقة، أو بمعني آخر الأهمية النسبية لكل مدخل إلي عنصر المعالجة. وتعمل الأوزان على تحويل البيانات من طبقة إلى طبقة داخل الشبكة تؤثر على قيم المخرجات، ومن الممكن تعديل الأوزان من خلال خاصية التعلم في الشبكة والتي تعرف بدالة التجميع Summation Function، والتي تساعد على إيجاد المجموع المرجح weighted Sum لكل عناصر المدخلات التي تم إدخالها، وبذلك يتم الوصول إلى أفضل مجموع مرجح.
- **الدالة التجميعية Summation Function:** تمثل المنشط الداخلي، وقد يطلق عليها بدالة التحفيز، وذلك لأن العصب يقوم باستقبال المدخلات من الأعصاب الأخرى أو من المصادر الخارجية، وبالتالي يتم استخدام

المخرجات، تختص دالة التجميع بحساب الوزن المتوسط لكل المدخلات إلي عنصر المعالجة، بضرب قيمة كل عنصر إدخال في وزنه للحصول علي المجموع.

- **دالة التحويلTransformation Function:** أو بما يسمى دالة التنشيط Activation Function إن كل خلية عصبية لها مستوى استثارة Activation Level، يتم حساب هذا المستوى عن طريق دالة التجميع وهذا ما يسمي بالمحاكاة الداخلية، وقد يكون هناك قيمة خارجة من الخلية أو تنعدم من خلال تحديد هذا المستوى .

ج. خوارزميات التعلم في الشبكات العصبية الاصطناعية.

الخاصية المميزة والأساسية للشبكات العصبية هي المقدرة على التعلم من بيئتها وتحسين أدائها من خلال التعلم، تهدف خوارزميات التعلم إلى تحديد قيمة الأوزان المرجحة من خلال تدريب الشبكة بإحدى الطرق الثلاثة التالية:

- **التعلم المراقب Supervised Learning.**

التعلم المراقب أو التعلم الترابطي Associative Learning، ويسمى بالمراقب لأنها تحتاج أثناء التدريب إلى مراقب ليبين لها المخرج المطلوب لكل من مدخلات، لان المراقب يملك بعض المعرفة حول البيئة التي لا تكون معروفة عند الشبكات العصبية الاصطناعية. يقوم مبدأ هذا الخوارزم على مقارنة قيم المخرج الفعلي مع قيم المخرج المطلوب، ثم بعد ذلك تعدل أوزان الشبكة لتقليص الاختلاف (أوالخطأ)، تعاد عملية التعلم إلى غاية الاختلاف بين القيم المحسوبة وقيم المخرجات المستهدفة يكون عند اقل قيمة مقبولة.

وخوارزم التعلم المراقب الأكثر شيوعا هو خوارزم الانتشار العكسي Back-Propagation BP Algorithm (انظر الشكل رقم 3-6)، وهي طريقة لتدريب الشبكة العصبية الاصطناعية في كيفية انجاز أداء مهم، هذا يعني أن الشبكات العصبية تنظم في طبقات، ثم ترسل إشاراتها (الأمامية) ثم بعد ذلك ينتشر الخطأ باتجاه عكسي (ارتدادي)، وفكرة خوارزم الانتشار العكسي BP هي تقليص الأخطاء إلى غاية تعلم الشبكات العصبية الاصطناعية للبيانات التي تم تدريبها(Koskivaara, 1996, p. 4) .

- **التعلم غير المراقب Insupervised Learning**

ويسمى ايضا التنظيم الذاتي **Self Organisation**، حيث تقوم أساليب التعلم الذاتى للشبكات العصبية الاصطناعية على أساس قدرتها على اكتشاف الملامح المميزة لهيكل المدخلات، من خلال مجموعة من البيانات يتم تعميمها على باقي المخرجات، وذلك على عكس المبدأ المتبع في أسلوب التعلم المراقب لا توجد مجموعة مصنفة في أي نمط يمكن أن تصنف، وذلك بدون معرفة مسبقة وبدون عرض أمثلة لما يجب أن تنتجه (yashpal & alok singh chauhan, 2009, p. 40)، بمعنى أن للشبكات العصبية القدرة على التنظيم الذاتي لأوزان ترابطاتها ، ولأوضاع استثارة عناصرها طبقاً لطبيعة ما يعرض عليها من أنماط.

- **التعلم بإعادة التدعيم Reinforcement Learning**

تقوم عملية التدعيم على أساس الخلط بين طريقة التعلم المراقب والتعلم غير المراقب، حيث لا يفصح للشبكة العصبية الاصطناعية عن القيم الحقيقية للمخرجات كما هو الحال في التعلم غير المراقب، ولكن يشار إلى الشبكة بصحة نتائجها أو خطئها كما في طريقة التعلم المراقب، التعلم بإعادة التدعيم هو التعلم على المباشرة بدون معلم ، هذا النموذج هو تقييم نظام التغذية الخلفي feedback system لأنها تقييم سلوك النظام.

2.2 فوائد استخدام الشبكات العصبية الاصطناعية في المراجعة التحليلية.

بين الباحثان Weinberg & Busta في دراستهما أن إجراءات المراجعة التحليلية في ظل الشبكات العصبية الاصطناعية لها مزايا أكبر من إجراءات المراجعة التقليدية، لان إجراءات المراجعة التحليلية التقليدية لها القدرة في اكتشاف الأخطاء الكبيرة، في حين العديد من الأخطاء الصغيرة تكون اقل حظا في اكتشافها (yashpal & alok singh chauhan, 2009, p. 38).

وبمجرد التدريب فإنها يمكن التنبؤ بها وتصنيف أمثلة جديدة بسرعة كبيرة. لذلك إننا نرى أن المدققين قد يستفيدون من تطبيق الشبكات العصبية الاصطناعية، في الكشف عن الاتجاهات في البيانات المحاسبية، أو المقارنة بين السجلات المحاسبية، على سبيل المثال مع خوارزمية الانتشار العكسي Back-Propagation BP Algorithm المدقق قد يولد أدلة استنادا إلى الاتجاهات الداخلية في البيانات المحاسبية، ومن ثم مقارنة نتائج الشبكات العصبية الاصطناعية مع القيم الفعلية، أما مع خوارزم التنظيم الذاتي *SOM المدقق قد يتصور مجموعات وأنماط الكشف في البيانات المحاسبية.

كما ذكرنا سابقا، الشبكات العصبية الاصطناعية جيدة في التعامل مع البيانات، فمن ميزات نظام الشبكات العصبية الاصطناعية يمكن أن تمنح معلومات إضافية في عملية اتخاذ القرار، فبمساعدتها يمكن للمدقق أن يجد بعض الأمور المتعلقة بالبيانات تكون أكثر كفاءة وفعالية من المراجعة التحليلية التقليدية.

بناء على ذلك فإن هذا النظام يتوقع استقرار العديد من المهام مع المدقق. علاوة على ذلك، الشبكات العصبية الاصطناعية تعتبر واحدة من التكنولوجيات الناشئة، فتكنولوجيا المعلومات تطورت وقدرات المعالجة للحواسيب الشخصية تجعلها ممكنة لنموذج نظام المعلومات القائم على الشبكات العصبية الاصطناعية لأجل عمليات المراقبة والضبط.

باختصار المدققون يمكن أن يستفيدوا من قدرة الشبكات العصبية الاصطناعية للتعلم من البيانات لدعم خبراتهم ومعارفهم حول شركة الزبون.

3. تحليل مساهمة المراجعة التحليلية في ظل نظام الشبكات العصبية الاصطناعية في تحسين أداء عملية التدقيق

في هذا الجزء سنقدم نظرة عامة لدراسات الشبكات العصبية التي ترتبط بمجال التدقيق، والتي نرى أنها تخدم عملية المراجعة التحليلية حيث أشار أغلب الباحثون إلى أن الشبكات العصبية الاصطناعية تملك إمكانية لتحسين إجراءات المراجعة التحليلية. وتكمن أهم مجالات تطبيقات الشبكات العصبية الاصطناعية في المراجعة التحليلية فيمايلي:

- اكتشاف الأخطاء الجوهرية detecting material errors
- اكتشاف ممارسات التزوير التي تقوم بها الإدارة detecting management fraud
- دعم قرارات الاستمرارية Supporting Going Concern Decisions
- تحديد مشاكل الذائقة المالية determining financial distress problems
- تقييم مخاطر الرقابة الداخليةinternal control risk assessment
-

1.3 اكتشاف الأخطاء الجوهرية:Detecting Material Errors

أكبر مجال لتطبيق الشبكات العصبية الاصطناعية في عملية المراجعة التحليلية هي الأخطاء الجوهرية، حيث إن تطبيقات الأخطاء الجوهرية توجه اهتمام المدقق إلى قيم الحسابات المالية عندما للعلاقات الحالية لا تتوافق مع العلاقات المتوقعة. فالمدقق له القرار فيما إذا/وما هي طبيعة إشارات التدقيق الإضافية المطلوب القيام بها لتفسير النتائج غير المتوقعة، ونماذج الشبكات العصبية الاصطناعية للأخطاء الجوهرية تخص كل من توقع القيم المستقبلية أو ترتيب البيانات.

النمو السريع والدقيق لكافة البيانات المتعلقة بالأمور المادية للشركة، بما يمكن المساهمين من ممارسة حقوقهم على أسس مدروسة، يساعد الافصاح والشفافية على اجتذاب رؤوس الأموال، والحفاظ على حقوق المساهمين مما يؤدي الى زيادة الثقة بينهم وبين مجلس الإدارة. يجب أن لا يقتصر الإفصاح على المعلومات الجوهرية، حيث يجب أن يشمل على ا لنتائج المالية والتشغيلية للشركة، وأهدافها وملكية الأسهم وحقوق التصويت ومكافآت مجلس الإدارة ومعاملات الأط ا رف ذوي العلاقة والمخاطرة المتوقعة وهياكل وسياسات قواعد حوكمة الشركات ومضمون قانون حوكمة الشركات و أسلوب تنفيذه (قدوري.هـ و اخرين 2019 ص 9)

وفي مايلي عرض لأهم الدراسات والبحوث التي تناولت مواضيع الشبكات العصبية الاصطناعية لمشاكل الأخطاء الجوهرية:

أ. **دراسات الباحثان: Coakley & Brown (1991a), Coakley & Brown (1993), and Coakley (1995)**

تقوم هذه الدراسات على اختبار ما إذا كان للشبكات العصبية الاصطناعية القدرة على تحسين أداء عملية التدقيق وذلك بالتعرف على الأخطاء الجوهرية، حيث قام الباحثان باستخدام البيانات الشهرية خلال الأربع سنوات للمؤسسات متوسطة الحجم، أما النموذج الذي قدماه يستند على التنبؤ بالاتجاهات. بيانات السنوات الثلاث الأولى استخدمت لتدريب المجموعة، أما السنة الرابعة من البيانات استخدمت كفترة تنبؤية لتقييم أداء الشبكة العصبية الاصطناعية(Busta, 1998, p. 564) . ولتمثيل أغلب أصناف الميزانية العمومية، تم اختيار خمسة عشر رصيد حساب، أو مجاميع قائمة الدخل والميزانية العمومية. تقوم هذه البحوث على مقارنة النقص المفترض للأخطاء الحالية– على اعتبار بعدم وجود اخطاء في القوائم المالية– ومصدر الأخطاء الجوهرية لتقييم أداء الشبكات العصبية الاصطناعية.

وتمت مقارنة نتائج الدراسة مع النتائج المحققة من النسب المالية وطرق الانحدار، وقد أثبتت الشبكات العصبية الاصطناعية مقدرة تنبؤية جيدة مع تباين كلي أقل في القيم المتوقعة، من ناحية أخرى بين الباحثان أن طبيعة التقلبات في البيانات المالية المتعلقة بدراساتهم تحد من فعالية كل إجراءات المراجعة التحليلية، وفي الواقع أن الارتفاع غير المتوقع للتقلبات الموجودة في مجموعات البيانات المالية لا تستطيع أن تكون فعالة يمكن أن تحلل عن طريق أي من الطرق التنبؤية المعروفة.

ب. دراسة الباحثان: Coakley and Brown (1991b)

في هذه الدراسة اختبر الباحثان تكنولوجيا الشبكات العصبية الاصطناعية للتعرف على نماذج في النسب المالية، لمؤسسة صناعية متوسطة الحجم. كذلك قاما بالتنبؤ بالقيم المستقبلية عن طريق الشبكات العصبية الاصطناعية. تم تحديد الأرصدة المالية التي تمنح معلومات حول الملائمة المالية للمؤسسة وحركة حسابات الذمم والمخزون. تم تدريب النموذج باستخدام 36 شهر من البيانات مع عملية الترابط الذاتي auto–association* ،كما قام الباحثان بتقييم فعالية النموذج من خلال توجيه واكتشاف الأخطاء في البيانات، حيث أشارت النتائج الأولية إلى أن استخدام الشبكات العصبية الصناعية للتعرف على الأنماط عبر مجموعات البيانات المالية ذات الصلة قد تكون قابلة للتطبيق (Coakley & Brown, 2000, p. 132).

ج. دراسة الباحثان: Busta, Weinberg (1998)

من خلال هذه الدراسة قام الباحثان بالتحقق من مقدرة الشبكات العصبية الاصطناعية في درجة اكتشافها لمختلف التلاعبات في مجموعات البيانات المستمدة من توزيع بنفوردBenford Distribution(**)، وذلك من خلال التفرقة بين البيانات المالية "العادية" و"المتلاعب بها" أو المزورة حيث أن الشبكة تحلل متغيرات المدخلات ثم تولد تقديرات لدرجة التشويش في مجموعات البيانات، تم جمع 800 من مجموعات بيانات، كما قام الباحث باختبار ستة (06) شبكات عصبية اصطناعية، تم تصميمها لتحديد النموذج الأكثر فعالية، في كل تصميم مدخلات الشبكة يختلف

جوهريا ب 34، متغير قيمة العتبة لاستقرار الاختباري (التجريبي) خلال عملية التدريب كنقطة توقف لمعقولية الشبكة هي 0.09، بينت نتائج البحث أن الشبكات العصبية الاصطناعية قادرة على التصنيف الصحيح بنسبة 70.8% أنها صحيحة من مجموعات البيانات ال800، من ناحية أخرى النتائج جد حساسة لمستوى التشويش في كل مجموعة، حيث بينت النتائج أنه إذا كانت البيانات "مغشوشة" عند مستوى 10 % أو أكثر فإن الشبكة سوف تكتشف هذا عند 68 % من الوقت، وإذا كانت البيانات غير مغشوشة ، الاختبار سوف يشير إلى أن البيانات "نظيفة" بمعدل 67% من الوقت، لان إجراءات المراجعة التحليلية لا تستخدم بشكل منعزل. كما بينت الدراسة إلى أن إجراءات المراجعة التحليلية الموضحة في هذه الدراسة لها مزايا أكبر من إجراءات المراجعة التقليدية لان إجراءات المراجعة التحليلية التقليدية لها القدرة في اكتشاف الأخطاء الكبيرة في حين العديد من الأخطاء الصغيرة تكون اقل حظا في اكتشافها (Fanning & Cogger, 1998, p. 141).

2.3 ممارسات التزوير التي تقوم بها الادارة Management Fraud

يمكن تعريف ممارسات التزوير التي تقوم بها الإدارة كاحتيال مقصود مرتكب من قبل الإدارة، والذي يصيب المستثمرين والدائنين من خلال التضليل الجوهري للبيانات المالية.

أ.دراسة الباحثان (1997) Green and Choi

قام الباحثان بتطوير نموذج للشبكات العصبية الاصطناعية والذي يصنف التزوير باستخدام البيانات المالية، حيث قام الباحثان باستخدام خمس نسب مالية، وثلاث أرصدة حسابات كمتغيرات المدخلات للشبكة، وتم اختيارهم لهذه النسب بالاعتماد على البحوث العملية، تتكون عينة التزوير من البيانات المالية لمختلف الشركات التي تم تصنيفها من قبل لجنة الأوراق المالية والبورصات SEC Securities and Exchange Commission، والتي تم العثور عليها في وقت لاحق لاحتوائها أرصدة حسابات مزورة، أما البيانات المالية لعينة غير المزورين ، يتم اختيارهم مباشرة من الحاسوب ومطابقتها لعينة التزوير لسنة ، وحجم، وصناعة سنة الأساس. تتكون عينة التدريب من 44–49 شركة، وتتكون عينة الرافضين من 42–46 شركة على التوالي، أظهرت النتائج أن الشبكات العصبية الاصطناعية لها إشارات محتملة لتحقيقات إضافية حول التزوير وأداة اكتشاف. كما بينت النتائج أن مجموع كل من معدلات الخطاء من النوع الأول والنوع الثاني تشير إلى أنها اقل من النموذج القياسي للاحتمال العشوائي 1.00 وهذا دليل على فعالية اجراءات المراجعة التحليلية التي تعتمد على الشبكات العصبية الاصطناعية، أيضا من النتائج أن الخطاء من النوع الثاني في انخفاض مستمر (Hansen, McDonald, & Stice, 1992, p. 723) .

ب. دراسة الباحثان(1998) Fanning and Cogger

في هذه الدراسة استخدم الباحثان الشبكات العصبية الاصطناعية الذاتية (auto–Net) لتطوير نموذج لاكتشاف ممارسات التزوير التي تقوم بها الإدارة، حيث قام الباحثان بمقارنة نتائج الشبكات العصبية الاصطناعية مع تحليل

التمايز الخطي والتربيعي كما هو في الانحدار غير الخطي. تتكون عينة الدراسة من 150 شركة للتدريب و54 شركة كعينة رافضين، أما المتغيرات تم تحديدها انطلاقا من الشبكة ذاتيا حيث استخدم ستة معدلات(معدل النمو، الذمم المدينة إلى المبيعات، صافي الممتلكات والمعدات إلى إجمالي الأصول، والديون إلى حقوق المساهمين ومتغيرات الاتجاه لحسابات القبض، وهامش الربح الإجمالي)، دقة التنبؤ للشبكات العصبية لعينة التدريب بلغت 75%، أما العينة الافتراضية 63%، حيث بينت نتائج الدراسة إلى أنه يوجد احتمال لاكتشاف محاولة للتزوير للقوائم المالية من خلال تحليل الوثائق العامة، وأشارا أيضا إلى أن الشبكات العصبية الاصطناعية تعرض قدرات أفضل من الطرق الإحصائية المعيارية في اكتشافها للتزوير(Cogger & Fanning, 1994, pp. 250-252) .

3.3 قرارات مبدأ الاستمرارية والضائقة المالية Going Concern Decisions and financial distrress

بينا الباحثان ان البحوث والدراسات حول مبدأ الاستمرارية والذائقة المالية كمجال لتطبيق الشبكات العصبية الصناعية تعتبر انها في حدها الأدنى، ومع أنها تفتقر لمثل هذه الدراسات غير أنها تعد واحدة من مجالات بحوث الشبكات العصبية الاصطناعية الأكثر شيوعا والاكثر أهمية في مجال العلوم التجارية.

أ. دراسة الباحثين: Hansen, McDonald, Stice (1992)

أجرى الباحثون دراستهم على عينة تتكون من 80 مؤسسة بها ذائقة مالية؛ 40 مؤسسة تحصلت على تقرير المدقق بالاستمرارية للمؤسسة، و40 التي لم تتلق تقرير المدقق بإستمرارية المؤسسة؛ كذلك 98 مؤسسة متورطة في المقاضاة، ويتمثل مصدر الحصول على عينة الدراسة في إفصاح قاعدة بيانات الثانية التي أعدت تقرير عن جميع شركات التداول العام للسنة المالية بين السنة المالية 31 مارس 1981 و28 فبراير 1982، تحتوي قاعدة البيانات هذه على البيانات المالية لجميع الشركات على بورصة نيويورك NYSE) [(*)] (والبورصة الأمريكية AMEX)[(**)]. (وقام الباحثان بوضع نموذجين في ظل بيئة مختلفة للمتغيرات؛ نموذج ابداء الرأي حول التدقق والذي يتكون إما من 12 نسبة من البيانات المالية الختامية أو معلومات الدفاتر الختامية الأخرى كمتغيرات، ونموذج التقاضي والذي يتكون من 9 متغيرات . متوسط الخطأ للنموذج الأول هو 8.43% و 20.11% للنموذج الثاني، تشير نتائج الباحثين في حالة التوقع بالنموذج الأول "ابداء الراي حول التدقيق"، نماذج الاستجابة النوعية يتم أدائه عند مستوى تنافسي مع نماذج تعليم الآلة، حيث ذكر الباحثان أن نماذج الاستجابة النوعية يمكن أن تكون بديل مرغوبا فيه عند عينات تدريب صغيرة نسبيا، وان هناك حاجة لدمج معلمات إضافية مثل احتمالات الفترة، تكاليف الخطأ .Koh & Tan, 1999, pp) (211-216.

ب. دراسة الباحثان: Fanning, Coggerb (1994)

قام الباحثان بفحص فعالية معالجة خوارزم الشبكة العصبية التكيفي العام Generalised Adaptive Neural Network Algorithm (GANNA) بالمقارنة مع طرق نموذج الأساس Model-based القديم: الانتشار العكسي للشبكات العصبية الاصطناعية، مناهج الانحدار غير الخطي لتصنيف البيانات، استخدم الباحث التصنيف المزدوج

للمشكلة للتميز بين الشركات التي فشلت والتي لم تفشل، عينة الدراسة تتكون من 190 زوج ، 75 الأولى منها تم تحديدها لتدريب العينة وفقا للترتيب الزمني والباقي (115زوج) تمثل عينة المقاومين، تتمثل مدخلات النماذج للشبكات العصبية الاصطناعية في ثلاث مدخلات: المتوسط المرجح للتدفق النقدي مقسوم على الانحراف المعياري الخاص به، وضعية النقدية المعدلة للشركة مقسومة على الانحراف المعياري الخاصة به، وعدد السنوات التي تسبق سنة الفشل، كانت النتائج تشير إلى إمكانية وفورات في الوقت والتصنيف الناجح من قبل معالجات GANNA و الشبكات العصبية الاصطناعية ، لكن من نقائص الدراسة وعيوبها تمثلت في أن قاعدة بيانات البحث قديمة، تمثلت في البيانات للفترة 1942–1965(Koh & Tan, 1999, p. 219) .

ج. دراسة الباحثان: (1999) Koh, Tan

قام الباحثان بالتنبؤ باستمرارية المؤسسة من خلال 6 نسب مالية مع نموذج الشبكات العصبية الاصطناعية، وكانت مجموعة البيانات عبارة عن عينة من المؤسسات مقسمة إلى 165 مؤسسة متطابقة مع عدم استمرارية المؤسسة و165 متطابقة مع مبدأ الاستمرارية، اما في تطبيقه للشبكات تم استعمال 300 حالة من اجل تدريب الشبكة، أما 30 حالة الباقية من اجل الاختبار، تم مقارنة نتائج الاستمراية للشبكات العصبية الاصطناعية مع نموذج الاحتمالية ووجهة نظر المدقق، فكانت نتائج الدراسة تشير إلى أن الشبكات العصبية الاصطناعية على الأقل جيدة مثل ما هي كذلك في كل من نموذج الاحتمالية ونموذج المدققون لأجل التنبؤ بحالات الاستمرارية للمؤسسات انطلاقا من النسب المالية(Cogger & Fanning, 1994, p. 230) .

4.3 تقييم مخاطر الرقابة Control risk assessment

يأخذ المدقق بعين الاعتبار الحسابات الكمية الهائلة من البيانات عند تقييم المخاطر في هيكل الرقابة الداخلية لمؤسسة فشلت في منع أو اكتشاف الأخطاء كبيرة في البيانات المالية. العلاقات بين متغيرات الرقابة الداخلية التي يجب تعريفها، اختيارها، وتحليلها غالبا ما تجعل من تقييم مخاطر الرقابة مهمة صعبة.

تكمن أهمية هذه الرقابة في كشف الانحرافات والتجاوزات دون توقيع الجزاء فهي تعتمد على مراجعة وفحص مختلف الإجراءات لأجل التحقق من صحتها وسلامتها (لكصاسي سيد أحمد ، 2019، ص 77)

أ. دراسة الباحثون: (1999) .Ramamoorti, Andrew, Richard

قام الباحثان باستخدام 26 متغير كمي و19 متغير نوعي لعوامل الخطر كمتغيرات المدخلات للنماذج، تم تعريف المخاطر في سياق المراجعة الداخلية، كما تم تصميم النماذج في محيط كليات الجامعة الحكومية، حيث أن العينة تتكون من 141 من كليات الجامعة، حيث تم استعمال معدل 70% من البيانات لعينة تدريب الشبكة، 30% كبيانات المقاومين، البيانات الكمية تم الحصول عليها من جامعة lion للنظام المالي والإدارة، أما قيم عامل الخطر النوعي

استخلصت من موظفي التدقيق باستخدام المراجعة باستخدام مقياس محدد مسبقا 9-0، وكان عدد من المتغيرات المحددة في نهاية المطاف لبناء نماذج في 7إلى 18 مجموعة. تضمن المشروع البحثي دراسة وعرض النتائج الأولية التي أشارت إلى أن المدققين الداخليين يمكن لهم الاستفادة من استخدام الشبكات العصبية الاصطناعية لتقييم الخطر، حيث أن نماذج الشبكات العصبية الاصطناعية تستقطب الخمس وعشرون الأولى من الكليات المحفوفة بالمخاطر بمعدل دقة يتراوح بين 84-72%، كما أن النتيجة ترتكز على صناعة وحيدة، الجامعة، وهذا يمكن أن يحد من تعميم النتائج بالنسبة للصناعات الأخرى(Fanning & Cogger, 1998, p. 123) .

4. نتائج الدراسة

✓ **فيما يخص اكتشاف الأخطاء الجوهرية** Detecting Material errors

- النتائج التجريبية تفترض أن الأنماط المعترف بها بالشبكات العصبية الاصطناعية عبر النسب المالية أكثر فاعلية من النسب المالية وطرق تحليل الانحدار
- أن استخدام الشبكات العصبية الصناعية لنمط الاعتراف عبر مجموعات البيانات المالية ذات الصلة قد تكون قابلة للاستمرار
- تطبيق الشبكات العصبية الصناعية كوسيلة تنبؤية تبدو سهلة لتعريف الانماط التي تستطيع الإشارة إلى تحقيقات محتملة للبيانات المالية غير المدققة للشركة خلال السنة الحالية
- تشير النتائج إلى أن استخدام الشبكات العصبية للتحليل النمطي والمتعلقة بالتقلبات عبر العديد من النسب المالية يوفر مؤشر أكثر معقولية لوجود أخطاء جوهرية من إجراءات التحليل التقليدية أو التحليلات النمطية، كما توفر اثبات(بصيرة) للأسباب الكامنة وراء الخطأ، حيث بينت النتائج أنه إذا كانت البيانات "مغشوشة عند مستوى 10 % أو أكثر فإن الشبكات العصبية الاصطناعية سوف تكتشف هذا عند 68 % من الوقت، وإذا كانت البيانات غير مغشوشة ، الاختبار سوف يشير إلى أن البيانات "نظيفة clean" بمعدل 67% من الوقت

✓ **فيما يخص باكتشاف ممارسات التزوير التي تقوم بها الادارة Detecting Management**

- ظهرت النتائج أن الشبكات العصبية الاصطناعية لها إشارات محتملة للتحقيق حول التزوير وأداة اكتشاف، أيضا من النتائج أن الخطاء من النوع الثاني في انخفاض مستمر
- تشير الدراسة إلى أن الشبكات العصبية الاصطناعية لها قدرة أفضل من الطرق الإحصائية التقليدية في اكتشاف التزوير

✓ **فيما يتعلق بدعم قرارات الاستمرارية والذائقة المالية Supporting Going concern and financial distres Decisions**

- تشير النتائج أن نماذج الشبكات العصبية الاصطناعية تتوقع اتساق أكثر من النماذج الإحصائية المتطورة الأخرى المستخدمة في هذه الدراسة

- وتشير النتائج إلى إمكانية وفورات في الوقت ونتائج التصنيف الناجحة متاحة من قبل معالج الشبكات العصبية الاصطناعية
- تشير النتائج إلى أن الشبكات العصبية الصناعية يمكن أن يكون وسيلة واعدة للبحث والتطبيق في مجال مبدأ الاستمرارية.

✓ **تقييم مخاطر الرقابة** Control risk assessment

أشارت النتائج إلى أن المدققين الداخليين يمكن لهم الاستفادة من استخدام الشبكات العصبية الاصطناعية لتقييم الخطر، حيث أن نماذج الشبكات العصبية الاصطناعية تستقطب الخمس وعشرون الأولى من الكليات المحفوفة بالمخاطر بمعدل دقة يتراوح بين 84–72%، كما أن النتيجة ترتكز على صناعة وحيدة، الجامعة، وهذا يمكن أن يحد من تعميم النتائج بالنسبة للصناعات الأخرى.

- العمل على تطبيق أسلوب الشبكات العصبية في المؤسسة الاقتصادية خاصة الأجنبية.

5. خاتمة

إن تطور تكنولوجيا المعلومات ساهم بوجود نظم المحاسبة الفورية (غير الورقية)، وكنتيجة لذلك تطورت المراجعة التحليلية وذلك من المراجعة اليدوية إلى المراجعة في ظل تكنولوجيا المعلومات، ومن خلال العديد من الدراسات التي تناولت استخدامات الشبكات العصبية الاصطناعية للمراجعة التحليلية في مجالات التطبيق، أغلب الباحثون أشاروا إلى أن الشبكات العصبية الاصطناعية تملك إمكانية لتحسين إجراءات المراجعة التحليلية في مجالات مختلفة اهمها:

- اكتشاف الأخطاء الجوهرية
- اكتشاف ممارسات التزوير التي تقوم بها الإدارة
- دعم قرارات الاستمرارية
- تحديد مشاكل الذائقة المالية
- تقييم مخاطر الرقابة الداخلية

ويمكن عرض مجموعة من التوصيات الموجهة للمؤسسات الجزائرية اهمها:

- إدخال التكنولوجيا في التدقيق المحاسبي
- إعداد دورات تدريبية ومؤتمرات في مجال الأساليب الحديثة للمراجعة التحليلية خاصة بعد اعتماد المراجعة التحليلية التقليدية حسب المعيار الدولي 520.

6. قائمة المراجع

• قائمة المراجع باللغة العربية

1. جسن وائل، و احمد الجرايحي. (2008). استخدام الشبكات العصبية لزيادة جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية العامة دراسة ميدانية في محافظات القناة ، رسالة مقدمة للحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال. مصر: جامعة قناة السويس كلية التجارة بالإسماعيلية.
2. قدوري هودة صلصان، لشلاش عائشة، أهمية الحوكمة في تحسين جودة المعلومة المحاسبية، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية ، العدد 02 المجلد 1 2019،
3. لكصاسي سيد احمد ، الرقابة الادارية على الصفقات العمومية، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، المجلد 3 العدد 1 2019
4. عطية حليمة، شوارفية محمد الامين، تقييم اداء صناديق الاستثمار بالاسلوب المزدوج سوق الاسهم السعودي دراسة حالة. مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، العدد 2 المجلد 3 2020.

• قائمة المراجع باللغة الاجنبية

5. Busta, B. (1998). ,using Benford's law and neural networks as a review procedure . UK: Managerial Auditing JournaL.
6. Coakley, J. R., & Brown, C. (2000). Artificial Neural Networks in Accounting and Finance: Modeling Issue. Us: International Journal of Intelligent Systems in Accounting.
7. Cogger, K. O., & Fanning, K. M. (1994). A Comparative Analysis of Artificial Neural Networks Using Financial Distress Prediction. Uk: International Journal of Intelligent Systems in Accounting.
8. Efstathios, K., & Charalambos, S. (2007). Data Mining techniques for the detection of fraudulent financial statements. USA: Expert Systems with Applications, ELSEVIER.
9. Fanning, K. M., & Cogger, K. O. (1998). Neural Network Detection of Management Fraud Using Published Financial Data. Uk: International Journal of Intelligent Systems in Accounting.
10. Hansen, J. V., McDonald, J. B., & Stice, J. (1992). Artificial Intelligence and Generalized Qualitative-Response Models: An Empirical Test on Two Audit Decision-Making Domains. Decision Science.
11. Hossein, H., Khairil Anuar, B. A., & Rahmandoust, M. (2011). Artificial Neural Networks' Applications in Management. IDOSI Publications: World Applied Sciences Journal.
12. Koh, H. C., & Tan, S. S. (1999). A neural network approach to the prediction of going concern status 211–216. usa: Accounting and Business Research.
13. Koskivaara, E. (1996). Artificial Neural Network Models. TURKU: Turku Centre for Computer Science.
14. yashpal, S., & alok singh chauhan, c. (2009). neural networks in data mining. jatit: Journal of Theoretical and Applied Information Technology.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:200-217.

The importance of promotion in motivation the tourism sector

- The State of Qatar as a model -

Bettayeb Abdelwahab[1]

[1] *PhD student, Faculty of Economic, Business and Management Science /University of Oran 02. Oran (Algeria), abdelwahab.bettayeb@gmail.com*

ARTICLE INFO

Article history:
Received:23/12/2020
Accepted:25/12/2020
Online:11/01/2021

Keywords:
Tourist activity.
Hotel facilities.
Tourism promotion.
Tourism services.
JEL Code: L83, M31

ABSTRACT

The tourism industry has experienced rapid growth at the international level, due to its link to the development of all kinds, and since tourism is a service activity, marketing is the focus of its development strategies, relying mainly on an effective promotional mix that allows tourists to get acquainted with the offered tourism products and even affects the purchasing behaviour and leaves in his mind a positive image towards these products.

Our applied study was the State of Qatar, which has known large investments in hotel facilities and tourism establishments and increased interest in developing tourism services it provides, as it relied on tourism promotion and considered it a pillar of its marketing strategies, which achieved a growing flow of tourists, so Qatar received 10.5 million visitors during the first half of the year (2019). An increase of 11% compared to the same period of the year.(2018)

أهمية الترويج في تنشيط القطاع السياحي –دولة قطر نموذجا–

بطيب عبدالوهاب [1]

[1] طالب دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، علوم تجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران 02 محمد بن احمد الجزائر،

.abdelwahab.bettayeb@gmail.com

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:
2020/12/23
تاريخ القبول: 2020/12/25
تاريخ النشر : 2021/12/11

الكلمات المفتاحية
النشاط السياحي
المرافق الفندقية
الترويج السياحي
الخدمات السياحية
JEL Code: L83, M31

الملخص

عرفت الصناعة السياحة نموا متسارعا في مختلف الدول العالم ذلك لارتباطها بالتنمية بمختلف أشكالها وباعتبار السياحة نشاط خدماتي يمثل التسويق محور استراتيجيات تطويرها بالاعتماد أساسا على مزيج ترويجي فعال يسمح للسائح بالتعرف على المنتجات السياحية المعروضة بل ويؤثر في سلوك الشرائي ويخلف في ذهنه صورة إيجابية اتجاه هذه المنتجات.

تطرقنا في دراستنا التطبيقية الى دولة قطر التي عرفت استثمارات كبيرة في المرافق الفندقية والمنشأت السياحية والاهتمام المتزايد بتطوير الخدمات السياحية التي تقدمها حيث اعتمدت على الترويج السياحي واعتبرته ركيزة لاستراتيجياتها التسويقية مما حقق لها تدفق متنامي للسائحين فاستقبلت قطر خلال السداسي الأول لسنة (2019) 10,5 مليون زائر بزيادة تقدر بـ 11 % مقارنة بنفس الفترة لسنة (2018).

*Corresponding Author *Bettayeb Abdelwahab, Email: abdelwahab.bettayeb@gmail.com*

مقدمة:

أصبح لا يختلف اثنان على اعتبار السياحة احدى ركائز التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول فلم تبقى السياحة نشاطا ترفيهيا فقط بل أضحت صناعة قائمة في حد ذاتها عرفت نموا متسارعا وباعتبارها صناعة خدماتية يشكل التسويق جوهر استراتيجياتها لان السياحة تحتاج للترويج على نطاق واسع لجذب السائحين والوصول الى تحقيق الأهداف المسطرة أهمها زيادة عدد السائحين وزيادة الإيرادات السياحية، يشكل الترويج السياحي أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي لارتباطه بتحفيز الطلب السياحي ونشر المعرفة السياحية ويمر عبر مجموعة من خطوات أهماها تحديد الأسواق لغرض الترويج ثم تحديد العوامل المؤثرة في حجم ونوعية الطلب السياحي وصولا الى تحديد السوق المستهدف. الترويج السياحي يحقق الاتصال الفعال بين المنتج للخدمة السياحية والسائح وبالتالي تقديم خدمات سياحية كما يتمناها السائح من خلال اشباع حاجياته وتلبية رغباته بما يحقق رضاه من جهة ومن جهة أخرى زيادة تدفق السائحين وصولا الى تحسين الأداء السياحي للمرافق الفندقية التي بدروها تحسن وتطور خدماتها بشكل مستمر. وتعتبر قطر من الدول التي اتخذت من الخطوات والتدابير التي على إثرها تطور قدراتها السياحية ويعزز مكانتها على خارطة السياحة العالمية وجعلها وجهة سياحية رائدة فوضعت استراتيجية لتطوير القطاع السياحي حتى حلول عام2030، وذلك من خلال التركيز على أربعة مجالات رئيسية هي الترفيه الحضري والعائلي، وسياحة المؤتمرات والاجتماعات والحوافز وفعاليات الأعمال، والسياحة الثقافية والتراثية، وسياحة الاستجمام والسياحة الرياضية

في إطار هذا التحليل نطرح الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة من خلال التساؤل المحوري التالي: **ما هو دور الذي يلعبه الترويج في تنشيط القطاع السياحي؟**

بناء على ما تقدم ذكره سنتناول دراستنا بالتطرق إلى المحاور التالية:

1. ماهية الترويج السياحي.
2. المزيج الترويجي السياحي.
3. العوامل المؤثرة في النشاط السياحي.
4. دراسة حالة دولة قطر.

1.ماهية الترويج السياحي

يعد الترويج السياحي من أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي يعمل على تنشيط الطلب السياحي من خلال التعريف بمنتجات السياحة والخدمات المرتبطة بها فقد اكتسب أهمية بالغة في الصناعة السياحية، والترويج السياحي يركز على التعريف بالمنتجات السياحية والخدمات المرتبطة بها مما يساهم كذلك في تقوية الجذب السياحي وتنشيط الطلب السياحي بصفة عامة.

1.1 مفهوم الترويج السياحي

يعرف الترويج السياحي عل أنه إحدى فروع الاتصال التسويقي الذي تسعى من خلاله المؤسسة السياحية إمداد السياح بالمعلومات بغرض تعريفهم بمنتجاتها السياحية وتذكيرهم بها وإقناعهم، والتأثير في سلوكهم لاتخاذ قرار شراء وتكراره، وكسب ولائهم باستخدام وسائل الاتصال المناسبة (نويرة، 2015، صفحة 54)

ويعرف أيضا على أنه تعريف السائح بالمنتجات السياحية عل اختلاف أنواعها وأشكالها وإقناعه بعد ذلك بأنها الأفضل مقارنة بغيرها من المنتجات السياحية (حسين، 2007، صفحة 61)

ويعرف كذلك بأنه مجموعة من الأدوات التي تستعمل لتعريف السياح بالخدمات السياحية المتاحة بغرض التأثير عل سلوكهم الشرائي وجذبهم، وخلق صورة إيجابية باستخدام الإعلان وتنشيط المبيعات والبيع الشخصي والعلاقات العام والدعاية التجارية (ERIC, 1992, p. 09).

2.1 أهمية الترويج السياحي وأهدافه

تكمن أهمية الترويج السياحي فيما يلي (دليلة، 2013، صفحة 71):

تحقيق النوعية السياحية: يلعب الترويج دورا هاما في ترسيخ الثقافة السياحية وتثقيف وتوعية الجماهير بواقع السياحة في بلدانهم ومدى أهميتها، وكيفية المحافظة على معالمها ومقوماتها.

نشر المعرفة السياحية: من خلال المعلومات التي تنشر حول الآثار والمعالم السياحية والبرامج وأوجه الجذب السياحي، يمكن التأثير على آتجاهات ومواقف السياح والمساهمة في نشر ثقافات وحضارات الأمم.

تحقيق الإقناع لدى السائح: يمكن التأثير على السائح باستخدام الوسائل الترويجية من أجل إحداث تغيير واضح على سلوكه تجاه المنتوج السياحي وإقناعه به.

تحفيز الطلب على المضمون السياحي: إن المضمون السياحي ما هو إلا إجمالي عناصر الجذب السياحي التي توجه السياح نحو دولة أو منطقة ما وتدفعهم إلى زيارتها، وذلك بإبراز مقوماتها السياحية المميزة والمحفزة على التدفق السياحي، وعرض البرامج والتسهيلات الممنوحة،

المساهمة في تنشيط الحركة السياحية: يساعد الترويج على تقريب المنتوج السياحي من السياح خصوصا الأجانب، فكثيرا ما يفضل السائح زيارة منطقة معينة نتيجة لتأثره بالحملات الإعلانية التي ترويج لها

للمزيج الترويجي كذلك عدة أهداف نذكر منها (عبدالمجيد، 2019، صفحة 21):

- تزويد السياح بالمعلومات عن المنظمة السياحية ومنتجاتها وخدماتها
- شرح أعمال نشاطات المنظمة السياحية وتنظيمها
- جذب السياح واكتساب ولائهم
- تكرار استخدام المنتج والخدمة السياحية

- تحقيق الإدراك والانتباه لدى السائح
- شرح أعمال المنظمات السياحية والفندقية وإغراء المستهلكين واستمالة مشاعرهم في الشراء

كما يوجد أهداف أخرى للترويج السياحي وتتمثل في (نوال، 2011، صفحة 67):

- التعريف بالمنتج للعديد من العملاء المحتملين
- اكتشاف المنتج لعملاء جدد
- جعل المنتج مرغوب فيه
- إثارة الاهتمام لمقصد سياحي
- رفع عدد العملاء المحتملين
- الاحتفاظ بالعملاء الحاليين
- فهم أفضل لسلوك السائح من أجل التصرف الملائم معه
- تطور الصورة والعلامة التجارية

وتنقسم أهداف الترويج إلى صنفين (علي، 2018، صفحة 136):

أ) الأهداف الترويجية البيعية المباشرة: هي التي تستخدم الأدوات الترويجية ذات الزمن المحدد كالإعلان والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات والدعاية، والعلاقات العامة وبأساليب جديدو ضمان وصيانة وخدمات ما بعد البيع للمنتج السياحي

ب) الأهداف الترويجية البيعية غير المباشرة: هي التي تكون فيها مصالح الجمهور والمجتمع في قمة اهتمامها كالمساهمة في الأنشطة الاجتماعية تحت شعار علامة تجارية أو المساهمة في أبحاث وإجراءات المحافظة على البيئة من خلال الترويج للفندق بمنع التدخين في المطعم، أو كاحترام العادات والتقاليد الدينية والاجتماعية للبلدان...إلخ

ويسعى النشاط السياحي والترويج له لتحقيق عدة أهداف أهمها (المجيد، 2019، صفحة 216)

- الإعلام: ويقصد به إتاحة المعلومات والبيانات عن المنتج السياحي للسياح الحاليين والمرتقبين ورغباتهم بشكل مرضي
- التذكير: يعني تذكير السياح من وقت لآخر بالمنتج السياحي حتى لا ينسبوه ومن أجل الوصول إلى تعميق مستوى الولاء النسبي للعملاء، وحتى لا يتجهوا إلى منتجات سياحية مناقشة
- التعزيز: تقوية الشعور بالرضا عند السياح بعد شرائهم المنتج السياحي، وتعزيز مواقف وآرائهم الإيجابية نحو المنتج السياحي.
- الاهتمام: إثر اهتمام السياح الحاليين والمستهدفين بالمؤسسة السياحية والمنتج السياحي، في بناء صورة جذابة لدى السائح وفي كل ما يتعلق بهما

- التحفيز: من خلال بذل الجهود والتأثير في الآراء والمواقف السلوكية السلبية للعملاء، وتحويلها إلى مواقف إيجابية ،والتركيز عل عناصر الجذب السياحي، ودفع السياح للاستمتاع بالسياحة مما دفع إلى الرفع من الطلب عليها
- الإقناع: و يتحقق إقناع السائح بالمنتج أو المؤسسة السياحية باستخدام كافة الأنشطة الترويجية والأساليب الإقناعية المساعدة على كسب عدد السياح الفعليين والمرتقبين سواء من داخل البلاد أو من خارجها وزيادة عددهم باستمرار

3.1 الخطوات الأساسية لتطوير سياسة الترويج السياحي

هناك مجموعة من الخطوات التي من شأنها ان نطور السياسات الترويجي السياحي أهمها (مساعد، 2009، الصفحات 279-280):

- تحديد الجمهور المستهدف: يجب تحديد الجمهور المستهدف الذي سيتلقى الرسالة الترويجية، وكذا اتخاذ القرارات للتثبت من وسطاء السياحة مثل وكلاء السفريات ومنظمي الرحلات، والسواح الذين تصلهم الرسالة الترويجية
- تحديد الأهداف والمهمات: الخطوة التالية هي تحديد أهداف الترويج ومهماته، حيث ينبغي على الأهداف أن تبين النتيجة النهائية وأن مهام الترويج يجب أن تعمل للوصول إليها، وفيما يأتي أمثلة عل مهام الاتصالات التي قد تواجه منظمة سياحية:
  - اجتذاب السواح المحتملين للمنظمة
  - الحفاظ على صورة المنطقة السياحية المقصودة (المستهدفة)
  - توفير المعلومات حول ما تعرضه المنطقة السياحية
  - دعم المنظمة السياحية
  - تصميم المعلومات الدقيقة حول ما تعرضه السياحة
- تقرير الترويج المناسب واختيار عناصر الترويج: تستند الفكرة إلى أن عناصر الترويج يمن أن يحل بعضها محل الآخر أو تكمل بعضها البعض، إلا أنه من الأفضل أن يصل بعضها إلى الأهداف المحددة ويمكن إنجاز بعض المهمات الترويجية عن طريق الإعلان، أو الاتصال الشخصي، أو التحفي أو الدعاية أو العلاقات العمة، وهناك معايير تحكم في اختيار عناصر الترويج السياحي وقد تم ذكرها بالتفصيل في المطلب السابق
- تحديد الموازنة الملائمة: يمكن تحديد ميزانية الترويج في السياحة من خلال إحدى الطرق السالفة الذكر

4.1 وظائف الترويج

هناك مجموعة من الوظائف يحققها الترويج لكن من وجهتين مختلفتين وجهة المستهلك ومن وجهة نظر رجل التسويق وهي (الاسدي، 2017، صفحة 130):

أولا: من وجهة نظر المستهلك يحصل المستهلك على مزايا مباشرة من الترويج والمزايا المباشرة والسريعة يحصل عليها هي:

- الترويج يخلق الرغبة: تهدف أنشطة الترويج الوصول إلى المستهلكين وإلى مشاعرهم ويقوم رجال التسويق بتذكير المستهلكين بما يرغبون فيه وما يحتاجون إليه
- الترويج يعلم المستهلك: تقدم الوسائل الترويجية المعلومات إلى المستهلكين عن السلعة الجديدة لتعريف المستهلكين بأسعارها وأحجامها والضمانات التي تقدم مع السلعة
- الترويج يحقق تطلعات المستهلك: يبنى الترويج عل آمال الناس وتطلعاتهم إل حياة كريمة، بمعنى آخر يعتقد الناس أنهم يشترون مثل هذه التوقعات عندما يشترون السلعة فعندما يشتري المستهلك سيارة صغيرة من ماركة معينة فهي تعبر عن سهولة الحركة، السرعة.... إلخ

ثانيا من وجهة رجل التسويق:

- التأثير على منحنى الطلب يحاول رجل التسويق أن يشارك مع غيره بفكرة معينة ويشجع المستهلك (السائح) أن يتصرف بطريقة معينة
- زيادة المبيعات أو المحافظة على حجم كبير منها: لكي تقوم المؤسسة بالترويج بقصد تحقيق حجم كبير للمبيعات أمامها عدة طرق كالاعتماد على رجال البيع والموزعين كتحفيز المستهلكين
- تقديم سلعة جديدة : وهنا نعتمد على الترويج بشتى الطرق لتقديم السلع الجديدة وتعريف المستهلكين، بالمزايا التي تقدمها وبالتالي تظهر الفرصة أمام رجل التسويق للترويج للسلعة الجديدة

2.المزيج الترويجي السياحي

يعد الترويج إحدى العناصر المهمة في المزيج التسويقي السياحي والذي من خلاله يتم تحفيز الطلب بتوفير المعلومات الضرورية عن الخدمات السياحية ومناطق العرض السياحي وأيضا بناء اتصال فعال بين العارض للخدمة السياحية والطالب لها وحتى تنجح الاستراتيجية الترويجية يجب العمل على خلق مزيج ترويجي ملائم ينقل الرسالة الترويجية إلى الجمهور المستهدف بالشكل والوقت المناسب ويشمل المزيج الترويجي: البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، الإعلان، العلاقات العامة

1.2 العلاقات العامة: تعتبر العلاقات العامة إحدى أسس الترويج السياحي نظرا للدور الذي تلعبه في التعريف بالمؤسسات السياحية وخلق جسور الثقة بينها وبين السياح، ولقد وردت عدة تعريفات نذكر منها :

- عرفها المعهد البريطاني بأنها جهود مخططة ومرسومة يقصد منها إقامة التفاهم المستمر بين المنظمة وجماهيرها (الباز، 2002، صفحة 46)

- وعرفتها الجمعية الدولية للعلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية مستمرة ومخطط لها تسعى المنشآت العامة والخاصة الممارسة لها إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها وتحقيق المزيد منهم لتعارف الخلاف والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط له (صحن، 2013، صفحة 20)وللعلاقات العامة مجموعة من الأهداف تسعى إلى تحقيقها نذكر منها (السرابي، 2001، صفحة 266):

  - تعريف السياح بالبرامج السياحية المتوفرة من خلال وسائل اتصال ذات استعمال واسع
  - دراسة رغبات وحاجات السياح المرغوب فيها وتكييف برامج سياحية تتكيف لتستجيب لها وتتلاءم مع قدراتهم المالية
  - تشجيع الاتصال الداخلي بين مختلف المستويات الإدارية للمنظمة السياحية وذلك لتحسين مستوى الأداء
  - المشاركة في نشاطات تخدم المجتمع لبناء صورة جيدة للمنظمة السياحية تنعكس إيجابا على حصتها السوقية
  - بناء علاقات وطيدة مع الصحافة من أجل التعريف بنشاطات المنظمة بصورة متجددة
  - الحفاظ على العلاقات الغير رسمية مع الشركاء وأصحاب النفوذ

2.2 الإعلان السياحي: يمثل الإعلان السياحي الوسيلة الأسرع في إيصال الرسالة الترويجية للجمهور المستهدف ويعرف على أنه الوسيلة الغير شخصية والتي تكون موجهة من جهة معروفة وهو اتصال مأجور وغير مباشر يهدف إل التأثير في وجدان وعواطف ومدركات السياح وتوجيه سلوكهم السياحي نحو تبني برنامج معين أو استهلاك خدمات سياحية لمنظمة معينة وقد يكون الإعلان على المستوى الرسمي أي القطاع العام أو على مستوى القطاع الخاص (نبغة، 2005، صفحة 197). وتعرفه الجمعية الأمريكية للتسويق بأنه اتصال غير شخصي للمعلومات، وهو ذو طبيعية إقناعية حول المنتجات والأفكار بواسطة جهة معلومة يدفع ثمن إعلانه في الوسائل الإعلامية المختلفة (البكري، 2002، صفحة 209)

كما هناك عدة وسائل إعلامية يتم اختيار إحداهم حسب طبيعة الجمهور المستهدف وأهمها (دليلة، 2013، صفحة 72):

- الوسائل الصوتية: مثل الإذاعات المحلية والوطنية، المحاضرات، الندوات...إلخ
- الوسائل المرئية: مثل الإعلانات الضوئية، المعارض والنماذج السياحية.
- الوسائل المطبوعة: مثل الصحف، المجلات، الأدلة السياحية، الملصقات
- الوسائل المرئية السمعية: ومضات اشهارية في القنوات، الأفلام السينمائية، العروض المسرحية...إلخ

3.2البيع الشخصي: يمثل البيع الشخصي حلقة وصل بين المنظمة وزبائنها وهو إحدى الوسائل الفعالة في الترويج وبناء علاقات مع الزبائن، ولقد عرف البيع الشخصي على أنه إحدى العمليات البيعية التي يلتقي فيها البائع بالزبون سواء كان اللقاء بشكل مباشر (مقابلة وجه لوجه) أو غير مباشر (بواسطة الاتصال الهاتفي أو الكتابي التقليدي، أو الالكتروني) ويتم نتيجة الحوار البيعي حصول الزبون على المنتج المناسب الذي يشبع حاجاته ورغباته نتيجة اقتناعه بذلك الحوار (عبدالله، 2012، صفحة 324) ويهدف البيع الشخصي إلى ما يلي (عبدالله، 2012، صفحة 325):

- خدمة السياح الحاليين والبحث على سياح جدد لسلع أو خدمات السياحة المنظمة واقناعهم بشرائها
- مساعدة السياح في عملية اختيار الخدمات السياحية عبر تزويدهم بالمعلومات الضرورية
- بناء علاقة طويلة الأمد مع السياح من أجل الاحتفاظ بهم أطول مدة ممكنة
- تزويد المنظمة السياحية بمعلومات عن السوق (المنافسين، منتجات الجريدة، فرص تسويقية....)
- الرفع من رقم الأعمال والحفاظ على الحصة السوقية

4.2 تنشيط المبيعات: ترويج المبيعات تشمل كافة الأساليب غير المعتادة في عملية الترويج والتي لا تدخل ضمن عملية الإعلان والبيع الشخصي (البكري، 2006، صفحة 120)، ويهدف ترويج المبيعات إلى مساعدة رجال البيع لزيادة مبيعاتهم وتوجيه ومساعدة الموزعين والوسطاء وزيادة معدل الاستهلاك للأصناف الحالية وتكرار السلوك الشرائي من قبل المشترين وتعزيز الإعلان وأخيرا زيادة الطلب على المنتجات في حالات انخفاض المبيعات (الكعبي، 2017، صفحة 25)وغالبا ما يكون تنشيط المبيعات في خدمات السياحة عبر الوسائل التالية (الزغبي، 2013، الصفحات 264-365):

- المعارض السياحية عبر عرض عناصر الجذب السياحي وكذا البرامج السياحية
- المحاضرات السياحية من خلال الحوارات الإذاعية أو الشرائط المسجلة عن أهمية السياحة والخدمات المتوفرة وهذا بغرض التأثير السمعي
- الندوات السياحية التي يكون منها مداخلات ونقاشات ومناظرات عن المواضيع السياحية بغرض التعريف بالمناطق السياحية والخدمات التي توفرها
- المؤتمرات السياحية التي ترعاها المنظمات السياحية والوكلاء السياحيين للتعريف بمنتجاتهم السياحية الجديدة والشروط البيعية حيث يتم تغطيتها إعلاميا لتوصيل فعاليتها إلى السياح الحاليين والمرتقبين وعادة ما يتم مشاركة الجامعات والمعاهد وأيضا شركات الطيران والبنوك

- المسابقات والجوائز والتي تنظم من طرف المنظمات السياحية وتكون موجهة للسياح المحتملين والحاليين حيث يمنح الفائز جوائز قيمة ويكون الغرض منها رفع رقم الأعمال
- النماذج السياحية: وهي عبارة عن نموذج مصغر للمعالم السياحية المتوقع زيارتها حيث يتم وضعها في منافذ التوزيع لتحفيز الجمهور المستهدف لزيارة هذه المعالم
- الشارات والأعلام السياحية والتي تصممها المنظمات السياحية وتكون حاملة لعلامتها التجارية وذلك لجذب انتباه السياح

ويتوقف الأثر النهائي على درجة المهارة في اختيار نسبة ما يستخدم من العناصر الترويجية فمن الضروري في هذه الحالة تحقيق التوحيد بين العناصر المختلفة من الناحية الوظيفية بحيث تعمل جميعا في مسار واحد نحو تحقيق أهداف الترويج وهناك مجموعة من المعايير يمكن الاسترشاد بها عند اختيار عناصر الترويج منها (مساعد، 2009، الصفحات 285-286):

- المنتج:
- طبيعة المنتج السياحي
- المخاطرة المحسوبة
- السوق:
  - مراحل دورة حياة المنتج
  - شدة المنافسة
  - الطلب المتوقع
- السواح (المستفيدين):
  - عدد السواح
  - سلوك السواح
  - تركز وتشتت السواح في المنطقة السياحية
- الميزانية:
  - المصادر المالية للترويج في المنطقة
  - احتمالات الترويج التقليدية
- المزيج التسويقي:
  - السعر
  - التوزيع

3. العوامل المؤثرة في النشاط السياحي

هناك عدة عوامل تؤثر في الحركة السياحية من أهمها: مناطق الجذب السياحي، والتسهيلات المقدمة للسياح، وخدمات النقل والبنية التحتية، والأمن والاستقرار السياحي وغيرها من العوامل، ويمكن توضيحها كما يأتي (ناشور، 2017، الصفحات 285-286):

1.3مناطق الجذب السياحي: تشكل مناطق الجذب السياحي أساس قيام السياحة ومن دونها لا وجود للسياحة، إذ أن هناك مناطق تكون مغرية ممتعة وتغري السياح عل الإقبال عليها، وتكون مصدر هذه المناطق إما طبيعية، أو حضارية أو دينية أو تسلية وترفيه، وبالنسبة إلى المناطق الطبيعية فإن لكل منطقة مزيج فريد مميز من العناصر الطبيعية والجمال الطبيعي من المناخ والتضاريس والمياه والشمس، إل جانب وجود الغابات والجبال والكهوف والآبار والعيون التي تعد من أهم عناصر الجذب الطبيعية، أما بالنسبة إلى العناصر الحضارية فإن المعالم الحضارية وأنماط الحياة والتراث التاريخي والأنماط الثقافية والعادات والتاريخ تشكل مناطق الجذب السياحي، فضلا عن ذل هناك مناطق جذب خاصة أو مميزة، منها مناطق التسلية والترفيه، إذ يمكن جذب السياح بواسطة الوسائل الترفيهية المتوفرة في المنطقة مثل المنتزهات وحدائق الحيوان والسيرك والمهرجانات والاحتفالات الثقافية وغيرها

2.3 التسهيلات المقدمة للسائح: تدعم التسهيلات عادة القطاع السياحي وتؤدي إلى زيادة جذب السياح وتجعلهم يشعرون أن المناطق المزارة بمثابة بلدهم الثاني ومن التسهيلات المهمة في السياحة ما يأتي:

- سرعة استخراج تأشيرات الزيارة عن طريق موانئ الدولة المختلفة
- سرعة التحويلات المالية وسهولة استخدام بطاقات الائتمان في غالبية المحلات في مدن الدولة المزارة
- توافر الشركات السياحية التي تقوم بتنظيم رحلات ترفيهية للسياح
- توافر وسائل الراحة التي تتناسب وأذواق وحاجات السوق كوجود أماكن الإقامة والمطاعم والمحلات، فوسائل الراحة هته تعد ضرورية لجذب السياح وإشباع رغباتهم، وزيادة نسبة السياحة المتكررة، إذ أن السائح في الغالب ينفق ما يقارب (25%) من ميزانيته على أماكن الإقامة التي تكون على شكل فندق أو موتيل أو بنسيون أو غيرها، كما يصرف السائح نحو (35%) من ميزانيته على الأطعمة والمشروبات، إلى جانب الإقامة والأطعمة هناك تسهيلات أخرى منها محلات التحف ومحلات الغسل والكي والمرشدين السياحيين، إذ ينفق السائح حوالي (25%) من ميزانيته على التسويق

3.3وسائل النقل السياحية: إن تطور السياحة مرتبط بشكل مباشر مع تطور النقل والبنية التحتية، فبالنسبة إلى النقل فإن أول ما يفكر فيه السائح عند وصوله إلى أية دولة هي طريقة وسهولة وسرعة الوصول إلى المنطقة التي يريدها، لذا فإنه كلما كان الانتقال منتظما ومأمونا كلما نشطت الحركة السياحية وازداد عدد السياح، وتتمثل وسائل النقل بخطوط النقل الجوي كالطائرات وخطوط النقل البحري كالسفن وخطوط النقل

البري كالسيارات والقاطرات، فضلا عن وسائل النقل فإن السياحة لا تنجح بغياب البنية التحتية فهي المحرك الأساس لكافة مفاصل وأنشطة العمل السياحي

4.3البنية التحتية: تتمثل خدمات البنية التحتية بالفنادق والمطاعم والأسواق التجارية والمنتزهات وأماكن التسلية والترفيه وطرق المواصلات والخدمات العامة المتعلقة بالجوانب الصحية والهاتفية وشبكات المياه والكهرباء، وكلها تشكل عناصر مؤثرة في القطاع السياحي

5.3الضيافة: يقصد بالضيافة تعامل السائحين مع سكان المنطقة السياحية أو مع مستخدمي المطاعم والفنادق والمحلات...إلخ، وهذا يحتاج إلى برامج ترويجية فعالة تقوم بها الجهات المعنية من كلا القطاعين العام والخاص لتوسيع مفاهيم سكان المنطقة السياحية وتوعيتهم بدورهم الفعال في مجال السياحة، وكذلك بجلب السياح وتزويدهم بالمعلومات الضرورية حول المناطق السياحية ، ويحتاج المنتج السياحي الى درجة من الوعي والثقافة السياحية لدى مواطني البلد المضيف خاصة فيما يتعلق بحسن المعاملة والاحترام، ومنح الثقة والأمان حيث أي تصرف منافي لهذا سوف يؤثر سلبا في الصورة النهائية للمنتج السياحي مما يؤدي الى انخفاض التدفق السياحي للبلد المضيف (أحمد، 2018، صفحة 75).

6.3الأمن والاستقرار السياحي: يعد الأمن أمرا رئيسا ومادة أولية مهمة لقيام السياحة، وتفوق أهمية هذا العامل في قطاع السياحة أكثر من القطاعات الأخرى، لأن السياحة لا تنتعش ولا يقبل السياح على السفر إلى دولة تنعدم فيها مقومات الأمن السياحي، ويقصد بالأمن السياحي هو (توافر عنصر الأمن والطمأنينة للسائح منذ وصوله إلى دولة ما وحتى مغادرته لها في نفسه وماله وعرضه وكل متعلقاته وأمتعته وحمايته من أية مضايقات أو جرائم قد تقع عليه). وتعد التشريعات والقوانين السياحية إحدى الآليات المعتمدة من قبل الدول لتحقيق أمن السائح وأمن المؤسسات السياحية، والتي تعد أحد الالتزامات التي يتوجب على الدولة المضيفة القيام بها اتجاه الوافدين عليها، ونظرا لما تكتسبه التشريعات من أهمية باعتبارها الإطار القانوني الذي ينظم سلوك الأفراد في علاقاتهم بعضهم البعض، لذا سعت العديد من الدول على وضع وسن قوانين لاسيما لتوفير الحماية للسياح

7.3نفقات السفر والإقامة: تشكل نفقات السفر وانتقال السياح إلى المواقع السياحية، وكذلك نفقات الإقامة واستخدام المرافق والخدمات السياحية عنصرا هاما من عناصر الجذب السياحي، وتؤثر بشكل مباشر على نوعية وأعداد السياح لذلك لابد من دراسة وتقييم مثل هذه النفقات لكي تتناسب مع إمكانية السياح.

4.دراسة حالة دولة قطر

قطر دولة عربية تقع شرق شبه الجزيرة العربية في جنوب شرق اسيا عاصمتها الدوحة تحصلت على استقلالها سنة 1971 من الاحتلال البريطاني، تمثل قطر احدى دول الست التي تشكل مجلس التعاون الخليجي وهي دولة غنية بالمحروقات ولها احتياطات كبيرة منها الا انها سعت الى تنويع اقتصادها وعدم الاعتماد على موارد المحروقات فقط في تمويل اقتصادها عبر وضع سياسات مدروسة للتنمية واعتماد اصلاحات

واستثمارات شملت القوانين والاشخاص والمؤسسات والبنى التحتية والتجارة الخارجية بهدف التخلص من التبعية لمورد واحد (علي ف.، 2020، صفحة 4)، على هذا أعطت أهمية بالغة للقطاع السياحي وعملت على بناء مرافق سياحية ضخمة وذات تصاميم عصرية وجذابة بالإضافة الى تشيد بنية تحتية متطورة خاصة في مجال النقل والمواصلات.

1.4 الأداء السياحي خلال سداسي الأول لسنة 2019

انتهجت قطر استراتيجية تطوير قدراتها السياحة بما يعزز مكانتها على الخارطة السياحة العالمية وجعلها وجهة سياحية عالمية عبر تطوير مجموعة من المنتجات وخدمات السياحية مركزة في ذلك ى الترفيه العائلي وسياحة المؤتمرات وفعاليات الأعمال والسياحة الرياضية وغيرها.

الجدول رقم (01) : عدد الزوار القادمين إلى قطر بحسب جنسياتهم خلال السداسي الأول لسنة 2019

الدول	عدد الزوار	النسبة
الأمريكتان	95232	%9,05
أوربا	338692	%32,17
دول اسيوية	408071	%38,75
دول افريقية	21052	%2
دول عربية	76666	%7,28
دول مجلس تعاون الخليجي	113302	%10,75
المجموع	1053015	% 100

المصدر: تقرير أداء القطاع السياحي لمجلس الوطني للسياحة القطري خلال النصف الأول من 2019

استقبلت قطر خلال السداسي الأول لسنة (2019) 10,5 مليون زائر بزيادة تقدر بـ 11 % مقارنة بنفس الفترة لسنة (2018)، حيث احتل زوار القادمين من الدول الأسيوية المرتبة الأولى بنسبة 38,75% ثم يليهم في المرتبة الثانية الزوار الأوروبيين بنسبة 32,17 % ويأتي الزوار القادمين من افريقيا المرتبة الأخيرة بنسبة 2%.

الجدول رقم (02): أداء المرافق الفندقية خلال السداسي الأول لسنة 2019

	الاشتغال	متوسط سعر الغرفة (ريال قطري)	العائد على الغرفة متاحة (ريال قطري)	متوسط مدة الإقامة (ليلة)
جميع المنشات	65	370	242	3,76
جميع الفنادق	65	376	242	3,45
جميع الشقق الفندقية	73	323	235	7,47
فنادق 5 نجوم	61	537	325	3,03
فنادق 4 نجوم	67	228	152	5,23

فنادق 3 نجوم	76	176	134	2,50
نجمة ونجمتين	75	147	110	3,45
الشقق الفندقية الفاخرة	72	351	254	7,44
الشقق الفندقية الفاخرة	74	199	148	7,58

المصدر: تقرير أداء القطاع السياحي لمجلس الوطني للسياحة القطري خلال النصف الأول من 2019

اهتمت دولة قطر بمرافق فندقية باعتبارها عصب النشاط السياحي فتم تشييد عدة فنادق مختلفة التصنيف من خمسة الى نجمة واحدة بالإضافة الى بناء الشقق الفندقية العادية والفاخرة، وهذا لمجابهة الطلب السياحي والرفع من الطاقة الاستيعابية حيث بلغت نسبة فنادق 5 نجوم 33 %من اجمالي المنشأت الفندقية حيز الخدمة تليها فنادق 3 نجوم نسبة 23% ثم فنادق 4 نجوم بنسبة 21 %ويليهم الشقق الفندقية العادية والفاخرة على التوالي بنسبتين 10% و6 %.

عكفت دولة قطر على تعزيز مكانتها على الخارطة السياحية العالمية وجعلها من أهم الوجهات السياحية في العالم، فحققت نسبة اشتغال في المرافق الفندقية بمختلف أنواعها خلال السداسي الأول لسنة 2019 تتراوح من 61 الى 76 وهذا راجع لزيادة الزوار الوفدين اليها من مختلف دول العالم، كما تراوح متوسط سعر الغرف في المرافق الفندقية من 199 الى 537 ريال قطري حيث يزيد كلما زادت كمية ونوعية الخدمات الفندقية فيرتفع في فنادق 5 و4 نجوم وكذلك الشقق الفندقية الفاخرة وينخفض في فنادق 3 نجوم وأقل، وتراوح متوسط مدة الإقامة في المنشأت الفندقية خلال نفس الفترة من 2,25 الى 7,58 ليلة ونلاحظ تزيد مدة الإقامة الزوار في الشقق الفندقية الفاخرة عن مدة الإقامة في الفنادق نظرا لخصوصية خدماتها الفندقية.

2.4 السياسات الترويجية

انتهجت دولة قطر مجموعة من السياسات الترويجية التي من شأنها ان تطور القطاع السياحي وتحسن أداؤه وأهم هذه السياسات هي:

1.2.4 تأشيرة العبور الجديدة

تم اعتماد نظام جديد في تأشيرات العبور التي تمنح للمسافرين العابرين للعاصمة القطرية الدوحة، ويسمح النظام الجديد للركاب الذين يقضون خمس ساعات على الأقل كوقت عبور في مطار حمد الدولي، بالبقاء في قطر لمدة تصل إلى أربعة أيام، حيث كان يسمح للمسافرين ممن يقضون ثماني ساعات في مطار حمد الدولي بالبقاء لمدة أقصاها يومين. وتأشيرة العبور الجديدة تعزز جاذبية قطر كمحطة توقف ولاسيما أنها مجانية ومتاحة للمسافرين من جميع الجنسيات، شريطة أن يكون لديهم حجز مؤكد على رحلة طيران متابعة وأن يتقدموا بطلب التأشيرة عبر الخطوط الجوية القطرية قبل موعد الرحلة بسبعة أيام على الأقل. وتُعتبر وزارة الداخلية القطرية هي الجهة الوحيدة المخولة حق الموافقة على جميع التأشيرات وإصدارها.

2.2.4 تسهيل عملية إنزال ركاب البواخر السياحية

نظراً لأن ركاب البواخر السياحية يقضون حالياً أقل من 24 ساعة في قطر، فإنه من المهم التأكد أنهم يحققون أقصى استفادة ممكنة من الوقت الذي يمضونه في قطر وذلك عبر ضمان عملية إنزال تتسم بالسلاسة والسرعة .وبفضل التقنيات المتطورة والتعاون الوثيق بين مشغلي الرحلات البحرية ومسؤولي الأمن والجوازات ووزارة الداخلية وموانئ قطر، فقد أقرت الهيئة العامة للسياحة إجراءات تشغيلية جديدة أتاحت لركاب البواخر السياحية النزول في غضون دقائق من وصولهم، ومن ثم البدء بالاستمتاع مباشرة برحلاتهم على الشاطئ.

3.2.4 سياحة الرحلات البحرية

يتوقع زيادة بمقدار ثلاثة أضعاف في عدد زيارات البواخر السياحية خلال السنوات المقبلة، فمن المتوقع أن يستقطب قطاع سياحة الرحلات البحرية حوالي 300 ألف زائر إلى قطر مع حلول موسم 2020

وتتابع الهيئة العامة للسياحة بالتعاون مع موانئ قطر الاستعدادات الجارية لاستيعاب هذا النمو وذلك عبر مشروع تطوير ميناء الدوحة الذي تبلغ تكلفته 2 مليار ريال قطري، الذي سوف يصبح مرفأ عالميا ومجهزا لاستقبال البواخر السياحية فضلاً عن كونه وجهة سياحية في قلب مدينة الدوحة، مما يسهم في تحويل قطر إلى محطة رسو وانطلاق للبواخر السياحية، وسوف يؤدي ذلك إلى زيادة في متوسط مدة الإقامة في قطر بين شريحة متنامية من الزوار، ويسمح لهم باستكشاف المزيد من المزايا والعروض التي يوفرها القطاع السياحي في قطر مما يعزز من الأثر الاقتصادي الذي تحدثه سياحة الرحلات البحرية.

4.2.4 تطوير المزيد من المنتجات السياحية وفرص الاستثمار

تنتظر الهيئة العامة للسياحة في قطر مشاركة القطاع الخاص باعتبارها عاملا حاسما في تطوير قطاع سياحي يحتفي بثقافة قطر وتراثها ويعود بالنفع والفائدة على شعبها وقد تم اعداد الخطط ودراسات الجدوى اللازمة لتطوير العديد من المحميات الطبيعية والمناطق التاريخية الرئيسية، وذلك تمهيداً لطرحها كفرص استثمارية، ويضم كل مشروع من هذه المشروعات خططا تطويرية تشمل مراكز زوار وأنشطة خارجية مثل المشي وركوب الدراجات والتخييم وقوافل الإبل والتجديف وغيرها من الأنشطة، وبالإضافة إلى ذلك تمت دعوة المستثمرين إلى تحويل مركز الدوحة للمعارض إلى مركز للترفيه العائلي.

5.2.4 إطلاق أول مهرجان للتسوق في قطر

لقد كان إطلاق مهرجان قطر للتسوق ليصبح واحداً من أهم الفعاليات ضمن رزنامة قطر للمهرجانات السنوية هو أفضل تجسيد لشعار(الأصالة بأسلوب عصري) ويأتي المهرجان في إطار تنمية وتنويع العروض السياحية التي تزخر بها قطر ولا سيما في مجال الأسرة والترفيه الحضري، التسوق بات يساهم بشريحة معقولة في الإنفاق السياحي داخل قطر ففي عام 2014 تجاوزت مساهمة التسوق في الإنفاق السياحي داخل قطر قيمة إيرادات الفنادق أو قطاع الأطعمة والمشروبات، حيث بلغت الإيرادات التي حققها قطاع تجارة التجزئة

للاقتصاد الوطني نحو 6 مليارات ريال قطري، وذلك بحسب النسخة الأولية للحساب الفرعي للسياحة في قطر وهو نظام معتمد من الأمم المتحدة لتحديد أثر القطاع السياحي على الاقتصاد الوطني. ويهدف المهرجان أيضاً إلى الاستفادة من الطقس الشتوي الرائع الذي تنعم به قطر.

6.2.4 إطلاق برنامج مضياف

ابرمت الهيئة العامة للسياحة شراكات مع 27 جهة في قطر لتقديم العروض لاستضافة المؤتمرات والاجتماعات والمعارض الدولية في شتى القطاعات. وشهد عام 2016 إطلاق برنامج مضياف وهو مبادرة تتيح للاختصاصيين في قطر أن يكونوا سفراء للبلاد باعتبارها وجهة لفعاليات الأعمال.

7.2.4 تطوير القطاع السياحي من خلال التعاون الدولي

واصلت الهيئة العامة للسياحة إبرام الشراكات مع هيئات السياحة العالمية وكذلك تفعيل الاتفاقيات مع دول الجوار لتبادل المعرفة والخبرات في تطوير قطاع السياحة، فقد وقعت مذكرة تفاهم مع هيئة السياحة والمعارض في مملكة البحرين لتسهيل تبادل المعلومات بين الطرفين في مجال المعارض كما وقعت الهيئة مذكرة تفاهم مع إدارة التنمية الاقتصادية في دولة جورجيا وهي مذكرة تفتح قنوات للتعاون في مجالات

8.2.4 تنظيم المعارض الفردية الاستهلاكية

قامت الهيئة العامة للسياحة وغرفة قطر بالتنسيق مع وزارة الاقتصاد والتجارة بإطلاق مبادرة جديدة لتنظيم المعارض الفردية الاستهلاكية بما يتماشى مع احتياجات السوق القطري، وتتيح هذه المبادرة للشركات الصغيرة والمتوسطة الحاصلة على التراخيص اللازمة وكذلك أصحاب الأعمال المنزلية ومندوبي المبيعات الجوالين عرض منتجاتهم وخدماتهم من خلال معارض تضمن حماية حقوق أصحاب الأعمال والمستهلكين في قطر.

9.2.4 تبسيط إجراءات التراخيص

قامت الهيئة العامة للسياحة في عام 2015 من التراخيص اللازمة لجميع المنشآت الفندقية (الفنادق والشقق الفندقية) والمؤسسات السياحية وشركات تنظيم المعارض، ووفقا لأفضل الممارسات في هذا المجال وقد ساعد ذلك في تمهيد السبيل لتطوير نظام جديد للترخيص الإلكتروني يلبي احتياجات المؤسسات السياحية ويخلصهم من التعقيدات البيروقراطية. والبحث على أفضل الحلول الممكنة للتراخيص التي من شأنها أن تشجع الاستثمار في السياحة، ولذلك تم تقليص الوقت اللازم لإصدار سجل تجاري لشركة سياحية بشكل كبير وذلك بعد السماح بإصدار السجل مباشرة من وزارة الاقتصاد والتجارة دون الحاجة إلى استيفاء موافقات أخرى من الهيئة العامة للسياحة.

10.2.4 توسيع شبكة المكاتب التمثيلية لدى الهيئة العامة للسياحة

افتتحت الهيئة العامة للسياحة ثلاثة مكاتب تمثيلية جديدة وذلك في إيطاليا وتركيا والولايات المتحدة الأمريكية، وتوجد هذه المكاتب في ميلانو واسطنبول ونيويورك بهدف تعزيز الوعي بالوجهة في هذه الأسواق ودعم جهود الهيئة في الوصول إلى شركاء بارزين في صناعة السفر والسياحة، وكذلك وسائل الإعلام والمستهلكين.

11.2.4 التمثيل الدولي في المعارض السياحية

قادت الهيئة العامة للسياحة أكثر من 50 شريكاً من القطاع الخاص للمشاركة في معارض خاصة بالسفر والسياحة والترويج للعروض التي تزخر بها قطر باعتبارها وجهة للترفيه والأعمال وسياحة الرحلات البحرية.

12.2.4 الاستفادة من الفعاليات الرياضية الكبرى

للاستفادة من إمكانيات السياحة الرياضية في قطر قامت الهيئة العامة للسياحة برعاية بطولتين شهيرتين في رزنامة كرة القدم العالمية خلال 2016 وهما نهائي كأس السوبر الإيطالية حيث بلغ عدد التذاكر التي بيعت إلى مشجعين دوليين ثلاثة آلاف تذكرة، والنسخة الأولى من (مباراة الأبطال) التي جمعت بين نادي برشلونة الإسباني والنادي الأهلي السعودي وقد تجاوز عدد الزوار الذين حضروا خصيصاً إلى الدوحة لمشاهدتها 5000 زائر، كما حققت المباراة حوالي 9.6 مليون ريال للاقتصاد المحلي.

13.2.4 الترويج لقطر عبر أفلام حائزة على جوائز

فاز الفيلم الترويجي القطري (جوهر قطر) بالميدالية الذهبية في مهرجان نيويورك الدولي الذي يكرم أفضل الأعمال التلفزيونية والسينمائية، وقد أطلق الفيلم بموازاة عملية الكشف عن العلامة التجارية الجديدة للوجهة ويقدم الفيلم القصير الذي أنتج بتكليف من الهيئة العامة للسياحة، تجربة سينمائية شاملة ومشاهد يستعرض من خلالها التراث الثقافي الملهم لدولة قطر ومعالمها السياحية الفريدة وتطلعاتها الإنسانية العالمية.

14.2.4 المهرجانات والفعاليات كوسيلة لتحقيق تدفق دائم للزوار

تنظم الهيئة العامة للسياحة مجموعة من المهرجانات والفعاليات وذلك في إطار استراتيجيتها الرامية لتنمية وتنويع العروض السياحية في قطر، ولا سيما في مجال الترفيه الحضري والعائلي وتفيد هذه المهرجانات في تحسين معدلات الإشغال الفندقي وزيادة أعداد مرتادي أماكن الجذب السياحي والفعاليات في شتى أنحاء قطر، فضلاً عن تعزيزها الاهتمام بالعروض السياحية التي تزخر بها البلاد والتي تتسم بالتنوع والأصالة.

الاستنتاجات:

خلصت دراستنا الى مجموعة من الاستنتاجات هي:

- الترويج السياحي عل أنه إحدى فروع الاتصال التسويقي الذي تسعى من خلاله المؤسسة السياحية إمداد السياح بالمعلومات بغرض تعريفهم بمنتجاتها السياحية.
- يلعب الترويج دورا هاما في ترسيخ الثقافة السياحية وتثقيف وتوعية الجماهير بواقع السياحة.

- الترويج يحفز الطلب السياحي وذلك بإبراز المقومات السياحية المميزة والمحفزة على التدفق السياحي، وعرض البرامج والتسهيلات الممنوحة.
- الترويج السياحي يساهم في تنشيط الحركة السياحية من خلال تقريب المنتوج السياحي من السياح خصوصا الأجانب، فكثيرا ما يفضل السائح زيارة منطقة معينة نتيجة لتأثره بالحملات الإعلانية التي ترويج لها.
- يحقق الترويج السياحي إقناع السائح بالمنتج أو المؤسسة السياحية وكسب عدد السياح الفعليين والمرتقبين سواء من داخل البلاد أو من خارجها وزيادة عددهم باستمرار.
- المزيج الترويجي ينقل الرسالة الترويجية إلى الجمهور المستهدف بالشكل والوقت المناسب ويشمل: البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، الإعلان، العلاقات العامة.
- تبنت قطر مزيج ترويجي فعال أهلها الى استقبال خلال السداسي الأول لسنة (2019) 10,5 مليون زائر.
- انشات قطر منشئات فندقية تمثلت في فنادق مختلفة التصنيف من 5 نجوم الى نجمة واحدة وشقق فندقية عادية وفاخرة تقدم خدمات فندقية متنوعة وذو جودة عالية جعلها تجابه الطلب السياحي المحفز بسياستها الترويجية.
- اعتمدت قطر على الترويج السياحي لجعلها كوجهة سياحية مختارة لدى طالبي الاستجمام والترفيه وكذلك لدى سياح من مختلف دول العالم.

الهوامش:

1.انيس احمد عبدالله. (2012). *ادرة التسويق وفق منظور قيمة الزبون*. الاردن: دار الجنان للنشر والتوزيع.

2.بلقاسم نويرة. (2015). الترويج السياحي واثره في تفعيل السياحة بالجزائر حلة عينة من المركبات السياحية الجهوية. تأليف *أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية* (صفحة 54). الجزائر.

3.ثامر البكري. (2002). *ادارة التسويق*. الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة.

4.ثامر البكري. (2006). *التسويق أسس ومفاهيم معاصرة*. الاردن: دار اليازوري العلمي للنشر.

5.جهاد براهمي، سالمي عبد المجيد. (2019). الترويج السياحي عبر وسائل التواصل الاجتماعي الفايسبوك نموذجا. *مجلة ألف اللغة والاعلام والمجتمع، 6*(1)، صفحة 21.

6.جهاد براهمي، سالمي عبدالمجيد. (2019). الترويج السياحي عبر وسائل التواصل الاجتماعي الفايسبوك نموذجا. *مجلة ألف اللغة والاعلام والمجتمع، 6*(1)، صفحة 216.

7.حايف سي حايف شيراز، بركان دليلة. (2013). الترويج السياحي رافد لتنشيط الحركة السياحية الصحراوية ولاية بسكرة نموذجا. *مجلة العلوم الاقتصادية، التسيير والتجارية*(6)، الصفحات 69-87.

8.حسام الدين حسين. (2007). تنمية المبيعات السياحية. مصر: مكتبة نانسي.

9.خالد مقابلة، علاء السرابي. (2001). *التسويق السياحي الحديث*. عمان(الاردن): دار وائل لطباعة والنشر.

10.زكي خليل مساعد. (2009). *تسويق الخدمات وتطبيقاته*. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

11.سلام جعفر عزيز الاسدي. (2017). دور الاعلام في ترويج الاماكن الدينية سياحي دراسة ميدانية لمدينة كربلاء المقدسة، *مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية، 9*(1)، صفحة 130.

12. العزيز أبو نبغة. (2005). *دراسات في التسويق الخدمات المتخصصة(منهج تطبيقي)*. الأردن: دار الوراق للنشر والتوزيع.

13.على الباز. (2002). *العلاقات العامية والإنسانية والرأي العام*. مصر: مكتبة الاشعاع الفنية.

14.على فلاح الزغبي. (2013). *التسويق السياحي والفندقي مدخل صناعة السياحة والضيافة*. عمان.

15.عياد ليلى ، هاللي أحمد. (2018). التبادل التجاري الحدودي وأثره في تسويق المنتج السياحي الصحراوي ولاية أدرار ودولتي مالي والنيجر نموذجا،، جامعة أدرار، المجلد 1 العدد1 ص، 75 ، 73-81(2018). *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، 1*(1)، صفحة 75. تم الاسترداد من https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122718

16.فقير كمال، يوسفات علي. (2020). التنويع في مصادر الدخل واثره على النمو الاقتصادي "دراسة تحليلية لحالة الامارات العربية المتحدة". *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، 3*(2)، صفحة 4. تم الاسترداد من https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122250

17. نوال. (2011). اثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية دراسة حالة الديوان الوطني للسياحية. تأليف *مذكرة ماجستير في علوم التسيير* (صفحة 67). جامعة جزائر 03.

18.ERIC, L. (1992). *tourism marketing : service and guality management perspectives.* London: Stanley thornes ltd.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory

Year : 2020 Vol.5 No.2 Special pp:218-234.

The effect of Internal Marketing on Job Satisfaction among Employees of Agricultural and Rural development Bank - Adrar Agency 252 -

Ayad Saleh[1], Kaloune Djilali[2],Foudou Mohammed[3]

[1] Lecturer, Department of Commercial Sciences / University of Adrar, Algeria, sal.ayad@univ-adrar.dz.
[2] Professor, Department of Commercial Sciences / University of Adrar, Algeria, K_djilali@univ-adrar.dz
[3] Lecturer, Department of Management / University of Adrar, Algeria, foudou1982@univ-adrar.dz.

ARTICLE INFO

Article history:
Received:
Accepted:
Online:

Keywords:
Internal Marketing
Job Satisfaction
(T) Test
JEL Code:M12, M31

ABSTRACT

The aim of this present study is to examine the effect of internal marketing on job satisfaction among employees of Agricultural and Rural Development Bank - Adrar Agency 252. The data were analyzed using descriptive statistics analysis tools. In order to test hypotheses, this study used (T) test and simple linear regression.

The research's findings showed that the alternatives hypotheses are confirmed, it seems that the bank practices the internal marketing, the employees feel satisfied with their current jobs, and the internal marketing has a significant positive effect on job satisfaction.

The study recommended that the internal marketing policy concerning three dimensions (empowerment, incentives, and rewards) should be reviewed.

أثر التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة أدرار 252 –

عياد صالح[1]، قالون جيلالي [2]، فودوا محمد[3]

[1] أستاذ محاضر أ، قسم العلوم التجارية/جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، sal.ayad@univ-adrar.dz.

[2] أستاذ التعليم العالي، قسم العلوم التجارية/جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، K_djilali@univ-adrar.dz .

[3]أستاذ محاضر أ، قسم علوم التسيير/جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر ، foudou1982@univ-adrar.dz.

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:
تاريخ القبول:
تاريخ النشر:

الكلمات المفتاحية

تسويق داخلي
رضا وظيفي
اختبار (T)
JEL Code:M12, M31

الملخص

هدفت الدراسة إلى اختبار معنوية تأثير التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة أدرار 252-، تم تحليل البيانات المجمعة باستخدام أدوات التحليل الإحصائي الوصفي، وتم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام الاختبار التائي (T) وأسلوب تحليل الانحدار البسيط.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: يوجد تطبيق للتسويق الداخلي في البنك. يوجد شعور بالرضا الوظيفي لدى موظفي البنك. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتسويق الداخلي على الرضا الوظيفي. أوصت الدراسة بأهمية مراجعة إدارة البنك لسياسة التسويق الداخلي في مجال التمكين ونظام الحوافز والمكافآت.

*Corresponding Author *Ayad Saleh, Email: sal.ayad@univ-adrar.dz*

– مقدمة:

في ظل التغيرات والتطورات الحاصلة في بيئة الأعمال التي توسعت فيها رقعة المنافسة العالمية، فإن منظمات الأعمال على اختلاف تصنيفاتها، تجد نفسها ملزمة بحسن استيعاب حقيقة ما يحدث، ثم مسايرة تلك التحديات والتأقلم معها، ثم البحث عن وسائل التأثير والتميز. ولعلّ تنفيذ هذه المسيرة الإستراتيجية يتطلب منها البحث عن الآليات الإدارية الفعالة التي تمكنها من تعبئة كل مواردها المتاحة وضمان حسن استغلالها.

تعتبر الموارد البشرية من أثمن الموارد في المؤسسات بصفة عامة، وهذا نظرا لما تتمتع به من قدرة على الإبداع وإحداث التغيير، وفي مؤسسات الخدمات بصفة خاصة، وهذا لكون الطريقة الرئيسية المستخدمة في تقديم الكثير من الخدمات مازالت تقوم على الاتصال المباشر بين الأعوان مقدمي الخدمة والزبائن، وبذلك يصبح هؤلاء الموظفين متغيرا حاسما في معادلة جودة الخدمة ورضا الزبائن.

في ظل التطور الذي عرفه الفكر الإداري، ظهر التسويق الداخلي كفلسفة وممارسة إدارية جديدة، حيث تنظر إلى الموظفين كزبائن داخليين، وهي بذلك تتقاطع في مهامها مع إدارة الموارد البشرية، وتنهل من منطق التسويق التقليدي. وبذلك يتجلى بوضوح هدف التسويق الداخلي، وهو إرضاء الموظفين عن طريق البحث في حاجاتهم ورغباتهم وتلبيتها، ويكون هذا فقط بتوفير بيئة وشروط عمل محفزة على العمل والإبداع. وللقائمين على إدارة مؤسسات الخدمات أن يتساءلوا عن كيفية إرضاء الزبائن الخارجيين دون إرضاء الزبائن الداخليين.

إشكالية الدراسة:

بالرغم من وجود عديد الدراسات التي عالجت موضوع التسويق الداخلي والرضا الوظيفي، إلا أنه لم يقع بين أيدينا ما يشير إلى حقيقة تطبيق التسويق الداخلي وبالتالي تحقيق الرضا الوظيفي لدى موظفي البنوك التجارية الجزائرية، لهذا شدّ هذا الموضوع انتباه الباحثين، وأثار فيهما الفضول العلمي، وشعرا بشدة الحاجة إلى التحقق من وجود علاقة تأثير محتملة بين التسويق الداخلي والرضا الوظيفي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة أدرار 252، وعليه يمكن الإفصاح عن مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

هل هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية ؟

فرضيات الدراسة:

تنطلق هذه الدراسة من الفرضيات الرئيسية التالية:

– لا يوجد تطبيق للتسويق الداخلي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

– لا يوجد رضا وظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

– لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق الآتي:

- الكشف عن مدى تطبيق بنك الفلاحة والتنمية الريفية لمفهوم التسويق الداخلي
- الكشف عن مدى وجود رضا وظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية
- اختبار معنوية أثر تطبيق التسويق الداخلي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية على الرضا الوظيفي لدى العاملين فيه

أهمية الدراسة:

يمكن التدليل على أهمية الدراسة الحالية في نقطتين:

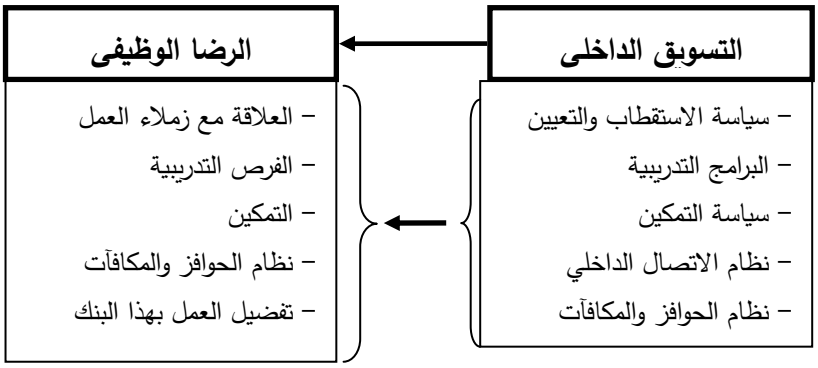
- تحاول هذه الدراسة تقديم معلومات مفيدة في زيادة المعرفة العلمية في حقل معرفي متشعب ومعقد، وهو مجال التسويق الداخلي الذي يجمع بين فلسفة التسويق الخارجي وإدارة الموارد البشرية، فضلا عن الاهتمام بموضوع الرضا الوظيفي الذي يتقاطع فيه عدة حقول معرفية على غرار السلوك التنظيمي وعلم النفس، وبالتالي قد تكون من الدراسات السباقة في معالجة هذا الموضوع في البنوك الجزائرية، وبذلك يمكن أن تكون كأرضية لدراسات مستقبلية تتناول الموضوع بطريقة أكثر عمقا واتساعا.

- ستفيد هذه الدراسة القائمين على إدارة شؤون البنك، من خلال النتائج المتوصل إليها، في الحصول على الدليل العلمي الذي سيستندون إليه لمراجعة سياسة تطبيق التسويق الداخلي وتعزيز الرضا الوظيفي لدى المستخدمين.

أنموذج الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على تطبيق نموذج يعكس العلاقة بين متغير مستقل (التسويق الداخلي) ومتغير تابع (الرضا الوظيفي)، ويمكن تمثيل ذلك النموذج في الشكل الموالي:

الشكل رقم (1): أنموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين

1- الإطار النظري للدراسة:

قامت الدراسة بمسح مكتبي معمق، تمكنت على إثره من حصر الدراسات السابقة في الموضوع، وضبط مصطلحات متغيرات الدراسة كما هو موضح في الآتي:

1-1- عرض الدراسات السابقة:

قامت هذه الدراسة بمراجعة بعض الدراسات السابقة التي بحثت في علاقة التسويق الداخلي والرضا الوظيفي وهذا في بيئات مختلفة حتى تتمكن من الوقوف على أوجه التشابه والاختلاف معها، ويمكن عرض ما أمكن من تلك الدراسات كما يلي:

- دراسة (عمر علي بابكر، 2018):

هدفت هذه الدراسة إلى تبيين أثر ممارسة التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي وأداء العاملين في البنك السوداني الفرنسي. تم الحصول على البيانات الأولية في هذه الدراسة من واقع عينة ملائمة قوامها (91) مفردة. وقد تم تحليلها باستخدام مقاييس الإحصاء الوصفي، وتحليل الانحدار. وتوصلت الدراسة إلى نتيجة رئيسية تفيد بأن ممارسة التسويق الداخلي من خلال أبعاده المختلفة تؤثر في تحقيق مستويات عالية من الرضا.

- دراسة (المجالي وآخرون، 2016):

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد تأثير أبعاد التسويق الداخلي (الثقافة التنظيمية، التفاعل الداخلي، التحفيز والتدريب) على الرضا الوظيفي للعاملين وعلى أدائهم. استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة عشوائية شملت (200) مفردة من العاملين في (11) بنكا من البنوك التجارية العاملة في محافظة الكرك الأردنية. تمكنت عملية اختبار الفرضيات من قبول الفرضية الرئيسية التي تنص على وجود أثر معنوي عند مستوى دلالة (0.05) بين أبعاد التسويق الداخلي (كمتغير مستقل) على الرضا الوظيفي (كمتغير تابع).

- دراسة (أيمن أبو بكر، 2015):

قامت هذه الدراسة باختبار أثر ممارسات التسويق الداخلي على رضاء العاملين في بنك أبو ظبي الإسلامي في مدينة العين الإماراتية. أجريت الدراسة على عينة عشوائية مقدارها (100) مفردة. تم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام نموذج الانحدار المتعدد، والذي أفضى إلى إثبات صحة فرضية الدراسة القائلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية للتسويق الداخلي بأبعاده الأربعة (التمكين، البرامج التدريبية، الحوافز والمكافآت، الاتصال الداخلي) على الرضا الوظيفي. أوصت الدراسة بضرورة تطبيق مبدأ المكافأة المشروطة، التي تعني منح المكافآت للعامل الذي أنجز المهام المتفق عليها، وكذلك ضرورة قيام إدارة البنك بتوضيح الخطة الإستراتيجية للموظفين.

- دراسة (أمل عبد وهاني الضمور، 2010):

سعت هذه الدراسة إلى التحقق من وجود أثر لتطبيق التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لدى موظفي المبيعات في مجموعة الاتصالات الأردنية، وكذا أثر المتغيرات الديمغرافية في العلاقة بين التسويق الداخلي والرضا عن العمل. تم إخضاع (197) استمارة للتحليل الإحصائي الذي أسفر عن نتيجة جوهرية تفيد بوجود تأثير للتسويق الداخلي في

متغيرات الرضا عن العمل وفي مقدمتها الحوافز. كما توصلت إلى إثبات تأثير المتغيرات الديمغرافية (العمر، سنوات الخبرة، المستوى التعليمي) في العلاقة بين التسويق الداخلي والرضا الوظيفي.

- دراسة (Carlos peixeira Marques et al, 2018):

بحثت هذه الدراسة في تحديد أثر التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لدى الموظفين في فنادق مدينة (ناتال) البرازيلية. تم جمع البيانات من موظفي أربعة فنادق باللجوء إلى عينة مقدارها (138) مفردة. استخدمت الدراسة نموذج المعادلات الهيكلية لاختبار فرضية الدراسة. وقد تمكن هذا النموذج من إثبات الأثر الإيجابي للتسويق الداخلي على الرضا الوظيفي.

- دراسة (Md. Sarker, Ashrafi, 2018):

حاولت هذه الدراسة تحليل العلاقة بين أبعاد التسويق الداخلي والرضا الوظيفي لدى المستخدمين في محلات التجزئة في مدينة دكا (**Dhaca**) عاصمة بنغلاديش. تم جمع البيانات الأولية من عينة تشمل (250) مستجوبا. تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد لاختبار فرضية الدراسة. وقد تبين أن التسويق الداخلي يفسر حوالي (75 %) من التباين في الرضا الوظيفي. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بمناخ العمل وفرص الترقية والحوافز المادية.

- دراسة (Waddah and Nooraini, 2016):

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار أثر التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لدى موظفي البنوك في اليمن. تم جمع البيانات من عينة يقدر حجمها بـ (407) مفردة. تم تحليل البيانات باستخدام أدوات التحليل الإحصائي الوصفي، والتحليل العاملي الاستكشافي، ونمذجة المعادلات البنائية. توصلت الدراسة إلى تأكيد صحة فرضية وجود علاقة معنوية بين التسويق الداخلي والرضا الوظيفي.

- دراسة (Suliemen Al-Hawary et al, 2013):

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار أثر ممارسات التسويق الداخلي الممثلة في التمكين والتدريب والقيادة والتحفيز على الرضا الوظيفي لدى موظفي البنوك التجارية في الأردن. تم جمع البيانات من مفردات عينة مقدارها (203) مفردة. تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخدام بعض أدوات النزعة المركزية ومقاييس التشتت. كما تم اختبار أثر المتغير المستقل (التسويق الداخلي) على المتغير التابع (الرضا الوظيفي) باستخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد. وقد أشارت نتيجة الدراسة إلى تحديد أثر أبعاد التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي، وقد تبين أن التدريب والتطوير كان أكبر العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي، ثم يليه التحفيز والتمكين والاتصال الداخلي على الترتيب.

- دراسة (Iliopoulos and Priporas, 2011):

حاولت هذه الدراسة التحقق من فرضية وجود أثر للتسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لموظفي مستشفيات القطاع العام في شمال اليونان. ضمت عينة الدراسة فئة الأطباء والممرضات وسلك شبه الطبي، وتم توزيع (450) استمارة عليهم، لكن تم استرجاع (482) استمارة صالحة للاستعمال. تم تحليل البيانات المجمعة باستخدام معامل الارتباط (Spearman). وأشارت نتيجة الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط موجبة بين التسويق الداخلي والرضا الوظيفي.

1-2- التعليق على الدراسات السابقة:

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في كونها تعتمد كلها على النموذج النظري الذي يشير إلى علاقة التأثير بين التسويق الداخلي كمتغير مستقل والرضا الوظيفي كمتغير تابع، وقد انعكس الاعتماد على ذلك النموذج في صياغة نفس فرضيات الدراسة. كما استخدمت كل الدراسات نفس الأدوات الإحصائية لمعالجة البيانات الأولية واختبار الفرضيات. لكن لوحظ بأنه لما كان حجم العينة معتبر في تلك الدراسات، فإن أكثرها لم يهتم بإجراء اختبار التوزيع الطبيعي عدا دراسة (Iliopoulos and Priporas, 2011)، والتي فرض عليها استخدام الأدوات الإحصائية اللامعلمية، في حين أن الدراسة الحالية تحرص على التأكد من مدى اعتدالية توزيع البيانات المجمعة. وتبين كذلك بأنه لا يوجد اتفاق تام بين تلك الدراسات حول أبعاد التسويق الداخلي، فهي تزيد وتنقص وتختلف من دراسة إلى أخرى، وعليه فقد ارتأت هذه الدراسة أنه من الأسلم اعتماد أكثر أبعاد التسويق الداخلي شيوعا، والشيء ذاته حصل مع الرضا الوظيفي كمتغير تابع. كما تختلف هذه الدراسة عن نظيراتها في كونها لجأت إلى أسلوب الحصر الشامل، الذي يُعنى بالبحث في اتجاهات كل موظفي الوكالة البنكية.

2- الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة:

نتطرق في هذا الجزء من الدراسة إلى المتغيرات ذات العلاقة المباشرة بالدراسة وهذا كما يلي:

2-1- ماهية التسويق الداخلي:

لقد وردت في الأدبيات المتخصصة تعريفات كثيرة لمفهوم التسويق الداخلي، حيث تتمحور فلسفته حول فكرة تطبيق التسويق التقليدي داخل المؤسسة، بمعنى معاملة المستخدمين كزبائن داخليين، والتعامل مع الوظائف التي يقومون بها على أساس أنها منتجات تلبي حاجات الزبائن الخارجيين وتحقق أهداف المؤسسة. وفي السياق نفسه يشير باحثون آخرون إلى أن التسويق الداخلي يعني كذلك القيام بعملية الترويج للمؤسسة ولمنتجاتها تجاه الموظفين (Panagiotis kyriazopoulos et al, 2007).

نستنتج من هذين التعريفين أن المعنى العميق للتسويق الداخلي يشير إلى فكرة اعتبار وظائف المستخدمين على أنها منتجات تشبع حاجات الموظفين باعتبارهم كزبائن داخليين، وستشبع أيضا حاجات الزبائن الخارجيين باعتبار أن تلك الوظائف تشير إلى الخدمات التي سيطلبها الزبائن الخارجيون. وعليه يظهر وكأن مؤسسات الخدمات تحتاج إلى تطبيق هذه الفكرة أكثر من غيرها من منظمات الأعمال الأخرى وذلك بسبب أن كثير من إنتاج الكثير من الخدمات تحتاج إلى احتكاك مباشر بين مقدم الخدمة وطالبها، وفي هذه اللحظة سينتقل رضا أو عدم رضا الموظف إلى الزبون الخارجي.

يرى باحث آخر أن التسويق الداخلي يشير إلى تلك المجهودات التي تبذلها المؤسسات الخدمية من أجل تزويد المستخدمين لديها بالفهم الصحيح للأهداف التي ترغب المؤسسة في تحقيقها. ويتم تحقيق ذلك من خلال تدريبهم وتحفيزهم وتقويم أدائهم ومكافأتهم وفقا لمقدار إنجاز الأهدف (أبو عودة، 2014، صفحة12). يُلاحظ أن هذا التعريف يركز على فكرتين: شرح أهداف المؤسسة بالنسبة للعاملين التي يجب عليهم تحقيقها من خلال الوظائف التي يؤدونها، وتهيئة العاملين لتأدية الوظائف وبالتالي تحقيق الأهداف من خلال برامج التدريب ونظام التحفيز وتقويم الأداء.

هناك من الباحثين من أشار إلى المهام العديدة المنوطة بالتسويق الداخلي والتي نذكر منها (Morillon, 2006, p86): رفع رضا الموظفين عن عملهم وعن مؤسستهم، تعبئة الجمهور الداخلي للمؤسسة، تضييق فجوة المصالح الخاصة بالأفراد والمؤسسة، مطابقة أهداف الأفراد مع أهداف المؤسسة...الخ

يتضح كذلك، مما سبق، أن التسويق الداخلي هو مجموعة نشاطات وممارسات تختص بالأفراد في المؤسسة، وقد اصطلح على تلك الممارسات مسمى أبعاد التسويق الداخلي التي سنذكرها باختصار كما يلي (الزيادات، 2016، الصفحات 198-190): **التوظيف**؛ والذي يشير إلى الإجراءات الخاصة بتوظيف الأفراد. **برامج التطوير والتدريب**؛ والتي تُعنى بتنمية قدرات الأفراد العاملين في المؤسسة وإكسابهم المعارف والمهارات الضرورية. **التمكين**؛ والذي يشير إلى معنى منح حرية التصرف للموظفين بالقدر الذي يسمح لهم بإنجاز مهامهم. **نظام التحفيز**؛ الذي يستهدف دفع العاملين إلى العمل وتشجيعهم على تحقيق الأفضل. **نظام الاتصال الداخلي**؛ والذي يسمح بتوزيع المعلومات بين المستخدمين في المؤسسة.

2-2- ماهية الرضا الوظيفي:

هناك شبه اتفاق بين الباحثين في مختلف الحقول المعرفية المهتمة بموضوع الرضا الوظيفي على صعوبة تقديم تعريف شامل لهذا المفهوم، لهذا نجد العديد من التعاريف التي سيقت حوله، وكل تعريف يشير إلى زاوية محددة، فنجد بعض المساهمات الفكرية التي تنظر إليه من زاوية المشاعر والأحاسيس، فتعرفه على أنه شعور الفرد تجاه عمله، والذي ينتج من إدراك هذا الفرد لما حققه له عمله وما كان ينبغي أن يحققه له. وعندما يتم النظر إليه من زاوية اتجاه الشعور بالرضا، حينها يُعرف على أنه الشعور الإيجابي أو السلبي للموظف نحو عمله نتيجة تأثره بجملة من العوامل المحيطة ببيئة العمل (إبراهيم محمد، 2010، الصفحات 5-6).

يُفهم من التعريفين السابقين أن معنى الرضا الوظيفي يدور حول فكرة الحاجات والرغبات ومدى إشباعها من خلال العمل الذي يقوم به الفرد في المؤسسة، وذلك أن الأفراد يرتضون العمل في مؤسسة وهم يأملون في تحقيق عوائد مجزية قد تكون مادية وغير مادية، فإذا كان هناك تطابق بين الواقع والمأمول حصل الرضا، وإذا كانت هناك فجوة بينهما ينتج عدم الرضا. وهنا تظهر مسؤولية المسير في المؤسسة وهي البحث عن الحاجات الحقيقية للأفراد والعمل على تلبيتها.

يتضح كذلك بأن الرضا الوظيفي يتعلق بالوظيفة وما يحيط بأداء تلك الوظيفة من فضاء ووسائل وعلاقات، حيث أن هناك الكثير من الأعمال العلمية التي حاولت تحديد العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي، فأشارت الأبحاث في البداية إلى أربعة عناصر هي: محتوى العمل، ظروف العمل، علاقات العمل، وشروط التوظيف. ثم تواصل تطعيم هذه القائمة بعناصر أخرى. وقد عدد فريق بحث آخر جملة من العوامل التي تشكل الرضا الوظيفي نذكر منها ما يلي (Bhattacharya, 2011): سياسات العمل، الأمن والاستقرار، حرية التصرف واتخاذ القرارات، الاعتراف بالانجاز، الاستقلالية في العمل، إتاحة الفرص لاستغلال القدرات والإبداع، العلاقة مع زملاء العمل، نظام التعويضات والمرتبات، الشعور بالانجاز، التقدم الوظيفي، نظام الإشراف، التنويع في أداء الأعمال، ظروف العمل...الخ. وأضافت دراسة سابقة تمت عن طريق المقابلات الشخصية عوامل أخرى والمتمثلة في (رسول سليمان، 2011، صفحة65): الشعور بالفخر والاعتزاز، مدى قدرة المرتبات والترقيات والانجازات على إشباع الحاجات الاجتماعية، طبيعة المهمات التي يقوم بها الأفراد العاملون، والسياسة المالية للمؤسسة.

تجدر الإشارة إلى أن الرضا الوظيفي يبدأ كشعور ولكنه يمكن الاستدلال عنه بالسلوك الظاهر، وفي هذا الشأن يتحدث المختصون عن مظاهر الرضا الوظيفي والتي نذكر من بينها: التعاون بين الموظف وزملائه، زيادة الإنتاج ونوعيته، انتشار روح المبادرة، النشاط والحيوية، تعلم الواجبات بسرعة، انخفاض معدل دوران العمل...الخ، كما يمكن التدليل على الشعور بعدم الرضا بعدة مظاهر نذكر منها (البليهد، 2014، الصفحات 152-153): قلة الإنتاج كما ونوعا، ارتفاع معدل حوادث العمل، ارتفاع معدل التغيب الاختياري والتمارض، انتشار مظاهر اللامبالاة والإهمال، تشكل علاقات غير جيدة في العمل، بطء التكيف والتأقلم...الخ.

وتأمل المؤسسات التي تنجح في تحقيق رضا وظيفي لدى موظفيها من تحقيق نتائج جيدة في مجالات مختلفة، ويكفي أن نذكر في هذا السياق بأن العديد من الأبحاث الرصينة تمكنت من تكميم علاقة الرضا الوظيفي بمتغيرات أخرى، فمن تلك الدراسات من استطاعت إثبات العلاقة العكسية بين الرضا عن العمل ومعدل الغياب، بحيث أنه كلما زادت درجة الرضا الوظيفي كلما قل معدل الغياب عن العمل. ومن الدراسات من توصلت إلى إثبات العلاقة العكسية بين مستوى الرضا الوظيفي ومعدل دوران العمال. أما علاقة الرضا الوظيفي ومعدل أداء العمل فقد كانت النتائج متباينة لكنها منطقية ولا تعوزها الدقة العلمية، حيث أثبتت بعض الدراسات علاقة تأثير بين الرضا الوظيفي كمتغير مستقل والأداء كمتغير تابع، ودراسات أخرى قالت بالعكس، وثالثة توصلت إلى علاقة التأثير المتبادل بينهما (العماري، 2018، صفحة 152).

3- الإطار التطبيقي للدراسة:

3-1- مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة أدرار 252 – والبالغ عددهم (35) موظفا. وقد انتهجت الدراسة أسلوب المسح الشامل، حيث تم توزيع استمارات الاستبيان على كل أفراد المجتمع الإحصائي خلال النصف الأول من شهر جويلية 2019، وتم استرجاع (31) استمارة كانت كلها صالحة للاستغلال.

3-2- أداة الدراسة:

طوّرت هذه الدراسة استبانة لجمع البيانات الأولية تتكون من ثلاثة محاور رئيسية هي:

- المحور الأول: يشير إلى البيانات المعبرة عن خصائص عينة الدراسة وهي: النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة

- المحور الثاني: يتكون من خمس (05) عبارات تتعلق بمختلف مجالات ممارسة التسويق الداخلي وهي: سياسة الاستقطاب والتعيين، التدريب، التمكين، نظام الحوافز والمكافآت، نظام الاتصال الداخلي.

- المحور الثالث: يتكون من خمس (05) عبارات تتعلق بمختلف جوانب الرضا الوظيفي وهي: العلاقة مع زملاء العمل، الفرص التدريبية، التمكين، نظام الحوافز والمكافآت، تفضيل العمل بهذا البنك

تمت صياغة أسئلة الاستبانة بالشكل الذي يحقق الأغراض التالية: تلبية حاجة الدراسة من المعلومات المناسبة، ملاءمة خصائص مفردات العينة التي تعاني أصلا من ضغط الوقت، ضمان الدقة المطلوبة في الإجابات، تسهيل

عملية ترميز وإدخال البيانات في جهاز الحاسوب. لهذا تم الاعتماد على الأسئلة المغلقة ذات الإجابة الوحيدة للمحور الأول، والاعتماد على سلم (ليكارت) الخماسي لصياغة أسئلة المحور الثاني والثالث.

وحرصا من هذه الدراسة على تحقيق الدقة في تقدير درجة موافقة المبحوثين على سلم (ليكارت)، قامت بتحديد مجالات المتوسط الحسابي المرجح ودرجات الموافقة المناسبة له عن طريق حساب المدى، الذي يشير إلى الفرق بين أعلى وأقل قيمة في المقياس، وهذا كما يلي: المدى = (5 – 1) = 4، طول الخلية (الفئة) هو حاصل قسمة قيمة المدى على عدد درجات المقياس. طول الخلية (الفئة) = (4÷5) = 0.8، ويتحدد طول الفئة الأولى بإضافة هذه القيمة إلى أدنى قيمة بالمقياس وهي الواحد (1)، وفي كل مرة تُضاف (0.8) إلى الفئة الجديدة، حتى يتم تحديد طول الفئات الخمس. وبذلك يمكن الحصول على مجالات المتوسط الحسابي المرجح ودرجات الموافقة المناسبة لها كما هو موضح في الجدول أدانه:

الجدول رقم (1): الأوزان المرجحة لمقياس ليكارت الخماسي

الفئات حسب سلم ليكارت	مجالات المتوسطات الحسابية	درجات الموافقة المناسبة
غير موافق تماما	[1 – 1.8]	درجة متدنية جدا من الموافقة
غير موافق	[1.8 – 2.6]	درجة متدنية من الموافقة
محايد	[2.6 – 3.4]	درجة متوسطة من الموافقة
موافق	[3.4 – 4.2]	درجة عالية من الموافقة
موافق تماما	[4.2 – 5]	درجة عالية جدا من الموافقة

المصدر: أحمد الصالح، موسوعة المقاييس والاستبانات في العلوم الاجتماعية والتربوية والنفسية والإدارية، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2015، عمان، ص 198.

3-3- اختبار ثبات أداة الدراسة وصدقها:

3-3-1- اختبار ثبات أداة الدراسة:

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة بإجراء اختبار ألفا كرونباخ (**Cronbach's – alpha**)، حيث أشارت النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (2) أنه مقبول إحصائيا، وذلك أن قيمة معامل ألفا كرونباخ بلغت (0.896) بالنسبة لمحور التسويق الداخلي، و(0.858) بالنسبة لمحور الرضا الوظيفي و(0.917) بالنسبة لكل عبارات الاستبانة كوحدة واحدة. علما أن القيم المطلوبة في هذا النوع من الاختبارات تكون محصورة ما بين (65% إلى 70 %) (Carricano & Poujol,, 2009, p53).

الجدول رقم (2): قيم معاملات الثبات لمحوري التسويق الداخلي والرضا الوظيفي

المحور	البيان	عدد العبارات	قيم معاملات الثبات
الثاني	التسويق الداخلي	05	0.896
الثالث	الرضا الوظيفي	05	0.858
الاستبانة	كل عبارات الاستبانة كوحدة واحدة	10	0.917

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج (**spss**) إصدار 23.

3-3-2- اختبار صدق أداة الدراسة:

يشير معنى صدق أداة الدراسة إلى مدى اتساق كل محور من محاور أداة القياس مع الأداة ككل، ولتحقيق هذا الاختبار يتم البحث في مدى ارتباط كل محور من محاور الاستبانة مع الدرجة الكلية لعبارات الاستبانة كوحدة واحدة. وقد أظهرت نتائج هذا الاختبار الموضحة في الجدول رقم (3) أن الارتباطات بين محور التسويق الداخلي ومحور الرضا الوظيفي كل على حدة مع المتوسط العام للاستبانة دالة إحصائيا، وذلك أن القيمة الاحتمالية (**Sig = 0.00**) أقل من القيمة المعتمدة (0.05). وبذلك يمكن القول بأن الاستبانة المعتمدة تتمتع بصدق عال.

الجدول رقم (3): نتائج اختبار الصدق البنائي لأداة الدراسة

المحور	البيان	معامل الارتباط (spearman)	مستوى المعنوية (sig)	النتيجة
الثاني	التسويق الداخلي	0.947	0.00	دال
الثالث	الرضا الوظيفي	0.951	0.00	دال

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج (SPSS v23)

4- النتائج ومناقشتها:

4-1- نتائج تحليل بيانات الخصائص الشخصية والوظيفية لمفردات عينة الدراسة:

يبين الجدول رقم (4) وصف مفردات عينة الدراسة من حيث خصائصهم الشخصية والوظيفية وهي: النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة.

الجدول رقم (4): نتائج اختبار الصدق البنائي لأداة الدراسة

المتغيرات	الفئات	العدد	النسبة المئوية
النوع	ذكر	22	% 71.00
	أنثى	09	% 29.00
العمر	أقل من 30 سنة	11	% 35.50
	من 30 إلى 40 سنة	13	% 41.90
	أكبر من 40 سنة	07	% 22.60
المؤهل العلمي	دبلوم الدراسات التطبيقية	05	% 16.10
المؤهل العلمي	دبلوم تقني سامي	02	% 06.50
	ليسانس	12	% 38.70
	ماستر	100	% 32.30
	دراسات عليا	02	% 06.50
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	15	% 48.40
	من 5 إلى سنوات	08	% 25.80
	أكثر من 10 سنوات	08	% 25.80
المجموع		31	% 100

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج (SPSS v23)

تشير نتائج الجدول رقم (4) أعلاه أن الذكور يمثلون (71 %) من مجموع الموظفين في حين تمثل الإناث نسبة (29 %)، وتعتبر هذه النسبة مهمة، وتمثل جيدا العنصر النسوي في البنك. وهذا بالاستناد إلى نسبة النساء العاملات من إجمالي الطبقة الشغيلة في الجزائر. أما بالنسبة لتوزيع الفئات العمرية، فقد كانت نسبة الذين تقل أعمارهم عن 30سنة تقدر بـ (35.50 %) ، وفئة الموظفين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 و40 سنة تساوي إلى (41.90 %)، وتعكس هذه النسب بحق التمثيل المعتبر لفئة الشباب في البنك.

فيما يخص متغير المؤهل العلمي، أظهرت النتائج أن (71.00 %) من الموظفين يحملون شهادة جامعية (ليسانس أو ماستر)، وتشير هذه النسبة إلى مسايرة إدارة البنك للاتجاه العام السائد في منظمات الأعمال وهو أنها تدفع أجور للموظفين الذين يتمتعون بشهادات جامعية تمكنهم من التمتع بالمرونة الكافية لفهم تحديات بيئة الأعمال المعاصرة وبالتالي التأقلم معها من خلال التطور والتحسن باستمرار. أما بالنسبة لمتغير سنوات الخبرة فقد بينت النتائج أن نسبة الذي تقل سنوات الخبرة لديهم عن خمس (05) سنوات بلغت (48.40 %)، وهذا ما قد يعني قيام إدارة البنك بعملية توظيف خارجي في الخمس سنوات الأخيرة.

4-2- نتائج التحليل الوصفي بيانات متغيرات الدراسة:

- **محور التسويق الداخلي:**

يمكن تلخيص نتائج التحليل الوصفي لبيانات محور التسويق الداخلي في الجدول رقم (5) أدناه:

الجدول رقم (5): نتائج البيانات الوصفية لمحور التسويق الداخلي

العبارات	المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري	مستوى المعنوية (sig)	درجة الموافقة
	القيمة	النسبة			
1. تتبع الإدارة سياسة صارمة في استقطاب وتعيين الأفراد المتميزين	3,35	% 67.00	1,22	0.00	متوسطة
2. تهتم الإدارة بالبرامج التدريبية التي تُعنى بتنمية مهارات الموظفين للتمكن من خدمة الزبائن وإرضائهم	3,61	% 72.20	1,02	0.00	عالية
3. تمنحني الإدارة حرية التصرف واتخاذ القرارات للتمكن من تقديم الخدمة الملائمة لمتطلبات الزبائن	2,87	% 57.40	0,99	0.00	متوسطة
4. تتبع الإدارة نظام حوافز ومكافآت كفيل بتثمين الأداء المتميز للموظفين	3,16	% 63.20	0,82	0.00	متوسطة
5. تحرص الإدارة على تفعيل نظام الاتصال الداخلي الذي يسمح بانتقال المعلومات اللازمة لأداء الخدمة	3,54	% 70.80	0,92	0.00	عالية
محور التسويق الداخلي كوحدة واحدة	3,30	% 66.00	0,78	0.00	متوسطة

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج (SPSS v23)

يتبين من نتائج الجدول رقم (5) أعلاه أن موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية أبدوا درجة موافقة عالية في مجالي البرامج التدريبية ونظام الاتصال الداخلي، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لكل مجال (3.61) و(3.54) بنسبة أهمية تقدر ب(72.20 %) و (70.80 %) على الترتيب. وهو ما يعكس أهمية هذين المجالين في تحسين ممارسات التسويق الداخلي. أما المتوسطات الحسابية لبقية المجالات وهي على الترتيب: سياسة الاستقطاب والتعيين، ونظام الحوافز، وسياسة تمكين الموظفين، فقد ظهرت بأنها دالّة إحصائيا وتعبر عن درجة موافقة متوسطة. أما قيم الانحرافات المعيارية فتشير إلى وجود تجانس في إجابات المبحوثين حول العبارات التي تعبر عن مجالات ممارسات التسويق الداخلي.

- **نتائج التحليل الوصفي لبيانات محور الرضا الوظيفي:**

تشير نتائج التحليل الوصفي لاتجاهات المبحوثين وتقدير درجة رضاهم الوظيفي كما هو موضح في الجدول رقم (6) أدناه، أن موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية أبدوا درجة رضا عالية في جانب واحد فقط وهو الرضا عن العلاقة مع زملاء العمل، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي المرجح (3.90)، بنسبة رضا تقدر بـ (78 %)، وهو ما يعكس مدى اهتمام موظفي البنك بهذا الجانب. أما بقية المجالات فقد نالت درجة رضا متوسطة، ويمكن ترتيبها تنازليا حسب نسبة الرضا التي أبداها أفراد العينة كما يلي: تفضيل العمل في هذا البنك عن غيره من البنوك الأخرى، الرضا عن نظام الاتصال الداخلي، الرضا عن إتاحة الفرص التدريبية، الرضا عن نظام المكافآت والحوافز.

الجدول رقم (6): نتائج البيانات الوصفية لمحور الرضا الوظيفي

العبارات	المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري	مستوى المعنوية (sig)	درجة الموافقة
	القيمة	النسبة			
1. أشعر بالرضا عن علاقتي بزملائي	3,90	% 78.00	0,78	0.00	عالية
2. أشعر بالرضا عن الفرص التدريبية المتاحة بالبنك	2,93	% 58.60	0,92	0.00	متوسطة
3. أشعر بالرضا عن نظام الاتصال الداخلي المتاح بالبنك	3,00	% 60.00	1,03	0.00	متوسطة
4. أشعر بالرضا عن نظام الحوافز والمكافآت المطبق بالبنك	2,87	% 57.40	1,02	0.00	متوسطة
5. أفضل العمل في هذا البنك على غيره من البنوك الأخرى	3,06	% 61.20	1,18	0.00	متوسطة
محور الرضا الوظيفي كوحدة واحدة	3,15	% 63.00	0,73	0.00	متوسطة

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج (SPSS v23)

4-3- نتائج اختبار التوزيع الطبيعي واختبار الفرضيات:

4-3-1- نتائج اختبار التوزيع الطبيعي:

بحثت هذه الدراسة في مدى اعتدالية توزيع البيانات التي ستكون محل معالجة إحصائية، وذلك لأن كثيرا من الاختبارات تقتضي تحقق شرط التوزيع الطبيعي للبيانات. وقد لجأت هذه الدراسة إلى إجراء اختبارين معا وهما (k-S) واختبار (shapiro-wilk) كما هو موضح في الجدول رقم (7) أدناه. حيث يتضح بأن مستوى المعنوية لمحوري الاستبانة ولكلا الاختبارين أكبر من القيمة المعتمدة (0.05)، وبذلك تُقبل الفرضية الصفرية القائلة بأن توزيع بيانات كل محور تتبع التوزيع الطبيعي. وبذلك يمكن للدراسة الحالية أن تستخدم الاختبارات المعلمية لاختبار فرضياتها.

الجدول رقم (7): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

المحور	البيان	اختبار (Kolmogorov-Smirnov)		اختبار (Shapiro-Wilk)	
		قيمة الاختبار	مستوى المعنوية (sig)	قيمة الاختبار	مستوى المعنوية (sig)
الثاني	التسويق الداخلي	1.26	0.2	0.971	0.538
الثالث	الرضا الوظيفي	1.14	0.2	0.981	0.844
التسويق الداخلي والرضا الوظيفي معا		1.27	0.2	0.978	0.743

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج (SPSS v23)

4-3-2- نتائج اختبار الفرضيات:

أ. الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد تطبيق للتسويق الداخلي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يتم استخدام اختبار (T) لعينة واحدة لإثبات صحة أو خطأ هذه الفرضية كما هو مبين في الجدول رقم (8) أدناه، حيث تشير البيانات إلى المتوسط الحسابي لاتجاهات موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة أدرار 252، بلغ (3.309) وهو أكبر تماما من متوسط أداة القياس (3)، كما أنه يقع بين حدي الثقة [3.599 ; 3.022]. كما أن قيمة (T) المحسوبة بلغت (23.336) بمستوى معنوية (= Sig0.00)، وهي أقل من القيمة المعتمدة (0.05)، وبذلك يكون محور التسويق الداخلي دال إحصائيا، ويمكن عندئذ التقرير برفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود تطبيق للتسويق الداخلي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

الجدول رقم (8): نتائج اختبار (T) لعينة واحدة لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى

المتغير	قيمة (T) المحسوبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية (sig)	القرار
التسويق الداخلي	23.336	3.309	0.789	0.00	**رفض الفرضية الصفرية**

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج (SPSS v23)

ب. الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد رضا وظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

أظهرت نتائج اختبار (T) كما هو موضح في الجدول رقم (9) أدناه، أنّ المتوسط الحسابي لاتجاهات موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية نحو رضاهم الوظيفي قد بلغ (3.154)، وهو بذلك أكبر من المتوسط الطبيعي لأداة القياس (3). وقد بلغت قيمة (T) المحسوبة (23.891) بمستوى دلالة (0.00) وهي أقل من القيمة المعتمدة (0.05)، وعليه فمحور الرضا الوظيفي يكون بذلك دالاّ إحصائيا، واستنادا إلى هذه المؤشرات يمكن التسليم برفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود رضا وظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

الجدول رقم (9): نتائج اختبار (T) لعينة واحدة لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية

المتغير	قيمة (T) المحسوبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية (sig)	القرار
الرضا الوظيفي	23.891	3.154	0.735	0.00	رفض الفرضية الصفرية

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج (SPSS v23)

ج. الفرضية الرئيسية الثالثة: لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية

تم اختبار هذه الفرضية باستخدام أسلوب تحليل الانحدار البسيط، حيث أظهرت نتائجه الموضحة في الجدول رقم (10) أدناه، أن قيمة (F) تساوي (55.450) بمستوى معنوية (0.00) والتي هي أقل من مستوى المعنوية المعتمدة (0.05)، وهذا يدل على أن الانحدار معنوي، والنموذج المعتمد يصلح لتفسير علاقة التأثير المفترضة بين المتغير المستقل (التسويق الداخلي) والمتغير التابع (الرضا الوظيفي).

وتبين النتائج أيضا أن قيمة معامل الارتباط بلغت ($R = 0.810$)، وهو ما يعني وجود ارتباط قوي موجب بين التسويق الداخلي والرضا الوظيفي، وتشير قيمة التحديد التي تساوي ($R^2 = 0.657$) إلى أن التسويق الداخلي يفسر لوحده ما نسبته (65.7 %) من التباين الحاصل في الرضا الوظيفي، وباقي النسبة أي (34.3 %) يُعزى إلى عوامل

أخرى. وبناء على هذه المؤشرات نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

الجدول رقم (10): نتائج تحليل نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

المتغيرات المستقلة	معامل الارتباط (R)	معامل الانحدار (B)	قيمة (F) المحسوبة	درجات الحرية	معامل التحديد (R^2)	القيمة الاحتمالية (Sig)
التسويق الداخلي	0.810	0.754	55.450	1	0.657	0.00
				30		
الثابت	-	0.658		31	-	0.06
المتغير التابع: الرضا الوظيفي						

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج (SPSS v23)

- **خاتمة: نتائج الدّراسة والتوصيات**

صممت هذه الدراسة نموذجا لاختبار معنوية تأثير تطبيق التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية، وبعد استعراض الدراسات السابقة والتعريف بماهية متغيرات الدراسة، والقيام باستقصاء اتجاهات المبحوثين، وتحليل البيانات المجمعة باستخدام أدوات الإحصاء الوصفي واختبار الفرضيات باستخدام الأسلوب التائي وتحليل الانحدار البسيط، توجت الدراسة بمجموعة من النتائج التي سمحت بتقديم جملة من التوصيات العلمية والعملية.

على ضوء التحليل الإحصائي السابق، يمكن عرض أهم ما توصلت إليه الدراسة في الآتي:

- توجد ممارسات للتسويق الداخلي من وجهة نظر موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية في خمسة (05) مجالات رئيسية وهي مرتبة حسب درجة موافقة المبحوثين كما يلي: البرامج التدريبية التي تُعنى بتنمية مهارات الموظفين، نظام الاتصال الداخلي الذي يسمح بانتقال المعلومات الضرورية لأداء الخدمة، سياسة استقطاب وتعيين الأفراد المتميزين، نظام الحوافز والمكافآت القادر على تثمين الأداء المتميز للموظفين، وسياسة تمكين الموظفين التي تقتضي بمنح مزيد من حرية التصرف واتخاذ القرارات للتمكن من أداء الخدمة للزبائن وإرضائهم؛

- يتمتع موظفو بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدرجة رضا وظيفي مرتفعة في مجال العلاقة مع زملاء العمل. لكنهم في المقابل أبدوا درجة رضا متوسطة في بقية المحالات التي يمكن ترتيبها تنازليا حسب نسبة الرضا التي حصلت عليها كما يلي: تفضيل العمل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية عن غيره من البنوك الأخرى، الرضا عن نظام الاتصال الداخلي المتاح في البنك، الرضا عن الفرص التدريبية المتاحة في البنك، الرضا عن نظام المكافآت والحوافز المطبق في البنك؛

– يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتسويق الداخلي كمتغير مستقل على الرضا الوظيفي كمتغير تابع، حيث يستطيع التسويق الداخلي أن يفسر لوحده 65.70 %) من التباين الحاصل في الرضا الوظيفي. كما أن أي زيادة في مستوى تطبيق التسويق الداخلي بدرجة واحدة (1) يمكن أن ترفع من مستوى الرضا الوظيفي لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية بمقدار (75.40 %).

- **التوصيات :**

تأسيسا على الاستنتاجات السالفة الذكر، يمكن تقديم التوصيات التالية:

– تعتبر ممارسة التسويق الداخلي في منظمات الأعمال كمنظومة متكاملة، إذ لا ترتضي الاهتمام بمجال على حساب مجال آخر، وعليه تهيب هذه الدراسة بإدارة بنك الفلاحة والتنمية الريفية مراجعة سياسة التسويق الداخلي خاصة في مجالي التمكين ونظام الحوافز والمكافآت؛

– يمثل الرضا الوظيفي حالة مركبة من الشعور يشترك في تحقيقها عوامل عديدة ومتعددة، بحيث يتأثر المستوى العام من رضا إيجابا أو سلبا بأحد أو بعض هذه العوامل، لهذا توصي الدراسة الحالية بضرورة العمل على تحسين مستوى رضا المستخدمين خاصة في مجالي نظام الحوافز والمكافآت والفرص التدريبية المتاحة؛

– العمل على قياس مستوى الرضا بصفة دورية بعد كل عملية تطوير في الممارسات التسويقية لمعرفة مدى إحداثها لأثر في رضا الموظفين.

- **قائمة المصادر والمراجع:**
- عمر علي با بكر، **أثر ممارسات التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي وأداء العاملين بالبنك السوداني الفرنسي**، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية 02(14)، المركز القومي للبحوث، فلسطين، 2018، ص ص: 81 – 100.
- مالك محمد المجالي وآخرون، **تأثير أبعاد التسويق الداخلي على رضا العاملين وأثره على أدائهم في البنوك التجارية العاملة في محافظة الكرك**، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال 12 (03)، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، 2016، ص ص: 597 – 626.
- أيمن عبد الله محمد أبو بكر، **أثر ممارسات التسويق الداخلي على رضاء العاملين: دراسة حالة بنك أبو ظبي الإسلامي – فرع مدينة العين – الإمارات**، مجلة العلوم الاقتصادية، 16 (01)، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2015، ص ص: 10 – 24.
- أمل إبراهيم أحمد الحاج عبد، هاني الضمور، **أثر تطبيق التسويق الداخلي في الرضا الوظيفي لموظفي المبيعات في مجموعة الاتصالات الأردنية**، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال 06 (01)، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، 2010، ص ص: 3062 – 626.
- Carlos Peixeira Marques et al., **Internal Marketing and Job Satisfaction in Hotels in Via Costeira**, Natal, Brazil. Tourism and Management studies. 14 (1), 2018, pp; 36 - 42.
- Md. Atiqur Rahman Sarker, Dewan Mehrab Ashrafi, **The Relationship between Internal Marketing and Employees Job Satisfaction: A study from retail shops in Bangladesh**. Journal of Business and Retail Management Research. 12 (3), 2018, pp: 149 - 159.
- Waddah Ismail, Nooraini Mohamed Sheriff; **Impact of Internal Marketing on Job Satisfaction among Bank Employees in Yemen**. The European Proceedings of Social and Behavior sciences, Vol. XVII - BEci 2016, Nov 2016, Universiti Teknologi MARA Selangor Malaysia, 2016, pp: 198 - 210.
- Suleiman Ibraheem Shelash Al-Hawary et al., **The Impact of Internal Marketing on Employees Job Satisfaction of Commercial Bank in Jordan**. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business. 4 (9), 2013, pp: 811 - 826.

- Efthymios Iliopoulos, Constantinos-Vasilios Priporas, **The Effect of Internal Marketing on Job Satisfaction in Health services: a pilot study in public hospital in Northern Greece**. BMC Health Services Research 11, article number: 261, 2011, pp: 2 - 8.
- Panagiotis kyriazopoulos et al., **Implementing Internal Marketing through Employee's motivation**, Production and Operations Management Society (POMS) 18 th Annual Conference, Dallas, Texas, USA, 4 - 7 May 2007.
- عطا الله عزات أبو عودة، **واقع التسويق الداخلي في شركات الاتصال الخلوية الفلسطينية (جوال) وأثره على جودة الخدمة المقدمة – قطاع غزة**، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2014، ص: 12.
- Laurent Morillon, **Marketing Interne et Ecoute des salariés dans un service de Communication : Entre Reconnaissance de Sujet et Manipulation d'objet**, Market Management. 6 (4), 2006, p: 86.
- محمد عواد الزيادات، **أثر التسويق الداخلي على أداء المصارف الإسلامية الأردنية في مدينة عمّان**، دراسات: العلوم الإدارية، 43 (1)، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، 2016، ص ص: 189 – 190.
- مها أحمد إبراهيم محمد، **مصطلح الرضا الوظيفي: دراسة في المفاهيم والدلالات، الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات**، 16 (34)، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2010، ص ص: 5 – 6.
- Anshuman Bhattacharya, **Predictability of Job Satisfaction: An Analysis from Age Perspective**, Indian Journal of Industrial Relations, 46(3), 2011, pp: 499 - 450
- منى رسول سليمان، **الرضا الوظيفي لدى المشرفين الاختصاصيين وعلاقته بأدائهم الوظيفي**، مجلة دراسات تربوية، مركز البحث والدراسات التربوية، وزارة التربية، العراق، 4 (15)، 2011، ص: 65.
- نوره محمد البليهد، **مستوى الرضا الوظيفي لدى الموظفات الإداريات في جامعة الأميرة نوره بنت عبد الرحمان وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية**، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، مركز ديبونو لتعليم التفكير، دار سمات للدراسات والبحوث، عمان، الأردن، 3 (10)، 2014، ص ص: 152– 153.
- مصباح سالم العماري، **واقع الرضا الوظيفي ومدى ارتباطه بالعوائد المالية والعوامل المادية والاستقرار وفرص الترقية بالوظيفة بالجامعة الليبية**، مجلة الدراسات الاقتصادية، كلية الاقتصاد، جامعة سرت، ليبيا، ع 1، 2018، ص ص: 152– 153.
- Manu Carricano & Fanny Poujol, **Analyses des données avec SPSS**, PEARSON Education, Paris, 2009, p: 53.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory

Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:235-251.

Support and incubate mechanisms for small businesses in Algeria Experience of the entrepreneurship University center of Bordj Bou-Arreridj

Rahim Hocine[1]

[1]*Proessor, Department of economic sciences, Bordj Bou-Arreridj University, Algeria, rahim.hocine@univ-bba.dz*

ARTICLE INFO

Article history:
Received:25/10/2020
Accepted:11/12/2020
Online:11/01/2021

Keywords:
entrepreneurship
entrepreneurship center
micro-businesses
mechanisms of supporting and accompanying
JEL Code:L25, L26

ABSTRACT

The aim of this study is describe and analyze the algerian policy on supporting and accompanying measures destined for micro-businesses, notably the structures and the incorporate appropriate features to facilitate the creation of new businesses, while highlighting the mechanism of the university entrepreneurship house, which represents, in fact, a young experience at the algerian universities, generalized for about six years: its objectives, its tasks, its achievements and its obstacles, taking, as an example, the case of the entrepreneurship house of the University of Bordj Bou-Arreridj.

آليات دعم واحتضان المشروعات الصغرى بالجزائر تجربة دار المقاولاتية لجامعة برج بوعريريج

رحيم حسين [1]،

[1] أستاذ، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج، الجزائر، rahim.hocine@univ-bba.dz

معلومات المقال

ت‌اريخ الاستقبال:
2020/12/25
تاريخ القبول: 2020/12/11
تاريخ النشر: 2021/01/11:

الكلمات المفتاحية
ريادة الاعمال
المقاولاتية
دار المقاولاتية
المشروعات الصغرى آليات الدعم والمرافقة
JEL Code: L25, L26

الملخص

الهدف من هذه الدراسة هو استطلاع وتحليل السياسة الجزائرية في مجال دعم إنشاء المؤسسات الصغرى ومرافقتها، بما تتضمنه من آليات وتدابير مستحدثة لهذا الغرض، مع إبراز تجربة "دار المقاولاتية" المنتشرة عبر مختلف المؤسسات الجامعية، والتي تعد تجربة فتية تم تعميمها منذ نحو ست سنوات فقط، مبرزين أهدافها ومهامها وأهم إنجازاتها، معتبرين دار المقاولاتية بجامعة برج بوعريريج شرق الجزائر كحالة عنها، وقد خلصت الدراسة إلى أن هذه الآلية لاقت تفاعلا إيجابيا من قبل عديد الطلبة، وكانت وراء إنجاز بعض المشروعات الصغرى.

*Corresponding Author *Rahim Hocine, Email: rahim.hocine@univ-bba.dz*

مقدمة:

تشكل المشروعات الصغيرة والصغرى أزيد من ثلثي المشروعات الاستثمارية التي تعتمد سنويا في شتى البلدان، سواء في مجال الخدمات أو في مجال مختلف المهن والصناعات، وهو ما يستدعي إعطاء أهمية خاصة لهذا النمط من المشاريع. غير أنه، وبالمقابل، تفيد البيانات أن حوالي نصف هذه المشاريع لن يستمر لأكثر من سنتين أو ثلاث، وبعد خمس سنوات لن نجد سوى أقل من ربع تلك المشاريع على قيد الحياة.

إن هذه الوضعية تستدعي في الواقع ضرورة الاستنجاد بآليات للدعم والمرافقة قصد ضمان استمرار أكبر عدد ممكن من المشاريع المقترحة، ذلك أن هشاشة هذه المشاريع يجعلها لا تقوى على الصمود أمام تحديات البيئة وحدّة المنافسة، وهو ما يستوجب احتضانا ومرافقة خلال مرحلة الانطلاق، ليس فحسب من حيث الجوانب المادية، كتوفير المأوى والدعم المالي والإعفاء الجبائي، ولكن أيضا من حيث تقديم النصح والاستشارة في شتى جوانب مرحلة انطلاق المشروع، بل وحتى في مرحلة الفكرة، أي ما قبل الانطلاق.

منذ نحو عقدين من الزمن اعتمدت السلطات العمومية بالجزائر مجموعة آليات وتدابير داعمة لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، انضوت في عمومها ضمن مسار سياسة "تشغيل الشباب"، غير أن الوجه الآخر لهذه السياسة هو النهوض بهذا القطاع وتحويله إلى قاطرة للتنمية، مولّد للثروة ولمناصب الشغل، وقد تجلى هذا الاهتمام في عديد النصوص التشريعية والتنظيمية، والقرارات الإدارية التسهيلية والإعفاءات المالية التحفيزية.

ومع إن سياسات تشغيل الشباب موجهة لكل الفئات، إلا أن فئة حاملي الشهادات من خريجي المعاهد ومراكز التكوين المهني والمدارس والجامعات كان لها الحظ الأوفر والعناية الأكبر في السنوات الأخيرة. وفي هذا الإطار سوف نركز على تجربة دعم ومرافقة طلبة الجامعات لإطلاق مشاريعهم، وسنتعرض إلى التجربة الفتية لدُور المقاولاتية[1] المنشأة على مستوى بعض الجامعات الجزائرية، بغرض تقديم دورات تكوينية للطلبة المهتمين حول كيفية إنشاء وإدارة المشروعات، فضلا عن زرع روح التقاول لديهم، وسوف نتناول كعينة عنها دار المقاولاتية لجامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج.

مشكلة البحث: يتمثل التساؤل الأساسي المراد مناقشته عبر هذه الدراسة في الآتي: ما أبرز تدابير دعم ومرافقة المشروعات الصغرى بالجزائر، بالتركيز على دار المقاولاتية الجامعية؟ وينبثق عن هذا التساؤل عدد من الأسئلة الفرعية التي يتعين الإجابة عنها في خضم المعالجة، على غرار: ما أبرز مضامين الإطار التشريعي والتنظيمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر؟ وما واقع المشروعات الصغرى على وجه التحديد؟ وما أبرز الآليات والتدابير الموجهة لترقيتها؟ وإلى أي مدى حققت تلك التدابير الأهداف المرجوة منها على العموم؟ وماذا تحقق بالنسبة لتلك الموجهة لطلبة الجامعات في مجالي التكوين المقاولاتي وإطلاق المشروعات؟

أهمية البحث: تتجلى أهمية هذا البحث في كونه يعالج أحد المداخل الأساسية في مجال التشغيل، وهو ما يعرف بالتشغيل الذاتي، أي التشغيل عبر إنشاء المقاولات، وهو مركز بالأساس على التشغيل الموجه للشباب من طلبة الجامعات، الذين يتوقع منهم تقديم افكار ابتكارية ومشاريع مبدعة. كما وإن دراسة تجربة دار المقاولاتية الجامعية لا تخلو من أهمية خاصة، وهي تجربة فتية ما تزال في حد ذاتها تحتاج إلى الرعاية والمرافقة.

أهداف البحث: الهدف الأساس من هذا البحث هو المساهمة في مسعى ترقية روح التقاول بالجزائر، ولاسيما على مستوى خريجي الجامعات، وكذا محاولة تشخيص وتقييم تجربة دار المقاولاتية الجامعية، وذلك من خلال تجربة دار المقاولاتية لجامعة برج بوعريريج، مع محاولة تقديم بعض المقترحات العملية في سبيل ترقية التشغيل الذاتي وخلق المؤسسات بالجزائر من ناحية، وتعزيز الدور المنتظر من دور المقاولاتية الجامعية من ناحية ثانية.

منهجية البحث: تم الاعتماد على استقراء واقع المقاولة والتقاول بالجزائر، وذلك من خلال عرض الإطار القانوني والمؤسساتي (هياكل الدعم والمرافقة) الموجه للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهو ما اقتضى اعتماد أسلوبي التشخيص والتحليل، كما تم اعتماد دراسة حالة ميدانية لدار المقاولاتية التابعة لجامعة برج بوعريريج، كعينة عن دور المقاولاتية الجامعية بالجزائر. ومن أجل ذلك ستتم معالجة الموضوع من خلال المحاور الآتية:

- واقع م.ص.م بالجزئر: بين امتصاص البطالة وخلق الثروة
- المقاولاتية بين هدف التشغيل الذاتي وأولوية المشاريع المبدعة
- تجربة دار المقاولاتية بالجامعة الجزائرية: حالة دار المقاولاتية لجامعة برج بوعريريج

1- واقع م.ص.م بالجزئر: بين امتصاص البطالة وخلق الثروة

من ناحية التطور التاريخي يمكن اعتبار ثلاثة مراحل لتطور وضعية المقاولة (المؤسسة) بالجزائر (مخوخ، 2020، ص ص 8-9)، وعموما وإلى بداية تسعينيات القرن الماضي كان النسيج الصناعي في الجزائر مكون أساسا من مؤسسات عمومية، تمثل نحو 80% من القدرات الصناعية، ولم تكن الصناعات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تمثل أكثر من 20%، وهي تابعة للقطاع الخاص (Ministère de l'industrie et de la restructuration, 2000, p1). غير أن ضعف مستوى تنافسية مؤسسات القطاع العام، بل واتجاه بعضها نحو الإفلاس، فرض على السلطات العمومية ضرورة إعادة النظر في التوجه الاقتصادي وإعادة هيكلة المؤسسات، وهو ما أفضى إلى إنشاء وزارة خاصة بالصناعات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في يوليو 1993، ومع مطلع الألفينيات تم إصدار قانون خاص بهذه المؤسسات، وهو القانون رقم 01-18 المؤرخ في 2001/12/12، المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والذي تم تعديله بموجب القانون رقم 17-02 المؤرخ في 10 يناير 2017، المتضمن القانون الأساسي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

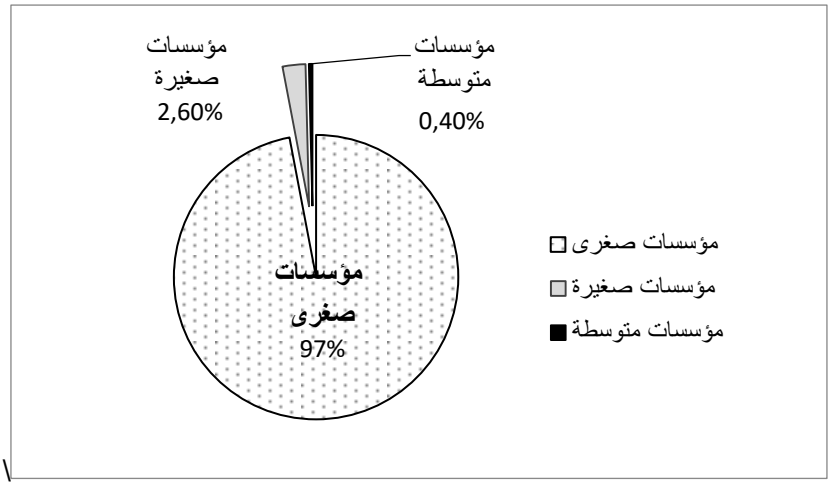
اعتمد القانون الجزائري نفس معايير الاتحاد الأوربي في تعريفه للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهي ثلاثة معايير: عدد العمال، رقم الأعمال والحصيلة السنوية. فوفقا للقانون رقم 17-02 السالف الذكر تعرف المؤسسة المتوسطة والصغيرة والصغرى كما هو مبين في الجدول التالي، مع اشتراط أن لا يمتلك رأسمالها بمقدار 25% فما أكثر من قبل مؤسسة أو مجموعة مؤسسات أخرى لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

جدول (01): تصنيف المؤسسات الصغرى، الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

تصنيف المؤسسة	عدد العمال: سنويا	رقم الأعمال السنوي	أو	الحصيلة السنوية
متوسطة	250 >	4 مليار دج >	أو	1 مليار دج >
صغيرة	50 >	400 مليون دج >	أو	200 مليون دج >
صغرى	10 >	40 مليون دج >	أو	20 مليون دج >

وحسب المادة 11 (قانون 17-02) إذا صُنّفت مؤسسة في فئة وفق عدد عمالها وفي فئة أخرى وفق رقم أعمالها أو مجموع حصيلتها، فإن الأولوية تعطى لرقم الأعمال أو مجموع الحصيلة. ومن الواضح أن هذا التعريف هام جدا، إذ أنه، حسب المادة 14 من ذات القانون، يشكل المرجع في الاستفادة من المنح والدعم المقدم لفائدة م.ص.م ومرافقتها، وكذا في ما يتعلق بجمع البيانات الخاصة بهذا النوع من المؤسسات.

وفقا للإحصائيات المتاحة إلى نهاية سنة 2019 هناك 1193339 مؤسسة صغيرة ومتوسطة (م.ص.م)، 99,97% منها تنتمي إلى القطاع الخاص، بما فيها مؤسسات المهن الحرة (كالعيادات ومكاتب المحاماة والمحاسبة)، التي تشكل 20,72%. ويجدر الذكر هنا أن 97% من م. ص. م بالجزائر (أي 1157539 مؤسسة) هي عبارة عن مؤسسات صغرى، وهو ما يدل عن الأهمية النسبية لهذا النمط من المؤسسات، في حين تشكل المؤسسات الصغيرة 2,6%، أي 31027 مؤسسة، والمؤسسات المتوسطة 0,4%، وهو ما يمثل 4773 مؤسسة (Ministère de l'industrie, Avril 2020, p1).



شكل (1): الوزن النسبي للمؤسسات الصغرى، الصغيرة والمتوسطة بالجزائر إلى 31 ديسمبر 2019

ومن ناحية أخرى نشير إلى أن حوالي 57,5% من م.ص.م هي في شكل شخص معنوي، و42,5% شخص طبيعي (بما فيها المهن الحرة والأنشطة التقليدية)، ومن ضمن المؤسسات ذات الشخص المعنوي نجد أن 53,82% في قطاع الخدمات، و29,04% في الأشغال العمومية، و1,11% في قطاع الفلاحة، و15,56% في قطاع الصناعة، والباقي 0,47% في الري والطاقة والمناجم والخدمات المرتبطة بها (Ministère de l'industrie, Avril 2020, p5).

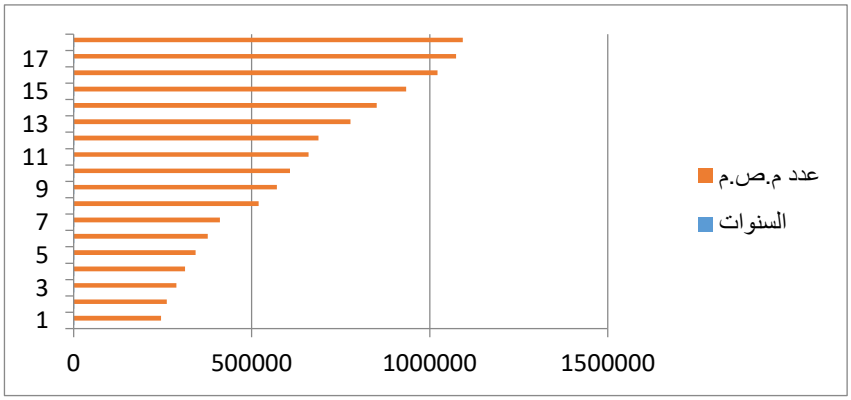
ومع إن عدد م.ص.م ما فتئ ينمو سنويا بمعدلات معتبرة، حتى إنه تجاوز عتبة المليون مؤسسة منذ سنة 2016، فمثلا ارتفع ما بين سنتي 2001 (سنة اعتماد قانون م.ص.م) و2018 بحوالي خمسة أضعاف (من 245348 إلى 1093170 مؤسسة)، إلا أن هذا النمو طغى عليه الجانب الكمي، إذ أن جل المؤسسات المصغرة مركز في مجال الخدمات وبعض الحرف التقليدية، في حين يبقى عدد المؤسسات المبدعة ضئيل جدا، ومع ذلك لابد أيضا من الإقرار هنا بوجود مصاعب وتحديات أمام نمو وتوسع هذه المؤسسات، منها ما يتعلق بالمحيط الإداري (البيروقراطية، غياب نظام المعلومات)، ومنها ما يتعلق بضيق سوق التمويل وشروطه، ومنها ما يتعلق بتحديات العولمة والمنافسة، هذا إلى جانب مشكلة العقار وصعوبات التسويق وغيرها. الجدول التالي يتضمن تطور عدد م.ص.م بالجزائر خلال الفترة 2001-2018:

جدول (02): تطور حجم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر 2001-2018

السنوات	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
إجمالي م.ص.م	245348	261853	288577	312959	342788	376767	410959	519526	570838
السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
إجمالي م.ص.م	607297	659309	687386	777259	851511	934037	1022231	1074236	1093170

المصدر: استنادا إلى البيانات السنوية لوزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار

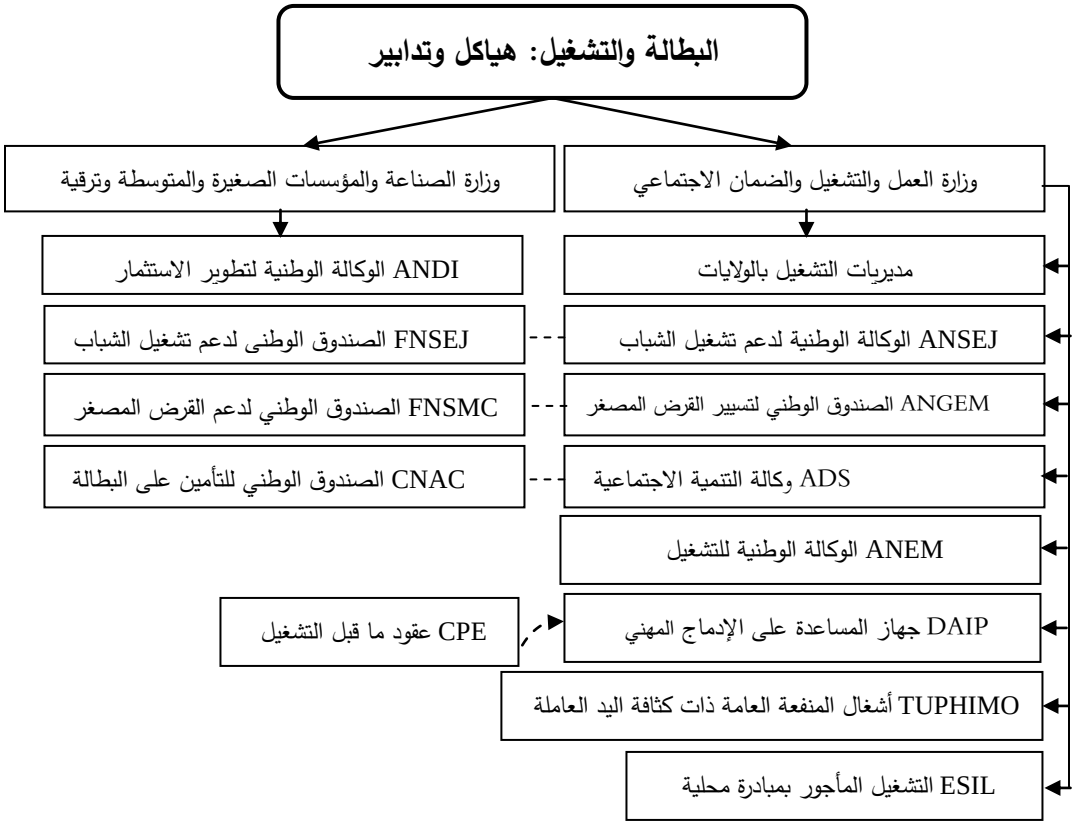
ويمكن تمثيل هذا الجدول من خلال الشكل التالي:



شكل (2): تطور حجم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر 2001-2018

2- التدابير والآليات المجسدة لسياسات دعم التشغيل:

هناك دعامتان لسياسة دعم التشغيل في الجزائر: التشغيل المأجور والتشغيل الذاتي، حيث الأولى تقوم على تشجيع خلق مناصب عمل بأجر، بينما الثانية تقوم على تشجيع إنشاء المؤسسات، أي تشجيع المبادرات المقاولاتية. وفي إطار هذا المسعى تم استحداث عدد من الأليات والتدابير الداعمة، والتي تم إدراجها تحت وصاية "وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي" منذ 2001، وهو ما سنلخصه من خلال المخطط التالي (رحيم حسين، 2013):



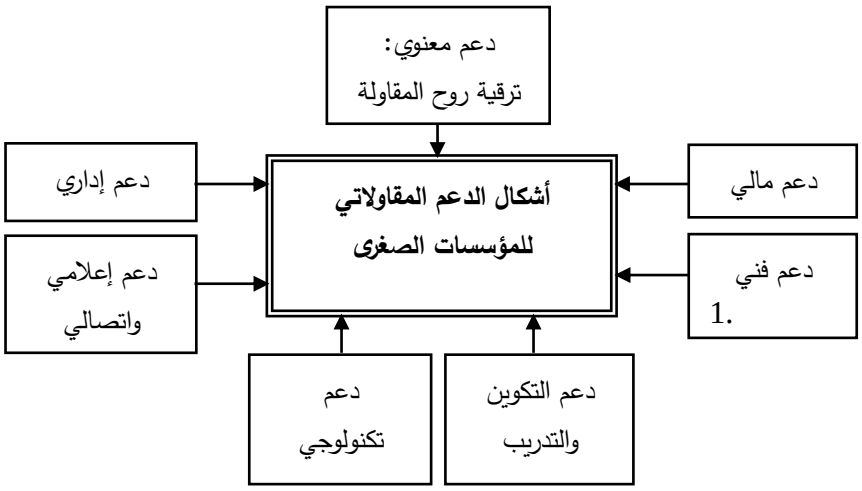
شكل (3): هياكل وآليات مكافحة البطالة ودعم التشغيل في الجزائر

ضمن هذه الآليات المتعددة هناك آليتان أوكلت لهما مهمه دعم المبادرات التقاولية وهما: الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ) بالنسبة لحاملي المشاريع الذين يتراوح سنهم ما بين 19 و35 سنة (حتى 40 سنة إذا كان المشروع يخلق أكثر من 03 مناصب شغل)، والصندوق الوطني للتأمين على البطالة (CNAC) بالنسبة للبطالين حاملي مشاريع، الذين يتراوح سنهم ما بين 30 و50 سنة. وعلى سبيل الإشارة نذكر أن هذين الجهازين قاما بتمويل 29605 مشروعا متناهي الصغر (micro-entreprises) خلال سنة 2018، منها 17605 من طرف ANSEJ و12000 من طرف CNAC. أما إجمالا فقد ساهما في إنشاء 512472 مؤسسة صغرى، والتي أدت إلى خلق 1.153.679 منصب عمل[2].

أما بالنسبة للدعم المقدم من الجهازين فهو يكون من زاويتين:

- دعم إداري وفني يتمثل في تقديم الاستشارة لصاحب المشروع، وكذا استفادته من مرافقة وإمكانية الاحتضان، هذا إضافة إلى دعم إعلامي وتقديم دورات تكوينية في مجال إدارة المشاريع الصغرى؛
- دعم تمويلي، ويتمثل في تمويل غير معوض من 28% إلى 29% من رأس مال المشروع من أحد الجهازين (ANSEJ أو CNAC)، والمبلغ المتبقي يتوزع ما بين مساهمة من صاحب المشروع (من 1% إلى 2%) والتمويل البنكي (70%). غير أن وكالة ANSEJ تتيح أيضا إمكانية عقد تمويل ثنائي، يتم فيه استبعاد التمويل البنكي، حيث تكون المساهمة الشخصية لصاحب المشروع من 70% إلى 71% وقرض الوكالة من 28% إلى 29%. وفي كلا الحالتين فإن المبلغ الأقصى للمشروع المرشح للتمويل لا ينبغي أن يتجاوز 10 مليون دينار.

يمكن تلخيص مختلف أشكال الدعم للمؤسسات الصغرى من خلال الشكل التالي (رحيم حسين، 2005):



شكل (4): أشكال دعم المؤسسات الصغرى

يجدر التأكيد هنا على الدور الهام الذي تلعبه الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ) في دعم التشغيل الذاتي بالجزائر، وذلك من خلال مرافقة إنشاء وتوسيع المشاريع الصغرى لإنتاج السلع والخدمات، وقد حظيت، نتيجة تدخلاتها الفعالة، بصيت واسع النطاق في أوساط الشباب، فهي تمول في المتوسط 45 مشروعا يوميا في شتى المجالات ولمختلف فئات الشباب من حاملي الشهادات وغيرهم، من الذكور والإناث، وقد ساهمت منذ إنشائها في 1996 إلى غاية نهاية سنة 2016 في خلق 878264 منصب شغل.

ولئن تم التركيز على وكالة ANSEJ باعتبارها جهازا خاصا بالمؤسسات الصغرى، وهو موضوع اهتمامنا في هذه الدراسة، فلا ينبغي إغفال دور الأجهزة والتدابير الأخرى الموجهة لدعم التشغيل، والتي ساهمت أيضا في خلق مناصب شغل، ولاسيما منها الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI)، حيث تجاوز عدد مناصب الشغل المستحدثة

عبر مختلف الأجهزة 4 مليون منصب مع نهاية سنة 2016. وفي ما يلي نورد على سبيل الإشارة والمقارنة جدولا يتضمن عدد مناصب الشغل المستحدثة من طرف مختلف الأجهزة خلال السنوات 2010-2016:

جدول (3): مناصب الشغل المستحدثة من قبل أجهزة دعم التشغيل خلال الفترة 2011-2016

السنة	ANDI	CNAC	ANSEJ	ANGEM	مجموع سنوي	إجمالي الوظائف	المساهمة في التشغيل %
2011	140110	35953	92682	161417	430162	2308414	24,05
2012	91415	59125	129203	219641	499383	2807798	27,61
2013	148943	41786	96233	166053	453015	3260813	30,23
2014	150959	42707	93140	176315	463121	3723934	36,37
2015	150641	37921	51570	126152	366284	4090218	38,61
2016	164414	21850	22766	32045	241075	4331293	39,4

المصدر: استنادا إلى البيانات المنشورة لمختلف الأجهزة، نقلا عن: موسى رحماني، زكرياء جرفي، دور أجهزة دعم ومساندة المبادرات المقاولاتية في استحداث مناصب الشغل: محاولة بناء نموذج قياسي للفترة 2005-2016، دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد 10، عدد 3، سبتمبر 2018.

ومن الملاحظ أن المشروعات الصغرى على كثرة عددها، وكونها تمثل ما يقرب من 98% من المشاريع المعتمدة سنويا كما ذكرنا آنفا، إلا أن المؤسسات المتوسطة والكبيرة هي الأكثر توليدا لمناصب الشغل، وهي التي يتم دعمها من طرف جهاز ANDI. ومن ناحية أخرى، وحيث إن هذه الدراسة منصبة على المشاريع الصغرى، وخاصة عبر دار المقاولاتية، التي تتولاها الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، نعرض في ما يلي تطور عدد المؤسسات الصغرى الممولة من طرف هذه الوكالة خلال ذات الفترة:

جدول (4): تطور عدد المؤسسات الممولة من طرف وكالة ANSEJ خلال الفترة 2011-2016

السنة	عدد المؤسسات الممولة	نشاط إنشائي		نشاط توسعي	
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
2011	42832	42226	98,59	606	1,41
2012	65812	65185	99,05	627	0,95
2013	43039	42538	94,84	501	1,16
2014	40856	40394	98,87	462	1,13
2015	23676	23420	98,92	265	1,08
2016	11262	11066	98,26	196	1,74

المصدر: استنادا إلى نشريات المعطيات الاقتصادية لوزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، نقلا عن: تلي سيف الدين، تقييم هياكل التمويل والدعم في إنشاء ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر: دراسة حالة ANSEJ وCNAC 2002-2016، مجلة آفاق علمية، المركز الجامعي تمنراست، مجلد 11، عدد 02-2019، ص ص295-315.

3- المقاولاتية بين هدف التشغيل الذاتي وأولوية المشاريع المبدعة

من الناحية النظرية تناول عدد من الاقتصاديين الرواد مسألة المقاولة والابتكار، نذكر من ضمن هؤلاء نذكر ريشارد كانتيون (R. Cantillon, Essai sur la nature du commerce en général, au 18ème siècle)، وجون باتيست ساي (J.B. Say, sur l'économie et les richesses, au 19ème siècle) وشومبيتر (J.A. Schumpeter, B. Aliouat, 2003) sur la nature des managers et des entrepreneurs). ويعد Peter Drucker من الأوائل الذين أشاروا، في سنة 1985، إلى تحول الاقتصاديات الحديثة من "اقتصاد إدارة" (économie de management) إلى "اقتصاد مقاولين" (B. Aliouat, 2003)، كما كان لأعمال كل من تايلور وفايول وسيمون وغيرهم دورا بارزا في ترقية الفكر المقاولي والتنظيمي، وفي توضيح خصائص القائد الناجح في مجال الأعمال.

إن أي منشئ أو مقاول ينبغي أن يتمتع بثلاث خصال:

1- أن يكون صاحب مهنة؛
2- أن يتوفر على روح المبادرة؛
3- أن يتوفر على روح المخاطرة.

فالمقاول الناجح هو ذلك الذي يحسن استغلال الفرص، أو حتى خلقها، في مجال مهنته. بل وأن ينشئ من مهنته ميزة تنافسية. ولن تتحول أفكاره إلى حقيقة إلا إذا اتسم بروح المبادرة، على أن يكون إقدامه محسوب المخاطر.

ومن ناحية أخرى، ترتبط عملية التقاول (entreprenariat) بالظروف المحيطة، أي بمناخ الاستثمار. وفي هذا الصدد تتحمل الدولة مسؤولية تهيئة مناخ مناسب للمستثمرين، وخاصة منهم المبتدئين وصغار المستثمرين. وتزداد هذه المسؤولية في ظل ظروف الانفتاح الاقتصادي وعولمة الأسواق والمنافسة. ويشمل هذا المناخ مختلف الأبعاد المؤثرة على الأعمال، السياسية منها والأمنية والاقتصادية والإدارية والاجتماعية والثقافية.

على الرغم من أن الهدف الأساس لإنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ) في منتصف التسعينيات هو التشغيل وامتصاص البطالة المتفاقمة، إلا أنها سعت مع مرور الزمن من أجل ترسيخ روح المقاولة في وسط الشباب، حتى أضحت في السنوات الأخيرة أكثر صرامة في انتقاء المشاريع الصغرى المرشحة للدعم، حيث أخذت تركز على المشاريع ذات القيمة المضافة البارزة اقتصاديا واجتماعيا، ولاسيما منها ذات الطابع الابتكاري، سواء منها المقترحة من خريجي الجامعات أو من خريجي المعاهد ومراكز التكوين المهني.

لقد موّلت الوكالة منذ إنشائها عدة مشاريع صغرى في مجال التكنولوجيا لفائدة خريجي الجامعات ومراكز التكوين المهني، منها مثلا أكثر من 5000 مشروع في مجال البيئة والطاقات المتجددة، وأزيد من 10000 مشروع في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ITC، وتحرص حاليا عبر دور المقاولاتية المفتوحة على مستوى بعض الجامعات للتقرب أكثر من الطلبة المبادرين. وفي هذا الإطار تم عقد أول جامعة صيفية لدار المقاولاتية بالمدرسة الوطنية العليا

للتكنولوجيا (ENST) يومي 17و18 أكتوبر 2018، وهو اختيار ينم عن توجه جديد للوكالة نحو الشراكة الجامعية والاهتمام بالمشاريع التكنولوجية.

وعلى سبيل المثال نشير في هذا الصدد إلى مشاريع تكنولوجيا المعلومات والاتصال ITC، التي تعد من مشروعات الأولوية لدى الوكالة، فبعد أن كانت لا تتجاوز نسبة 1% من عدد المشاريع الممولة من طرف الوكالة، ارتفعت هذه النسبة إلى 6% في 2016. وفي ما يلي جدول بعدد المشاريع الممولة خلال الفترة 2011-2016:

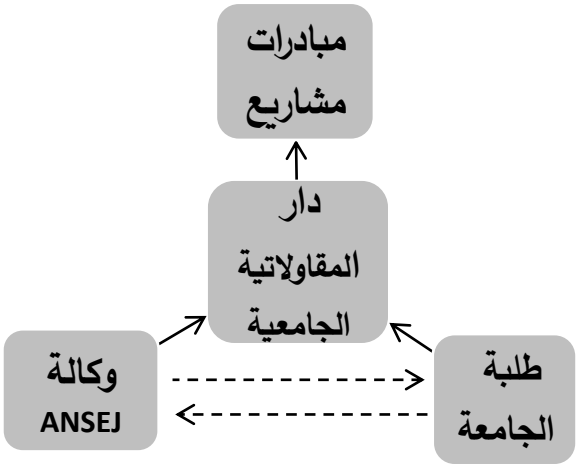
جدول (5): مشاريع ITC الممولة من طرف ANSEJ بالجزائر 2011-2016

	إجمالي المشاريع الممولة	مشاريع ITC الممولة	المعدل **(%)**
منذ إنشاء الوكالة إلى2010/12/31	**140 503**	6 858	5%
2011	**42 832**	451	1%
2012	**65 812**	616	1%
2013	**43 039**	591	1%
2014	**40 856**	750	*2%*
2014	**23 676**	655	*3%*
2016	**11 262**	628	*6%*
منذ إنشاء الوكالة إلى 2016/12/31	**367 980**	**10 549**	**3%**

المصدر: إحصائيات الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب؛ من موقعها (2016/06/05):
http://www.ansej.org.dz/index.php/fr/nos-statistiques#

نجدر الإشارة هنا إلى أن هناك صندوقا خاصة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال أنشئ منذ 2008، ولكنه غير معروف لدى الأكثرية، وهو صندوق دعم استخدام و تطوير تكنولوجيات الاعلام والاتصال (FAUDTIC)، غير أن هذا الصندوق لم يمول أيّ مشروع من القطاع الخاص، إذ بقي موجه في تمويلاته لمشروعات عمومية، على غرار وزارة التربية والجمارك، مع الذكر هنا أن هذا الصندوق أنشئ أصلا في إطار المشروع الواعد الجزائر الرقمية e-Algeria.[3]

إن تقرب وكالة ANSEJ أكثر فأكثر من الجامعة من خلال توقيع اتفاقيات شراكة مع عدد معتبر من الجامعات لإنشاء دُور للمقاولاتية لهو دليل عن توجهها المتنامي نحو بلورة الأفكار وتثمين نتائج الأبحاث الجامعية، والعمل على تجسيد المشاريع المبدعة على أرض الواقع. غير أنه، وعلى أهمية هذا المتجه من وكالة تشغيل الشباب نحو الجامعة، لابد من استكماله بمتجه معاكس، أي من طلبة الجامعة نحو الوكالة، من خلال تقديم أفكار ومبادرات مقاولاتية، فذلك في الحقيقة هو الكفيل بتجسيد المبادرات وإطلاق المشاريع.



شكل (5): تمثيل العلاقة الثلاثية وكالة أنساج–طلبة–دار المقاولاتية

إن تحقيق الهدف المنشود من إقامة دار للمقاولاتية على مستوى الجامعات، وهو المساعدة على إطلاق مشاريع ابتكارية، يستدعي شحنا مستمرا للعلاقة التفاعلية ثنائية الاتجاه ما بين الوكالة والطلبة، والممثلة في المتجهين المتعاكسين في الشكل أعلاه (شكل رقم 5)، وهو ما يعني شحذ الاستعداد لدى الطرفين ودعمه بمختلف تدابير الإرشاد والمرافقة. وفي هذا الصدد، وضمن مسعى خلق روح الأعمال وتعزيز ثقافة المقاولة لدى طلبة الجامعات، تم إدراج مقياس المقاولاتية كمادة تدرس في مختلف التخصصات، هذا إلى جانب الدور المنوط بدار المقاولاتية، وهو ما كان له أثرا إيجابيا على العموم. ومع ذلك يبقى التكوين المقاولي بحاجة إلى صقل وتطوير وأعمال تطبيقية، وليس مجرد تقديم دروس نظرية في المقاولاتية. ولقد أجريت دراسات في هذا الإطار بغرض استقصاء موقف الطلبة بالجامعة الجزائرية وفحص استعداداتهم تجاه التقاول، خلص بعضها إلى أن التكوين الجامعي في شكله الحالي يبقى غير كاف لتحسين الموقف المقاولاتي، كما إن الجامعة لا تقدم المعرفة اللازمة حول المقاولاتية للطلبة (سليماني وبوسيف، 2019، ص68).

4- تجربة دار المقاولاتية لجامعة برج بوعريريج

شهدت السنوات السبع الأخيرة، أي منذ 2013، توجها نحو تعميم إقامة ما يعرف بـ "دار المقاولاتية"[4] في كافة المؤسسات الجامعية بالجزائر (الجامعات، المدارس العليا والمدارس الوطنية والمراكز الجامعية)، ولو أن أول دار للمقاولاتية، كدار نموذجية، أنشئت في 2007 بجامعة قسنطينة شرق الجزائر بالشراكة مع جامعة غرونوبل بفرنسا[5]. والهدف من إقامة هذه الدور، ليس فحسب تعزيز مسعى دعم التشغيل الذاتي وتوليد الثروة عبر خلق المؤسسات، ولكن أيضا إرساء جسر ما بين عالم إنتاج المعارف والمهارات، وهو الجامعة، وعالم إنتاج الثروة وفرص العمل، وهو المؤسسات.

إن تسمية "دار"، بدلا من مركز أو مكتب مثلا، تضفي في حد ذاتها على هذا الهيكل طابعا عائليا، وتنطوي على وقع سيكولوجي، من شأنه استقطاب الطلبة وتيسير اندماجهم فيه، إذ أنها تمثل فضاء تعطى من خلاله للطالب فرصة مناقشة أفكاره الإبداعية ومحاولة صياغتها في صورة مشروع ريادي بمساعدة خبير (أو أكثر) من وكالة ANSEJ، وهو

الذي يدير اللقاء، وأحيانا بساعده مدير المقاولاتية، وهو أستاذ جامعي له باع في مجال المقاولاتية، وبحضور مجموعة من الطلبة[6]. فهي إذا بمثابة دار تجمع بعضا من الطلبة (المسجلين منهم ممن لديهم طموح الريادة وإقامة مشروع) في جو أخوي عائلي يتعلمون كيفية بلورة مبادراتهم، مستفيدين من مرافقة قبلية، وهو إطار مشجع ومحفز.

يجدر الذكر، كما أنفت الإشارة إليه، أن المقاولاتية (ريادة الأعمال) أصبحت تدرّس كمادة في كل التخصصات بالجامعة الجزائرية، وليس هناك أيّ تخصص معفى منها، في العلوم الانسانية والاجتماعية كما في العلوم التقنية، وفي بعض التخصصات تترك الحرية للطالب للاختيار ما بين مادة المقاولاتية ومادة الحوكمة والمواطنة، وهي مواد تندرج ضمن الوحدات الاستكشافية حسب نظام التعليم ل.م.د (ليسانس–ماستر–دكتوراه)، المطبق حاليا بالجزائر (LMD).

من الناحية التنظيمية يخضع ضبط برنامج عمل دار المقاولاتية إلى لجنتين: لجنة وطنية مختلطة ولجان محلية مختلطة، والتي تكلف بتحديد برامج العمل ومتابعة تنفيذها. وتتشكل اللجة الوطنية المختلطة من:

- ممثليْن (02) عن وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي.
- أربعة (04) ممثلين عن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
- ممثليْن (02) عن الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب.

وتتولى اللجنة الوطنية مهمة إعداد القانون الداخلي لدار المقاولاتية، وكذا إعداد تقرير سنوي حول مدى تنفيذ البرامج المسطرة، والذي يرسل إلى كل من وزارة العمل ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

أما اللجنة المحلية المختلطة على مستوى كل مؤسسة جامعية فتتشكل من:

- ممثل (01) عن مديرية التشغيل بالولاية.
- ممثليْن (02) عن فرع الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب بالولاية.
- ممثليْن (02) عن المؤسسة الجامعية المعنية.

وتقوم هذه اللجنة بوضع برنامج العمل المحلي وفق رزنامة مضبوطة، وتشرف على متابعة تنفيذه، كما وتقوم بإعداد تقرير سنوي عن نشاط الدار الجامعية التي تشرف عليها ويرسل إلى اللجنة الوطنية.

وفي الواقع لم تتغير مهام دور المقاولاتية كثيرا عن مهامها الأولى التي انطلقت بها منذ البدء: التحسيس بالمقاولاتية، التكوين في المقالاتية، والمرافقة الأولية من خلال الاستقبال والإعلام والتوجيه (Jean-Pierre Boissin, 2013)، ولو أن هناك تطورا أكبر في أدوات وأساليب الاحتكاك والاستقطاب الطلابي، ومنها التفاعل الالكتروني عبر مواقع وتطبيقات خاصة، كالتسجيل للمشاركة في الدورات التكوينية أو للمشاركة في مسابقات الشباب المبدع. وعموما يمكن في تقديرنا تلخيص مهام دار المقاولاتية في محورين أساسيين:

(1) مهمة تحسيس وتكوين: وهي مهمة موجهة لطيف عريض من الطلبة، الذين بإمكانهم التسجيل للاستفادة من الدورات التحسيسية والإعلامية والتكوينية التي تجريها الدار في فترات محددة، وفق رزنامة معلنة، مع الإعلان عن كل دورة تجريها الوكالة عبر دار المقاولاتية. ومن أهداف هذه الدورات:

- ترسيخ ثقافة الإبداع وزرع روح المقاولاتية في الوسط الطلابي.
- تكوين الطلبة في كيفية إنشاء مؤسسة مصغرة، تبسيط هذه العملية في أعين الطلبة.
- تكوين الطلبة في كيفية إعداد مخطط أعمال وتقدير جدوى المشاريع.

(2) مهمـة تثمـين ومرافقـة: وتمثل الهدف الأساس للدار، وهي مهمة موجهة لفئة منتقاة من الطلبة أصحاب المبادرات المقبولة، ويتم تجسيد هذه المهمة من خلال عدة أعمال منها:

- تثمين نتائج البحث العلمي والأفكار الطلابية المبدعة.
- اكتشاف المواهب والكفاءات من الطلبة المبادرين.
- إطلاق مسابقات داخل الجامعة لانتقاء أحسن الأفكار والمشاريع.
- مرافقة الطلبة المبادرين نحو تجسيد مشاريعهم إلى غاية إنشاء مؤسساتهم وانطلاقها.

سنحاول في ما يلي عرض تجربة دار المقاولاتية لجامعة برج بوعريريج، وهي تجربة لا تختلف كثيرا عن باقي تجارب دور المقاولاتية على مستوى الجامعات الجزائرية، كما ونشير هنا إلى أن هناك دراسات مماثلة أجريت على بعض التجارب، على غرار دراسة (قارة ابتسام وآخرون، 2020، ص ص93-106). وقبل تناول تجربة دار المقاولاتية، تجدر الإشارة إلى أن جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج تقع على بعد 230 كلم شرق العاصمة، أنشئت في سنة 2001 كمركز جامعي، وفي 2012 أصبحت جامعة، وتضم حاليا نحو 17000 طالبا، موزعين على سبع كليات، أما دار المقاولاتية بها فقد أنشئت في سنة 2013، على أساس اتفاقية ما بين الجامعة والوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ، ومع إنه لم يخصص لها مقر داخل الجامعة إلا في سنة 2017، إلا أنها قامت بعدد من الأنشطة التحسيسية لفائدة الطلبة، أما بعد سنة 2017 فقد بادر المؤطرون في الدار بإجراء ثلاث دورات تكوينية ومسابقة لأحسن فكرة، مع الذكر أن المقر الحالي لدار المقاولاتية داخل الجامعة ما هو إلا مجرد مكتب واسع بالطابق الأرضي به طاولة عمل كبيرة.

تستهدف دار المقاولاتية لجامعة برج بوعريريج، على غرار غيرها من الدور في مختلف الجامعات، تحقيق الأهداف التالية (MEUBBA, publié sur le site univbba):

1- تعميم ثقافة المقاولاتية في الوسط الطلابي بالجامعة والقيام بأنشطة التحسيس قصد تبسيط وتوضيح الرؤية حول كيفية خلق المؤسسة.
2- تنشيط اهتمام الطلية لخلق مؤسساتهم والعمل على إدراجهم في عالم الأعمال.
3- عقد دورات تكوينية على المقاولاتية (ريادة الأعمال) للطلبة الذي يطمحون إلى خلق مؤسساتهم الصغرى، وذلك بغرض إعداد مقاولين مستقبليين مؤهلين وذوي كفاءة.
4- مرافقة الطلبة حاملي المشاريع إلى غاية تجسيد مشاريعهم.

يتم تجسيد مهام دار المقاولاتية من خلال أيام إعلامية ودراسية ودورات تكوينية في موضوع المقاولاتية وإنشاء المؤسسات ونموذج الأعمال (Business model canevas)، كما يتم عقد ما يعرف بالجامعة الصيفية والجامعة الخريفية لبضعة أيام، حيث يتم خلالها عرض ومناقشة عدة مواضيع تتعلق بريادة الأعمال ومختلف الخطوات والإجراءات لخلق مؤسسة صغرى. وفي ما يلي نقدم حصيلة أنشطة دار المقاولاتية لجامعة برج بوعريريج خلال الفترة الممتدة من 2013 إلى 2018.

جدول (6): خلاصة حصيلة أنشطة دار المقاولاتية لجامعة برج بوعريريج خلال الفترة 2013-2018 (الفترة 2013-2017 دون مقر داخل الجامعة)

طبيعة النشاط	عدد الأنشطة منذ إنشاء دار المقاولاتية إلى غاية مايو 2019
دورات تكوينية	03
أيام إعلامية	15
أيام دراسية	05
الجامعة الصيفية والجامعية الخريفية	04
ملتقيات إعلامية وتكوينية	01
مسابقة انتقاء أفضل الأفكار بتاريخ 2018/05/15	01

المصدر: دار المقاولاتية لجامعة برج بوعريريج

إضافة إلى العدد الكبير من الطلبة الذي حضروا الأيام الإعلامية والدراسية التي تعقدها دار المقاولاتية، استفاد 161 طالبا دورات تكوينية، منهم 35 سجلوا أنفسهم على مستوى وكالة ANSEJ بمبادراتهم، ولكن 8 منهم حققوا مشاريعهم. غير أنه يجدر الذكر أن هناك من خريجي جامعة برج بوعريريج من لم يشارك في تلك الدورات التكوينية، ولكنه حقق مشروعه أيضا عبر وكالة دعم تشغيل الشباب ANSEJ لولاية برج بوعريريج.

جدول (7): عدد الطلبة المستفيدين من دورات تكوين دار المقاولاتية لجامعة برج بوعريريج خلال الفترة 2013-2018

عدد الطلبة المستفيدين من الدورات التكوينية	عدد الطلبة المسجلين لدى ANSEJ	عدد الطلبة الذين حضروا دورات تكوينية وأنجزوا فعلا مشاريعهم الصغرى
161	35	8

المصدر: الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية برج بوعريريج

يجدر التأكيد على أن هذه المشاريع الثمانية تتعلق فقط بتلك المبادرات المقدمة من طلبة شاركوا في الدورات التكوينية الثلاث لدار المقاولاتية بالجامعة (2016 و2017 و2018)، ويمكن اعتباره انجازا مقبولا، بالنظر إلى عدد الدورات وظروف عمل دار المقاولاتية وحتى عدم توفرها على مقر غلى غاية 2017، ولكن الذكر أن هناك مشاريع أخرى عديدة لخريجي الجامعة (سواء من جامعة برج بوعريريج أو خريجي الجامعات الأخرى والقاطنين بولاية برج بوعريريج) أنجزوا مشاريعهم عبر وكالة دعم تشغيل الشباب ANSEJ لولاية برج بوعريريج، وهي الآن قيد التشغيل، دون أن يمروا على دورات التكوين لدار المقاولاتية، وربما بعضهم شارك في الأيام الإعلامية أو الدراسية التي نظمتها الدار مع الوكالة منذ 2013. وفي ما يلي عدد هذه المشاريع الصغرى المنجزة منذ إنشاء فرع الوكالة إلى غاية مايو 2019:

جدول (8): عدد المشاريع الصغرى المنجزة من طرف خريجي الجامعة بوكالة ANSEJ برج بوعريريج إلى مايو 2019

المشاريع	منذ تأسيس الوكالة إلى مايو 2019	النسبة %
إجمالي عدد المشاريع الممولة	5337	100
عدد المشاريع الممولة لخريجي الجامعة	460	8,6

المصدر: الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية برج بوعريريج

بعد أن يحظى المشروع باهتمام وكالة ANSEJ هناك عددا من الخطوات حتى يتم تجسيد المشروع في الميدان، وذلك كله بمرافقة الوكالة ومركز التسهيل، وفي ما يلي نقدم حالة واحدة كنموذج عن ذلك، وهو آخر مشروع من ضمن المشاريع الثمانية في الجدول أعلاه (جدول 5) التي تم تحقيقها عبر دار المقاولاتية بجامعة برج بوعريريج، والذي كان من ضمن المشاريع التي حظيت بالفوز والتكريم بتاريخ 2018/05/15 في مسابقة أفضل الأفكار للمشروعات الصغرى (الجدول رقم 4 اعلاه)، وهذا المشروع أصبح حاليا مؤسسة صغرى دخلت مرحلة التشغيل. وفي ما يلي خلاصة هذا المشروع والمراحل العملية حتى إنجازه:

- **موضوع المشروع:** صناعة زيوت التجميل من الصبار
- **صاحب المشروع:** شاب من خريجي جامعة برج بوعريريج لسنة 2018 (دون ذكر الاسم)
- **مبلغ المشروع:** 395,00 984 9 دينار جزائري
- **مراحل المشروع:**
  - مخطط الاعمال: الدورة التكوينية حول نموذج الأعمال بتاريخ 2018/05/15
  - إيداع الملف على مستوى ANSEJ: 2018/08/07
  - انتقاء المشروع في "لجنة الانتقاء والمصادقة على المشاريع" (CSVF) بتاريخ 2018/09/13
  - التبليغ بالموافقة على التمويل البنكي بتاريخ 2018/12/09
  - معاينة المشروع قبل منح التمويل البنكي بتاريخ 2018/01/22
  - قرار منح الامتياز بعنوان الإنجاز (DOAR) بتاريخ 2019/01/28
  - منح التمويل بتاريخ 2019/02/04
  - القيام بزيارة لمعاينة التجهيزات التي تم اقتناؤها بتاريخ 2019/04/16
- **حاليا:** المشروع أصبح مؤسسة صغرى في مرحلة التشغيل

نجدر التأكيد هنا على أن مهمة دار المقاولاتية تنصب على الاكتشاف والتمين والمرافقة القبلية للمبادرات المقاولاتية للطلبة الذين هم في سنوات التخرج، غير أنه بعد بروز أي مشروع جدير بالإطلاق والمتابعة فإن ثمة هياكل أخرى ستتولى دعمه ومرافقته، والتي تنضوي، وفقا للمادة 20 من القانون 17-02 لسنة 2017، تحت غطاء وكالة إنشاء وإنماء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتتمثل هذه الهياكل في صنفين: المشاتل ومراكز دعم واستشارة. والمقصود بالمشاتل (والتي أخذت من النموذج الفرنسي Pépinière) هياكل الاحتضان (القانون 18-01، 2001)، في حين أن مراكز الدعم والاستشارة هي هياكل استقبال وتوجيه وإجراء دراسات جدوى (مجانا) لأصحاب المبادرات

وتقديم مختلف أشكال الاستشارة والمرافقة الإدارية للمشروعات، وهي نفسها مراكز التسهيل الواردة في القانون 18-01 لسنة 2001 [7].

وهكذا يمكن اعتبار دار المقاولاتية بمثابة بوابة للطلبة للولوج إلى عالم الأعمال، حيث إنها تمهد الطريق للخريجين من أجل إنشاء مؤسساتهم. ومن الجدير بالذكر أن دار المقاولاتية الجامعية أنشئت أصلا بعد ما لوحظ من عزوف لدى خريجي الجامعات نحو إنشاء المقاولات، بالمقارنة مع الفئات الأخرى من الشباب، وقد أسهمت فعلا هذه الهياكل في تزايد عدد المبادرين الجامعيين. فوفقا للحصيلة المنشورة من قبل وكالة دعم تشغيل الشباب ANSEJ فقد ارتفعت نسبة أصحاب الشهادات الجامعية المسجلين على مستوى الوكالة من 8% في 2008 إلى 30% في 2016، وهو ما ينم عن أهمية دور المقاولاتية الجامعية، كما ارتفع معدل خلق المؤسسات الصغرى من طرف المتخرجين الجامعيين من 6% في 2013 إلى 13% في 2016 (ANSEJ, 2016).

1. وفي إطار خطة المبادرين الجامعيين المبادرات نذكر هنا، على سبيل الإشارة، أن الحكومة وضعت مخططا لتمويل 46000 مشروعا ابتكاريا من طرف وكالة ANSEJ خلال السنة الجامعية 2017-2018. كما يجدر التنويه بنسبة النجاح المحققة في غنجاز المشاريع، حيث إنه، ووفقا لبيانات 2016 فإنه من ضمن 693510 طلبا لإنشاء مشروع عبر وكالة دعم تشغيل الشباب ANSEJ، تم قبول 367980 مشروعا، وقد أُنجز منها 347127 مشروعا، وهو ما يمثل نسبة نجاح معتبرة بمقدار 94% (Sellami, 2017).

يجدر بنا في إطار عرض هياكل الدعم المقاولاتي الجامعية، إلى جانب دار المقاولاتية، الإشارة إلى الحاضنات الجامعية التي أوردها المرسوم التنفيذي رقم 12-293 المؤرخ في 2012/07/21 في مادته 11، حيث جاء فيها "الحاضنة هيكل لاستقبال ومساندة مشروع ابتكاري ذي صلة مباشرة بالبحث، تساعد صاحب المشروع على تحقيق فكرته وإثبات إمكانية تطبيقها في المدى البعيد، وتقدم الدعم لأصحاب المشاريع في مجال التكوين والاستشارة والتمويل مع مرافقتهم إلى غاية إنشاء المؤسسة"، غير أن هذا الهيكل ما يزال متعثرا بالمقارنة مع دار المقاولاتية، فقليل هي الجامعات أنجزت، أو التي هي بصدد إنجاز، هذا الهيكل، وحتى في الجامعات التي أنجزته فهو يؤدي في الواقع مهام دار المقاولاتية، وليس مهمة احتضان المشاريع.

خاتمة:

لقد حاولنا عبر هذه الدراسة المتواضعة تقديم عرض موجز حول التجربة الجزائرية في مجال دعم التشغيل الذاتي عبر خلق المؤسسات، مع تسليط الضوء على تجربة "دار المقاولاتية" الجامعية، كآلية جوارية لنشر ثقافة ريادة الأعمال في الوسط الطلابي، على الرغم من أنها تجربة ما تزال فتية وتحتاج إلى مزيد من الصقل والتدعيم، وقد اكتفينا بعرض تجربة دار المقاولاتية لجامعة برج بوعريريج كنموذج عن هذه الآلية.

انطلاقا مما تم عرضه في هذه الدراسة يمكن تسجيل النتائج التالية:

(1) لقد حققت سياسة التشغيل عموما الذاتي بمختلف آلياتها نتائج معتبرة، حيث تم تسجيل إنشاء أزيد من مليون مؤسسة صغيرة ومتوسطة واستحداث أزيد من 4 ملايين منصب شغل، وهو ما يستحق مزيدا من الدعم، لاسيما في ظل الارتفاع النسبي لمعدل البطالة في وسط الشباب.

(2) دعم ريادة الأعمال هو الطريق إلى خلق المؤسسات ودعم النمو وامتصاص البطالة، فالمدخل الأساس لخلق الثروة وخلق مناصب الشغل هو خلق المؤسسات.

(3) تعد دار المقاولاتية الجامعية آلية جوارية بالغة الأهمية للتقرب من طلبة المؤسسات الجامعية، ولترسيخ ثقافة المقاولة وزرع روح التقاول في الوسط الطلابي.

(4) لقد لوحظ تفاعل إيجابي من طرف الطلبة مع آلية دار المقاولاتية، وعلى الرغم من ضعف الإمكانيات استطاعت القيام بعدد من الأنشطة التحسيسية والتثمينية، منها الأيام الإعلامية والدراسية والدورات التكوينية، وأثمرت على نتائج ملموسة من حيث تفجير المبادرات وإطلاق بعض المشاريع الصغرى.

إن تحقيق نتائج إيجابية في مجال دعم التشغيل وريادة الأعمال لا يعني غياب النقائص والانزلاقات، ومما لوحظ وسجل يمكن تدوين ما يلي من التوصيات:

1- يتعين على السلطات العمومية الاهتمام أكثر فأكثر بريادة الأعمال ودعم المشاريع المبدعة، وخلق المؤسسات بوجه عام، فهي الطريق إلى تحقيق اقتصاد قوي ومنتج، قائم على المعارف وليس على الريوع.

2- نقترح إعطاء دور المقاولاية الجامعية عناية أكبر ومنحها دعما خاصا باعتبارها تمثل بوابة الطلبة نحو ريادة الأعمال، حيث إن وضعها الحالي لا يسمح لها بتحقيق نتائج باهرة.

3- نقترح تشجيع المسابقات الخاصة بالأفكار الريادية، وتخصيص جوائز لائقة بها، إذ انها وسيلة هامة لتفجير الطاقات المبدعة، والأهم من ذلك تحويل تلك الأفكار الفائزة إلى مشاريع حقيقية.

4- تكثيف الملتقيات والندوات والدورات الخاصة بريادة الأعمال وإجراءات خلق المؤسسات، وذلك بغرض نشر ثقافة المقاولاتية وجعل عملية خلق المؤسسة إجراء بسيطا في نظر الطلبة، وكل المبادرين بوجه عام.

5- تعزيزا لمسعى التشغيل الذاتي لجريجي الجامعات من خلال خل المؤسسات، نوصي بدعم دور المقاولاتية الجامعية القائمة، كما ونقترح تشجيع وتعميم إقامة حاضنات أعمال بمختلف المؤسسات الجامعية بالجزائر.

هوامش البحث:

[1] *مصطلح المقاولاتية أو المقاولية هونفسه ريادة الأعمال، والفرنسية* entrepreneuriat *والانجليزية* entrepreneurship.

[2] *هذه البيانات مستقاة من تدخل وزير العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي أمام أعضاء البرلمان، عن: مجلة الصحافة، الصادرة عن منتدى رؤساء المؤسسات في 2017/11/02، في:*
http://www.fce.dz/wp-content/uploads/2017/11/revue-presse-02-novembre-2017.pdf

[3] *أنشئ هذا الصندوق(FAUDTIC) بموجب القانون رقم 08-21 المؤرخ في 2008/12/30 المتعلق بقانون المالية لسنة 2009.*

[4] *هي دار ريادة الأعمال، وباللغة الأجنبية maison de l'entrepreneuriat أو entrepreneurship center.*

[5] *تشير هنا إلى أن أول دار للمقاولاتية ما بين المؤسسات أنشئت في جامعة غرونوبل بفرنسا في سنة 2003، وبعد الاستحسان والنجاح المحقق أنشئت 06 دور للمقاولاتية في 2004 في جامعات فرنسية أخرى، ثم توالى إنشاء هذه الدور بجامعات أخرى.*

[6] *تنشأ دار المقاولاتية بناء على اتفاقية ما بين المؤسسة الجامعية المعنية والوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ)، ويعين لها مديرا يكون أستاذا بذات الجامعة.*

[7] *مراكز التسهيل هدفها تقديم التسهيلات والاستشارات لحاملي المشاريع، وكذا تسيير ملفاتهم والعمل على تقليص آجال إنشاء المشاريع.*

قائمة المصادر والمراجع:

1- مجلات وندوات:

- Aliouat B., **Incitations stratégiques et financiers de la PME-PMI : Les étapes clés d'une start-up – une analyse Franco-Canadienne**, papier présenté à la conférence internationale sur le financement des PME et le développement de leur rôle dans les pays maghrébins, Sétif le 25-28/05/2003, organisée en collaboration par la faculté des sciences économiques et de gestion (université de sétif) et la banque islamique de développement (Djedda).
- Jean-Pierre Boissin, Nathalie Schieb-Bienfait, **Des Maisons de l'Entrepreneuriat au plan d'action national des pôles entrepreneuriat étudiants**, *Entreprendre & Innover*, 2011/3 n°11-12, pages 55 à 64.
- Sellami M., **Les préalables à l'émergence d'un écosystème de développement technologique et d'Innovation**, CRUO, Oran, 7 décembre 2017.

– رحيم حسين، **سياسات التشغيل في الجزائر : تحليل وتقييم**، مجلة بحوث اقتصادية عربية، القاهرة، العددان 61–2013/62.

– رحيم حسين، **ترقية شبكة دعم الصناعات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر**، مجلة روسيكادا، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سكيكدة، العدد 03، ديسمبر 2005، ص ص119–131؛ رابط المقال: https://www.univ-constantine2.dz/laboratoires/labgmes/index_htm_files/Revue_num3_article2_ar.pdf

– قارة ابتسام وآخرون، **دور دار المقاولاتية في تطوير الفكر المقاولاتي لدى الشباب الجامعي– دار المقاولاتية بجامعة غليزان أنموذجا**، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، مخبر راسات التنمية المكانية وتطوير المقاولاتية، جامعة أدرار، مجلد3، عدد 2–2020، ص ص 93–106؛ رابط المقال: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122256

– سليماني منيرة ، بوسيف سيد أحمد، **أثر التعليم الجامعي على الموقف المقاولاتي– دراسة ميدانية على طلاب الماستر بجامعة الطارف**، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، مخبر راسات التنمية المكانية وتطوير المقاولاتية، جامعة أدرار، مجلد1، عدد 2–2019، ص ص 61–70؛ رابط المقال: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/122723

– مخوخ رزيقة، السقاولاتية كآلية لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، مخبر راسات التنمية المكانية وتطوير المقاولاتية، جامعة أدرار، مجلد4، عدد 2–2020، ص ص 1–14؛ رابط المقال: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/128312

2– نصوص تشريعية، منشورات رسمية ومواقع إنترنت:

– القانون رقم 01–18 المؤرخ في 2001/12/12، المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

– القانون رقم 08–21 المؤرخ في 2008/12/30 المتعلق بقانون المالية لسنة 2009.

- Ansej, La maison d'entrepreunariat, in: http://www.ansej.org.dz/index.php/fr/espace promoteur/la-maison-de-l-entrepreneuriat
- MEUBBA, La Maison de l'Entrepreneuriat de Bordj Bou Arreridj, in : http://www.univ-bba.dz/index.php/global/45-maison-de-l-entrepreneuriat
- Ministère de l'industrie, Bulletin d'information statistique de l'entrepris n°36, Avril 2020; in : http://www.mdipi.gov.dz/IMG/pdf/bulletin_PME_36_VFF.pdf ; Consulté le 15/10/2020.
- Ministère de l'industrie et de la restructuration , L'industrie Algérienne : réalités et perspectives, 2000.

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:252-264.

Mechanisms for stimulating and revitalizing the Algerian alternative financial market

Abdelkarim Bouhadra

Lecturer, Faculty of Economic Sciences, Business and Management Sciences, University of constantine2. Algerie , Abdelkarim.bouhadra@univ-constantine2.dz

ARTICLE INFO

Article history:
Received:24/12/2020
Accepted:01/01/2021
Online:11/01/2021

Keywords:
Alternative market, small and medium enterprises, finance
JEL Code:G19,G32,D25

ABSTRACT

The research aims to deal with the mechanisms that help revitalize and stimulate the alternative financial market in Algeria, after more than eight years of its establishment, especially in light of the small and medium-sized enterprises sector's reluctance to do so, despite the efforts made by the Algerian Stock Exchange to introduce them and provide benefits to the desired small and medium enterprises To enter this market.

آليات تحفيز وتنشيط السوق المالية البديلة الجزائرية

عبد الكريم بوحادرة

أستاذ محاضر –ب– ، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري –قسنطينة2–،الجزائر،

Abdelkarim.bouhadra@univ-constantine2.dz

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال: 2020/12/24
تاريخ القبول: 2021/01/01
تاريخ النشر: 2021/01/11

الكلمات المفتاحية
السوق البديلة؛
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
التمويل.
JELCode:G19,G32,D25

الملخص

يهدف البحث إلى تناول الآليات المساعدة على تنشيط وتحفيز السوق المالية البديلة في الجزائر، وذلك بعد أكثر من ثمان سنوات من انشائها، خاصة في ظل احجام قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عنها، بالرغم من الجهود المبذولة من قبل البورصة الجزائرية للتعريف بها وتقديم مزايا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الراغبة في الدخول لهذه السوق.

* Corresponding Author A*bdelkarim Bouhadra, Email: Abdelkarim.bouhadra@univ-constantine2.dz*

- **مقدمة:**

تعد البورصة الجزائرية من بين الأسواق المالية الخاملة، حيث تتميز بمحدودية نشاطها وضيقها ونقص السيولة فيها، الأمر الذي أدى إلى عدم قيامها بدورها الأساسي الممثل في تجميع واستقطاب المدخرات من أجل تحويلها للجهات التي تسعى إلى استثمارها، وهذا قصد التوظيف الأمثل لرؤوس الأموال المتاحة.

فمنذ الاعلان عن انشاء البورصة الجزائرية في بدايات تسعينيات القرن الماضي، لم تسجل تطورات ملحوظة بل شهدت تعثرا في معظم مراحلها، إذ كان هناك فجوة زمنية كبيرة بين التشريعات والقوانين المصدرة في هذا الشأن وبين التجسيد الفعلي لها.

لكن عموما كان السعي من أجل خلق فضاء يسمح بالتوظيف الأمثل للمدخرات واستقطاب رؤوس الأموال نحوها من خلال تفعيل وتنشيط البورصة الجزائرية، وكان أهم تحول فيها انشاء سوقا بديلة تعمل على تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الدخول إلى السوق المالية في 2012م من أجل تلبية احتياجاتها سواء التمويلية أو الاستثمارية، وقد استهدف هذا النوع من المؤسسات نظرا لأهميتها ومكانتها في الاقتصاد الجزائري.

الاشكالية: تسعى الدراسة إلى محاولة الاجابة على الاشكالية الموالية:

ما هي السبل الممكن اعتمادها من أجل تفعيل وتنشيط السوق المالية البديلة في الجزائر؟

وللاحاطة بكافة جوانب الموضوع، وتوضيح للمعالم الأساسية للإشكالية سيتم تجزئتها للأسئلة الفرعية الآتية:

- ما المقصود السوق المالية البديلة؟
- ما هو واقع السوق المالية البديلة في الجزائر؟
- كيف يمكن تفعيل وتنشيط البورصة الجزائرية، وبورصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

فرضيات الدراسة:

- السوق المالية البديلة تمثل فضاء لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتداول أدواتها المالية.
- تعتبر هذه السوق المالية البديلة في الجزائر خاملة، ولا تلبي متطلعات الاقتصاد.

أهمية وأهداف البحث: تعد البورصة كمرآة عاكسة لاقتصاداتها، لذا كان من الضروري العمل على تطويرها وتفعيلها، ومن بين السبل خلق فضاء للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الذي يمثل فضاء لالتقاء المدخرين والمستثمرين قصد تلبية رغباتهم وسد مختلف حاجاتهم سواء التمويلية أو الاستثمارية، وهو ما يتيح امكانية التوجيه الأمثل لهذه الموارد المالية مع ما يتوافق والسياسات المرسومة من قبل الحكومة وكذا ما يحقق الرفاهية والتنمية الاقتصادية.

منهجية البحث: في هذا البحث سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من أجل التعريف وشرح مستوفي لمختلف عناصر البحث ومعرفة العلاقة الرابطة بين مختلف متغيرات الدراسة.

هيكل البحث: من أجل معالجة البحث سيتم التطرق إلى مجموعة من العناصر الأساسية، والمتمثلة في العناصر الآتية:

- المقدمة؛
- نشأة البورصة الجزائرية؛

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- السوق المالية البديلة في الجزائر.
- أهمية السوق البديلة وعوائقها؛
- الخاتمة.

1- نشأة البورصة الجزائرية:

تعود فكرة إنشاء السوق المالية إلى الاصلاحات التي أعلن عنها في 1987م ودخلت حيز التطبيق عام 1988م، وهذا من خلال مجموعة من القوانين التي ساهمت في تجسيد الحرية الاقتصادية، وفتح رأسمال المؤسسات للاكتتاب العام، مما فرض ضرورة إنشاء هيئة تسمح بذلك والممثلة في السوق المالية. إلا أن هذه السوق لم تتمكن من ممارسة نشاطها في ظل غياب القوانين الخاصة بها وبعد القانون التجاري عن قواعد اقتصاد السوق. وقد تم تغيير اسمها لتصبح شركة تسيير بورصة القيم، وهي شركة ذات أسهم برأس مال قدره 475.2 مليون دج تأسست بموجب المرسوم التشريعي رقم 93-10 المؤرخ في 23 ماي 1993م، والذي من خلاله تم إنشاء بورصة القيم المنقولة كما تم تحديد الهيئات المكونة لها والمتمثلة أساسا في لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة، والتي تشكل سلطة سوق القيم المنقولة، إضافة إلى شركة لتسيير بورصة القيم المنقولة، لتجسد فعليا في 25 ماي1997.

وقد مرت بورصة الجزائر أثناء إنشائها بالمراحل الآتية:

أ- **المرحلة الأولى: 1990م-1992م:** اتخذت الحكومة في هذه المرحلة إجراءات بعد أن تحصلت معظم المؤسسات الحكومية على استقلاليتها، اضافة إلى إنشاء صناديق المساهمة. وتمثلت هذه الإجراءات في إنشاء مؤسسة تسمى شركة القيم المنقولة، مهمتها تشبه إلى حد كبير مهمة البورصة في الدول المتقدمة. وتأسست هذه الشركة من خلال صناديق المساهمة الثمانية برأس مال قدر ب320000دج، حيث يديرها مجلس الإدارة المتكون من ثمانية أعضاء كل عضو يمثل أحد صناديق المساهمة. (ريحان و دحماني، 2013، الصفحات 49-50)

ب- المرحلة الثانية 1992م-1999م: مرت هذه الشركة بمرحلة حرجة ناجمة عن ضعف رأس مالها الاجتماعي ودورها غير الواضح في الاقتصاد. وفي فيفري 1992م تم رفع رأسمالها إلى 932000 دج، كما تم تغيير اسمها وأصبحت تسمى بورصة القيم المتداولة. إلا أنها لم تشهد أي نشاط، حيث اعترضت انطلاقتها جملة من الصعوبات. وتم وضع الأساس التشريعي لبورصة القيم المتداولة في الجزائر في 1993 م بمقتضى المرسوم التشريعي رقم 93-08 المؤرخ في 25 أفريل1993 المتمم والمعدل بالأمر المتضمن قانون التجارة والمرسوم التشريعي رقم 93-10 المؤرخ في 23 ماي 1993م المتعلق بالسوق القيم المتداولة. وبموجب هذين المرسومين التشريعيين تم تكريس انطلاق عملية تأسيس بورصة الجزائر حيث نص المرسوم الأخير 93-10 على إنشاء هيئة ممثلة للسلطات العمومية تتكفل بمهمة تنظيم ومراقبة البورصة وعملياتها، ومنحت لها من الصلاحيات ما جعل أي نشاط بورصي مرهون بوجود هذه الهيئة. (بوكساني، 2005-2006، صفحة 227)

وتسير بورصة الجزائر من خلال هيئتين أساسيتين، تم تحديدها من خلال المرسوم التشريعي رقم 93-10 هما:

أ- **لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة *COSOB*:** هي سلطة ضبط مستقلة، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي. تأسست بموجب المرسوم التشريعي رقم 93-10 المؤرخ في 23 ماي 1993 المعدل والمتمم والمتعلق ببورصة القيم المنقولة. تتولى اللجنة مهمة تنظيم سوق القيم المنقولة ومراقبتها بالسهر على:

- حماية المستثمرين في القيم المنقولة؛
- حسن سير سوق القيم المنقولة و شفافيتها.

ولقد زوّد المشرع الجزائري اللجنة من أجل تمكينها من القيام بمهامها بأفضل شكل ممكن بمجموعة من السلطات والهيئات، وتتمثل أساسا في سلطات تنظيمية وسلطات اعتماد ومراقبة وتحقيق:

- السلطة التنظيمية: تقوم اللجنة، في إطار التشريع الذي يحكم السوق المالية، بإعداد أنظمة تخضع إلى موافقة الوزير المكلف بالمالية. وتتعلق الأنظمة التي يتم سنّها على الخصوص بالقواعد المهنية المطبقة على الوسطاء في عمليات البورصة، وعلى هيئات التوظيف الجماعي في القيم المنقولة، وعلى ماسكي الحسابات (حافظي السندات)، وواجبات الإعلام المفروضة على الشركات عند إصدار قيم منقولة من خلال الطلب العلني على الادخار أو القبول في البورصة أو العروض العمومية، تسيير حافظة القيم المنقولة، قواعد سير شركة تسيير بورصة القيم والمؤتمن المركزي على السندات، القواعد المهنية المطبقة على الوسطاء في عمليات البورصة، القواعد المتعلقة بمسك الحسابات (حفظ السندات)، القواعد المتعلقة بتسيير نظام التسوية والتسليم في مجال السندات، وشروط التداول والمقاصة في مجال القيم المنقولة المسجلة في البورصة.
- سلطة الاعتماد والتأهيل: تعتمد اللجنة من أجل مراقبة وتأهيل الوسطاء في عمليات البورصة، شركات الاستثمار ذات الرأسمال المتغير وصناديق التوظيف المشترك، وتُؤهل ماسكي الحسابات (حافظي السندات).
- سلطة المراقبة والحراسة والتحقيق: تسمح هذه السلطة للّجنة بالتأكد خصوصا من احترام المتدخلين في السوق للأحكام القانونية والتنظيمية التي تحكم السوق؛ وامتثال الشركات التي تلجأ إلى الطلب العلني على الادخار لواجبات الإعلام التي تخضع لها، إدراج التصويبات اللازمة في حالة حدوث مخالفات، ومن حُسن سير السوق. وتؤهَّل اللجنة، من أجل تنفيذ مهمتها في مجال المراقبة والحراسة، لإجراء التحقيقات لدى شركات أو مؤسسات مالية معنية بعملية معيّنة على القيم المنقولة.

ب- **شركة تسيير بورصة القيم المنقولة *SGBVM*:** (www.sgbv.dz, 2020) وهي شركة ذات أسهم تقوم بتسيير المعاملات التي تجرى حول القيم المنقولة في البورصة، يتمثل رأسمالها في الأسهم المخصصة لوسطاء في عملية البورصة ولا يصبح اعتمادا أي وسيط اعتمادا فعليا إلا بعد أن يكتب في قسط من رأس المال هذه الشركة كما أنها تتلقى عمولات من العمليات التي تجرى في البورصة. ومن بين مهامها:

- الوظيفة القانونية: تقوم هذه اللجنة بتنظيم سير سوق القيم المنقولة من خلال سن تقنيات، والتي تخص أساسا: رؤوس الأموال التي يمكن استثمارها في عمليات البورصة، واعتماده الوسطاء في عمليات البورصة والقواعد المهنية التي تطبق عليهم، قبول القيم المنقولة للتفاوض بشأنها وشطبها وتعليق تحديد أسعارها، العروض العمومية لشراء القيم المنقولة وتنظيم عمليات المقاصة.

- وظيفة المراقبة والرقابة: تتأكد هذه اللجنة من أن الشركات المقبول تداول قيمها في السوق المالية تتقيد بالأحكام التشريعية والتنظيمية السارية عليها في مجال القيم المنقولة وعقد الجمعيات العامة وتشكيل أجهزة الإدارة والرقابة وعمليات نشر قانونية.
- الوظيفة التأديبية والتحكمية: هي المؤهلة لمعاقبة كل مخالفة متعلقة بالحقوق المهنية للوسطاء، والمتعلقة كذلك بكل اللوائح والقواعد التشريعية والتنظيمية، أما فيما يخص التحكيم فهذه الغرفة مؤهلة للفصل في مختلف النزاعات التقنية الناجمة عن سوء فهم القوانين والقواعد المتعلقة بعمل البورصة وتحدد قواعد حساباتها في اللائحة التي تصدرها لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة.

أما فيما يخص مهام شركة تسيير بورصة القيم المنقولة فتتمثل في الأنشطة التالية:

- التنظيم الفعلي لعملية الإدراج في بورصة القيم المنقولة؛
- التنظيم المادي لحصص التداول في البورصة وإدارة نظام التداول والتسعير؛
- نشر المعلومات المتعلقة بالمعاملات في البورصة وإصدار النشرة الرسمية للتسعيرة؛
- ويتم تنفيذ مهام الشركة تحت اشراف لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها.

2- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العديد من المفاهيم إلا أنها لم تتفق على تعريف موحد، من هذه التعاريف نذكر البنك الدولي يعرف هذا النوع من المؤسسات استنادا إلى معيار عدد العمال، ويصنف المؤسسات المصغرة على أنها تلك التي تشغل أقل من 10 عمال، والمؤسسات الصغيرة تلك التي يعمل بها ما بين 10 إلى 50 عامل، أما التي تشغل ما بين50 إلى 100عامل فهي تصنف كمؤسسة متوسطة، وما فوق ذلك فهي مؤسسة كبيرة (عبد الصمد و شوشان، 2020، صفحة 56). أما الكنفدرالية العامة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بفرنسا فتعرفها: "تلك المؤسسات التي يتحمل فيها قادتها شخصيا ومباشرة المسؤوليات المالية، الاجتماعية، التقنية والمعنوية مهما كانت الطبيعة القانونية للمؤسسة" (خبابة، 2013، صفحة 16). وبالنسبة للجزائر فحسب (القانون رقم 17-02، صفحة 5) المؤرخ في 10 جانفي2017م، تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية على أنها مؤسسات إنتاج السلع و/أو الخدمات، و:

- تشغل من 01 إلى 250 شخص؛
- لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 4 مليار دج، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مليار دج؛
- تستوفي معايير الاستقلالية.

إذا فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي وحدات انتاجية تتألف غالبا من منتجين مستقلين يعملون لصالحهم الخاص سواء كأفراد أو عائلات، وتعود ملكية هذه المؤسسات إليهم يعتمدون على عدد محدود من العمال في تشغيلها يقل عن 250 عامل، اضافة إلى محدودية رأس المال وحجم الأصول المعتمدة في تكوينها.

وتتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمجموعة من الخصائص أهمها: (زيدان، 2002، الصفحات 25-26)

- صغر حجمها ومحدودية التخصص مما يساعد على المرونة والتكيف مع الأوضاع الاقتصادية؛
- سرعة الاستجابة لحاجيات السوق وسرعة صنع واتخاذ القرار، فخصائصها تعد كعوامل تسمح بسهولة تغيير درجة ومستوى النشاط أو طبيعته على اعتبار أنه سوف يكون أقل تكلفة مقارنة مع المؤسسات الأخرى؛

- تأقلم هذه المؤسسات مع الخصوصيات المحلية والجهوية تبعا لدرجة وفرة عناصر الإنتاج والهياكل؛ اضافة الى قدرتها الكبيرة على الاندماج في النسيج الاقتصادي؛
- حرية اختيار النشاط الذي يسمح بالكشف عن القدرات الذاتية وترقية المبادرات الذاتية والإبداع؛
- سهولة إنشاء هذا النوع من المؤسسات وانخفاض تكاليفه، والضآلة النسبية لرأس المال مما يسهل عملية تمويلها؛

وتسعى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق مجموعة من الأهداف سواء ما تعلق منها بالجانب الاقتصادي أو الاجتماعية، وتتمثل أهم هذه الأهداف فيما يلي: (l'Organisation internationale du Travail, 1998, pp. 4-5)

- توفير مناصب الشغل اضافة إلى التكوين الفعال للمورد البشري مع تحسين ظروف العمل، فهذا النوع من المؤسسات لا يحتاج إلى عمالة ذات مستويات عالية من التدريب والتكوين، فالتكنولوجيا المستعملة فيها بسيطة؛
- امكانية ممارسة نشاطات منتجة ومستدامة تعمل على خلق الثروة، بحيث تتكيف في مواجهة التغييرات؛
- نمو الادخار والاستثمار في الاقتصاد، واحداث تطور متوازن على المستوى الاقليمي والمحلي، فهي تعمل على توسيع قاعدة الانتاج المحلي من خلال توفير متطلبات الصناعات الكبيرة؛
- توفير منتجات وخدمات أكثر توافق مع متطلبات الأسواق المحلية وتمثل جزءا هاما من الاحتياجات المحلية مما يقلل من اللجوء للاستيراد، والعمل على دخول الأسواق المحلية والعالمية؛
- تحفيز روح الابداع، وترقية روح المبادرة الفردية والجماعية والعمل على تطوير التكنولوجيا والبحث؛

إلا أنه تسجل مجموعة من العوائق التي تحول دون قيام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأداء مهامها، خاصة في ظل الحرية الاقتصادية التي تنتهجها جل دول العالم، وما ينتج عنها من منافسة شرسة بين مختلف الصناعات، من بين هذه المعوقات يمكن ذكر: (شبايكي، 2002، الصفحات 1-6)

- عدم حماية المنتوج الوطني من التدفق الفوضوي للسلع المستوردة، ففي ظل المعاملة بالمثل لمختلف السلع على مستوى الاقتصاد، تشهد المؤسسات المحلية كبحا لنموها نظرا لما يترتب عن هذه العملية كالاغراق اضافة إلى غياب جهاز معلومات يحدد المنتجات المحلية المعنية بالحماية.
- العراقيل المتعلقة بالمحيط، والممثلة أساسا في العراقيل الادارية وما تعانيه من بطء في الاستجابة ونقص في التنظيم، ما يفوت على المستثمرين والاقتصاد الوطني فرصا استثمارية مهمة، نتيجة عدم فهم خصوصية هذا النوع من المؤسسات، وما تتطلبه من سرعة في التعامل واتخاذ القرارات وإصدار النصوص وتفعيل في أداء الجهاز التنفيذي.
- كما تواجه هذه المؤسسات نظام معلومات ضعيف وغير فعال ولا يساعدها على النمو والتطور.
- اضافة إلى الصعوبات المتعلقة بالعقار الصناعي وما تواجهه للحصول عليه من أجل اقامة مشاريعها.
- الصعوبات التمويلية: فالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة تواجه صعوبات متعلقة بالعملية التمويلية، وهذا بسبب ضعف تكيف النظام المالي المحلي مع متطلبات المحيط الاقتصادي الجديد، كغياب أو محدودية التمويل طويل المدى من جهة، والمركزية في منح القروض، وضعف نظام المعلومات والشفافية في مجال التمويل. فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعاني من صعوبة الحصول على التمويل المالي أو اجتذاب المستثمرين

ورؤوس الأموال خاصة في المراحل الأولية، ولذلك نجد أن هذه المؤسسات تعتمد في أغلب الأحيان على التمويل الذاتي، وبالتالي فهي تعمل في حدود الإمكانيات المالية المحدودة المتاحة لها، وهذا نظرا للتركيبة القانونية لهذه المؤسسات ما يصعب عليها زيادة رؤوس أموالها عن طريق طرح أسهم في الأوراق المالية أو إصدار سندات للاقتراض، أو تردد بعض البنوك التجارية في منح هذه المؤسسات قروضا ائتمانية متوسطة أو طويلة الأجل ما لم تقدم تلك المؤسسات ضمانات، كما أن التمويل المتاح في بعض الأحيان لهذه المؤسسات يعتبر غير مناسب لاحتياجاتها التمويلية نظرا لانخفاض مدة الائتمان أو لعدم كفايته.

- غياب التحفيزات الضريبية الجمركية: تلعب التحفيزات الضريبية والجمركية دورا هاما في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن ثم إسهامها في تحقيق السياسات التنموية، فالأعباء الضريبية التي تتحملها هذا النوع من المؤسسات لا يساعد بأي حال من الأحوال على العمل الإنتاجي بل تؤدي إلى تعدد وتنامي الأنشطة الموازية التي تصب في خانة التهرب الضريبي، لذا عند فرضها يجب الأخذ بعين الاعتبار مدى اسهامها في تشجيع الاستثمار والتشغيل.
- غياب الفضاءات الوسيطة: وتتمثل أهم هذه الفضاءات الوسطية في الهيئات المساعدة على إقامة وتدعيم هذه المشاريع، ويمكن حصرها فيما يلي:
  - البورصة: تشكل أداة ناجعة لتطوير المؤسسات باعتبارها تشكل فضاء إعلاميا وتنشيطيا وتشاوريا هاما. فوجود البورصة من شأنه إحصاء القدرات التقنية والمالية للمؤسسات من أجل الاستعمال الأمثل للطاقة الإنتاجية.
  - غرف التجارة: تضمن الربط بين العديد من المتعاملين الاقتصاديين والسلطات العمومية، إذ تمثل حلقة أساسية لتنظيم الاقتصاد وخلق انسجام بين المصالح المختلفة.
  - التظاهرات المحلية والدولية: وتتمثل في تنظيم وحضور تظاهرات اقتصادية محلية وعالمية، باعتبارها كأسواق لتقسيم المنتجات وكذا فضاء لتبادل المعلومات الاقتصادية والمالية.
  - مؤسسات البحث العلمي وكيفية الاستفادة منها في حل المعضلات التي تواجه نمو الاقتصاد الوطني وكيفية اندماجه.
- المعوقات أو الصعوبات التسويقية، وهذا نتيجة انخفاض امكاناتها المالية وتفضيل المستهلك للسلع المستورة نتيجة اختلاف الجودة، كما ترجع الى غياب الحوافز المالية والادارية. (رجب، زروقي ، و يحي باي، 2020، صفحة 19)

3- السوق المالية البديلة في الجزائر:

كان ظهور السوق المالية البديلة في الولايات المتحدة الأمريكية *(NASDAQ)* سنة 1971م، من خلال النجاح الكبير المسجل في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ثم انتقلت هذه التجربة إلى أوروبا والتي كانت ايطاليا أول معتمديها سنة 1978م، لتنتقل إلى المملكة المتحدة سنة 1981م عن طريق انشاء *Unlisted Securities Market USM* لتداول القيم الصغيرة والمتوسطة التي يتوقع منها تحقيق عوائد كبيرة في المستقبل،. (بوعتروس و العايب، 2011، صفحة 128) لتصبح *USM* في 19 جوان 1995م تحت اسم *Alternative Investment Market AIM*

(https://en.wikipedia.org/, 2020) وقد عرفت هذه السوق تطورا كبيرا خاصة بعد 2005م ليصل عدد الشركات المدرجة بها 1600 شركة، بحجم معاملات مقدر ب61 مليار دولار أمريكي. أما في فرنسا فتم انشاء السوق الثانية في 1983م، وبعدها تم انشاء السوق الجديدة في 28 ديسمبر 1995م موجه للمؤسسات الصغيرة ذات القدرة على النمو، كما قامت *Euronext* بانشاء السوق الفرعية *Alternext* سنة 2005م والخاص بالقيم الصغيرة. وبلجيكا أقامت سوق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في 1985م، ألمانيا 1987م، وكوريا 1996م، المغرب 2000، وبالنسبة لمصر أقامت بورصة النيل سنة 2007م. (طلحي، 2013–2014، الصفحات 199–200)

ومع الانتشار الواسع لبورصات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إلا أن بعض التجارب تبقى رائدة في هذا المجال، مثلما هو الحال لكل من بريطانيا والولايات المتحدة، أما في الوطن العربي فيمكن أن تكون التجربة المصرية أفضل من باقي الدول على غرار كل من تونس، المغرب، وحتى الجزائر انطلاقا من 2012م.

وتعرف بورصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أنها الأسواق المالية التي تعطي فرصة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المتنامية والتي تتميز بمعدلات نمو مرتفعة لكي تزيد من رأس مالها، في اطار المشاركة، والضمان واتاحة الأوراق المالية والقواعد المنظمة لكل من الشركات والمستثمرين معا، وذلك وفق عملية انسيابية متصلة ومتواصلة ومقبولة من الأطراف المكونة لها. (عبد المطلب، 2009، صفحة 423) مما يعني خلق فضاء تمويلي لهذه المؤسسات من أجل سد الاحتياجات المالية لها كونها غير مؤهلة لدخول سوق المؤسسات الكبيرة، وذلك عن طريق طرح أوراقها المالية للاكتتاب العام، بحيث تخضع هذه العملية لمجموعة من الشروط والضوابط الخاصة بالبورصة، وتكون هذه الأوراق المالية قابلة للتداول.

وتتدخل العديد من العوامل في اتخاذ قرار اللجوء إلى البورصة من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن بين هذه العوامل: (بوعتروس و العايب، 2011، الصفحات 132–133)

- العوامل الداخلية: من بين هذه العوامل نجد العوامل المرتبطة بالمسير، والتي ترتبط بمدى قابليته للتخلي عن العمليات الادارية، والتنازل عن جزء من ملكيته للمؤسسة، وهذا في ظل الدور الذي بذله في انشائها، اضافة إلى عوامل شخصية متعلقة بالمسير كالعمر، والتكوين..وغيرها. كما نجد عوامل تتعلق بالمؤسسة، وتتمثل في نشاطها، حصتها السوقية، طبيعة التنظيم فيها، هيكلها المالي، حجمها، اضافة الى عمرها فحسب *P.Dessertine* فإن المؤسسات المدرجة في السوق الجديدة الفرنسية تتراوح أعمارها بين 10.2–13.3سنة.
- العوامل الخارجية: وتتعلق بدرجة أساسية بتطور التنظيم المتعلق بالانفتاح وكثافة الدخول إلى البورصة.

كانت 2012م انطلاقة لبورصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، وذلك من خلال ما جاء في النظام 12–01، حيث ربطت عملية الادراج بمجموعة من الشروط: (نظام رقم 12–01 ، صفحة 2)

- يجب أن تكون الشركة ذات أسهم، وينبغي لها أن تعيّن لمدة 5 سنوات مستشاراً مرافقاً يسمى "مرقي البورصة"؛
- تفتح رأسمالها بنسبة 10٪ كحد أدنى يوم الإدراج في البورصة؛
- تطرح للاكتتاب العام سندات رأس المال التّابعة لها، بحيث تُوزَّع على ما لا يقل عن 50 مساهماً أو 03 مستثمرين من المؤسسات يوم الإدراج؛

- تنشر كشوفها المالية المصدّقة للعامين الماضيين، ما لم تعفها لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها من هذا الشرط. وأما شروط الأرباح والحد الأدنى لرأس المال فليست مفروضة على الشّركة التي تطلب الإدراج في سوق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك دون الإخلال بأحكام القانون التجاري المتعلقة بالشركات ذات الأسهم التي تقوم باللّجوء العلني إلى الادخار.

ويعتبر مرقي البورصة شرط أساسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الراغبة في الادراج على مستوى البورصة، فهو عبارة عن مستشار مرافق، إذ يجب أن يكون وسيطاً معتمداً في عمليات البورصة أو بنكاً أو مؤسسة مالية أو شركة استشارية في مجالات المالية والقانون وإستراتيجية الأعمال، مع تمتعه بالخّبرة الكافية في عمليات هيكلة رأس المال واندماج وشراء المؤسسات، على أن يكون معترفاً به ومسجلاً لدى لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها، وقد تم تحديد شروط وإجراءات تسجيل مرقي البورصة بموجب تعليمية لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها رقم 01-2013م المؤرخة في 9 جوان 2013م. ويتعين على مرقي البورصة القيام بمجموعة من المهام: (www.sgbv.dz، 2020)

- مرحلة ما قبل الإدراج: يقوم بمساعدتها عند القيام بإصدار أسهمها وفي التحضير لعملية إدراجها، حيث يشهد من خلال توقيعه على المذكّرة الخاضعة لتأشيرة لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها وأن المعلومات الواردة فيها مطابقة للواقع ولا يشوبها إغفال من شأنه أن يؤثّر على الفهم والإدراك لما هو وارد فيها.
- مرحلة الإدراج: يجب على الشركة أن تبرم مع مرقّي البورصة اتفاقية يتم إعدادها وفقاً للنموذج التي حدّدته لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها، لمدة سريان يُتّفق عليها بين الطّرفين على أن لا تقل عن سنتين. ويجب إخطار لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها في حال إنهاء الاتفاقية، فتصبح المؤسسة الصغيرة والمتوسطة ملزمة على الفور بتعيين مرقّي بورصة جديد.
- مرحلة ما بعد الإدراج: يُكلّف مرقّي البورصة بمراقبة المؤسسة الصغيرة أو المتوسطة، وضمان إيفائها الدائم بالتزاماته القانونية والتّنظيمية فيما يتعلق بالإفصاح عن المعلومات. في حال حدوث تقصير من قبل المؤسسة المُصْدرة، ينبغي لمرقّي البورصة أن يذكرّها بالتزاماتها ويقدّم لها المشورة اللازمة لتصحيح الوضع.

وتحقق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مجموعة من المزايا نتيجة دخولها للبورصة، منها:

- رفع رأس المال وتعزيز الأموال الخاصة مع ضمان تنويع مصادر التمويل؛
- توسيع نطاق المساهمين؛
- تعزيز الشهرة؛
- تثمين الموارد البشرية؛
- تحقيق استدامة الشركات ومراقبتها الاحتياطية؛
- التغيير في نظام "حوكمة الشركات"؛
- الإعفاء من مختلف الضرائب بالنسبة للمؤسسات المدرجة على مستوى البورصة .

4- أهمية السوق المالية البديلة وعوائقها:

لنجاح بورصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واستمرار نشاطها يجب توفر مجموعة من العناصر، والتي تعد أساس قيامها، منها قدرة البورصة على جذب أكبر عدد ممكن من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، للعمل في

كنفها والتمويل من خلالها، وهذا لا يكون إلا اذا توفرت الشروط الأساسية لقيام البورصة من كفاءة، شفافية، مرونة....اضافة إلى اقبال المتعاملين في هذه السوق من مستثمرين، ومؤسسات وغيرها.

وفي حالة دخول البورصة من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فإن إقبال المستثمرين والجمهور على أسهم مؤسسة صغيرة سيكون ضعيف، فالمصلحة تقتضي الاستثمار في أسهم مؤسسات مسعرة، من أجل تحقيق الأرباح في أقرب الآجال، وفي الغالب لا تمتلك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم أفاق مستقبلية وربحية مرتفعة في مرحلة النمو. ولذلك تجد صعوبة في بيع أسهمها كونها تفتقر للسيولة وليس باستطاعتها توزيع أرباح إلى بعد مدة زمنية لا تخدم طموحات المستثمرين في البورصة. (بلهادي، نزعي ، و سحنون، 2019، صفحة 46)

وتجمع السوق المالية البديلة بين مجموعة من المتعاملون كل له وظيفته وأهدافه، ومن خلال ممارستهم لمهامهم فهم يعملون على ضمان: (عبد المطلب، 2009، صفحة 427)

- النمو العالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- زيادة ثقة المستثمرين في هذه البورصة؛
- التقييم العادل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- تحقيق الكفاءة، السيولة والشفافية في البورصة.

ومن بين المزايا المحققة من خلال تفعيل وتنشيط بورصات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أنها تمثل مصدرا تمويليا دائما لهذه المؤسسات، خاصة في ظل الصعوبات التمويلية التي تعرفها هذه المشاريع في مختلف مراحل نموها وتوسعها، هذا الأمر يسمح برفع القدرة التنافسية لها، وتعظيم قيمتها، وبالتالي السماح بخلق فرص العمل، والانتاج...، ويمكن تناول المزايا الناجمة عن فتح الأسواق المالية البديلة أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في محورين أساسين هما: (صديقي و إدريس، 2011، الصفحات 101-102)

أ- **مزايا الاقتصاد الكلي:** هذه المزايا تمس الاقتصاد ككل، ومنها:

- المساعدة على دمج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل في السوق الموازي ضمن الاقتصاد الرسمي،
- تحفيز المستثمرين الأجانب على الدخول إلى الاقتصاد من خلال انشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- دعم وتطوير القطاعات الواعدة التي تتمتع بمزايا نسبية وتحتاج لدعم فني وتمويلي مثل قطاعات تكنولوجيا المعلومات الصغيرة والمتوسطة؛
- تعتبر كمكمل للآليات التمويلية الأخرى، مثل التمويل عن طريق رأس المال المخاطر، حيث سيسهل عملية الخروج بالنسبة للمستثمرين، كما ستوفر السوق المالية البديلة قاعدة بيانات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جميع القطاعات الاقتصادية، وهو ما يمثل فرصة لمن يرغب في الاستثمار ومعرفة إمكانياتها وأوضاعها المالية؛
- تساهم السوق المالية البديلة في تنوع الأدوات المالية على مستوى السوق المالية وتساعد في تفعيل الشفافية؛
- تؤثر في ضخ السيولة النقدية في الاقتصاد وتحويل السوق من حالة الركود إلى حالة الرواج الاقتصادي.

ب- **مزايا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،** يمكن حصرها في:

- الحصول على التمويل اللازم لمشروعها، بعيدا عن الصعوبات والقيود التي تكون في المصادر التمويلية الأخرى مثل التمويل المصرفي، وهو ما يتيح خيارات تمويلية متعددة لهذه المؤسسات؛
- امكانية التوسع وتنمية المؤسسات الصغيرة من قبل الشباب وصغار المستثمرين؛
- ترفع عملية الادراج في السوق البديلة من القدرة الاقتراضية للمؤسسة؛
- أنها تساهم بدون شك في إغراء أصحاب الاقتصاديات العشوائية بالعودة للعمل ضمن الاقتصاد الشرعي؛
- توفير فرصة لدخول مستثمرين استراتيجيين كشركاء مما يسمح بنقل وتحسين الخبرات الفنية والتكنولوجية والإدارية؛
- توفير إمكانية حدوث عمليات اندماج مع شركات أخرى بهدف خلق كيانات أكبر وأكثر تنافسية أو أن يتم الاستحواذ عليها من قبل شركات أكبر؛
- التقييم العادل للمؤسسة، وهو ما تعكسه القيمة السوقية لأسهم المؤسسة في بورصة القيم الصغيرة؛
- الالتزامات التي تتحملها الشركة بسبب القيد في البورصة ترفع من كفاءة الإدارة المالية والتنظيمية للشركة.

وقد تواجه المؤسسات الغيرة والمتوسطة مجموعة من العوائق التي تمنعها من اللجوء الى السوق البديلة، وقد لخصها Belletante في: (بوعتروس و العايب، 2011، صفحة 137)

- ظروف غير ملائمة.
- حجم غير كاف، فحسب كل من Laoureix وLaurin فان معظم المؤسسات الفرنسية لا تلجأ للسوق البديلة نظرا لحجمها الصغير.
- ارتفاع تكاليف الدخول، فتكاليف المعاملات عموما تتناسب عكسيا مع حجم المؤسسة.
- التخوف من تقييم المؤسسة بأقل من قيمتها
- التخوف من فقدان الاستقلالية.
- الى جانب نقص الخبرة ونقص المعلومات حول الاجراءات للدخول للسوق البديلة من أهم العوائق التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ومن أجل تنشيط السوق المالية البديلة، وجب التفكير في كيفية التأثير على الأطراف المساهمة والمتفاعلة ضمن هذه السوق، وتتمثل هذه الأساليب في: (مكاوي و بابا حامد ، 2017، الصفحات 205-206)

أ- **أساليب لجذب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:** تتلخص أهم تلك الأساليب فيما يلي:

- ✓ العمل على استمالة المؤسسات ذات معدلات النمو المرتفعة من خلال توفير واتاحة مصادر تمويلية متنوعة مثل: البنوك ومؤسسات رأس المال المخاطر ومؤسسات تمويل أخرى، وتسهيل اجراءات الحصول على التمويل؛
- ✓ تنمية الوعي لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال التعريف بهذه السوق، والتأكيد على المزايا؛ والقواعد؛
- ✓ تنظيم لقاءات وفضاءات تعريفية لهذه السوق مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإيضاح المزايا والقواعد من التسجيل فيها، وبالتالي جذبهم للدخول في هذا السوق.
- ✓ التنسيق مع بعض مؤسسات التمويل الدولية والمحلية لدعم ومساندة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل جذب مجموعة من المؤسسات المستهدفة وتسجيلهم في السوق الجديد.

ب- **أساليب جذب المستثمرين :**تتلخص فيما يلي:

- ✓ إقامة قنوات اتصال، وبيئة تعامل كفء تستهدف إيضاح جدوى الاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ✓ تأسيس نظام لصانعي السوق لتوفير السيولة في السوق الثانوية؛
- ✓ انشاء دليل يوضح أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السوق الجديد؛
- ✓ العمل على تخفيض رسوم التعامل والمقاصة؛
- ✓ انشاء موقع على الانترنت للسوق المالية البديلة ينطوي على كل المعلومات المتعلقة بالسوق الجديد.

أما السبل التي يجب انتهاجها من أجل تفعيل السوق البديل في الجزائر، فتتمثل في: (عياش و بلغول، 2017، صفحة 21)

- محاربة الاقتصاد الموازي من أجل دمج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضمن السوق المالية المنظمة، وهذا من خلال القيام بمختلف الاصلاحات التي تسهم في الاندماج ضمن السوق الرسمي، منها: الاصلاحات الجبائية وتسهيل الإجراءات الإدارية المتعلقة بتنظيم وتسيير النشاط الاقتصادي؛
- تسريع عمليات الخوصصة للشركات أو البنوك أو المتدخلين في البورصة، وهو ما يبعث روح المبادرة والمخاطرة سواء في النظام المالي أو الحقيقي، فبالرغم من أن أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة هم من القطاع الخاص لكنهم ينشطون في محيط لم يتخلص بعد من رواسب التسيير الاشتراكي.
- القيام بحملات تعريفية بهذه السوق والمزايا الناجمة عنها، الاجراءات الخاصة بعمليات الادراج، التنسيق مع بعض مؤسسات التمويل الدولية والمحلية.
- الاهتمام بالاعلام الاقتصادي والتعريف بمزايا التمويل والاستثمار في البورصة من خلال استغلال مختلف وسائل الاتصال المتاحة؛
- السعي لنشر وتطوير الوعي والثقافة المالية عامة والثقافة البورصية خاصة، عن طريق التوجه إلى إستراتيجيات التربية المالية.
- وجب وضع هذه الشروط حسب واقع ببيئة الأعمال وقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تحليل ودراسة السلوك المالي للجزائريين وتوفير أدوات استثمارية وتمويلية تتلائم وتطلعاتهم أو رغباتهم؛
- انشاء واعتماد هيئات دعم ومرافقة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مستوى السوق المالي أيضا لتوفير التمويل لهذه المؤسسات.

مع أن بورصة الجزائر أتاحت أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة امكانية دخول البورصة من أجل التمويل وتداولها المالية، إلا أنها لم تسجل إلى غاية نهاية 2020 سوى مؤسسة واحدة هي أوم انفست، بمعدلات تداول معدومة. حيث لا تكاد تسجل أي تحركات على أدوات هذه المؤسسة. ويرجع ذلك إلى احجام كل من المؤسسات والمستثمرين على دخول البورصة، وذلك في ظل غياب الخبرة في هذا المجال، اضافة إلى انخفاض معدلات الشفافية.

- **خاتمة:**

رغم فتح البورصة الجزائرية أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منذ 2012م، إلا أنه لم تسجل سوى عملية ادراج مؤسسة واحدة فقط، وذلك في ظل الامتيازات المقدمة من قبل البورصة الجزائرية من أجل استقطاب أكبر شريحة ممكنة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وحتى المستثمرين. ولقد توصلت الدراسة إلى ما يلي:

- نقص الوعي الاستثماري لدى الأفراد والمؤسسات، ناجم عن قلة التوعية والتعريف بالثقافة المالية بصفة عامة والثقافة البورصية بصفة أخص؛
- القوانين المعقدة في كثير من الأحيان وصعوبة تفسيرها من قبل مستعمليها؛
- عدم مسايرة القوانين للتغيرات الحاصلة في المحيط الاقتصادي مع البطء في التجسيد؛
- عدم ثقة المستثمرين والمدخرين في النظام المالي الجزائري؛
- عدم تلبية الأدوات المالية المتداولة لرغبات المؤسسة والمستثمر الجزائري؛
- انعدام قاعدة بيانات اقتصادية ومالية وطنية.

ومن أجل تجاوز النقائص وجب توفير مختلف الهياكل والإجراءات والقوانين التي تساهم في التعريف بالسوق المالية البديلة، ومحاولة غرس ثقافة البورصة بالنسبة للمؤسسات المحلية من أجل الاستفادة من خدماتها المقدمة.

- **الهوامش:**

[1]. للاطلاع على شروط تسجيل واعتماد مرقي البورصة: http://www.sgbv.dz/commons/post/Direction/Conditions.pdf كما ينبغي للشركة الصغيرة أو المتوسطة التي ترغب في إدراجها في البورصة أن تبرم مع مرقي البورصة اتفاقية يتم إعدادها وفقاً للنموذج المحدد بموجب تعليمة لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها رقم 02-2013 المؤرخة في 9 يونيو 2013، للاطلاع:
http://www.sgbv.dz/commons/post/Direction/Convention%20Promoteur_PME.pdf

- **قائمة المصادر والمراجع:**

1. عبد الله خبابة(2013)، **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة**، الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
2. عبد الحميد عبد المطلب(2009)، **اقتصاديات تمويل المشروعات الصغيرة**، الاسكندرية: الدار الجامعية.
3. رشيد بوكساني(2005-2006)، **معوقات أسواق الأوراق المالية العربية وسبل تفعيلها**، رسالة دكتوراه. جامعة الجزائر, الجزائر.
4. سماح طلحي(2013-2014)، **دور البدائل الحديثة في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة –مع الاشارة لحالة الجزائر –**، أطروحة دكتوراه، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.
5. الشريف ريحان والطاوس حمداوي (جوان2013)، **بورصة الجزائر – رهانات و تحديات التنمية الاقتصادية**، التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد34.
6. عبد القادر بلهادي، عزالدين نزعي ، وسمير سحنون (2019)، **دور المحددات البيئية والمؤسساتية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الإبتكارية برأس المال المخاطر**، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولتية، المجلد 02، العدد2.
7. عبد الحق بوعتروس وياسين العايب (2011)، **تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق الأسواق المالية**، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، مخبر تقييم أسواق رؤوس الأموال الجزائرية في ظل العولمة، جامعة فرحات عباس: سطيف 01(01).
8. سميرة عبد الصمد، وسهام شوشان (2020)، **المرافقة المقاولاتية كآلية لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر مشتلة المؤسسات –محضنة باتنة نموذجا**، مجلة النمو الاقتصادي والمقاولتية، المجلد3، العدد(2)، الصفحات 54-69.
9. لطيفة رجب، رياض زروقي ، ونجاة يحي باي(2020)، **اعتماد حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة –مدخل أساسي لانجاح مسار التنمية الاقتصادية للدولة**. مجلة النمو الاقتصادي والمقاولتية، المجلد 04، العدد(2)، الصفحات 15-32.

10. مسعود صديقي وخالد إدريس(2011)، **أهمية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق البورصة- نموذج بورصة النيل المصرية وبورصة ألترناكست الفرنسي**- مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد4.
11. مكاوي الحبيب، بابا حامد كريمة(سبتمبر 2017)، **البورصة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر**، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي -جامعة المسيلة-، العدد 02 .
12. **القانون رقم17-02**. المؤرخ في 10 جانفي 2017، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد(02).
13. **المرسوم التشريعي رقم93-10** .المؤرخ في 23 ماي 1993، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد(34).
14. **نظام رقم12-01** المؤرخ في 12 جانفي 2012م، المعدّل والمتمّم للنّظام رقم 97-03 المؤرخ في 18 نوفمبر1997 المتعلّق بالنّظام العام لبورصة القيم المنقولة.
15. سعدان شبايكي، **مـــعوقات تـــنمية و تـــرقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر**، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، جامعة عمار ثليجي الأغواط، 8- 9 أفريل2002.
16. زبير عياش وبلغول ليلي، **تحديات السوق المالي الجزائري كبديل تمويلي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، ملتقى وطني حول: المؤسسات الاقتادية الجزائرية واستراتيجيات التنويع الاقتصادي في ظل انهيار أسعار المحروقات، جامعة 8 ماي 1945 -قالمة، 25-26 أفريل 2017،
17. محمد زيدان، **أساليب تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال الصناعات التقليدية والحرفية**، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، جامعة عمار ثليجي الأغواط، 8- 9 أفريل2002.

18. l'Organisation internationale du Travail. (1998, juin 2-18). ***LA CRÉATION D'EMPLOIS DANS LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES***. Guide de la Recommandation no 189 de l'Organisation internationale du Travail, Adoptée par la Conférence internationale du travail. Genève.
19. https://en.wikipedia.org/wiki/alternative investement market 2020-12-10 13.00
20. www.sgbv.dz. 2020-12-10 13.00

Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE
Spatial and entrepreneurial development studies laboratory
Year : 2021 Vol.5 No.2 Special pp:265-280.

The effects of COVID 19 on small and medium enterprises - case of Algeria, China and the United Arab Emirates

BKHITI Ali [1], BOUAOUINA Salima [2]

[1]PhD Student , Institute of Economic sciences /University center of Tipaza, Algeria, Bkhiti.ali@cu-tipaza.dz.
[2]Lecturer , Institute of Economic sciences /University center of Tipaza, Algeria, Bouaouina.salima@cu-tipaza.dz.

ARTICLE INFO

Article history:
Received:02/08/2020
Accepted:15/10/2020
Online:11/01/2021

Keywords:
COVID 19
Small and Medium Enterprises
Algerian's economy
Chinese economy
UAE economy
JEL Code:I18,L32,E24

ABSTRACT

Small and medium enterprises play an important role in achieving the economic development of any country in the world through their contributions to national income, as well as the absorption of unemployment and contribute to employment and achieving social welfare.
Any imbalance that affects small and medium enterprises will affect the national economy in view of the close relationship and the vital role that small and medium enterprises play in relation to the national economy. This is what we see through the impact of Corona virus COVID 19 on small and medium enterprises and thus the impact on the national economy in general. This is by referring to the case of Algeria, China and the United Arab Emirates.
COVID 19 was not only medically but also economically and socially effective.

آثار الكوفيد 19 على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة– حالة الجزائر، الصين والإمارات العربية المتحدة

بخيتي علي [1] ، بوعوينة سليمة [2]

[1] طالب دكتوراه ، قسم العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، Bkhiti.ali@cu-tipaza.dz .

[2] أستاذ محاضر أ ، قسم العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، Bouaouina.salima@cu-tipaza.dz .

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال: 2020/08/02
تاريخ القبول: 2020/10/15
تاريخ النشر: 2021/01/11

الكلمات المفتاحية

كوفيد 19
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
الإقتصاد الجزائري
الاقتصاد الصيني
الاقتصاد الإماراتي
JEL Code:I18,L32,E24

الملخص

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تؤدي دورا هاما و حيويا في تحقيق التنمية الاقتصادية لأي دولة من دول العالم وهذا من خلال ما تقدمه من مساهمات في الدخل القومي وخلق القيمة المضافة و كذا مدى امتصاص البطالة والمساهمة في التشغيل و تحقيق الرفاهية الاجتماعية.
إن أي اختلال يمس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سيمس بالاقتصاد الوطني نظرا للعلاقة الوطيدة ، والدور الحيوي الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالنسبة للاقتصاد الوطني ، وهذا ما نراه من خلال تأثير فيروس كورونا كوفيد 19 على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبالتالي التأثير على الاقتصاد الوطني بصفة عامة ، وهذا بالتطرق إلى حالة كل من الجزائر والصين والإمارات العربية المتحدة.
كوفيد 19 لم يؤثر من الناحية الطبية فقط ولكنه أثر أيضا من الناحية الاقتصادية و الاجتماعية.

* Corresponding Author BKHITI Ali, *Email: Bkhiti.ali@cu-tipaza.dz*

- مقدمة:

في إطار التغيرات الاقتصادية الحالية تتجه الدول سواء النامية أو المتقدمة منها نحو دعم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث انتقلت من سياسة دعم المؤسسات الكبيرة إلى سياسة دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لما لها من أهمية كبيرة في دفع عجلة التنمية ، حيث تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أحد ركائز التنمية الاقتصادية والاجتماعية وذلك راجع إلى مدى مساهمتها في الدخل القومي وخلق القيمة المضافة و كذا مدى امتصاص البطالة والمساهمة في التشغيل و تحقيق الرفاهية الاجتماعية وبالتالي النمو الاقتصادي ككل ، وأي خلل يصيب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فإنه يصيب الاقتصاد الوطني ككل .

ومع ظهور أعراض فيروس كورونا كوفيد 19 الذي قد أثر أيضا على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهذا نظرا لتأثيره على الاقتصاديات العالمية ككل ، وعلى سبيل المثال قد أثر هذا الفيروس بصفة عامة على اقتصاديات كل من الجزائر والصين والإمارات العربية المتحدة محل هذه الدراسة ، وأثر بصفة خاصة على قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لهذه الدول.

إشكالية الدراسة : بناء على ما سبق يمكن صياغة الإشكالية التالية :

ما مدى تأثير فيروس كورونا كوفيد 19 على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟

فرضيات الدراسة : تقوم الدراسة الحالية على الفرضيات التالي :

- مثلما يؤثر فيروس كورونا كوفيد 19 من الناحية الطبية فهو يؤثر أيضا من الناحية الاقتصادية.
- يؤثر فيروس كورونا كوفيد 19 على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

نظرا للارتباط الوثيق بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و الاقتصاديات الوطنية باعتبارها النواة الأساسية التي تقوم عليها هذه الاقتصاديات فإن فيروس كورونا كوفيد 19 يؤثر على الاقتصاد الوطني ككل.

منهج الدراسة: اعتمدنا على المنهج الوصفي ، الذي يهدف إلى وصف الظاهرة كما وكيفا باستخدام أدوات التحليل.

أهداف الدراسة : تتجسد أهداف الدراسة في تسليط الضوء على :

- التعرف على أهم المفاهيم الأساسية للكوفيد 19.
- التعرف على أهم المفاهيم الأساسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- التعرف على مدى تأثير الكوفيد 19 على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري.
- التعرف على مدى تأثير الكوفيد 19 على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الصيني.
- التعرف على مدى تأثير الكوفيد 19 على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الإماراتي.
- التعرف على الجهود الدولية المبذولة لمجابهة الأزمة.

1- الإطار النظري للكوفيد 19:

بعد زهاء أربعة أشهر من اكتشاف أول حالات الإصابة بفيروس كورونا المستجد والإعلان عنها، صنفت جائحة كورونا كواحدة من أسوأ الأزمات التي شهدها العالم في العصر الحديث وتبوأت مقعدها باستحقاق في قائمة الأحداث التي أدت إلى أكبر الهزات الاقتصادية منذ بداية القرن العشرين إلى يومنا هذا. كيف لا وقد تجاوزت الآثار الاقتصادية لهذه الجائحة آثار أحداث كبرى تحولت إلى لحظات فارقة في التاريخ البشري الحديث كالكساد الكبير والحرب العالمية الثانية والأزمة المالية العالمية التي حدثت منذ أكثر من عقد. ولعل الضرر الاقتصادي الذي أحدثه وباء كورونا في بضعة أسابيع تجاوز ما أحدثته الأزمة المالية العالمية سنة 2008 على مدى ثلاث سنوات وهو ما ينبئ بمرحلة صعبة على كل المستويات سيمرّ بها العالم لاحقا وقد يمتد أثرها إلى ما بعد انحسار الوباء وسيحتاج العالم إلى سنوات للتعافي.

1-1- ما هو الكوفيد 19 (فيروس كورونا):

جاء تعريف منظمة الصحة العالمية لفيروس كورونا (كوفيد 19) كما يلي : (WHO, 2020)

فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان. ومن المعروف أن عدداً من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس) والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس). ويسبب فيروس كورونا المُكتشف مؤخراً مرض كوفيد 19.

مرض كوفيد 19 هو مرض مُعدٍ يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019. وقد تحوّل كوفيد 19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم.

تتمثل الأعراض الأكثر شيوعاً لمرض كوفيد 19 في الحمى والسعال الجاف والتعب .وقد يعاني بعض المرضى من الآلام والأوجاع، أو احتقان الأنف، أو ألم الحلق، أو الإسهال. وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ تدريجياً. ويصاب بعض الناس بالعدوى ولكن لا تظهر عليهم سوى أعراض خفيفة جداً. ويتعافى معظم الناس (نحو 80%) من المرض دون الحاجة إلى علاج في المستشفى. وتشتد حدة المرض لدى شخص واحد تقريباً من كل 5 أشخاص يصابون بعدوى كوفيد 19 حيث يعانون من صعوبة في التنفس. وترتفع مخاطر الإصابة بمضاعفات وخيمة بين كبار السن، والأشخاص الذين يعانون مشاكل طبية أصلاً، مثل ارتفاع ضغط الدم أو أمراض القلب والرئتين، أو داء السكري، أو السرطان. ولكن أي شخص يمكن أن يُصاب بعدوى كوفيد 19 المصحوبة بأعراض شديدة. وحتى الأشخاص المصابين بأعراض كوفيد 19 الخفيفة جداً يمكن أن ينقلوا الفيروس إلى غيرهم. ويجب على جميع الأشخاص المصابين بالحمى والسعال وصعوبة التنفس الحصول على العناية الطبية، أياً كانت أعمارهم.

1-2- الكوفيد 19 و الاقتصاد العالمي:

مثلما ينشر فيروس كورونا (الكوفيد 19) المعاناة البشرية في كافة أنحاء العالم، فإنه ينشر كذلك المعاناة الاقتصادية، فهو ليس فيروسًا مُعديًا على المستوى الطبي فقط، ولكنه مُعدٍ اقتصاديًّا أيضًا. ففي 4 مارس 2020، قالت المفوضية

الأوروبية إن إيطاليا وفرنسا معرضتان لخطر الانزلاق إلى الركود. وقال صندوق النقد الدولي إنه يرى أن الاقتصاد العالمي يتجه إلى مسارات أكثر خطورة. (Richard & Beatrice, 2020, p. 01)

تُسيطر حالة من عدم اليقين حول عمر الأزمة الاقتصادية الراهنة التي تسبّب فيها فيروس كورونا، فمن الواضح أن هذه الصدمة الاقتصادية يمكن أن تسبب آلامًا طويلة، وربما تترك ندوبًا عميقة أكبر بكثير من الأوبئة الأخرى التي كانت تظهر بعد الحروب الكبرى.

هذا الوباء مختلف من الناحية الاقتصادية، لأنه ضرب بشدة الدول الاقتصادية الكبرى، فالدول الأكثر تضررًا تشمل مجموعة السبعة G7، بالإضافة إلى الصين. ورغم تغير البيانات الطبية كل ساعة، إلا أنه اعتبارًا من 5 مارس 2020، كانت الدول العشر الأكثر تضررًا من فيروس كورونا مطابقة تقريبًا لقائمة أكبر عشرة اقتصاديات في العالم (باستثناء إيران والهند). وتأتي الولايات المتحدة والصين واليابان وألمانيا وبريطانيا وفرنسا وإيطاليا ضمن العشرة الأوائل الأكثر تأثرًا بالمرض.

ولكي نُدرك حجم الكارثة، وإذا أخذنا فقط الولايات المتحدة والصين واليابان وألمانيا وبريطانيا وفرنسا وإيطاليا، فسنجد أنهم يمثلون 60% من العرض والطلب العالميين (الناتج المحلي الإجمالي)، و65% من التصنيع العالمي، و41% من الصادرات الصناعية العالمية. (Richard و Beatrice، 2020، صفحة 02)

لذا، من المرجّح أن يتضرر قطاع التصنيع العالمي من ثلاثة جوانب: (Richard و Beatrice، 2020، صفحة 04)

أولًا– تعطل الإمدادات المباشرة سيعيق الإنتاج، حيث يركز الفيروس على قلب التصنيع في العالم (شرق آسيا) وينتشر بسرعة في الشركات الصناعية العملاقة الأخرى في الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا.

ثانيًا– ستؤدي العدوى في سلسلة التوريد إلى تضخيم صدمات التوريد المباشرة، حيث ستجد قطاعات التصنيع في الدول الأقل تأثرًا صعوبة أكبر وأكثر تكلفةً في الحصول على المدخلات الصناعية المستوردة من الدول المتضررة بشدة، ومن ثَمَّ من بعضها بعضًا.

ثالثًا– ستكون هناك اضطرابات في الطلب بسبب حالات الركود وانخفاض الاقتصاد الكلي، وبسبب حالة الترقب والتأخير في الشراء التي تُسيطر على المستهلكين والمستثمرين.

2– الإطار النظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

نظرا للإنجازات و النجاحات التي حققتها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في العديد من البلدان سواء المتقدمة أو النامية، في مجال تحسين ومعالجة أوضاع اجتماعية واقتصادية ، جعل منها عنصرا هاما من عناصر التنمية ، وارتقى بها إلى مراتب متقدمة ضمن أولوية معظم البلدان حيث تعتبر المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بمثابة النواة الحقيقية التي تمحورت حولها معظم المؤسسات الصناعية الكبرى ومنها الاقتصاديات العالمية ككل ، كما أن أي اختلال قد يمس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فإنه يمس الاقتصاد ككل والعكس صحيح.

2–1– مفهوم المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

إن التعريف المعتمد بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر هو التعريف الوارد في القانون 17–02 المؤرخ في 2017/01/10 والمتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، والذي ينص على ما يلي :

"تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات تشغل من واحد إلى 250 شخصا ، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعة ملايير دينار جزائري ، أو لا يتجاوز إجمالي حصيلتها السنوية مليار دينار جزائري، وهي تحترم معايير الاستقلالية." (المادة05للجريدةالرسمية، 2017)

ويمكن تلخيص تعريف الجزائر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجدول التالي:

جدول رقم (01) : تعريف الجزائر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نوع المؤسسة	عدد العمال (عامل)	رقم الأعمال السنوي (دج)	مجموع الحصيلة السنوية (دج)	الاستقلالية
مؤسسة مصغرة	من 01 إلى 09	أقل من 40 مليون	لا يتجاوز 20 مليون	ضرورة توفر معيار الاستقلالية في التسيير
مؤسسة صغيرة	من 10 إلى 49	أقل من 400 مليون	لا يتجاوز 200 مليون	
مؤسسة متوسطة	من 50 إلى 250	بين 400 مليون و 04 ملايير	بين 200 مليون و 01 مليار	

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية (2017/01/11) ، المواد 08-09-10 من القانون 17-02 المؤرخ في 2017/01/10 ، العدد 02 ، ص 06.

2-2- مفهوم المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الصين:

تم تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصين وفق قانون ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال معايير مؤقتة (حسب الحجم) والذي صدر في عام 2003 ويحدد هذا القانون المبادئ التوجيهية لتصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .وقد حلت هذه المبادئ محل المبادئ التوجيهية القديمة التي دخلت حيز التنفيذ في عام 1988 والمعايير التكميلية لعام 1992 . (رابح، 2011، صفحة 10)

ويمكن تلخيص تعريف الصين للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجدول التالي:

جدول رقم (02) : تعريف الصين للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

حجم التصنيف	الصناعات	عدد العمال	مجموع الأصول	الإيرادات التجارية
مؤسسة صغيرة	صناعة	< 300 عامل	< 40 مليون يوان	< 30 مليون يوان
	بناء	< 600 عامل		
	تجارة جملة	< 100 عامل		
	تجارة تجزئة	< 100 عامل		< 10 مليون يوان
	نقل	< 500 عامل		< 30 مليون يوان
	خدمات بريدية	< 400 عامل		
	فندقة ومطاعم	< 400 عامل		
مؤسسة متوسطة	صناعة	2000-300	40-400 مليون يوان	30-300 مليون يوان
	بناء	3000-600		
	تجارة جملة	200-100		
	تجارة تجزئة	500-100		10-150 مليون يوان
	نقل	3000-500		30-300 مليون يوان
	خدمات بريدية	1000-400		
	فندقة ومطاعم	800-400		30-150 مليون يوان

SOURCE : law of the republic of china on promotion of SME (29/06/2002),China ,order of the president N°69.

لقد جاءت المبادئ التوجيهية لقانون ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مبنية أساسا على دفاتر الإيرادات السنوية ومجموع الأصول الكلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث تتطلب المبادئ التوجيهية الخاصة بالقطاعات الصناعية المذكورة في الجدول السابق من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن توظف 2000 عامل كأقصى حد، مع تحقيق إيراد سنوي لا يتجاوز 300 مليون يوان كحد أقصى كما يجب أن لا تتجاوز الأصول الكلية لهذه المؤسسات 400 مليون يوان . كما تعتبر المؤسسة بأنها مؤسسة متوسطة كل مؤسسة توظف 300 عامل كحد أدنى ولا يتخطى إيرادها السنوي ومجموع أصولها الكلية 300 و 400 مليون يوان على الترتيب، في حين يصنف الباقي على أنه مؤسسة صغيرة. (رابح، 2011، صفحة 11)

2-3- مفهوم المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الإمارات العربية المتحدة:

يمكن تلخيص تعريف الإمارات العربية المتحدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجدول التالي:

جدول رقم (03) : تعريف الإمارات العربية المتحدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

القطاع	المعيار	مؤسسة مصغرة	مؤسسة صغيرة	مؤسسة متوسطة
التجارة	عدد العمال	من 1 إلى 5	من 6 إلى 50	من 51 إلى 200
	المبيعات (مليون درهم)	أقل من 2	من 2 إلى 50	من 50 إلى 250
الخدمات	عدد العمال	من 1 إلى 5	من 6 إلى 50	من 51 إلى 200
	المبيعات (مليون درهم)	أقل من 3	من 3 إلى 50	من 50 إلى 250
الصناعة	عدد العمال	من 1 إلى 9	من 10 إلى 100	من 101 إلى 250
	المبيعات (مليون درهم)	أقل من 3	من 3 إلى 50	من 50 إلى 250

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على : طارق إسماعيل (2017) ، **بيئة أعمال المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية – الوضع الراهن والتحديات** ، صندوق النقد العربي ، أبو ظبي ، دولة الإمارات العربية المتحدة ، العدد 38 ، ص 07.

3- كوفيد 19 و المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

لا يخفى على أحد الأهمية الإستراتيجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في أغلب اقتصاديات العالم، فهي تعتبر صمام الأمان وتمثل أكثر من 90 % من الأعمال الاقتصادية المسجلة في العالم وتوفر أكثر من 50 % من الوظائف فيه وتساهم بأكثر من 40 % من الناتج الداخلي الخام في البلدان النامية، وهذه الأرقام مرشحة للارتفاع بقوة إذا أضفنا إليها القطاع غير المنظم .

3-1- حالة الجزائر:

دعا خبراء اقتصاديون إلى تدخل قوي و مستعجل للحكومة من أجل حماية المؤسسات الجزائرية وبعض المهن الحرة التي توشك على الاندثار بسبب انعكاسات انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) : (APS, 2020)

وشدد أخصائيون جزائريون على ضرورة تدخل الدولة بشكل قوي و مستعجل لحماية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث أن الاقتصاد الجزائري بصدد مواجهة موقف حرج يكمن في خطر إفلاس آلاف الشركات الصغيرة ،وهذا بوضع إجراءات مالية وبنكية وضريبية ذات طابع استعجالي قصد الحفاظ على نشاط الشركات والمهن المتأثرة بإجراءات الحجر الصحي التي اتخذت جراء تفشي الجائحة، و اقتراح منح قروض بنكية بدون فوائد وتخفيف الضرائب ودفع

المستحقات التي تحوزها الشركات الخاصة لدى مؤسسات الدولة والجماعات المحلية وكبرى الشركات العمومية ، كما على بنك الجزائر تخفيض معدلات الفائدة لدعم البنوك الأخرى.

كما تم اقتراح إنشاء دخل خاص بكوفيد-19 بقيمة 10 آلاف دينار موزعة على ثلاثة أشهر لصالح 5 ملايين عامل في القطاع الموازي ممن لا يتلقون إعانة البطالة ، في حين أن ميزانية هذه العملية تقدر بـ 150 مليار دج, المتواضعة مقارنة بميزانية 2.200 مليار دج التي خصصتها الدولة لدفع رواتب الموظفين وهذا لتجاوز حالة الشك التي تخيم على عالم الأعمال, حيث أن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة الجزائرية تمر فعلا بأزمة خطيرة منذ عام 2014 عندما تهاوت أسعار النفط بشكل كبير.

من جهته قدم مركز الشباب المسير الجزائري اقتراحات لإجراءات استعجالية من أجل الحفاظ على مناصب الشغل و المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و حمايتها في السياق الذي تفرضه جائحة كوفيد-19، حسبما أفاد بيان لمنظمة أرباب العمل : (APS، 2020)

حيث أن مركز الشباب المسير الجزائري وجه لوزارة الصناعة والمناجم اقتراحات لإجراءات ترمي إلى دعم ومرافقة المؤسسات التي تواجه صعوبات ، وأكد ذات المركز أن هذه الإجراءات الاستعجالية المقسمة إلى ثلاث مجموعات يجب تنفيذها في مرحلتين : خلال الحجر الصحي لضمان أجر يصون كرامة العمال وبعد الحجر الصحي لتمكين المؤسسات من إعادة بعث نشاطها.

وتتمحور الإجراءات التي اقترحها المركز لصالح عمال المؤسسات التي تواجه صعوبات خاصة حول إقرار منح يمولها الصندوق الوطني للتأمين على البطالة أو صندوق خاص بكوفيد-19 و الإبقاء على اشتراكهم في الضمان الاجتماعي وعلى بطاقات الشفاء إلى غاية جوان 2020 وتأجيل دفع الأقساط إلى غاية 1 سبتمبر 2020 بالنسبة للقروض الممنوحة للعمال .

واعتبرت ذات المنظمة لأرباب العمل أن الأمر يتعلق بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، عموما بتأجيل إيداع التصريحات الجبائية إلى غاية 30 سبتمبر 2020 وتعليق دفع الأعباء الاجتماعية و الجبائية خلال فترة الجائحة و لمدة ثلاثة (3) أشهر بعد تاريخ العودة إلى الحياة العادية و جدولة تسديدها على مدة تتراوح من 6 إلى 12 شهرا.

ويتعلق الأمر أيضا بتمكين المؤسسات من الحصول على قرض مُيسر تضمنه الدولة للتمكن من تسديد مستحقاتها و تمويل إعادة بعث نشاطها. وهذا القرض يمكن تحديد قيمته بين 25 و30 % من رقم الأعمال لسنة 2019، حسبما أضاف مركز الشباب المسير الجزائري.

واقترح ذات المركز إجراءات إنقاذ فيما يتعلق عقد جمعيات عامة و ضبط الحسابات بالنسبة للسنة المالية 2019 وتكييفها مع سياق الأزمة الحالية التي تشكل ضربة قوية بالنسبة للعديد من القطاعات التي كانت صعبة حيث شهدت تراجعا كبيرا في النشاط الاقتصادي ، حسبما أوضح مركز الشباب المسير الجزائري الذي أشار إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعمالها هم الأكثر تضررا و أمام هذا الوضع الاستثنائي من الضروري اتخاذ إجراءات استعجالية للحفاظ على مناصب الشغل وضمان ديمومة هذه المؤسسات.

3-2- حالة الصين:

كاد انتشار مرض كوفيد 19، أن يسبب توقفا مؤقتا للاقتصاد الصيني في جانفي 2020، حيث ركزت البلاد على مكافحة هذا الوباء. وكجزء من تدابير احتواء تفشي الفيروس، حيث صارت الصعوبات التي تواجهها المؤسسات الصناعية، ولا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، مصدر اهتمام بالغ للحكومة ، حيث أن : (تشانغ، 2020)

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم، التي تشكل 99% من إجمالي المؤسسات في الصين، تمثل جزءا هاما من الاقتصاد الصيني. فهي تساهم بنحو 60% من الناتج المحلي الإجمالي للبلاد، و50% من الإيرادات الضريبية، و75% من الابتكار التكنولوجي و80% من المنتجات الجديدة. ومع ذلك، فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي الأكثر تضررا من الوباء بين اللاعبين في السوق الصينية، فضلا على أن قدرتها على تحمل المخاطر ضعيفة.

و وفقا لمسح أجرته جامعة تشينغهوا وجامعة بكين بصورة مشتركة، في منتصف شهر فيفري، شهد أكثر من نصف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، البالغ عددها 995 مؤسسة أجريت معها مقابلات، انخفاضا في دخلها التشغيلي بأكثر من 20% نتيجة تأثير انتشار الوباء، في حين أن معظمها يواجه أزمة نقدية.

لفترة من الوقت، سيطرت سلسلة من الأحداث السلبية على عالم الأعمال. فقد أعلنت بعض المنظمات إفلاسها ، ومن أجل مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تخفيف وطأة تأثير الوباء، أصدر مجلس الدولة الصيني، مجموعة من السياسات المالية والضريبية والتمويلية وغيرها من السياسات منذ أوائل شهر فيفري، وتزداد كثافة إعلانها مع انحسار الوباء تدريجيا.

وشملت هذه السياسات الداعمة تخفيض تكاليف التشغيل للمؤسسات، ومساعدة العمال على العودة إلى المصانع، ودعم وتخفيض إيجار العقارات الذي تدفعه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، ودعم المؤسسات التي تنظم برامج تدريب عبر الإنترنت أو خارج الإنترنت للعاملين فيها خلال فترة الإغلاق. وحظيت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدعم قوي للتغلب على الصعوبات واستئناف الإنتاج.

كما تعهد اجتماع مجلس الدولة في 25 فيفري، بتعزيز المساعدات الائتمانية (القروض) للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وتم تشجيع جهات الإقراض على تمديد فترة القروض للمؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة التي تستوفي الشروط وتواجه صعوبات مؤقتة في السيولة، بما فيها المؤسسات الفردية، فيمكنها تأجيل سداد أصل القرض مؤقتا، وتمديد مدفوعات الفائدة حتى 30 جوان بدون فائدة جزائية. وتعهد بنك الشعب (المركزي) الصيني بإصدار حصص لإعادة القروض والخصومات، بقيمة 500 مليار يوان، لدعم البنوك الصغيرة والمتوسطة في دعمها الائتماني للمؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة. كما دعت وزارة الصناعة وتكنولوجيا المعلومات إلى بذل الجهود لخفض أسعار الفائدة على القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز خدمات ضمان التمويل، وطرح منتجات وخدمات تمويل جديدة، وتعزيز الاستثمارات في الأسهم.

ومنذ بداية العام، منحت شركة البنك الصناعي المحدودة، قروضا بقيمة 2,44 مليار يوان، إلى 135 مؤسسة صغيرة ومتوسطة ، تساهم في الوقاية من الوباء ومكافحته. في غضون ذلك، قام البنك بتمديد وتجديد القروض للمؤسسات

الواعدة، المتضررة من الوباء في قطاعات مثل البيع بالجملة والتجزئة والمطاعم والفنادق والخدمات اللوجستية والنقل والسياحة الثقافية.

كما تم وضع منصة إلكترونية في بكين في شهر فيفري تدمج سلسلة الكتلة مع الخدمات المالية موضع التفعيل (تعمل التكنولوجيا الابتكارية، بدعم وتشجيع من الحكومة، على دفع المؤسسات إلى معالجة المشكلات المتعلقة باستئناف الإنتاج وتشغيلها)، الأمر الذي سيقلل بشكل فعال، عتبة التمويل والكلفة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ويساعد نظام العمل هذا على تأكيد المستحقات، للمؤسسات مثلا، بموجب عقود المشتريات الحكومية عن طريق تقنية سلسلة الكتلة. كما أنه يدمج العديد من الخدمات المالية، بما في ذلك ضمانات التمويل وإدارة الأصول، لتقديم خدمات مالية شاملة في جميع أنحاء سلسلة التوريد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وبدأ عدد من مؤسسات العلوم والتكنولوجيا، وبدعم حكومي أيضا، في استخدام تكنولوجيا سلسلة الكتلة لتوفير الدعم المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

قدمت منصة تمويل سلسلة الصناعة عبر الإنترنت التي أطلقتها المؤسسة الوطنية الصينية للطاقة الكهربائية، قروضا تصل إلى 19,49 مليون يوان، بأسعار فائدة تفضيلية، لخمس مؤسسات صغيرة ومتوسطة ومؤسسات مصغرة، تقوم بتصنيع المنتجات الطبية لمكافحة الوباء ، وتشجع الحكومة أيضا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تأثرت أعمالها خارج الإنترنت، بشكل كبير بسبب الوباء، للترويج والتسويق على الإنترنت.

لقد عجلت الحكومة الصينية باتخاذ المزيد من الإجراءات الضريبية والمالية، الأكثر استهدافا لمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تجاوز الصعوبات المترتبة على تفشي الوباء. وتواصل السياسات الداعمة هذه فعاليتها، مع اقتراب 50% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جميع أنحاء الصين من استئناف أعمالها وإنتاجها اعتبارا من 2 مارس، وفقا لإحصائيات وزارة الصناعة وتكنولوجيا المعلومات. ومع تطبيق إجراءات مختلفة ستدفع الحكومة الصينية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاستئناف الإنتاج بصورة سريعة ومرتبة في أرجاء البلاد. وعندما يتم القضاء على الفيروس نهائيا، من المرجح جدا أن ينطلق العنان لمطالب المستهلكين المكبوتة، مما يعطي دفعة قوية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، لتعود إلى مسارها الطبيعي.

3-3- حالة الإمارات العربية المتحدة:

يمثل دعم نمو قطاع الشركات الناشئة ركيزة بالغة الأهمية لترسيخ مكانة المنطقة مركزاً للابتكار، وإنتاج المعرفة ومواصلة المحافظة على هذه المكانة والارتقاء بها. ويقدم قطاع الشركات الناشئة مساهمة مهمة في الناتج المحلي الإجمالي وخلق الوظائف؛ إذ تساهم تلك الشركات بنحو 50% من الوظائف وتولد نحو 40% من الناتج المحلي الإجمالي .وتعد دولة الإمارات البيئة الأولى للابتكار في الوطن العربي، وفقاً لمؤشر الابتكار العالمي؛ نتيجة نجاحها في زيادة عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المحلية، حيث أنه : (الخليج، 2020)

يرجع نهوض هذا القطاع ليصبح مساهماً مهماً في الاقتصاد الإماراتي إلى التوسع في المبادرات التي تقودها الحكومة لتسريع النمو وبناء منظومة تجارية داعمة لريادة الأعمال والابتكار .ووفقاً لتقرير الاستثمار الجريء في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا للعام 2019، جذبت دولة الإمارات أكبر حصة من التمويل الجريء للمشاريع في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بنصيب 60 % وتلتها مصر بنسبة 14 % ثم المملكة العربية السعودية بنصيب 9 % وأظهر التقرير أن سبع شركات من أعلى الشركات الناشئة تمويلاً في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا موجودة في دولة

الإمارات، ومنها: يلو دور إنرجي، تروكر، إيكار، وييزات. ومع هذا يتوقع أن يكون لجائحة (كوفيد- 19) الحالية تأثيرها على قطاع الشركات الناشئة في المنطقة. فوفقاً لمسح حديث لمجموعة من الشركات الناشئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، أفادت أن أزمة كوفيد-19 تؤثر في أعمالها، وأن أكثر ما يقلقها صعوبة تحصيل الإيرادات وجمع التمويل ومعدل الاستنفاد.

نظراً إلى أن العديد من الشركات الناشئة القوية التي تتسم بمعدل استنفاد عالٍ لن تكون في وضع مريح خلال أزمة تفشي كوفيد-19 فإن الدعم الحكومي لها يمثل عنصراً حيوياً لها. وسيكون هذا الدعم ضرورياً لعودة الشركات إلى مستويات ما قبل الأزمة بمجرد انحسار جائحة كوفيد-19، وسيسهم في حماية بيئة الابتكار و ريادة الأعمال من الضرر الدائم الذي قد يؤدي إلى انكماش اقتصادي أكبر على المدى الطويل.

وتشير التقارير إلى أن بداية العام الحالي سجلت ارتفاعاً بنسبة 2% في قيمة الاستثمارات في الشركات الناشئة العربية، مقارنة بالفترة ذاتها من العام الماضي؛ إذ وصلت قيمتها في الثلاثي الأول إلى 227مليون دولار، إلا أن عدد الصفقات الاستثمارية رسم مشهداً مختلفاً؛ إذ انخفض في الثلاثي الأول بنسبة 22% خلال الفترة ذاتها من العام الماضي، وتراجع في شهر مارس بنسبة 67% مقارنة بالشهر ذاته من عام 2019؛ نتيجة تأثير جائحة كوفيد-19 على هذا القطاع.

وأصبح المستثمرون أكثر تخوفاً متأثرين بحالة انعدام اليقين من تبعات هذه التحديات الصحية العالمية على قطاع الاقتصاد، ما قد يجعل الشركات الناشئة بين الأكثر تضرراً من تباطؤ النشاط التجاري. ووفق استطلاع منفصل أجرته شركة ماجنت للأبحاث، قال 59% من مؤسسي الشركات في الدول العربية إن أعمالهم تأثرت بالأزمة، وذكر 48% منهم أن تحقيق الإيرادات هو مصدر قلقهم الرئيسي، وتوقع 41% منهم أن الإيرادات ستكون أقل من المتوقع عام 2020.

وأكدت التقارير أهمية المبادرات التحفيزية التي تبنتها دولة الإمارات لدعم قطاع الشركات الناشئة ورواد الأعمال، إدراكاً منها للدور المحوري الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والشركات الابتكارية في مختلف المجالات الاقتصادية، وفي تعزيز مسيرة الابتكار واستمرارية قطاع ريادة الأعمال عبر تطوير آليات إصدار الرخص التجارية والتأشيرات وإدارة التدفقات النقدية والاعتماد بشكل متزايد على مفهوم العمل عن بُعد، ومواكبة التغيرات المتسارعة في قطاع التكنولوجيا والابتكار، إضافة إلى تحديث التشريعات والأنظمة الخاصة في ظل التغيرات العالمية وخاصة في قطاعات الصحة والتعليم والطاقة والعمل عن بُعد وغيرها.

وتناولت التقارير عدداً من المقترحات لتعزيز البيئة الابتكارية في دولة الإمارات بما في ذلك دعم أصحاب العمل في توفير الرواتب للموظفين، وخفض تكاليف إيجار المكاتب والمرافق، وتأجيل سداد المدفوعات والرسوم والضرائب المستحقة، وخفض رسوم التراخيص التجارية وتسهيل تجديدها في حال انتهاء صلاحيتها، وتوفير القروض وخيارات التمويل المرنة، والعمل على خفض تكاليف المعيشة والسكن، وتسهيل الحركة، وتعزيز المناطق الحرة وإصدار ونقل التأشيرات.

كما أن الدعم الحكومي لهذه الشركات سيعيد منظومة الأعمال إلى مستويات ما قبل الأزمة بمجرد انحسار جائحة كوفيد-19، ويؤكد أن قطاع التقنيات المالية سيكون له دور تحفيزي في دولة الإمارات، عبر دعم نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة بزيادة التمويل وتقديم خدمات مالية منخفضة التكلفة.

ويُتوقع أن تساهم التقنيات المالية بصورة كبيرة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي خلال الأعوام القليلة المقبلة، وسيكون لها دور في سد العجز في التمويل العالمي، ومنها تمويل التجارة العالمية.

وكشف بنك التنمية الآسيوي وجود فجوة ائتمانية في تمويل التجارة العالمية قيمتها 1.6 تريليون دولار، قد تساعد التقنيات المالية في الحد من اتساعها عبر تقليل المخاطر.

و من بين التدابير المتخذة ، هناك تدابير دائمة لدعم النمو طويل الأجل وأخرى مؤقتة مطلوبة فورا ، ففي التدابير الدائمة لدعم النمو طويل الأجل نجد :

زيادة الوضوح وتقليل الارتباك و الحلول المصرفية والمالية حيث لا تجد بعض الشركات الناشئة سهولة في الوصول إلى التمويل المصرفي. وسيكون من الضروري تحديد كيفية تعزيز التمويل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، وخاصة الشركات الناشئة في قطاع التقنية لدعم نمو هذا القطاع. وسيساعد مزيد من التبسيط للإجراءات في خفض تكلفة إطلاق الأعمال التجارية، وتوفير الخدمات المصرفية . ويضاف إلى ذلك بإمكان البنوك إنشاء وحدات للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، ليسهل عليها فهم طبيعة الإقراض للشركات الصغيرة والمتوسطة.

أما بالنسبة للإجراءات المؤقتة المطلوبة فوراً فنجد :

– دعم الشركات الناشئة وتحسين حالة التدفق النقدي – خفض مدفوعات إيجار المكاتب وتأخيرها عبر إعفاءات الإيجار أو التنازلات – خفض تكاليف المرافق وغيرها من تكاليف المكاتب – تأجيل سداد مدفوعات الخدمات المصرفية عبر الإنترنت – خفض رسوم التراخيص وتأجيلها – تقديم منح مفتوحة – المساعدة على حماية المواهب – تمويل الرواتب لمنع حالات التسريح والبطالة – خفض تكاليف المعيشة – تسهيل نقل التأشيرات بين الشركات والمناطق الحرة – دعم العمالة المؤقتة – توفير التمويل للمحافظة على استقرار السوق – تستطيع الحكومات تعزيز الثقة وتحفيز جمع الأموال؛ عبر إعلام السوق بأنها ستستثمر في أسهم الملكية الخاصة بالشركات الناشئة، على غرار النهج الذي انتهجه مجلس الاحتياطي الفيدرالي الأمريكي والبنوك المركزية الأخرى لتوفير الدعم لأسواق الائتمان – القروض منخفضة الفائدة حيث يمكن رعاية أنماط كثيرة من الديون؛ مثل : الديون المنظمة والديون القليلة الأصول والديون الاستثمارية والسندات القابلة للتحويل وغيرها، لتقديم حلول ملائمة للشركات الناشئة تلبي حاجة كل منها وتخفف الضغوط عليها على المدى المتوسط. فربما أصدرت مثلاً سندات سيولة يتسنى للمستثمرين والصناديق المشاركة فيها بحصص متفاوتة.

وبهذا السند يتمكن المستثمر من توقع معدل عائد محدد في فترة زمنية محددة يتوقع أن تنفرج فيها الأزمة ويرجع العمل إلى طبيعته. ولتحديد الشركات المستحقة لسندات السيولة تلك، يتم وضع برنامج تأهيلي يكون على الشركات فيه أن تلبي معايير معينة، ويتسنى فيها أن تراجعها بصورة فردية لجنة استثمار و حوكمة. وسيتطلب ذلك مشاركة البنوك التجارية وشركات خدمات القروض وشركات رأس المال الاستثماري.

4- الجهود الدولية المبذولة لمجابهة الأزمة

الضرر الذي لحق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة جاء أساسا من الانكماش الاقتصادي الكبير وتهاوي الطلب العالمي والمحلي على حد سواء جراء القيود التي فرضتها الجائحة والحجر الصحي وهو ما أدى إلى توقف كلي أو جزئي لأنشطة عدد كبير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التي وجدت نفسها في صراع من أجل البقاء ، فرغم تقلص نشاطها الاقتصادي فهي مطالبة أن تجد الموارد لتغطية مصاريفها التشغيلية الثابتة والمتغيرة من أجور وإيجارات ومصاريف متنوعة بالإضافة إلى ضرورة إيفائها بإلتزاماتها اتجاه المؤسسات المالية المقرضة دون نسيان الضرائب التي عليها دفعها. ولذلك فإن الحل لكثير من المؤسسات هو اللجوء إلى تقليص المصاريف وذلك بالتخلي عن العمالة وهو ما يمكن أن يحول الأزمة الاقتصادية إلى أزمة اجتماعية حادة خاصة وأن بعض خبراء الاقتصاد حذروا من فقدان العالم لأكثر من 25مليون وظيفة والعدد مرشح للارتفاع إن تواصلت الجائحة .

4-1- دور البنك الإسلامي للتنمية في الجهد الدولي الهادف لدعم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

استجابت مجموعة البنك الإسلامي للتنمية بصفة فورية لتداعيات جائحة كورونا وعكفت على إعداد حزمة متكاملة تقدر بـ 2 مليار دولار، جعلت فيها نصيبا هاما لدعم وتمكين قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول الأعضاء حيث أنه : (بندر، 2020)

يهدف البرنامج الذي يعده البنك إلى توفير جزء من السيولة اللازمة بصيغ تفاضلية للدول الأعضاء من خلال قطاعاتها المالية ثم توجيهها لدعم تدفق عمليات التمويل إلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومن المنتظر أن يصاحب ذلك برنامج لضمان الإقراض ومنح لبناء قدرات الدول الأعضاء في مجال إعداد برامج الدعم وحزم الحوافز الموجهة إلى ذات المؤسسات قصد الحفاظ على الوظائف المباشرة وغير المباشرة وإنعاش النشاط الاقتصادي والمساعدة على استعادة وتيرة النمو للتغلب على وطأة الأزمة الحالية وتبعاتها المحتملة في المستقبل.

وتبلغ قيمة هذا البرنامج 500 مليون دولار أمريكي وسيعمل البنك على أن يكون رافعة لحشد موارد أخرى من مؤسسات تنموية شريكة بالإضافة إلى شركاء محليين على مستوى الدول الأعضاء قصد تعظيم الأثر المستهدف ومن المتوقع أن يساهم برنامج البنك في الحفاظ على أكثر من 200 ألف فرصة عمل مباشرة مهددة ناهيك على فرص العمل غير المباشرة والتي تمثل عادة بين4 و5 أضعاف، ذلك مما يجعل البنك مساهما في إنقاذ 5 % تقريبا من الوظائف المهددة على مستوى العالم .

4-2- ردود فعل الحكومات:

على الرغم من كل ما سبق من توقعات، إلا أن حجم الضرر الاقتصادي واستمراره سيتوقف بشكل أساسي على كيفية تعامل الحكومات مع هذا الوباء، حيث أن طبيعة الأزمة الحالية وانتشارها بين مختلف دول وقارات العالم، فرضت خلق روح تعاونية بين مختلف الحكومات في مواجهة الأزمة، وجعلت من الضروري حدوث عملية تنسيق رفيعة المستوى أثناء عملية صنع القرارات واتخاذها.

ويرى الخبراء أن هناك ثلاثة أطر رئيسية يجب أن تمثل عماد استجابة حكومات العالم للتداعيات الاقتصادية المحتملة لانتشار فيروس كورونا كوفيد 19، والتي تتمثل في: (Richard و Beatrice، 2020، صفحة 26)

أولًا– أن تتخذ البنوك المركزية قراراتها المتعلقة بالسياسة النقدية بناءً على تنسيق وتعاون مشترك فيما بينها، بدلًا من القرارات المنفردة. ففي الولايات المتحدة الأمريكية على سبيل المثال، فإن خفض سعر الفائدة الطارئة من قبل الاحتياطي الفيدرالي لم يجعل الوضع أسهل للبنوك المركزية، التي وصلت بالفعل للحد الأدنى الفعّال. فيجب أن تشير جميع البنوك المركزية إلى أنها مستعدة للتدخلات المُنسّقة، وتوفير السيولة في حال حدوث خلل خطير يؤدي إلى الضغط على الوسطاء الماليين.

ثانيًا– نظرًا لطبيعة هذه الصدمة، قد تكون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من بين أكثر المؤسسات تعرضًا لأزمات السيولة، وبالتالي من المهم توفير التسهيلات لمواصلة إقراض تلك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ثالثًا– لا بد من اتخاذ قرارات اقتصادية تستهدف مساعدة الأشخاص المتضررين من الحجر الصحي ونقص الدخل، كما تم بالفعل في إيطاليا، سواء من خلال تقديم دعم مالي مباشر، أو في هيئة خدمات أساسية مجانية أو ذات أسعار مُخفّضة، وذلك لمنع الناس من الإفلاس.

وعلى المستوى الأوروبي، يقترح الخبراء رفع درجات التضامن والتنسيق بين الدول الأوروبية، مثل تبادل الأدوات الطبية، وفتح المستشفيات لاستقبال مرضى من دول أوروبية أخرى، وإعارة الممرضين والأطباء. وكذلك هناك دعوة لتوسيع "صندوق التضامن الأوروبي"، وهو الذي تم إنشاؤه عام 2002 لدعم الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي في حالات الكوارث الكبيرة، حيث يمكن لهذا الصندوق التدخل لتوفير الإغاثة للمناطق المتضررة خلال الأزمة أو في المراحل التي تليها.

ويزعم الخبراء أن تحقيق هذا النمط من التعاون ربما يمنح الحياة للاتحاد الأوروبي مُجددًا، لتكون هذه الأزمة سببًا في تصحيح مسار سياسات القارة العجوز.

- **خاتمة:**

تحتل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية كبيرة في أي اقتصاد متطور أو نامي ، فهي تقوم بدور كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، وذلك نظرا لتميزها بمجموعة من الخصائص تميزها عن المؤسسات الكبيرة مثل : سهولة تأسيسها وقلة رأسمالها و تواضع إمكاناتها و مرونتها الكبيرة ، ولذلك فقد هبت أغلب الحكومات في العالم إلى إطلاق برامج للتحفيز الاقتصادي كان نصيب الأسد فيه لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعززت الحكومات هذه البرامج بحزم متنوعة من الحوافز الجبائية والمساعدات المالية لهذا القطاع لحمايته وللحفاظ عليه وتمكينه من القيام بدوره المعهود في تعزيز النمو وتنشيط الدورة الاقتصادية وإلا فإن إعادة البناء قد تستغرق سنوات طويلة وصعبة للتغلب على آثار الإفلاس واسعة النطاق والبطالة المنجرة على ذلك.

وتراوحت أهم الإجراءات بين إعفاءات أو تأجيل للضرائب و الأداءات وبرامج لتأجيل دفع مستحقات القطاع المالي لمدة تتراوح بين 3 و6 أشهر قابلة للتجديد، وبرامج تمويل الإقراض الميسر لدعم استمرارية الأعمال واستدامة الوظائف، وبرامج ضمان التمويلات لتشجيع القطاع المالي على التوسع في التمويل خلال فترة الأزمة.

ولعل البيان الذي صدر عن القمة الاستثنائية الافتراضية لقادة دول مجموعة العشرين والذي عرج بوضوح على أهمية حماية ودعم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضمن حزمة من التدابير الفورية والقوية معززة بدعم مالي جريء

وكبير يقدر بـ 5 ترليون دولار أمريكي لدعم الاقتصاد العالمي، خير دليل على الأهمية الإستراتيجية لهذا القطاع وتمركزه في قلب معركة العالم ضد الآثار الاجتماعية والاقتصادية والمالية لجائحة كورونا كوفيد 19.

النتائج:

ومن هذا يمكن أن نستنتج النتائج التالية :

- تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم وتطوير أي اقتصاد وطني ؛
- لم تؤثر جائحة كورونا من الناحية الطبية فحسب وإنما أثرت أيضا من الناحيتين الاقتصادية والاجتماعية ؛
- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من بين أكثر المؤسسات تعرضًا لأزمات السيولة ؛
- حجم الضرر الاقتصادي واستمراره سيتوقف بشكل أساسي على كيفية تعامل الحكومات مع هذا الوباء ؛
- من الضروري حدوث عملية تنسيق رفيعة المستوى بين الحكومات أثناء عملية صنع القرارات واتخاذها ؛
- الضرر الذي لحق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة جاء أساسا من الانكماش الاقتصادي الكبير وتهاوي الطلب العالمي والمحلي على حد سواء جراء القيود التي فرضتها الجائحة والحجر الصحي ؛
- تراوحت أهم الإجراءات بين إعفاءات أو تأجيل للضرائب و الأداءات وبرامج لتأجيل دفع مستحقات القطاع المالي وبرامج تمويل الإقراض الميسر لدعم استمرارية الأعمال واستدامة الوظائف، وبرامج ضمان التمويلات لتشجيع القطاع المالي على التوسع في التمويل خلال فترة الأزمة.

التوصيات :

كما توصي الدراسة بـ :

- أهمية حماية ودعم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؛
- ضرورة إدارة الأزمات والمخاطر بالنسبة لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؛
- ضرورة اتخاذ البنوك المركزية قراراتها المتعلقة بالسياسة النقدية بناءً على تنسيق وتعاون مشترك فيما بينها ؛
- ضرورة إنشاء صناديق الأزمات لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؛
- ضرورة أخذ الحيطة والعبرة من هذه الأزمات لتكون هذه الأزمة سببًا في تصحيح مسار السياسات ؛
- عدم التخلي عن العمالة وهو ما يمكن أن يحول الأزمة الاقتصادية إلى أزمة اجتماعية حادة .

قائمة المصادر والمراجع:

1/ منظمة الصحة العالمية (2020) ، عبر الموقع الإلكتروني الرسمي :

https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses

2/ Richard Baldwin & Beatrice Weder di Mauro (March 2020), **Economics in the time of COVID-19**, London, Centre for Economic Policy Research , P 01.

3/ Richard Baldwin & Beatrice Weder di Mauro (March 2020), **Ibid** , P 02.

4/ Richard Baldwin & Beatrice Weder di Mauro (March 2020), **Ibid** , P 04.

5/ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية (2017/01/11) ، المادة 05 من القانون رقم 17−02 المؤرخ في 10 جانفي 2017 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، العدد 02 ، ص 05 .

6/ رابح حميدة (2011)، **استراتيجيات وتجارب ترقية دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم النمو وتحقيق التنمية المستدامة – دراسة مقارنة بين التجربة الجزائرية و التجربة الصينية** ، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة (مدرسة الدكتوراه)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة فرحات عباس سطيف ، ص 10 .

7/ رابح حميدة (2011)، **المرجع نفسه** ، ص 11 .

8/ وكالة الأنباء الجزائرية (2020/04/23) ، مقال بعنوان : فيروس كورونا: خبراء يدعون إلى تدخل قوي ومستعجل للدولة لإنقاذ مناصب الشغل، مقال منشور عبر موقع وكالة الأنباء الجزائرية :

http://www.aps.dz/ar/algerie/86472

9/ وكالة الأنباء الجزائرية (2020/04/21) ، مقال بعنوان : منظمة أرباب عمل تقترح إجراءات من أجل الحفاظ على مناصب الشغل والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، مقال منشور عبر موقع وكالة الأنباء الجزائرية :

http://www.aps.dz/ar/algerie/86412-2020-04-21-13-53-55

10/ تشانغ شين (2020/04/29)، باحث مساعد في قسم أبحاث تطوير الابتكار بمركز أبحاث التنمية التابع لمجلس الدولة الصيني ، مقال بعنوان : توفير الدعم المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم ، مقال منشور عبر موقع الصين اليوم :

http://www.chinatoday.com.cn/ctarabic/2018/fmwz/202004/t20200429_800202602.html

11/ مؤسسة دبي للمستقبل بالتعاون مع مجالس دبي للمستقبل (2020/04/22) ، مقال بعنوان : 14 خطوة تساعد الشركات الناشئة على الاستمرار و التعافي السريع – الدعم الحكومي عنصر حيوي للنهوض ما بعد كوفيد−19 ، مقال منشور عبر موقع الخليج الاقتصادي :

http://www.alkhaleej.ae/economics/page/cd7ff5f5-39ec-4a8b-85f0-169b6746491c

12/ الدكتور بندر حجار (2020/03/31)، رئيس البنك الإسلامي للتنمية ، مقال بعنوان : كورونا والمنشآت الصغرى والمتوسطة لكي لا يتمكن الوباء من رئة الاقتصاد العالمي ، مقال منشور عبر الموقع الرسمي للبنك الإسلامي للتنمية :

https://www.isdb.org/ar/akhbar/%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B4%D8%A2%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D9%86%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%BA%D8%B1-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%BA%D8%B1%D9%89-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D9%88%D8%B3%D8%B7%D8%A9-%D9%84%D9%83%D9%8A-%D9%84%D8%A7-%D9%8A%D8%AA%D9%85%D9%83%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%A8%D8%A7%D8%A1-%D9%85%D9%86-%D8%B1%D8%A6%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A

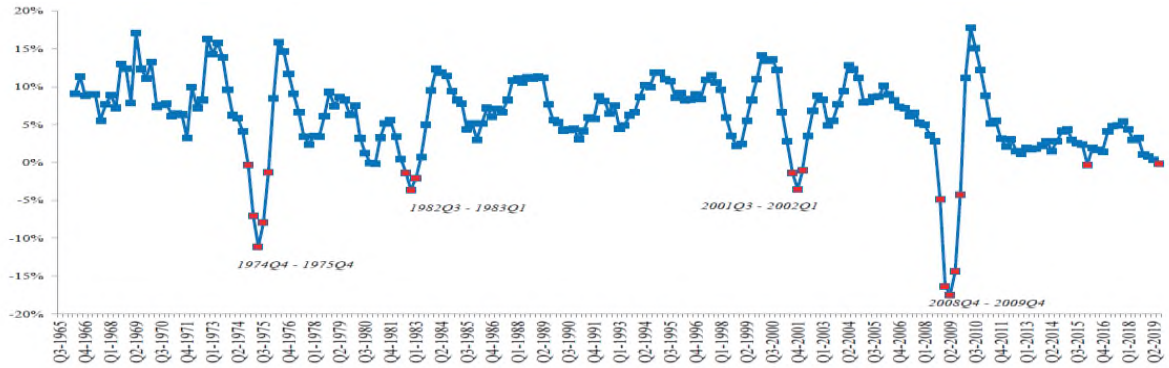
13/ Richard Baldwin & Beatrice Weder di Mauro (March 2020), **Ibid** , P 26.

14/ law of the republic of china on promotion of SME (29/06/2002),China ,order of the president N°69.

15/ طارق إسماعيل (2017) ، **بيئة أعمال المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية – الوضع الراهن والتحديات** ، صندوق النقد العربي ، أبو ظبي ، دولة الإمارات العربية المتحدة ، العدد 38 ، ص 07.

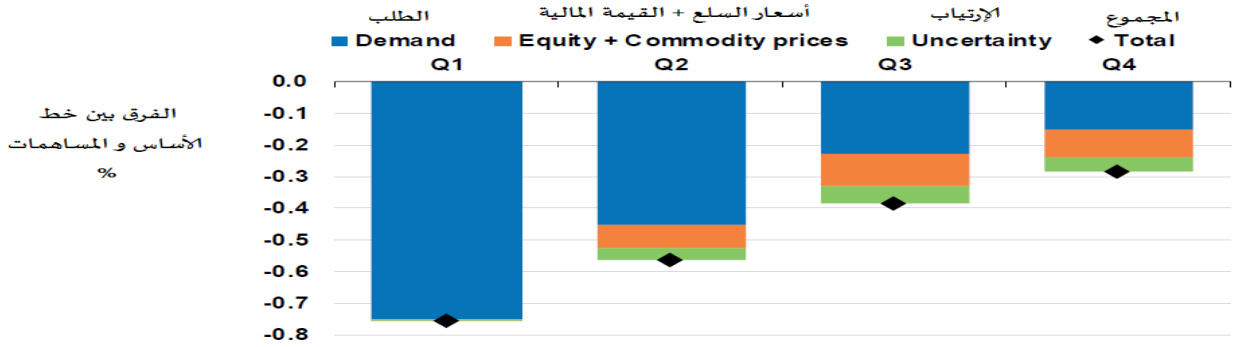
الملاحق:

ملحق 01: حجم الواردات العالمية (نمو ربع سنوي) من سنة 1965 إلى الثلاثي الثالث لسنة 2019



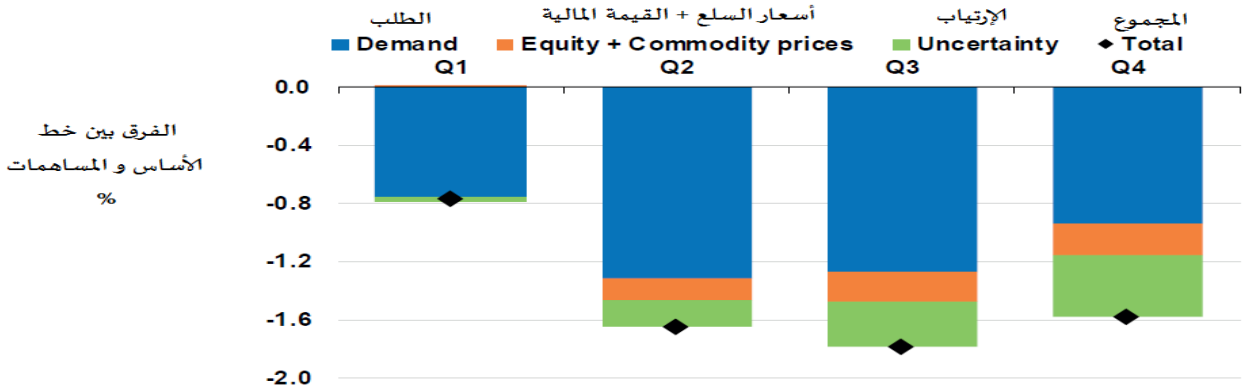
Source : **Richard Baldwin & Beatrice Weder di Mauro (March 2020),** Economics in the time of COVID-19**, London, Centre for Economic Policy Research , P 67.**

ملحق 02: الناتج المحلي الإجمالي World GDP لسنة 2020 (سيناريو التفشي الوارد)



Source : **Richard Baldwin & Beatrice Weder di Mauro (March 2020), Ibid , P 38.**

ملحق 03: الناتج المحلي الإجمالي World GDP لسنة 2020 (سيناريو الهبوط)



Source : **Richard Baldwin & Beatrice Weder di Mauro (March 2020), Ibid , P 38.**