الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف – ميلة
معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

مجلـــة
اقتصاديات المال والأعمال

مجلـــــة دوريـــــة علميـــــة محكمـــــة

تصدر عن معهد العلوم الاقتصادية، التجارية

العدد الثاني /جوان 2017
3784-2543



ص-ب رقم RP.26 ميلة 43000 الجزائر
الهاتف : 24 23 01 57 031(213)
البريد الالكتروني للمجلة : fbej@centre-univ-mila.dz

مجلة اقتصاديات المال والأعمال
مجلة علمية محكمة دورية يصدرها معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف-ميلة-

Finance and Business Economies Review

Specialized Academic Journal, Published By:

The institute of Economics Commercial and Management Sciences

The University CenterAbdelhafidboussouf – MILA- ALGERIA

العدد الثاني /جوان 2017

ربيع الثاني 1438هـ

رئيس تحرير مجلة إقتصاديات المال والأعمال
معهد العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف-ميلة-
الجزائر
ص.ب رقم RP. 26 ميلة 43000 الجزائر
(213) 031 57 01 23- 24

مجلة اقتصاديات المال والأعمال

مجلة علمية محكمة دورية يصدرها معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف–ميلة-

الرئيس الشرفي للمجلة:
أ.د. شمام عبد الوهاب
مدير المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف–ميلة

مدير المجلة:
أ. محمد بوطلاعة
مدير معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

مدير النشر ورئيس التحرير:
د. أبوبكر بوسالم

هيئة التحرير:
أ. جمال لطرش
أ.هشام مزهود
أ.فواز واضح
أ.رملي حمزة
د. عقون شراف
د. حراق مصباح

الهيئة العلمية:

أ.د. شمام عبد الوهاب المركز الجامعي ميلة–الجزئر–

أ.د. محمد بن بوزيان جامعة تلمسان –الجزائر-

أ.د. وسيلة العشعاشي جامعة تلمسان –الجزائر-

أ.د. سليمان بلعور جامعة غرداية-الجزائر-

أ.د.جوزيف فالزون جامعة مالطا–مالطا-

أ.د. زكريا مطلك الدوري جامعة الإسراء –الأردن-

أ.د. فرانك بوزينة جامعة مالطا–مالطا–

أ.د.عبد الوهاب بلمهدي جامعة سطيف –الجزائر-

د. أبوبكر بوسالم المركز الجامعي ميلة–الجزائر-

د. مصباح حراق المركز الجامعي ميلة–الجزائر-

د. شراف عقون المركز الجامعي ميلة–الجزائر-

د. محمود بولصباع المركز الجامعي ميلة–الجزائر-

د. واضح فواز المركز الجامعي ميلة-الجزائر-

د. فريدة كافي المركز الجامعي ميلة –الجزائر-

د. محمد بولصنام جامعة المدية –الجزئر–

د.مجدوب بحوصي جامعة بشار–الجزائر-

د.مصطفى طويطي جامعة البويرة–الجزائر-

د. فاتح مجاهدي –جامعة الشلف–الجزائر-

د. زبير عياش –جامعة أم البواقي–الجزائر-

د. جبار بوكثير –جامعة أم البواقي–الجزائر-

د. مصطفى بورنان-جامعة الأغواط–الجزائر-

د.أحمد نصير –جامعة الوادي–الجزائر-

قواعد النشر في المجلة

يطلب من السادة الباحثين الذين يرغبون في نشر مقالاتهم وبحوثهم في المجلة إعطاء العناية الكاملة للنقاط أدناه، وعدم إرسال بحوثهم إلا إذا تم توفر جميع الشروط في بحوثهم.

1- أن يتناول البحث موضوعا من المواضيع الاقتصادية الوصفية أو التحليلية التي تشغل الفكر الاقتصادي وتطوراته خاصة في الجزائر والشمال الإفريقي إضافة إلى التطورات الاقتصادية العربية والدولية.

2- المجلة مفتوحة لنشر البحوث الاقتصادية لكافة الأساتذة والباحثين من الجزائر ومن خارجها شريطة أن يتعهد الباحث بأن لا يكون البحث منشورا من قبل و أن لا يكون قدم للنشر في مجلة أخرى، وأن يتحمل تبعات الإخلال بقواعد وأخلاقيات البحث العلمي، من خلال الإمضاء على **إقرار** خاص ممضي من طرف الباحث أو الباحثين.

3- أن لا يتجاوز البحث 25 صفحة عادية (A4) مكتوبة بالوارد وبخط Traditinal Arabic بحجم 14 بالنسبة للنص و بحجم 12 بالنسبة للأرقام في عرض النص وبالأبعاد التالية بالسنتمتر:

علوي **2.5:H**، سفلي **2.5:B**، يمين **3.5:D**، يسار **1.5:G**.

النص الفرنسي أو الانجليزي يكون بخط **T.NEW ROMAIN** بحجم **12** والهوامش بحجم **10**.

4- أن ترسل البحوث عن طريق الإيميل الوحيد:

5- أن يقدم البحث وفق الأصول العلمية المتعارف عليها ويراعي في ذلك خاصة:

- التقديم للبحث بتحديد أهدافه ومنهجيته، والعمل على تنسيق مختلف عناصره.

- التوثيق الكامل للمراجع والجداول والرسومات البيانية.

- أن ينتهي البحث بخاتمة تتضمن النتائج والتوصيات.

- أن يشار إلى الهوامش في نهاية البحث وليس أسفل الصفحة (حجم**12** بالنسبة للعربية وحجم **10**بالنسبة للاتينية)، كما ترقم الجداول والرسومات بأرقام متتالية، كما يستحسن إدراجها في نهاية البحث وقبل المراجع عندما يكون عددها كبيرا، وأن يتم ترتيب بنود البحث على النحو التدرجي: المحور، أولا، ثانيا، 1،2، أ، ب، - - **

6- أن يكون نص الورقة البحثية خاليا من أي خطأ لغوي أو مطبعي، وأن يكون قد تم إمراره على المدقق اللغوي والنحوي.

7- تنشر المواضيع باللغة العربية أساسا، مع إرفاق ملخص باللغة الفرنسية أو الإنجليزية، وعندما يكون الموضوع بالفرنسية أو الإنجليزية يرفق بملخص باللغة العربية (الملخص لا يتجاوز 150كلمة) مع إظهار العنوان ضمن الملخص.

8- تخضع البحوث للتحكيم العلمي من طرف باحثين من جامعات ومراكز بحث جزائرية وأجنبية.

9- في حالة طلب تعديل في البحث على الباحث أن يعيد البحث المعدل في فترة لا تتجاوز 15 يوما.

10- على الباحث تحمل تبعات عدم احترام قواعد وأخلاقيات البحث العلمي.

11- تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، وإعادة نشر موضوع الباحث يتطلب موافقة كتابية من المجلة.

12- النتائج والاقتراحات والآراء التي يعبر عنها الباحثين لا تلزم سوى أصحابها.

13- تحتفظ المجلة بحقها في حذف أو إعادة صياغة بعض الجمل لتتلاءم مع أسلوبها في النشر.

14- أي بحث لا يلتزم بالشروط والمواصفات المطلوبة كلها لا يؤخذ بعين الاعتبار، ولا يعتبر مستلما.

15- في حالة وجود أكثر من مؤلف يتم مراسلة الاسم الذي يرد أولا في ترتيب الأسماء في حالة تساوي الدرجات العلمية، والأعلى درجة في حالة اختلاف الدرجات العلمية.

16- على الباحث أن يعرف بنفسه ونشاطاته العلمية في أول ورقة من البحث.

الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار و دورها في تحفيز المقاولاتية
– حالة ولاية بشار–

د. بن زاير مبارك أ. بن زاير عبد الوهاب

جامعة طاهري محمد– بشار– الجزائر

wahab.apolyoss@yahoo.fr
benzairmebarek@yahoo.fr

Received: April 2017 Accepted: May 2017 Published: June 2017

ملخص:

لقد سعت الجزائر منذ الاستقلال للخروج من دائرة الاقتصاديات الريعية و ذلك عن طريق محاولة تنشيط القطاعات المساهمة في تكوين الناتج الكلي للبد خارج المحروقات، و تعتبر المقاولاتية احد اهم الادوات المعول عليها في هذا الاطار، ليس كخيار و حسب بل كحتمية افرزتها التحولات الاقتصادية الداخلية و الخارجية.

تهدف هذه الورقة البحيثة الى تسليط الضوء على مدى نجاح هيئات دعم و مرافقة المقاولاتية ممثلة في الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار– ولاية بشار–.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية، المقاول، هيئات دعم المقاولاتية، الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار– ولاية بشار–

رموز **jel**: H71 , R5 .

Abstract:

Algeria has sought since independence to get out of the circle of the rentier economies and that by trying to activate the contributing sectors in the composition of Total output Outside hydrocarbons ; entrepreneurship and considered one of the tools relied upon in this regard ; And not as an option but as inevitability were produced by the internal and external economic transformations.

And This paper aims to highlight the success of entrepreneurial support and accompany the bodies represented by the National Agency for Investment Development- province of Bechar-.

Key words: Entrepreneurship, Entrepreneur, Entrepreneurial support bodies, National Agency for Investment Development- province of Bechar-.

(JEL) Classification : H71 , R5.

مقدمــة:

تعتبر المقاولاتية من أهم الآليات التي يعتمد عليها صناع القرار لتنشيط الحركية التنموية على مستوى مختلف القطاعات الاقتصادية، و مما لاشك فيه أن تعزيز روح المقاولاتية يحتاج الى دعم من طرف الدولة و مؤسساتها العمومية خصوصا في الدول النامية التي يواجه فيها حاملي الافكار عقبات مختلفة تحول دون تجسيد أفكارهم الى مشاريع على ارض الواقع.

في هذا الصدد تجدر الاشارة الى ان الجزائر قد بذلت جهود كبيرة لتوفير بيئة استثمارية محفزة و ذلك من خلال هيئات الدعم و المرافقة وما تقدمه من وسائل و آليات تعمل على الاستغلال الأمثل للموارد البشرية و المالية، حيث تتعدد وظائف و مجالات تخصص هذه المؤسسات ليس لتغطية مختلف القطاعات فحسب بل أيضا لضمان التوازن فيما بينها في ظل ما تفرضه الطبيعة الاقتصادية للبلد.

و في اطار التكييف مع التغيرات التي شهدها الاقتصاد الجزائري تم إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، وكالة ترقية و دعم و متابعة الاستثمار سابقا من اجل بعث روح المقاولاتية خصوصا في الأوساط الشبابية.

و تهدف هذه الورقة البحثية الى تسليط الضوء على مساهمة الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في تحفيز المقاولاتية على مستوى ولاية بشار انطلاقا من الاشكالية التالية:

إلـى أي مــدى تساهم الوكــالة الوطنية لتطوير الاستثمار في تحفيز المقــاولاتية على مستوى ولاية بشار؟

و للإحاطة بمختلف جوانب الاشكالية يتم التطرق الى المحاور التالية:

- **مــقدمـة**
- **المحور الأول**: الاطار النظري للمقاولاتية.
- **المحور الثاني**: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار – ولاية بشار- و دورها في تحفيز المقاولاتية.
- **خـــلاصة.**

I-المـــحور الأول الاطـــار النـظري للمقاولاتيـــة:

تلعب المؤسسات الصغيرة و المتوسطة دورا مهما من خلال المساهمة في رفع معدلات النمو الاقتصادي، وذلك من خلال التنويع الاقتصادي و خلق مناصب الشغل و تطوير المنتج المحلي، ومن هنا تسعى مختلف الدول الى توفير الدعم لتحفيز روح المقاولاتية و فتح الباب امام حاملي الافكار للمبادرة بتجسيدها على ارض الواقع.

و مع انهيار النظام الاشتراكي وسيطرت الاقتصاد الرأسمالي وبروز انماط جديدة في العلاقات الاقتصادية و الاجتماعية السياسية، أصبحت معظم دول العالم مع اختلاف سياستها و مستويات التنمية فيها تهتم و تسعى لتشجيع الاستثمار الخاص المتمثل أساسا في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، و تعتبر المقاولاتية الأداة المعول لبناء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

I-1-تعريف المقاول و المقاولاتية:

I-1-1الـمقاول:

قبل التطرق الى تعريف المقاولاتية لابد من توضيح مفهوم المقاول، إذ تطور هذا المفهوم مع مرور الزمن ففي فرنسا و خلال العصور الوسطى كانت كلمة المقاول تعني الشخص الذي يشرف على مسؤولية و يتحمل أعباء مجموعة من الأفراد، ثم أصبح يعني الفرد الجريء الذي يسعى لتحمل مخاطر اقتصادية. أما خلال القرنين السادس عشر و السابع عشر فقد كان يعد الفرد الذي يتجه الى انشطة المضاربة ويعتبر ساي (Say) من أوائل المنظرين لهذا المفهوم اذ يعتبر المبدع الذي يقوم بجمع و تنظيم وسائل الانتاج، بهدف خلق منفعة جديدة[i].

كما عرف شومبيتر المقاول بأنه ذلك الشخص الذي لديه الارادة و القدرة لتحويل فكرة جديدة او اختراع جديد الى ابتكار[ii].

اضافة الى هذا فإن المقاول هو الذي ينمي و يبتكر شيئا ذا قيمة من لاشيئ، فيأخذ الفرص المتعلقة بالموارد و الالتزام بالرؤيا و كذلك أخذ عنصر المخاطرة[iii].

و عليه فإن أهم ميزة في المقاول هي الارادة و القدرة و بشكل مستقل ليكون مستعدا لتحويل فكرة جديدة الى

ابتكار يجسد على ارض الواقع مع ورود احتمال المخاطرة من اجل تحقيق عوائد مالية.

I-1-2-المقاولاتية:

المقاولاتية لغة: هي كلمة انجليزية الأصل و قد ترجمة الى الفرنسية بمصطلح Enterpreneurait الذي يعني حاول أو بدأ و تضمن فكرة التجديد و المغامرة[iv].

و أصبح مفهوم المقاولة شائع الاستعمال و متداول بشكل واسع، بعد أن تناول العديد من الاقتصاديين و الاداريين مسألة المبادرة الفردية و المقاولة، ويعد " بيتر داكر" من الأوائل الذين أشاروا الى ذلك في سنة 1985 من خلال اشارته الى تحول الاقتصاديات الحديثة من اقتصاديات التسيير الى اقتصاديات مقاولاتية[v].

و تعرف المقاولاتية على أنها: الفعل الذي يقوم به المقاول و الذي يُنفذ في سياقات مختلفة و بأشكال متعددة، ممكن أن يكون عبارة عن انشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني، كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها[vi].

كما تعرف المقاولة على أنها عملية انشاء منظمات جديدة وحتى يتسنى لنا فهم هذه الظاهرة يتوجب علينا دراسة العملية التي تؤدي الى ولادة و ظهور هذه المنظمات، بمعنى اخر مجموعة النشاطات التي تسمح للفرد بإنشاء مؤسسته الجديدة[vii].

و يبدو واضحا من خلال هذه التعريفات ان المقاولة هي عبارة عن الألية التي من خلالها يتمكن المقاولون ليس فقط من تجسيد افكارهم و مشاريعهم على ارض الواقع وحسب بل أيضا يتسنى لهم الاشراف على سيرها الحسن و حتى توسيعها في الاطار القانوني المناسب، و من هنا اكتسبت المقاولاتية مكانة مهمة عند الحديث عن تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

و تتعدد المقاربات التي تعالج المقاولاتية بتعدد زاويا النظر، فهناك من يعتبر المقاولايتة على أنها انتهاز أو بالأحرى استغلال للفرص التي يجب على المقاول اكتشافها ثم تقيمها و اخيرا المباشرة في اسغلالها، مثل المفكر (Venkataraman) وفي ظل هذه المقاربة تكون المقاولاتية محصورة في انتاج السلع و الخدمات، و هنالك من يرى ان المقاولاتية هي انشاء تنظيمات جديدة في الحد الأدنى و قد تجاوز الروؤية الحديثة للمقاولاتية في هذا الاطار فكرة انشاء المؤسسات الى فكرة البروز التنظيمي، اي بروز اشكال جديدة للتنظيم انطلاقا من مؤسسة قائمة من قبل، في حين توجد مقاربات اخرى تعتبر المقاولاتية كأداة لخلق قيمة جديدة بالنسبة للفرد او للمجتمع ككل، فقد عرف Bruyat المقاولاتية كموضوع علمي للبحث في الثنائية الفرد، خلق القيمة.

اضافة الى هذا فان المقاولاتية ترتبط بشكل كبير بالابداع، و تعود جذور هذه المقاربة الى الاقتصادي Schumpeter و الذي اظهر خمس انواع من الابداع هي: المواد الجديدة للاستهلاك سواء كانت سلعا او خدمات او حتى طرق جديدة لاستغلال مصادر المواد الأولية، الطرق الجديدة للانتاج، الطرق الجديدة للنقل ، الأسواق الجديدة و اخيرا الانواع الجديدة للتنظيم الصناعي، ويقوم المقاول من خلال ابداعه في هذه المجالات بتقديم شيئ جديد لم يتوصل اليه غيره.

I-2-المقاولاية في الجزائر:

ترتبط المقاولاتية ارتبطا وثيقا بالتطورات التي شهدها الاقتصاد الجزائري، خصوصا على الصعيد القانوني و السياسي.

وفيما يتعلق بالتطورات التي شهدها الاقتصاد الجزائري فإنه يمكن التمييز بين مرحلتين اساسيتين،حيث تمتد المرحلة الأولى من الاستقلال الى بداية نهاية الثمانينات وتليها المرحلة الثانية بعد التسعينات الى وقتنا الحاضر، وفيما يلي مميزات كل مرحلة:

I-2-1-مرحلة بعد الاستقلال الى نهاية الثمانينات:

ان تميز الاقتصاد الجزائري خلال هذا المرحلة بالتخطيط المركزي الموجه ضمن الاطار الاشتراكي كان لابد له ان ينعكس بالسلب على المقاولاتية التي اقتصرت على بعض الصناعات التحويلية التقليدية ذات الطابع العائلي نظرا لاحتكار الدولة لمختلف القطاعات الاقتصادية مما ساهم في تكوين بيئة اقتصادية راكدة في مجال المبادرة، اضافة الى هذا فان الوضعية العامة الرديئة –سواءا على الصيد التعليمي او الصعيد المادي- للشعب الجزائري بسبب مخلفات الاستعمار خصوصا الطبقة الشبابية التي تعتبر الركيز الاساسية للروح المقاولاتية كان لها اثر سلبي كبير على المقاولاتية.

و في ظل هذه الظروف لم تتمكن المؤسسة العمومية التي أخذت بعدا اجتماعيا أكثر منه اقتصاديا من تحقيق نتائج ايجابية، بل على العكس عرفت ارتفاعا كبيرا في التكاليف وضعفا في الكفاءة الانتاجية و المردودية.

و استجابة لهذه الوضعية الحرجة، شرعت الدولة انطلاقا من سنة 1982 في تطبيق برنامج اعادة الهيكلة العضوية و المالية الرامي الى تحسين نظام تسيير المؤسسة الوطنية و اعطاءه اكثر مرونة ولا مركزية في اتخاذ القرار و ذلك من خلال تفكيك المؤسسات العمومية الضخمة الى مؤسسات ذات أحجام أصغر و أكثر تخصصا، و لقد ترتب عن هذا البرنامج ارتفاع كبير في عدد المؤسسات العمومية، حيث تشير الاحصائيات الى انه مع نهاية سنة 1984 كان القطاع العمومي بمختلف فروعه مكونا من 475 مؤسسة عمومية ذات طابع وطني ، و حوالي 1400 مؤسسة عمومية محلية[viii].

I-2-2- مرحلة ما بعد الثمانينات :

لقد عكس انهيار اسعار المحروقات في الاسواق العالمية سنة 1986، و الذي تسبب في انخفاض مدخلات الدولة من العملة الصعبة، مدى هشاشة النسيج الاقتصادي المعتمد بشكل اساسي على اموال المحروقات في تغطية خسائر القطاع العمومي، هذا القطاع الذي وجد نفسه في وضعية حرجة خاصة في ظل فشل برنامج اعادة الهيكلة العضوية و المالية الذي خضعت له مؤسساته و الذي لم يتمكن من تحقيق أهدافه و لو جزئيا[ix].

و لقد شرعت الجزائر انطلاقا من سنة 1988 في تطبيق مجموعة من الاصلاحات المتعلقة باستقلالية المؤسسات العمومية، فمن اجل تدارك المشاكل الناتجة عن ملكية الدولة لمؤسسات القطاع العام وطرق تسيرها، ظهرت صناديق المساهمة التي كلفت بممارسة حق مليكة المؤسسات نيابة عن الدولة[x].

و بالرغم من كل الجهود المبذولة في هذه الاصلاحات، الا انها لم تتمكن هي الاخرى من تحسين وضعية هذا القطاع، بل على العكس عجزت صناديق المساهمة على تحقيق الاهداف المسطرة لها بسبب محدودية الاطار القانوني الممنوح لها، و التدخل الدائم للدولة كمالكة مسيرة و سلطة عمومية[xi].

كل هذه الخطوات كانت عبارة عن مرحلة انتقالية ضرورية لتحضير الاقتصاد الوطني لمرحلة جديدة لا بد منها الا و هي مرحلة الاقتصاد الحر، حيث يعتبر قانون الخصخصة الصادر سنة 1995 الارضية الحقيقة التي سمحت بإنهاء الاحتكار الكبير لمختلف القطاعات الاقتصادية من طرف الدولة، لتدخل الجزائر بذلك مرحلة جديدة يلعب فيها القطاع الخاص دورا محوريا ضمن بيئة محفزة للمبادرة و المقاولاتية.

ثم بعد ذلك توالت القوانين الهادفة الى تحفيز انشاء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من خلال مجموعة من القوانين و الأوامر على رأسها الامر رقم 01-03 المتعلق بتطوير الاستثمار و المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المؤرخ في 20 اوت سنة 2001 و يليه القانون المعدل و المتم رقم 06-08 المؤرخ في 15 جويلية سنة 2006 و الذي تم بموجبه تقديم مجموعة من المزايا الكفيلة بتشجيع الاستثمار، و انشاء المجلس الوطني للاستثمار لدى الوزير المكلف بالاستثمار و الموضوع تحت سلطة ورئاسة الحكومة، اضافة الى هذا تم بموجب هذا القانون انشاء صندوق لدعم الاستثمار والذي يوجه لتمويل المزايا الممنوحة للاستثمار[xii].

و ينص القانون التوجيهي الخاص بترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة اضافة الى ما سبق على تاسيس هياكل و مراكز خاصة هدفها تسهيل اجراءات التاسيس و اعلام و توجيه ودعم و متابعة المؤسسات، و من بين هذه الوكالات نجد الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ)، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة، القرض المصغر، الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار، بالاضافة الى استحداث مجموعة من حاضنات الاعمال و مشاتل المؤسسات.

و بالرغم من هذه الجهود و الامكانيات الكبيرة التي وضعتها الدولة في هذا الاطار، الا ان التجربة اظهرت الفارق الكبير بين الاهداف المسطرة من وراء هذه البرامج و النتائج المحصلة، حيث كشف خبراء اقتصاديون بمناسبة الاسبوع العالمي للمقاولاتية 2013 الذي ينظم على مستوى ازيد من 130 دولة حول العالم منها الجزائر ان هذه الاخيرة خسرت رهان انشاء 02 مليون مؤسسة صغيرة ومتوسطة الذي اعلنته قبل عشر سنوات[xiii].

II-المحور الثاني:الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار- بشار-.

نظرا للأهمية البالغة التي توليها السلطات الجزائرية للاستثمار فقد تم إنشاء العديد من الأجهزة التي تعمل على تسيير و تنظيم مختلف النشاطات الاستثمارية و دعمها، خصوصا على المستوى العملي و التنفيذي و الذي نجد على رأسه المؤسسة الوطنية لتطوير الاستثمار.

II-1- نشأة الوكالة الطنية لتطوير الاستثمار:

تعتبر الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (A.N.D.I [xiv]) مؤسسة عمومية إدارية، تهدف بشكل عام الى تنظيم النشاطات الاستثمارية وتقديم الدعم لها خصوصا خلال مرحلة الانشاء، وقد تم انشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار بموجب المادة 06 من الأمر 01-03 المؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1422هـ الموافق ل 20 غشت سنة 2001 المعدل والمتمم و الذي نص على أنها عبارة على أنها مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي وتدعى في صلب النص الوكالة[xv].

وتجدر الاشارة الى أن الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار جاءت كمحاولة لإعادة بث النشاط من جديد في الوكالة الوطنية لدعم وترقية الاستثمار سابقا، و من أجل ضمان فعالية أكبر للوكالة تم إنشاء شباك وحيد ، مؤهل للقيام بالترتيبات التأسيسية للمؤسسات و تسهيل تنفيذ مشاريع الاستثمار، يتضمن الشباك الوحيد عدة إدارات في آن واحد، تم تعدادها في المادة 25 من الامر 01-282 المتعلق بتنظيم و صلاحية الوكالة، و الذي يعتبر حسب المادة 2 من المرسوم التنفيذي 06-356 تمثيلية للوكالة على المستوى المحلي.

II-2- مهام الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار:

أ-مهمة إعلامية: تضمن الوكالة إستقبال وإعلام المستثمرين، وذاك بوضع أنظمة إعلامية تسهل للمستثمرين الحصول على معلومات إقتصادية ووضع بنوك معطيات تتعلق بفرص الأعمال والشراكة وكذا وضع مصلحة للإعلام تحت تصرف المستثمرين مع ضمان نشر كل هذه المعطيات.

ب- مهمة تسهيلية: قصد تسهيل إجراءات الإستثمار على المستثمرين، قام المشرع بتقريب الوكالة إليهم وذالك بإنشاء شباك وحيد لا مركزي (G.U D)[1]، و لايكتفي الشباك الوحيد بمنح مساعدته للمستثمرين الذين يقومون بالتصريح بمشاريعهم ، والذين يريدون الإستفادة من الإمتيازات، بل يستفيد من خدماته كل المستثمرين، و يستفيد أعضاء الشباك الوحيد في مزاولة مهامهم من مواعيد قصيرة، يتم تحديدها بطريقة محدودة جدا، و هي مذكورة بالتفصيل في الفقرات من واحد إلى عشرة من المادة 25 من المرسوم التنفيذي 282/01.

ت-مهمة ترقية الإستثمارات: ويكون ذلك من خلال التعاون بين الهيئات الخاصة والعمومية في الجزائر وفي الخارج بهدف ترقية المحيط العام للاستثمار وطنياو من جهة أخرى وتحسين سمعة الجزائر في الخارج وتعزيزها كبيئة جاذبة و محفزة للاستثمار، و من هنا تحاول الوكالة أن تطور العلاقات بين المستثمرين الأجانب والمحليين، وذلك من أجل تبادل المعلومات و الخبرات من خلال اللقاءات و الأيام الدراسية وغيرها من أدوات التبادل.

ث-مهمة المساعدة: تقوم من خلالها الوكالة بإستقبال المستثمرين والتكفل بهم وتوجيههم ، وتتكفل المصلحة على مستوى الشباك الوحيد بالقيام بكل الترتيبات المتعلقة بإنجاز مشروعهم من خلال خدمة الاستشارات مع امكانية اللجوء الى استشارة أجنبية عند الحاجة، وتمس المساعدات المقدمة من طرف الوكالة المستثمرين الأجانب بالترتيبات المرتبطة بإنجاز مشاريعهم.

II-3- الشباك الوحيد غير المركزي على مستوى ولاية بشار:

تعتبر ولاية بشار أحد أهم الولايات الجنوبية نظرا لما تتوفر عليه من مؤهلات طبيعية وبشرية إذ تتربع على مساحة تقدر ب: 164.881كلم^2 وتعداد سكاني يبلغ حوالي: 279.851 نسمة موزعين على 12 دائرة و 21 بلدية، كل هذه المؤهلات دفعت بالكثير الى تصنيفها كعاصمة للجنوب الغربي و أهلها الى احتلال مكانة مهمة ضمن سياسات و برامج تطوير الجنوب.

[1] G.U.D :Guichet Unique décentraliser .

حيث تسعى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار- الشباك الوحيد غير المركزي- على مستوى ولاية بشار و الذي تم انشاءه بتاريخ 2011/07/03 الى دعم و تحشيع الاستثمارات الخاصة خصوصا التي تنشط في القطاعات الاستراتيجية مثل النقل و الصناعة وغيرها، وفيما يلي بعض المعطيات على الوكالة في ولاية بشار[xvi]:

العنوان :الحي الشهيد بن علي، محل أ 10 و 07 ، المنطقة الزرقاء (تم تغيير المقر الى حي السلام مؤخرا)

المسؤول : السيد صالح عبد الكريم، مدير

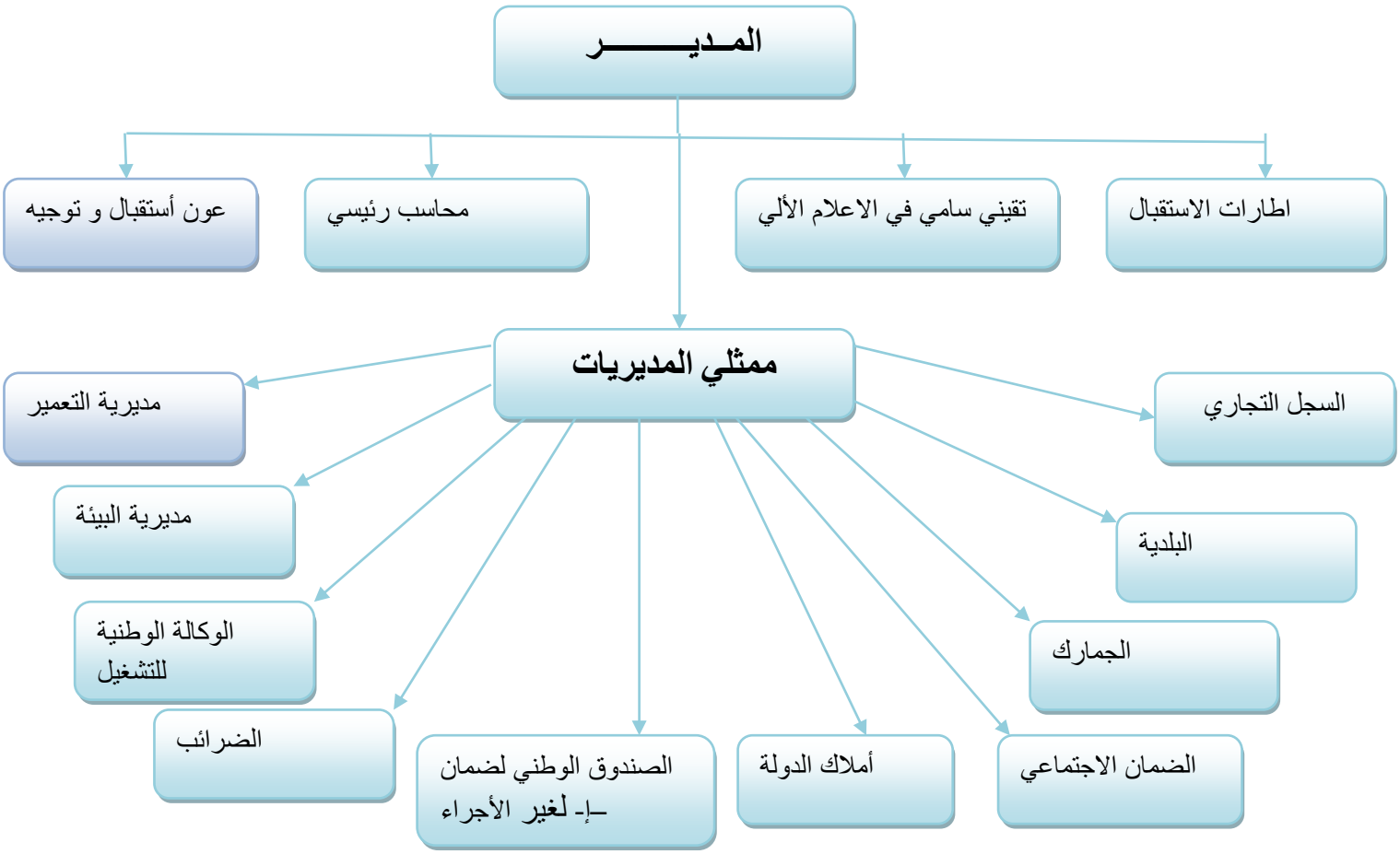
الهاتف. : 213 (0) 49.81.91.62

الفاكس. : 213 (0) 49.81.91.13

البريد الالكتروني :gubechar@andi.dz

و فيما يتعلق بالهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار –الشباك الوحيد غير المركزي ولاية بشار- فالمخطط التالي يوضح ذلك:

المخطط رقم (1): الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار-الشباك الوحيد غير المركزي بشار-



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار- ولاية بشار-

يبين المخطط رقم (1) و الذي يمثل الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار- ولاية بشار- بإن الوكالة تحتوي على طاقم يتضمن أعوان اطارات الاستقبال و تقع على مسؤوليتهم استقبال المقاولين و توجيههم فيما يخص التحفيزات و الخدمات التي تقدمها

الوكالة، إضافة الى هذا فان الهيكل التنظيمي للوكالة يقتضي توفر اعوان في الاعلام الالي و تتمثل مهامهم في الاشراف على معدات الاعلام الألي على مستوى الوكالة و الاشراف على تحديث موقع الوكالة الذي يعتبر منصة اعلامية و تحسيسية كحلقة وصل بين الوكالة و المقاولين وذلك بتزويدهم بالمعلومات و المستجدات و الاحصائيات المتعلقة بنشاط الوكالة و خدماتها، أما منصب المحاسب فهو ضروري لسيرورة عمل الوكالة.

و لعل البارز في الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار- الشباك الوحيد غ المركزي بشار- هو ضمه لممثلي عن مختلف الهيئيات و المديريات ذات الصلة المباشرة بميدان الاستثمار و المقاولة، وهذا شيئ مهم جدا يضمن التنسيق بين مختلف تلك المديريات فيما يتعلق بالبيئة الاستثمارية و المقاولية على مستوى الولاية.

و فيما يلي وكخلاصة للبحث بعض الاحصائيات المتعلقة بالمستثمرين الذين قاموا بإيداع ملفاتهم على مستوى الشباك الوحيد غير المركزي لوكالة تطوير الاستثمار لولاية بشار.

-قطاع البناء و الأشغال العمومية:

يعتبر قطاع البناء و الأشغال العمومية أحد أهم القطاعات التي تحضى بإهتمام كبير من طرف الدولة سواءا على المستوى الوطني بشكل أو على مستوى ولاية بشار بشكل خاص وفيما يلي احصاءات المقاولين الذين تقدموا للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في ولاية بشار:

الجدول رقم (01): تطور عدد المشاريع المقدمة للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار على مستوى ولاية بشار –قطاع البناء و الأشغال– العمومية خلال الفترة 2011–2015

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015
عدد المشاريع- قطاع البناء و الأشغال العمومية	04	30	'29	40	42
المبلغ(ألف د.ج)	7930	18900	25000	25030	28000

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار لولاية بشار.

من خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن اقبال المستثمرين الناشطين في قطاع الأشغال العمومية والبناء سجل تطورا متواصلا خلال الفترة الممتدة من سنة 2011-2015 حيث قفز من 04 مشاريع سنة 2011 الى 30 مشروع خلال السنة الموالية فقط وهذا يدل على أن التحفيزات المقدمة من طرف الوكالة بدأت تستقطب هؤلاء المقاولين و بدأت تلقى صدا جيدا بين أوساطهم على الرغم من أن نشاط الوكالة كان ما يزال حديثا، ثم يستمر تطور عدد المشاريع المسجلة ضمن الوكالة في مجال قطاع البناء و الأشغال العمومية لكن بوتيرة بطيئة حيث انتقل من 40 مشروع سنة 2014 الى 42 مشروع سنة 2015 وهذا يعد مؤشر سلبي على مدى تطور اقبال المقاولين على الخدمات المقدمة من طرف الوكالة خصوصا على مستوى قطاع البناء و الأشغال العمومية الذي يعد قطاع نشط جدا نظرا لسياسة العامة التي تنتهجها الجزائر لتوفير السكنات و البُنى التحتية في الوطن ككل و ولاية بشار على وجه الخصوص، و بشكل عام فإن اقبال المقاولين على الوكالة الوطنية على مستوى ولاية بشار فيما يتعلق بقطاع البناء و الأشغال العمومية و الاستفادة

مما تقدمه لهم من خدمات يبقى ضعيفا جدا إذ ما قُرن بالعدد الاجمالي للمشاريع المسجلة في هذا القطاع على مستوى السجل التجاري للولاية و البالغ عددهم2011 مشروعا بشكل تراكمي الى غاية تاريخ 25/01/2017، و بالتالي فان مساهمة الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في تحفيز روح المقاولاتية بقطاع البناء و الشغال العمومية يبقى ضئيلا نظرا لأهمية هذا القطاع و ذلك لعدة أسباب بعضها متعلق بالوكالة في حد ذاتها حيث ان خدماتها تعتبر محدودة في هذا القطاع و تتمثل في التسهيلات الجبائية فيما يتعلق باقتناء معدات البناء و ألاته في حين تتمثل مطالب المقاولين في الحصول على تمويل كامل لاقتناء تلك المعدات و الآلات، اضافة الى هذا توجد أسباب متعلقة بطبيعة النشاط المقاولاتي في قطاع البناء و الأشغال العمومية الذي يتميز بمنافسة شرسة بين كبار المقاولين ذو الخبرة و الكفاءة مما يحول دون فتح المجال أمام المقاولين الصغار و الشباب.

-قطاع النقل:

لقد سعت الجزائر الى تطوير قطاع النقل بمختلف أنواعه نظرا للمكانة الهامة التي يحتلها هذا القطاع كأداة لتطوير الاقتصاد و التنمية المحلية خصوصا في الولايات الجنوبية مثل ما هو الأمر في ولاية بشار.

وفيما يلي تطور عدد المشاريع المقدمة للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار من أجل الاستفاذة من الخدمات التي تقدمها الوكالة:

الجدول رقم (02): تطور عدد المشاريع المقدمة للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار على مستوى ولاية بشار – قطاع النقل- الفترة 2011-2015

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015
عدد المشاريع- قطاع النقل-	21	65	51	25	30
المبلغ(ألف د.ج)	5150	11600	8000	7000	8700

-المصدر:من اعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار لولاية بشار.

من خلال الجدول رقم (02): نلاحظ أن عدد المشاريع المسجلة على مستوى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في قطاع النقل سجلت عددا معتبرا منذ البداية حيث بلغت 21 مشروعا استماريا بقيمة اجمالية قدرها 5150دج سنة 2011 وهو عدد معتبر و ما يلاحظ أيضا أن هذا العدد قد تضاعف الى 65 مشروعا سنة 2012بقيمة اجمالية قدرها 11600دج وهي بداية موفقة تدل على مدى اقبال المقاولين و استفادتهم من التحفيزات المقدمة من طرف الوكالة، لكن هذا الاقبال الجيد ما يلبث أن يتراجع خلال السنوات المقبلة حيث تنخفض عدد المشاريع المسجلة على مستوى الوكالة الى 25 مشروعا بقيمة اجمالية قدرها 7000 دج سنة 2014 وان عاد الاقبال من طرف المقاولين على التحفيزات المقدمة من طرف الوكالة حيث ارتفع عدد المشاريع سنة 2015 الى 30 مشروعا لكن يبقى الاقبال ضعيفا جدا على الرغم من أن قطاع النقل يشكل ركيزة اساسية في التنمية المحلية على مستوى ولاية بشار والوطن ككل و يشهد حركية كبيرة بشتى الأصناف سواءا نقل الأشخاص (الجماعي و الفردي) أو نقل البضائع و السلع خصوصا أن عدد السجلات التجارية المفتوحة على مستوى السجل التجاري لولاية بشار في قطاع النقل و الخدمات المرفقة تبلغ 2669 مشروعا مسجلا بشكل تراكمي الى غاية تاريخ2017 /25/01، و لعل هذه المساهمة الضئيلة في تحفيز المقاولاتية من طرف الوكالة يرجع الى أنها تشترط عدم بيع أليات النقل المستفادة من التخفيزات و التخفيضات الجبائية الا بعد تجاوز مدة معينة تختلف على حسب نوع ألة النقل و طبيعتها فقد تبلغ أحيانا 05 سنوات و هذا عائق كبير أمام المقاولين في قطاع النقل الذي تتميز معداته بسرعة الاهتلاك وبالتالي يرغب المقاولون ببيع وتجديد أليهم ومعداتهم في اجل قصير نسبيا لذى يجب اعادة النظر في هذا الأمر لحل لهذا المشكل.

-قطاع الصناعة:

حظي قطاع الصناعة باهتمام بالغ من قبل المشرفين على السياسات الاقتصادية في الجزائر منذ الاستقلال،وفيما يلي تطور عدد المشاريع المقدمة للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في قطاع الصناعة من أجل الاستفاذة من التحفزات المقاولاتية التي تقدمها الوكالة:

-الجدول رقم (03): تطور عدد المشاريع المقدمة للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار على مستوى ولاية بشار – قطاع الصناعة– الفترة 2011–2015

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015
عدد المشاريع-قطاع النقل-	01	04	04	05	08
المبلغ(ألف د.ج)	460	1000	7000	8000	103000

-المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار– بشار–

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ ان اقبال المستثمرين الناشطين في قطاع الصناعة على مستوى ولاية بشار على التحفيزات المقدمة من طرف الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار شهد تطورا مستمرا منذ بداية سنة 2011 الى غاية سنة 2015 حيث انتقل خلال طول هذه الفترة من مشروع واحد بقيمة 460دج الى أن بلغ 08 مشاريع خلال نهاية سنة 2015 بيقمة اجمالية قدرها 103000دج وهو مؤشر ايجابي جدا، ورغم كل هذا يبقى عدد المشاريع قليل و التي تعتبر في مجملها مشاريع صناعية خفيفة و تقتصر على التجميع لا اكثر رغم ، و الجدير بالذكر أن العقبة الكبيرة التي تواجه المستثمرين في هذا القطاع هي مشكلة العقار هذا رغم استحداث منطقة صناعية جديدة بالولاية اضافة الى المنطقة الصناعية القديمة لكن يبقى قطاع الصناعة في ركود،فكما هو معرف أن المشاريع الصناعية لا تشهد حركية كبيرة على المستوى الوطني ككل بما في ذلك ولاية بشار على الرغم من المجهودات المبذولة في هذا الصدد لنهوض بالقطاع الصناعي.

-قطاع الخدمات و السياحة:

تمتلك ولاية بشار مؤهلات سياحية كبيرة تؤهلها الى احتلال مراكز أولى ضمن الوطن كوجهة سياحية

و لما لا ضمن العالم الخارجي، ومن هنا كانت المساعي حثيثة من طرف السلطات المحلية للنهوض بهذا القطاع المعول عليه، وفيما يلي تطور عدد المشاريع المقدمة للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في قطاع الخدمات و السياحة من أجل الاستفاذة من التحفزات الجبائية التي تقدمها الوكالة:

الجدول رقم (04): تطور عدد المشاريع المقدمة للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار على مستوى ولاية بشار – قطاع الصناعة– الفترة 2011–2015

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015
عدد المشاريع- قطاع الخدمات و السياحة	02	06	08	06	05
المبلغ(ألف د.ج)	220	2580	3800	3770	1800

المصدر من اعدا الباحثين بالاعتماد على معطيات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار– بشار–

من خلال الجدول رقم (04) نلاحظ أن عدد المشاريع المدرجة ضمن قطاع الخدمات و السياحة تشهد اقبالا متواضعا جدا على الاستفاذة من ما تقدمه الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار من دعم وتسهيلات للمقاولين، على الرغم من أن عدد المشاريع بلغ سنة 2015 مايقارب 05 مشاريع بقيمة اجمالية قدرها 1800دج في حين لم يتعدى 02 مشروع سنة 2011 بقيمة اجمالية قدرها 220دج هذا مع العلم أن سنة 2013 شهدت تسجيل أكبر عدد من المشاريع المدرجة للاستفادة من التسهيلات على مستوى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار بولاية بشار، و من هنا يجب على الوكالة اعادة النظر في طبيعة التحفيزات التي تقدمها للمقاولين في قطاع السياحة و محالة تكيفها مع ما يتناسب مع احتياجات القطاع، الأمر الذي لا يتم الا من خلال دراسة عميقة للقطاع و التشاور مع الناشطين فيه هذا من جهة، ومن جهة أخرى وجب على الوكالة استهداف المناطق السياحية المتوفرة و بكثرة ضمن الولاية و العمل على تخصيص تحفيزات تتناسب و طبيعة كل منطقة على حدى، اضافة الى هذا وجب على الوكالة توفير قنوات اتصال و تبادل معلومات مع مديرية السياحة على مستوى الولاية للإلمام بحتياجات القطاع بشكل أفضل.

كما تجدر الاشارة بأن عدد السجلات التجارية المفتوحة على مستوى السجل التجاري لولاية بشار ضمن قطاع الخدمات و السياحة بلغ ما يقارب 4324 ملف وهو رقم يبرز مدى ضعف اقبال المقاولين في هذا القطاع على الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار و الاستفاذة من الخفيزات و الخدمات التي تقدمها، رغم انه يشكل قطاع واعد بالنسبة للمقاولين خصوصا الشباب منهم نظرا لتلائمه مع تطلعاتهم من جهة و لما يحضى به من دعم من طرف الدولة باعتباره احد القطاعات المعول عليها للنهوض بالتنمية ككل.

- **خلاصة:**

لعل أهم نتيجة يمكن الخروج بها من خلال هذه الورقة البحثية هي مدى الجهوذ المبذولة من طرف السلطات الجزائرية لتحفيز المقاولتية بمخلفت الطرق و في مختلف القطاعات إن على المستوى الوطني بشكل عام و على مستوى ولاية بشار بشكل خاص، و لكن هذه الجهود لم تؤدي الى النتائج المرجوة منها بالشكل الأفضل هذا فيما يتعلق بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، إذ يبقى الاقبال على التحفيزات المقاولاتية للمستثمرين المقدمة من طرف الوكالة ضعيفا ، لتبقى اشكالية تطوير المقاولاتية على متسوى الولاية مطروحة و بشكل ملح، و لتدارك الأمر نقترح جملة من النقاط يتمثل أهمها في:

- العمل على تعريف المقاولين خصوصا الشباب منهم بالخدمات و التحفيزات التي تقدمها الوكالة من خلال الأيام المفتوحة و الحملات التحسيسية التي يجب أن لا تظل حبيسة مقر الوكالة بل أن تشمل الوسائل الاعلامية مثل الاذاعة المحلية و غيرها من وسائط الاعلام.

- العمل على إبرام عقود شراكة بين الوكالة و المؤسسات الأخرى الناشطة في مجال دعم المقاولاتية مثل E.N.S.A.J و البنوك وغيرها لتسهيل العميلات و اختصار الوقت على المقاولين الراغبين في الاستفاذة من خدمات الوكالة.
- العمل على تكوين الفريق العامل على مستوى الوكالة و تطوير قدراتهم خصوصا المحتكين منهم بشكل مباشر مع المقاولين من أجل ترقية وتحسين الخدمات المقدمة للهم وعكس صورة حسنة على مدى جدية الوكالة في تطوير المقاولاتية على مستوى الولاية.
- العمل على الأخذ برأي المستثمرين خصوصا ذوي الخبرة منهم و إشراكهم في عملية تطوير الخدمات المقدمة من طرف الوكالة.
- إعطاء الأولوية في التسهيلات و التحفيزات للقطاعات الاستثمارية التي تتماشى مع مؤهلات الولاية و التي يمكن الاعتماد عليها لتطوير التنمية المحلية مثل السياحة.

إضافة الى هذا و من خلال ما سبق يمكن القول بأن تحفيز المقاولاتية و نشر فكر المبادرة خصوصا لدى خريجي الجامعات و الشاب يشكل أداة مهمة في المساهمة في دفع قطاع مؤسسات الصغيرة و المتوسطة الى الامام ليس على مستوى ولاية بشار و حسب بل على مستوى الوطني ككل مما يساهم في النهوض بالتنمية الاقتصادية للبلاد و تنويع القطاعات المساهمة في ذلك خارج قطاع المحروقات.

الاحالات و المراجع:

i -Jean-luc Guyot et Jean Vandewattyne**, les logque d'action entreprenuraile, ler édition: éditions de Boeck université Bruxelle , 2008,P16.**

ii -Michel Hernandez**, l'entrepreneurait: approche théorique**, Edition l'harmattan, Paris, 2001, P:13.

[iii]–بلال خلف السكارنة، **الريادة و ادارة منظمات الأعمال**، درا المسيرة، عمان، 2007، ص 18

[iv]– لفقير حمزة، **تقييم البرامج التكوينية لدعم المقاولة– حالة برنامج CREE GERME**، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير علوم تسيير، جامعة بومرداس، 2009/2008، ص 25.

[v]– العربي تيقاوي، درو حاضنات **الأعمال في بناء القدرة التنافسية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كنموذج للمقاولاتية**، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول: المقاولاتية، التكوين و فرص العمل، يومي 08–06 أفريل 2010، جامعة محمد خيضر ببسكرة، الجزائر، ص09.

[vi] -Michel Hernandez , op.cit, p13.

[vii] -Alin Fayolle, **Entrepreneuriat** , Dunod, paris, 2004, P29.

[viii] -Nacer Eddin Sadi, **la privatisation des entreprises publique en Algérie**, 2[émé] Edition, Office des publication universitaire, France, 2006, p29.

[ix]– ناصر دادي عدون، **اقتصاد المؤسسة**، دار المحمدية للنشر، الجزائر، 1999، ص 180.

[x]– سوامس رضوان، **العلاقة بين البنك والمؤسسة على ضوء الاصلاحات المالية و النقدية الجارية في الجزائر**، الملتقى الوطني حول المؤسسة الوطنية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد، يومي: 22–23 أفريل 2003، جامعة ورقلة، الجزائر، ص 14.

[xi] – Nacer Eddin Sadi, Op.Cit. p54.

[xii]– الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، **الجريدة الرسمية**، العدد 47، الصادر في اوت سنة 2001، ص 04.

[xiii]– محمد قوجيل، يوسف قريشي، **سياسة دعم المقاولاتية في الجزائر**، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 04، سنة 2015، ص 158.

[xiv] –A.N.D.I : Agence national pour le développement des investissements

[xv]– الجريدة الرسمية، العدد 64 الصادر في 11 أكتوبر سنة 2006، المادة الأولى من الباب الأول، ص 14.

[xvi]– **الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار:**

http://www.andi.dz/index.php/ar/monographie-des-wilayas?id=406 (تصفح يوم: 2017/02/20).

المرافقة المقاولاتية كأسلوب فعال للنهوض بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة والتقليص من البطالة في الدول العربية

د.شاهد إلياس
جامعةالشهيد حمه لخضر– الوادي؛ الجزائر
naimdefrour@hotmail.fr

د.دفرور عبد النعيم
جامعة الشهيد حمه لخضر– الوادي؛ الجزائر
Chahed_ilias@yahoo.fr

Business accompaniment as an effective way to promote small and medium enterprises and reduce unemployment in the Arab countries

DR.Chahed Ilias & DR. Defrour Abdenaim
Faculty of economics, university of El Oued; Algeria

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

Abstract:
This study aims to identify one of the latest methods and policies to fight unemployment in the Arab world, an accompaniment style entrepreneurial, which means small and mini just ideas and opinions projects accompanied to the fact embodied in fact, The importance of the study of the need to activate the accompanying role of entrepreneurial as well as highlighting projects mini, which has become play an important role in the developed and developing world economies, in terms of being an important tool for economic development, the latter helped by the wide spread in most economic areas of the reduction of the unemployment rate, increasing the gross domestic product, and achieving balanced regional development, especially in light of the political and economic changes experienced by the Arab world.
Keywords: accompany, business, small and medium business, unemployment.
(JEL) Classification : J23, A13, E24.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بأحد أحدث الأساليب والسياسات المتبعة من أجل محاربة البطالة في الوطن العربي، وهو أسلوب المرافقة المقاولاتية الذي يعنى ويرافق المشروعات الصغيرة والمصغرة من مجرد أفكار وآراء إلى حقيقة مجسدة في الواقع ، وتنبع أهمية الدراسة من ضرورة تفعيل دور المرافقة المقاولاتية وكذا إبراز المشروعات المصغرة التي أضحت تلعب دورا هاما في الاقتصاديات العالمية المتقدمة والنامية، من حيث كونها أداة هامة لتحقيق التنمية الاقتصادية، فقد ساهمت هذه الأخيرة من خلال انتشارها الواسع في أغلب المجالات الاقتصادية من التقليص من نسبة البطالة، زيادة الناتج الداخلي الخام، وتحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة، خاصة في ظل المتغيرات السياسية والاقتصادية التي يعيشها العالم العربي.

الكلمات المفتاحية: مرافقة، مقاولاتية، مشوعات صغيرة ومتوسطة، بطالة.

رموز jel: J23 , A13, E24.

مقدمة:

يعاني الواقع العربي جملة من العوامل التي تشكل كوابح تعيق التنمية والتطوير الاقتصادي والاجتماعي. وفي مقدمة هذه العوامل تأتي البطالة والنمو السكاني وضعف معدلات النمو وشح الاستثمارات وغيرها، ولكن هناك شؤون مشتركة تحتاج إلى رؤيا متكاملة في سبيل القيام بوضع خطط متكاملة بهدف التخفيف من وطأة الأزمة الحالية وبخاصة فيما يتعلق بالشباب العربي ، وللتخفيف من شدة البطالة ومحاولة التحكم فيها، يقترح الخبراء والمنظرون والكثير من التقارير العربية والمحلية والدولية على الاهتمام بإقامة مشاريع ومؤسسات صغيرة ومتوسطة، بعد ما حققه هذا القطاع باقتصاديات دول كثيرة في مجال التنمية وتحسين مؤشراتها الاقتصادية، وتفاعله وتكييفه السهل والسريع مع المحيط الاجتماعي المتواجد به، واستحواذه على أكبر نسبة توفير لفرص العمل. ولوضع هذه الآليات موضع التنفيذ بالدقة المطلوبة التي من شأنها أن تضمن تحقيق الأهداف المرجوة، لابد من الاستفادة من خبرات وتجارب الدول التي تقوم بتطبيق هذا النظام، والتعرف على الآلية المعمول بها في تحديد المستحقين والموارد المالية وآليات الإنفاق وتنصيب أجهزة رسمية، تهدف إلى إعداد برامج توظيف العمالة وتنشيط سوق العمل، كما تشجع الاستثمار الخاص في هذا الاتجاه.

وفي هذا الإطار فإن المقاولاتية وإنشاء المؤسسات يحتل حيزا كبيرا من اهتمام الحكومات والعديد من الدول، خاصة مع تزايد المكانة التي تحتلها المؤسسات الصغيرة والمصغرة في اقتصاديات مختلف هذه الدول مهما كان مستوى تطورها، والدور الذي باتت تلعبه في مختلف برامج التنمية المستقبلية الإستراتجية.، كما أن الدخول إلى عالم الأعمال يعد خطوة مهمة جدا في حياة الفرد خاصة إذا تعلق الأمر بطرح منتج جديد مبتكر، فحتى لو كانت الفكرة جيدة وكان الفرد يمتلك مهارات وقدرات مقاولية إلا أن هناك بعض العراقيل التي يمكن أن توقف أو تأجل مساره نحو المقاولية، ويكفي أن العديد من الإحصائيات تشير إلى ان نسبة كبيرة جدا من المؤسسات الصغيرة تزول أو تخرج من السوق خلال السنوات الأولى من بداية نشاطها وتسجل المؤسسات غير المستفيدة من الدعم والمرافقة النسبة الأكبر، وبالتالي فان عملية مرافقتها ودعمها خاصة في السنوات الأولى من إنشائها وبداية نموها يعد أمرا ضروريا.

ومن خلال هذه المعطيات تم طرح الإشكالية الرئيسية التالية: مامدى أهمية المرافقة المقاولاتية في النهوض بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة في سبيل التقليص من البطالة في الدول العربية؟

المحور الأول: تشخيص أزمة البطالة في الوطن العربي.

تعد قضية التشغيل أحد أهم التحديات التي تواجه البلدان العربية بلا استثناء،[i] حيث بلغت هذه المشكلة . أي التشغيل ومكافحة البطالة في البلدان العربية حدا يجعل منها محور التنمية ليصبح دعم سياسات التشغيل وتخفيض نسبة البطالة الهدف الرئيسي لكل جهد تنموي، ومجال تعاون عربي.[ii] ونظرًا إلى استمرار البطالة في اقتصاديات البلدان العربية التي بلغت في بعض الحالات معدلات مثيرة للقلق، وأصبحت معالجة مشكلة البطالة وخلق مناصب عمل أمراً لا مناص منه لتحقيق التنمية المستديمة.[iii]

تعتبر البطالة من أهم العوامل المهددة للاستقرار الاقتصادي وتماسك المجتمعات العربية، حيث تعزى البطالة في الدول العربية إلى أسباب اقتصادية واجتماعية و أخرى سياسية، كما يمكن أن تنتج عن أسباب داخلية أو خارجية، وقد تختلف أسباب البطالة من بلد إلى آخر وذلك وفقا للهيكل الاقتصادي والتركيب السكاني في كل بلد، وتختلف في بعض الأحيان من منطقة إلى أخرى داخل البلد الواحد.

ففي الدول العربية ذات الاقتصاد المهمش مثل السودان والصومال واليمن وجيبوتي، يسود القطاع غير الرسمي والتوظيف الذاتي في اقتصاد الكفاف، أما دول الاقتصاد الأكثر تنوعا والتي تشمل لبنان، ومصر، الأردن و تونس و الجزائر و المغرب، والتي يتسم

اقتصادها بفائض العمالة فلا ينمو الاقتصاد بنسبة تسمح له باستحداث فرص عمل بالنسب المرجوة لاستيعاب الداخلين الجدد في سوق العمل، وهناك أيضا دول مجلس التعاون الخليجي العربية التي تواجه تحديا خاصا في سعيها نحو تنويع الاقتصاد.[iv]

ويرجع " التقرير الاقتصادي العربي الموحد " الصادر عن الجامعة العربية في 2002 تفاقم ظاهرة البطالة في الدول العربية إلى جملة من الأسباب منها ما يتعلق بجانب العرض كالمعدلات العالية لنمو السكان، وبالتالي تزايد الأعداد الداخلين إلى سوق العمل، والهجرة المتزايدة من الريف إلى المدينة، ودخول المرأة هي أيضا إلى سوق العمل، وضعف التعليم الجامعي وعدم مواءمته لاحتياجات السوق ومواصفات الوظائف المعروضة ضمنه. أما فيما يخص جانب الطلب فإن من أهم أسباب تفاقم هذه المشكلة معدلات النمو غير الكافية التي سجلتها الاقتصاديات العربية والتي لم تتمكن من خلق فرص العمل بما يتلاءم مع جانب العرض، وعدم إبراز تقدم ملموس على مستوى القاعدة الإنتاجية، بالإضافة إلى السياسات الاستثمارية المنتهجة في بعض الدول العربية، والتي ركزت على الاستثمارات كثيفة رأس المال التي لا تحتاج إلى عمالة كبيرة.[v]

لقد ارتفع عدد سكان الدول العربية من 218.239 مليون نسمة عام 1990 إلى 326.112 مليون نسمة عام 2007، أي بمعدل سنوي بلغ متوسطه 2.36%، وقد شكلت القوى العاملة ما نسبته 38.4% من عدد السكان عام 2007. أما معدل البطالة الإجمالي للدول العربية في نفس العام فقد بلغ 14% حيث تعتبر نسبة البطالة في الدول العربية من أعلى النسب العالمية إذا ما استثنيت الدول التي تجتاحها الأزمات السياسية والحروب الدولية والنزاعات المحلية والأهلية، ويمكن القول أن البطالة في الدول العربية هي أعلى مما هي عليه بكثير، وذلك بسبب عدم كفاءة عملية جمع المعلومات في بعض الدول، وخصوصا إذا تم الأخذ بعين الاعتبار البطالة المقنعة في الأجهزة والمؤسسات العمومية التي تستوعب من الأيدي العاملة أكثر مما يحتاجه انجاز ما لديها من أعمال مما يساهم في خفض الإنتاجية.[vi]

وبالرغم من النمو الاقتصادي الذي حققته الاقتصاديات العربية في السنوات الأخيرة بفضل ارتفاع أسعار النفط، والإصلاحات الاقتصادية التي أنجزتها، فإن هذا لم يمنع من أن تصبح البطالة ظاهرة شاملة تمس جميع الأقطار العربية بعدما كانت ظاهرة في عدد محدود منها. خاصة بعد تراجع قدرة القطاع الحكومي على التوظيف من جراء عمليات الخوصصة والتي كانت كإنعكاس لإفلاسه. فحسب تقرير مجلس الوحدة العربية التابع لجامعة الدول العربية، فقد وصل عدد العاطلين عن العمل في الدول العربية إلى 25 مليون عاطل.[vii]

إن تشخيص وتحليل أزمة البطالة في الدول العربية ضمن مقاربة الشراكة المجتمعية، يتطلب منا التعرف على الأدوار التي تجسدها القطاعات الثلاثة المكونة للإطار المعرفي للحكم الجديد The New Governance والتي اشرنا إليها آنفا وهي الحكومة والقطاع الخاص والمجتمع المدني، وتقييم هذه الأدوار من ناحية الفعالية والتكاملية والتكافئية في خلق فرص عمل للعاطلين عنه، وبما أن الشراكة المجتمعية الواقعة تحت مظلة الحكم الرشيد تركز بصفة رئيسية على دور القطاع الخاص Private sector في الاستثمار والإنتاج و تقديم السلع والخدمات ومن ثمة خلق مناصب عمل، لاسيما وأن الشراكة المجتمعية برمجت وتم التنظير لها تحت قاعدة الأفكار النيوليبرالية من أجل تنمية الدور الذي يقوم به القطاع الخاص في دفع عجلة النمو والتنمية الاقتصاديين على حساب دور القطاع العام، لذا فإننا في هذه الورقة سيتم التركيز على تقييم دور هذا الطرف لما له من أهمية في التوصل إلى إجابة لإشكالية الدراسة.

مع الأخذ بعين الاعتبار فرضية ضعف المجتمع المدني في الدول العربية في عملية الرقابة والمحاسبة وكذلك في تقديم النصائح والإرشادات والاستشارات لكل من القطاع الحكومي والقطاع الخاص من أجل دفع عجلة النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية المستديمة،

كما يظهر المجتمع المدني في الساحة العربية ضعفا في صياغة وتنفيذ سياسات وبرامج هدفها تدريب القوى العاملة وحثها على المبادرة والاستثمار وخلق فرص عمل، وهذا ما تؤكده الحالة الجزائرية حيث يرجع ضعف المجتمع المدني في الدول العربية و فشله في احتلال موقع مهم ومرموق في التنمية الشاملة المستديمة إلى الترتيبات السياسية التي تعتمدها الحكومات العربية من أجل تقليص دور المجتمع المدني مقارنة بدور هذا الأخير في الدول المتقدمة، من خلال محاولة استيعاب منظمات المجتمع المدني واحتواءها ضمن كيان السلطة واستخدامها فيما يتوافق مع أهدافها وتطلعاتها السياسية والإيديولوجية، وهناك عائق آخر يحول دون قيام الرأسمال الاجتماعي بدوره بشكل فعال في الجزائر وهو قلة الإعتمادات المالية التي تخصصها الحكومة والقطاع الخاص لمنظمات المجتمع المدني مما يثبط عملها، كما أن المنهجية التي تتبعها الدولة الجزائرية في التعاطي مع مؤسسات المجتمع المدني تتصف بالمناسابتية والارتجالية، إذ لا توجد أي سياسة واضحة لإشراك كل منظمات المجتمع المدني من أجل تدبير شؤون التنمية الشاملة المستديمة.[viii]

إن معالجة تفاقم مشكلة البطالة في الدول العربية يمكن إرجاعها بشكل رئيس إلى ظاهرتين رئيستين هما:

- تراجع قدرة القطاع الحكومي (القطاع العام) على تشغيل كافة القوى العاملة بالدول العربية مع الارتفاع المستمر لأعداد الداخلين الجدد لسوق العمل، حيث يشكل القطاع العام حاليا حوالي ثلث العاملين في البلدان العربية رغم معاناته من كبر الحجم وانخفاض الإنتاجية.[ix] مما جعل الحكومات العربية غير قادرة على التوسع في سياسة التشغيل المتبعة في مؤسساتها غير الإنتاجية، وهذا ما نتج عنه تراجع لدور الدولة في لعب دور الموظف الرئيسي للأيدي العاملة لاسيما وأن لعب هذا الدور يزيد من البطالة المقنعة سيما وأن التوظيف في القطاع الحكومي لا يخضع التعيين فيه لنفس معايير الكفاءة و الإنتاجية السائدة في القطاع الخاص، بالإضافة إلى فشل الدولة في تجسيد برامج تعليم في معظم الدول العربية تتلاءم مع الحاجيات الفعلية لسوق العمل، كما أن التكوين والتعليم لا يواكب التطورات التكنولوجية السريعة الجارية في العالم.[x]
- محدودية الدور الذي يؤديه القطاع الخاص، وعدم قدرته على تحقيق فرص عمل كافية للباحثين عن العمل في الدول العربية، إذ تشكل القيود المباشرة وغير المباشرة المفروضة على الاستثمار مع عدم توافر البيئة الاقتصادية والسياسية المناسبة، والذي شكل عائقا أمام تطور القطاع الخاص وقيامه بدوره بشكل فعال،[xi] بالإضافة إلى سياسات الانفتاح الاقتصادي والتعديلات الهيكلية التي كانت بإيعاز ومرافقة صندوق النقد الدولي وما صاحبها من تطبيق لبرامج الخوصصة، حيث نتج عنها تسريح العديد من العمال وفقدان وظائفهم في الشركات والمؤسسات العمومية سيما بعد خوصصتها. ومن جهة أخرى، ضعف التوجه نحو المشروعات الصغيرة والمتوسطة وعدم إعطاء القدر الكافي للاهتمام بتنميتها، كما أن نقص الاستثمارات الموجهة لتنمية الاقتصاديات العربية سواء على المستوى الدولي أو الداخلي، حيث يواجه قطاع الاستثمار في العالم العربي مشكلتان رئيسيتان تحدان من تطوره هما: نقص الاستثمار الأجنبي الموجه إلى الدول العربية والذي لا يتعدى نسبة 1% من حجم الاستثمارات الأجنبية العالمية، و المشكلة الثانية تتمثل في هجرة رؤوس الأموال العربية إلى الخارج، وعدم مشاركتها في تحقيق التنمية العربية، بالإضافة إلى سوء التخطيط الوطني الذي يتمثل في اختيار المجالات المناسبة التي يوجه لها الاستثمار القومي.[xii]

لقد بذلت الحكومات العربية جهودا منفردة بهدف خلق فرص عمل وتشغيل طالبيه، ولكنها لازالت غير كافية، ففي مصر تمركزت هذه الجهود حول إنشاء الصندوق الاجتماعي للتنمية لتوفير فرص عمل للشباب، وقد رصدت الحكومة المصرية لهذا الصندوق مبالغ كبيرة ذهبت معظمها لتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وفي سوريا تم استحداث البرنامج الوطني لمكافحة البطالة وتم تخصيص مبالغ مالية وفيرة لتشجيع قطاع الأعمال، وبشكل أساسي المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وحاضنات الأعمال وبعض البرامج المتخصصة، والتي كان هدفها عموما تعزيز مقومات اقتصاد السوق الاجتماعي وتنمية الطاقات الشابة.[xiii]

من جهة أخرى، قامت الحكومة الأردنية بتوثيق العلاقات السياسية والاقتصادية مع الدول المستوردة للأيدي العاملة الأردنية، كما عملت على جذب الاستثمارات المحلية والخارجية لخلق فرص العمل، بالإضافة إلى تشجيع سياسة التوظيف الذاتي من خلال دعم قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة، والتحفيز على العمل من خلال تقديم التسهيلات المالية مثل منح القروض لتمويل النشاطات المدرة للدخل.[xiv]

كما عملت الحكومة المغربية على إنشاء صندوق لتدريب وتأهيل الشباب لخلق فرص عمل ذاتي وذلك بمساعدة جهات أخرى كالجمعيات غير الربحية والمصارف وغيرها، وفي الجزائر فإن التوجه الاقتصادي الجديد الذي تبنته الدولة الجزائرية منذ 1989، والمتمثل في توسيع نطاق المبادرة الخاصة، أدى إلى إنشاء وزارة خاصة بالصناعات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جويلية1993،[xv] كما اتخذت الحكومة الجزائرية عدة خطوات تمثلت في إنشاء لجان في كل ولاية لتمكين الشباب من إيجاد مناصب عمل، وإنشاء جهاز للإدماج المهني للشباب في إطار وزارة العمل والضمان الاجتماعي، ولقد تم تحفيز الشباب على إنشاء مؤسسات بتمويل من البنوك الحكومية.[xvi]

وتعتبر دول الخليج أكثر الدول العربية وضعا للخطط الطموحة لمعالجة مشكلة البطالة، حيث عملت هذه الدول على وضع إجراءات لتحفيز القطاع الخاص على تشغيل المواطنين بدلا من العمالة الأجنبية، والتي تقدر بـ 09 ملايين عامل. حيث تم إعطاء الأولوية في التشغيل للعمالة الوطنية المحلية الخليجية ثم العمالة من الدول العربية الأخرى، وتعد الكويت مثالا واضحا لهذا التوجه، فقد قامت بتبني برامج محفزة للقطاع الخاص، وفي البحرين تم وضع خطة من أجل القضاء نهائيا على مشكلة البطالة، وفي الإمارات قامت الدولة بفتح المجال أمام القطاع الخاص من أجل توسيع دائرة التوظيف، وفي السعودية تم تشجيع القطاع الخاص على فتح فرص العمل أمام السعوديين، وقد أدت هذه السياسات إلى جعل معدلات البطالة في كل من دولة الإمارات وقطر والبحرين والكويت هي الأقل على مستوى الدول العربية.[xvii]

وبالرغم من الجهود التي بذلتها معظم الدول العربية من أجل تحفيز القطاع الخاص وخلق فرص عمل للبطالين، إلا أن السياسات المتخذة في هذه الدول قد أغفلت العديد من الجوانب نذكر منها:-[xviii]

- رسم وتنفيذ برامج لتطوير القطاع الخاص مع الإسراع نحو تطوير أسواق العمل في المنطقة لتمكينها من استيعاب القوى العاملة خاصة وأن التوقعات أشارت إلى أن هناك إمكانية لأن يصل عدد الداخلين الجدد لأسواق العمل العربية نحو 4 ملايين عام 2010.
- تطوير القطاع الخاص والعمل بشكل مواز نحو الدور الذي يمكن أن يقوم به القطاع العام للإسهام في انجاز خطط الإصلاح الاقتصادي و تهيئة المناخ العام المناسب لإنجاحها.
- يتطلب اقتصاد الدول العربية معدلات نمو تصل إلى 07% سنويا لتجاوز معدلات البطالة الحالية، ويبدو أن نمو هذه الدول يصل فقط إلى 03% سنويا، غير أن تحقيق تلك المعدلات من النمو الاقتصادي سيكون من خلال تنشيط عملية استثمار رؤوس الأموال العربية داخل المنطقة العربية.

المحور الثاني: مفاهيم أساسية حول المرافقة المقاولاتية .

تركز معظم أدبيات التسيير في دراسة موضوع إنشاء المؤسسة الصغيرة على تحليل مختلف المفاهيم التي تمر بها عملية الإنشاء، وذلك بهدف تحديد المواصفات الخاصة بالمؤسسات الصغيرة، لذا فمن خلال هذه الورقة البحثية نوضح مفهوم المرافقة المقاولتية والمؤسسات المصغرة في الجزائر.

1- مفهوم عملية المرافقة.

يعتبر تعريف المرافقة، وخاصة مرافقة المؤسسة الصغيرة أمر معقد لحد ما، ويرجع سبب هذا التعقيد إلى[xix]:

- تعدد الفاعلين في هذا المجال وتشعبهم؛
- تنوع أشكال المرافقة، وإجراءات تنفيذها.

ويعتبر التعريف الأكثر شمولا لمهنة المرافقة هو الذي اقترح من طرف" أندري لوتأوسكي" "André Letowski"، وهو مسؤول عن الدراسات في وكالة إنشاء المؤسسات بفرنسا " APCE " في مذكرة داخلية أعدها، إذ نجده قد عرفها على أنها " تجنيد للهياكل والاتصالات والوقت من أجل مواجهة المشاكل المتعددة التي تعترض المؤسسة، ومحاولة تكييفها مع ثقافة وشخصية المنشئ"[xx].

أي أن مهنة المرافقة تتعلق بإتباع سيرورة تشمل ثلاث مراحل هي:

- استقبال الأفراد الذين يرغبون في إنشاء مؤسسة؛
- تقديم خدمات تتناسب وشخصية كل فرد؛
- متابعة المؤسسة الفتية لفترة عمومًا تكون طويلة (حسب طبيعة المرافقين).

2- ماهية المقاولية:

قبل التطرق إلى التعريف بالمقاولية لابد من توضيح مفهوم المقاول، إذ تطور هذا المفهوم مع مرور الزمن، ففي فرنسا وخلال العصور الوسطى كانت كلمة المقاول تعني الشخص الذي يشرف على مسؤولية ويتحمل أعباء مجموعة من الأفراد، ثم أصبح يعني الفرد الجريء الذي يسعى من أجل تحمل مخاطر اقتصادية .أما خلال القرنين السادس عشر والسابع عشر فقد كان يعد الفرد الذي يتجه إلى أنشطة المضاربة. ويعتبر SayJ.B(1803) من أوائل المنظرين لهذا المفهوم إذ اعتبره المبدع الذي يقوم بجمع وتنظيم وسائل الإنتاج، بهدف خلق منفعة جديدة[8]. كما عرف شومبتر االمقاول (1950) بأنه ذلك الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار وبالتالي فوجود قوى الريادة" "التدمير الخلاق"* في الأسواق والصناعات المختلفة تنشأ منتجات ونماذج عمل جديدة، وبالتالي فإن الرياديين يساعدون ويقودون التطور الصناعي والنمو الاقتصادي على المدى الطويل.

وحسب كل من "Julien" و"Marchesney" فهو الذي يتكفل بحمل مجموعة من الخصائص الأساسية: يتخيل الجديد ولديه ثقة كبيرة في نفسه، المتحمس والصلب الذي يحب حل المشاكل ويحب التسيير، الذي يصارع الروتين ويرفض المصاعب والعقبات وهو الذي يخلق معلومة هامة[9]

غير أن المقاول ليس بالشخص الخيالي، وإنما هو عبارة عن شخصية تتصرف بمفردها وبشكل مستقل "مقاوم، متمرد، ومبدع"[10]

وعليه فالمقاول هو الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة ،وبشكل مستقل- إذا كان لديه الموارد الكافية – على تحويل فكرة جديدة أو اختراع إلى ابتكار يجسد على ارض الواقع ،بالاعتماد على معلومة هامة ،من اجل تحقيق عوائد مالية، عن طريق المخاطرة، ويتصف بالإضافة إلى ما سبق بالجرأة ،الثقة بالنفس، المعارف التسييرية، والقدرة على الإبداع . و بهذا يقود التطور الاقتصادي للبلد .

ولقد تعددت المقاربات التي تناولت المقاول من عدة جوانب[11]، وهي:

2-1- المقاربة الوظيفية:

هذه المقاربة التي يمثلها "Shumpeter" وهو الأب الحقيقي للحقل المقاولاتي من خلال نظريته" التطور الاقتصادي"، هذا الأخير اعتبر المقاول شخصية محورية في التنمية الاقتصادية، يتحمل مخاطر من أجل الإبداع، وخاصة خلق طرق إنتاج جديدة.

- **المقاربة التي ترتكز على الفرد الهادف إلى إنتاج المعرفة:**

والتي ترتكز على الخصائص البسيكولوجية للمقاول مثل الصفات الشخصية والدوافع والسلوك بالإضافة إلى أصولهم ومساراتهم الاجتماعية وقد سلط weber الضوء على أهمية نظام القيم ودورها في إضفاء الشرعية وتشجيع أنشطة المقاولاتية كشرط لا غنى عنه للتطور الرأسمالي.

- **المقاربة العملياتية أو التشغيلية:**

والتي أظهرت القيود المفروضة على المقاربة السابقة، واقترحت على الباحثين الاهتمام بماذا يفعل المقاول، وليس شخصه.

وكما تعددت تعاريف المقاول تعددت أيضا التعاريف التي تناولت المقاولاتية ،إذ تعرف على أنها" الفعل الذي يقوم به المقاول والذي ينفذ في سياقات مختلفة وبأشكال متنوعة، فيمكن أن يكون عبارة عن إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني، كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها. إذ أنه عمل اجتماعي بحت "[12] على حد قول "Marcel Mauss""1924-1923"

ويعرف "Beranger"وآخرون المقاولية (Entrepreneuriat) المشتقة من (Entrepreneurship) والمرتكزة على إنشاء وتنمية أنشطة، فالمقاولية يمكن أن تعرف بطرقتين:

-**على أساس أنها نشاط:** أو مجموعة من الأنشطة والسيرورات تدمج إنشاء وتنمية مؤسسة أو بشكل أشمل إنشاء نشاط.

-**على أ ساس أنها تخصص جامعي:** أي علم يوضح المحيط وسيرورة خلق ثروة وتكوين اجتماعي من خلال مجابهة خطر بشكل فردي.

أما "Alain fayol" فقد حددها على أنها " حالة خاصة، يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعدم الأكادة أي تواجد الخطر، والتي تدمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكات ذات قاعدة تتخصص بتقبل التغيير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي .أما بالنسبة للإنجلو ساكسون وخاصة الأمريكيون فقد استعملوا المصطلح منذ سنوات التسعينات، إذ نجد أن البروفيسور "Howard Stevenson" بجامعة Harvard يوضح بأن: "المقاولية عبارة عن مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها"[13]

إذن فالمقاولاتية هي الأفعال و العمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول، لإنشاء مؤسسة جديدة ، أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، من اجل إنشاء ثروة ،من خلال الأخذ بالمبادرة، وتحمل المخاطر، و التعرف على فرص الأعمال، و متابعتها و تجسيدها على ارض الواقع.

ويتضح الفرق بين إنشاء المؤسسات و المقاولاتية من خلال نقاط التوافق و الاختلاف التالية :

نقاط الاتفاق :

- كلاهما عبارة عن إنشاء مؤسسة بصفة قانونية.
- كلاهما له نسبة مخاطرة.
- منشؤوهما يتوقعون ربح من وراء إنشائهما .
- قد تصبح المؤسسة المقاولاتية مؤسسة نمطية إذا قلدت منتجاتها بشكل واسع ، في ظل عدم تطويرها.

نقاط الاختلاف :

- تتسم المقاولاتية بأنها إنشاء مؤسسة غير نمطية، فهي تتميز بالإبداع .
- ارتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لأنها تأتي بالجديد، وبمعدلات عوائد مرتفعة في حالة قبول المنتج في السوق
- أرباح احتكارية ناتجة عن حقوق الابتكار قبل تقليدها – مقارنة بالمؤسسة النمطية التي تطرح منتجات عادية .
- تتميز المقاولاتية بالفردية، مقارنة بإنشاء المؤسسات هذه الأخيرة التي يمكن إنشاؤها مع مجموعة الشركاء . هذا ما يمكن المقاول من ممارسة التسيير بشكل مباشر ومستقل بدل الاعتماد على مجلس للإدارة، وهو ما يسمح له بتجسيد أفكاره على أرض الواقع.

3- مقومات الفكر المقاولاتي:

يحتاج المقاول إلى مجموعة مواصفات تجعل منه المقاول الناجح والمسير الجيد، وهذا عن طريق الدمج بين مجموعة من الصفات الشخصية والعوامل البيئية، ويمكن تقسيم هذه المقومات إلى قسمين:

3-1- مقومات شخصية[14]:

- الحاجة إلى الإنجاز: أي تقديم أفضل أداء والسعي إلى إنجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل على الابتكار والتطوير المستمر والتمييز، ولذلك فالمقاول دائما يقيم أداءه وإنجازه في ضوء معايير قياسية وغير اعتيادية.

- الثقة بالنفس: حيث يمتلك المقومات الذاتية والقدرات الفكرية على إنشاء مشروعات الأعمال وذلك من خلال الاعتماد على الذات والإمكانيات الفردية وقدرته على التفكير والإدارة واتخاذ القرارات لحل المشكلات ومواجهة التحديات المستقبلية، وذلك بسبب وجود حالة من الثقة بالنفس والاطمئنان لقدراتهم وثقتهم بها.

- الرؤيا المستقبلية: أي التطلع إلى المستقبل بنظرة تفاؤلية وإمكانية تحقيق مركز متميز ومستويات ربحية متزايدة.

- التضحية والمثابرة: يعتقد المقاولون بأن تحقيق النجاحات وضمان استمراريتها، إنما يتحقق من خلال المثابرة والصبر والتضحية برغبات آنية من أجل تحقيق آمال وغايات مستقبلية، ولذلك فالضمانة الأكيدة لهذه المشروعات إنما تنبع من خلال الجد والاجتهاد والعطاء.

– **الرغبة في الاستقلالية:** ويقصد بها الاعتماد على الذات في تحقيق الغايات والأهداف، والسعي باستمرار لإنشاء مشروعات مستقلة لا تتصف بالشراكة خاصة عندما تتوافر لديهم الموارد المالية الكافية، كما يستبعد المقاولون العمل لدى الآخرين تجنبا لحالات التحجيم بحيث يتمكنون من التعبير والتجسيد الحقيقي لأفكارهم وآرائهم وطموحاتهم.كما " يوفر لهم إنشاء المؤسسات الخاصة الدخل الكافي للمعيشة وتحقيق الثراء ،إلى جانب التحكم في شؤون العاملين لديهم مما يعطيهم استقلالية في العمل ،وهذا ما سماه " Shumpeter" بالمملكة الصغيرة"[15].

بالإضافة إلى العديد من المهارات الواجب توفرها في المقاول الناجح وهي: 16

– **المهارات التقنية:** وهي تتمثل في الخبرة، المعرفة، والقدرة التقنية العالية المتعلقة بالأنشطة الفنية للمشروع في مختلف المجالات من إنتاج، بيع، تخزين وتمويل وهذه المهارات تساعد في إدارة أعمال المشروع بجدارة.

– **المهارات التفاعلية:** وهي قدرات الاتصال، نقل المعلومات استلام، ردود فعل، مناقشة القرارات قبل إصدارها، الإقناع..إلخ التي يحتاجها المقاول في حالة تحويل الصلاحيات اللازمة لإدارة النشاط للآخرين.

– **المهارات الإنسانية:** وتتمثل في القدرات التي تمكن المقاول من تطوير علاقاته مع مرؤوسيه وزملائه لخدمة المشروع والمؤسسة بشكل عام، حيث أن هذه العلاقات تبني على الاحترام والثقة والدعم المستمر للعنصر البشري داخل المؤسسة والاهتمام بمشكلاته خارج المؤسسة، وهي قدرات تتعلق بالاستجلاب والتحفيز والاستمالة للآخرين والمعاملة الحسنة والتصرف اللبق مع أعضاء المؤسسة.

– **مهارات فكرية:** تتمثل في اكتساب أسس ومبادئ علمية في ميدان الإدارة واتخاذ القرار والمحاكمة المنطقية وتحليل المشكلات وإيجاد العلاقات بين المشكلات وأسبابها وحلولها...إلخ.

– **مهارات تحليلية:** أي القدرة على التفكير المجرد حيال نظرتهم إلى مؤسساتهم التي تعمل ككل وليس كجزء وان أجزاؤها ووظائفها تترابط مع بعضها البعض لتصبح كلا في محيطها، حيث أن هذا الإدراك في حد ذاته تخوله تعقيدات العمل الحاصلة أمامه بعد مواجهته أغلبية المشاكل ليتمكن فيما بعد من وضع الحلول المناسبة.

3-2- المقومات البيئية:

- **المحيط الاجتماعي:** يعتبر المحيط الاجتماعي عنصرا مهما في الدفع نحو إنشاء المؤسسة نظرا لتركيبته المعقدة.
- **الأسرة:** تعمل الأسرة على تنمية القدرات المقاولاتية لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مهني خاصة إذا كان هؤلاء الآباء يمتلكون مشاريع خاصة عن طريق تشجيع الأطفال منذ الصغر على بعض النشاطات وتحمل بعض المسؤوليات البسيطة.
- **الدين** : يدعو الدين الإسلامي الحنيف إلى العمل وإتقانه وكذا الاعتماد على النفس في الحصول على القوت

– **العادات والتقاليد:** تعتبر العادات والتقاليد من العوامل المؤثرة على التوجه إنشاء المؤسسات، فالمجتمعات البدوية تمارس الزراعة والرعي مع أبنائها أما الصناعات التقليدية والأنشطة التجارية فتتوارثها الأجيال،

– **الجهات الداعمة:** نظرا لأن ثقافة المقاولاتية تنشأ من المجتمع الذي تنشأ فيه ممثلا في المؤسسات العامة والخاصة، وهيئات الدعم المرافقة التي تلعب دورا أساسي في دفع من كثافة المقاولية ولعل من أهم هيئات الدعم:

ANSEJ ,CNAC, ANDI, ، حاضنات الأعمال، الجامعة والتعليم.

المحور الثالث: المشاريع الصغيرة والمتوسطة ودورها في برامج التشغيل في الدول العربية

1- مفهوم المشاريع الصغيرة والمتوسطة

يختلف تعريف ومفهوم المشاريع الصغيرة والمتوسطة من دولة لأخرى وفقا لاختلاف إمكانياتها وظروفها الاقتصادية والاجتماعية مثل: طبيعة مكونات وعوامل الإنتاج، ونوعية الصناعات الحرفية التقليدية القائمة قبل الصناعة الحديثة، والكثافة السكانية، ومدى توفر القوى العاملة ودرجة تأهيلها، والمستوى العام للأجور والدخل، وغيرها من الجوانب الاقتصادية والاجتماعية التي تحدد ملامح وطبيعة الصناعات القائمة فيها. كما ويختلف التعريف وفقا للهدف منه، وهل هو للأغراض الإحصائية أم للأغراض التمويلية أو لأية أغراض أخرى.

وصفوة القول، أن الدول الصناعية والنامية تختلفان في تعريف المشاريع الصغيرة والمتوسطة مما يجعل من الصعوبة إجراء المقارنة بينهما، فالمشاريع التي تعتبر متوسطة في الدول النامية تعد صغيرة في الدول الصناعية، كما أن المشاريع الكبيرة في الدول النامية تعد متوسطة في الدول الصناعية.

وفي سبيل مواجهة الصعوبات في المقارنة درجت العديد من الدول المتقدمة والنامية على تبني تعريف منظمة العمل الدولية والتي تعرف المشاريع الصغيرة بأنها المشاريع التي يعمل بها أقل من 10 عمّال والمشاريع المتوسطة التي يعمل بها ما بين 10 إلى 99 عاملا، وما يزيد عن 99 تعد مشاريع كبيرة.

2- أهمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة

إن بداية الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كان بعد انهيار الأوضاع المالية في منتصف الثمانينيات في معظم بلدان العالم، وخاصة في عدم قدرته على الاستمرار في إنشاء المؤسسات الكبيرة وحتى الحفاظ على الموجودة منها. فالتغيرات التي شهدها العالم والتي نجم عنها تحرير التجارة والعولمة فضلا عن التقدم في الإصلاح الاقتصادي في الكثير من الدول العربية زادت من أهمية القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية، لذا فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تستطيع أن تساهم في الإنعاش الاقتصادي والاجتماعي، وتساهم في توفير مناصب عمل جديدة، وإعادة إدماج العمل المسرحين من القطاع العام. وقد ثبتت أهمية هذه المؤسسات اقتصاديا واجتماعيا من خلال قدرتها على توزيع النشاط الاقتصادي خاصة في الخدمات والصناعات التحويلية، واتضحت نتائجها في الدول المتقدمة.[xxi]

وترجع أهمية مساهمة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية للأسباب التالية:[xxii]

- تعتمد المشاريع الصغيرة والمتوسطة على العمالة المكثفة، وتميل إلى توزيع الدخل بصورة أكثر عدالة مقارنة بالمؤسسات الكبيرة، فهي تلعب دورا مهما في خلق فرص الاستخدام بما يخفف من حدة الفقر إذ أنها كثيرا ما توفر فرص عمل مقابل أجور معقولة للعمال من الأسر الفقيرة والنساء اللاتي يفتقرن إلى المصادر البديلة للدخل.

- تسهم المشاريع الصغيرة والمتوسطة في رفع كفاءة تخصيص الموارد في الدول النامية، فهي تميل إلى تبني الأساليب الإنتاجية كثيفة العمالة بما يعكس وضع تلك الدول من حيث وفرة قوة العمل وندرة رأس المال. وكلما توسع نشاط تلك المشاريع في الأسواق غير الرسمية أصبحت أسعار عوامل الإنتاج والمنتجات التي تتعامل بها تعكس بصورة أفضل تكاليف الفرص البديلة مقارنة بالأسعار التي تتعامل بها المشاريع الكبيرة.

- تدعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة بناء القدرات الإنتاجية الشاملة، فهي تساعد على استيعاب الموارد الإنتاجية على مستويات الاقتصاد كافة، وتسهم في إرساء أنظمة اقتصادية تتسم بالديناميكية والمرونة تترابط فيها الشركات الصغيرة والمتوسطة والمتوسطة، وهي تنتشر في حيز جغرافي أوسع من المشاريع الكبيرة، وتدعم تطور ونمو روح المبادرة ومهاراتها وتساعد على تقليص الفجوات التنموية بين الحواضر والأرياف.

- كما أن سرعة التطور التكنولوجي أدت إلى زيادة معدل تغير التقنية الإنتاجية المستخدمة في العديد من الصناعات، وبانتشار طريقة الإنتاج على دفعات أصبح من الأهمية إقامة مصانع أصغر حجما وأقل تكلفة استثمارية على أن يركز كل مصنع في إنتاج عدد قليل من السلع الدقيقة أو التي تتطلبها صناعات معينة لمواجهة طلبيات صغيرة من سلع أو خدمات معينة.

3- مميزات المشاريع الصغيرة والمتوسطة ومساهمتها في التشغيل

علاوة على دور المشاريع الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث تمثل جزءا كبيرا من قطاع الإنتاج في مختلف الدول سواء المتقدمة أو النامية، وتولي دولا عديدة اهتماما خاصا بها، فعلى سبيل المثال تعد الصناعات الصغيرة والمتوسطة مفتاح التنمية في جمهورية الهند وقد أولتها دعما متميزا حتى أطلق عليها بالابن المدلّل للحكومة، وتقدم المشاريع الصغيرة والمتوسطة العديد من المميزات التي يمكن تلخيصها بالآتي:[xxiii]

- سهولة تأسيسها نظرا لعدم حاجتها إلى رأس مال كبير أو تكنولوجيا متطورة، إضافة إلى قدرتها على الإنتاج والعمل في مجالات التنمية الصناعية والاقتصادية المختلفة.

- توفير فرص عمل وبكلفة استثمارية منخفضة وذلك لطبيعة الفن الإنتاجي المستخدم حيث أسلوب الإنتاج كثيف العمل خفيف رأس المال، فضلا عن تواضع مؤهلات العمالة المطلوبة مما يعزز دورها في امتصاص البطالة التي في الأغلب تتصف بتدني مستواها التعليمي والمهني وخاصة في البلدان النامية.

- نشر القيم الصناعية الايجابية في المجتمع من خلال تنمية وتطوير المهارات لبعض الحرف والمهارات.

- استغلال مدخرات المواطنين والاستفادة منها في الميادين الاستثمارية المختلفة، بدلا من تبذير هذه المدخرات في الاستهلاك.

- تغطية الطلب المحلي على المنتجات التي يصعب إقامة صناعات كبيرة لإنتاجها لضيق نطاق السوق المحلية نتيجة لانخفاض نصيب الفرد من الدخل القومي أو لمحدودية حجم التراكم الرأسمالي وخاصة في الدول النامية.

- تعد هذه المشاريع صناعات مغذية لغيرها من الصناعات ولها دورها في توسيع قاعدة الإنتاج المحلي، حيث تساهم في تلبية بعض من احتياجات الصناعات الكبيرة سواء بالمواد الأولية أو الاحتياطية، بالإضافة إلى قدرة هذه المشاريع على الاستفادة من مخلفات الصناعات الكبيرة.

- لا يحتاج العاملون إلى مستويات عالية من التدريب للعمل في هذه المشاريع لبساطة التكنولوجيا المستخدمة.

- توفر منتجات هذه المشاريع جزءا هاما من احتياجات السوق المحلي، مما يقلل من الاستيراد.

- توفير العملة الصعبة من خلال تعويض الاستيراد والمساهمة في التصدير في أحيان كثيرة.

– تستطيع مواجهة تغييرات السوق بسرعة بعيدا عن الروتين، حيث تتمتع بقدر من التكييف وفقا لظروف السوق سواء من حيث كمية الإنتاج أو نوعيته، مما يعني القدرة على مواجهة الصعوبات في أوقات الأزمات الاقتصادية وفترات الركود.

وهناك عدة عوامل تشجع على التوظيف بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. فبالإضافة للسيولة الواجب توفيرها لتمويل مختلف الاحتياجات اللازمة، والمحيط الاقتصادي والقانوني الملائم بشكل عام، نجد عوامل أخرى يمكن حصرها في العناصر التالية: تراجع المؤسسات الكبيرة وتسريح العمال منها، تشجيع الحكومات لتأسيس مؤسسات صغيرة ومتوسطة، كما أن معامل مقاومتها للأزمات جيد.[xxiv]

4– أهم التحديات التي تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة

تواجه المشاريع الصغيرة والمتوسطة بعض المشاكل والصعوبات التي تحد من قدرتها على العمل ومساهمتها في دفع عجلة النمو الاقتصادي. وتتمثل أهم هذه الصعوبات فيما يلي:[xxv]

- صعوبات تسويقية وإدارية، مثل انخفاض الإمكانيات المالية، عدم وجود منافذ تسويقية منتظمة لتعريف المستهلك المحلي والخارجي بمنتجات وخدمات هذه المشاريع، تفضيل المستهلك المحلي للمنتجات الأجنبية المماثلة، عدم توفر الحوافز الكافية للمنتجات المحلية، عدم إتباع الأساليب الحديثة في الإدارة ونقص المعلومات والإحصاءات المتاحة لدى هذه المشاريع خاصة فيما يتعلق بالمؤسسات المنافسة وشروط ومواصفات السلع المنتجة وأنظمة ولوائح العمل والتأمينات الاجتماعية وغير ذلك من البيانات والإحصاءات اللازمة لتسيير أعمالها على الوجه المستهدف.
- صعوبات فنية، عادة ما تعتمد هذه المشاريع كما سبق القول على قدرات وخبرات أصحابها في العمل بصفة رئيسية، كما أنها تلجأ عادة إلى استخدام أجهزة ومعدات قد تكون بدائية أو أقل تطورا عن تلك المستخدمة في المؤسسات الكبيرة، أو لا تتبع أساليب الصيانة أو الأساليب الإنتاجية المتطورة التي تساعدها على تحسين جودة منتجاتها بما يتماشى مع المواصفات العالمية في الأسواق الدولية. كما أن اختيار المواد الخام ومستلزمات الإنتاج اللازمة لأعمال هذه المؤسسات قد لا يخضع لمعايير فنية وهندسية مدروسة.
- صعوبات تمويلية، حدود الإمكانيات المالية، نظرا لاعتمادها على التمويل الذاتي في غالب الأحيان، وتردد بعض المصارف التجارية في منح هذه المؤسسات قروضا ائتمانية متوسطة أو طويلة الأجل ما لم تقدم تلك المؤسسات ضمانات، لانخفاض مدة الائتمان أو لعدم كفايته وغيرها من العوائق.

وتأتي الضمانات في مقدمة الأولويات الائتمانية لمؤسسات التمويل في الدول العربية عند منحها التمويل للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، وقد أثبتت دراسة ميدانية في مصر أن الصندوق الاجتماعي للتنمية والبنوك يعتمدان في تحديد القدرة الائتمانية للمشروع على مجموعة من العناصر الائتمانية تأتي في مقدمتها الضمانات بنسبة 92%، فالمقدرة على السداد بنسبة 4%، فطبيعة المشروع بنسبة 2%، فالمركز المالي بنسبة 1.5% فالشخصية أو السمعة بنسبة 0.5%.[xxvi]

ويمكن إرجاع إشكالية التمويل في الدول العربية إلى: ضعف نطاق التمويل المتاح، ضعف الاهتمام بدراسات الجدوى، التركيز على الضمانات، طول مدة الإجراءات، افتقار مؤسسات التمويل إلى الخبرات المتعلقة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، سياسة سعر الفائدة، ضعف نظام الرقابة والمتابعة، افتقار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى الخبرات اللازمة لنشاطهم.[xxvii]

لذا ينصح عادة في هذه الحالات استحداث قسم تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة في المصارف التجارية يهدف إلى توسيع دائرة المستفيدين من برامج الدعم والتمويل التي يقدمها المصرف لخدمة المجتمع وتلبية احتياجات العملاء، والتوجه نحو شريحة أكبر من

الشباب والشابات الجادين في تطوير ذاتهم والذين لديهم طموح في إقامة مشاريع صغيرة ويفتقرون في ذات الوقت إلى مصادر الدعم اللازمة للبدء فيها، ومساندتهم إداريا في إقامة هذه المشاريع. ومن أهم وظائفه:[xxviii]

– مساعدة الشباب المستثمرين وأصحاب المشاريع في تأسيس أعمالهم الخاصة، وتنمية وصقل المهارات الموجودة في المشارك والتي تؤهله لأن يكون صاحب عمل ناجح.

– توجيه المستثمرين الناشئين نحو أفضل الفرص الاستثمارية المتاحة لهم وتقييم حاجة السوق لذلك النشاط، وتعليمهم السيطرة بشكل أكبر على مواردهم المالية.

– زيادة حجم التمويل وتنويع آلياته وذلك بالتنسيق لتقديم التمويل المناسب والقروض المتوسطة وطويلة الأجل لقيام المشاريع، وتقديم فترات سماح إعادة السداد طويلة نسبيا.

– إتاحة فرصة أكبر لنمو قاعدة جديدة من صغار رجال وسيدات الأعمال وتوسيع مساحة تواجدهم في أنشطة الاقتصاد الوطني.

– تشجيع قيام مشاريع صغيرة إنتاجية وخدمية، تكون دعامة ومغذية لما هو قائم من مشاريع كبيرة.

– توفير فرص عمل متجددة للشباب والشابات.

– توعية المستثمرين الناشئين بالتطورات المؤثرة في مجالات أعمالهم وتقديم الاستشارات الخاصة بذلك.

ومما لا شك فيه أن توفير التمويل اللازم لتلك المشاريع من شأنه العمل على توفير عملات أجنبية والمساهمة في توسيع قاعدة المتعاملين مع المصارف وإحداث تغيير نوعي في القرار الائتماني للمصارف. ويمكن أن تكون مبادرة القمة الاقتصادية والاجتماعية العربية، التي انعقدت في الكويت خلال الفترة 19 جانفي 2009، بإنشاء حساب خاص من أجل توفير الموارد المالية اللازمة لتمويل ودعم مشاريع القطاع الخاص الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية باب جديد لإزالة هذا العائق. وتقرر إسناد مهام إدارة هذا الحساب إلى الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي. وقد اصدر مجلس محافظي الصندوق العربي قراراً بالموافقة على إنشاء الحساب الخاص وإدارته من قبل الصندوق العربي، واتخاذ الترتيبات اللازمة لإطلاقه.[xxix]

وبالإضافة إلى الصعوبات السابقة، التي تبرز تصنيف وظيفي، يمكن النظر أيضا في جملة من العوامل المحيطة والملازمة لهذه المشروعات والتي تساهم فرادى أو مجتمعة في إفشالها:[xxx]

- **ضعف قدرة ورغبة الشباب العاطلين عن العمل على المبادرة وإنشاء المشروعات:** إذ يفتقر معظم الشباب العاطلين عن العمل إلى العديد من المهارات الضرورية لنجاح مشروعات الأعمال من أهمها الفطنة في الأعمال والحس الاستثماري وروح المبادرة الفردية والمهارات الأساسية والحياتية الموجهة نحو الأسواق. وفي هذا الصدد يشير تقرير التنافسية العربية الأخير (2009) إلى أنه لا تزال هناك فجوة كبيرة بين الدول العربية ودول المقارنة. فيما يخص مؤشر رأس المال البشري. فقد ارتفعت هذه الفجوة من 37%إلى 40%. إن هذا الأداء يصعب تقبله في ظل تأكيد كل الأدلة على محورية رأس المال البشري في التنافسية والتنمية، والذي بدونه لا يمكن بناء نظام اقتصادي قادر على تحقيق التنمية المنشودة.[xxxi]
- **بيئة أعمال غير مناسبة:** لا توفر بيئة الأعمال العربية الدعم اللازم للقطاع الخاص، وأشارت العديد من التقارير إلى وقت الشركات الضائع بسبب البيروقراطية وطول الإجراءات الحكومية وتكاليف التأسيس المرتفعة، والأعباء والتكاليف الناجمة عن

الحصول على الرخص وتخليص الجمارك، ونظام الضرائب المعقد، والقطاع المصرفي غير المتطور، والنفاذ غير الملائم للتمويل، وضعف البنية التحتية الداعمة للشركات.

وتجدر الإشارة إلى أن معظم الدول العربية لم تسجل أداءاً جيداً في مؤشر "سهولة ممارسة أنشطة الأعمال " في عام 2006، وتراوح ترتيب الدول العربية التي توفرت عنها بيانات ما بين 52 إلى 165 من أصل 175 دولة، عدا السعودية والكويت وكان ترتيبهما 35 و 40 على التوالي. على عكس البيئة الداعمة لقطاع الأعمال في دبي وسهولة ممارسة أنشطة الأعمال فيها، حيث سجلت دبي الترتيب الخامس في العالم، وذلك بعد هونج كونج وسنغافورة وايسلاند والولايات المتحدة . في حين تعاني أغلب الدول العربية من تفشي ظاهرة البيروقراطية بشكل متعادل، حيث بلغت فجوة الدول العربية 57% مقارنة بمجموعة دول المقارنة. واستطاعت الإمارات تحسير هذه الهوة كلياً حيث حققت مستوى متساو مع دول المقارنة.[xxxii]

- **التكلفة المرتفعة لبرامج التدريب الخاصة برفع روح المبادرة الفردية:** من أهم مقومات نجاح برامج التدريب الداعمة لروح المبادرة أن يتم تصميمها خصيصاً لتتناسب مع الاحتياجات التدريبية للفئة المستهدفة – أي حسب نوع المتدربين، وخلفياتهم الاجتماعية والثقافية وطبيعة وبيئة أعمالهم . على سبيل المثال، تختلف طبيعة البرامج (محتويات وأساليب التدريب) الهادفة لرفع روح المبادرة الفردية للشباب المتسربين من المدارس عن تلك المطلوبة للشباب المتعلّم أو للمرأة الفقيرة المعيلةً. ومن الجدير ذكره أنه نظراً لارتفاع تكلفة البرامج الخاصة ومحدودية الموارد المخصصة لهذا النوع من التدريب يغلب استخدام برامج تدريب عامة والتي لا تركز على الاحتياجات الفردية للفئات المختلفة مما يؤدي إلى انخفاض فعاليتها .
- **عدم استمرارية البرامج في توفير الدعم الفني المكثف المطلوب:** تحرص معظم البرامج على أن يحصل أصحاب المشاريع الشباب على المساعدات المالية والتدريبية في بداية العمل . بيد أن القليل منها يتواصل مع المتدربين لاستمرارية حصولهم على الاستشارات والمعلومات اللازمة من أجل دوام مشاريعهم و توسيع رقعة أعمالهم. وبما أن هذه المشاريع لم تنشأ نتيجة تطور اقتصادي طبيعي في الدولة المعنية، وإنما أسست للاستفادة من الحوافز التي يوفرها النظام الاقتصادي من أجل زيادة التشغيل، يزيد احتمال فشلها عندما لا يستمر توفير الدعم أو يتوقف قبل أوانه.
- **البرامج المُنحازة عن غير قصد:** يعاني العديد من برامج حفز التشغيل من ضعف التخطيط الذي يقلل من فرص وصولها بكفاءة إلى الفئات المستهدفة. وعلى سبيل المثال، تسعى برامج دعم المشروعات الصغيرة للوصول إلى الشباب المتعلمين والقادرين من الطبقة الفقيرة، فضلاً عن الشباب الذين يملكون خبرة في العمل الحر أو رأسمالاً ولو بسيطاً للبدء بالأعمال. ولكن غالباً ما يستفيد من هذه البرامج الفئات الأعلى تعليما والأكبر عمرا، في الوقت الذي يواجه فيه الشباب الأكثر ضعفاً مشاكل حقيقية في الوصول إلى هذه البرامج. كما أن معظم برامج حفز التشغيل تتركز في المدن و تهمل المناطق الريفية الفقيرة. وتنحاز برامج التشغيل بأشكال أخرى، فعلى سبيل المثال، أشار المسح الميداني الخاص بتقييم كفاءة البرامج الداعمة للمشروعات الصغيرة المولدة لفرص تشغيل، والذي قامت به الشركة الكويتية لتنمية المشاريع الصغيرة إلى أن معظم الفرص التي تولدت من مشاريعها كانت من نصيب الوافدين (7 في المائة من الفرص للمواطنين) ويعزى ذلك لضعف التخطيط.

ويعاني برنامج تنمية الصحراء في مصر من مشاكل مشابهة، ويقوم البرنامج على أساس مزارع صغيرة كان من شأنها أن تزيد من فرص التشغيل، إلا أنه تبين أن المشروعات الصغيرة مكلفة وتشكل عبئاً على الدولة، ولذا تنازل البرنامج عن غرضه الرئيسي وتحول إلى دعم المشاريع الزراعية الكبيرة لأنها تشكل عبئاً أقل (وذلك لأن القطاع الخاص يتحمل معظم التكاليف)، على الرغم من أنها تولد فرص عمل أقل لكونها كثيفة رأس المال. وتعاني العديد من آليات التشغيل العربية من مشاكل مشابهة، ومثال ذلك برنامج الإعفاءات الضريبية التي يقدّمها مجلس الاستثمار الأردني في سبيل جذب الاستثمارات

في قطاع الأعمال. والمعروف أن نظام الإعفاءات الحالي قد منح حوافز ضريبية مرتفعة للشركات الكبيرة أكثر منها للشركات الصغيرة، على عكس ما كان متوقعاً وخلافا للهدف الرئيسي للبرنامج.

خاتمة:

تهتم المرافقة المقاولتية بتقديم الخدمات الضرورية التي يحتاجها المقاول والمؤسسة المراد إنشائها، ولا سيما إن كانت هذه الأخيرة صغيرة، وتأخذ المرافقة عدة أشكال مثل الدولة والهيئات المحلية وأيضا مختلف الخبراء الاستشاريون الذين يولون اهتماما خاصا لهذا النمط من المؤسسات، ومن أبرز سمات المشاريع الصغيرة والمتوسطة توفير فرص وظيفية للشباب مما يساهم في دفع عجلة الحياة الاجتماعية إلى الأمام، إذ أن كل فرد من أفراد المجتمع الإنساني عندما يعمل يشعر أنه عضو فعال في المجتمع، وأنه مساهم في التنمية الاجتماعية، وبالتالي يهمه الحفاظ على البيئة الاجتماعية، وعلى الأمن الاجتماعي، باعتباره الضمان للحياة الاجتماعية السعيدة.

وفي ضوء ما أسفر عنه هذا البحث من تحليل لواقع سوق العمل العربية وأهم التحديات التي تواجهها مع الوقوف على أسباب تنامي ظاهرة البطالة التي تعتبر معدلاتها الأسوأ بين جميع دول العالم، وبالنظر للأهمية الاقتصادية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة بوصفها آلية العصر في الحد من البطالة ومختلف الآثار الاجتماعية والنفسية والاقتصادية الناجمة عنها، فإنه تم طرح هذه الآلية لما تتمتع به من مزايا في مجال الإنتاج والخدمات التي تحتم ضرورة وجودها بجانب المشاريع الكبيرة، كما تم طرح المرافقة المقولاتية كأسلوب فعال للنهوض بهذه المؤسسات لما تلعب من دور فعال في نجاحها وبقاءها وبالتالي تحقيق استدامة في التشغيل.

مما سبق يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي قد تسهم في تفعيل المرافقة المقاولاتية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سبيل حل أزمة البطالة في الدول العربية، نذكر منها:

- تشجيع الدولة لكل أجهزة المرافقة المتواجدة بالجزائر التي تهدف إلى ترقية إنشاء المؤسسات الصغيرة وتطوير أجهزة أخرى مماثلة أو مكملة لها؛
- زيادة الوعي بأهمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتوضيح دورها في التنمية الاقتصادية.
- زيادة اهتمام البنوك التجارية بالمتطلبات التمويلية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة ووضع خطط تمويلية لها.
- دعوة المصارف التجارية الإسلامية لتمويل رأس المال العامل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة كبديل تمويلي متوافق مع الشريعة الإسلامية، وذلك من خلال اعتمادات المرابحة أو المشاركة.
- إجراء مسح دوري لهذه المشاريع لتجميع الإحصاءات الخاصة بها في مجالات الإنتاج والقوى العاملة ورأس المال وغيرها بهدف مساعدة الجهات المسؤولة في اتخاذ القرار المناسب لتطوير هذه المشاريع وتشخيص احتياجاتها التمويلية المختلفة.
- توفير البيئة التنظيمية المحفزة على اتساع آفاق المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية من خلال تبسيط وتجانس الإجراءات اللازمة لإقامة تلك المشروعات.
- تحقيق الشراكة بين جهود البلدان العربية على المستوى الحكومي من جهة والمؤسسات الأهلية من جهة أخرى في مجال تعبئة وتوظيف الموارد التمويلية اللازمة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية ، وتسويق منتجاتها.

الهوامش والإحالات:

[i] – محمد عبد الرحيم بن حمادي، الخصائص الاقتصادية وأزمة البطالة في موريتانيا: مقارنة ببعض الدولة العربية. بحوث اقتصادية وعربية، العدد47، صيف2009، ص162.

[ii] – حسين عبد المطلب الأسرج، المشروعات الصغيرة و المتوسطة و دورها في التشغيل في الدول العربية. مجلة الباحث، العدد08، 2010، ص50.

[iii] – محمد عبد الرحيم بن حمادي، المرجع السابق، ص ص162-163.

[iv] – منظمة العمل الدولية، دور المنشآت المتناهية الصغر والصغيرة و المتوسطة في تخفيف أزمة التشغيل والبطالة في الدول العربية، المنتدى العربي للتشغيل، بيروت19-2009/10/21، ص06.

[v] – مهدي محمد القصاص، البطالة أسبابها ومعالجتها و أثرها على المجتمع العربي، ندوة بجامعة سعد دحلب . البليدة . الجزائر، 26-2006/09/27، ص10.

[vi] – منظمة العمل الدولية، المرجع السابق، ص ص01-02.

[vii] – عدمان مريزق، تداعيات الأزمة المالية والاقتصادية على أسواق العمل في الدول العربية . عينة مختارة ، ص06. موقع تم تصفحه يوم 2011/09/10. http://*www.ju.edu.jo/Resources/EconomicObservatory/Lists/Conferences/.../07.pdf*

[viii] – لمزيد من الإطلاع أنظر حول أسباب ضعف المجتمع المدني والتحديات التي يواجهها في الجزائر أنظر: وفاء معاوي، المرجع السابق.

[ix] – حسين عبد المطلب الأسرج، المرجع السابق، ص50.

[*] عندما يكون النظام الاقتصادي في حالة توازن بين العرض والطلب ، فان رائد الأعمال (المقاول) هو الذي يكسر حالة التوازن المسيطرة وذلك من خلال ما يقدمه من ابتكارات جديدة وأساليب إنتاج حديثة وأسواق ناشئة ، حيث يتمكن رواد الأعمال من كسر القيود والحوافز والجمود والركود السائد في الأنظمة الاقتصادية بما يطرحونه من ابتكارات وأساليب جديدة فيتبعهم الآخرون فتحدث النقلة الاقتصادية الايجابية .

[x] – منظمة العمل الدولية، المرجع السابق، ص ص07-08.

[xi] – حسين عبد المطلب الأسرج، المرجع السابق، ص50.

[xii] – منظمة العمل العربية، المرجع السابق، ص ص07-08.

[xiii] – حسين عبد المطلب الأسرج، المرجع السابق، ص51.

[xiv] – منظمة العمل العربية، المرجع السابق، ص12.

[xv] – حسين عبد المطلب الأسرج، المرجع السابق، ص51.

[xvi] – منظمة العمل العربية، المرجع السابق، ص11.

[xvii] – نفس المرجع، نفس الصفحة.

[xviii] – نفس المرجع، ص12.

[xix] بوخمخم عبد الفتاح، صندرة سايبي، **دور المرافقة في دعم إنشاء المؤسسات الصغيرة : واقع التجربة الجزائرية**، المؤتمر الثاني القضايا الملحّة للاقتصاديات الناشئة في بيئة الأعمال الحديثة، كلية الأعمال، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، 14-15أفريل 2009، ص3

[xx] طلبة صبرينة، **هيئات وأدوات مرافقة إنشاء المؤسسة**، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر ، 2009، ص13

[xxi] بوهنة علي، بلحاج فراجي، "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل تدعيم قدراتها التنافسية"، **الملتقى الوطني حول "إدارة الجودة الشاملة وتنمية أداء المؤسسة"**، جامعة سعيدة، (13و 14 ديسمبر 2010).

[xxii] فاطمة أحمد حسن عاشور، "جدوى تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة في المصارف التجارية"، **صحيفة الوسط البحرينية**، العدد 2439، (11 مايو 2009)، عن موقع
http://www.alwasatnews.com/2439/news/read/172213/1.html

[xxiii] نفس المرجع.

[xxiv] جمال الدين سلامة، "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التخفيف من حدة البطالة بالجزائر"، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة المدية، العدد 41، (ربيع 2009)، ص ص6-8.

[xxv] فاطمة أحمد حسن عاشور، المرجع السابق.

[xxvi] أشرف محمد دوابة، "إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية"، **مجلة البحوث الإدارية**، مركز الاستشارات والبحوث والتطوير، القاهرة، العدد الرابع، (أكتوبر 2006)، ص.19.

[xxvii] نفس المرجع، ص ص.19-24.

[xxviii] فاطمة أحمد حسن عاشور، المرجع السابق.

[xxix] الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، 2009، عن موقع
www.arabfund.org/Data/site1/pdf/Arabic/SpecialAccount.pdf

[xxx] التقرير الاقتصادي العربي الموحد، صندوق النقد العربى، 2007،ص ص 207-209.

[xxxi] تقرير التنافسية العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2009، ص.48

[xxxii] نفس المرجع، ص.38.

واقع أخلاقيات التجارة الإلكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

دراسة حالة : بعض البنوك و المواقع الالكترونية

أ. بن نامة فاطمة زهرة
جامعة ابو بكر بلقايد – تلمسان ؛ الجزائر
E-mail: benamafatima@hotmail.fr

د.العشعاشي تابت أول وسيلة
جامعة ابو بكر بلقايد – تلمسان ؛ الجزائر
E-mail : tabet_wassila@yahoo.fr

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

Abstract:
The age of internet has engendered ethical challenges for Algérien economic organizations as a consequence of an increase in the rate of competition among organizations , as the international network field isn't subject to law and what happens there of abstract ethical principles , e-commerce has halped find a great number of business organizations that have websites through which they advertise their offers , this has increase piracy on the data concerning the standards of the survival of the organization , this has also given a chance to some people to invent new methods of intrusion and spying on the customers through the internet and other unethical practices.
Algeria has various fortunes to devlopment in the field of e-commerce depend on the availability of information technology and communications and developed , The rapid global growth of electronic commerce and the growing international trend to deploy their applications do not leave Algeria's no room for hesitation in applying these trade .
Keywords: E-commerce, information technology and communications , Algérien economic organization - business ethics, ethics of e-commerce.
JEL Classification : M1, L86, F13.

ملخص: لقد أفرز عصر الإنترنت تحديات أخلاقية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية نتيجة زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات لكون الشبكة الدولية مرفأً غير خاضع للقانون وما يحصل فيها من أعمال مجردة من المبادئ الأخلاقية، فقد ساعدت التجارة الإلكترونية على وجود عدد هائل من المؤسسات التي تمتلك مواقع الكترونية وتقدم عروضها عبرها، مما زاد من حالات القرصنة الواقعة على المعلومات التي تتعلق بمقومات بقاء المؤسسة ،كما أتاحت للبعض ابتكار طرق جديدة للتطفل والتجسس على الزبائن من خلال الإنترنت، و غيرها من الأعمال الالكترونية اللاأخلاقية .وإن حظوظ الجزائر في التطور في مجال التجارة الالكترونية مرهون بمدى توفر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و تطورها، فالنمو العالمي المتسارع للتجارة الإلكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال للتردد في تطبيق هذه التجارة.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية ، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ، المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، أخلاقيات الأعمال ، أخلاقيات التجارة الالكترونية.
رموز JEL: M1, L86,F13.

المقدمة:

إن التطور الحاصل في البيئة العالمية على جميع الأصعدة رافقه العديد من الخروقات الأخلاقية التي نتجت عن ضعف الاهتمام بالمعايير الأخلاقية في ممارسات الكثير من المؤسسات الاقتصادية لأنشطتها، كل تلك التجاوزات أثارت اهتمام المهتمين بضرورة التفكير بالطرق المناسبة لضمان سيادة الأبعاد والمقومات الأخلاقية سعياً للتكيف وضمان البقاء في بيئة الأعمال بوساطة مجموعة مزايا تنافسية أخلاقية.

وهذا لا يخرج عن إطار التجارة الإلكترونية التي أصبحت المبادئ الأخلاقية فيها مطلوبة أكثر من التجارة التقليدية، فرغم المزايا الايجابية التي حققتها إلا أنها خلقت مجموعة من التحديات لبعض المؤسسات التي واجهت بسببها مزيد من الضغط التنافسي، فأصبحت التجارة الإلكترونية من الوسائل الرئيسية لتبادل المعلومات والخبرات والمنتجات ما بين مختلف القطاعات وعبر البلدان المختلفة، و دعمت قدرة المؤسسات في الاستفادة مما وفرته من سهولة ويسر ودقة في ممارسة أعمالها، مما قاد إلى أن تفقد بعض المؤسسات العديد من زبائنها بسبب المنافسة الشرسة، مما جعلها أمام ضغوط مستمرة والتي قد تقودها إلى ممارسات غير أخلاقية لتحقيق أهدافها ودعم قدراتها في تحقيق الميزة التنافسية.

في ضوء ذلك يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما هو واقع أخلاقيات التجارة الالكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ؟

و تتفرع عن هذه الإشكالية المطروحة عدة تساؤلات فرعية يسعى البحث إلى معالجتها:

- ما هي القواعد الأخلاقية التي يمكن الإشارة إليها عند ممارسة التجارة الإلكترونية ؟
- هل بالإمكان اتخاذ القرارات الأخلاقية في عمليات التجارة الإلكترونية في ظل بيئة شديدة التنافس؟
- ما هو واقع أخلاقيات التجارة الالكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ؟

أهمية البحث: يكتسب البحث أهميته كونه يعتمد الربط بين المدخل الأخلاقي و التجارة الإلكترونية، كما تنبع أهمية البحث من الدور الكبير الذي تلعبه أخلاقيات الأعمال في دعم كفاءة وفاعلية التجارة الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية و خاصة الجزائرية.

أهداف البحث:

- تسليط الضوء على موضوع أخلاقيات التجارة الالكترونية باعتبارها من المواضيع المعاصرة في إدارة الأعمال .
- إظهار الدور الذي تلعبه أخلاقيات التجارة الالكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية .

- الكشف عن واقع أخلاقيات التجارة الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية .

ومن أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة و للإجابة على الإشكالية المطروحة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، و منهج دراسة الحالة باستخدام برنامج spss. و لتأكيد ذلك سوف نتطرق إلى المحاور التالية:

المحور1 : واقع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر.

المحور2 : واقع و أفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر .

المحور3: حقيقة أخلاقيات التجارة الإلكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

المحور1: واقع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر

اتجهت أهداف السياسة العامة للجزائر في السنوات الأخيرة إلى بناء مجتمع المعلومات ويظهر هذا من خلال الخطاب الرسمي للمسؤولين و البرامج التنموية الهادفة إلى تطوير قطاع تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.

أولا . مفهوم تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات:

1/ تعريف تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات:

تمثل تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات جميع الاستعمالات من حواسيب و شبكات اتصال و أجهزة تداول المعلومات سلكية و لاسلكية ، و تتمثل هذه التكنولوجيا عادة في أجهزة الاتصال من هاتف و فاكس و انترنت.[i]

كما تعرف على أنها:[ii] مجموعة من الأجهزة و الأدوات التي توفر عملية تخزين المعلومات و معالجتها، و من ثم استرجاعها و كذلك توصيلها عبر أجهزة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم و استقبالها من أي مكان في العالم.

2/ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في الجزائر:

تبرز المجهودات التي تبذلها الدولة والتي تتمثل في مشاريع وتنظيمات تهدف إلى ترقية قطاع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة لما تملكه الدولة من كفاءات في هذا المجال ومن جهة أخرى تعتبر السوق الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في أوج تطورها تزامنا مع نمو متوقع معتبر لأهمية السوق الجزائرية في المغرب العربي فيما يخص الإمكانيات، ويبدو أن انفتاح الجزائر و إقبالها نحو العالم التكنولوجي المتطور سيتحقق من خلال إنجاز مشروع المدينة الجديدة الذي سوف يتجسد في انجاز الحظيرة المعلوماتية التي تضم 10 مشاريع ، وتأتي هذه المشاريع والبرامج في تنمية الاتصالات وتحرير المبادرات واقتصاد السوق لتفتح المجال للمنافسة أمام الشركات الخاصة والعمومية ، وقد ثمّنت الحكومة أي مبادرات شراكة تبرم بين شركات جزائرية أو جزائرية و أجنبية ، من جهة أخرى يأتي اتفاق

الشراكة بين مؤسسة "أيباد" مع مؤسسة " تيليكوم الجزائر" لتأهيل وتطوير وإعطاء دفع إضافي في مجال تكنولوجيات الاتصال عن طريق الشراكة.[iii] .

لكن رغم المعطيات التي تكشف مدى الاهتمام الحكومي والمؤسساتي بمجال المعلوماتية، كشفت إحدى الدراسات حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن وجود تأخر كبير في اكتساب هذه الوسائل في الجزائر مقارنة بالمغرب وتونس، ويرجع هذا التأخر إلى نقص أو غياب شبه تام لثقافة نشر التكنولوجيا وكذا النقص الواضح في الخطوط الهاتفية ويضاف إلى ذلك ضعف مستوى التأهيل لدى السكان.

وما يزيد في اتساع الرقعة التطور الذي رافق استعمال الهاتف النقال في الجزائر، ،ففي سنة 2004 بلغ أكثر من 4 ملايين مشترك، في حين ارتفع إلى أكثر من 7 ملايين مشترك سنة 2007.[iv] ، ومع نهاية 2009 قدر عدد المشتركين بالتدفق السريع في العالم466.6 مليون مشترك، و إلى غاية 2010 أحصت اتصالات الجزائر 03 مليون مشترك في الهاتف الثابت و حسب سلطة ضبط البريد و الاتصالات السلكية الجزائرية فإنه تم تسجيل أكثر من 35 مليون زبون في الهاتف النقال إلى غاية نوفمبر 2011 و بلغت نسبة الاشتراك 95% من سكان البلاد في خدمات المتعاملين الثلاثة للهاتف النقال [v] ، أما في سنة 2014 بلغ استعمال الهاتف النقال 45 مليون مشترك منهم 8 مليون في الجيل الثالث أي كثافة اشتراك بنسبة 115 %.[vi]

3/ مؤشرات تطور قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر:

إن حظوظ الجزائر في التطور في مجال التجارة الالكترونية مرهون بمدى توفر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و تطورها، فقد كان تطور بعض مؤشرات قطاع التكنولوجيات الحديثة كالتالي:

أ.**الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات IDI**:تظهر نتائج الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أن هذا الرقم كان 2.65 سنة 2008 على سلم يتراوح بين 1 و 10 ، و لكن على الرغم من التقدم الذي حققته الجزائر في نمو هذا المؤشر إلا أنها سجلت تأخرا كبيرا في تبني التغيرات التكنولوجية مقارنة مع جيرانها العرب فقد احتلت المرتبة 14 عربيا و 100عالميا في ترتيب العالم حسب مؤشر الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لسنة 2008 .[vii]

و تظهر نتائج الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أنه كان 3.30 سنة 2012 محتلة بذلك المرتبة 114 عالميا ، و في سنة 2013 ارتفع الرقم إلى 3.42 محتفظة بنفس الرتبة و هي 114 عالميا من 166 دولة، و المرتبة 13 عربيا .[viii]

ب. سلة أسعار تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات IPB : من المعروف أن طبيعة العلاقة بين تكلفة تكنولوجيا المعلومات والإقبال عليها هي علاقة عكسية، فكلما انخفضت الأسعار زادت إمكانية الاستفادة من هذه التكنولوجيا، مما يتيح فرصة كبيرة لتطبيق التكنولوجيات الحديثة في المجال التجاري، و قد قابلت قيمة أسعار تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الجزائرية لسنة 2009 حوالي 2.43% من متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي الإجمالي ، حيث تمكنت الجزائر من احتلال مراتب مشرفة على سلم المجتمع المعرفي ، حيث احتلت المرتبة السابعة عربيا و 64 عالميا، أما بالنسبة لسنة 2010 انخفض سعر خدمات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على الصعيد العالمي بنسبة 18 % بين عامي 2008 و 2010 و حصل اكبر انخفاض في خدمات الانترنت ذات النطاق العريض ، أما الجزائر فقد غابت عن التقرير الدولي حول أسعار خدمات تكنولوجيا المعلومات و كانت الجزائر قد تذيلت قائمة الدول في مجال سرعة تدفق الإنترنت وسرعة التحميل التي نشرته مؤخرا مواقع مختصة في دراسة نفاذ تكنولوجيا وأسعار هذه الأخيرة عالميا،وغيابها عن قائمة الدول المعلن عنها من طرف الإتحاد الدولي للإتصالات كان له عواقبه رغم سلسلة الندوات والمؤتمرات التي أشرفت عليها الجزائر[ix].

ج. **مؤشر الاستعداد الالكتروني**: جاء في التقرير الذي أعده المنتدى الاقتصادي العالمي بالتعاون مع وكالة "إنسياد" وحمل عنوان مزايا ومخاطر البيانات الضخمة " big data" أن الجزائر تعاني تخلفا في تكنولوجيات وتقنية المعلومات، حيث كانت جل المؤشرات الخاصة بالجزائر في مراتب متأخرة مقارنة بدول الجوار، وجاءت مختلف المؤشرات التي قام على أساسها التقرير في غير صالح الجزائر حيث إن مؤشر جاهزية الشبكة حل في الترتيب 129 لسنة 2014 وتقدم بنقطيين عن سنة2013 ، حيث حلت الجزائر المرتبة 131 عالميا والحادية عشر إقليميا في مؤشر الجاهزية الشبكية للعام 2013، مسجلة نتيجة 2.78 جاء ذلك في التقرير السنوي الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي بالتعاون مع جامعة إنسياد (INSEAD) تحت عنوان "تقنية المعلومات للعام 2013" ، بهدف تقييم استعداد الدول لاستغلال الفرص التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

د. **رقم أعمال قطاع الاتصالات** : إن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات آخذة في التوسع والانتشار في الجزائر بشكل كبير ومن بين الدلائل على هذا التطور هو نمو إيرادات ومداخيل هذا السوق، حيث تضاعف رقم الأعمال المحقق من هذا القطاع منتقلا من 24.3 مليار دينار في سنة 2000 إلى 285 مليار دينار سنة 2009 ،و بلغ 290 مليار دج في سنة 2010، ويشمل الرقم مجموع المتعاملين الناشطين في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، أي الهاتف النقال والثابت، وكذا مانحي خدمات الانترنت، و بلغ 5.5 مليار دولار سنة 2012 ، ويقدر برنامج تأهيل المنشآت القاعدية للاتصالات السلكية واللاسلكية وربط الزبائن بالشبكة ب 3 ملايير

دولار خلال الفترة الممتدة ما بين سنتي 2010 و2014، فينبغي الإقرار بأهمية مساهمة قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الناتج الداخلي الخام .[x]

المحور2 : واقع و أفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر

أولا . مفهوم التجارة الالكترونية:

1/ تعريف التجارة الالكترونية: يعد مفهوم التجارة الإلكترونية مفهوم عام يشمل كل أشكال الأعمال المنفذة بواسطة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

كما تعرف على أنها: [xi]نظام يتيح عبر الانترنت حركات بيع و شراء السلع و الخدمات و المعلومات ،كما يتيح الحركات الالكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع و الخدمات، و يمكن تشبيهها بسوق الكتروني يتواصل فيه البائعون و الوسطاء و المشترون و تقدم فيه المنتجات و الخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية .

و تعرف بأنها: [xii] القيام بعمليات الشراء و البيع المدعمة بالوسائل الالكترونية، و بصفة أساسية من خلال الانترنت و تعتبر الأسواق الالكترونية بمثابة الأماكن الخاصة بهذه التجارة.

2/ أشكال التجارة الإلكترونية :[xiii]

التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال (B to B): يستعمل هذا النوع في التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض.

التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك (B to C): بظهور التسوق على الإنترنت أصبح للمستهلك إمكانية للقيام بشراء السلع المتاحة ودفع قيمتها عن طريق بطاقات الائتمان.

التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والإدارة المحلية (B to A): بتوسع النشاط التجاري فإنه جرى استخدام التجارة الإلكترونية في تغطية معظم التحويلات، كدفع الضرائب، ومختلف المعاملات التي تتم بين الشركات والهيئات المحلية الحكومية.

التجارة الإلكترونية بين المستهلك والإدارة المحلية الحكومية:(C to A): يتضمن العديد من الأنشطة مثل دفع الضرائب و استخراج الأوراق و المستندات إلكترونيا.

3/ متطلبات التجارة الإلكترونية: يتطلب انتشار التجارة الإلكترونية المتطلبات اللازمة لتحقيقها ومن هذه المتطلبات: [xiv]

البنية التحتية الإلكترونية: يرتبط نمو التجارة الإلكترونية بتطور البنية التحتية للاتصالات والتي تتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي،الفاكس، الهاتف، الإنترنت، الحاسبات الآلية، برامج التطبيقات والتشغيل، رأس المال البشري...الخ.

التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية :وتشمل التشريعات وقوانين التعاقد وأدلة التواقيع الإلكترونية التي تتلاءم مع طبيعة التجارة الالكترونية.

توفر الكوادر البشرية :يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية على مدى توفر الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تقنية المعلومات، شبكات الاتصال، الإنترنت، والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية كما تتطلب ارتفاع مؤشر الاستعداد الإلكتروني.

الضرائب:تتجه السياسات الحكومية إلى عدم إقرارية الضرائب على الأنشطة التجارية الإلكترونية وهذا لصعوبة تتبع التسليم المادي للمنتجات الإلكترونية المباعة.

ثانيا . واقع التجارة الالكترونية في الجزائر:

رغم التطور الهائل الذي يعرفه العالم في ميدان التجارة الالكترونية إلا أن الجزائر لم تسن لحد الآن قانونا خاصا بالتجارة الالكترونية ومع ذلك فقد سنت بعض القوانين والنصوص التطبيقية التي تمس بشكل أو بآخر أحد جوانب التجارة الالكترونية كالقانون الخاص بموردي الانترنت، أو المواد المتعلقة بالجريمة الالكترونية أو تلك المتعلقة بالملكية الفكرية خاصة وأن عدة شركات عالمية تصنف الجزائر كإحدى أكبر المناطق التي ترتفع فيها الجريمة الالكترونية.[xv]

قد لا ترد أرقام وإحصائيات دقيقة عن حجم ونمو التجارة الالكترونية في الجزائر لكن مؤشراتها وملامحها تظهر جليًا، فقد ظهر العديد من المواقع الالكترونية مثل موقع واد كنيس OUEDKNISS .COM ، يقدم هذا الموقع عدة خدمات متميزة تتمثل في تصميم المواقع بأنواعها، كما يوفر مساحات إشهارية لمختلف الشركات ،ومواقع أخرى كموقع www.dzsoq.dz وموقع دي زاد ديل www.dzdeal.dzوموقع كليو ديالي www.cliodiali.dz دون أن ننسى خدمات موقع بريد الجزائر عبر الشبكة[xvi].

1/البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر:

أ. **شبكة الانترنت:** تجاوز عدد مستعملي الانترنت 11 مليون مستخدم سنة2014 كما تضاعف عدد نوادي الانترنت بشكل كبير، وأضحت الشركات الاقتصادية والهيئات العمومية أكثر اهتماما بالتواجد على الإنترنت عبر مواقع إلكترونية خاصة بها.

ب. **مزودي خدمات الانترنت و المقاهي و المواقع الالكترونية** :شهد عدد مقدمي خدمات الانترنت تطورا مذهلا و إن توفر السوق الجزائرية على هذا العدد الكبير من المزودين ستكون له أثار ايجابية على تحسين جودة و أسعار خدمات الانترنت.[xvii]

أما بالنسبة لمقاهي الانترنت تؤكد إحصائيات وزارة البريد و تكنولوجيا المعلومات في سنة 2014 وصل عدد مقاهي الانترنت إلى حوالي 16000 مقهى، فمقاهي الانترنت تساهم بقدر كبير في تطوير التجارة الالكترونية الجزائرية، أما فيما يخص المواقع الالكترونية تشير الإحصائيات إلى أن عدد المواقع الالكترونية الجزائرية بلغ حوالي 45000 موقع سنة 2014.[xviii]

ج. **أجهزة الحاسوب:** من بين أهم مستلزمات تطبيق التجارة الالكترونية هو توفر أجهزة الحاسوب التي تتيح النفاذ إلى شبكة الانترنت، فقد شهد قطاع الحاسوب تغييرات متسارعة حيث بلغ عدد أجهزة الحاسوب 25000 فقط سنة 1990 وبلغ 47160 سنة 2008.

د. **الشبكات الهاتفية الثابتة و النقالة** :فعلى الرغم من نمو عدد المشتركين في الهاتف الثابت إلا أن هذه التكنولوجيا تنمو ببطء شديد في الجزائر و ما يؤكد ذلك هو تراجع عدد الخطوط الهاتفية الثابتة ، حيث أكدت سلطة ضبط البريد و الاتصالات في تقرير لها أن العدد الإجمالي للمشتركين في الهاتف الثابت بالجزائر بلغ 3.098 مليون مشترك في 2014 مقابل 3.59 مليون مشترك في 2013 متراجعا بنسبة 13% في حين قارب عدد المشتركين في الانترنت 1.6 مليون مشترك خلال نفس الفترة مرتفعا بنسبة 24,64 % .[xix]

أما بالنسبة للهاتف النقال في سنة2014 فقد بلغ 45 مليون مشترك منهم 8 مليون في الجيل الثالث أي كثافة اشتراك بنسبة 115% إلى غاية 30 نوفمبر 2014 ، ويؤكّد هذا المعدل أن الهواتف النّقالّة هي أكثر شكل من أشكال التكنولوجيات الحديثة انتشارا في الجزائر .[xx]

الجدول رقم 1:التطور السكاني وعدد مستخدمي الانترنت في الجزائر للفترة 2005– 2014 :

السنوات	عدد المستخدمين	التعداد السكاني	النسبة %
2005	1920000	31.795.500	0.2
2007	2,460,000	33.506.567	7.3
2008	3,500,000	33.769.669	10.4
2009	4,100,000	34.178.188	12
2010	4,700,000	34.586.184	13.6
2012	5,230,000	37,367,226	14
2013	6,020,190	36,486,000	16.5
2014	11,000,000	38,700,000	28.4

المصدر: سحقي نعيمة– الاقتصاد الرقمي في الجزائر الفرص و التحديات – مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية – جامعة البويرة 2015/2014 – ص 70.

المحور3: حقيقة أخلاقيات التجارة الإلكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

أولا. ماهية أخلاقيات الأعمال:

1/ تعريف أخلاقيات الأعمال:

عرفها " ROBBINS , COULTER" على أنها: [xxi]مجموعة من المبادئ و المعايير التي تحكم سلوك الأفراد و الجماعات و تساعدهم في تحديد الشيء الصحيح و الخاطئ و من ثم تحديد الكيفية التي يتم بها انجاز الأشياء الصحيحة.

و عرفت بأنها:[xxii] سلوك ملتزم بالجوانب الأخلاقية و القيمية المعبرة عن الثقة و الشفافية والصدق و الابتعاد عن التميز و المراوغة، حيث يؤدي إلى نتائج مرضية لجميع الأطراف عبر اعتماد وسائل و أدوات مشروعة .

إن أخلاقيات الأعمال تشير بأنه يوجد مبادئ أو قواعد محددة يجب احترامها، و التي ينتج عنها خصائص أعمال المنظمة، و يمكن تعريفها بأنها تحليل وسائل تطبيق المعايير الأخلاقية للأفراد في قراراتهم الملموسة المتخذة داخل المنظمة.[xxiii]

أ/ أهمية أخلاقيات الأعمال :

إن الالتزام بالمبادئ و السلوك الأخلاقي يعتبر ذو أهمية بالغة لمختلف شرائح المجتمع، فأهم الفوائد التي يمكن أن تحصل عليها منظمات الأعمال جراء التزامها بالمنظور الأخلاقي:[xxiv]

– في إطار المنظور الحديث يوجد ارتباط ايجابي بين الالتزام الأخلاقي و المردود المالي الذي تحققه المنظمة، و إن لم يكن ذلك على المدى القصير فانه بالتأكيد سيكون واضحا على المدى الطويل .

– تعزيز سمعة المنظمة على صعيد البيئة المحلية و الدولية مما له الأثر الايجابي على مرد وديتها.

– إن الالتزام بالأبعاد الأخلاقية للعمل يضعها في إطار المصلحة الذاتية المستنيرة.

– إن الحصول على شهادات عالمية خاصة مثل" ISO 9000، ISO 14000 " يقترن بالتزام المنظمة بالعديد من المعايير الأخلاقية، بالتالي تحمل في طياتها إعترافا بمضمون أخلاقي.

2/ أخلاقيات التجارة الالكترونية

أ/ جوانب الالتزام بالأخلاقيات في التجارة الإلكترونية:

رغم أن ما يميز أسلوب التجارة الإلكترونية وجود درجة عالية من التفاعلية بين طرفي التعامل، إلا أن الخيارات المتاحة لتوثيق الصفقات قد تكون محدودة لوجود قدرة كبيرة في تغيرها أو تقليدها بسبب عدم وجود أي وثائق متبادلة في تنفيذ المعاملات، وهكذا تصبح الرسالة الالكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما،مما يفتح الباب أمام قضية قانونية كبيرة مثل الإثبات القانوني مما جعلها عائقًا أمام الثقة في التجارة الالكترونية، وتعطي التجارة الالكترونية القدرة والإمكانية لتنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع غير المادية على الشبكة مما يتطلب التزام أخلاقي اكبر ولكل مرحلة من مراحل تنفيذ الصفقة، أما للسلع المادية فأن الالتزام ببنود العقد يمثل البعد الأخلاقي الذي يشمل النوعية ووقت التسليم ومدة الضمان و غيرها من القضايا التي ترافق تنفيذ العقد[xxv].

ب/ أخلاقيات الأعمال في إطار شبكة الإنترنت :

إن شبكة الإنترنت لا تعدّ مرفأً دقيقاً ومضبوطاً لأخلاقيات الأعمال الجيدة، فهي مكان غير خاضع للقانون تتم فيه الكثير من العمليات المجردة من المبادئ الأخلاقية، ووجود حالات سوء الاستعمال لمضامين المناخ الأخلاقي مثل الاستقامة والآداب واللياقة السليمة، وإن التفاعل مع الشبكة العنكبوتية أتاح للبعض ابتكار طرق جديدة للتطفل والتجسس على الزبائن ، لذلك يتوجب على

المنظمات أن تصنف المعلومات الشخصية للزبائن في محافظ ضمن المواقع الإلكترونية لا سيما وأن تلك المعلومات تعدّ بمثابة الذهب التسويقي للمنظمة ولأجل تقليص الآثار السلبية لحالات قرصنة المعلومات في إطار شبكة الإنترنت أضحت كل أنواع المنظمات التي تهدف إلى الربح والتي لا تهدف إليه أمام تحدي جديد فرض عليها إنفاق الكثير من الأموال والجهد والأوقات لتقلص من حالات القرصنة الواقعة على المعلومات التي تتعلق بمجالات أو مقومات بقائها.[xxvi]

ج /أخلاقيات التجارة الالكترونية في الجزائر:

ان اغلب الجرائم الالكترونية المعالجة من طرف المصالح الأمنية في هذا المجال محصورة في قرصنة بعض الهاكرز الجزائريين لحسابات بنكية وأرقام بطاقات حسابات جارية وتحرشات جنسية وابتزاز وتهديد بالتشهير، و يواجه المتسوقون الجزائريون عبر الانترنت مخاوف من عمليات النصب والاحتيال في ظل تزايد عدد الشركات الوهمية للتسوق الالكتروني وارتفاع معدلات الجريمة الإلكترونية وتفاقم الهجمات التخريبية، في ظل غياب قوانين حكومية فعالة من شانها أن تضبط المعاملات التجارية وتؤمن عمليات البيع والشراء الالكترونيين خاصة وان اغلب الجزائريين يجهلون كيفية إتمام المعاملات. وهو الأمر الذي انعكس سلبا على التجارة الالكترونية في الجزائر ، حيث أن ظاهرة الاحتيال والنصب عبر الانترنت تحاك خيوطها عبر أكثر من وسيلة وتمر عبر البريد الإلكتروني أو الإتصال الهاتفي، وتستهدف شريحة واسعة من الأشخاص.[xxvii]

3/ حقيقة التجارة الالكترونية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية:

أ/ المواقع النشطة في ميدان التجارة الالكترونية بالجزائر: يعتقد الكثير من الجزائريين عدم تواجد مواقع للتجارة الالكترونية بالجزائر، إلا أن هذا لم يعد صحيحا في السنوات الأخيرة، إذ انه بات واضحا أن هذه المواقع بدأت بتثبيت مكانها لدى مقدمي خدمات الانترنت، و هناك عدد كبير من المواقع التي تلقى إقبالا كبيرا من طرف الزائرين الجزائريين، و حتى من طرف المؤسسات الاقتصادية التي اعتمدت عليها في العمليات الاشهارية الحديثة، و من بين المواقع النشطة في ميدان التجارة الالكترونية بالجزائر: موقع واد كنيس، موقع أبياد، موقع الخطوط الجوية الجزائرية، واب ديالنا، موقع أسواق الجزائر، الشهاب، موقع صنع في الجزائر، موقع بيت الجزائر، موقع ماستر الجزائر للتجارة الإلكترونية، موقع اشريلي، موقع كتب دي زاد..... و غيرها من المواقع .[xxviii]

ب/ المؤسسات الاقتصادية الجزائرية و واقع التجارة الالكترونية فيها :

أفادت النتائج الأولية للإحصاء الاقتصادي الوطني، الذي تم خلال سنة 2011 والذي أعلن عنها الديوان الوطني للإحصائيات، أن القطاع التجاري يطغى على النشاط الاقتصادي في الجزائر، حيث احتل القطاع التجاري المرتبة الأولى ب528.328 مؤسسة، أي ما

يعادل 55.1 % من مجموع المؤسسات التي تم إحصاؤها، أما قطاع الخدمات فيأتي في المرتبة الثانية كأحد أهم النشاطات الاقتصادية في الجزائر بـ325.440 مؤسسة، لكن لم ترد أي إحصائيات بأي شكل من الأشكال عن عدد المؤسسات الاقتصادية التي تتعامل بالتجارة الالكترونية في الجزائر.[xxix]

ففي دراسة قام بها باحث في مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي للتنمية حول استعمال تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مست 550 مؤسسة خلال سنة 2010 بينت نتائجها أن العديد من المؤسسات الجزائرية لا تهتم بتسويق نشاطاتها الاقتصادية على شبكة الإنترنت، حيث أن نسبة ضئيلة جدا من المؤسسات تمتلك مواقع إلكترونية يقتصر استغلالها غالبا على تقديم بعض المعلومات العامة عن المؤسسة ومنتجاتها، بعيدا عن استغلال الإمكانيات التجارية التي تمنحها شبكة الإنترنت وإن هذه الشبكة التي تعد القاعدة الأساسية للتجارة الإلكترونية وعمودها الفقري، والنفاذ إليها بمثابة أولى الخطوات لممارسة هذه التعاملات التجارية الإلكترونية، لا تتعدى نسبة المؤسسات الجزائرية المتصلة بها 20%.[xxx]

و بالإضافة إلى ضعف نسبة المؤسسات الجزائرية المرتبطة بشبكة الانترنت فإن أغلبها لا يتجاوز استعمال المستوى الثاني في تطبيق التجارة الالكترونية أي أنها تمتلك صفحات معلومات فقط على الشبكة في حين أن القليل منها فقط يمتلك مواقع كاملة و هذا بسبب ارتفاع تكلفة خدمة الموقع ، كما أن المعاملات الالكترونية الجزائرية لا تبلغ نهايتها بانجاز جميع مراحل الصفقة بسبب وجود ثغرات قانونية كالاعتراف بالوثائق الالكترونية و التوقيع الالكتروني و عوائق تقنية تتمثل في غياب وسائل الدفع الالكتروني ، و بالتالي فان التجارة الالكترونية لم تنطلق فعلا في الجزائر ، و بهذا تبقى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بعيدة كل البعد عن التطورات العالمية في هذا المجال. [xxxi]

ج/ تصنيفات التجارة الالكترونية في بعض المؤسسات الجزائرية:

تتّجه غالبية معاملات التجارة الإلكترونية الجزائرية نحو صورتين أساسيتين لهذه التجارة و هما التعامل بين الشركات والمستهلكين، والتعامل بين الشركات بعضها مع بعض:[xxxii]

* **التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين " B2C "** : لقد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني الأنماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر الإنترنت، وإيصالها إلى المستهلكين مما ساعد على انتشار نمط الشراء عبر شبكة الإنترنت، وهو ما يعرف بتجارة التجزئة الإلكترونية " B2C "التي وفرت للمستهلكين العديد من المزايا كحرية الاختيار، واقتصاد الوقت والتكاليف.

* **التجارة الإلكترونية بين الشركات"B 2 B"** : بدأت بعض المؤسسات الجزائرية تتقبل فكرة الشراء الإلكتروني، ولكن بمستويات مختلفة، فهناك مواقع لبعض الشركات التي بدأت تتعامل عبر الإنترنت مع مؤسسات أخرى، إ لا أ ن المعلومات المتوفرة تؤكد أن جل محاولات المؤسسات للولوج لعالم التجارة الإلكترونية ترتكز على العلاقة مع الزبائن "B 2 C" في حين هنا ك ضعف كبير في المعلومات الخاصة بالتبادل التجاري بين المؤسسات"B 2 B" .

د/ أخلاقيات التجارة الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية:

ان الجزائر تلتزم بتنفيذ إعلان مبادئ وخطة عمل جنيف وبرنامج عمل تونس بشأن مجتمع المعلومات،و تعمل عبر استراتيجيتها الإلكترونية للجزائر لعام 2013 على تطوير إطارها القانوني باعتباره محوراً رئيسياً خاصة في مجال الحفاظ على بيانات الهوية والبيانات الشخصية والخصوصية وحماية المعاملات الإلكترونية من أعمال التخريب والإجرام.

ومن ناحية أخرى، فإن الجزائر التي تدعم بقوة البرنامج العالمي للأمن السيبراني الذي بدأه الاتحاد في ماي 2007، تعرب عن رغبتها في أن تبرم قريباً جداً اتفاقاً بشأن نقل خبرة الاتحاد في هذا المجال. كما تؤيد الجزائر بشدة مبادرة حماية الأطفال على الشبكة الإلكترونية التي أطلقت في الجزء رفيع المستوى من دورة العام 2008 لمجلس الاتحاد الدولي للاتصالات.[xxxiii]

و الجزائر من بين الدول المهددة بالقرصنة و الجريمة الالكترونية، و نجاح مشروع الحكومة الالكترونية مرهون بتطوير برامج الحماية و الاستفادة من التجارب الدولية و الخبراء الجزائريين في هذا الميدان. و في هذا الإطار يرى احد الخبراء و المستشارين في الأمن المعلوماتي وضع مقاربة وطنية شاملة للوقاية من القرصنة الالكترونية و حماية المؤسسات و الهيئات العمومية، و لاحظ أن الجزائر تطور مقاربة " دفاعية " من خلال شراء تجهيزات الحماية في حين أن المقاربة الهجومية تعد ضرورية لمواجهة كل التهديدات .[xxxiv]

ثانيا. الدراسة الميدانية:

1. منهجية الدراسة الميدانية: لقد قمنا بإتباع أسلوب دراسة الحالة في دراستنا الميدانية و كان ذلك بعدة بنوك و مواقع الكترونية والتي تتعامل بالتجارة الالكترونية ، و قمنا باستخدام البرنامج الإحصائي المعروف باسم الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " spss version 22" لتحليل البيانات التي تحصلنا عليها من خلال الاستبيان الالكتروني، و قد تضمن الاستبيان مقدمة حيث تم فيها التعريف بعنوان البحث وأهميته و التأكيد على سرية المعلومات التي سيتم جمعها ، معلومات شخصية عن مدير المؤسسة أو المسؤول عن التسويق في المؤسسة ، ثم تضمنت الاستمارة العبارات و الأسئلة المتعلقة بمتغيرات البحث و هي:

1. الالتزام الأخلاقي عند إبرام الصفقات 2. الإفصاح عن المعلومات و المنتجات. 3. سلامة المنتجات و الخدمات 4. المصداقية في الإعلان 5. العدل في التسعير. 6 . الالتزام بمواعيد التسليم 7. كسب ميزة تنافسية 8. واقع التجارة الالكترونية في الجزائر .

و تم استخدام " مقياس ليكرت LIKERT SCALE " و هذا المقياس مكون غالبا من 5 خيارات متدرجة على النحو التالي:

1.غير متوفر إطلاقا 2. غير متوفر 3. محايد 4. متوفر 5. متوفر بشكل جيد

أ. عينة الدراسة: تمثلت عينة الدراسة في 36 مؤسسة منها 20 موقع الكتروني جزائري و 16 بنك ، حيث وزعت الاستمارات عن طريق البريد الالكتروني و قمنا بتوزيع 50 استمارة استرجع منها 36 استمارة فقط ، حيث أصبحت صالحة للدراسة .

ب. ثبات أداة الدراسة: تم التأكد من الاتساق الداخلي للمقياس عن طريق اختبار " كرونباخ ألفا " وكانت0.607 % مما يدل على أن أداة القياس تتمتع بدرجة عالية من الثبات .

ج. متغيرات الدراسة :

متغير الدراسة المستقل: يتمثل في أخلاقيات التجارة الالكترونية، و يشمل :

- الالتزام الأخلاقي عند إبرام الصفقات
- المصداقية في الإعلان
- الإفصاح عن المعلومات للمنتجات و الخدمات
- العدل في التسعير
- سلامة المنتجات و الخدمات
- الالتزام بمواعيد التسليم

متغير الدراسة التابع : يتمثل في الميزة التنافسية .

2/ تحليل نتائج الدراسة :

المحور1: الالتزام الأخلاقي عند إبرام الصفقات

الجدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب المحور الأول

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	4,00	23	63,9	63,9	63,9
	4,25	11	30,6	30,6	94,4
	4,50	2	5,6	5,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

المصدر: نتائج spss

يبين الجدول تكرارات الإجابات المختلفة للمحور الأول، حيث نلاحظ أن اكبر التكرارات هو 23 و هو الذي يمثل الإجابة 4 أي " متوفر " بقيمة و نسبته 63.9 % و هي تمثل اكبر نسبة مما يعني أن الشركة تلتزم أخلاقيا عند إبرامها لصفقاتها التجارية.

و بإتباع نفس الطريقة و ذلك من خلال استخراج جدول التكرارات لكل سؤال، ثم لكل محور من محاور الاستمارة تم الحصول على النتائج التالية بالنسبة لبقية المحاور:

المحور2: **الإفصاح عن المعلومات و المنتجات:** بينت النتائج أن معظم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تقوم بالإفصاح عن المعلومات للمنتجات و الخدمات التي تقدمها و ذلك عبر مواقعها الالكترونية.

المحور3: سلامة المنتجات و الخدمات : بينت النتائج أن معظم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تقدم منتجات و خدمات سليمة و ذات جودة عالية.

المحور4:المصداقية في الإعلان: بينت النتائج أن إعلانات معظم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تتمتع بمصداقية عالية فهي لا تقوم بالخداع و التضليل و السعي وراء الربح دون الاهتمام بالاعتبارات الأخلاقية.

المحور5:العدل في التسعير : بينت النتائج أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية عادلة في تسعيرها لمنتجاتها و تقدم عروض لأسعار منخفضة وذات جودة عالية مع تكلفة إنتاج تنافسية .

المحور6: الالتزام بمواعيد التسليم: بينت النتائج أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تقوم بالتسليم في الوقت المحدد و بالمواصفات المطلوبة، و تقوم بالاستجابة الفورية لطلبات العملاء .

المحور 7: كسب ميزة تنافسية: بينت النتائج أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لها علاقات وثيقة مع الزبائن و تحرص على كسب رضاهم وولائهم مما ينجم عنه زيادة في الأرباح وزيادة الحصة السوقية و بالتالي تعزيز قدراتها التنافسية.

3/ تحليل و إختبار علاقات الإرتباط بين متغيرات الدراسة : من أجل معرفة علاقة الإرتباط بين الالتزام الأخلاقي عند إبرام الصفقات و تعزيز القدرة التنافسية قمنا بقياس معامل الإرتباط بيرسون بين المحور الأول و المحور السابع و الجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم 3: معامل الارتباط بين المحور الأول و المحور السابع

		AXE1	AXE7
AXE1	Corrélation de Pearson	1	,845
	Sig. (bilatérale)		,034
	N	36	36
AXE7	Corrélation de Pearson	,845	1
	Sig. (bilatérale)	,034	
	N	36	36

المصدر: نتائج spss

نلاحظ أن قيمة معامل الإرتباط بين المحورين موجبة و مساوية ل 0.845 عند مجال ثقة قدره 95% و بالتالي توجد علاقة إرتباط بين الالتزام الأخلاقي عند إبرام الصفقات و تعزيز القدرة التنافسية. و قمنا بإتباع نفس الطريقة و ذلك من خلال قياس معامل الإرتباط بيرسون بين بقية المحاور و المحور السابع ووجدنا أنه توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات التجارة الالكترونية و تعزيز القدرة التنافسية في المؤسسة.

إلا أن إستخدامات التجارة الإلكترونية في بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لم تتجاوز المستوى (البدائي)الذي يشمل أنشطة الإعلان و الترويج و الوصول للمعلومات و الدفع عند التسليم و لم تصل بعد إلى المستوى الثاني و المتمثل في الدفع الفوري الإلكتروني و الذي يسمح بتنفيذ المعاملات المالية و التحويلات النقدية على شبكة الإنترنت .

الخاتمة:

لا شك أن تطور استخدام التجارة الالكترونية خلق عدة إشكاليات مما يستوجب توفير الأمان و الثقة في معاملات التجارة الالكترونية من خلال إيجاد جهات تعمل على التأكد من صحة البيانات الواردة في عقود التجارة الالكترونية و توفير الثقة و الأمان اللازمين لتطورها، وإن ما تقدمه التجارة الإلكترونية من امتيازات و ما ترتكز عليه من تكنولوجيات يجعلنا نفكر فيما تستطيع أن تضيفه للإقتصاد الجزائري مستقبلا و ذلك من إختصار وقت طويل ينجر عنه توسع الفجوة بينه و بين إقتصاديات الدول المتقدمة و الدول العربية السائرة في ركب التطور

و إن من أهم النتائج المتوصل إليها في هذا البحث:

– إن الالتزام الأخلاقي ينتج عنه أثار ربحية في الجانب الاقتصادي كما أن الالتزام بأخلاقيات التجارة الالكترونية يؤدي إلى كسب ميزة تنافسية للمنظمة.

– معظم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تلتزم بأخلاقيات الأعمال عند ممارستها التجارة الالكترونية، لكن بالرغم من انتشار التجارة الالكترونية في العالم إلا أن السلطات الجزائرية لم تتفطن إلى ضرورة اعتمادها كتقنية قانونية متطورة للتجارة إلى حد الآن .

– إن معظم الشركات الجزائرية المشتركة في خدمة الإنترنت تستخدمها كوسيلة للإعلان عنها و هذا ما لاحظناه عند إطلاعنا على بعض المواقع للشركات الجزائرية و جدنا أنها تقوم بعرض البيانات الرئيسية عن الشركة كعنوانها و طبيعة نشاطها و أرقام وسائل اتصالها لكن القليل منها فقط يقدم عرض لمنتجاتها عبر الشبكة .

و رغم تأخر الجزائر في مجال اختراق تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة الالكترونية، إلا هناك مؤشرات على إمكانية تحسن القطاع، وأمل كبير في انطلاق التجارة الالكترونية في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية والتوعوية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة ، خصوصا أن هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الانترنت.

قائمة المراجع:

1. زكريا مطلك الدوري ، احمد علي صالح – إدارة الأعمال الدولية – منظور سلوكي و استراتيجي – دار اليازوري – عمان – 2009.
2. صالح العامري ، منصور الغالبي – المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال ،الأعمال و المجتمع – دار وائل للنشر –الطبعة الأولى – 2008.
3. محمد عبد العظيم أبو النجا – التسويق المتقدم – الدار الجامعية –الإسكندرية – 2008.
4. مصطفى يوسف كافي– التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة– دار رسلان –سوريا– 2009.
5. ناصر خليل – التجارة و التسويق الالكتروني – دار أسامة – عمان – 2009 .
6. André Boyer –l'impossible éthique des entreprises – éditions d'organisation -2002

رسائل الماجستير و الدكتوراه:

1. مسعود جماني – أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية و تنافسية المؤسسة – مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير – تخصص إدارة الأعمال – 2008.
2. حرز الله فؤاد حسن الحكومة الالكترونية في الجزائر : دراسة في إمكانية التطبيق– مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية –جامعة محمد خيضر ، بسكرة – 2013.
3. سمية دبمش – التجارة الالكترونية حقيقتها و واقعها في الجزائر – مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية – جامعة منتوري ، قسنطينة – 2011/2010.
4. سحقي نعيمة– الاقتصاد الرقمي في الجزائر الفرص و التحديات – مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية – جامعة البويرة 2014/.2015
5. محمد مولود غزيل –معوقات تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر و سبل معالجتها – أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية– جامعة تلمسان –2010/2009 .

الملتقيات و المجلات:

1. بختي إبراهيم – صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و علاقتها بتنمية و تطوير الأداء – المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات 08/ 09 مارس 2005 – جامعة ورقلة .
2. بلعلياء خديجة ، معموري صورية – دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال– الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة.
3. ثامر البكري ، احمد هاشم سليمان –" أخلاقيات الإدارة في منظمات الأعمال و انعكاساتها على التجارة الالكترونية "– المؤتمر العلمي الرابع حول الريادة و الإبداع – جامعة العلوم التطبيقية – الأردن – 15–2005/03/16 .
4. حسين شنيني – واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كل من الجزائر ، مصر و الإمارات خلال الفترة 2000–2010 دراسة مقارنة – جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر –كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – مجلة الباحث – عدد09 /2011.
5. الاتحاد الدولي للاتصالات– تقرير قياس مجتمع المعلومات 2014، ملخص تنفيذي.
6. المنتدى العالمي لسياسات الاتصالات (WTPF-09)– وزارة البريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات– P:\ARA\SG\CONF-SG\WTPF09\INF\008A.W11 (268916)

المواقع الالكترونية:

http://www.staralgeria.net/t7937-topic#ixzz3ipNVOFBR تاريخ الاطلاع : 2015/09/15

http://www.staralgeria.net/t7937-topic#ixzz3ipNVOFBR تاريخ الاطلاع : 2015/09/15

http://www.echoroukonline.com/ara/mobile/articles/253007.html تاريخ الاطلاع : 2015/11/20

http://www.echoroukonline.com/ara/articles/144377.html?u=5001 تاريخ الاطلاع : 2015/11/20

http://www.djazairess.com/setif/5366 تاريخ الاطلاع : 2015/11/20

http://dalaam.maktoobblog.com/تاريخ الاطلاع: 2015/08/13

http://www.djazairess.com/ تاريخ الاطلاع 2015/10/04

http://www.aps.dz/ar/sante-science-tech/ تاريخ الاطلاع 2015/10/04

http://www.akhersaa-dz.com/news/107652.html تاريخ الاطلاع: 2015/08/13

http://www.al-fadjr.com/ar/index.php?news=204746%3Fprint تاريخ الاطلاع: 2015/11/22

محمد أنور المصري. تاريخ الاطلاع 2015/09/19- مو قف الجزائر من التجارة الالكترونية -
http://www.startimes.com/f.aspx?t=23085439

معن وعد الله المعاضيدي – أخلاقيات منظمات الأعمال و المزايا التنافسية الأخلاقية . www. *iefpedia.com–doc*

[i] بختي إبراهيم – صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و علاقتها بتنمية و تطوير الأداء – المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات 08/ 09 مارس 2005 – جامعة ورقلة

[ii] بلعلياء خديجة ، معموري صورية – دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال– الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة.

[iii] http://www.staralgeria.net/t7937-topic#ixzz3ipNVOFBR تاريخ الاطلاع : 2015/09/15

[iv] http://www.staralgeria.net/t7937-topic#ixzz3ipNVOFBR تاريخ الاطلاع : 2015/09/15

[v] حرز الله فؤاد حسن الحكومة الالكترونية في الجزائر : دراسة في إمكانية التطبيق– مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية –جامعة محمد خيضر ، بسكرة – 2013 – ص 71.

[vi] http://www.echoroukonline.com/ara/mobile/articles/253007.html تاريخ الاطلاع : 2015/11/20

[vii] سمية ديمش – التجارة الالكترونية حقيقتها و واقعها في الجزائر – مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية – جامعة منتوري ، قسنطينة – 2011/2010 - ص226.

[viii] الاتحاد الدولي للاتصالات– تقرير قياس مجتمع المعلومات 2014، ملخص تنفيذي – ص 09.

[ix] http://www.echoroukonline.com/ara/articles/144377.html?u=5001 تاريخ الاطلاع : 2015/11/20

[x] http://www.djazairess.com/setif/5366 تاريخ الاطلاع : 2015/11/20

[xi] ناصر خليل – التجارة و التسويق الالكتروني – دار أسامة – عمان – 2009 – ص 28 .

[xii] محمد عبد العظيم أبو النجا – التسويق المتقدم – الدار الجامعية –الإسكندرية – 2008– ص 320 .

[xiii] مصطفى يوسف كافي– التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة– دار رسلان –سوريا– 2009 – ص 105.

[xiv] مسعود جماني – أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية و تنافسية المؤسسة – مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير – تخصص إدارة الأعمال – 2008– ص 59.

[xv] http://dalaam.maktoobblog.com/ تاريخ الاطلاع: 2015/08/13

[xvi] حسين شنيني – واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كل من الجزائر ، مصر و الإمارات خلال الفترة 2000–2010 دراسة مقارنة – جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر –كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – مجلة الباحث – عدد09 /2011 – ص 71.

[xvii] سمية ديمش – مرجع سابق – ص 213.

[xviii] محمد أنور المصري– موقف الجزائر من التجارة الالكترونية - http://www.startimes.com/f.aspx?t=23085439 تاريخ الاطلاع 2015/09/19.

[xix] http://www.djazairess.com/ تاريخ الاطلاع 2015/10/04

[xx] http://www.aps.dz/ar/sante-science-tech/ تاريخ الاطلاع 2015/10/04

[xxi] معن وعد الله المعاضيدي – أخلاقيات منظمات الأعمال و المزايا التنافسية الأخلاقية . www. *iefpedia.com–doc*

[xxii] زكريا مطلك الدوري ، احمد علي صالح – إدارة الأعمال الدولية – منظور سلوكي و استراتيجي – دار اليازوري – عمان – 2009 – ص 434 .

[xxiii] André Boyer –l'impossible éthique des entreprises – éditions d'organisation -2002 –p 04

[xxiv] صالح العامري ، منصور الغالبي – المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال ،الأعمال و المجتمع – دار وائل للنشر –الطبعة الأولى – 2008 – ص 136

[xxvxxv] ثامر البكري ، احمد هاشم سليمان –" أخلاقيات الإدارة في منظمات الأعمال و انعكاساتها على التجارة الالكترونية "– المؤتمر العلمي الرابع حول الريادة و الإبداع – جامعة العلوم التطبيقية – الأردن – 15–2005/03/16 .

[xxvi] معن وعد الله المعاضيدي – أخلاقيات منظمات الأعمال و المزايا التنافسية الأخلاقية www. *iefpedia.com– -doc*

[xxvii] http://www.akhersaa-dz.com/news/107652.html تاريخ الاطلاع: 2015/08/13

[xxviii] محمد مولود غزيل –معوقات تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر و سبل معالجتها – أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية– جامعة تلمسان –2010/2009 –ص 303.

[xxix] http://www.al-fadjr.com/ar/index.php?news=204746%3Fprint تاريخ الاطلاع: 2015/11/22

[xxx] سحقي نعيمة– مرجع سابق – ص 75.

[xxxi] سحقي نعيمة– مرجع سابق – ص 93.

[xxxii] سمية ديمش – مرجع سابق – ص 230.

[xxxiii] المنتدى العالمي لسياسات الاتصالات (WTPF-09)- وزارة البريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات- P:\ARA\SG\CONF-SG\WTPF09\INF\008A.W11 (268916)

[xxxiv] حرز الله فؤاد حسن – مرجع سابق – ص 142.

فعالية الحملات الإعلامية في تنمية الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي
– دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة 08 ماي 1945 قالمة –

د. غلاب صليحة د. روابحية مريم أ.علي بياتة
جامعة 8 ماي 1945 –قالمة؛ الجزائر
E-mail :ghellab.saliha@gmail.com

Received: April 2017 Accepted: May 2017 Published: June 2017

Abstract:

The concept of entrepreneurial culture considered as science stream that logically imposes the interactivity of academic researches with the developments of its complex setting in composition and practice. As far as, the debate about the entrepreneurial culture from the socio-santhropological sight no longer tend to refer only to the social culture in all economic and social institutions - albeit its necessary - but the first intent is an entrepreneurial culture as a product of social entity which is interacted within the entrepreneurship as it is distinct organization that imposes its relative independence from the surrounding circumference. In addition to the need to adopt an appropriate strategy to support the entrepreneurial thoughts and aims to instill the spirit of entrepreneurship at young people especially students, and therefore should design an intensive information campaigns to support the entrepreneurial culture and educating about its importance in the creation of their own, what made us shed more light on the subject.

Key words: Entrepreneurship, entrepreneurial culture, media campings

(JEL) Classification : M13

ملخص:

يعتبر مفهوم الثقافة المقاولاتية مسلك علمي يفرض منطقيا تفاعلية البحث الجامعي مع تطورات محيطها المعقد في التكوين والممارسة، فالحديث عن ثقافة المقاولة من الناحية السوسيو أنتروبولوجية ليس المراد به الحديث عن ثقافة المجتمع في المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية فقط – وإن كان ضروريا – بل القصد الأول هو ثقافة المقاولة كنتاج للكيان الاجتماعي المتفاعل داخل المقاولة بصفتها تنظيما مؤسسيا متميزا يفرض استقلاليته النسبية عن المحيط الذي يوجد به، إضافة إلى وجوب اعتماد استراتيجية مناسبة تدعم الفكر المقاولاتي وتهدف إلى غرس روح المقاولاتية لدى الشباب خاصة منهم الطلبة الجامعيين، وبالتالي لابد من تصميم حملات إعلامية مكثفة لدعم الثقافة المقاولاتية وتوعية هؤلاء بأهميتها في إنشاء مشاريعهم الخاصة وهو ما جعلنا نسلط الضوء على هذا الموضوع.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية، الثقافة المقاولاتية، الحملات الإعلامية.

رموز jel: M13

مقدمة:

ازداد الاهتمام حول إيجاد الطرق والوسائل المثلى التي تسهم في تذليل المصاعب التي تواجه مقاولي المشاريع إذ انتهى الأمر بإقامة الحكومات للعديد من شبكات الدعم والمرافقة التي تهدف إلى مساعدة ومتابعة المقاولين في تجسيد أفكارهم على أرض الواقع من خلال تزويدهم بالنصح والاستشارة اللازمة فيما يخص كل المراحل التي تمر بها عملية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأيضا تفادي كل المخاطر التي تواجهها خاصة في المراحل الأولى التي تتضمن البحث عن فكرة المشروع ومصادرها باعتبار أن الأفكار الأولية هي التي تتحول فيما بعد إلى مشاريع ناضجة.

ومع ذلك تعرف العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي يؤسسها عادة خريجي الجامعات فشلا لأسباب كثيرة، أهمها سوء التسيير وغياب الثقافة المقاولاتية بالرغم من المجهودات المبذولة لإنشائها ودعمها، وعليه فالأمر يقتضي ضرورة إعداد حملات إعلامية في المجال المقاولاتي لأصحاب هذه المشاريع في مجالات مختلفة تمس في عمومها تأسيس وتدعيم وتطوير المؤسسة.

ويمكن أن تكون الثقافة المقاولاتية هدفا في التدريس الأكاديمي والتطبيقي، كما أن تدريسها يعد أحد الأشكال البديهية التي تهيئ الأفراد لخلق مؤسسات، لذلك فعلى مؤسسات التعليم الجامعية أن تلعب دورا فعالا في تقديم التعليم وتشجيع طلبتها بالشكل الذي يجعل مهنة المقاولاتية سهلة البلوغ، فيعتبر نشر وتعزيز وإدماج الحملات الإعلامية في الجامعة له نتائجه الكبيرة ومكتسباته المستقبلية وآثاره القوية على التنمية النوعية المستدامة، لأنه يخلق قاعدة عريضة من المقاولين والمبدعين في جميع المجالات، وإعداد هذا الجيل لثقافة مقاولاتية قوامها الإبداع والابتكار والانجاز.

كما تلعب دور المقاولاتية داخل الجامعات دورا فعالا لدعم الشباب الجامعي من خلال الحملات الإعلامية التي تقدمها لتنمية الثقافة المقاولاتية لديه، خاصة من خلال تزويد فئة الطلبة المقبلين على التخرج بالمعارف والمهارات اللازمة لإنشاء مؤسساتهم الخاصة وضمان استمراريتها والعمل على تطويرها، مما يعني ذلك أن الحملات الإعلامية التي تقوم بها دور المقاولاتية داخل الجامعات يمكن أن تكون قادرة على خلق روح المقاولاتية لدى الطالب في الوقت التي تحولت فيه المجتمعات إلى مجتمعات كانت فيه الجامعة هي الحاضنة الطبيعية والمرجعية الحقيقية لتنمية الثقافة المقاولاتية.

الإشكالية الرئيسية:

ولدراسة هذا الموضوع وإبراز أهمية الارتباط بين الحملات الإعلامية وتنمية الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة قمنا بطرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة الحملات الإعلامية في تطوير الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين؟

التساؤلات الفرعية:

ولتحليل هذه الإشكالية ودراستها بطريقة معمقة قمنا بطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو واقع الثقافة المقاولاتية لدى طلبة جامعة 8 ماي 1945 قالمة؟
- ماهي استراتيجيات حملات الإعلامية في المجال المقاولاتي لدى طلبة جامعة 8 ماي 1945 قالمة؟
- إلى أي مدى تقوم الحملات الإعلامية بالجامعة بتهيئة الطالب وتعزيز الثقافة المقاولاتية لديه؟

أهداف الدراسة:

من خلال هذا الموضوع نسعى لتحقيق جملة من الأهداف أهمها ما يلي:

1. التعرف على استراتيجيات وبرامج الحملات الإعلامية المتعلقة بالمجال المقاولاتي.
2. التعرف على محتويات برامج الحملات الإعلامية المتعلقة بالمجال المقاولاتي.
3. التعرف فيما إذا كانت المعارف والمؤهلات التي تقدمها الحملات الإعلامية الحالية في المجال المقاولاتي تسمح للطالب بأن يشرع في تأسيس مشروع صغير وتسييره وفق الأسس التي تجعل منه عملا ناجحا.
4. البحث عن وجود ارتباط معنوي بين تعليم الطالب والثقافة المقاولاتية لديه.

أهمية الدراسة:

تتجلى اهمية الدراسة في كونها تخوض في ظروف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتطويرها، باعتبار أن الاتجاهات الحديثة للدول هي دعم أشكال هذه المؤسسات لما لها من دور فعال في التنمية الاقتصادية. ويركز موضوع الدراسة حول متغيرين أساسيين وهما الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة والحملات الإعلامية في هذا المجال كمتطلب أساسي لتعزيز وتطوير الروح والثقافة المقاولاتية لديهم وكذلك إمدادهم بالمهارات المقاولاتية. فلهذا فإن أهمية البحث تأتي من أهمية هذه المتغيرات في تفاعلها وترابطها لخدمة هذا القطاع من الاقتصاد.

ولمعالجة هذا الموضوع قمنا بالتطرق إلى العناصر التالية:

ومن أجل تغطية الموضوع قمنا بتقسيم البحث الى أربع محاور منها ثلاثة نظرية وفصل أخير مخصص للدراسة الميدانية:

المحور الأول: الإطار العام حول الثقافة المقاولاتية

أولا– مفهوم المقاولاتية

أصبح مفهوم المقاولاتية شائع الاستعمال ومتداول بشكل واسع، بعد أن تناول العديد من الاقتصاديين والإداريين مسألة المبادرة الفردية والمقاولة، ويعد **بيتر دراكر** (Peter Drucker) من الأوائل الذين أشاروا إلى ذلك سنة 1985 من خلال إشارته إلى تحول الاقتصاديات الحديثة من اقتصاديات التسيير إلى اقتصاديات مقاولاتية.[i]

حيث استخدم مفهوم المقاولاتية على نطاق واسع في عالم الأعمال اليابانية أين تنتشر مؤسسات الأعمال المقاولاتية نتيجة التقدم التكنولوجي والسلعي والخدمي، فلقد كانت المقاولة تعني دائما الاستحداث، أما في حقل إدارة الأعمال فيقصد بها إنشاء مشروع جديد أو تقديم فعالية مضافة إلى الاقتصاد. [ii]

ويمكن تعريف المقاولة بأنها:" حركية إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدة أفراد وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة." [iii]

ثانيا– الثقافة المقاولاتية

إن الاشتغال حول مفهوم الثقافة المقاولاتية هو مسلك علمي يفرض منطقيا تفاعلية البحث الجامعي مع تطورات محيطها المعقد في التكوين والممارسة، "فعند الحديث عن الثقافة المقاولاتية يجب الحديث عنها كنتاج للكيان الاجتماعي المتفاعل داخل المقاولة بصفتها تنظيما مؤسسيا متميزا يفرض استقلاليته النسبية عن المحيط الذي يوجد به، فثقافة المقاولة تعتبر مجموع من القواعد القيمية

والعملية التي يتقاسمها المنتمون للمقاولة في تحقيق أهدافها الاقتصادية وحل مشاكلها والإسهام في تطوير المجتمع بما تنتجه من منافع اقتصادية واجتماعية للدولة والمجتمع ومن تلك القيم التنظيم والتدبير والأخلاق والتنافسية والمهنية والكفاءة والقدرة على التجديد والابتكار". [iv]

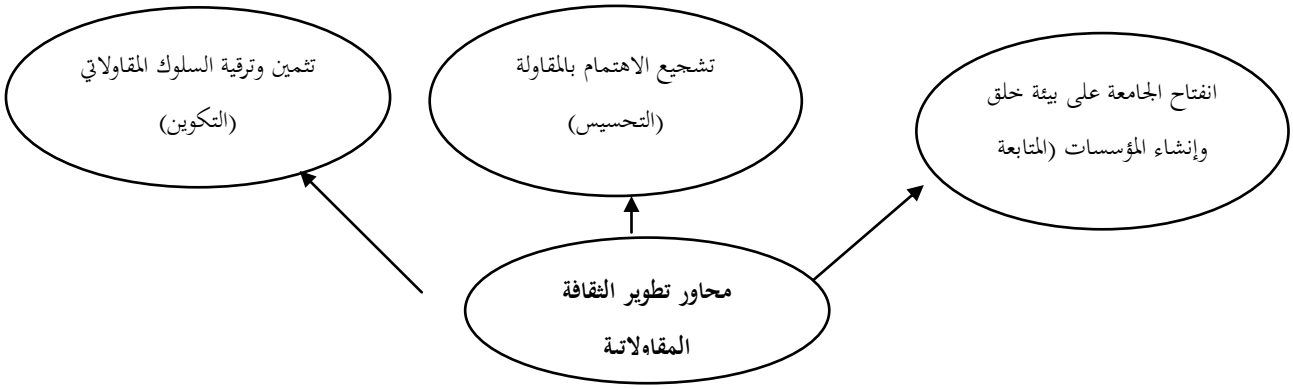
ويبقى لهذا المفهوم خصوصية مرتبطة بما يلي:

- المقاولاتية هي ليست فقط عبارة عن تنظيم وبنية قانونية، اقتصادية واجتماعية، أي مجموعة من الموارد المالية، التقنية والبشرية، بل أكثر من ذلك هي مسار ومجموعة من المراحل التي تتطلب استعمال منطق مقاولاتي من الفكرة إلى التأسيس وبداية النشاط الفعلي أي روح مقاولاتية لحامل هذه الروح الذي هو المقاول.
- البيئة المتمثلة في الوسط الاجتماعي، الاقتصادي، الثقافي، السياسي، القانوني والتكنولوجي الذي يؤثر بصفة مباشرة على الفعل المقاولاتي، فهذه التركيبة المعقدة تشكل عامل مهم وحاسم في تشجيع تكون ثقافة مقاولاتية أو كبحها.

ثالثا– عناصر تنمية الثقافة المقاولاتية

لتطوير ثقافة المقاولاتية وهي التحسيس والعمل على التأكيد على أهمية المقاولة من خلال "التكوين في المقاولاتية من خلال البرامج التدريسية، المسالك المهنية والأكاديمية والورشات التدريبية...الخ، وهذا لأجل تشجيع الاهتمام لمقاولة الذي يعتبر العنصر الأساسي في الثقافة المقاولاتية، تأتي بعدها التثمين، أي تشجيع السلوكات والممارسات المقاولاتية، من خلال تبني ودعم مختلف الأفكار وتحضيرها وإخراجها في شكل مشاريع، ثم تأتي النقطة الأساسية في هذه العلاقة هي انفتاح الجامعة على بيئة خلق وإنشاء المؤسسات والهدف من ذلك هو الانتقال من الفكرة والمشروع إلى الفعل والتنفيذ واستقطاب الدعم، وعليه يظهر أن العلاقة بين الجامعة ومؤسسات البحث بثقافة المقاولة تتمحور من خلال ثلاثية التحسيس، التكوين، الدعم والمتابعة". [v] والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم (01): محاور تطوير الثقافة المقاولاتية



المصدر: بدراوي سفيان، ثقافة المقاولة لدى الشباب الجزائري المقاول دراسة ميدانية بولاية تلمسان، أطروحة دكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2014-2015، ص 83.

من خلال هذه المحاور فنحن نتحدث عن تنشئة الثقافة المقاولاتية من رحم المؤسسة الجامعية والبحثية، فالمقاول من خلال هذا المنظور سيمتلك رأسمال اجتماعي يتمفصل من ثلاثة أقطاب أساسية: القطب المعرفي، العلائقي والقطب المالي.

المحور الثاني: مدخل عام إلى الحملات الإعلامية

أولا– تعريف الحملات الإعلامية

تعد الحملة الإعلامية من النشاطات الاتصالية المهمة، مما دفع العديد من الباحثين والمهتمين بشؤون الاتصال إلى تقديم تعريفات وتحديد مفاهيم مختلفة لها، منطلقين من اهتماماتهم وطبيعة اختصاصاتهم والوظائف التي تؤديها الحملة، والأهداف المراد تحقيقها من جراء تنظيمها، إضافة إلى عناصرها وخصائصها.

يعرف دينس ما كويل (DENIS MCQUIL) الحملة الإعلامية بأنها :"جهود اتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا".[vi]

أما هدبرو (HIDBROW) فيعرفها بأنها:" النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل".[vii]

وعليه يمكن تعريفها على أنها "عملية إقناع منظمة ومتناسقة تقوم بها عادة وسائل الإعلام الجماهيرية وتتوجه إلى الرأي العام والسلوك في محاولة لتحقيق مجموعة من الأهداف، ويمكن أن تقوم بها طائفة واسعة من المؤسسات والمجموعات والأشخاص في سعيهم لتحقيق مصالحهم الخاصة".[viii]

ثانيا– مراحل القيام بالحملة الإعلامية

يجب العمل على تخطيط سليم للحملات الإعلامية وإتباع الخطوات العلمية والعملية التي تساعد على نجاحها، والتي تتمثل في:

– **تحديد المشكل وجمع المعلومات:** ويتم فيها التعريف بالمشكل، حيث ينبغي على القائم بالاتصال في الحملات الإعلامية ألا تقتصر حدود معرفته بالمشكل بل تمتد إلى محاولة الكشف من خلال البحوث والدراسات عن حجم هذه المشكلة أو الاحتياجات والممارسات السائدة عنها في المجتمع.

كما تشتمل هذه المرحلة جمع المعلومات عن كل شيء فيما يخص الحملة، مثل جمع المعلومات عن الموارد المالية والبشرية المطلوبة لتنفيذ الحملة وجمع معلومات عن الموارد الحقيقية المتاحة لذلك وتشتمل أيضاً على جمع معلومات عن الجمهور المستهدف من الحملة، وعن كافة السبل والوسائل المتاحة للوصول إليه[ix] .

– **تحديد وصياغة أهداف الحملة الإعلامية:** أي تحديد الوضع المطلوب الوصول إليه أو المطلوب تحقيقه مع نهاية تنفيذ الحملة، وعندما تتبلور المشكلة وتتضح الاحتياجات الخاصة بالقائم بالاتصال والجمهور، يصبح من السهل تحديد أهداف الحملة الإعلامية.

إلا أن الهدف الأساسي والأسمى لدى القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية هو إحداث استمالة مؤثرة على عدد أكبر من الجمهور .

– **تحديد الجمهور المستهدف:** إنّ أكبر خطأ يؤدي إلى فشل كثير من الحملات الإعلامية باختلاف أنواعها هو أن توجه الحملة إلى جمهور أوسع ليس بالمستهدف ويؤكّد ذلك " **تشارلز رايت** " بقوله:" كم من نشرات لا تقرأ وإذاعات لا تسمع وأفلام لا ترى على الرّغم من كثرتها وما يبذل فيها من جهد فني كبير ."

يجب فهم خصوصيات الجمهور المقصود بهذه الحملة، احتياجاته، رغباته، عاداته، قيمه، تعرضه لوسائل الاعلام، فهذا يعد ضروريا في أي حملة إعلامية، ويقسم الجمهور إلى نوعين رئيسيين:

_ الجمهور الأولي : وهو الجمهور الرئيسي الذي تسعى الحملة الاعلامية إلى التأثير فيه.

– الجمهور الثانوي : وهو الجمهور الذي يمكن أن يساعد في نجاح الحملة بسبب اتصاله المباشر وغير المباشر بالجمهور الأولي[x].

– **إعداد الرسالة الإعلامية:** تتوقف خطوات تصور وتصميم وإنجاز الرسالة على أهداف مخطط الاتصال وخصائص الجمهور والوسائل الإعلامية الخاصة بالحملة[xi].

وعلى الرسالة أن تكون محددة، قصيرة، معبرة، وبصيغة مقبولة لدى الجمهور، كما يجب أن تكون فريدة وجديدة.

– **تحديد الوسائل وقنوات الاتصال:** لاختيار وسائل الاتصال المناسبة للحملة لابد من:

– تحديد أهداف الحملة وما يريده الجمهور والفئات المقصودة.

– إقصاء الوسائل الدعائية التي لا تتناسب والحملة، فقد يكون استخدام بعض الوسائل مستحيلا نظرا لارتفاع سعر الكلفة كما هو الحال عند بعض الوسائل.

– اختيار الوسائل الاعلامية التي تتناسب وموضوع الحملة.

– **تحديد المخطط الإداري والتنظيمي:** يختلف أسلوب التنظيم في تصميم الحملات الإعلامية من حملة إلى أخرى سواء بالاعتماد على مختصين في هذا المجال يعملون في المؤسسة أو بالاستعانة بمستشار خارجي للحملات، وذلك باختلاف الأهداف والأنشطة والجماهير التي تسعى إلى كسب تأييدها ولذلك نستطيع القول سلفا أن هذا الأسلوب أفضل من ذلك، أو أن الجمع بين الأسلوبين هو الطريق الأمثل لتحقيق وظائف الحملة فليس هناك تفصيل مطلق في هذا المجال كما لا توجد أنماط جاهزة صالحة للتطبيق في حالات محددة[xii].

– **تحديد الموارد المتاحة:** تحتاج إدارة الحملات لتنفيذ برامجها إلى موارد مالية وبشرية ينبغي أن يحدد ما هو متاح وما هو محتمل، كما أن الخبير في الحملات لا يستطيع أن يحدد احتياجاته ما لم يكن لديه تصور تقريبي لحجم الأنشطة، ومن هنا يتضح أن التصميم أو التخطيط للحملات يسير جنبا إلى جنب مع تحديد الميزانية.

– **وضع جدول زمني للحملة الإعلامية:** لابد من اختيار الوقت المناسب لإجراء وتنفيذ الحملة الإعلامية.

– **تنفيذ الحملة الإعلامية:** وتكون علة عدة مراحل بداية من عرض الحملة والعمل على انتشارها باستخدام مختلف الوسائل الاتصالية والرسائل المناسبة، إضافة إلى مرحلة التركيز والتي يتم فيها التركيز على الجمهور المستهدف، وصولا إلى مرحلة الحسم من خلال الهجوم على المنافس وتحويل المعارضين إلى مؤيدين.[xiii]

– **متابعة وتقييم الحملة الإعلامية:** تبدأ مرحلة المتابعة والمراقبة منذ اليوم الأول لوضع الحملة حيث تعتبر من الأمور المهمة، لأنها تساعد في الوقوف على النجاحات والاخفاقات والصعوبات والتعرف على الاحتياجات التي يتطلبها العمل التطبيقي خلال مراحل التنفيذ.

فيما يعد تقييم الحملات المرحلة الأخيرة من مراحل تصميم الحملات الإعلامية والمقصود به هو تقديم قيمة ما تمّ إنجازه من أنشطة خدمية أو اتصالية خلال الحملة الإعلامية والتعرف على التأثيرات المختلفة لهذه الأنشطة على الجمهور[xiv].

ومن أساليب التقييم نجد التقييم القبلي، التقييم المرحلي، التقييم الشامل .

المحور الثالث: أهمية الحملات الإعلامية في دعم وتعزيز الثقافة المقاولاتية

يرى العديد من المهتمين بشؤون المؤسسات المصغرة التي يؤسسها عادة خريجي الجامعات، أن الكثير منها عرف فشلا لأسباب كثيرة، أهمها سوء التسيير وغياب روح المقاولاتية، وعدم وجود إستراتيجية اتصالية واضحة المعالم للتعريف بها، ومحاولة غرس الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، وعليه تكمن أهمية تصميم حملات إعلامية في هذا الشأن في:

- التعريف بالمقاولاتية ومحاولة غرس ثقافتها لدى الشباب عامة والطالب الجامعي خاصة.

- التعريف بهيئات أو مؤسسات الدعم المرافقة التي تلعب دورا أساسي في الدفع من كثافة المقاولة، ومحاولة خلق تقارب بين الشباب والطلبة ومختلف هذه الهيئات لتوضيح والإجابة عن كل استفساراتهم المتعلقة بالموضوع.[xv]

- الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الشباب أو الطلاب الجزائريين من خلال اعتماد مختلف وسائل الاتصال الشخصية أو الجمعوية أو الجماهيرية لتوصيل الرسائل الاتصالية المناسبة لنشر الثقافة المقاولاتية.

- توعية الطلبة بأهمية تبني المشاريع الخاصة بهم، وبالتالي المساهمة في التنمية الاقتصادية والتقليل من نسبة البطالة في البلاد.

- محاربة التردد والتخوف الموجود لدى أغلبية الطلبة من التوجه إلى التخصصات المهنية وتفضيل الأكاديمية عليها، وذلك بسبب عدم توفر الثقة الكافية في أفكارهم ومواهبهم، وعدم امتلاك الجرأة لتنفيذها في مشاريع خاصة خوفا من الفشل.

- تكثيف الحملات الإعلامية لتوعية الشباب والطلبة بأهمية المقاولاتية وتبديد مخاوفهم تجاهها.

المحور الرابع: الجانب التطبيقي

تم الاعتماد في هذه الدراسة على مجموعة من الإجراءات للوصول إلى النتائج العامة للدراسة وذلك كما يلي:

أولا– المنهج المستخدم:

المنهج المعتمد في هذه الدراسة هو المنهج المسحي الذي يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية في دراسة الظواهر الاجتماعية والسلوكية وغيرها...ولقد تم اختار هذا المنهج باعتباره أنسب المناهج الملائمة لتناول موضوع الدراسة والمتمثل في الدور الذي تلعبه الحملات الإعلامية في دعم الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي.

ثانيا– تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع البحث في الطلبة الجامعيين بجامعة 08 ماي 1945 – قالمة– المعرضين للحملات الإعلامية المختلفة التي تقوم بها دار المقولاتية على مستوى الجامعة لمحاولة غرس الثقافة المقاولاتية فيهم من أجل تحفيزهم على تبني مشاريعهم الخاصة.

وقد تم اعتماد العينة الصدفية والمتمثلة في مجموع الطلبة الذين قاموا بزيارة دار المقاولاتية من أجل طرح استفساراتهم وانشغالاتهم، وذلك طوال فترة إجرائنا لهذه الدراسة في الفترة الممتدة من 2017/02/05 إلى غاية 2017/02/27.

حيث تم توزيع الاستمارة على 102 طالب، في حين تم استرجاع 98 استمارة، كما تم رفض 4 منها، وبالتالي بلغت عينة الدراسة 94 طالب.

كما تم إجراء مقابلة مع رئيس دار المقاولاتية بجامعة 08 ماي 1945 – قالمة –، وذلك للحصول على المعلومات الكافية المتعلقة بالموضوع.

ثالثا– تحديد أهمية الحملات الإعلامية في دعم الثقافة المقاولاتية من خلال تحليل نتائج الدراسة

سنقوم بتحليل البيانات المتوصل إليها للوصول إلى نتائج الدراسة.

جدول رقم (1): متابعة الطالب للدراسة في الماستر

1– تفضل متابعة دراستك في ماستر:	النسبة
أكاديمي	٪ 78.72
مهني	٪ 21.27
المجموع	**٪ 100**

المصدر: من إعداد الباحثتين.

تشير النتائج أن أغلبية أفراد العينة يفضلون متابعة دراستهم– إذا ما أتيحت لهم الفرصة – من خلال ماستر أكاديمي، وذلك على أمل استكمال دراساتهم العليا والحصول على شهادة الدكتوراه إن أمكنهم ذلك، حيث أنهم يعتقدون أن اختيار ماستر مهني غير مجد خاصة في ظل عدم توفر فرص العمل في الجزائر، وذلك ما أكده 78.72 ٪، في حين يرى 21.27 ٪ منهم أن اختيار ماستر مهني يعتبر فرصة لهم لتوجيههم للحياة العملية بشكل أسرع وأفضل وأنجح.

جدول رقم (2): الوسائل التي تعتمد عليها دار المقاولاتية للقيام بحملاتها الإعلامية لنشر الثقافة المفاولاتية بين الطلبة

2– ما هي الوسائل التي تعتمد عليها دار المقاولاتية للقيام بحملاتها الإعلامية لنشر الثقافة المقاولاتية بين الطلبة	النسبة
الملتقيات والندوات	٪ 22.34
الدورات التكوينية	٪ 19.14
وسائل الاتصال الجماهيري (صحف، إذاعة، تلفزيون)	٪ 6.38
الإنترنت (مواقع إلكترونية، الشبكات الاجتماعية)	٪ 35.10
المطويات والملصقات داخل الجامعة	٪ 17.02
المجموع	**٪100**

المصدر: من إعداد الباحثتين.

يتضح من خلال الجدول أن 35.10 ٪ من المبحوثين تحصلوا على المعلومات اللازمة حول الفكر المقاولاتي من خلال الحملات الإعلامية التي قامت بها دار المقاولاتية من خلال الإنترنت عن طريق الموقع الإلكتروني الخاص بها والشبكات الاجتماعية متمثلة خاصة في الفايسبوك، هذا الأخير أصبح فضاء للحوار والنقاش والتشارك وتداول المعلومات، حيث يقوم الطلبة بنشر المعلومات فيما بينهم، وبالتالي المساهمة في تبني ثقافة مقاولاتية.

في حين أكد 22.34 ٪ منهم حصوله على مختلف المعلومات من خلال الملتقيات والندوات التي تقوم بها دار المقاولاتية على مستوى الجامعة، بينما عبر مجموعة من المبحوثين عن فعالية الحملات الإعلامية عن طريق الدورات التكوينية التي تقوم بها دار المقاولاتية ، إضافة إلى المطويات والملصقات التي توزع على الطلبة في مختلف الكليات والتخصصات، وذلك للتعريف بالفكر المقاولاتي ومحاولة زرع ثقافة مقاولاتية لدى الطالب الجامعي، وذلك بنسبة 22.34 ٪ و 19.14 ٪ على التوالي.

في حين أكدت نسبة قليلة جدا من المبحوثين عن حصولها عن المعلومات عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري (صحف، إذاعة، تلفزيون)، وذلك ما تمثله نسبة 6.38 ٪ فقط، ويعود ذلك إلى عدم تعرض الطلبة الجامعيين لهذه الوسائل واعتمادهم الكبير على الإنترنت مقارنة بها.

جدول رقم (3): توفير الحملات الإعلامية المعلومات الكافية لإنشاء مشروع الطلبة الخاص

3- هل تعتقد أن الحملات الإعلامية التي تقوم بها دار المقاولاتية على مستوى الجامعة توفر لك المعلومات الكافية لإنشاء مشروعك الخاص	النسبة
نعم	٪ 23.40
لا	٪ 76.59
المجموع	**٪ 100**

المصدر: من إعداد الباحثتين.

تشير النتائج المبينة أعلاه أن 76.59 ٪ من المبحوثين يعتقدون أن المعلومات التي تريد دار المقاولاتية إيصالها للطلبة الجامعيين عن طريق الحملات الإعلامية الموجهة لهم من أجل التعريف بالفكر المقاولاتي هي غير كافية، حيث أنهم لا ينكرون جهود دار المقاولاتية في القيام بالعديد من الحملات الإعلامية عن طريق العديد من الوسائل الاتصالية، لكنهم يعتبرونها غير كافية لمساعدتهم على تجسيد أفكارهم وإبداعاتهم في مشاريع خاصة بهم، في حين يعتبر 23.40 ٪ منهم أن هذه الحملات الإعلامية توفر المعلومات اللازمة لهم، وأن لها الدور الكبير في نشر ثقافة مقاولاتية لديهم مما جعلهم يفكرون في إنشاء مشاريع خاصة بهم.

جدول رقم (4): تقدم الحملات الإعلامية معلومات كافية حول إمتيازات هيئات الدعم المرافقة

4- تقدم لك الحملات الإعلامية معلومات كافية حول الإمتيازات التي تقدمها هيئات الدعم المرافقة	النسبة
نعم	٪ 22.34
لا	٪ 77.65
المجموع	**٪ 100**

المصدر: من إعداد الباحثتين.

من خلال النتائج يتضح أن أغلبية أفراد العينة يرون أن المعلومات التي توفرها الحملات الإعلامية التي تقوم بها دار المقاولاتية على مستوى الجامعة حول الإمتيازات التي تقدمها هيئات الدعم المرافقة غير كافية ، وهو ما أكده 77.65 ٪ من المبحوثين، والذين لا يزالون يجهلون الإمتيازات التي تقدمها مختلف هذه الهيئات كالوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب « Ansej » والصندوق الوطني للتأمين عن البطالة « Cnac »، والوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر « Angem »، وبالتالي جهلهم لكيفية حصولهم على الدعم لتنفيذ أفكارهم في مشاريع على أرض الواقع، في حين يعتبر 22.34 ٪ من المبحوثين أن الحملات الإعلامية التي قامت بها دار المقاولاتية قدمت كل المعلومات اللازمة حول هيئات الدعم التي ينبغي على الطلبة التعامل معها لإنشاء مشاريعم الخاصة.

جدول رقم (05): هيئات الدعم المرافقة للمشاريع الجديدة

5- ماهي هيئات الدعم المرافقة التي ستعتمد عليها لتمويل مشروعك الخاص؟	النسبة
الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب «Ansej»	%15.95
الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة «Cnac»	%11.70
الوكالة الوطنية لتسيير القرض الصغر «Angem»	%8.51
جميع الهيئات السابقة	%63.82
المجموع	**%100**

المصدر: من إعداد الباحثتين

يوضح الجدول أن نسبة 63.82% من المبحوثين توافق أن الوكالات الثلاث المذكورة في الجدول هي الداعمة ماليا للمشاريع الجديدة للطلبة، أما نسبة 15.95% فتعود إلى الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب «Ansej» بالمقارنة مع الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة «Cnac» التي قاربت بنسبة 11.70% وكذلك الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر «Angem» التي مثلت نسبة 8.51% فقط. ومن خلال النسب السابقة نستنتج عدم توفر المعلومات اللازمة لدى الطلبة حول الامتيازات التي توفرها الهيئات الثلاث، حيث وضح لنا مدير دار المقاولاتية لجامعة 8 ماي 1945 قالمة عند إجرائنا معه مقابلة شخصية بعقد الدار اتفاقية مع الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب «Ansej» فقط لهيئة داعمة للمشاريع الجديدة التي يقوم بها الطلبة الجامعيين.

جدول رقم (06): مبادرة إنشاء مشاريع جديدة

6- هل تنوي مستقبلا المبادرة بإنشاء مشروع خاص بك؟	النسبة
نعم	%42.55
لا	%63.82
المجموع	**%100**

المصدر: من إعداد الباحثتين

فيما يخص عبارة المبادرة بإنشاء مشاريع خاصة بالمبحوثين فتبينت نسبة 63.82% من الطلبة الذين لا يرغبون في إنشاء مشروعهم الخاص، وممكن يرجع ذلك لعدم قدرتهم على مثل هذه الخطوة حاليا وذلك لأسباب عديدة. أما نسبة 42.55% فتبين

وجود رغبة من طرف المبحوثين في تقديم مبادرات وهذا ما يعكس وجود أفكار جديدة وطموحات مستقبلية لهذه الفئة تنتظر الدعم والمرافقة والتبني الجيد لها، والتحصل على المعلومات بشكل صحيح وكافي في المجال المقاولاتي.

جدول رقم (07): أسباب عزوف الطلبة عن إنشاء مشاريع خاصة بهم

7- حسب رأيك ما هي أسباب عزوف الشباب عن إنشاء مشاريعهم الخاصة؟	النسبة
نقص المعلومات حول طريقة فتح مشروع	%42.55
التخوف من فشل المشروع	%7.44
الرغبة في العمل لدى الوظيف العمومي	%11.70
عدم توفر الموارد المالية اللازمة	%22.34
جهل الامتيازات التي تقدمها هيئات الدعم المرافقة	%15.95
المجموع	**%100**

المصدر: من إعداد الباحثتين

صرح ما يقارب 42.55% من الشباب الجامعي بوجود نقص في المعلومات حول طريقة فتح مشروعهم الخاصة، إذ يوضح ذلك فعلا عدم وجود معلومات واضحة للطلبة حول تفسير طريقة فتحهم لمشروعهم الخاص خاصة في المرحلة الأولية «startup»، كما تعتبر نسبة 22.34% ممثلة للشباب الذين يرغبون في إنشاء مشروع خاص لكن ما يعيقهم في ذلك نقص في الموارد المالية اللازمة إذ يجب على الطالب امتلاك مبلغ مالي معتبر لفتح مشروع جديد، أما نسبة 11.70% فترجع للفئة التي ترغب التوجه مباشرة إلى الوظيف العمومي وهذا الاعتقاد السائد سببه اعتبار هذا القطاع الأضمن مستقبلا، أما عبارة جهل الامتيازات التي تقدمها هيئات الدعم المرافقة فنجد نسبة 15.95%، وتظهر أقل نسبة 7.44% لتمثل التخوف من فشل المشروع.

رابعا- النتائج العامة للدراسة

- يفضل أغلبية الطلبة عند متابعة دراستهم الجامعية اختيار ماستر أكاديمي مقارنة بماستر مهني، وذلك على أمل استكمال دراساتهم العليا عوض التوجه إلى الحياة العملية خاصة في ظل عدم توفر فرص العمل.

- قيام دار المقاولاتية على مستوى الجامعة بالعديد من الحملات الإعلامية للتعريف بالفكر المقاولاتي ونشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، معتمدة في ذلك على مختلف الوسائل الاتصالية من إنترنت (مواقع إلكترونية، الشبكات الاجتماعية)، ملتقيات، دورات تكوينية، مطويات وملصقات، إضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيري.

- على الرغم من الجهود المبذولة من قبل دار المقاولاتية للتعريف بالمقاولاتية من خلال الحملات الإعلامية التي تقوم بها، إلا أن المعلومات المقدمة للطلبة تعتبر غير كافية.

- جهل الطلبة للإمتيازات التي تقدمها هيئات الدعم المرافقة، وذلك نتيجة عدم التركيز عليها ضمن الحملات الإعلامية التي تقوم بها دار المقاولاتية على مستوى جامعة قالمة.

- عدم توفر المعلومة لدى جميع الطلبة بأن الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب «Ansej» هي الوكالة الوحيدة من ضمن هيئات دعم مرافقة التي تقدم امتيازات للطلبة الجامعين وتدعمهم ماديا لإنشاء مشاريعهم الخاصة.

– رغم امتلاك الكثير من الطلبة الجامعيين العديد من الأفكار والرغبة في إنشاء مشاريع خاصة بهم إلا أنهم لا يبادرون في إنشائها وذلك لعدم قدرتهم على مثل هذه الخطوة حاليا لعدة أسباب.

– من ضمن العوائق التي تعيق الطلبة المبحوثين عدم توفر المعلومات اللازمة التي تقدمها دار المقاولاتية والمتمثلة في الحملات الإعلامية التي تقوم بها على مستوى الجامعة والتي تساهم في تبديد مخاوف الطلبة من فشل المشاريع أو رغبتهم في العمل لدى الوظيف العمومي وبالتالي عدم المجازفة إضافة إلى عدم امتلاكهم المعلومات التي تقدمها هيئات الدعم المرافقة، كذلك يعتبر العامل المادي مهما جدا لدى الطالب ويعتبر عائقا يعيقه على إنشاء مشروعه الخاص.

الخاتمة:

إن موضوع المقاولاتية تم تناوله من وجهات نظر عديدة، فهناك من تناوله على أنه فرصة وجب استغلالها، ومنها من تطرق إليه على أنه ظاهرة تنظيمية، وأيضا هناك من اعتبره وحدة إبداع...الخ، وكثيراً ما قُرنت بمصطلح الثقافة المقاولاتية هذه الأخيرة لابد من العمل على نشرها لدى الشباب وخاصة الطلبة الجامعيين من خلال الحملات الإعلامية المكثفة التي تتضمن معلومات كافية حول الفكر المقاولاتي وهيئات الدعم المرافقة والتي من شأنها أن تساعد الطلبة على تجسيد أفكارهم على أرض الواقع من خلال إنشاء مشاريعهم الخاص، كما يقترح أيضا توسيع الحملات الإعلامية لدى جميع الكليات والتخصصات على الأقسام على مستوى الجامعة حتى يتسنى لكل الطلبة الحصول على المعلومات اللازمة.

الهوامش:

[i] العربي تيقاوي، **دور حاضنات الأعمال في بناء القدرة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كنموذج للمقاولاتية**، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول: المقاولاتية: التكوين وفرص العمل 6-8 أفريل 2010، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص9.

[ii] بوشنافة أحمد وآخرون، **متطلبات تأهيل وتفعيل إدارة المؤسسات الصغيرة في الجزائر**، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية يومي:17-18 أفريل 2006، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر، ص3.

[iii] Éric Michael La violette et Christophe Loue : les compétences entrepreneuriales, le 8ème congrés international Francophone (Cife PME) : l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Suisse : Haute école de gestion Frigourg, 25-27 Octobre2006, p4.

[iv] Alain Fayolle, Introduction à l'entrepreneuriat, Dunod, Paris, 2005, pp 12-13.

[v] بدراوي سفيان، ثقافة المقاولة لدى الشباب الجزائري المقاول دراسة ميدانية بولاية تلمسان، أطروحة دكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2014-2015، ص 82.

[6] فؤاده عبد المنعم، **التسويق الاجتماعي و التخطيط للحملات الإعلامية**، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2007، ص.107..

[7] الحملات الإعلامية، http://student.ibda3.org/t272-topic. 2017/3/1.

[8] مهند العزاوي، http://www.asharqalarabi.org.uk, 2016/11/10.

[9] علي برغوت، **تصميم الإعلان**، ط.1، جمعية الأقصى كلية الإعلام، غزة، 2005 ، ص.15.

[10] زكريا بن الصغير، **الحملات الانتخابية مفهومها وسائلها و أساليبها**، دار الخلدونية، الجزائر ،2004، ص.55.

[11] نفس المرجع، ص .57.

[12] مصطفى حميد كاظم الطائي، **الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع**، ط.1، 2007، ص.121.

[xiii] السيد بهنيسي، **ابتكار الأفكار الإعلانية**، ط1 ، عالم الكتب، القاهرة، 2007 ، ص.141.

[xiv] محمد الأمين، الحملات الإعلامية، http://www.s7aby.com/sitemap/index.php/t-70521.html, 2017/2/04.

[xv] توفيق خذري، عماري علي، المقاولاتية كحل لمشكلة البطالة لخريجي الجامعة : دراسة حالة لطلبة جامعة باتنة، https://polldaddy.com/s/B022FE2B18C205C5, 2017./2/14.
70521.html 2017/2/04.

المقاولاتية المستدامة في تونس

-جهـــــود وتـــــحديـــات-

د.قحام وهيبة
Hibacos@yahoo.fr
جامعة 20 أوث 1955 سكيكدة ؛ الجزائر
أ.جامعي سارة
Sarahdjamai73@gmail.com
جامعة 20 أوث 1955 سكيكدة ؛ الجزائر

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published:June017*

Abstract:
THIS study aims at identifying the reality of the sustainable entrepreneurship of Tunisian small and medium enterprises, their efforts and their challenges, as they play an important role in terms of diversification of the economic fabric, on the one hand, and its character, which is sustainable and integrates different economic, social and environmental dimensions, To maintain its market share in a global environment characterized by the emergence of a new kind of green consumers. In this context, the Tunisian State has undertaken through several efforts and programs to establish the foundations of sustainable enterprise through its adoption of sustainable responsibility and environmental management.
Keywords: Sustainable Entrepreneurship, Environmental Management, Sustainable Enterprise Efforts and Challenges in Tunisia

(JEL) Classification : N5, O1,Q2

ملخص:
تهدف الدراسة لتشخيص واقع المقاولاتية المستدامة لمشاريع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التونسية جهودها وتلك تحدياتها ,كون هذه الأخيرة تلعب دورا هاما من حيث تنويع النسيج الاقتصادي من جهة ,كما أن طابعها الذي يتميز بالاستدامة و الذي يدمج مختلف الأبعاد الاقتصادية ,الاجتماعية والبيئية , يمكن تلك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الحفاظ على حصتها السوقية في ظل بيئة عالمية تتميز بظهور نوع جديد من المستهلكين الخضر, وفي هذا السياق فقد قامت الدولة التونسية من خلال عدة جهود وبرامج لإرساء مقومات المقاولاتية المستدامة من خلال دعم مؤسساتها الصغيرة والمتوسطة حتى تتبنى كل من المسؤولية الاجتماعية والادارة البيئية.
الكلمات المفتاحية: المقاولاتية المستدامة, الإدارة البيئية, جهود وتحديات المقاولاتية المستدامة في تونس
رموز **jel**: **N5، O1،Q2**

مقدمة:

تلعب المقاولاتية دورا هاما في التنمية الاقتصادية خصوصا كونها أصبحت تشغل مكانة واسعة في الهيكل الاقتصادي سواء بالنسبة للدول النامية أو المتقدمة, فهي من جهة تعمل على زيادة العائدات الناتجة عن نشاط مؤسسات جديدة تم انشاؤها، بالإضافة إلى أنها تمنح فرصة لتجديد المؤسسات الفاشلة واعادة التوازن للأسواق, ومع تصاعد الرأي العالمي للاهتمام بالبيئة و انعقاد العديد من المؤتمرات في هذا الشأن من بينها مؤتمر ستوكهولم1972 و انعقاد قمة الأرض في ريو جانيرو و 1992 ,اللذان كانا بمثابة حجرة الأساس لظهور وانتشار مصطلحات اقتصادية عديدة في هذا المجال تتسم بمصطلح الاستدامة وترتكز على عدالة وكفاءة استخدام وتوزيع الموارد بين الأجيال الحاضرة والمستقبلية, والتي من بينها مصطلح المقاولاتية المستدامة , والتي عزز من انتشارها زيادة الوعي عند المجتمعات وظهور نوع من مستهلكين جدد يولون اهتماما واسعا بالبيئة , حيث يجمع هذا النوع من المقاولاتية بين مختلف الأبعاد الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية ، و لذا فإنها تمنح للمشاريع فرص أكبر للتنافسية ئست"يوالاستدامة في ظل اقتصاد عالمي يتميز بالعولمة و التغير السريع.

و قد سعت الدولة التونسية لإطفاء طابع الاستدامة على مشاريع المقاولاتية، وذلك من أجل تعزيز التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة خصوصا أن هذه الأخيرة تساهم في الناتج المحلي الاجمالي بنسبة هامة و تسعى للحفاظ على حصتها السوقية من جهة في ظل الشراكة الأورومتوسطية ,و تلبية تطلعات و رغبات العملاء الأوربيين خاصة و العالمين على العموم .

و على ضوء ما سبق فإن الاشكالية المطروحة هنا هي:

ما هو واقع المقاولاتية المستدامة في تونس وما هي مختلف الجهود و التحديات التي تواجهها ؟

أولا.الاطار المفاهيمي للمقاولاتية المستدامة:

1. مفهوم المقاولاتية المستدامة:

لقد أشار كل من Shrivastava et Hart في 1996 أن « المؤسسة المستقبلية هي تلك المؤسسة المستدامة»، فالتوجه المستدام يستوجب تبني المؤسسة لكل من المسؤولية الاجتماعية والادارة البيئية هذان الأخيران يعتبران من الأعمدة الأساسية لإرساء النهج المستدام سواء في المؤسسات ككل أو تلك الصغيرة والمتوسطة[1].

كون هدف المقاولاتية المستدامة هو الجمع بين مختلف الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية وتلك البيئية لأعمال المقاولاتية لذا سنعرج على تعاريف كل من المقاولاتية الاقتصادية, المقاولاتية الاجتماعية والبيئية قبل التطرق لتعريف المقاولاتية المستدامة.

- فالمقاول من حيث النظرة الاقتصادية البحتة هو« ذلك الذي يقوم بادارة الأعمال والمجازفة من أجل تحصيل الأرباح»[1].
- بينما المقاولاتية الاجتماعية: « هي تلك المقاولاتية التي تشمل الأنشطة والعمليات التي يتم القيام بها للاكتشاف والتعرف واستغلال الفرص من أجل تعزيز الثروة الاجتماعية من خلال انشاء مشاريع جديدة أو ادارة المؤسسات القائمة بطريقة مبتكرة بيئيا »[3].

- أما مصطلح المقاولاتية الايكولوجية فعادة ما يشار إليه باسم المقاولاتية الخضراء , المقاولاتية الأخلاقية و المقاولاتية البيئية ,اذ يجمع هذا المصطلح بين كلمتين أساسيتين هما الايكو والتي تشير إلى البيئة والمقاولاتية ,لذا فانه يمكن تعريفها كالآتي :«هي انشاء مبتكر لمؤسسات تقوم بعرض المنتجات والخدمات الصديقة للبيئة والتي تسعى للجمع بين المكاسب البيئية والاجتماعية ولا تقتصر فقط على تحقيق الأرباح » [4].

في حين أن المقاولاتية المستدامة فقد وردت عدة تعاريف حاولت تحديد مفهومها نخص بالذكر التعاريف التالية[5]:

حيث يعرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة على أنها: «الالتزام المستمر لمؤسسات الأعمال بالتصرف بطريقة أخلاقية والمساهمة في التنمية الاقتصادية ,في ظل تحسين نوعية الحياة لليد العاملة وكذا عائلاتهم وللمجتمع المحلي والعالمي سواء للأجيال الحالية أو المستقبلية »

في حين أن كل من **basu osland** وآخرون فيعرفونها على أنها:« تلك المقاولاتية التي تؤكد على أهداف اضافية غير الأهداف الربحية للمقاولاتية العادية من تعزيز للمعيشة المستدامة و تحسين لنوعية للبيئة ,كون أن الاستدامة للمقاولتية تنظوي على البحث عن فرص لمنتجات جديد خدمات , تقنيات جديدة أو عن العمليات التي من شأنها الحد والتخفيف من المتطلبات البيئية والاجتماعية , والتي تمكنها من الاستخدام الكفء للطاقة وللموارد الطبيعية و من تسخير موارد جديدة أكثر وفرة و أرخص من حيث تكاليف الانتاج و أقل ضرر للمجتمع»

2. أهداف المقاولاتية المستدامة

تسعى المقاولاتية المستدامة من خلال مشاريعها لتحقيق عدة أهداف اقتصادية و اجتماعية وبيئية نخص بالذكر منها[6]:

- ✓ الحماية المادية للبيئة الحيوية
- ✓ تحسين البيئة الاجتماعية بما في ذلك التخفيف من وطأة الفقر.
- ✓ ضمان الاستقرار المالي على المدى الطويل وذلك من خلال الحفاظ على الحصة السوقية و ضمان ولاء المستهلكين الخضر.
- ✓ المحافظة على المؤسسة من خلال تحسين البيئة البشرية (وذلك من خلال خلق الدافعية *لدى العمال وتحفيزهم والحرص على شعورهم بتقدير الذات)*

بالمقابل فإنها حتما ستحق النتائج التالية:

- ✓ المنتجات والخدمات العضوية؛
- ✓ منع التلوث من خلال التقنيات الحديثة والحلول التي تقدمها التكنولوجيا للمؤسسات؛
- ✓ اعادة تكييف المنتجات والعمليات بما يتلاءم مع البيئة؛
- ✓ الحد من الأضرار البيئية؛
- ✓ احترام حقوق الانسان و توفير العناية اللازمة للعمال في الجانب الصحي؛

✓ الحرص على أن تشمل الممارسات البيئية والاجتماعية شاملة لجميع نشاطات المؤسسة و ألا تقتصر فقط على العمليات الادارية.

3. أهمية المقاولاتية المستدامة:

يمكن اجمال أهمية المقاولاتية المستدامة في النقاط التالية[7]:

✓ تمنح المقاولاتية المستدامة طرق جديدة للتحكم في قيم التكاليف البيئية الاجتماعية والمالية ,فمن جانب التكاليف البيئية كونها تساهم في تحسين صورتها الخارجية ,و ماليا كون أن الاستخدام الرشيد للموارد وتقليل التلوث يحقق في حد ذاته مكتسبات مالية اضافية على المدى الطويل

✓ ان عملية الابتكار المستدام يمكن من تطوير الفرص غير المحتملة كونه يقدم حلول لمختلف الصعوبات التي يمكن أن تعرقل عملية الاستدامة لمشروع المقاولاتية حيث أن الابتكار التكنولوجي والاجتماعي يعتبر عنصرا أساسيا في عملية الابتكار المستدام.

✓ ان المقاولاتية المستدامة لا تعتبر هدفا في حد ذاتها أكثر من كونها رحلة طويلة هدفها هو تحسين المنافسة المستمرة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال الاستفادة من تجارب المؤسسة السابقة

و السعي نحو تحسين الوضع الراهن.

✓ تمكن المقاولاتية المستدامة من الفهم الحقيقي للبيئة الخارجية للمؤسسة ,فالفرص تأتي من خلال الفهم الجيد للسياق ومتغيرات البيئة الخارجية.

✓ يعزز من الاتصال الفعال بين الأطراف الفاعلة في المقاولاتية والأطراف أصحاب المصالح مما يسمح بزيادة انتاجية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

✓ اعطاء أهمية وقيمة لأفراد المجتمع المحيط بالبيئة الخارجية لمشروع المقاولاتية

ثانيا:مقومات تحقيق المقاولاتية المستدامة

ان ما يكفل تجسيد مشروع المقاولاتية المستدامة على أرض الواقع هو التزام المؤسسات بكل من المسؤولية الاجتماعية والادارة البيئية لذا سنتطرق إلى مفهوميهما و مختلف العناصر المحددة لهما.

1. المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

تساهم المؤسسات في تطوير المجتمع وتلبية متطلباته، فدورها يرتكز على خدمة مصالحها ومصالح الأطراف التي ترتبط بها، لذلك فقد توسع الدور الاجتماعي للمؤسسة خاصة بزيادة الضغوط عليها.

أ. مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

يستمد هذا المفهوم قوته وانتشاره وجاذبيته من طبيعته الطوعية، وقد تعددت صور مبادراته وفعالياته حسب طبيعة ونشاط المؤسسة، والمسؤولية لها صفة الواقعية والتطور المستمر لتلاءم جميع المتغيرات المحيطة بها، ومن أهم التعريفات لمفهوم المسؤولية تعريف البنك الدولي والاتحاد الأوروبي ومجلس الأعمال الدولي للتنمية المستدامة.

- تعريف البنك الدولي: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة هي المساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، من خلال التعاون مع العاملين وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشتهم على نحو مفيد لنشاط المؤسسة وللتنمية الاقتصادية[8].
- تعريف الاتحاد الأوروبي: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة هو مفهوم تقوم المؤسسات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي[9]
- تعريف مجلس الأعمال الدولي للتنمية المستدامة: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة هي الالتزام المستمر بالتصرف على نحو أخلاقي، وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية وتحسين نوعية الحياة للعاملين وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل[10].

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة أداة ضرورية لتحقيق الاستقرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي والبيئي لمجتمع الأعمال، فهي تُحمل المؤسسات مسؤوليات اتجاه أصحاب المصالح، ويرى عدد من الباحثين أن المسؤولية الاجتماعية لرأس المال هي الوسيلة التي تستخدمها المؤسسات لإدارة وتنظيم علاقاتها بالمتعاملين معها، ومن ثم تصبح برامج المسؤولية الاجتماعية نوعا من الاستثمار الاجتماعي الذي يهدف إلى بناء رأس المال الاجتماعي، الذي يؤدي بدوره إلى تحسين كفاءة الأداء الاقتصادي للمؤسسات[11].

ب.عناصر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

حدد الباحثون عددا كبيرا من العناصر التي تشكل محتوى المسؤولية الاجتماعية، مع وجود اختلاف في ترتيب أولويات هذه العناصر، بالرجوع إلى نظرية أصحاب المصلحة (**Stakeholder theory**) نرى أن المؤسسة وحدة اقتصادية اجتماعية تؤثر وتتأثر بأطراف متعددة هم أصحاب المصالح[12]. فالأخذ بمصالح هذه الفئات بشكل متوازن يرضي الجميع، وهذا لن يكون سهلا.

وفي ما يلي سنقدم كل عنصر على حدا وما يترتب على الإدارة إدراكه من خلال الدور الاجتماعي لكل عنصر[13].

- المالكون: يتوقعون تحقيق أكبر ربح، تعظيم قيمة السهم والمؤسسة ككل، إعطاء صورة حسنة للمؤسسة، حماية أصول المؤسسة، زيادة حجم المبيعات.
- العاملون: ينتظرون رواتب مرتفعة، ترقية، تدريب وتطوير مستمر، رضا وظيفي، ظروف عمل مناسبة، رعاية صحية، إجازات مدفوعة، السكان والنقل.

- الزبائن: يتوقعون منتجات بنوعية وأسعار مناسبة، الإعلان الصادق، منتجات آمنة، إرشادات استعمال المنتج والطرق التخلص منه بعد الاستعمال.

- المنافسون: يتوقعون منافسة عادلة ونزيهة، معلومات صادقة ودقيقة، عدم سحب العاملين من الآخر بوسائل غير نزيهة.

- المجهزون: يتوقعون الاستمرارية في التجهيز، أسعار عادلة ومناسبة، تسديد الالتزامات المالية والصدق في التعامل، المشاركة في التعامل.

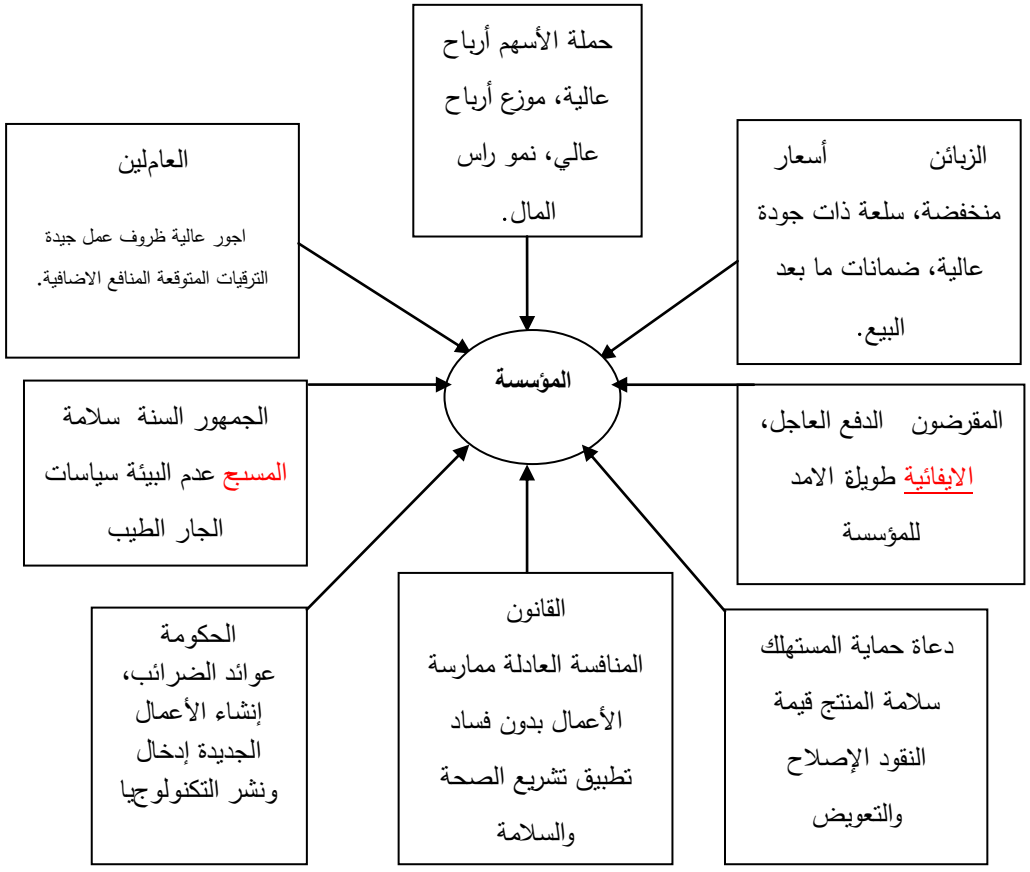
- المجتمع: ينتظر المساهمة في دعم البنى التحتية، خلق فرص عمل، دعم الأنشطة الاجتماعية، المساهمة في حالات الطوارئ والكوارث.

- البيئة(الطبيعة): من المتوقع الحد من التلوث، الاستخدام الأمثل للموارد خاصة غير المتجددة، تطوير الموارد وصيانتها وزيادة المساحات الخضراء.

- الحكومة: الالتزام بالتشريعات واحترام القوانين، تسديد الالتزامات الضرائب والرسوم، المساهمة في حل المشكلات الاجتماعية.

- جماعات الضغط الاجتماعي: وتتوقع التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، احترام دور النقابات العمالية والتعامل الجيد معها، التعامل الصادق مع الصحافة (أنظر شكل رقم 1)

شكل رقم7: أصحاب المصلحة وتوقعاتهم.



المصـدر: نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص198

يمكن تلخيص أهم عناصر المسؤولية البيئية في المؤسسة الاقتصادية في[14]:

–تحقيق الفعالية البيئية في المؤسسة: عن طريق الاستخدام الأمثل للوسائل المتاحة والمؤسسة الاقتصادية التي تطبق الفعالية البيئية هي التي تتحكم في تكاليفها البيئية.

–تبني مصفوفة حماية البيئة: لقد تبنت العديد من المؤسسات الاقتصادية سياسات من أجل الحماية المتواصلة والمستدامة للبيئة، وقامت بتطوير آليات واستراتيجيات تدعيم حماية البيئة وتحقيق الربحية في نفس الوقت.

ج. أدوات ومقاييس تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

تنقسم أدوات ومعايير تطبيق المسؤولية الاجتماعية إلى أدوات ومعايير العمل، مدونات قواعد السلوك والعلامات والأوسمة، والتي تنقسم بدورها إلى بيئية، اجتماعية واقتصادية أو كلها معاً كما يلي:

- أدوات ومعايير العمل:

- أدوات العمل للحفاظ على البيئة:

– سلسلة ايزو ISO14000[15] تأسست منظمة ISO(International Standard Organisation (المنظمة العالمية للتقييس) في سنة 1947، نشرت أول مقاييس خاصة بنظام الإدارة البيئية ISO 14000 سنة 1996 ثم نشرت بقية المقاييس في فترات.

– نظام إدارة وتدقيق البيئة (EMAS): نشر من قبل مجلس الاتحاد الأوروبي سنة 1995، يشرح إجراءات مشاركة المؤسسات الصناعية في حماية البيئة، هدفه كبح تزايد التلوث الصناعي في دول الاتحاد الأوروبي، روجع هذا النظام بإصدار نسخة جديدة تدعىEMAS 271/2001، حيث تهدف إلى ترقية الاهتمام بالبيئة والإدارة البيئية في المؤسسات.

- أدوات العمل الاجتماعية: بعض هذه الأدوات هي:

–المسؤولية الاجتماعية SA 8000 (Social Accountability): هو نظام تسيير مختص في مواد احترام معايير العمل، صدر عن الولايات المتحدة في 1997.

–الإطار AA1000 (AccountAbility 1000): هو نظام تسيير يساعد كل أنواع المؤسسات على إشراك وانضمام أصحاب المصلحة في نشاط وحياة المؤسسة، انشأ في 1999 .

–Investors in people – UK: صدر في1990 عن معهد البحث البريطاني.

–OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Assessment Series): صدر في 1999 يهدف لتقديم تسيير فعال لصحة وسلامة المهنية العمال.

- أدوات العمل البيئية والاجتماعية والاقتصادية معا: نذكر بعضها:[16]

– **ISO26000**: يضم المبادئ التوجيهية للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة صدر في2009

– **SD21000**: صدر2003 عن (Association française de Normalisation) **AFNOR**

–يهدف إلى مساعدة مسؤولي المؤسسات على وضع وتطبيق أهداف التنمية المستدامة.

– **BS 8900** (British Standards): صدر سنة 2006عن معهد المعايير البريطاني، يقدم إرشادات لإدارة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة نحو التنمية المستدامة.

– نموذج التميز **EFQM**: صدر عن European Foundation for Quality Management في 1992، يهدف إلى توجيه المؤسسات نحو المسؤولية الاجتماعية.

– **UWE**: أصدره (Union Wallonne des Entreprises) البلجيكية 2004، تعطي مجموعة من مؤشرات التنمية المستدامة.

– المعيار الياباني للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة **ECS2000**: صدر عن la Fédération économique Kansei سنة 1997[17].

➢ مؤشر الأسهم للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة: هي عبارة عن مؤشرات أسهم أخلاقية تتبناها المؤسسات التي تعمل حسب معايير وسلسلة القواعد التي يطرحها مؤشر البورصة في مجال احترام البيئة، التنوع البيولوجي، شروط العمل ومعايير جودة الإنتاج، ونذكر من هذه المؤشرات[18].

– **The ASPI Eurozone** (Advanced Sustainable Performance Indices): هو مؤشر أسهم لـ Vigeo الفرنسية، يخص المستثمرين الأوروبيين اللذين يعملون حسب قواعد التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، يضم 120 مؤسسة في المحيط الأوروبي، تعمل حسب القيم 300 لـ Dow Jones Euro STOXX، يهدف إلى تكوين قواعد أوروبية في تطبيق التنمية المستدامة وذلك منذ 2000.

– **The Domini 400 Social Index**: مؤشر أسهم لـ Domini Social Investments بالولايات المتحدة الأمريكية، يتكون من400 قيمة ومعيار فيما يخص احترام البيئة والمحيط والتنوع البيولوجي، شروط العمل ومقاييس جودة المنتوج للمؤسسات الخاصة به وذلك منذ1990.

– **The Ethibel Sustainability Index (ESI)**: **وهو مؤشر Ethibel البلجيكية، صدر 2002 ترتب المؤسسات حسب تطبيقها لسياسات المؤشر الاجتماعية الداخلية، السياسات البيئية، السياسة الاجتماعية الخارجية والأخلاقيات الاقتصادية.**

– **The Dow Jones Group Sustainability Indexes (DJSI):** مؤشر صدر 1999 لـ Dow Jones Indexes, STOXX Limited et SAM Group وفي 2005 طور SAM **ثلاث مؤشرات جديدة، l'indice DJSI United States en ،indices DJSI North America،Australian SAM Sustainability septembre، للمؤسسات التي تتميز بالكفاءات البيئية، الاجتماعية والاقتصادية.**

2. الإدارة البيئية في المؤسسة الاقتصادية.

اختلف الباحثون في إعطاء تعريف موحد للإدارة البيئية، بسبب الغموض المرتبط بالكلمتين بيئة وإدارة وصعوبة الربط بينهما، فلجؤوا إلى تعريف كل مصطلح على حدا، ومحاولة الجمع بينهما، مع العلم أن مصطلح البيئة ينظر له من عدة جوانب.

أ. ظهور ومفهوم مصطلح الإدارة البيئية:

ظهر الارتباط بين المؤسسة والبيئة على المستوى العالمي في مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة والإنسان(1972)، بإيجاد مفوضية مستقلة للبيئة باسم:

Environment development (Brundtland commission) - the world commission on

وتهتم بتقييم المشكلات البيئية والبحث عن طرق التحكم فيها، في 1987 نشرت هذه المفوضية تقرير بعنوان " مستقبلنا المشترك"، وهذا ما تم التركيز عليه بريو دي جانيرو "قمة الأرض" في 1992، أين اعتبر السبب الرئيسي وراء التدهور البيئي الاستخدام الغير العقلاني للموارد الطبيعية وطرق الإنتاج، هنا ظهر مفهوم التنمية المستدامة الذي يسعى لتحقيق استدامة وحماية البيئة من التلوث، من خلال إجراءات وسياسات كالإدارة البيئية والرشادة في استخدام الموارد الطبيعية، البشرية والاقتصادية.

➢ **تعريف الإدارة البيئة: الإدارة وربطها بالبيئة تم تعريفها على أنها تلك الوسيلة التي توزع على المصادر البيئية كالغابات والمناجم وما إلى ذلك، أجمع معظم الكتاب والباحثين على وجود اختلاف في إعطاء تعريف للإدارة البيئية فكل عرفه حسب مفهومه:**

– حسب (1975Grolosca) تعرف الإدارة البيئية بأنها الإدارة التي يصنعها الإنسان والتي تتمركز حول أو على نشاطاته وعلاقاته مع البيئة الفيزيائية والأنظمة البيولوجية المتأثرة، وجوهر الإدارة البيئية يكمن في تحليل الموضوع والسيطرة والإدراك الذي يسمح به للإنسان أن يستمر في تطوير التكنولوجيا بدون تغيير أو تخريب للنظام الطبيعي.

– وأكدت تقارير الأمم المتحدة أن مفاهيم الإدارة البيئية تقوم أساسا على وضع الخطط والسياسات البيئية من اجل رصد وتقييم الآثار البيئية للمؤسسة، ويجب أن تشمل جميع المراحل الإنتاجية انطلاقا من اقتناء المواد الأولية وصولا إلى المنتج النهائي وحتى الجوانب البيئية المتعلقة به، وهي أيضا تقوم على التنفيذ الكفء للإجراءات الرقابية، بما فيها التكاليف والأثر البيئي لهذه الإجراءات أيضا، إضافة إلى كيفية استخدام الموارد وتحديد الأدوات والطرق المتبعة لمنع التلوث وللاستخدام الرشيد للموارد.[19].

ومجمل القول أن الإدارة البيئية تهتم بتسيير كل المجالات والمستويات الإدارية من خلال مجموعة من الإجراءات والممارسات داخل المؤسسة بطريقة تتماشى ومتطلبات الحفاظ على البيئة، وتحسين الأداء البيئي دون المساس بأهداف الإدارة التقليدية.

ب.أهمية الإدارة البيئية: يمكن توضيح أجزاء من أهمية الإدارة البيئية فيما يلي:[20]

- القدرة على إجراء دراسات للتحكم في التلوث وتحقيق الربح للمؤسسة.
- تحقيق وفورات في التكاليف الرأسمالية وتكاليف تشغيل وحدات المعالجة.
- رصد نوعية البيئة في المؤسسة الاقتصادية على نحو أفضل.
- وضع الإرشادات الخاصة بالنظافة العامة وحماية البيئة الداخلية.
- النجاح في الدخول إلى الأسواق العالمية والقدرة على الالتزام بالمعايير الدولية.
- تخفيض المشكلات البيئية والتعويضات الجزائية للتلوث.

أهمية ظهور الإدارة البيئية في الهيكل التنظيمي للمؤسسات الاقتصادية هي مسألة تخصيص وتقسيم العمل إضافة إلى مجموعة من الأسباب أهمها: [21]

- الضغط والوعي الاجتماعي والسمعة في سوق يزداد فيه الوعي بأهمية حماية البيئة.
- القدرة على إجراء دراسات للتحكم في التلوث مع تحقيق هدف الربحية للمؤسسة
- وضع الإرشادات الخاصة بالنظافة العامة وحماية البيئة الداخلية.
- القدرة على إشراك الكفاءات الخارجية المتخصصة في تنفيذ برامج الإنتاج الأنظف.

ج. وظائف الإدارة البيئية: تتمثل وظائف الإدارة البيئية (حسب نجم العزاوي وسامية سعد) فيما يلي:

–مراجعة الأوضاع البيئية الحالية والإشراف على تنفيذ الإجراءات التصحيحية الجديدة لمعالجة والحد من مصادر التلوث في الوحدات الإنتاجية ولتحقيق الالتزام بالقوانين واللوائح البيئية.

–تعزيز المشاركة المحلية والإعلامية.

–تنفيذ الإجراءات الوقاية في إطار خطة شاملة للإنتاج الأنظف، وإدخال ضوابط جديدة للحد من التلوث من خلال إجراءات قليلة أو عديمة التكلفة داخل المؤسسة الاقتصادية، وتشجيع استخدام المواد الغير غير مسببة للتلوث، وإدخال تعديلات على المعدات وعلى تصميم المنتوج .

–زيادة الوعي البيئي لدى العمال، تقديم حوافز لتشجيع المبادرات الطوعية لمكافحة التلوث، وتعزيز مشاركة المجتمع المدني والإعلام بالإجراءات المتخذة نحو تنفيذ مشروعات الإنتاج الأنظف.

–المراقبة وتطبيق أنظمة بيئية ومتابعة تنفيذ الخطة والميزانية.

–وضع المعايير والمقاييس والإجراءات البيئية ومتابعة تطبيقها.

–ترشيد استخدام الموارد من خلال استخدام التقنيات الحديثة[22].

ثالثا :مجهودات و تحديات الدولة التونسية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية و الادارة البيئية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تعد الادارة البيئية و المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من بين المقومات الأساسية لإرساء المقاولاتية المستدامة لذا سيتم الاشارة إلى واقع تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التونسية لكل منهما ,وتلك الجهود والعراقيل التي تواجه تبني تلك المقومات.

1. واقع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التونسية:

تسعى الدولة التونسية على غرار دول المغرب العربي لتبني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ككل على غرار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من خلال عدة جهود محلية واتفاقيات دولية حتى تضمن التطبيق الفعال لهذا التوجه , وذلك من خلال تشجيع التنفيذ الفعلي لبرنامج الأمم المتحدة منذ2005.

اذ تشغل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تونس الحجم الأكبر من العدد الاجمالي للمؤسسات ,بحيث أن هناك 5000 مؤسسة صغيرة ومتوسطة تعمل في قطاعات مختلفة من أنشطة التصدير والتجارة مع الخارج في اطار الشراكة مع الاتحاد الأوروبي ولذا فإنها تسعى لإعطاء أهمية كبيرة للإدارة البيئية ولقيم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بهدف الالتزام بالمتطلبات العديدة للعملاء الأوروبيين[23].

فالعلى المستوى المحلي فقد قامت بوضع عدة قوانين و بالمصادقة على عدة اتفاقيات دولية نخص بالذكر منها[24]:

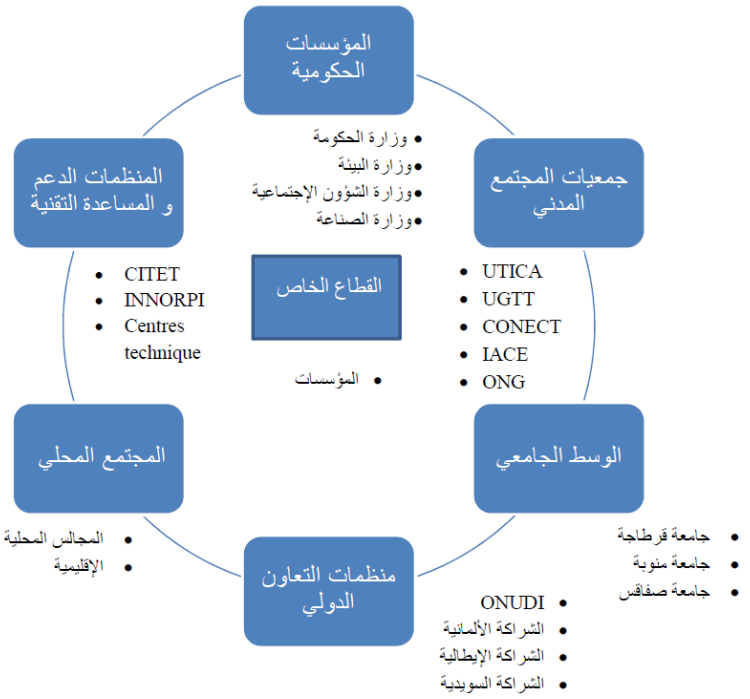
- مصادقتها على الصفقات الدولية المتعلقة بهذا المجال منها الاتفاقيات الدولية لمناهضة جميع أشكال التميز الاجتماعي في 1967/01/13
- المصادقة على الميثاق الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية في 1968/11/29
- اتفاقية الميثاق الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية في 18 مارس 1969.
- اتفاقية القضاء على التمييز في التوظيف في 1959/08/20, وغيرها من الاتفاقيات الدولية والتي تسعى لحماية الحقوق الفردية و حماية البيئة.

أما في مجال التعاون مع المنظمات المحلية الدولية فقد قامت الدولة التونسية بالتعاون على عدة مستويات [25]:

- المعهد الوطني للمواصفات والحقوق الصناعية: والذي يهدف لإرساء المسؤولية الاجتماعية .
- التعاون الألماني GIZ :والذي يدعم تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من خلال عدة برامج واتفاقيات محددة امتدت من 2010–2012.
- التعاون الايطالي: وقد بدأ التعاون منذ سنة 2010 استكمالا لمشروع المكتب الدولي للعمل من أجل تنفيذ الميثاق العالمي للأمم المتحدة.
- التعاون السويدي :في اطار التعاون فانه يتم تمويل برنامج لتعزيز معايير المسؤولية الاجتماعية بالتعاون مع المعهد الوطني للمواصفات الملكية الصناعية.

أما على المستوى التوجهات الحكومية فقد قام وزير الحكومة التونسي باتخاذ خطوتين أساسيتين لترسيخ مبادئ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات ,فمن جهة فقد قام بتعميم تعليمة إلى جميع رؤساء الأقسام وقادة الأعمال للوحدات الادارية لتعزيز الشفافية ,الخدمات العامة ومكافحة الفساد(التعليمة 16 الصادرة في 27 مارس 2012),أما المبادرة الثانية هي توقيع اتفاقية بتاريخ 17جويلية 2012 بين وزير الحكومة و المعهد الوطني للمواصفات الملكية والصناعية INNORPI من أجل تنفيذ آليات الحوكمة في كل من القطاعين العام والخاص وذلك من خلال توسيع الانتهاج للمؤسسات لمعايير الجودة والمسؤولية الاجتماعية, كما تنص المادة رقم (2) من الاتفاقية على ضرورة الأخذ بعين الاعتبار لتطلعات الأفراد عند اتخاذ للقرارات , وتطوير استراتيجيات النمو وأخذ في الاعتبار الأثر الاجتماعي والبيئي لأنشطتها [26].

و بالإضافة إلى ذلك فقد سعت المؤسسات الحكومية للتفاعل مع عدة أطراف فاعلة التي تتكامل فيما بينها لإرساء مبادئ المسؤولية الاجتماعية والتي يمكن تلخيصها في الشكل التالي[27]:



ويمكن تلخيص العراقيل التي تواجهها المؤسسات التونسية والتي تحول دون تبنيها للمسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية[28]:

- ✓ الخبرات الوطنية في هذا المجال محدودة خاصة في مجال التكامل بين البيئة والمراجعة الاجتماعية والحوكمة.
- ✓ ان الوعي من طرف الشركات التونسية في مجال المسؤولية الاجتماعية يبقى غير كاف وغير منظم

2. واقع وتحديات الادارة البيئية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التونسية :

بدأت الدولة التونسية الاهتمام بالسياسات البيئية منذ 1980 ففي سنة 1993 تم استحداث اللجنة الوطنية للتنمية المستدامة وذلك لضمان اندماج الاستدامة في العمليات الاقتصادية والاجتماعية ولتنسيق المجهودات المحلية في هذا الشأن , و دعم وتشجيع المؤسسات لانتهاج وتبني نظام الادارة البيئة.

بالرغم من ذلك فإن القطاع الاقتصادي لم يعتمد سياسات التنمية المستدامة إلا خلال عام 2000 ,حيث تولت الدولة التونسية تقديم الدعم للمؤسسات من خلال البرنامج المخطط 1995 بهدف تعزيز تنافسية المؤسسات التونسية الدولية[29]

فقد تم تطوير الاطار القانوني وذلك حتى يتلاءم مع مثيله من القوانين الأوربية ,بالإضافة الى انعقاد العديد من المؤتمرات , وتقديم العديد من الحوافز وخطط لمساعدة المؤسسات المحلية لمواجهة السياق العالمي الجديد, فمنذ 2004 أصبح تشخيص وتقييم العنصر البيئي الزاميا , ويجب أن يكون جزء من أجزاء التقييم للمؤسسة , كما قامت وزارة الاقتصاد الوطني بوضع مشروع ترقية البيئة والذي استهدف شركات القطاع الخاص , 100 منهم انضموا للمشروع ما بين سنتي 2003–2006 وبالرغم من أن هذا البرنامج لم يقتصر فقط على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلا أنها كانت المستهدف الأكبر كون أن المؤسسات الكبيرة لا تمثل ســــــــوى 30 % من العدد الكلي للمؤسسات ,و قد استفادت نحو 84 من هذه الشركات من الخبرة البيئية الشاملة بينما الشركات المتبقية فقد استفادت على الأقل من التشخيص البيئي القبلي ,كما أطلقت وزارة الاقتصاد الوطني وبالتعاون مع المركز الدولي لتكنولوجيا البيئة في تونس مشروع الادارة البيئية المربحة في 20 مؤسسة صناعية, وتعتبر هذه الأداة الأنسب لنظام الادارة البيئية ,حيث استفاد 52 مديرين تنفيذيين للشركات من نظام المسؤولية البيئية و الاجتماعية ,اضافة إلى وضع عدة مشاريع رائدة مثل صناديق المالية والتي تغطي 70% من التكلفة الاستثمارية غير المادية و بين 20 و50% من الاستثمارات المادية للشركات الراغبة في اقامة نظام الادارة البيئية[30].

فبخصوص الوضع البيئي للصناعات التونسية فإن هذه الأخيرة تستخدم حوالي 4% من الموارد المائية الوطنية ونحو35% من اجمالي استهلاك الطاقة وتولد نحو 150.000 طن من النفايات الصلبة ,كما أشارت الدراسات التي قام بها البنك الدولي لعم 2004 أن التكاليف التدهور البيئي في تونس وبالرغم من أنها لا تتجاوز سوى2.1% من الناتج المحلي الاجمالي إلا أنها تعتبر قريبة من قيم التدهور البيئي للتدهور البيئي لتلك الدول المتقدمة ولمواجهة هذا الوضع فقد خصصت الدولة حوافز مالية و ميكانيزمات للاقتراض بسعر فائدة تفضيلي كما قامت بوضع صندوق لمواجهة التلوث(FODEP) , وذلك

بهدف تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة تلك التي تنشط في القطاع الكيماوي وذلك من أجل عملية الانتاج الانظف , و وضع اجراءات تتوافق مع متطلبات ومواصفات الشركاء الأوربيين والعالمين ,كما تم وضع برنامج الطاقة البيئية والذي يمتد من 2009– 2014 والذي استهدف تحسين وتوعية ودعم مدراء المؤسسات من أجل تبني مواصفة الايزو 140001 للإدارة البيئية ,ولأجل وضع التغليف الايكولوجي للمؤسسات التونسية "Eco labeling " في 500 شركة[31].

والجدير بالذكر أن عدد الشركات الحاصلة على شهادة الايزو 140001 بلغ 137 مؤسسة في عام 2012 غير هذا الرقم يبقى صغيرا مقارنة بأهمية القضايا البيئية في الاقتصاد و انعكاساتها على تحسين الصورة التجارية للمؤسسات التونسية سواء محليا أو دوليا, فحسب دراسة أجريت عام 2010 فإن عدد الشركات الكيميائية الملوثة قدرت بنحو 1000 شركة صناعية ملوثة من بين 700 شركة تعتبر الأكثر تلويثا, من بينهم 49 % قطاع الصناعات الزراعية الغذائية, 17% منها في قطاع الصناعات الغذائية و 13 % في قطاع المنسوجات والألبسة ,علاوة على ذلك فإن حوالي 65 % من المؤسسات الملوثة تصرف المياه المستخدمة مباشرة في الوسط الطبيعي دون أي معالجة مسبقة, وكون ان القطاع الكيماوي يشغل 508 مؤسسة منها 119 تعتبر مؤسسات أكثر تلويثا من بين 23% من المؤسسات الكيميائية في تونس , هذا الرقم أدى إلى التشدد في اللوائح و التشريعات البيئية سعيا منها لتشجيع هذه المؤسسات على تبني السلوك الايكولوجي ,خصوصا تلك المصدرة للدول الأوربية بالنسبة للمنتجات الكيماوية[32] .

خلاصة:

مما سبق ومن خلال قراءتنا لجهود وتحديات التجربة التونسية لإرساء مقومات المقاولاتية المستدامة ودعم مؤسساتها لتني المسؤولية الاجتماعية والادارة البيئية , فإنه يمكن القول أن هذه التجربة تعتبر تجربة يحتذى بها في دول المغرب العربي ,بالرغم من العراقيل التي تواجهها, و التحديات التي يجب مواجهتها حتى تتمكن تلك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الحفاظ على حصتها السوقية في ظل تزايد المتطلبات والمعايير البيئية ،ويمكن اجمال أهم النتائج والتوصيات في النقاط التالية:

- **تعكس المقاولاتية المستدامة التوجه الأخلاقي للمؤسسات ،مشاركتها في التنمية الاقتصادية وكذا تحسين حياة الأفراد.**
- **ان مقومات تحقيق المقاولاتية المستدامة تتمثل في التزام المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية وانتاجها للإدارة البيئية .**
- **تسعى الدولة التونسية لتشجيع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لتبني المقاولاتية المستدامة من خلال الحرص على التزام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمسؤولية الاجتماعية والادارة البيئية، وذلك من اجل ارضاء العميل الاربي ومتطلباته البيئية خصوصا في ظل الشراكة الاوروموتوسطية.**
- **سعت الدولة التونسية للتعاون على عدة مستويات محلية وكذا دولية حتى تضمن ارساء مبادئ المسؤولية الاجتماعية والادارة البيئية من أجل مقاولاتية ذات طابع مستدام.**
- **في حين يبقى على الدولة التونسية تكوين خبرات وطنية من أجل التكامل بين البيئة والمراجعة الاجتماعية والحوكمة.**
- **بالإضافة تحسين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بضرورة التوجه المستدام لمقاولاتها.**

قائمة الهوامش و المراجع:

(1) Berger-Douce, Sandrine , Management environnemental et PME : apports et limites d'une démarche collective." Revue internationale P.M.E. Presses de l'Université du Québec vol. 18, n° 3-4,2005,p 94.

(2) Christophe ESTAY, La motivation entrepreneuriale dans le contexte sub-saharien francophone , THESE pour obtenir le grade deDocteur du Conservatoire National des Arts et Métiers , Sciences de Gestion ,2012 ,P 32.

(3) Samer Abu-Saifan , Social Entrepreneurship:Definition and Boundaries, Technology Innovation Management Review, February 2012,p24.

(4) Thaddeus McEwen , Ecopreneurship as a Solution to Environmental Problems Implications for College Level Entrepreneurship Education ,International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences ,Vol. 3, No. 5, May 2013,p266

(5) Surinder Batra , SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP AND KNOWLEDGE BASED DEVELOPMENT, 11th International Entrepreneurship Forum Kuala Lumpur, Malaysia, 3-6 September, 2012, p 8

(6) Y. K. Bhushan , SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP – CASE STUDIES OF INDIAN SMEs , , 11th International Entrepreneurship Forum Kuala Lumpur, Malaysia, 3-6 September, 2012, p 41

(7) Oriol Pascual and others, Create Impact Handbook for sustainable Entrepreneurship , Enviu – innovators in sustainability ,2011,p5

(8) Astrid Mullenbach: La responsabilité sociétale des entreprises, Sorbonne, Paris 2002, P 5

(9) www.europa.eu.int/comm/employment_social/socdial/csr/csr_index.htm/1/04/20100

(10) www.wbcsd.org/html/10.04.2011

(11) نهال المغربل: المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، مصر، **2008**، ص **04**.

(12) نجم عبود نجم،مسؤلية البيئية في منظمات الأعمال الحديثة ,دار الورق للنشر والتوزيع ,**2012**ص**197**.

(13) خلف السكارنه: أخلاقيات الأعمال، دار المسيرة للنشر، الطبعة الأولى، عمان– الأردن، **2009**، ص**162**

(14) محمود عباس بدوي: المحاسبة عن التأثيرات البيئية والمسؤولية الاجتماعية للمشروع، دار النشر الاسكندرية، مصر **2000**، ص **210**.

(15) خضير كاظم حمود: إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار المسيرة للنشر، عمان، **2007**، ص ص **274–277**

(16) يوسف حجيم الطائي: إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي، دار الوراق للنشر، الأردن، **2007**، ص **330**.

(17) Emmanuelle Champion, Responsabilité Sociale Corporative **La chaire économie et humanisme**, Québec, 2003, : P21

(18) Marie D'huart :**Responsabilité Sociétale : inventaire d'outils législation, conventions, référentiels, codes de conduite, labels, méthodes et indices boursiers,** IEPF, France,2007,PP 86-90.

(19) نجم العزاوي وعبد الله حكمت النقار ادارة البيئة نظام ومتطلبات وتطبيقات **iso14000** ،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة, الطبعة **1**, عمان **2010**ص**122**

(20) سامية جلال سعد: الإدارة البيئية المتكاملة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، **2005**، ص**235**.

(21) خضير كاظم حمود: مرجع سبق ذكره، ص**280**

(22) سامية جلال سعد: مرجع سبق ذكره، ص**234**.

(23) Imen Louati , La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) en Tunisie (Etat des lieux) , Center for Cooperation with the Private Sector (CCPS)- Afrique du Sud,2012 ,p16

(24) ibid, p p11-12.

(25) ibid ,p 27

(26) ibid,p 12.

(27) ibid, p21

(28) ibid,p10

(29) Sofiane Toumi , APPROCHE ÉCOLOGIQUE ET ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL DES PME EN TUNISIE : CAS DES INDUSTRIES CHIMIQUES ,revue Mondes en Développement Vol.40-2012/3-n°159,p 118

(30) Jouhaina Ben Boubaker Gherib, L'engagement environnemental des PME :Une analyse comparative France Tunisie , Proposition de communication pour la conférence de l'AIMS Université de Nice ,2008 ,p9-10

(31) Sofiane Toumi, op cit ,p118

(32) ibid, ,p 119.

واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس –دراسة مقارنة–

الدكتورة عيساوي سهام
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة؛ الجزائر
aissaoui.sihem@gmail.com

الدكتورة حوحو فطوم
جامعة محمد خيضر بسكرة ؛ الجزائر
tomahf12@hotmail.fr

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

Abstract:

Tourism is an important economic sectors in countries with touts its components such as transport, tourism services, hotels and others. So tourism is still received widespread attention from many responsible and overseeing the economic and social development processes ...; Because of its ability to the positive stimulus to other sectors to achieve the targeted development purposes We are trying in this paper diagnose the tourism sector in Algeria and Tunisia through exposure to the most important components of the tourist offer and tourism demand in both countries through a number of tourists and tourism revenue. We determined that the tourism sector in Algeria faces significant constraints, including lack of investment in infrastructure and basic services, and the tourism sector needs to develop a long-term view to be part of the process of economic development when compared to Tunisia.

key words: Tourist offer, Tourist demand, Algeria , Tunisia

(JEL) Classification : L83

ملخص:

تعتبر السياحة من القطاعات الاقتصادية الهامة بالنسبة لأي دولة بكل مقوماتها كالنقل، الخدمات السياحية والطاقة الفندقية وغيرها. لذلك لا تزال السياحة تلقى الاهتمام الواسع عند كثير من الجهات المسؤولة والمشرفة على عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية...؛ لما له من قدرة على التحفيز الايجابي لقطاعات أخرى لتحقيق أغراض التنمية المستهدفة. ونحاول في هذا البحث تشخيص القطاع السياحي في الجزائر وتونس من خلال التعرض لأهم مكونات العرض السياحي و حجم الطلب السياحي في كلا الدولتين والمتمثلة في عدد السياح والايرادات السياحة. وتوصلنا الى أن قطاع السياحة في الجزائر يواجه قيود كبيرة منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية، ويحتاج تطوير قطاع السياحة إلى نظرة طويلة الأجل تكون جزء من عملية التنمية الاقتصادية عند مقارنتها بتونس.

الكلمات المفتاحية: العرض السياحي، الطلب السياحي، الجزائر، تونس

رموز **jel**: L83

المقدمة

السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في عالم اليوم، وتقوم عليها اقتصاديات كثير من الدول سواء أن كانت المتقدمة أو النامية، وقد تزايد الاهتمام بها في السنوات الاخيرة لتشابكها مع العديد من القطاعات الاقتصادية والأنشطة الاجتماعية والثقافية وتنمية البيئة... ويعتبر قطاع السياحة أحد أهم القطاعات المعول عليها للمساهمة في دفع النمو الاقتصادي ومن ثمة تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة، بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة التي يمكن أن يوفرها في الأمدين المتوسط والبعيد ولما يوفره من فرص لخلق الثروة والتخفيف من حدة الكثير من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية، وقد وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة (السياحة) بديلا استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها ويغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة الناضبة.

تتوفر الجزائر وتونس على طاقات سياحية لا نظير لها على مستوى حوض البحر الأبيض المتوسط، فهي تزخر بإمكانيات سياحية تتزاوج فيها المكونات الجغرافية و التاريخية للبلاد، لتشكل مقاصد جذابة في الساحل، والوسط، وفي الجنوب الكبير. غير أن القطاع السياحي في الجزائر لا يزال من المكونات الإقتصادية التي تستدعي إعادة النظر من قبل السلطات، ليكون قادرا على الإضطلاع بمهامه كمصدر دخل قادر على خلافة المنبع الوحيد لمداخيل البلاد المتمثل في البترول، مقارنتها بتونس التي استطاعت الوصول الى مستوى جيد في هذا القطاع. وفي هذا الاطار يمكننا طرح الاشكالية التالية:

ما هو واقع العرض والطلب السياحي في الجزائر وتونس؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة، ارتأينا تقسيم هذه الورقة البحثية الى ثلاث محاور:

المحور الاول: العرض والطلب السياحي

المحور الثاني: واقع العرض السياحي في الجزائر وتونس

المحور الثالث: واقع الطلب السياحي في الجزائر وتونس

المحور الأول: العرض والطلب السياحي

أولا. الإطار النظري السياحة

تعريف السياحة: جرت عدة محاولات من قبل الباحثين لاعذاء تعريف موحد وشامل للسياحة وكل باحث ركز على جانب معين او على ظاهرة معينة منهم من ركز عليها كظاهرة اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية ومنهم من اعتبرها على اساس تنمية العلاقة الدولية والانسانية والثقافية...

عرفها شراتنهوفن: "أنها التفاعلات –أي الانشطة– الاقتصادية المباسرة وغير المباشرة الناتجة عن وصول زوار الى اقليم أو دولة بعيدا عن موطنهم الأصلي، والتي توفر الخدمات التي يحتاجون اليها وتشبع حاجياتهم المختلفة طوال فترة اقامتهم" وهذا التعريف واضح فيه الاعتناء بالجانب الافتصادي، وهذا المعنى يخص الدول والحكومات وبذلك فهو يعني بها السياحة الدولة دون الداخلية.[i]

أما الباحث الإنجليزي"نورفال" فقد سلط السياحة على الاجانب فقرر ان السائح هو الشخص الذي يدخل بلدا اجنبيا لاي غرض عدا اتخاذ هذ البلد محل اقامة دائمة او عدا العمل في هذا البلد عملا منتظما مستمرا والذي ينفق في هذا البلد الذي يقيم فيه مالا كسبه في مكان آخر[ii].

بعد هاذين التعريفين تعاقبت الكثير من التعاريف المختلفة و الحديثة للسياحة من خلال كتابات الكثير من الباحثين، الهيئات الإقليمية و الدولية خاصة الاقتصادية و السياحية أهمها:

تعريف منظمة السياحة العالمية (W.T.O): السياحة هي أنشطة المسافر إلى مكان خارج بيئته المألوفة لفترة معينة من الوقت لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى .

تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة (A.I.T): السياحة عبارة عن لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة؛ فهي مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار.[iii]

وعرفت أيضا: "بأنها التأثيرات المتبادلة بين المسافرين وأهل بلد المقصد" لأنه يلزم من الاحتكك بين المشافرين وأهل البلد التي يصل اليها المسافرين، حدوث تأثيرات متبادلة بين الطرفين منها ما هو نافع ومنها ما هو ضار في مجالات شتى كالجانب الاقتصادي، والاخلاقي، والديني والمعرفي.....[iv]

وعرفت بصفة عامة بأنها نشاط يقوم به فرد أو مجموعة أفراد يحدث عنه انتقال من مكان الى آخر أو من بلد الى آخر بغرض أداء مهمة معينة أو زيارة مكان معين أو عدة أماكن أو بغرض الترفيه، وينتج عنه الاطلاع على حضارات وثقافات أخرى واضافة معلومات ومشاهدات عديدة والالتقاء بشعوب وجنسيات متعددة.

أهمية السياحة:

- تساهم في توفير العملة الصعبة للدولة لان التجارب القائمة تشير الى ارتفاع النسبة التي تشارك بها في تكوين إيرادات الدول من العملة الصعبة
- تساعد على تحقيق التقارب والتفاهم بين الشعوب في العالم مما يؤدي الى تكوين راي عام دولي للسلام والامن الدوليين كما تساهم في التقارب الحضاري والثقافي والرياضي بين شعوب العالم.
- تحقيق عملية التكامل الثقافي والاجتماعي والحضاري داخل المجتمع الواحد ، لانها عن طريق الخدمات التي تؤدي تلعب دورا هاما في التنشئة الاجتماعية والثقافية والسياسية للسكان خاصة الشباب منهم[v]
- تؤدي السياحة إلى زيادة الدخل القومي عن طريق ازدياد الطلب على المنتجات المحلية ، إذ تخص كل منطقة بصناعات محلية متميزة ، وتعمل على تنميتها وتطويرها لمقابلة الطلب الواقع عليها[vi]. فالسياحة قادرة على جلب تدفقات نقدية بكميات تعادل وقد تفوق مدا خيل المحروقات، فالنمسا مثلا استفادت من 12.30 مليار من مداخيل سياحة عام 1997، فهذا الرقم لا يبتعد عن مداخيل الجزائر في المحروقات لسنة، مع العلم إن ثروة المحروقات زائلة.
- تعتبر السياحة نشاطا أساسيا نظرا لآثارها المباشرة على القطاعات الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية للدول .بحيث إن السياحة نشاط ثري بفرص التشغيل فالإحصائيات تشير إلى إن عدد العاملين في القطاع السياحي بصورة مباشرة او غير مباشرة فهي الصناعة الأولى من حيث تشغيل اليد العاملة ، وأصبح لها دور أساسيا في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، إذ إن كل شخص يعمل مباشرة في قطاع السياحة يشكل فرص عمل جديدة بتشغيل 5,3 شخص بصورة غير مباشرة في القطاعات الأخرى.[vii]

ثانيا. العرض السياحي: يتضمن العرض السياحي بصيع ما تقدمه و تعرضه المنطقة السياحية على سواحها الفعليين والمتوقعين ويتضمن العرض السياحي عوامل الجذب الطبيعية، التاريخية والصناعية وكذالك الخدمات والسلع التي قد تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين وتفضيله عن بلد آخر.[viii]

ومن هذا التعريف السابق يمكن استنتاج العناصر التالية[ix]:

1. يتكون العرض السياحي من مجموعة منتجات سياحية: يختلف المنتج السياحي من سائح لآخر ويعبر عن مجموعة منافع يحصل عليها السائح من خلال زيارته للموقع السياحية المختلفة (أثرية/ طبيعية/ دينية...). وما يرتبط بذلك من اقامة وتنقلات وخدمات أخرى كثيرة كالخدمات الأمنية والمصرفية وغيرها.

2. تقديم المنتجات السياحية من جانب المنظمات الحكومية والخاصة: فالمنظمات الحكومية مثل هيئات تنشيط السياحة وما يرتبط بها من منظمات سياحية، أما المنظمات الخاصة مثل الفنادق ووكلاء السفر والسياحة، ومراكز الصرافة، وشركات النقل...

3. ارتباط العرض السياحي بفترة زمنية معينة: فالعرض السياحي من المنتجات السياحية يرتبط بفترة زمنية معينة نظرا لأن محتويات العرض من المنتجات ينكمش ويتزايد من فترة لاخرى. لذلك قد تتوافر منتجات سياحية معينة في وقت معين، وقد لا تتوافر في وقت آخر...

4. ارتباط العرض بأسعار معينة: يرتبط العرض السياحي بأسعار يدفعها السائح، مظرا لارتباط العرض بعامل السعر، فمن المعروف أنه كلما زاد السعر زاد العرض من المنتجات السياحية والعكس صحيح، فكلما انخفض السعر انخفض العرض من المنتجات السياحية والمنتجات المساعدة لها نظرا للعلاقة الطردية التي ترتبط بينهما.

مكونات العرض السياحي: فيما يلي جدول يمثل المكونات والعناصر التي بمجموعها تؤلف العرض السياحي :

الجدول رقم 01: عناصر العرض السياحي

المقومات الرئيسية	الفرعية	المكونات الجزئية للمقومات الفرعية
المقومات الطبيعية	– الارض – المناخ – المياه – الغطاء النباتي – الحياة البرية – مناطق الجمال الطبيعي الفريدة	الموقع - المساحة - السمات السطحية – الشكل العام - الفروقات الحرارية – الامطار - الثلوج - المياه الجوفية -الانهار— البحيرات - المساقط المائية - الغابات – البساتين -حيوانات الصيد - الطيور— الاسماك —مطورة - غير مطورة
المقومات البشرية	– السكان – العمالة – الضيافة – التراث – المعاصرة	-الاعداد- السمات والملامح - الرغبة - مستوى المهارة -مراكز التعليم المتخصص — الاستعداد — الود - الاستغلال - الامان - الاثار — التاريخ - الفلكلور- المراقد الدينية- المناسبات— المواسم — المهرجانات - مراكز العلم والمعرفة
المقومات المساعدة	– العامة – المتخصصة – الوسيطية	-امكانية الوصول - سبل التنقل - مرافق الخدمات العامة -الايواء الفردي - الايواء الجماعي الاطعام والشراب — التسلية واللهو- الترويح والرياضة – رعاية صحية - الصحاف المتخصصة- الوكلات المتخصصة - غرف التجارة - هيئات السياحة الرسمية — وكلات السفر - منظمي الرحلات - نوادي السفر-الجمعيات الشبابية - مراكز الاشاد - المعارض - المسقفات - لوحات الدلالة - محطات الاستراحة - المماشي -الادلاء والمرشدين السياحين

المصدر: اسماعيل محمد علي الدباغ وآخرون، **العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وامكانية تنشيط السياحة الدينية فيها**، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد الثاني والسبعون، 2008، ص 212.

ثالثا. الطلب السياحي

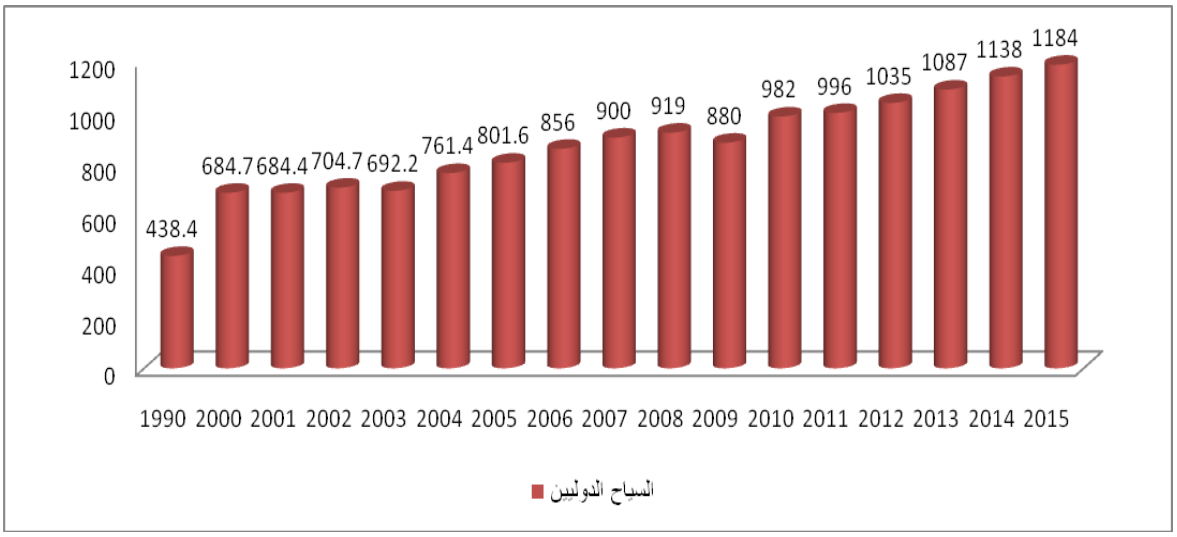
يعرف البعض أن الطلب السياحي على انه مجموع الأفراد الفاعلين و المحتملين الراغبين في القيام برحلات سياحية، و إقناء السلع و الخدمات السياحية المعروضة في الوجهة المقصودة لإشباع حاجياتهم و رغباتهم و طموحهم[x]، ويتأثر الطلب على المنتج السياحي بنوعين من العوامل[xi]:

- عوامل الدفع: وتشمل الهروب من الروتين اليومي الذي يعيش به الفرد مثل طبيعة العمل،الملل،الحاجة النفسية الى التغير و البحث عن الجديد.
- عوامل الجذب: وتشمل نقاط الجذب في المواقع السياحية و هنا يبرز دور ترويج المنتج السياحي في الأسواق العالمية.

هذا وقد شهد الطلب السياحي العالمي ارتفاعا فبعدما كان 438,4 مليون سائح عام 1990 وقد أصبح أكثر من مليار سائح حوالي 1184 مليون سائح سنة 2015. والشكل الموالي يوضح ذلك

الشكل رقم 01: يوضح عدد السياح الدوليين في العالم

الوحدة مليون سائح



المصدر: من اعداد الباحثتين بناء على احصائيات مختلفة

ويتميز الطلب السياحي ببعض السمات والخصائص وهي:

1. الحساسية: وتعني هذه الخاصية أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة اتجاه الظروف والعوامل الإقتصادية والإجتماعية و السياسية و غيرها السائدة في الدول المستقبلة للسياحة. فإن المد السياحي إلى هذه الوجهات سيتقلص بالضرورة. و يمكن إن ينسحب منها تماما، لأن السائح بطبعه يبحث عن المتعة و الترفيه و إشباع حاجياته و رغباته المختلفة في محيط بعيد عن المشاكل و القلاقل، يتسم بالهدوء، أي أن المناخ السياحي في الوجهات السياحية غير الملائم للتحركات و النشاطات السياحية قد يقتل الطلب السياحي عليها، حتى و إن كانت تتمتع بمقومات سياحية كبيرة.

2. المرونة: ويقصد بمرونة الطلب السياحي قابليته للتغير و إبداء رد فعل نحو الظروف و المؤثرات السائدة في السوق السياحي الداخلي، و الخارجي، فالظروف والعوامل الإقتصادية السائدة في الدول المستقبلة للسياحة لها الأثر البليغ في مستويات السياح الوافدة إليها، حيث يعتبر الطلب السياحي عالي المرونة اتجاه التغير في الأسعار، ودخل الأفراد الباحثين عن تجارب سياحية[xii]. فكلما انخفضت هذه الأسعار اتجه الطلب الى الارتفاع والعكس صحيح أي كلما ارتفعت هذه الخدمات اتجه الطلب الى الانخفاض، لذلك يجب على الدول المستقبلة للسياحة دراسة مرونة الطلب السياحي وبين انخفاض الأسعار واتفاع الطلب.[xiii]

3. الموسمية: فمن المعروف أن الطلب على المنتج السياحي يتميز بالموسمية وعدم الاستمرارية طول العام، وتختلف الموسمية من منطقة لأخرى داخل نفس الدولة، كذلك تختلف من دولة الى اخرى، وان كانت بعض الدول مثل المملكة العربية السعودية في اتجاهها نحو استمرارية السيحة الدينية (العمرة) طول العام[xiv]. ولذلك يجب دراسة هذه التراكيب على الطلب السياحي في كل سوق سياحي لكي تتمكن الدول المستقبلة للسياح أن تخطط لتنميتها السياحية على أساس متوازن و خاصة أنها قد تختلف من سوق سياحي لآخر.[xv]

4. المنافسة: عدم سيادة المنافسة الصافية أو احتكار القلة في السياحة في كثير من الحالات وخاصة الدول التي تمتلك أثار قديمة يصعب على الدول الأخرى منافستها في هذا المجال أو الدول التي تمتلك مقومات سياحية من صنع الخالق وهذا بدوره يصعب على الدول المنافسة انتاج مثل هذه الخدمات وهذا ما يجعل المنافسة صعبة جدا. [xvi]

5. التوسع: المتتبع لحركة السياحة في عالمنا المعاصر يلاحظ أنها ظاهرة في توسع مستمر نتيجة لظروف سياسية، وإقتصادية، وإجتماعية، وثقافية مختلفة سبق ذكرها من قبل. وإذا إستثنينا تلك الفترات التي تشهد توترات و مشاكل، أو كوارث طبيعية في البلدان المستضيفة للسياحة، فإن الطلب السياحي في نمو وزيادة مستمرة سنويا، وإن اختلفت معدلاته وتسارعاته, فقد أصبحت السياحة من حقوق المواطنين البسطاء إضافة إلى الأثرياء منهم في المجتمعات المتقدمة. [xvii]

المحور الثاني: واقع العرض في الجزائر وتونس

يؤكد "عبد الله ركيبي" في مؤلفه: **الجزائر في عيون الرحالة الإنجليز**، أن العديد من الرحالة الذين زاروا الجزائر وكتبوا عنها، أمثال: Simon Hilton في كتابه: **رحلة في ربوع الأوراس** (1912-1920)، وكذلك: R.U.C. Bodlley في كتابه: ريح الصحراء (1944)، و M.D. Stot في كتابه: **الجزائر على حقيقتها**، وغيرهم من الكتاب الغرب الذين وصفو الجزائر بأنها فسيفساء حضاري و ثقافي و تحفة نادرة[xviii].

ومن بين الدول العربية التي تعرف السياحة بحسب الأصول الدولية ، نجد تونس ، البلد الصغير الذي يجاور الجزائر شرقا بتعداد سكاني أقل من عشر ملايين، وذلك راجع للعوامل والمحفزات التي تحوزها تونس من جمال شواطئها وشبه الإستقرار السياسي والأمني والمرافق الخدماتية الكثيرة والكبيرة ، المتطورة واليد العاملة التي ما فتئت تتطور فضلا على العقلية السياحية للمواطن التونسي . وتعد السياحة في تونس مصدر دخل حقيقي ومهم للعملة الصعبة، ويشرف على قطاع السياحة في تونس وزارة السياحة التي تسهر على توجيه وتنظيم النشاط السياحي والتخطيط له من خلال وضع الخطوط العريضة له ، فيما يقوم الديوان الوطني للسياحة التونسي بتنفيذ ما يسطره وما يخطط له من قبل الوزارة المكلفة بالسياحة ، زيادة على العمل على ترقية وتطوير القطاع السياحي وتنظيم ومراقبة الأنشطة السياحية. [xix]

أولا. المقومات الطبيعية

I. الجزائر: تقع الجزائر في الشمال الإفريقي، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط على شريط ساحلي يبلغ 1200كم، و شرقا تونس و ليبيا، و غربا كل من المغرب و موريتانيا و الصحراء الغربية، وجنوبا النيجر و مالي، و تعد الجزائر ثاني أكبر البلدان في القارة الإفريقية من حيث المساحة بعد السودان، إذ تتربع على مساحة 2.381.471 كم^2 .[xx] وعدد سكانها يفوق 39 مليون نسمة (حسب إحصائيات الديوان الوطني للاحصاءات 2015). وفي الجزائر منطقتين متميزتين عن بعضهما بعضًا، هما[xxi]:

أ- **منطقة الشمال**: وتضم المناطق التلية والمناطق السهلية، وهي مناطق عريضة أكثر منها طويلة، وهي تضم أخصب الأراضي، وتحتوي السهول والجبال كالونشريس، القبائل، تلمسان، وجبال الأطلس الصحراوي التي تتكون بدورها من جبال القصور، العمورية، أولاد نايل، و أخريبان. كما يتصف المناخ الجزائري بالمتوسط أساسًا وآخر قاري، هذا ما يجعل الشتاء باردًا قارصًا، والصيف حارًا و جافًا.

– المناخ المتوسط: ويشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب، بدرجات حرارة سنوية متوسطة تقدر بـ 18°، وتبلغ ذروتها في خلال شهر جويلية وأوت إلى 30°، وعليه المناخ في هذه المنطقة يتميز بالحرارة والرطوبة.

– المناخ الشبه الحار: ويحتوي منطقة الهضاب العليا، ويتميز بفصل بارد طويل ورطب أحيانًا، إذ يستمر من شهر أكتوبر إلى شهر ماي.

ب- **منطقة الجنوب الصحراوي**: لها ثلاثة صفات رئيسية، هي: الهضاب الأرضية، وتسمى بالحمادة والدروع، والثانية تتركز في العروق وهي: العرق الغربي الكبير، والعرق الشرقي الكبير، وعرق شاش. والثالثة طبيعة الهقار، والتي توجد بها أعلى قمة بالجزائر، وهي قمة "تهاة" بـ 3003 مترًا ، ويمتاز مناخ منطقة الصحراء بقلة كمية الأمطار التي لا تزيد عن 500 ملم في السنة، وبحرارة شديدة في النهار ومنخفضة في الليل، ويسودها المناخ الجاف الذي يتميز بموسم حار طويل يمتد من شهر ماي إلى سبتمبر، بدرجات حرارة تتراوح بين 40° و 45°، وبقية الأشهر تتميز بمناخ متوسط الحرارة، أما الغطاء النباتي فهو متكون أساسًا من واحات النخيل.

ويمكن حصر 06 مناطق سياحية في الجزائر تبعًا لتنوع المعطيات الجغرافية[xxii]:

1. منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي: وتتميز هذه المنطقة بطول شواطئها 1200 كلم، وبعدد كبير من المواقع الأثرية، والتي تعود إلى عهد الرومان والعرب المسلمين، وآثار تعود إلى عصور ما قبل التاريخ.

2. منطقة السلسلة الأطلسية: والتي توجد بها أكبر قمة جبلية في الشمال "لالة جديجة" بـ 2308 مترًا، كما نجد جبال الأوراس، الونشريس، وسلسلة جبال موازية للساحل تتميز بإمكانيات كبيرة لتنمية أنواع سياحية عديدة، كالنشاطات الرياضية الشتوية (التزحلق، التسلق، الصيد...).

3. منطقة الهضاب العليا: والتي تتميز بمناخها القاري، وبمواقعها الأثرية، وبضاعتها الحرفية والتقليدية المتنوعة.

4. منطقة الأطلس الصحراوي: وهي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا والصحراء الكبرى، والتي يمكن فيها تنمية السياحة المناخية، المعدنية، الصيد...الخ.

5. منطقة واحات الصحراء: والتي تتميز باعتدال درجات الحرارة، فهي أقل درجة من الصحراء الكبرى، وبها تتركز الواحات بنخيلها وبحيراتها، وفيها عدّة صناعات تقليدية.

6. منطقة الصحراء الكبرى: وهي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الهقار، التاسيلي)، وتتميز بالمساحات الشاسعة، والجبال الشامخة، وبالحرارة المعتدلة طوال فصول السنة، والتي تشكل مصدرًا هامًا للسياحة الشتوية، بفضل تنوع المناطق السياحية والمناخ في الجزائر، الأمر الذي يساعد على تنمية أنواع عديدة من السياحة، وهو ما يساعد كذلك على عدم تركز النشاط السياحي خلال فترة زمنية محددة، ويؤدي على استمرارية النشاط السياحي خلال كل فصول السنة (القضاء على الموسمية).

II. تونس: رغم المساحة الصغير المقدرة بـ 162155 كلم^2 - أصغر من الجزائر بـ 14 مرة - تتبوأ تونس موقع إستراتيجي فهي تقع في منتصف الساحل الأفريقي، أي أنها تتوسط قناة السويس ومضيق جبل طارق، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق ليبيا وغربا الجزائر ومن الجنوب الجزائر وليبيا، زيادة على إحتوائها على مناظر ومقومات طبيعية خلابة تسر السياح ففيها البحر والشاطئ والرمال والسهول ومن أهم المدن السياحية في تونس، نجد العاصمة تونس، طبرقة، الحمامات، القيروان، سوسة، المهدية، جربة ...إلخ. فقد أسهم موقع تونس ومناخها بدرجة رئيسة في إعطائها أهمية مكانة خاصة فشمسها المشرقة على طول السنة وطقسها المتوسطي المعتدل وطبيعة أرضها المتنوعة، كل ذلك جعل منها نقطة جذب سياحي[xxiii].

ثانيا. المقومات الحضارية والتاريخية والدينية:

I. الجزائر: إن المعالم التاريخية و الحضارية المتنوعة التي تنفرد بها الجزائر جعلتها مهدا للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على انتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي والإفريقي، فمعالم الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراقة وعظمة الحضارات المتعاقبة، من الأمازيغية إلى الفينفية إلى البيزنطية والرومانية وأخيرا الإسلامية، التي فرضت نفسها على التاريخ، والشاهد عليها قلعة بني حمادة ببجاية[xxiv]، وفي 2010 صنفت الجزائر 456 موقعا مصنفا ومحميّا حسب وزارة الثقافة موزعة على 48 ولاية. وقد صنفت منظمة اليونسكو سبعة مناطق أثرية ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي[xxv]:

- **تيمقاد:** تم إنشاؤها من طرف الإمبراطور ترجان عام 100 م وهي تقع بباتنة.
- **تيبازة:** وهي من المدن الرومانية العتيقة.
- **جميلة**: وهي تقع بسطيف وهي من أقدم المدن الرومانية بالجزائر.
- **الطاسيلي:** وتحتوي على اكثر من 15000 لوحة تعكس تحولات المناخ وهجرة الحيوانات وتطور الحياة البشرية في الصحراء خلال 6000 سنة قبل الميلاد
- **قلعة بني حماد:** تقع ببشارة بالمسيلة وهي من المدن الإسلامية تأسست سنة 1007م وكانت عاصمة للدولة الحمادية
- **قصر ميزاب:** انشأ من طرف الإباضيين.
- **القصبة:** توجد بالعاصمة وهي مدينة إسلامية

II. تونس: تتوفر تونس على عدة مناطق أثرية، تعكس تاريخ البلاد و مختلف الحضارات الإنسانية التي مرت بها هذه الدولة، مما أدى إلى تنوع و غنى مواقعها السياحية .و قد عرفت تونس الحضارات التالية: القرطاجيون، الرومان، الوندال، البيزنطيون، العرب و الأتراك، كما تعتبر المدينة القديمة لتونس العاصمة ومدينة قرطاج أهم المدن التاريخية في البلاد، كما تحوي مواقع سياحية أخرى، منها : قرية سيدي بوسعيدة، مدينة الحمامات و مدينة جربة.

الجدول رقم 02: عناصر الجذب السياحي في تونس

مناطق	نقاط جذب
تونس العاصمة	أسواق شعبية، معالم فينيقية، آثار رومانية، فنادق فخمة، المنطقة السياحية الجديدة ، سياحة ترفيهية
توزر	ملاعب الغولف، مطاعم و أسواق، رحلات سياحية و مناطق صحراوية
جربة	الجزيرة الأسطورة، فنادق فاخرة و مطاعم، عمارة فريدة و مساجد متميزة
المنستير	القلعة، سور شامخ، فنادق ممتازة، مساحات خضراء و حدائق
القيروان	جامع القيروان، سور القيروان القديم، أسواق، مقام أبي زمعة و صناعة السجاد
سوسة	فنادق، مطاعم، محلات، القلعة المطلة على البحر، مهرجانات الجامع الكبير
نابل الحمامات	فنادق، مطاعم، متاحف، مناطق أثرية و ثقافية، ثروة بحرية
ياسمين مامات	منشآت و مرافق سياحية، فنادق، مجمعات سكنية، صناعات تقليدية
طبرقة	جبال متنوعة بغاباتها كثيفة الأشجار، رياضة الغوص و متاحف

المصدر: بوفليح نبيل، تقرورت محمد، **دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا ، حالة الجزائر، تونس ، المغرب**، الملتقى الوطني الأول حول: السياحة في الجزائر: واقع وأفاق، يومي 11 و12 ماي 2010، معهد العلوم الاقتصادية، بالمركز الجامعي آكلي محند أولحاج بالبويرة

ثالثا. المقومات المادية:

I. الجزائر:

❖ النقل: لقد تم الاهتمام بالنقل وتجسيده في المنجزات الخاصة بشبكات الطرق والمطارات والموانئ، فكثافة شبكات الطرق البحرية، الجوية والبرية المحققة في الجزائر تشكل عامل لتشجيع السياحة في مختلف المناطق ونفصل المنشآت القاعدية للنقل. فهي تملك **شبكة الطرقات** تبلغ طولها أكثر من 90000 كيلو متر، كما أنشئت الطريق السيار شرق غرب والذي يربط حدودها مع كل من تونس والمغرب لتسهيل الحركة بين جهات الوطن والذي يبلغ مسافة 1216 كم. لكن رغم ذلك تبقى هذه الشبكة ضعيفة مقارنة بالمساحة الكلية للوطن خاصة فيما يتعلق بالمناطق الصحراوية التي تحتاج إلى بذل مجهودات أكثر لتطويرها. **شبكة السكة الحديدية** التي تربط أهم المدن مع بعضها البعض تعد من أهم الدول الإفريقية من حيث كثافة السكك الحديدية و التي يبلغ 4200 كم. أما **النقل الجوي** يوجد 55 مطار منها 12 مطار دولي و الباقي داخلي جهوي أو خاص، و**النقل البحري** على طول الساحل الجزائري البالغ 1200 كلم يتواجد 17 ميناء كما يتضمن الأسطول البحري حوالي 90 سفينة بينها 4 سفن لنقل المسافرين[xxvi].

❖ الاتصالات: أدت التحولات الاقتصادية الكبرى التي اعتمدتها الجزائر والتي ارتكزت على الانفتاح على الأسواق الدولة إلى تحرير قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية ما أدى إلى ثورة الاتصالات من خلال التطور الكبير الذي عرفه الهاتف المحمول فالإضافة إلى المتعامل من خلال 3 شركات للاتصال (موبيليس، جيزي وأوريدوو) مما أدى إلى زيادة المنافسة وازدياد عدد مستعملي الهاتف.[xxvii]

❖ الطاقة الفندقية: تمثل الطاقة الفندقية للوحدات الفندقية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين الى الدولة السياحية المضيفة، وتعد الطاقة الفندقية احد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم هذا القطاع في بلد معين. خلال فترة الاحتلال تحظى الا بقدر ما يخدم المستوطنين الاوروبين في الجزائر، ولذا لم يتجاوز عدد الاسرة سنة 1962 حوالي 5922 سرير موزعين على المدن الكبرى. وبعد الاستقلال اعتمدت الجزائر في توجيه سياستها الاقتصادية على المخططات التنموية متتالية، والجدول الموالي يوضح الطاقة الفندقية على مدى السنوات 2000 الى 2011.

الجدول رقم 03: الطاقة الايوائية للجزائر خلال الفترة (2000 الى 2011)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
عدد الاسرة	67087	66523	72567	77473	82034	82808	84869	85000	85876	86383	92377	82737
5 نجوم	4604	4506	4832	4959	4590	4590	5455	5455	5455	5455	4948	4948
4 نجوم	3222	3187	3592	3757	3383	3383	3743	3743	3743	3950	3560	3750
3 نجوم	21310	19272	14659	14740	14857	14807	11225	11225	11601	11700	13090	13180
2 نجوم	5519	4882	5454	5424	5415	5800	5843	5843	5843	6044	8070	8070
1 نجوم	2541	2563	2084	4212	2315	2315	2378	2378	2378	2378	3804	3804
بدون نجمة	29891	32113	41946	44381	51474	53000	56225	56356	56856	56856	58985	58985

مصدر: الديوان الوطني للاحصائيات الجزائري، على الموقع: www.ons.dz

عرفت الطاقة الفندقية (عدد الأسرة) في الجزائر تطورا منتقلة بذلك من 67087 سنة 2000 الى 82737 سنة 2011 أي ارتفاع بنسبة 23,3% (نسبة لا تعتبر جيدة بالمقارنة وامكانيات الجزائر)، فبالرغم من هذا التطور في المجموع الكلي لعدد الاسرة الكلية غير أنها تتطور بنسب ضئيلة جدا خاصة الفنادق ذات 5 نجوم فقد بقيت في نفس عدد الفنادق خلال عدد من السنوات فمثلا خلال الاربع سنوات 2006 الى 2009 بقيت نفس عدد الاسرة 5455 سرير. كما نلاحظ حسب الجدول أن توزيع الطاقات حسب الدرجات تمركز في الدرجة السادسة، اي الفنادق الغير مصنفة استحوذت على النسبة الاكبر 45,6% من اجمالي طاقات الايواء سنة 2000، ليصل الى نسبة 71,3% سنة 2011.

II. تونس: ان تطور الطاقات الاستيعابية للفنادق المصنفة بمعيار عدد الأسرة في تونس خلال الفترة 2000 الى 2011 يمكن توضيحها في الجدول الموالي:

الجدول رقم 03: الطاقة الايوائية لتونس خلال الفترة (2000 الى 2011)

سنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
عدد الاسرة	197453	205605	214319	222018	226153	229837	231838	235727	238495	239900	/	303500
5 نجوم	20100	21200	24200	/	25724	28128	29158	28955	/	28709	/	/
4 نجوم	51200	55900	62600	/	74774	76098	78955	79216	/	77138	/	/
3 نجوم	77000	77400	78200	/	78149	77149	77126	73438	/	85379	/	/
2 نجوم	22600	22400	22600	/	21771	22477	20655	18895	/	22609	/	/
1 نجوم	3000	3000	3000	/	2987	2885	2989	2879	/	5249	/	/
بدون نجمة	23600	25700	21700	/	203405	206737	208883	203383	/	20816	/	/

المصدر: من انجاز الباحثتين بناء على احصائيات مختلفة

نلاحظ من خلال الجدول رقم ارتفاع محسوس في عدد الأسرة بحوالي 106047 سرير فقد انتقل من 197453 سرير سنة 2000 الى 303500 سرير سنة 2011، وهذا دليل على الاهتمام الكبير من قبلالمعنيين بهذا القطاع بزيادة طاقات الايوائية بما يتماشى والطلب عليها حيث خصصت منذ نهاية التسعينات جزء كبير من الاستثمارات لصيانة وتجديد الفنادق.

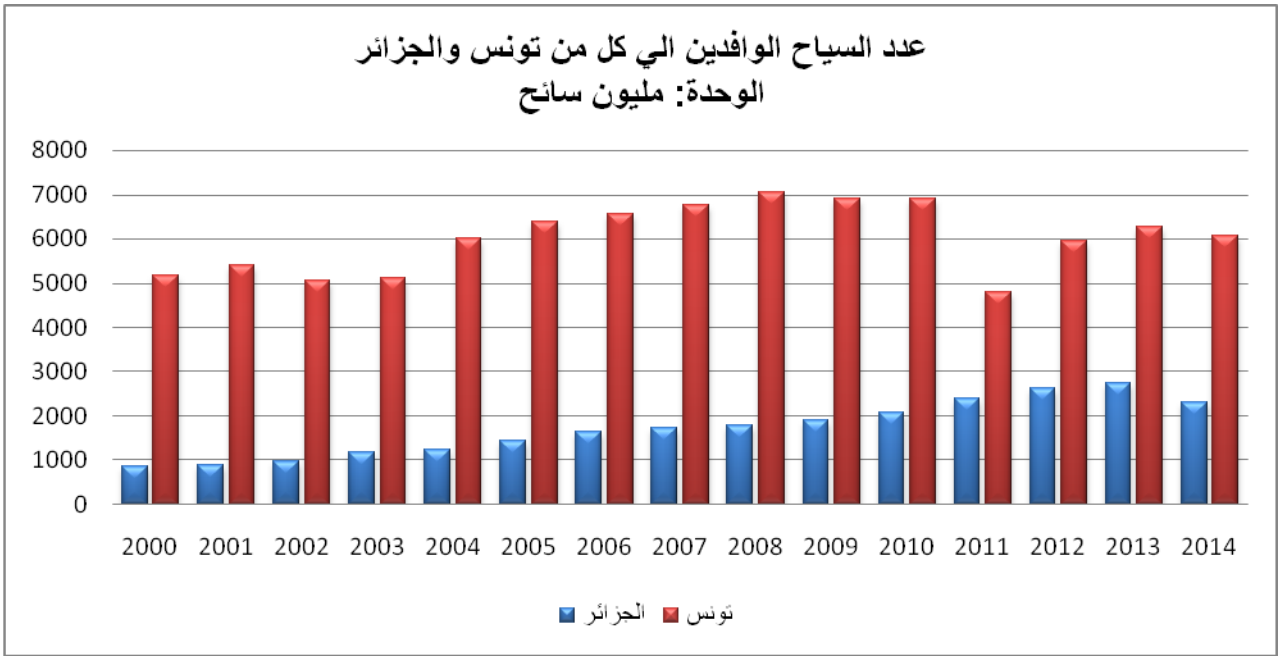
كما تعتبر طاقة الايوائية لتونس كبيرة مقارنة بحجمها ومقوماتها عكس الجزائر التي وبالرغم بالمقومات كبيرة خاصة الطبيعية والتاريخية والاثار من جهة ومن جهة أخرى حجم التدفقات الكبيرة لايرادات البترول وامكانتها المادية غير أنها أهملت تماما هذا القطاع الهام جدا فقد كانت طاقتها الايوائية سنة 2011 كانت 82737 سرير أما تونس كانت طاقتها 303500 سرير لنفس السنة أي (حوالي أربعة أضعاف من الطاقة الايوائية للجزائر).

المحور الثالث: واقع الطلب في الجزائر وتونس

تعد دراسة الطلب السياحي وتقدير حجمه المستقبلي من أهم عناصر الدراسة التسويقية وذلك من خلال دراسة أعداد السياح وتحليلها وما يقضونه من مبيت في الليالي السياحية. ويعد عدد السياح من العرب والأجانب من المؤشرات الاقتصادية المهمة والتي تعطي مؤشرًا ودلالة على نشاط الحركة السياحية والنشاطات الترويحية في البلد المقصود وتدل كذلك على رغبة القادمين وتفضيلهم لهذا البلد دون غيره لأسباب متنوعة[xxviii].

اذ تسعى الدول من خلال سياسات التنمية السياحية إلى زيادة أعداد السائحين الوافدين إليها، سواء أكان من الأسواق التقليدية أو من خلال فتح أسواق جديدة، فبالنسبة للأسواق التقليدية وقصد توسيع الطلب بها نحو البلد يجب عرض منتجات سياحية جديدة، أما عن فتح أسواق جديدة فيتم من خلال مد النشاطات التسويقية للدولة السياحية إلى مختلف الأسواق السياحية الجديدة[xxix]. الشكل الموالي يبين عدد السياح لكل من الجزائر وتونس

الشكل رقم 02: يوضح عدد السياح في كل من الجزائر وتونس



المصدر: من اعداد الباحثة من خلال الملحق رقم 01

من الشكل رقم 02 نلاحظ تزايد في عدد السياح الوافدين من عام الى آخر عدا العام 2014، غير أن هذه الزيادة ضعيفة جدا ومتذبذبة، فقد كان عدد السياح سنة 2000 بحوالي 867000 سائح ووصل سنة 2014 حوالي 2301000 سائح. لكن بالمقارنة مع تونس فعدد السياح المتدفقة الى تونس كانت كبيرة فهي مضاعفة أكثر من 5 مرات، فبالرغم من تذبذب في عدد السياح غير ان تدفقاتها كبيرة فقد وصلت الايرادات السياحية سنة 2010 حوالي 2645 مليون دولار أما الجزائر فكانت التدفقات حوالي 400 مليون دولار فقط (انظر للملحق رقم 1).

وبذلك فهذا راجع كون العروض السياحية التي تقدمها تونس كانت مغرية جدا للسياح عكس الجزائر فبالرغم من المجهودات التي حاولت الجزائر غير انها ليست كافية وهذا ما يوضحه الجدول التالية:

الجدول رقم 04: ترتيب دول شمال افريقيا وفقا لمؤشر تنافسية قطاع الأسفار والسياحة

حسب تقرير 2011 و 2015

الدول	2011		2015	
	الترتيب العالمي	التنقيط العام	الترتيب العالمي	التنقيط العام
تونس	47	4,39	79	3.54
مصر	75	3,96	83	3.49
المغرب	78	3,93	62	3.81
الجزائر	113	3,37	123	2.29
ليبيا	124	3,25	/	/

Source : - The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, World Economic Forum, p19
- The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, World Economic Forum, p 18

حسب تقرير القدرة التنافسية لقطاع الأسفار و السياحة[1] لسنة 2011 نلاحظ أن الجزائر جاءت في المرتبة الرابعة ضمن دول الشمال الإفريقي، بينما كان الفضل لمستوى الأداء الذي حققته تونس في دفعها نحو المرتبة الأولى في شمال إفريقيا بترتيب عالمي جعلها تتربع في المركز 47 عالميا، متبوعة بكل من مصر والمغرب في المرتبة 75 و 78عالميا، لتكون ليبيا الدولة الوحيدة بعد الجزائر بمركزها 124 عالمي.

غير أن سنة 2015 وحسب التقرير فقد كان الاسوء بالنسبة للدول شمال افريقيا فنلاحظ تراجع جميع الدول في الترتيب العالمي في قطاع السياحة والاسفار (إلا المغرب فقد تقدم في الترتيب العالمي ودول شمال افريقيا) بسبب الربيع العربي الذي اجتاح هذه الدول الا المغرب والجزائر ومخلفاته. إذ تراجع ترتيب تونس والجزائر للمرتبة 79 و 123 على التوالي، لكن وبالرغم من ذلك فقد فمزالت تونس تتمتع بخاصية جاذبة للسياح عكس الجزائر بالرغم من تدهور الامن بتونس. ويعرض الجدول رقم 05 الترتيب والتنقيط الذي حصلت عليه كل الجزائر وتونس من خلال جميع المؤشرات الجزئية المكونة للمؤشر الكلي لتنافسية القطاع لسنة 2011

الجدول رقم 05: ترتيب الجزائر وتونس ضمن المؤشرات الجزئية المكونة لمؤشر تنافسية قطاع الأسفار و السياحة حسب تقرير 2011

المؤشـر	الجزائر		تونس	
	الترتيب العام	التنقيط العام	الترتيب العام	التنقيط العام
مؤشر التنافسية لقطاع الأسفار والسياحة	113	3.37	47	4.39
I. مؤشر الاطار التنظيمي والتشريعي	112	3.87	31	5.17
1. السياسات والأنظمة المعمول بها للقطاع	118	3.68	23	5.01

[1] صدر تقرير القدرة التنافسية لقطاع الأسفار و السياحة لسنة 2011 عن ، المنتدى العالمي للاقتصاد في مجال الدولية المنظمات من العديد مع بالتعاون الإقتصادي العالمي المنتدى عن ، 2011 لسنة السياحة و الأسفار لقطاع التنافسية القدرة تقرير صدر لها التصدي القطاع وكيفية هذا في العالم لدول التنافسية بالقدرة المتعلقة القضايا على التعرف بهدف والسياحة بقطاع السفر المتعلقة والإحصاءات البيانات مؤشرا. 14 على دولة 139 البالغ عددها و المشاركة، الدول في

2. بيئة قطاع السياحة والسفر	120	4.0	18	5.31
3. الأمن والأمان	95	4.38	56	5.11
4. الصحة والنظافة العامة	84	4.21	79	4.41
5. الأولوية المتبعة في القطاع	130	3.07	8	6.02
II. مؤشر بيئة الاعمال والبنية التحتية	**110**	**2.89**	**54**	**4.05**
6. النقل الجوي	103	2.44	65	2.17
7. النقل البري	105	2.96	48	4.24
8. البيئة السياحة	122	1.72	51	4.48
9. بيئة تكنولوجيامعلومات في القطاع	107	2.30	76	3.05
10. تنافسية الأسعارفي قطاع السياحة	35	5.0	9	5.30
III.مؤشر موارد بشرية، طبيعية وثقافية	**116**	**3.35**	**59**	**3.94**
11. الموارد البشرية	91	4.62	27	5.39
12. فهم السياحة الوطنية	128	3.98	19	5.30
13. الموارد الطبيعية	99	2.59	95	2.64
14. الموارد الثقافية	72	2.21	69	2.44

Source :The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, Op. Cit, p p 28 – 33

من الجدول رقم 05 نلاحظ أن جميع نقاط المؤشرات الجزئية المكونة للمؤشر الكلي لتنافسية السياحية لتونس كانت افضل من الجزائر، أي أن الجزائر لا تزال متأخرة في أغلب المجالات الداعمة للقطاع السياحي، مما يجعلها وجهة غير سياحية. حتى بالنسبة لمؤشر الموارد الطبيعية وذلك بسبب اهمال الجزئر لهذا المورد.

فبخصوص مؤشر الإطار التنظيمي والتشريعي الذي يسود القطاع في الجزائر فإن مركزها 112 يوحي أنها تعاني ضعف كبير في السياسات السياحية المعمول بها، والتي تلبي لا المأمول منها، مما يستوجب عليها إعادة النظر في تلك السياسات والأطر التشريعية بغية تحسين الأداء التنافسي.

ورغم التحسن في شبكات النقل البري الذي يشير إليه التقرير، و توسع شبكة النقل الجوي الداخلية، ومستوى الأسعار التنافسية في الوجهة الجزائرية إلا أن التقرير لم يخفي ضعف بيئة الأعمال و البنى التحتية الجزائرية والتي تعتبر عصب القطاع والعملية السياحية، ومركزها 110 خير دليل على ذلك.

و لم تشفع المراتب المتقدمة للموارد الطبيعية والثقافية الجزائرية ذات الطابع العالمي للجزائر أن تنجو من المراتب المتأخرة ضمن مؤشر الموارد البشرية، الطبيعية ، والثقافية حيث قبعت في المركز 116 في ظل النظرة الحالية للسياحة في الجزائر وعدم تثمينها لمؤهلاتها السياحية لتصبح نقاط جذب عالمية، و هو ما يوضح الوضع الخطير الذي تعانيه الجزائر، فهي تبقى بعيدة كل البعد عن الدول

والوجهات السياحية، لذا يجب عليها الأخذ بأخلاقيات المهنة واعتماد فلسفتها والإنفتاح عليها، شرط أن يكون من خلال إستراتيجيات منظمة ومنضبطة، تحول دون الوقوع في الأخطاء والمساوئ التي يمكن أن يجرها هذا الإنفتاح.

وعموما يبقى الوضع العام للسياحة في الجزائر وفقا لتقرير التنافسية لسنة 2011، سيئا للغاية ما يستوجب على السلطات والهيئات المعنية البحث عن السبل الكفيلة لتحسين هذا الوضع، والنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر الذي يمكن أن يكون مصدر دخل إضافي للدولة الجزائرية.[xxx]

أما الجدول الموالي فهي تمثل الترتيب والتنقيط الذي حصلت عليه كل الجزائر وتونس من خلال جميع المؤشرات الجزئية المكونة للمؤشر الكلي لتنافسية القطاع حسب تقرير القدرة التنافسية لقطاع الأسفار و السياحة[2] لسنة 2015

الجدول رقم 06: ترتيب الجزائر وتونس ضمن المؤشرات الجزئية المكونة لمؤشر تنافسية قطاع الأسفار والسياحة حسب تقرير 2015

المؤشر	الجزائر		تونس	
	الترتيب العام	التنقيط العام	الترتيب العام	التنقيط العام
مؤشر التنافسية لقطاع الأسفار والسياحة	**123**	**2.29**	**79**	**3.54**
I. مؤشر تمكين المحافظة البيئة	**99**	**4.15**	**75**	**4.54**
1. بيئة قطاع السياحة والسفر	121	3.78	71	4.42
2. الأمن والأمان	95	4.90	98	4.86
3. الصحة والنظافة العامة	84	4.97	76	5.16
4. الموارد البشرية وسوق العمل	109	4.04	87	4.31
5. بيئة تكنولوجيا معلومات في القطاع	105	3.09	76	3.94
II. مؤشرالسياسات وتمكين شروط السياحية	**135**	**3.32**	**50**	**4.28**
6. البيئة المستدامة	113	3.51	44	4.91
7. الأولوية المتبعة في القطاع	139	2.74	103	2.38
8. الانفتاح الدولي	137	1.51	7	5.61
9. تنافسية الأسعارفي قطاع السياحة	10	5.50	59	4.22
III. مؤشر البنية التحتية	**133**	**2.19**	**76**	**3.36**
10. النقل الجوي	113	1.98	77	2.53
11. النقل البري	121	2.56	94	3.02
12. خدمات البنية التحتية للسياحة	138	2.03	61	4.54

[2] منفصل. مؤشر 14 ضمن دولة 141 بتصنيف الذي يقوم ، 2015 لسنة السياحة و الأسفار لقطاع التنافسية القدرة تقرير صدر

IV. مؤشر موارد بشرية، طبيعية وثقافية	**90**	**2.40**	**99**	**1.97**
13. الموارد الطبيعية	127	2.04	105	2.36
14. الموارد الثقافية ورحلات الاعمال	50	2.05	70	1.58

Source : The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, Op. Cit, p72 -p328

من خلال الجدول رقم 06 نلاحظ تراجع في معظم المؤشرات في كلا الدولتين مقارنة بسنة 2011، فنلاحظ تحسن طفيف في **الجزائر** لخمس مؤشرات وهي (مؤشرات الصحة والنظافة العامة- خدمات البنية التحتية للسياحة - مؤشر البيئة لتكنولوجيا لمعلومات في قطاع السياحة - الأمن والأمان - وتنافسية الاسعار في قطاع السياحة والبيئة التكنولوجية). أما **تونس** فقد تراجعت كبير في بعض المؤشرات ماعدا 4 مؤشرات وهي: (مؤشر تنافسية الأسعارفي قطاع السياحة - خدمات البنية التحتية للسياحة - مؤشر البيئة لتكنولوجيا لمعلومات في قطاع السياحة - النقل الجوي - الصحة والنظافة العامة). لكن تبقى تونس أكثر جاذبية للسياح من الجزائر.

النتائج:

1. هناك قصور كبير في العرض السياحي في الجزائر من حيث العدد الإجمالي للطاقة الايوائية من جهة وهناك خللا في توزيع هذا العرض من جهة أخرى. مقارنة بتونس التي تحوي على عدد كبير من الطاقة الايوائية.

2. لا يزال عدد السياح القاصدين إلى الجزائر اقل بكثير من إمكاناتها السياحية الهائلة خاصة الطبيعية، ولا تزال أيضا تونس تستقطب عدد كبير من السياح أضعاف الجزائر. بفضل مستوى الأداء في العديد من مجالات العرض السياحي الذي حققته في جذبهم.

3. حققت الجزائر المرتبة الرابعة ضمن دول الشمال الإفريقي والمرتبة 124 عالميا، بينما تونس بفضل مجهودها في هذا المجال ومجهودها فقد احتلت المرتبة الأولى في شمال إفريقيا بترتيب عالمي جعلها تتربع في المركز 47 عالميا.

4. تراجع في مؤشر في الترتيب العالمي في قطاع السياحة والاسفار لكل من تونس والجزائر للمرتبة 79 و123 على التوالي سنة 2015 بعدما كانت سنة 2011 المرتبة 47 و124 على التوالي، بسبب الاحداث التي مرت بها الدول العربية، لكن وبالرغم من ذلك فقد فمزالت تونس تتمتع بخاصية جاذبة للسياح عكس الجزائر بالرغم من تدهور الامن بتونس.

التوصيات:

1. رسكلة وتكوين العنصر البشري في مختلف التخصصات السياحية لاسيما في مجال التسيير الفندقي لتحسين الاداء وأهمية التعامل مع المؤسسات العالمية الكبرى المتخصصة في مجال التسيير الاستفادة من تجاربهم وخبراتهم الرائدة وكسب معركة التنافسية. كما يجب نشر الوعي والثقافة السياحية عند جميع المواطنين لان البلدان الحضارية المتقدمة هي التي تمتلك ثقافة سياحية متقدمة

2. أهمية عصرنة ورفع مستوى التسيير الفندقي حسب ما نص عليه مخطط النوعية السياحية الذي يهدف الى تحسين الخدمات السياحية الوطنية وجعلها تتماشى والمقاييس المعمول بها دوليا.

3. العمل على وضع خطة استثمارية واضحة في مجال السياحة نستطيع من خلالها تطوير العرض السياحي كمًا ونوعًا وذلك من خلال التوزيع العادل للاستثمارات في جميع الولايات الوطن.

4. استخدام كل ما يلزم من وسائل الترويج السياحي من وسائل الإعلام المرئي والمقروء والمسموع والقنوات الفضائية للتعريف بالمعروض السياحي في الجزائر لما يحتويه من إمكانات سياحية هائلة.

الهوامش:

[i] هاشم بن محمد بن حسين ناقور، **أحكام السياحة وآثارها –دراسة شرعية مقارنة–**، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية، 2003، ص 16

[ii] محمدي موسى الحريري، **جغرافية السياحة**، 1991، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص18

[iii] يحي سعيدي، **مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية –حالة الجزائر–**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد السادس و الثلاثون، 2013، بغداد، ص 97

[iv] هاشم بن محمد بن حسين ناقور، مرجع سابق، ص 18

[v] أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، على الموقع:

http://www.alg17.com/vb/threads/thread-2668, le : 20/08/2016 à 11 :42

[vi] سليمان علي القطابري، **البنية الأساسية ودورها في التنمية السياحية**، ص 4، على الموقع:

http://www.abhatoo.net.ma, le : 20/08/2016 à 15 :38

[vii] هواري معراج، محمد سليمان جردات، **السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري**، (مجلة الباحث، العدد 01، 2004، ورقلة)، ص 22

[viii] حميدة بوعموشة، **دور القطاع لسياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة –دراسة حالة الجزائر–**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012/2011، ص 33

[ix] **التسويق السياحي –العرض السياحي–**، سلسلة كتب الاستراتيجية التسويقية، ص ، على الموقع:

www.makktaba.com/2012/01/book-tourism-supply-its-properties.html, le : 18/08/2016 à 19 :09

[x] مروان صحراوي، **التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي –حالة الجزائر–**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص تسريق الخدمات، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2012/2011، ص 34.

[xi] حميدة بوعموشة، مرجع سابق، ص 31.

[xii] مروان صحراوي، مرجع سابق، ص 40.

[xiii] حميدة بوعموشة، مرجع سابق، ص 33.

[xiv] **التسويق السياحي –الطلب السياحي–**، سلسلة كتب الاستراتيجية التسويقية، ص 46، على الموقع:

www.makktaba.com/2012/01/book-tourism-demand-its-characteristics.html,le :18/08/2016 à 19 :31

[xv] مروان صحراوي، مرجع سابق، ص 40.

[xvi] حميدة بوعموشة، مرجع سابق، ص 33.

[xvii] مروان صحراوي، مرجع سابق، ص 40.

[xviii] عبد الله ركيبي ، **الجزائر في عين الرحالة الانجليز** الجزء الأول، (دار الحكمة ، الجزائر 1999)، ص 113

[xix] مسكين عبد الحفيظ، **دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر –حالة الديوان الوطني للسياحة–**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة منتوري بقسنطسنة، 2010/2009، ص 73

[xx] هدير عبد القادر، **واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التسيير تخصص نقود ومالية وبنوك، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 122.

[xxi] عبد القادر شلالي، **الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025**، الملتقى الوطني الأول حول: السياحة في الجزائر: واقع وأفاق، يومي 11 و12 ماي 2010، معهد العلوم الاقتصادية، بالمركز الجامعي آكلي محند أولحاج بالبويرة

[xxii] خالد كواش،**مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول 2004، شلف، ص222.

[xxiii] مسكين عبد الحفيظ، **دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر –حالة الديوان الوطني للسياحة–**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة منتوري بقسنطسنة، 2010/2009، ص 74

[xxiv] هدير عبد القادر، مرجع سابق، ص 124

[xxv] عيسى مرازقة، محمد الشريف شخشاخ، **التنمية السياحية المستدامة في الجزائر "دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر"**، الملتقى الدولي الأول حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، يومي 09 10 مارس 2010، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة

[xxvi] سماعيني نسيبة، **دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في ادارة الاعمال تخصص استراتيجية، جامعة وهران، 2014/2013، ص 55 ص 57.

[xxvii] حميدة بوعموشة، مرجع سابق، ص 111.

[xxviii] سعد ابراهيم حمد، **واقع العرض والطلب السياحي في العراق دراسة تحليلية**، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، المجلد 10، العدد 04، العراق، ص 413.

[xxix] عامر عيساني، **الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة –حالة الجزائر–**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير تخصص تسيير المؤسسات، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010/2009، ص 227.

[xxx] مروان صحراوي، مرجع سابق ، ص 145

الملاحق:

السنوات	عدد السياح (ألف سائح)				الايرادات السياحية (مليون دولار)	
	الجزائر		تونس		الجزائر	تونس
2000	867		5170		102	1683
2001	901	3.92%	5387	4.20%	100	
2002	988	9.66%	5064	-6.00%	111	1523
2003	1166	18.02%	5114	0.99%	112	1573
2004	1234	5.83%	5998	17.29%	178.5	1970
2005	1443	16.94%	6378	6.34%	184.5	2143
2006	1638	13.51%	6550	2.70%	215.3	2275
2007	1740	6.23%	6762	3.24%	218.9	2575
2008	1772	1.84%	7049	4.24%	300	2953
2009	1912	7.90%	6901	-2.10%	330	2773
2010	2071	8.32%	6903	0.03%	400	2645
2011	2395	15.64%	4785	-30.68%	/	1914
2012	2634	9.98%	5950	24.35%	/	2227
2013	2733	3.76%	6269	5.36%	/	2191
2014	2301	-15.81%	6069	-3.19%	/	2359

المصدر: مجموعة البنك الدولي www.albankaldawli.org

تقييم دور حاضنات الأعمال في إنشاء ودعم المشاريع المقاولاتية في الجزائر

باتنة المؤسسات– محضنة مشتلة حالة دراسة

د. سعودي عبد الصمد/ جامعة المسيلة/ الجزائر

saoudi28@yahoo.fr

د. حجاب عيسى/ جامعة المسيلة الجزائر

hadjab80@gmail.com

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

Abstract:

to work Entrepreneurial great importance in the economies of developed and developing countries alike, through active participation in the operating contribution, as well as its ability to adapt to changes and different economic, and despite the importance, but it faces many of the problems that hindered in Algeria, so shall Algeria find appropriate ways to support mechanisms, most notably the so-called incubators business that are important in the development of contracting and small and medium enterprises mechanisms by helping to provide the initial impetus and ensure sustainability through what they provide support, especially in the early stages and support services. In order to highlight the more we have a field study Incubator institutions Batna where we stood on this pioneering experiment that still need more support and development, has been able within a short accompaniment of many institutions and successful contracting.

Key words: entrepreneurial projects, business incubators, support and accompaniment.

Jel : E3

ملخص:

للعمل المقاولاتي أهمية بالغة في اقتصاديات الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، من خلال مساهمته الفعالة في التشغيل، فضلا عن قدرته على التكيف مع التغيرات الاقتصادية المختلفة، وبالرغم من الأهمية التي يكتسيها، إلا أنه يواجه العديد من المشاكل التي تعيقه في الجزائر، لذا وجب على الجزائر إيجاد السبل والآليات الملائمة لدعمه، ولعل أبرزها ما يعرف بحاضنات الأعمال التي تعتبر من الآليات الهامة في تنمية المقاولات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال مساعدتها على توفير قوى الدفع الأولي وضمان استدامتها من خلال ما توفره من خدمات الدعم والمساندة خاصة في المراحل الأولى. وبغرض تسليط الضوء اكثر *قمنا بدراسة ميدانية بمشتلة المؤسسات محضنة باتنة أين وقفنا على هذه التجربة الرائدة التي لا تزال بحاجة الى المزيد من الدعم والتطوير، وقد تمكنت في ظرف وجيز من مرافقة العديد من المؤسسات والمقاولات الناجحة.

الكلمات المفتاحية: المشاريع المقاولاتية، حاضنات الأعمال، الدعم والمرافقة.

رموز JEL: E3

مقدمة:

تنحصر مهمة آليات دعم المشاريع المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التقليدية في مرحلة واحدة على الأكثر من حياتها أو نشاط واحد كالتمويل أو التسويق، مقابل ذلك تواجه هذه المؤسسات والمشاريع عديد العقبات في سوق تنافسي تتعدى النشاط الواحد أو المرحلة الواحدة ما يفسر فشل غالبية هذه الآليات في رفع نسب النجاح واستمرارية تلك المؤسسات والمشاريع، لذا برزت حاضنات الأعمال في العقدين الأخيرين كأنسب آلية مستحدثة لتنمية المؤسسات والمساعدة على ترجمة الأفكار إلى واقع اقتصادي، من خلال تقديم جملة متكاملة من الخدمات تختلف حسب احتياجات المؤسسة المحتضنة والمرحلة التي تمر بها، وفي إطار سعي الجزائر لتنويع قاعدة انتاجها وصادراتها خارج قطاع المحروقات، فقد أولت اهتماما بالغا لتبني آلية المحضنة للاستفادة من خدماتها.

المقاولاتية عبارة عن مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها. وبالتالي فهي الأفعال والعمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول، لإنشاء مؤسسة جديدة، أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، من اجل إنشاء ثروة من خلال الأخذ بالمبادرة، وتحمل المخاطر والتعرف على فرص الأعمال ومتابعتها وتجسيدها على ارض الواقع. المقاول صاحب المشروع المقاولاتي هو الشخص الذي يحسن استغلال الفرص أو حتى خلقها في مجال مهنته، بل ينشئ من مهنته ميزة تنافسية، ولن تتحول أفكاره إلى حقيقة إلا إذا اتسم بروح المبادرة والابتكار على أن يكون إقدامه محسوب المخاطر، وتعتبر حاضنات الأعمال بمثابة الآلية التي تعتمدها الدول لتحقيق الدعم لهذا العمل المقاولاتي، وذلك بوصفها تطوراً فكريا جديداً، تعمل على توفير جملة من الخدمات والتسهيلات للمستثمرين الصغار الذين يبادرون بإقامة مؤسسات مقاولاتية صغيرة ومتوسطة بهدف شحنهم بدفع أولي يمكنهم من تجاوز أعباء مرحلة الانطلاق، حيث أصبحت في الوقت الحالي سلاحاً تنافسيا يستهدف حضن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حتى تصبح لها القدرة على التماشي مع بيئتها الخارجية، وامتلاكها المرونة الكافية للتأقلم مع مستجدات الإدارة، واستغلالها للفرص السوقية من خلال التقديم الجيد لطرق عملها وجودة منتجاتها، إلى أن تصبح قادرة على دخول عالم المنافسة.

من هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتبين أهمية إنشاء حاضنات الأعمال والدور الذي تلعبه من خلال خدماتها ومرافقتها للمشاريع والمبادرات والأفكار قبل انطلاقها وبعد إنشائها، وكذا تقييم دورها في بعث وانشاء ودعم تلك المشاريع في الجزائر. وبناء عليه يمكن طرح اشكالية موضوعنا في السؤال التالي:

هل تساهم حاضنات الأعمال في إنشاء ودعم المشاريع المقاولاتية في الجزائر؟

وبغرض الإجابة على هذه الاشكالية تم تقسيم هذه الدراسة الى جانبين نظري وآخر تطبيقي تم بمشتلة المؤسسات – محضنة باتنة– كالتالي:

الجانب النظري

أولا– ماهية ومفهوم حاضنات الأعمال

1– نشأة حاضنات الأعمال وتطورها

يمكن تتبع نشأة وتطور حاضنات الأعمال في العالم على النحو الآتي[i]:

يرجع تاريخ الحاضنات إلى أول مشروع تمت إقامته في مركز التصنيع المعروف باسم BATAVIA ، عندما قامت عائلة في ولاية نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية وذلك عام 1959 بتحويل مقر شركتها التي توقفت عن العمل بمركز للأعمال يتم تأجير وحداته للراغبين في إقامة مشروع مع توفير النصائح والاستشارات لهم، ولاقت هذه الفكرة نجاحا كبيرا خاصة وأن هذا المبنى كان يقع في منطقة أعمال وقريبا من عدد من البنوك ومناطق تسوق ومطاعم، وتحولت هذه الفكرة فيما بعد إلى ما يعرف بالحاضنة ومنذ عام 1959، أقيمت آلاف الشركات الصغيرة والمتوسطة في هذا المركز، لكن هذه المحاولة لإقامة الحاضنات لم تتم متابعتها بشكل منظم حتى بداية أعوام الثمانينيات وتحديدا في عام 1984، إقامة عدد من الحاضنات، حينما قامت هيئة المشروعات الصغيرة SBAبوضع برنامج تنمية واقامة عدد من الحاضنات، وفي هذا العام لم يكن يعمل في الولايات المتحدة الأمريكية سوى 20 حاضنة فقط والتي ارتفع عددها، بشكل كبير خاصة عند قيام الجمعية الأمريكية لحاضنات الأعمال NBIA عام 1985 من خلال رجال الصناعة الأمريكيين، وهي مؤسسة خاصة تهدف إلى تنشيط وتنظيم صناعة الحاضنات وفي نهاية 1997 وصل عدد الحاضنات في الولايات المتحدة الأمريكية إلى حوالي550 حاضنة وذلك من خلال معدل إقامة بلغ حوالي حاضنة في الأسبوع منذ نهاية عام.1986

2– تعريف حاضنات الأعمال

التعريف الأول: "إن فكرة الحاضنات مستوحاة من مصطلح الحضانة الذي يعني الحماية والرعاية الخاصة لحديثي الولادة من الأطفال غير المتمكنين، حيث يجري وضع الأطفال فيها فور ولادتهم، من أجل تخطي الصعوبات التي قد تحيط بحياتهم واستمراريتها، وتقديم الرعاية والعناية الطبية اللازمة لهم، وتهيئة السبل المتاحة التي تدعم حالة البقاء والديمومة .بعد ذلك يغادر الوليد الحاضنة بعد أن يتم التأكد من أنه يصبح قادرا على معايشة مفردات البيئة الاعتيادية، وهكذا يكون مفهوم الحاضنات في مجال مشاريع الأعمال قريبا من مفهوم حضانة الأطفال، فالمشاريع بحاجة إلى من يرعاها ويدعمها في بداية مرحلة انطلاقها لتأخذ طريقها وتلعب دورها في سوق العمل والإنتاج"[ii].

التعريف الثاني: الحاضنة هي: "مؤسسة قائمة بذاتها(لها كيانها القانوني) تعمل على توفير جملة من الخدمات والتسهيلات للمستثمرين الصغار الذين يبادرون بإقامة مؤسسات صغيرة بهدف شحنهم بدفع أولي يمكنهم من تجاوز أعباء مرحلة الانطلاق (سنة أو سنتين)، ويمكن لهذه المؤسسات أن تكون تابعة للدولة أو أن تكون مؤسسة خاصة أو مؤسسة مختلطة، غير أن تواجد الدولة في مثل هذه المؤسسة يعطي لها دعما أقوى"[iii].

التعريف الثالث: "هي عملية وسيطة بين مرحلة بدء النشاط ومرحلة النمو لمنشآت الأعمال، وهذه العملية تحتوي على تقديم أو تزويد المبادرين بالخبرات والمعلومات والأدوات اللازمة لنجاح المشروع"[iv].

التعريف الرابع: "هي إطار متكامل من الخدمات والتسهيلات والآليات المساندة، فضلا عن الاستشارة التي توفرها مؤسسة متخصصة في نشاط معين من الأنشطة الاقتصادية المختلفة تمتلك الخبرة في مجال عملها والقدرة على الابتكار، وتقدم خدماتها لفترة زمنية محددة من خلال رعايتها للمشروعات الاقتصادية لتمكينها من البدء بأعمالها بصورة صحيحة من مرحلة النشأة قبل الانطلاق إلى الآفاق الواسعة للاستثمار الاقتصادي، وعند انتهاء مرحلة الاحتضان يتم انفصال المشروعات عن الحاضنة من أجل إفساح المجال للمشاريع الأخرى"[v].

التعريف الخامس: تعرفها الجمعية الأمريكية لحاضنات الأعمال (National Bussiness Incubation Association) بصفة عامة على أنها:"هيئات تهدف إلى مساعدة المؤسات المبتكرة الناشئة ورجال الأعمال الجدد، وتوفر لهم الوسائل والدعم اللازمين لتخطي أعباء مرحلتي الانطلاق والتأسيس، كما تقوم بتسويق منتجات هذه المؤسسات"[vi]

من واقع حاضنات الأعمال يتبن أنها تتسم بعدة خصائص مميزة أهمها:[vii]

- حاضنات الأعمال قد تكون مؤسسة عامة أو خاصة أو مختلطة؛
- أنها ترسي إلى دعم المشروعات الصغيرة لاسيما التي تنطوي على قدر من الإبداع والتطوير التكنولوجي؛
- تدعم المشروعات الصغيرة من خلال تقديم حزمة متكاملة من آليات الدعم؛
- تقدم الدعم للمشروعات الصغيرة من خلال مدة محددة إلى أن يتم تخرج المشروع من الحاضنة بعد وصوله إلى مرحلة النضج؛
- بعض الحاضنات قد يوفر سكنا لاحتضان المشروع الصغير، وقد يكتفي بدعم المشروعات في موقعه؛
- أن الحاضنة قد يكون لها مقر مكاني أو افتراضي تقدم خدماتها من خلال شبكة الأنترنيت؛
- أن الحاضنة قد تهدف إلى تحقيق الربح وقد لا تسعى إلى ذلك.

3– أهمية وأهداف حاضنات الأعمال

سنتطرق في هذا المطلب إلى أهمية الحاضنات وأهدافها كما يلي:

أ– أهمية حاضنات الأعمال

يمكن تلخيص أهمية حاضنات الأعمال في النقاط التالية[viii]:

- تقدم المشورة العلمية ودراسات الجدوى للمشروعات الصغيرة والمتوسطة الناشئة؛
- تربط المشروعات الناشئة والمبتكرة بالقطاعات الإنتاجية وحركية السوق ومتطلباته؛
- تشجع المستثمرين المغامرين على إنشاء الشركات الخاصة بهم والتي توصف بأنها شركات راس المال المغامر أو المخاطر؛
- تساهم في توظيف نتائج البحث العلمي والابتكارات والإبداعات في شكل مشاريع إنتاجية؛
- توفير فرص العمل؛

- تعمل على إقامة ودعم المشاريع الإنتاجية والخدمية صغيرة كانت أم متوسطة تعتمد على تطبيق تقنيات مناسبة وابتكارات حديثة؛
- تساعد المشاريع الصغيرة والمتوسطة على مواجهة الصعوبات الإدارية والمالية والفنية والتسويقية التي عادة ما تواجه مرحلة التأسيس.

ب– أهداف حاضنات الأعمال

تتمثل أهداف حاضنات الأعمال فيما يلي[ix]:

- خلق مشروعات إبداعية جديدة والمساعدة في توسعة المشروعات القائمة؛
- مساعدة أصحاب الابتكارات على تحويل أفكارهم إلى نماذج أو منتجات أو عمليات قابلة للتسويق؛
- توفير الدعم والتمويل والخدمات الإرشادية والتسهيلات لمنتسبيها؛
- زيادة فرصة نجاح المشاريع الجديدة؛
- ربط الصناعات الصغيرة مع بعضها البعض(تحقيق التكامل الصناعي)؛
- تقديم مشاريع قوية للمجتمع قادرة على الاستمرار والتطور مستقبلا؛
- "تقديم الدعم للمبادرات العلمية والمشاريع الناشئة التي لا تتوافر لها المقومات اللازمة للبدء الفعلي في العمل والإنتاج؛
- تقديم المساعدات والمشورات في مجالات مختلفة منها التنظيمية والإدارية والخدمية وغيرها في مراحل الإنشاء والنمو، وذلك بهدف بقاء المشاريع واستمراريتها؛[x]

ومن بين الأهداف أيضا ما يلي[xi]:

- العمل على استقطاب العمالة الوطنية وتطوير المهارات والقدرات الاحترافية والتكنولوجية المتوفرة محليا؛
- تحقيق التقارب بين النشاطات الصناعية والبحوث العلمية التطبيقية، أي العمل على التنفيذ العملي لتلك البحوث والاستفادة من الخبرات الأكاديمية في مجالات البحث العلمي وتحويل أفكارها إلى الواقع التطبيقي؛
- توسيع قاعدة رجال الأعمال من خلال اجتذابها لأصحاب المؤسسات الصغيرة والمشاريع الناشئة وتفعيل مشاركتهم في تعزيز أداء الاقتصاد الوطني، وذلك بالعمل على تنويع مجالات النشاط الاقتصادي وتبني المشروعات الاقتصادية الواعدة وإدخالها إلى السوق؛
- المراجعة الدورية لعمليات التشغيل لمن ينتسب لهذه الحاضنات وصولا إلى تحقيق الأهداف المرسومة.

4– مهام حاضنات الأعمال وأنواعها

سنحاول في هذا الصدد التطرق إلى مهام حاضنات الأعمال وأنواعها كالتالي:

أ– مهام حاضنات الأعمال

تتمثل مهام الحاضنات فيما يلي[xii]:

- استقبال واحتضان ومرافقة المؤسسات حديثة النشأة لمدة معينة، وكذا أصحاب المشاريع؛

- تسيير وإيجار المحلات؛
- تقديم الإرشادات الخاصة والاستشارات في الميدان القانوني والمحاسبي والتجاري والمالي، والمساعدة على التدريب المتعلق بمبادئ وتقنيات التسيير خلال مرحلة إنضاج المشروع؛

بالإضافة إلى المهام التالية[xiii]:

- توفر للمؤسسة الصغيرة المحتضنة مبنى يشمل مكاتب الإدارة لكل منها وقاعة استقبال مستقلة أو مشتركة وقاعة المحول الهاتفي، وقاعة لتجهيزات الاتصال الأخرى)الفاكس،الإنترنيت(...؛
- تقديم تمويل ميسر للمؤسسة المحتضنة لمساعدتها على الإنفاق الاستثماري الأولي؛
- إرشاد المؤسسات المحتضنة إلى مختلف الجهات الحكومية وغير الحكومية ذات العلاقة بنشاط المؤسسة المحتضنة، وذلك فيما يتعلق بالقوانين والشروط الخاصة بالتسجيل والضرائب والجمارك، وشركات التأمين، وكذا الموردين والأسواق المحتملة....؛
- تقديم الدعم الفني فيما يتعلق بتصميم المنتجات و/أو تطويرها وكل ما يتعلق بتحسين الجودة؛
- إجراء دورات تدريب وتأهيل للعاملين في المؤسسات المحتضنة، سواء من طرف المؤسسة الحاضنة ذاتها أو عن طريق هيئات متخصصة؛
- تقديم المساعدة الخاصة بالصيانة لمختلف التجهيزات الميكانيكية والإلكترونية وتزويدها بقطع الغيار المطلوبة، أو بالقطع التي من شأنها أن تضيف كفاءة أكبر للتجهيزات المتاحة.

5– آليات عمل حاضنات الأعمال

يمكن عرض آلية عمل الحاضنات الناجحة كما يلي[xiv]:

تعمل حاضنات الأعمال على تقديم حزمة من الخدمات للمشاريع خاصة الصغيرة، وهذه الخدمات لا تقدم إلا للأعضاء المنتسبين للحاضنة وقاموا بتقديم طلبات من أجل المساعدة لهذه المؤسسات.

بعد تأسيس الحاضنة وتوفير المكان المناسب فإن طلبات الانتساب من قبل أصحاب المبادرات من الشباب الذين يحملون أفكارا جديدة لتنفيذها تبدأ بالتوافد على الحاضنة، وتقوم لجنة متخصصة بدراسة جميع الطلبات المقدمة إليها ومن ثم إصدار قرارها بشأن قبول أي نوع منها، ومن ثم تعمل على تقديم خدمة من الخدمات والتسهيلات) خدمات إدارية، استشارية، مالية، قانونية (وغيرها من الخدمات، والتي تقدم مقابل إيجار أو رسم احتضان ويتم توقيع عقد بين المؤسسة والحاضنة يتضمن تعهد من المؤسسات بدفع رسوم الاحتضان وإخلاء الحاضنة بعد فترة زمنية محددة، وهذا لكي يتاح للحاضنة استيعاب مؤسسات أخرى، بحيث تتعهد الحاضنة بتقديم كافة الوسائل اللازمة لدعم المؤسسات الصغيرة، وهو إجراء معمول به في كثير من الدول التي طورت مجال الحاضنات.

وفيما يخص معايير التحاق المشروعات بالحاضنات، يمكن القول أن أهم شروط الالتحاق هو مدى احتياج المشروع للدعم من الحاضنة، ويجب أن تكون تلك المؤسسات مبنية على الأشخاص المؤهلين أصحاب الأفكار الجديدة والتي تساعده على النمو السريع والتخرج بأسرع وقت ممكن.

ويعتبر اختيار المشروعات ا لم ا رد ضمها إلى الحاضنة مهمة تقتضي البحث عن المشروع الذي يحمل صفات وقدرات مميزة ليكون مثالا ناجح في الاحتضان، ويمكن أن نذكر المعايير التالية:[xv]

- المشاريع الجيدة ذات النمو السريع؛
- المشاريع القائمة على المبادرات التكنولوجية، واستخدام التقنيات الحديثة وإنتاج منتجات عالية الجودة؛
- المشاريع التي تحقق الترابط والتكامل مع المشروعات القائمة؛
- مشاريع تحقق تأهيل كوادر إدارية، وتساهم في تنمية المهارات الفنية؛
- إمكانية تنفيذ الفكرة ذاتيا والقدرة على البدء فورا؛
- واقعية وقابلية خطة المشروع للتحقيق؛
- المحتوى التكنولوجي للمشروع (أبحاث متطورة، تقنيات جديدة)

6– مراحل احتضان المؤسسات

تتم رعاية ومتابعة المشروعات الملتحقة بالحاضنة خلال المراحل المختلفة من عمر هذه المشروعات على النحو التالي[xvi]:

المرحلة الأولى :مرحلة الدراسة والمناقشة الابتدائية والتخطيط: في هذه المرحلة ومن خلال المقابلات الشخصية بين إدارة الحاضنة والمتقدمين بمشروعاتهم، يتم التأكد من:

- جدية صاحب الفكرة أو المشروع، ومدى انطباق معايير الاختيار على المستفيدين ومشروعاتهم؛
- قدرة فريق العمل المقترح على إدارة المشروع؛
- نوعية وطبيعة الخدمات التي يتطلبها المشروع من الحاضنة، وقدرة الحاضنة على توفيرها؛
- الخطط المستقبلية لتوسعات المشروع.

المرحلة الثانية: مرحلة إعداد خطة المشروع: في ضوء النتائج التي يتم التوصل إليها في المرحلة الأولى أثناء إعداد دراسة جدوى المشروع اقتصاديا وفنيا وتسويقيا، يقوم المستفيد بإعداد خطة المشروع.

المرحلة الثالثة: مرحلة الانضمام للحاضنة وبدء النشاط: في هذه المرحلة يتم التعاقد مع المشروع، ويخصص له مكان مناسب طبقا لخطته.

المرحلة الرابعة : مرحلة نمو وتطوير المشروع: ويتم خلالها متابعة أداء المؤسسة التي تعمل داخل الحاضنة ومعاونتها على تحقق معدلات نمو عالية من خلال المساعدات والاستشارات من الأجهزة الفنية المتخصصة المعاونة بإدارة الحاضنة، علاوة على المشاركة في الندوات وورش العمل والدورات التدريبية التي تتم داخل الحاضنة بالتعاون مع المؤسسة المعنية.

المرحلة الخامسة : مرحلة التخرج من الحاضنة: وهي المرحلة النهائية بالنسبة للمشروعات داخل الحاضنة، وتتم عادة بعد فترة تتراوح سنتين إلى ثلاث سنوات من قبول المشروع بالحاضنة، وذلك طبقا لمعايير محددة للخروج، حيث يتوقع أن يكون المشروع قد حقق قدرا من النجاح والنمو وأصبح قادرا على بدء نشاطه خارج الحاضنة بحجم أعمال أكبر.

ويقاس نجاح الحاضنات بعدد المؤسسات الجديدة المتخرجة منها خلال فترة محددة والتي تستمر في التطور بعد تخرجها لتصبح مؤسسة متوسطة أو حتى كبيرة، وبما يحققه من تشجيع المبادرات وتنمية روح المخاطرة وخلق فرص عمل جديدة مع اجتذاب الصناعات المطلوبة، وما ينتج عن ذلك من أرباح مقبولة لمالكيها وعوائد إضافية للحكومة.

ثانيا– واقع حاضنات الأعمال في الجزائر

سنحاول التركيز في هذه النقطة على عريف المشاتل ومراكز التسهيل وفق التشريع الجزائري وأسباب تأخرها، بالإضافة إلى عوامل نجاحها.

1– تعريف حاضنات الأعمال ومراكز التسهيل في التشريع الجزائري

أ– حاضنات الأعمال: وفقا للتشريع الجزائري، فحسب المرسوم التنفيذي رقم03-78 المؤرخ في 24 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل 25 فيفري2003 ، يتضمن القانون الأساسي لمشاتل المؤسسات على أنها " مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

وتكون المشاتل في إحدى الأشكال الآتية[xvii]:

* **المحضنة:** هيكل دعم يتكفل بدعم بحاملي المشاريع في قطاع الخدمات؛

* **ورشة الربط:** هيكل دعم يتكفل بحاملي المشاريع في قطاع الصناعة الصغيرة والمهن الحرفية؛

* **نزل المؤسسات:** هيكل دعم يتكفل بحاملي المشاريع المنتمين إلى ميدان البحث.

وتنشأ هذه المشاتل بموجب مرسوم تنفيذي وتوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتتمثل أهم أهدافها في:

- تطوير التآزر مع المحيط المؤسساتي؛
- المشاركة في الحركة الاقتصادية في مكان تواجدها؛
- تشجيع بروز المشاريع المبتكرة؛
- تقديم الدعم لمنشئي المؤسسات الجدد؛
- ضمان ديمومة المؤسسات المرافقة؛
- تشجيع المؤسسات على تنظيم أفضل؛
- العمل على أن تصبح على المدى المتوسط عاملا استراتيجيا في التطور الاقتصادي في مكان تواجدها.

أما مهامها فتتمثل في:

- استقبال واحتضان ومرافقة المؤسسات حديثة النشأة لمدة معينة، وكذا أصحاب المشاريع؛

- تسيير وإيجار المحلات، وذلك بوضع المحلات تحت تصرف أصحاب المشاريع تتناسب مساحتها مع طبيعة المشتلة واحتياجات نشاطات المشروع؛
- تقديم الخدمات من حيث التوطين الإداري والتجاري للمؤسسات الحديثة النشأة وللمتعهدين بالمشاريع؛
- تقديم إرشادات خاصة.

وبالنسبة لأجهزتها فيسير كل مشتلة مؤسسة مجلس إدارة، ويديرها مدير تساعده في أداء مهامه لجنة

اعتماد المشاريع.

ب– مراكز التسهيل: هي مؤسسات عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، حيث أنها تسعى لتحقيق العديد من الأهداف منها [xviii]:

- وضع شباك يتكيف مع احتياجات أصحاب المؤسسات والمقاولين وتقليص آجال إنشاء المشاريع؛
- تسيير الملفات التي تحظى بدعم الصناديق المنشأة لدى الوزارة المعنية؛
- تطوير التكنولوجيات الجديدة وتثمين البحث والكفاءات؛
- مرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الاندماج الاقتصادي الوطني والدولي.

كما تتكلف هذه المراكز بمهام عديدة أهمها:

- دراسة الملفات والإشراف على متابعتها وتجسيد اهتمام أصحاب المشاريع وتجاوز العراقيل أثناء مرحلة التأسيس؛
- مرافقة أصحاب المشاريع في ميداني التكوين والتسيير ونشر المعلومات المتعلقة بفرص الاستثمار؛
- تقديم الاستشارات في مجال تسيير الموارد البشرية والتسويق والتكنولوجيا والابتكار، ويدير مركز التسهيل مجلس توجيه ومراقبة ويسيره مدير.

الجانب التطبيقي

أولا– تقديم مشتلة المؤسسات – محضنة باتنة

سنحاول في هذا الصدد تقديم محضنة باتنة وأهدافها، بالإضافة إلى مختلف الخدمات التي تقدمها.

1– تعريف محضنة باتنة ومهامها

أ– تعريف محضنة باتنة: مشتلة المؤسسات المسماة محضنة باتنة هي عبارة عن هيئة عمومية لدعم، استقبال، توطين ومرافقة لخلق مؤسسات تسمح بالمرور من الفكرة إلى التجسيد أسست بموجب المرسوم التنفيذي رقم 376/03 المؤرخ في: 30-10-2003 وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري ذات شخصية معنوية بم وجب المرسوم التنفيذي رقم 78/03 المؤرخ في 25-02-2003 المتضمن القانون الأساسي لمشاتل المؤسسات

ب– مهام المشتلة: تتمثل في المهام التالية:

- استقبال، توجيه، توطين ومرافقة لمدة محددة للمؤسسات الجديدة ولحامل الأفكار؛
- تقديم نصائح للشباب؛
- إيواء وتسيير المكاتب؛
- تقديم خدمات : رسائل، فاكس، طبع وتوزيع المراسلات؛
- تقدم المشتلة دعم في تقنيات التسيير والإعلام خاصة في المرحلة الأولى.

2– اهداف المشتلة والخدمات التي تقدمها

أ– أهداف المشتلة: تتمثل أهم أهدافها في :

- تشجيع بروز المشاريع المبتكرة؛
- تقديم الدعم لمنشئي المؤسسات الجدد؛
- تشجيع المؤسسات على تنظيم أفضل؛
- تطوير التآزر مع المحيط المؤسساتي؛
- المشاركة في الحركة الاقتصادية.

ب– الخدمات التي تقدمها: وتتمثل في:

* **التوطين** : هو عبارة عن توفير مقر إداري وتجاري لحاملي المشاريع والمؤسسات المنشأة حديثا لمدة محددة مع مرافقة عملية.

* **المرافقة** :هي مجموعة من الخدمات تقدمها المشتلة لحاملي المشاريع والمؤسسات المنشأة حديثا وتتمثل في:

- مجموعة النصائح المقدمة في الميادين الإدارية، القانونية، المحاسبية، التجارية قبل وبعد إنشاء المؤسسة؛
- وضع تحت تصرفهم مكاتب مجهزة مع تقديم خدمات تتمثل في طبع وتوزيع المراسلات، فاكس، إنترنيت؛
- مساعدة هذه المؤسسات على مواجهة العوائق التي تواجهها؛
- دراسة واقتراح الوسائل الخاصة بترقية هذه المؤسسات؛

3– حصيلة نشاطات المشتلة خلال سنة 2015 : كانت حصيلة النشاطات كما يلي:

أ– النشاطات المرتبطة بأصحاب المشاريع والمؤسسات

* **الاستقبال والتوجيه:** رغم بعد المؤسسة عن المدينة التي تشكل عائق كبير بالنسبة لأصحاب الأفكار والراغبين في الاستثمار وكذلك نقص المواصلات، وفكرة المشتلة جديدة إلا أنه تم خلال هذه السنة استقبال 188 فردا إلى غاية 31 من شهر ديسمبر 2015 راغبين للاستفادة من خدمات المشتلة موزعين كما يلي:

الجدول رقم (01): عدد الأفراد المستفيدين من خدمات المشتلة

النشاطات	العدد	مجال التوجيه	الجنس	
			ذكر	انثى
خدمات	34	مختلف هيئات الدعم المالي	163	25
الصناعة التحويلية	38			
الأشغال العمومية	24			
الفلاحة	06	CALPIREF		
الصناعة الغذائية	07			
أخرى	79	استفسار		

المصدر: مشتلة المؤسسات محضنة باتنة

* **الإيواء:** تميزت سنة 2015 بإيواء جميع المكاتب 11 المتواجدة على مستوى المشتلة وهناك طلبات في الانتظار، الجدول المرفق يبين طبيعة المؤسسات المحتضنة ومدة المكوث داخل المشتلة:

الجدول رقم (02): عدد الأفراد الذين تم إيوائهم داخل المشتلة

الرقم	الاسم و اللقب	النشاط	مدة المكوث
01	بن سخرية دنيا	مؤسسة خدمات الإعلام الآلي	08 أشهر
02	عبد السلام مريم	مكتب دراسات و استشارات	03 شهر
03	مكي إسحاق فاتح	مؤسسة خدمات الإعلام الآلي	03 أشهر
04	سهيل توفيق حمزة	مؤسسة إنتاج الآلات الصناعية	03 أشهر
05	ليتيم الشافعي	وحدة إنتاج المواد شبه الصيدلانية	09 أشهر
06	زراري خالد	مكتب الدراسات	06 أشهر
07	روابح توفيق	وحدة تحويل الورق	02 أشهر
08	بايع راسو نورالدين	وحدة إنتاج الزيوت النباتية و الحلوى	03 شهر
09	بن برنة حكيمة	وكالة إشهارية	02 أشهر
10	شريف فريد	وحدة الصيانة والتطهير	02 أشهر
11	خيثر خليل	وحدة استرجاع العجلات و إنتاج البلاستيك	02أشهر
12	لكحل يوسف	مخبر الهندسة المدنية	02 أشهر
13	سالم عدنان	إنتاج أغذية الأنعام	02 أشهر
14	خليفة مصطفى	مؤسسة خدمات الإعلام الآلي	02 أشهر

المصدر: مشتلة المؤسسات محضنة باتنة

من خلال الجدول نلاحظ أن مدة الإيواء قصيرة جدا لبعض المؤسسات حيث تم فسخ عقود الإيواء بالنسبة لهم و هذا راجع لعدة عوامل منها:

- بعد المشتلة عن المدينة بحوالي 05 كلم وعدم وجود مقرات إدارية قريبة؛
- نقص المواصلات بالنسبة للبعض؛
- عدم تقبل فكرة الإيواء؛
- القدوم إلى المشتلة بغرض الحصول على تمويل مالي أو بغية الحصول على عقار فقط؛
- نية البعض في الاستيلاء على المكاتب.

* **المرافقة و إنشاء المؤسسة:** تم مرافقة 07 أفراد من أصحاب الأفكار لتحويلها إلى مؤسسة وذلك عن طريق الهاتف وحضورهم المتكرر إلى المشتلة وهم كما يلي:

الجدول رقم (03): عدد الأفراد الذين تم مرافقتهم

الرقم	الاسم واللقب	النشاط	نوعية المرافقة	ملاحظة
01	دوالة اليامين	إنتاج الزيوت النباتية	كل مراحل إنشاء المؤسسة	تم استخراج السجل التجاري
02	بوشملة بشير	مذبح الدواجن	إعداد مخطط الأعمال	تم الانتهاء من الملف
03	ليتيم الشافعي	إنتاج الأدوات الطبية	إعداد مخطط الأعمال	قيد الدراسة
04	بلخيري مانع	صناعة الحلي والمجوهرات	تسجيل العلامة التجارية و شهادة المطابقة	المؤسسة عملية
05	رمضان محمدباديس	تحويل البلاستيك	مرافقته من اجل بحث نهاية التخرج و تحويل الفكرة إلى مشروع	المشروع في مرحلة متقدمة
06	نموشي نبيل	إنتاج الفحم بأنواعه	المشاركة في معرض المنتوج المحلي	المشروع الغي
07	مدور فاتح	استصلاح الأراضي	مناقشة الفكرة والتوجيه	قيد الدراسة

المصدر: مشتلة المؤسسات محضنة باتنة

* **مخطط الأعمال:** تمت المساعدة على إعدادمخططي أعمال (02) موجهان للحصول على العقار الصناعي وهما كما يلي:

الجدول رقم(04): مخطط الأعمال

الرقم	النشاط	الاسم و اللقب	ملاحظة
01	مشروع إنتاج المواد شبه الصيدلانية	ليتيم الشافعي وشركائه	المشروع قيد الاعداد
02	مشروعمذبح	بوشملة بشير	تم تسليم الدراسة

المصدر: مشتلة المؤسسات محضنة باتنة

* **مرافقة المؤسسات مع المعهد الوطني للملكية الصناعية:** وكانت كالتالي:

الجدول رقم(05): مرافقة المؤسسات مع المعهد الوطني للملكية الصناعية

الرقم	الاسم واللقب	المؤسسة	الهدف
01	عبد الرحمان نادية	التعليم والاستشارةMORTA'A	طلب تسجيل العلامة
02	بوخنوفة رضوان	تحويل البلاستيك	حماية المنتوج والشعار
03	فراحتية مراد	إنتاج الزيوت و الدهون	حماية الشعار والاسم
04	دلاندة خالد	إنتاج الحزف	حماية الشعار

المصدر: مشتلة المؤسسات محضنة باتنة

* **عدد المؤسسات التي ساهمت المشتلة بإنشائها و عدد العمال:**

الجدول رقم(06): عدد المؤسسات التي ساهمت المشتلة بإنشائها و عدد العمال

الرقم	الاسم و اللقب	النشاط	عدد العمال
01	بن سخرية دنيا	مؤسسة خدمات الإعلام الآلي	01
02	عبد السلام مريم	مكتب دراسات و استشارات	04
03	مكي إسحاق فاتح	مؤسسة خدمات الإعلام الآلي	02
04	دوالة اليامين	إنتاج الزيوت النباتية	06
05	ليتيم الشافعي	إنتاج مواد شبه صيدلانية	06
06	بايع راسو نورالدين	وحدة إنتاج الزيوت النباتية و الحلوى	03
07	خليفة مصطفى	مؤسسة خدمات الإعلام الآلي	03
08	سالم عدنان	إنتاج أغذية الأنعام	03

المصدر: مشتلة المؤسسات محضنة باتنة

ب– النشاطات المرتبطة بالتكوين: في إطار برنامج التكوين المبرمج من طرف المشتلة او مع الشركاء شارك إطارات المؤسسة في عدة دورات تكوينية منها:

* **حصص التكوين المنظمة من طرف المشتلة:** نلخصها في الجدول التالي:

الجدول رقم(07): حصص التكوين المنظمة من طرف المشتلة

التاريخ	المكان	العنوان	المكون
2–4 نوفمبر	المشتلة	المبادئ الأولية لتسيير المؤسسة	خبير محاسبي
19 نوفمبر	المشتلة	المناجمنت في المؤسسة (الحصة 01)	أستاذة من جامعة بريكة
26 نوفمبر	المشتلة	المناجمنت في المؤسسة (الحصة 02)	أستاذة من جامعة بريكة
03 ديسمبر	المشتلة	الموارد البشرية	أستاذة من جامعة بريكة
10 ديسمبر	المشتلة	أدوات الاتصال (الحصة 01)	خبير خارجي
17 ديسمبر	المشتلة	أدوات الاتصال (الحصة 02)	خبير خارجي
28 أفريل	ملحقة مركز التكوين بيطام	مراحل إنشاء المؤسسة	مدير المشتلة
28 ماي 14 سبتمبر 17 نوفمبر	جامعة الحاج لخضر	مراحل إنشاء المؤسسة	مدير المشتلة
18 فيفري 30 أفريل 07 -14 ماي 04-08 جوان	مراكز التكوين المهني لكل ثنية العابد، بوزينة، الشمرة، عين التوتة، اشمول وباتنة	مراحل إنشاء المؤسسة	إطارات المشتلة

المصدر: مشتلة المؤسسات محضنة باتنة

* **الحصص المنظمة من طرف الغير**: في إطار التعاون بين مختلف الهيئات، شارك إطارات المشتلة في عدة دورات تكوينية كما يلي:

الجدول رقم(08): حصص التكوين المنظمة من طرف الغير

التاريخ	المكان	العنوان	المكون
08 – 12 مارس	لشبونة (البرتغال)	دراسات حول " الهياكل المحلية لدعم المؤسسات	
13 – 15 مارس	الجزائر	كيف تصبح مرافق	مؤسسة MOWGLI
18 -19 مارس	الجزائر	تطوير خدمات الدعم للمؤسسات "BDS"	مكتب الخبرة GIZ
26 مارس	مشتلة المؤسسات عنابة	آليات الضمان المالي	صندوق ضمان القروض
31 ماي – 04 جوان	مشتلة المؤسسات ميلة	تسيير المشاريع	معهد التسيير INSIM
14 -16 أفريل	مشتلة المؤسسات خنشلة	حساب التكاليف	مكتب الخبرة
26 أفريل	مشتلة المؤسسات بسكرة	دعم المشاريع المحتضنة في قطاع الصناعات الغذائية	مكتب الخبرة
22 -26 نوفمبر	مشتلة المؤسسات خنشلة	التدريب ومرافقة حاملي المشاريع	مكتب خبرة
14 ديسمبر	الديوان الوطني للقياسة القانونية	الاسعافات الأولية والتدخل أثناء الأخطار	الحماية المدنية

المصدر: مشتلة المؤسسات محضنة باتنة

ج– حصيلة النشاطات التي قامت بها المؤسسة مقارنة بمخطط النشاطات المتوقع القيام بها خلال سنة2015 : ويمكن تلخيصها في الجدول التالي:

الجدول رقم (09): حصيلة النشاطات التي قامت بها المؤسسة مقارنة بمخطط النشاطات المتوقع القيام بها خلال سنة 2015

النشاط المتوقع لسنة 2015	النشاط المنجز لسنة 2015	النشاط المتوقع لسنة 2014 وغير منجز
– اقتناء الأدوات، التجهيزات واللوازم المكتبية والإعلامية – وضع تحت تصرف المؤسسات المحتضنة محلات مجهزة بكل الوسائل الضرورية – وضع مكتبة تحت تصرف إطارات المشتلة وأصحاب المشاريع المحتضنة	– تم وضع تحت تصرف أصحاب المؤسسات والزوار كل التجهيزات و الوسائل من اجل السير الحسن للمشتلة و الذي يهدف إلى جلب اكبر عدد ممكن من أصحاب المؤسسات	– وضع مكتبة تحت تصرف إطارات المشتلة وأصحاب المشاريع المحتضنة
– تنظيم خرجات ميدانية إلى مختلف دوائر وبلديات الولاية للتعريف بمهام المشتلة – المشاركة في حصص إذاعية عبر أمواج الإذاعة المحلية – تنظيم الأسبوع العالمي للمقاولاتية – المشاركة في مختلف الأيام الإعلامية والتحسيسية المنظمة من طرف الشركاء – البحث عن شركاء اقتصاديين لأصحاب الأفكار والمؤسسات المحتضنة – المواصلة في البحث عن أصحاب الأفكار خاصة الإبداعية في مختلف أقسام الجامعة ومراكز التكوين المهني – توقيع اتفاقيات تعاون مع مراكز البحث العلمي	– تمت المشاركة في 35 تظاهرة اقتصادية من بينها ثلاثة منظمة من طرف المشتلة بما فيها جزء من الأسبوع العالمي للمقاولاتية و الباقي مع الشركاء غرفة الصناعة التقليدية و الحرف، الجامعة، مديرية التكوين المهني، المعهد الوطني للملكية الصناعية، غرفة التجارة و الصناعة.. – تم المشاركة في 08 حصص إذاعية – تمت المشاركة في أغلبية التظاهرات المنظمة داخل الجامعة مع توزيع مطويات تبرز الخدمات التي تقدمها المشتلة.	

والتقني وهيئات الدعم و المساعدة – تنظيم لقاءات مع مختلف الجمعيات المهنية –تنظيم أيام دراسية لنشر روح المقاولاتية خصوصا بين طلبة الجامعة والمعاهد لتشجيع بروز المشاريع – إصدار مطويات عن المشتلة تبرز وأهدافها ومهامها		
–تنظيم ندوات تبرز أفاق الاستثمار وفرص التشغيل في الولاية –تصنيف النشاطات حسب أهميتها والمتوافقة مع أولويات وأهداف المشتلة	تم تنظيم ملتقى خلال الأسبوع العالمي للمقاولاتية ومن خلاله التعريف بآليات تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	
–إجراء دورات تكوينية: * لأصحاب الأفكار الجدد حول المراحل الحقيقية لإنشاء المؤسسة * لأصحاب المؤسسات الجديدة حول مختلف المبادئ الأولية لتسيير المؤسسة – إجراء دورات تكوينية لإطارات تكوينية المشتلة – إعداد برنامج متابعة خاص بالمؤسسات المحتضنة	– تم إجراء 14 دورة تكوينية لأصحاب الأفكار وللمؤسسات المحتضنة و غير المحتضنة في مجالات مختلفة و أيضا لإطارات المؤسسة –تم إعداد بطاقة متابعة خاصة لكل مؤسسة محتضنة أو محل مرافقة.	
– استقبال حاملي مشاريع جدد – تكوين ملفات الاحتضان – إعادة تجديد كراء المكاتب – تنظيم جلسات عمل دورية لصالح حاملي المشاريع المحتضنة لمتابعة وتقييم تنفيذ مخططات الأعمال	– تم خلال السنة استقبال 188 صاحب مشروع و تم توجيههم و ت احتضان 14 مؤسسة لفترات مختلفة – تتم متابعة كل مؤسسة عن طريق جلسات متابعة دورية – تم تنظيم دورة خاصة لأصحاب المؤسسات حول	

–تدريب أصحاب المؤسسات على إعداد وتقديم مخطط أعمالهم مختلف الهيئات	المبادئ الأولية لتسيير مؤسسة من طرف خبير معتمد	
–توجيه حاملي المشاريع لتجسيد أفكارهم –تقديم كل أنواع الاستشارات الاقتصادية والقانونية الخاصة بتكوين فكرة مشروع –تنظيم أيام علمية في الجامعة ومراكز التكوين المهني ودور الشباب تقدم فيها كل الاستشارات مع إبراز المراحل الحقيقية لإنشاء مؤسسة	– تم توجيه كل الزوار للمشتلة و تقديم الاستشارات لخاصة بإنشاء مؤسسة – تم العمل على إنشاء 08 مؤسسات و تم تقديم ثلاث دورات تكوينية حول مناجمنت المؤسسة	
–التواصل الدائم معهم من أجل إيصال المعلومات الجديدة والعمل على تذليل الصعوبات –وضع تحت تصرف المؤسسات قاعدة بيانات المتحصل عليها من خلال الإنفاق المبرم مع المعهد الوطني للملكية الصناعية	– تم وضع قاعدة البيانات و تمت مرافقة عدد معتبر من أصحاب المؤسسات مع المعهد الوطني للملكية الصناعية و كذلك مختلف هيئات الدعم	

المصدر: من اعداد الباحثين

د– المعوقات والصعوبات التي واجهت المشتلة: من خلال ما سبق نستطيع القول أن المشتلة وللسنة الثانية على التوالي قامت بإنجاز نسبة كبيرة من مخطط نشاطات المتوقع لسنة 2015، حيث قامت بإيواء بعض أصحاب الأفكار والمؤسسات حديثة النشأة لفترات قصيرة لكن عزوفهم عن استغلال المكاتب وعدم حضورهم إطلاقا أثر على السير الحسن للمرافقة والإيواء وقد لاقت عدة عوائق أثرت على المردود الحسن لها و من بين هذه المعوقات التي أثرت على ذلك ما يلي:

- رغبة بعض أصحاب الأفكار والمستثمرين في الحصول على مكتب دون مقابل مما أجبرها على فسخ عقود الإيواء؛
- وقوع المؤسسة في منطقة عمرانية حديثة وغير عملية؛
- الربط المتأخر لمقر المؤسسة بمختلف الشبكات :الماء، الغاز في انتظار الهاتف والانترنيت؛
- عدم وجود هيئات إدارية قريبة منها؛
- بعد المقر عن مركز المدينة بحوالي 05 كلم؛
- عدم الاعتراف من طرف مركز السجل التجاري بنموذج عقد الإيواء مشترطين وجوب تسجيل العقد لدى مصلحة الضرائب مما أرغمها على تحرير عقود توثيقية مع موثق من أجل توطين مؤسستين؛
- عدم تقبل فكرة المرافقة و ذلك لتعود أصحاب الأفكار على التدعيم المالي فقط.

الخاتمة: إن تبني الجزائر لفكرة حاضنات الأعمال جاء كمحاولة استنساخ تجارب بعض الدول الرائدة في هذا المجال دون دراسة أولية لإمكانية تجسيدها على أرض الواقع بشكل يتلاءم وطبيعة الظروف الاقتصادية والاجتماعية التي تعايشها الدولة؛ ومنه توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

نتائج الدراسة:

- على الرغم من كافة الإجراءات التي تبنتها الجزائر لترقية المؤسسات وعلى راسهم العمل المقاولاتي، لا تزال هذه الأخيرة تواجه العديد من المشاكل والعراقيل التي تعيق التطور المتسارع لهذه المؤسسات، وأهم هذه المشاكل ما يتعلق بطرق التمويل، مشاكل العقار؛
- تعتبر حاضنات الأعمال من الأساليب الحديثة لتشجيع وتطوير العمل المقاولاتي؛
- تقدم حاضنات الأعمال حزمة متكاملة من الخدمات للمقاولات الملتحقة بها، وترتبط هذه المساعدات والخدمات بالمشاكل والمعوقات التي تواجه هذه المقاولات خاصة في مرحلة البدء والانطلاق، ومن بين هذه الخدمات:الخدمات الاستشارية، توفير مختلف أنواع الدعم؛
- تساعد حاضنات الأعمال أصحاب الأفكار الإبداعية والعلمية من تجسيد هذه الأفكار على أرض الواقع؛
- تضع الحاضنات تحت تصرف المؤسسات المنتسبة لديها كل ما تحتاجه من تجهيزات مكتبية وخدمات الهاتف والإنترنيت والفاكس وغيرها؛
- تسهيل الوصول إلى الهيئات والجهات الداعمة لأصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قيام الحاضنة والإدارت المتخصصة بمتابعة وتقييم المشاريع الملتحقة بها بشكل دوري ومستمر؛
- للحاضنات دور كبير في ترقية الاقتصاد الوطني، فهي تساهم في توسيع وتوزيع القاعدة الاقتصادية من خلال استثمار الأفكار الريادية الناجحة وتحويلها إلى مشاريع اقتصادية واعدة؛
- بالرغم من صدور المرسوم التنفيذي المتضمن القانون الأساسي لمشاتل المؤسسات سنة 2003 إلا أنّ تجسيدها لم يتم البدء فيه إلا في سنة2009 ؛
- تعتبر مشتلة المؤسسات بباتنة مثال حي عن واقع الحاضنات في الجزائر، حيث أنها تقدم العديد من الخدمات لمنتسبيها من استقبال، توجيه، إيواء. ..ويكون ذلك لمدة 3 سنوات تجدد كل 6 أشهر؛
- تضمن محضنة باتنة الإقامة لحاملي المشاريع وذلك بالوضع تحت تصرفهم مكاتب مجهزة؛
- عقدت مشتلة باتنة اتفاقيات مع العديد من الجهات(الجامعات، مركز التكوين المهني، غرفة الصناعة والتجارة ومجموعة من الجمعيات.....)؛

التوصيات والاقتراحات:

من أجل تفعيل دور الحاضنات في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة في الجزائر فيمكننا اقتراح ما يلي:

-نشر ثقافة المشروع الصغير في الجزائر؛

-ضرورة التحسيس بأهمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدى فئات الشباب خاصة؛

-ضرورة القضاء على أساليب التمييز والبيروقراطية المنتشرة في الأوساط الإدارية؛

-يجب القيام بدراسة مدى إمكانية وجدوى إطلاق مشروع الحاضنة قبل إنشاء أي حاضنة، بحيث يجب أن تتطابق طبيعة الحاضنة مع الإمكانيات الاقتصادية والاجتماعية للمنطقة؛

-لابد من اختيار مسيرين ذوي خبرة وكفاءة لإدارة الحاضنة، وذلك لضمان نجاح كل من الحاضنة والمؤسسات المحتضنة؛

-العمل على إيجاد علاقة تعاون بين الجامعات والمعاهد كمصدر لخلق الأفكار وبين الحاضنة كمكان لتجسيد الأفضل منها؛

الاحالات والهوامش:

[i] – إيثار عبد الهادي الفيحان وسعدون محسن سلمان، دور حاضنات الأعمال في تعزيز ريادة المنظمات، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 30، 2012، ص 84.

[ii] – أنور أحمد نهار العزام وصباح محمد موسى، تأثير استخدام حاضنات الأعمال في إنجاز المشاريع الريادية في الأردن، .مجلة الإدارة والاقتصاد،العدد 83،الجامعة المستنصرية، 2010، ص 142.

[iii] – حسين رحيم، ترقية شبكة دعم الصناعات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر– نظام المحاضن–، الملتقى الوطني حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية 9 أفريل2002 ، جامعة ثليجي عمار، الأغواط

[iv] – علي سماي، دور الحاضنات التكنولوجية في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد7 .جامعة محمد خيضر، بسكرة،2010 ، ص 138

[v] – هلال ادريس مجيد ومعن ثابت عارف، دور الحاضنات الإنتاجية في تنمية المؤسسات الصغيرة، الملتقى الدولي حول: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية يومي18 -17 أفريل2006 ، جامعة حسيبة بن بوعلي، .- الشلف، ص1018

[vi] .What is a bussiness Incubator (www.nbia.org/resource_center/what_is/index.php) 03/01/2017.

[vii] – مفيد عبد اللاوي، حاضنات الأعمال ودورها في تشغيل الشباب من خلال احتواء مخرجات الجامعة، الملتقى الدولي –حول :الجامعة والتشغيل، الاستش ا رف، والرهانات والمحك يومي 4-5 ديسمبر2013 ، جامعة الدكتور يحي فارس، المدية، ص 7.

[viii] – خالد رجم ودادن عبد الغني، عرض مفاهيم عامة حول حاضنات الأعمال وتجارب دولية، المؤتمر العلمي الدولي حول: استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر يومي18-10 أفريل2012 ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص3.

[ix] – دليلة بركان وحايف سي حايف شيراز، مرجع سابق، ص6.

[x] – أنور أحمد نهار العزام وصباح محمد المرسي، مرجع سابق، ص 145

[xi] – هلال إدريس مجيد ومعن ثابت عارف، مرجع سابق، ص ص 1018، 1019.

[xii] – صالح صالحي، أساليب تنمية المشروعات المصغرة والصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الج ا زئري، مجلة العلوم لاقتصادية وعلوم التسيير، العدد3، جامعة فرحات عباس، سطيف،2003 ، ص31 .

[xiii] – حسين رحيم، مرجع سابق.

[xiv] – عبد الرزاق فوزي، إشكالية حاضنات الأعمال بين التطوير والتفعيل :رؤية مستقبلية حالة حاضنات الأعمال في الاقتصاد، الج ا زئري، المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز ريادة الأعمال، سبتمبر2014 ، ص18

[xv] – نضال محمد طالب، الحاضنات الصناعية ودورها في دعم الصناعات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى العربي الخامس للصناعات الصغيرة والمتوسطة 14- 15 .ماس2010 ، الجزائر، ص9

[xvi] – نبيل محمد شلبي، ورقة عمل بعنوان :نموذج مقترح لحاضنة تقنية بالمملكة العربية السعودية، ندوة عمل حول واقع ومشكلات المنشآت الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض،8-9 أكتوبر، 2002، ص 5.

[xvii] – الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 13 ، 2003، ص 13- 16.

[xviii] – نفس المرجع، ص 14.

قياس التوجه المقاولاتي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

دراسة ميدانية

سلام سليمة
جامعة سعيدة – الجزائر
المؤهل العلمي : سنة ثانية دكتوراه
Sellam.salima20@gmail.com

د .بوريش لحسن
كلية علوم اقتصادية وتجارية و علوم تسيير
جامعة سعيدة – الجزائر
bourichel@yahoo.fr

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

ملخص:

حاولنا من خلال هذا المقال ، قياس التوجه المقاولاتي لعينة من أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومعرفة ما مدى توجه الأفراد نحو خلق وإنشاء هذا النوع من المشاريع التي تتميز بالإبداع، والمخاطرة، والمنافسة والاستقلالية ، ولمحاولة معالجة إشكالية بحثنا، اعتمدنا على الدراسة الميدانية التي شملت مجموعة من أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة بولاية سعيدة. وبعد رصدنا لأهم ما يتعلق بأصحاب المشاريع وبيئتهم الاستثمارية، توصلنا الى أن المقاول يسعى جاهدا إلى خلق فرص و أعمال جديدة ، وإدخال أساليب وطرق جديدة لتسير شؤون مؤسسته وهذا في ظل البيئة والمنافسة كما لاحظنا من خلال النتائج التي تم وصول إليها نقص المقاولة النسوية في ولاية سعيدة .

الكلمات المفتاحية: مقاولة، مقاول، توجه مقاولاتي، أبعاد التوجه المقاولاتي
رموز JEL: M13

Abstract:

Nous essayons à travers ce papier de mesurer l'orientation entrepreneuriale d'un ensemble d'entrepreneurs des petites et moyennes entreprise et de savoir a quel point sont ils tirés vers la création et la mise en place de ce type de projets qui sont généralement caractérisés par la créativité, la prise de risque, la concurrence et l'indépendance.

Afin de répondre à la question susvisée, nous nous sommes basé sur une étude exploratoire sur un échantillon d'entrepreneurs dans la wilaya de Saida. l'étude montre que l'entrepreneur essaie toujours de créer de nouvelles opportunités et de nouveaux marchés des affaires ainsi d'introduire de nouvelles techniques et méthodes dans la gestion des affaires de son entreprise dans un monde caractérisé par la concurrence , la compétitivité et une participation infime de la part de la femme.

Mots clés :entreprise , entrepreneur, orientation entrepreneuriale, dimension de l'orientation entrepreneuriale

Jel : M13 ;

مقدمة:

ازداد الاهتمام بمجال المقاولاتية في الآونة الأخيرة وأصبح يمثل حيزا كبيرا في سياسات الحكومات والعديد من الدول . حيث تقوم المقاولاتية على أساس المبادرة وجهود الفرد اتجاه مشروعه الخاص وازدهارها وهذا يتطلب توجيه الأفراد المجتمع نحو ذلك. كما تركز على استعداد المقاول للمشاركة في المخاطر المتصلة بالأعمال التجارية (Brockhaus, 1980).في حين حظي التوجه المقاولاتي من أجل انشاء مشاريع تتصف عادة بالمخاطرة والإبداع والمنافسة بأهمية علمية كبيرة من طرف العديد من الباحثين . من بينهم (Rauch). فاقترح (Miller) سنة 1983 قياس التوجه المقاولاتي من خلال أبعاد الثلاث: " الابداع، الانتاجية، و أخذ الخطر". وأضـــاف Lumpkin et Dess سنة 1996 بعدين، الاستقلالية والعدوانية ضد المنافسة[i]. فأصبح الابتكار ميزة "مثالية – نموذجية" للمشاريع من خلال (Schumpeter ,)..

فأصبح التوجه المقاولاتي يمثل صيغة فكرية ووجهة نظر باتجاه مقاولاتية، ويشير إلى السلوك الذي يؤثر في عملية صنع القرار و ممارسات أصحاب المشاريع التي تقود لأداء متفوق للمؤسسة، وهنا يظهر توجه الفرد نحو إنشاء مشروعه الخاص به الذي يتميز بالإبداع، والمخاطرة، والمنافسة والاستقلالية لذلك فان السؤال الجوهري الذي نحاول الإجابة عليه من خلال معالجة هذا الموضوع هو: ما مدى توجه الأفراد نحو مشاريعهم الصغيرة والمتوسطة و نحو إنشاء مؤسسات خاصة بهم، وصنع قرارات إستراتيجية ناجحة تبرز مدى تحقيق المقاولين أبعاد التوجه الريادي ؟

المحور الأول: الأسس النظرية للمقاولة و المقاول

أولا: المقاولة

المقاولة مفهوم قديم استعمل لأول مرة في اللغة الفرنسية في بداية القرن السادس العشر، وتضمن مفهوم آنذاك المخاطرة وتحمل الصعاب، ودخل مفهوم في مطلع القرن الثامن عشرا من قبل ريتشاد كانتلون Rachirad Cantillon ، وبعد ذلك Say[ii]، و بالنسبة لشومبيتر المقاولة تتطلب الابتكار، وهذا يعني أن يفعلوا أشياء جيدة أو يفعلوا أشياء بطريقة جديدة، ويحدد خمس فئات من العمل للمقاول:

- إنشاء (خلق) منتج جديد او خدمة جديد.
- استحداث مخطط جديد لعملية الإنتاج.
- فتح واكتشاف أسواق جديدة.
- البحث عن مصادر جديدة لعوامل الإنتاج.
- استحداث شكل تنظيمي جديد في القطاع [iii] .

وعرف Okpara المقاولاتية سنة 2000 على أنها رغبة وقدرة الفرد على البحث عن فرص الاستثمار في البيئة، ويكون قادر على إنشاء وتشغيل المؤسسة بنجاح و التعرف على الفرص المميزة.

وقد أوضح (Druid) سنة 2001 مفهوم الريادة من خلال المقاول وهو ذلك الشخص الذي لديه القدرة على أخذ المخاطر بشراء البضائع، أو جزء منها بسعر معين وبيعها من أجل الحصول على الربح سوءا أكانت بضائع جديدة ام قديمة.

وأشار (Caraung) سنة 2000 أن المنظمة الريادية لابد أن يتوافر فيها ثلاثة عناصر أساسية: – الأفراد الرياديين الذي لن يكون هناك إبداع من دونهم، – البعد التنظيمي المرتبط بالرؤية، الثقة، المثالية، الإبداع، التحوط للفشل، التحوط للغموض، الرقابة الداخلية، – البعد البيئي المرتبط بالتنوع الأسواق[iv].

ثانيا: المقاول

أما Gilaler سنة 1986 في كتابه "روح المغامرة" فقد اعتبر أن المقاولين "هم المبتكرون الذين يعملون على إثارة الطلب، فهم الذين يصنعون الأسواق ويكونون رؤوس الأموال ويخلقون الفرص ويقدمون أساليب تكنولوجية جديدة، وهم الذين يبحثون عن المنتجات المتميزة أو الابتكارات التسويقية أو الخصائص الجديدة المبهرة، وهم الذين يغيرون الأساليب الفنية ويعيدون صياغة الرغبات العامة للمستهلكين، فهم الذين يغيرون الأساليب الفنية ويعيدون صياغة الرغبات العامة للمستهلكين، فهم الذين يخلقون الثروة والوظيفية إذن هم قادة الأسواق[v].

ووفقا لـ Joseph Shumpter المقاول هو ليس تاجرا أو منسق للموارد، وإنما يفضل أخذ الظروف التكنولوجية كالبيانات التي لا يجلب منها سوى تغيرات جذرية[vi] ، وجاءت آراءه في عام 1934 لتعطي بعدا جديدا لمفهوم الريادي فقد اعتبره هو حجر الزاوية في التنمية الاقتصادية، "الريادي عند شومبيتر الشخص المبتكر وخاصة في المجال التكنولوجي"، والمبتكر في حد ذاته مبدع ومجدد في عدة مجالات متعددة، ويكون مبتكرا لمنتج جديدا يطرح للتداول في السوق[vii].

وفقا لـ Bloton & Thmpson سنة 2000 المقاول هو الشخص الذي يخلق ويبتكر لبناء شيء ذي قيمة معترف بها و يغتنم الفرص[viii] . وبالتالي يمكن القول أن صاحب المشروع هو الشخص الذي له الدافع لتلبية الانجازات وأنشطة إبداعية بطريقة مبتكرة .

***خصائصه:**

قدمBygrave سنة 1997 عشر خصائص للمقاولين الناجحين حيث قرر أن هذه الخصائص تعتبر أكثر أهمية في شخصية المقاول و الجدول التالي يبين هذه الخصائص العشر[ix] .

(10D's) و التي يبدأ كل منها بحرف D في الانجليزية .

الجدول رقم 01 خصائص المقاول

الخصائص	التوصيف
الحلم Dream	فالمقاولون يتمتعون برؤية لما يمكن أن يكون عليه المستقبل بالنسبة لهم و لشركاتهم و الأكثر أهمية من ذلك أنهم يتمتعون بالقدرة على تحويل أحلاهم الى حقيقة .
الحسم Decisiveness	المقاولون لا يماطلون (لا يؤجلون) و لكنهم لا يسارعون بصناعة القرارات وتعتبر السرعة عاملا حاسما في نجاحهم .
القدرة على الانجاز Doers	بمجرد أن يقرر المقاول القيام بتصرف ما فانه يقوم بانجازه على أكمل وجه و بالسرعة اللازمة .
التصميم / العزيمة Determinition	المقاولون ينفذون مشاريعهم مع الالتزام الكامل نادرا ما يستسلمون حتى عند ما تواجههم العقبات التي تبدو مستعصية الحل .
الإخلاص و التفاني Dedication	هم مخلصون ومتفانون تماما في أعمالهم ، وقد يأتي ذلك في بعض الأحيان على حساب علاقاتهم مع الأصدقاء و أسرهم ، فهم يعملون بلا كلل فالعمل 12 ساعة يوميا و 07 أيام في الأسبوع لا
الحب (الإخلاص) Devotion	فالمقاولون يحبون ما يعملون ، فالحب هو الذي يعنيهم أحيانا علة مواجهة الصعوبات كما أن حبهم لما يقدمون من منتجات وخدمات هو الذي يساعدهم على النجاح ،فرجل الأعمال مخلص
الدقة Details	يجب أن يكون صاحب المشروع على دراية بالتفاصيل الهامة و بدقة .
الإيمان بالقضاء و القدر Destiny" قادر ،	فهم يرغبون في أن يكونوا في حماية أقدارهم بدلا من اعتمادهم على أصحاب الأعمال في كسب أرزاقهم فهو يحب أن يكون مسؤولا عن مصيره .
معيار المال Dollars	الثراء ليس الدافع الرئيسي لرجل الأعمال ، فالمال بالنسبة لهم أكثر من مجرد معيار للنجاح و يفترضون ان رجال الأعمال انه إذا كان ناجحا سوف يكافأ .
توزيع الملكية (يشارك) Distribute	رجل الأعمال يوزع ملكية أعماله مع الموظفين الرئيسين الحاسمين لنجاح الأعمال التجارية .

ثالثا: التوجه المقاولاتي

أصبح التوجه المقاولاتي المفهوم المركزي في مجال ريادة الأعمال التي تلقت قدرا كبيرا من الاهتمام النظري و التجريبي ، ومن خلال Vijو Bedi سنة 2012 يمكن أن ينظر إليه على أنه من خصائص المنظمات والذي يمكن قياسه من خلال النظر في أسلوب الإدارة المقاولاتية وكذا القرارات الاستراتيجيات. ووفقا لـ Covin و Slevin سنة 1989, التوجه المقاولاتي يتعلق بالأساليب والممارسات وأساليب صنع القرار التي يستخدمها مدراء العمل في أنشطتهم المقاولاتية[x].

التوجه المقاولاتي هو موضوع ذو أهمية علمية كبيرة كما وضح.Rauch و آخرون سنة 2009 في الأعمال الأخيرة له. في مقال لميلر 1983 اقترح لقياس سلوك المقاولاتية الشركة وفقا لأبعاد الإبداع، الإنتاجية، واخذ الخطر[xi]. وخاصة العلاقة بين التوجه المقاولاتي وأداء، لفتت انتباه الباحثين من بينهم Rauch سنة 2009 و Lumpikn et Dess سنة 1996 ,Rauch) . 2009, pp. 761-787)

. أما خصائص المنظمات المقاولاتية وفقا لـ Randersonو (Fayolle سنة 2010 إثبات الابتكار، واخذ المخاطرة و الإنتاجية. وأضاف (Lumpkin et Dess) سنة 1996بعدين، الحكم الذاتي(الاستقلالية) والعدوانية ضد المنافسة، وتشير إلى أن هذه الأبعاد الخمسة يمكن أن تختلف بشكل مستقل، وفقا للمتغيرات الداخلية والخارجية و يعرف أيضا بأنه موقف الفرد تجاه الانخراط في أنشطة تنظيم المشاريع [xii].

- ***أبعاد التوجه المقاولاتي**

1) **الإبداع**: وهذا المتغير يعرف على أنه الرغبة في إدخال حداثة ، والحداثة تكون من خلال التجريب والإبداعية في العمليات الرامية إلى تطوير منتجات جديدة وخدمات، فضلا عن عمليات جديدة[xiii]

2) **الاستباقية** : وقد عرفها Dess و Lumpkin سنة 2005 على أنها انتهاج منظور مميز للقائد السوق الذي لديه تفكير لاغتنام الفرص تحسبا للطلب في المستقبل. لاسيما أن متغير الاستباقية فعال بشكل خاص في خلق المزايا التنافسية لأنه يضع المنافسين في الاستجابة للمبادرات ناجحة[xiv].

3) **أخذ الخطر**: بالنسبة للمقاول الخطر هو عنصر مركزي في مجموعة سياقات متنوعة من القرارات وخاصة التي لها علاقة بالمشاريع الجديدة أو دخول الأسواق الجديدة هذا ما قالهTimmons سنة 1994. و أضاف (Devinney) سنة 1992كذا طرح منتجات جديدة .. والمخاطرة تعني الاستعداد لإيداع موارد هائلة لفرص التي تنطوي على احتمال ارتفاع بالفشل Wiklund & Shepherd, 2003; Zbierowski, 2012.

4) **الاستقلالية** : يشير هذا البعد إلى العمل المستقل الذي قام به قادة الأعمال الحرة أو الفرق، التي تستهدف تحقيق المشروع الجديد ورؤيته يحقق الثمار Rauch, Wiklund, Lumpkin & Frese, 2009.

5) **العدوانية التنافسية**: ويقصد بهذا البعد الجهود الكثافة للشركة للتفوق على المنافسين، ويتميز بالموقف الهجومي القوي، أو الاستجابات العدوانية للتهديدات تنافسية [xv]

- **قياس التوجه المقاولاتي**:

تم استخدام استبيان (EOQ) التي وضعها Covinو Slevin سنة 1991 كانت تستخدم ل قياس متغيرات التوجه المقاولاتي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة[xvi].وطلب من المشاركين اختيار الإجابة وهي الأقرب إلى درجة من الاتفاق مع السؤال المعني حيث يختار المستجوب (صاحب اشروع) الإجابة من 1 إلى 5 استنادا إلى مقياس ليكرت تميز الاستبيان ب ثلاث أبعاد الإبداع المغامرة التنافسية الاستباقية .

المحور الثاني : **الدراسات السابقة**

1) ويستاري (**Wustari L.H**) سنة 2011[xvii]

- كان هدف الدراسة :

أ- تحديد العلاقة مابين الثقافة و المقاولاتية وبشكل عامل وبوجه الخصوص تحديد العلاقة بين تجنب عدم اليقين والسلوك الإبداعي لدى المقاول.

ب- تحديد المجالات والأسئلة البحثية التي تستحق الاهتمام في البحوث المستقبلية في مجال دور الثقافة قي المقاولاتية.

- وتم أخذ عينة الدراسة مناسبة مع خصائص المستجبين على النحو التالي: رجال الأعمال من الأصول (**Minanagkabeau**) يقعون في **Jakarta**، **Bogor Depork** ، **Tangererang** ، مع تحديد الحد الأدنى للعمر 20 سنة، عدد المستجوبين 100، مع التعريف للمشاركين: كانوا 64 % تخرجوا من المدرسة الثانوية العليا، 42 %سنهم ما بين 20 و 25، 57 % منهم ذكور، موقع العمل هو غالب في مجال جاكرتا (**Jakarta**) ، نشاطهم معظمهم مابين سنة و 5 سنوات ومعظم في مجال الغزل والنسيج. باستخدام أدوات القياس المتمثلة فالاستبيان متعلق بتجنب عدم اليقين الذي تم تطويره من خلال مفهوم هوفستد سنة 2005 تم التحقق من صحة وبناء و الموثوقية من خلال ألفا كرونمباج واستبيان أخر متعلق بالسلوك الإبداعي .

وكانت نتائج الدراسة كالتالي: يظهر البحث أن شخصيات المقاولين **(Minangkabus)** مرتفعة في السلوك الإبداعي ومنخفضة (ضعيفة) في بعد تجنب عدم اليقين، وتظهر النتائج أيضا أن هناك علاقة ايجابية ومعنوية (الارتباط) بين تجنب عدم اليقين و السلوك الإبداعي **r<0 .479 p<0 .01**)

2) إيثار عبد الهادي الفيحان صادق أمحان راضي[xviii]

بعنوان" قياس التوجه الريادي للمشاريع الصناعية الصغيرة بحث تحليلي للمشاريع التي ترعاها وزارة العمل والشؤون الاجتماعية " سنة 2014 هدفت الدراسة الى قياس التوجه المقاولاتي للمشاريع الصناعية الصغيرة في العراق . وتمثلت عينة الدراسة في أصحاب أعمال الصغيرة التي مولت من وزارة العمل و الشؤون الاجتماعية في محافظة بغداد "العراق" ب 120، و أدوات الدراسة تمثلت في استخدام استبيان بمقياس ليكرت و برنامج SPSS وبين التحليل الوصفي عدم استخدام الوزارة مقاييس السليمة في تحديد المشاريع ذات التوجه الريادي ، و يميل أصحاب المشاريع إلى اكتشاف فرص موجودة بشكل اكبر من ميل نحو خلق فرص جديدة .

3) نور الدين ايت ايريس (Nourdine Ait Errayes) سنة 2014[xix]

تكونت عينة الدراسة من 86 عينة تمثيلية من قطاعات الشركات الصغيرة و المتوسطة بالمغرب باستخدام نموذجيPLS و SME، و أظهرت النتائج أن الارتباط بين التوجه المقاولاتي و الأداء قوي لمستوى عال من الالتزام. على عكس ذلك، فإن هذه النتائج تشير إلى أهمية التأثير المباشر للتوجه المقاولاتي على أداء المؤسسة المنخفض في مستوى عال من الثقة.

4) بتريس (Patrick Kreiesr)[xx]

تطرقت هذه الدراسة الى اثر الثقافة الوطنية على بعدين من أبعاد التوجه المقاولاتي: أخذ المخاطرة الاستباقية باستخدام عينة لـ 1070 مؤسسة لـ 6 دول، باستخدام الاستبيان وأبعاد هوفستد للثقافة الوطنية، الإحصاء الوصفي و الانحدار.

GLM وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أن الثقافة الوطنية لديها تأثير هام والتعرف على مدى استعداد المؤسسات المقاولاتية لخوض المخاطرة و استباقية، السلوكيات الراسخة. الثقافة الوطنية لها تأثير مباشر على مستوى سلوك المشاريع المقاولاتية SMEs

لا توجد علاقة ذات معنوية بين بعد الفردية وبعد المخاطرة. وأيضا بعد الذكورة، وقدمت هذه الدراسة أيضا نظرة ثاقبة لماذا بعض الثقافات لديها تصرف أكبر نحو المقاولاتية من غيرها. وأيضا العلاقات المقترحة بين الثقافة الوطنية وأبعاد المقاولاتية لديها انعكاسات هامة على تشكيل وتنفيذ قرارات السياسة العامة.

5) ايمان زمزامي (Zemzami Imen) سنة 2014[xxi]

- تناولت هذه الدراسة واقع الثقافة الوطنية المغربية و أثرها على اخذ الخطر كبعد من أبعاد التوجه المقاولاتي الهدف من خلال هذا العمل هو محاولة لمعرفة كيف الثقافة الوطنية يمكن أن يكون لها تأثير على أحذ المخاطرة في الأفراد، وخاصة في طلبة "تخصص المناجمنت" ، وذلك باستخدام استبيان ونموذج PLs، حيث تم الاعتماد على نموذج هوفستد لأبعاد الثقافة الوطنية المتمثلة في المسافة الهرمية ، درجة عدم اليقين ، الفريدة بخلاف الجماعية ، الذكورة بخلاف الأنوثة.
- وكانت نتائج هذه الدراسة وجود أثر سلبي لبعد للمسافة الهرمية في المجتمع على بعد أخذ المخاطرة المقاولاتية لدى الأفراد على عكس الأبعاد الثلاثة: الجماعية، الأنوثة، درجة عدم اليقين، التي تؤثر إيجابيا في بعد احذ المخاطرة المقاولاتية لدى طلبة المناجمنت في المغرب.

6) **تينوزا رزافين دارازكا** (Tinasoa Rozafin drazaka.) **سنة** 2014 [xxii]

باستخدام مقارنة بين مؤسسات لعينة من المؤسسات في منطقتين مختلفتين في كيبيك .

وكانت نتائج الدراسة كالأتي :

- في أنشطة الابتكار فان ضعف التوجه المقاولاتي الإقليمي لا يمكن أن يكون عائق .
- ثقافة التوجه المقاولاتي الإقليمي الأكثر تقدما ، و ليست العامل الوحيد لشرح نجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في هذه المسألة.

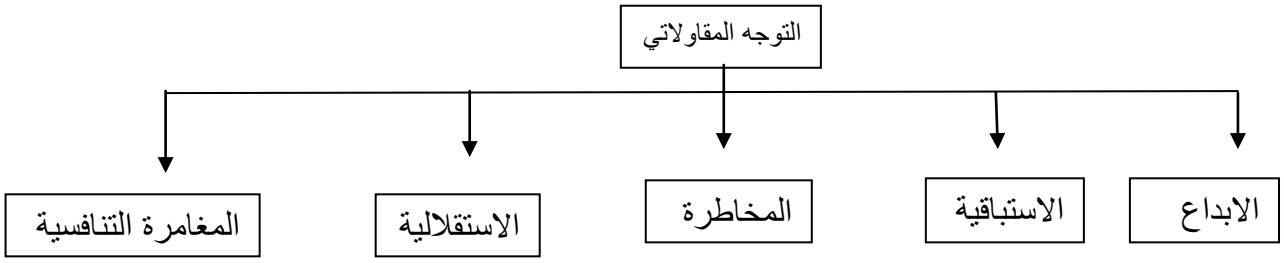
المحور الثالث : الإطار التطبيقي

من أجل تسليط الضوء على واقع المقاولاتية ومدى توجه الأفراد نحو إنشاء مؤسسات خاصة بهم قمنا بإجراء دراسة تطبيقية على مستوى مجموعة من المؤسسات، وقد اعتمدنا على المنهج التحليل الوصفي لأنه يتناسب و طبيعة الدراسة معتمدين على الفرضيات التالية:

- ✓ تحقق المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بولاية سعيدة مستويات منخفضة من التوجه المقاولاتي تنبثق عن هذه الفرضية الفرضيات الآتية:
- ✓ الإبداع له تأثير معنوي نحو توجه الأفراد للمشاريع الصغيرة و المتوسطة بولاية سعيدة .
- ✓ تتميز المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بولاية سعيدة بمستويات عالية من الاستباقية
- ✓ تؤثر المخاطرة على توجه الأفراد نحو المشاريع الصغيرة و المتوسطة بولاية سعيدة .
- ✓ لا يمنح أصحاب المشاريع الخاصة استقلالية كبيرة لعاملين لديهم .
- ✓ تحقق المشاريع الصغيرة والمتوسطة بولاية سعيدة مستويات عالية من منافسة .

1) المخطط الفرضي للبحث :

أبعاد التوجه المقاولاتي المتمثلة في: الإبداع، الاستباقية، المخاطرة، الاستقلالية، المغامرة التنافسية .



2) **مجال البحث وحدوده** : يمكن القول ان موضوع قياس التوجه المقاولاتي للمشاريع الصغيرة و المتوسطة بولاية له الأبعاد:

أولا: الحدود المكانية: شمل البحث عينة من أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية سعيدة .

ثانيا: الحدود الزمنية: تتمثل بالمدة الزمنية لقياس توجه المقاولاتي لعينة من 02 جانفي الى 7 مارس 2017 .

3) مجتمع الدراسة و عينة البحث:

يتكون مجتمع الدراسة من مؤسسات صغيرة ومتوسطة خاصة بسعيدة سنة 2016 ، و البالغ عددهم 207 مؤسسة موزعين كما يلي[xxiii]:

جدول رقم 02 المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الخاصة بولاية سعيدة

المؤسسات	عدد المؤسسات
المنطقة الصناعية بسعيدة	21
المنطقة الصناعية بعين الحجر	26
المؤسسات خارج منطقة صناعية	160
المجموع	207

أجريت هذه الدراسة على عينة عددها 30 أي بنسبة 14.45 % من مجتمع الدراسة، واختبرت بالطريقة العشوائية الطبقية .

4) أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الاستبيان الذي يعتبر كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة، بالإضافة الى المعلومات المتحصل عليها من خلال الملاحظة والمقابلة لمقاولين .

لتحقيق أهداف الدراسة و معرفة واقع المقاولاتية في الجزائر و بالخصوص ولاية سعيدة، قمنا بإجراء دراسة تطبيقية على عينة من أصحاب المشاريع بسعيدة لفترة ممتدة من شهر جانفي حتى مارس. وركز الاستبيان على خمسة محاور أساسية وهي الإبداع، الاستباقية، الخطر، الاستقلالية، المغامرة التنافسية.

لقد تم توزيع 30 استمارة على عينة الدراسة حيث تم استردادها كلها أي نسبة 100% وهي مكونة من جزأين:

الجزء الأول: يشمل على المتغيرات الشخصية للفئة المبحوثة وتتمثل في: الجنس، السن، الحالة العائلية، المستوى التعليمي، قطاع النشاط، الأقدمية في العمل، عدد العمال.

الجزء الثاني: يمثل محاور الدراسة حيث اشتمل على 28 سؤال موزعة على 5 محاور وهي: الإبداع، الاستباقية، المخاطرة، الاستقلالية، المغامرة التنافسية.

وقد قام الباحث بتطوير هذه الإستبانة وبناء فقراتها من خلال الخطوات التالية:

1- الاطلاع على البحوث والدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة .
2- الاطلاع على مفهوم التوجه المقاولاتي وأبعاده .
3- استشارة بعض الأساتذة من أصحاب التخصص في هذا المجال.

ولقد تم استخدام مقياس ليكرت لقياس درجة إجابات المستجوبين على عبارات الاستبيان.

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

5) ثبات أداة الدراسة:

قد تم تحقيق من ثبات الأداة باستخدام ألفا كرونباخ Alpha Cronbach للتأكد من الثبات الكلي للاستبيان و درجة الاتساق الداخلي بين عباراته . فكانت قيمة معامل ألفا لجمع عبارات الاستبيان لكل محور كما الأتي :

الجدول رقم 03: نتائج ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

	المحور	معامل ألفا كرونباخ
1	الإبداع	0.779
2	الاستباقية	0.877
3	الخطر	0.752
4	الاستقلالية	0.864
5	المغامرة التنافسية	0.793
	جمع عبارات الاستبيان 28	0,897

المصدر : من إعداد الباحثين .

6) أدوات التحليل الإحصائي : تم اعتماد أدوات التحليل الإحصائي لتحليل و اختبار فرضيات البحث الحالي و كالأتي :

- الوسط الحسابي الانحراف المعياري اختبار النسبة الثنائية .
- استخدام برنامج **SPSS 22** .

7) وصف وتحليل الاستبيان :

أولا : الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق المتغيرات الشخصية :

توزيع بيانات عينة حسب الجنس

الجدول رقم 04 :توزيع بيانات العينة حسب العمر:

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	25	%83.33
أنثى	05	%17
المجموع	**30**	**100**

المصدر : من إعداد الباحثين

الجدول رقم :05 توزيع بيانات العينة حسب السن:

السن	التكرار	النسبة
أقل من 25	00	00
ما بين 25-35	04	%13.33
ما بين 36-50	13	%43.33
أكثر من 50	13	%43.33
المجموع	**30**	**100**

المصدر : من إعداد الباحثين

الجدول رقم 06 : توزيع بيانات العينة حسب المستوى العلمي :

المستوى العلمي	التكرار	النسبة
ابتدائي	04	%13.33
متوسط	02	%6.66
ثانوي	09	%30
جامعي	15	%50
المجموع	**30**	**100**

المصدر : من إعداد الباحثين

الجدول رقم :06 توزيع بيانات العينة حسب مجال النشاط و عدد العمال :

قطاع نشاط	التكرار	نسبة	عدد العمال	التكرار	نسبة
قطاع الزراعة	3	%10	ما بين 1 و 9 عمال	13	%43.33
قطاع البناء والأشغال العمومية	7	%23.33	مابين 10 و 49 عامل	8	%26.66
قطاع الصناعة	6	%20	مابين 50 و 250 عامل	9	%30
المجموع	**30**	**100**	**المجموع**	**30**	**100**

المصدر : من إعداد الباحثين

الجدول رقم 07 :توزيع بيانات العينة حسب الأقدمية في العمل :

الأقدمية في العمل	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	03	%4.29
مابين 6 و 11 سنة	07	% 23.33
مابين 12 و 15 132سنة	02	% 6.66
أكثر من 15 سنة	17	%56.66
المجموع	**30**	**100**

المصدر : من إعداد الباحثين

ثانيا :عرض النتائج وتحليلها :

بعد الإبداع :

تتمحور معظم الفقرات المتغير الأول و المعبر عنها من السؤال 1 إلى 7 حول جهود التي تبذلها لها مؤسسات في خلق فرص جديدة وأساليب الإبداع في مجال الإنتاج وتقديم الخدمات بشكل متميز :

ولقد كانت معظم نتائج العبارات يفوق متوسطها الحسابي ب 4.13 مما يدل على عبارة الموافقة نحو اتجاه معظم هذه المؤسسات إلى البحث عن الإبداع الكل في مجال نشاط ، و ذلك بانحراف معياري قدره 0.79 مما يدل على التجانس في الإجابات عن عبارة الفقرات السابقة.

بعد الاستباقية :

تتمحور معظم الفقرات المتغير الثاني و المعبر عنها من السؤال الثامن الى 12 . تتمحور حول الاهتمام الذي يبديه أصحاب المشاريع بالدخول الى أسواق جديدة والتنبؤ المبكر برغبات و احتياجات الزبائن المستقبلين ، حيث فاق المتوسط الحسابي لمعظم

الإجابات 4.46 بانحراف معياري بسيط قدره 0.71 ، مما يدل على الانسجام الذي تعكسه الإجابات المعبر عنها لدى المستجوبين

بعد أخذ الخطر:

تتناول أسئلة المتغير الثالث "المخاطرة" اتجاه المقاولين إلى البحث عن المغامرة و المخاطرة لتحقيق التفوق و التميز على المنافسين و اقتحام أسواق جديدة رغم ما يكلف ذلك من خطر وقد تم تقسيم أسئلة هذا المتغير إلى 5 أسئلة تشمل السؤال (13) إلى (17) ، مما يوحي أّن هاته المؤسسات تتخذ المخاطرة كأسلوب لتحقيق غايتها ، من خلال تحليل النتائج نلاحظ أن الحذر الذي يبديه المقاولين من احتمال الفشل في إقامة المشاريع الجديدة . و رغم هذا يلجأ أصحاب المشاريع إلى المغامرة لتحقيق التفوق على المنافسين وهو ما توضحه إجاباتهم عن السؤال رقم 14 . وهذا راجع ربما لشدة المنافسة بين المشاريع .

حيث قدر المتوسط الحسابي لهذا المتغير 3.43 بانحراف معياري 1.17 مما يدل على التفاوت في الإجابات على أسئلة المحور .

بعد الاستقلالية :

تتمحور معظم الفقرات متغير الاستقلالية المعبر عنها بالسؤال من 18 إلى 23 حول مدى استقلالية العاملين لدى المؤسسات الخاصة .ومدى الحرية و الاستقلالية التي يعطها أصحاب المشاريع لموظفيهم في كيفية تأدية مهامهم و اتخاذ القرارات دون اللجوء الى صاحب المشروع . حيث قدر المتوسط الحسابي ب 3.38 وهو ما يقابل درجة الحياد ،ويرجع إلى ذلك التخوف الذي يبديه أصحاب المشاريع اتجاه عامليهم في منحهم الاستقلالية التامة و عدم التدخل في أعمالهم وهذا تخوفا على فشل مشاريعهم ، و عدم تحقيقها لأهداف التي سطرت من طرف أصحاب المشاريع . وهو ما يؤكده الانحراف المعياري المقدر ب 0.86 الذي يدل على انحصار أو تماثل إجابات أصحاب المشاريع حول استقلالية عاملهم .

بعد المغامرة التنافسية :

أما المتغير الأخير و الذي تتمحور أسئلته من 24 إلى 28 نلاحظ من خلال تحليل النتائج أن جميع الإجابات تتفق بشدة حول سعي المقاولين لكسب زبائن جدد على المدى البعيد ، كما كانت معظم الإجابات حول الأسئلة الأخرى المتعلقة بهذا المحور

تقابل درجة الموافقة و الموافقة بشدة ، وهو ما يبينه المتوسط الحسابي الكلي و الذي قدر ب 4.13 و بانحراف معياري بسيط 0.76 ، مما يدل على تقارب إجابات أصحاب المشاريع حول هذا المحور .

ومن خلال هذه النتائج نرفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية العكسية و التي هي تحقق مؤسسات الصغيرة و المتوسطة بولاية سعيدة مستويات مرتفعة من التوجه المقاولاتي ، أما الفرضيات الفرعية فقد تم قبولها كلها وهو ما تبينه النتائج السابقة .

خاتمة :

حاولنا في هذا المقال الإجابة على إشكالية الدراسة المتمثلة في **ما مدى توجه الأفراد نحو مشاريعهم الصغيرة والمتوسطة و نحو إنشاء مؤسسات خاصة بهم، وصنع قرارات إستراتيجية ناجحة تبرز مدى تحقيق المقاولين أبعاد التوجه الريادي ؟** من خلال دراسة ميدانية حيث تبين لنا من خلال تحليل مختلف النتائج المتعلقة بالمتغيرات الخمسة محل الدراسة.

الاهتمام المتزايد لأصحاب المشاريع بعنصر الإبداع عن طريق إنشاء مؤسسات خاصة بهم و السعي وراء إدخال تغيرات جذرية في الإنتاج و تقديم الخدمات و تحقيق رغبات زبائنهم .و كذلك سعي أصحاب المشاريع لدخول أسواق جديدة قبل المنافسين ، وأيضا إن المقاول يسعى جاهدا إلى خلق فرص و أعمال جديدة تميزه عن غيره كما أن صاحب المشروع يسعى جاهد لتميز عن غيره وإدخال أساليب و طرق جديدة لتسير شؤون مؤسسته وهذا في ظل البيئة و المنافسة و أيضا التغيرات التي تشهدها الساحة الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية من أجل البقاء و الاستمرارية ، المستوى التعليمي و السن ليس له تأثير على رغبات الأفراد نحو التوجه المقاولاتي ،. كما لاحظنا من خلال النتائج التي تم وصول إليها نقص المقاولة النسوية في ولاية سعيدة لدى لابد من ضرورة غرس روح المقاولاتية لدى نساء المجتمع وتحفيزهم لدخول مجال المقاولة .

التوصيات :

–تشجيع المقاولاتية النسوية في ولاية سعيدة ، لان المرأة المقاولة في الجزائر تشكل قوة فاعلة في الاقتصاد الوطني .

– تشجيع أصحاب المشاريع الخاصة و كذا المقبلين على إنشاء المؤسسات الصغيرة .

–منح أصحاب المشاريع فرص التدريب و مساعداتهم في الحصول على التكنولوجيا الجدية التي أصبحت ضرورة في إنجاح المشاريع و مواكبة التطور الحالي .

–على المختصين بإجراء البحوث المتعلقة بموضوع المقاولة إجراء دراسات ميدانية التي هي اقرب من الواقع.

قائمة الجداول:

الجدول رقم 01 خصائص المقاول

جدول رقم 02 المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الخاصة بولاية سعيدة

الجدول رقم 03: نتائج ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

الجدول رقم 04 :توزيع بيانات العينة حسب العمر

الجدول رقم 05 : توزيع بيانات العينة حسب السن

الجدول رقم 06 : توزيع بيانات العينة حسب المستوى العلمي

الجدول رقم 07 :توزيع بيانات العينة حسب الأقدمية في العمل

قائمة المراجع :

[i] Lumpkin, g. T. & dess, g.g. (1996), clafifying the entrepreneuraial orientation construct and linking it to performance, academy of management review, 21, pp. 135-172

[ii] مروة أحمد – نسيم براهيم الريادة و إدارة المشروعات الشركة العربية المتحدة للتسويق و الخدمات القاهرة مصر طبعة ثانية 2010 ص 5

[iii] Jean ries, crp henri tudor et statec cahier economique une typologie des entrepreneurs luxembourgeois n o 103Service central de la statistique et des études économiques Luxembourg 2013 p 26

[iv] بلال خلف السكارنة الريادة وإدارة منظمات الأعمال دار المسيرة للنشر و التوزيع الطباعة عمان الأردن الطبعة الأولى 2008 ص 17

[v] Jean ries, crp henri tudor et statec cahier economique une typologie des entrepreneurs luxembourgeois n o 103Service central de la statistique et des études économiques Luxembourg 2013 p 26

[vi] Jean ries, crp henri tudor et statec cahier economique une typologie des entrepreneurs luxembourgeois n o 103Service central de la statistique et des études économiques Luxembourg 2013 p 26

[vii].مروة أحمد – نسيم براهيم الريادة و إدارة المشروعات الشركة العربية المتحدة للتسويق و الخدمات القاهرة مصر طبعة ثانية 2010 ص 7

[viii] John l .thompson the factes of the entrepreneur : identifying entrepreneurail potential managment decision vol 42 no 2 . 2004 p 244

[ix] Willaim bygrave & andrew zacharakis entrepreneurship 2 edition willey 2010 p 53

[x] Anna wojick-karpacaz the researche proposalsm what is the entrepreneurail orientation intrenational conference romaniz 2016 p 248

[xi] Miller, d. the correlates of entrepreneurship in three types of firms, management science, 29, pp. 770-791 1983

[xii] Jinpei wu entrepreneurial orientation, entrepreneurial intent and new venture creation: test of a framework in a chinese context blacksburg, virginia july 9, 2009 p 06

[xiii] Anna wojick-karpacaz ibid p 249

[xiv] Jinpei wu ibid p 47

[xv] Rauch, a., wiklund, j., lumpkin, g.t., frese, m. (2009), "entrepreneurial orientation and business performance: an assessment of past research and suggestions for the future", entrepreneurship: theory and practice, vol. 33, n°3, pp 761-787

[xvi] Roslan Abdul aziz , rosli mahmood the relationship between entrepreneurial orientation and business performance of smes in malaysia international journal of management excellence volume 2 no. 3 February 2014 p 223

[xvii]Wustari L.H. Mangundjaya, Senior Lecturer The correlation and impact of uncertainty avoidance to innovative behavoir (a study among minangkabau entrepreneurs)2011

[xviii]إيثار عبد الهادي الفيحان صادق أمحان راضي قياس التوجه الريادي للمشاريع الصناعية الصغيرة بحث تحليلي للمشاريع التي ترعاها وزارة العمل والشؤون الاجتماعية " سنة 2014

[xix] .Nourdine aiterrayes l'effet modérateur de la confiance et de l'engagement sur la relation entre l'orientation entrepneuriale et la performance. 2014.

[xx] Patrick kreiesr & louis marinok &mark weaver correlates of entrepreneurships :the impact of national culture on risk-taking and proactiveness in smes.

[xxi] Imen zemzami culture nationale marocaine et prise de risque entrepreneuriale: une etude sur les etudiants en management .2014

[xxii] Tinasoa rozafin drazaka josée st -pierre influence de la culture entrepreneuriale régionale sur l'innovation des pme analyse de deux régions contrastées de québec .2014 .

[xxiii] النشرة الولائية للمعلومات الاقتصادية pme نشرة جوان 2016

دور الاستثمارات الأجنبية المباشرة في تحقيق التنمية الاقتصادية

دراسة حالة الجزائر 2006-2015

أ. أسماء حاجي
جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر
Asma-dz24@hotmail.fr
أ. بن موفق زروق
جامعة الجلفة
bzarrok40@gmail.com

Le rôle des investissements directs étrangers dans le développement économique

Le cas de l'Algérie 2006-2015

HADJI Asma
Faculté des sciences économiques ; université de Guelma ;Algérie
ben mouafek zarok
université de djalfa

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

ملخص:
تهدف هذه الدراسة إلى البحث في موضوع الاستثمار الأجنبي المباشر وإبراز الدور الذي يلعبه في تحقيق التنمية الاقتصادية، حيث قمنا بتسليط الضوء على مختلف المفاهيم المتعلقة بالاستثمار الأجنبي المباشر والتنمية الاقتصادية والعلاقة بينهما ثم دراسة هذه العلاقة في الجزائر خلال الفترة 2006-2015.
من خلال تتبعنا لتطور كل من تأثيرات الاستثمار الأجنبي على المتغيرات الكلية للاقتصاد الجزائري، غير أن العلاقة القوية نظريا لم تكن بنفس التأثير والقوة بالنسبة للجزائر حيث لاحظنا ضعف حجم الاستثمارات في الجزائر الأمر الذي قلل من أهميتها في مساهمتها في الناتج الداخلي الخام وفي التشغيل، وهو الأمر الذي جعل دور الاستثمار الأجنبي في تحقيق التنمية الاقتصادية دون مستوى الطموحات والقدرات التي تزخر بها الجزائر في شتى الميادين.
الكلمات المفتاحية: الاستثمار الأجنبي المباشر، المناخ الاستثماري، التنمية الاقتصادية، الناتج الوطني الخام.
رموز JEL: F21، F29، O11، E01

Résumé:
Cette étude vise à examiner la question de l'investissement étranger direct et de mettre en évidence le rôle qu'il joue dans la réalisation du développement économique, Cette étude présente un survol des fondements théoriques et des études et recherches relatives à la compréhension de l'investissement direct étranger (IDE), de ses diverses apparences, ses caractéristiques et son importance dans le développement économique. La première parties est consacrée au la relation et le rôle de l'IDE dans la théorie économique et précisément dans les théories de développement. et en deuxième partie na savon examinés cette relation en Algérie durant la période 2006-2015.
Nous avons suivis l'évolution des chacun des effets d'investissement direct étranger (IDE) sur les variables globale de l'économie algérienne, mais la relation théorique solide n'était pas la même influence et la puissance pour l'Algérie, où nous avons noté la faiblesse du volume des investissements en Algérie, ce qui a réduit l'importance de sa contribution au produit intérieur brut et dans l'emplois, ce qui a fait le rôle de l'investissement étranger dans la réalisation du développement économique sans le niveau des ambitions et des capacités qui abondent en Algérie dans divers domaines.
Mots clés : Les investissements directs étranger (IDE), le climat de l'investissement, le développement économique, produit intérieur brut (PIB) nationale.

المقدمة:

في السنوات الأخيرة أصبحت مختلف الدول النامية تتسابق جاهدة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر إليها، حيث عمدت الى تعديل سياستها وتوفير الحوافز والمناخ الملائم، كونه يشكل أحد أهم رؤوس الأموال التي شهدت تطورا كبيرا نظرا للدور المهم والحيوي الذي يلعبه في نقل التكنولوجيا والتقنيات الحديثة والمساهمة في تراكم رأس المال، ورفع كفاءة رأس المال البشري وتحسين المهارات والخبرات. وهو اليوم يعتبر أحد أهم عوامل تحقيق التنمية الاقتصادية.

فعلى مدى العقود الثلاث الماضية تغير موقف الدول من الاستثمار الأجنبي المباشر، فبعد تجنب هذا النوع من الاستثمار خاصة في سنوات السبعينات بسبب المعتقدات والايديولوجيات واتهامه بالمساس بالسيادة الوطنية، بدأت الدول النامية بالاهتمام به وبذل الكثير من الجهد والعمل الجاد لجذب هذه الاستثمارات، وهي تبني عليها أمالا كبيرة تتعلق بالتنمية والتغلب على الفقر والبطالة أو على الأقل التخفيف منهما، بالإضافة الى تطوير بيئة الأعمال المحلية ونقل التكنولوجيا المتطورة من الدول المتقدمة وتطوير الاستثمار المحلي. والجزائر كغيرها تندرج ضمن هذا السياق في التسابق لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

ويهدف هذا العمل الى الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يعمل الاستثمار الأجنبي المباشر على تحقيق التنمية الاقتصادية؟ وهل هذا الأمر ينطبق على الاقتصاد الجزائري؟

أهداف الدراسة:

نهدف من خلال اختيارنا للموضوع محل الدراسة الى:

1- توفير إطار نظري شامل لكل من الاستثمار الأجنبي المباشر والتنمية الاقتصادية بالإضافة إلى معرفة الدور الممكن للاستثمار الأجنبي المباشر في تحقيق التنمية الاقتصادية.

2- القاء الضوء على ركائز البيئة الاستثمارية في الجزائر والتشريعات والقوانين المتعلقة بالاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر.

3- المساهمة في إثراء المعرفة الاقتصادية في هذاا لميدان من خلال دراسة الموضوع وتجميع الإحصائيات والمعطيات ذات الصلة بالاستثمار الأجنبي المباشر ومناخه بصفة عامة، والوارد إلى الجزائر بصفة خاصة.

4- ابراز الدور الذي يلعبه الاستثمار الأجنبي المباشر في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر خلال سنوات الدراسة.

المناهج المتبعة:

من أجل معالجة الموضوع والوصول إلى النتائج المرجوة اتبعنا المنهج الوصفي والتحليلي كونهما يتماشيان وطبيعة الموضوع، حيث اعتمدنا عليهما في العديد من مواضيع البحث كالتطرق إلى المفاهيم الأساسية والمتعلقة الاستثمار الأجنبي المباشر وأشكاله ومحدداته، وكذا مفاهيم التنمية الاقتصادية ومحدداتها، بالإضافة إلى تحليل المعطيات والاحصائيات عن واقع الاستثمار الأجنبي المباشر ومساهمته في التنمية الاقتصادية في الجزائر من خلال دراسة تأثيره على المؤشرات الكلية للاقتصاد الجزائري.

تقسيم الدراسة:

لإعطاء الموضوع حقّه تمّ التطرق من خلال هذه الدراسة الى:

المحور الأول: الإطار النظري لكل من الاستثمار الأجنبي المباشر والتنمية الاقتصادية والعلاقة بينهما

1- الاستثمار الأجنبي المباشر

2- التنمية الاقتصادية

3- دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تحقيق التنمية الاقتصادية

المحور الثاني: واقع مساهمة الاستثمار الأجنبي في التنمية الاقتصادية في الجزائر

أولا: الملامح العامة للاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر

1- ترتيب الجزائر في المؤشرات الدولية لتقييم مناخ الاستثمار

2- التنظيم القانوني للاستثمار في الجزائر

3- تدفق الاستثمار الأجنبي الى الجزائر

ثانيا: أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على التنمية الاقتصادية في الجزائر

المحور الأول: الإطار النظري لكل من الاستثمار الأجنبي المباشر والتنمية الاقتصادية والعلاقة بينهما

نحاول في المحور الأول الذي يمثل القسم النظري من الدراسة التعرف على ماهية كل من الاستثمار الأجنبي المباشر والتنمية الاقتصادية.

أولا: الاستثمار الأجنبي المباشر

نتعرف على ماهية الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال مفهومه، أشكاله ومحدداته.

1- مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر:

يمكن أن يعرف الاستثمار الأجنبي المباشر على أنه: الاستثمار القادم من الخارج والمالك لرؤوس الأموال والمساهم في إنشاء مشروعات استثمارية في اقتصاد ما من قبل مؤسسة قائمة في اقتصاد آخر، إذ يمكن أن ينظر إلى الاستثمار الأجنبي من جهة أنه ذلك الاستثمار الذي يعمل على جلب الخبرات والمهارات الفنية والتقنية ويسمح بتحويل التكنولوجيا، يوفر فرص العمل، ومن جهة ثانية فهو أداة للسيطرة لأنه يقوم بشكل مباشر على تسيير وإدارة موجوداته تحت مظلة مؤسسات عرفت بالمؤسسات متعددة الجنسيات، وعليه فالاستثمار العالمي غير محدود (رؤوس الأموال الأجنبية) حيث يحوي مجموعة معقدة من العمليات المختلفة يختلف بحسبها نوع الاستثمار.[i]

كما يمكن تعريفه على أنه: "عبارة عن انشاء مشاريع جديدة، وتوسيع المشاريع القائمة سواء كانت مملوكة بالكامل للمستثمر الأجنبي أم لامتلاكه أسهم احدى الشركات مع اكتساب الحق في إدارة المشروع والرقابة عليه ويرافق الاستثمار المذكور انتقال التكنولوجيا والموارد والمهارات والقيام بعمليات إنتاجية متكاملة في البلد المضيف".[ii]

وفي تعريف المعهد العربي للتخطيط الاستثمار الأجنبي المباشر هو بتملك 10 % أو أآثر من رأسمال الشركة على ان ترتبط هذه الملكية بالتأثير في إدارتها.[iii]

وتعريف المنظمة العالمية للتجارة OMC له: الاستثمار الأجنبي المباشر يحدث عندما يمتلك مستثمر مقيم في بلد (البلد الأم) أصلا إنتاجيا في بلدآخر (البلد المضيف) بقصد إدارته"[iv].

2- أشكال الاستثمار الأجنبي ا لمباشر:

ينطوي الاستثمار المباشر على أشكال عدة أهمها:

أ- الاستثمار المشترك: ويدعى أيضا بالاستثمار الثنائي، وهو استثمار أجنبي قائم على أساس المشاركة مع رأس المال الوطني سواء كانت هذه المشاركة بنسب متباينة وفقا للظروف وبحسب ما تسمح به التشريعات الوطنية في هذا الصدد، أو نسب متساوية بين رأس المال الوطني أو الأجنبي، حيث تتوزع ملكيته بين طرف أو عدة أطراف أجنبية من جهة وطرف أو عدة أطراف محلية من جهة ثانية.[v]

ب- الاستثمارات المملوكة بالكامل للمستثمر الاجنبي: وهو الشكل الاكثر تفضيلا، وذلك بسبب ما تتمتع به هذه الشركات من حرية كاملة في الارادة والاشراف على هذه المشاريع، فضلا عن توقع تحقيق الأرباح العالية من خلال هذا الاستثمار، وكذلك امكانية التغلب على القيود التجارية والجمركية المفروضة من الاقطار المضيفة على المستوردات[vi].

ت- الاستثمار في المناطق الحرة*: تهدف الاستثمارات في المناطق الحرة إلى تطوير الصادرات والاندماج في الاقتصاد الدولي، وتخضع الاستثمارات المنجزة في المناطق الحرة لنظام تشجيعي للغاية، بحيث تستفيد من عدة امتيازات لا توجد في المناطق الأخرى.[vii] وتكون هذه الاستثمارات في النشاطات الموجهة للتصدير وتعد العلاقات التجارية بين المؤسسات الواقعة في المنطقة الحرة والمؤسسات الموجودة عبر التراب الوطني من عمليات التجارة الخارجية، حيث يكون الاستثمار هنا بعيدا عن الخضوع لقوانين الدولة المضيفة ويعمل من خلال القوانين المنظمة له وتعفى تلك الاستثمارات من جميع الضرائب والرسوم والاقتطاعات ذات الطابع الجبائي وشبه الجبائي والجمركي، وعادة ما يكون هدفه إنتاج سلع موجهة للتصدير.[viii]

ث- مشروعات أو عمليات التجميع: وهي تأخذ شكل اتفاقية بين الطرف الاجنبي والبلد المضيف يتم بموجبها قيام الطرف الاول بتزويد الطرف الثاني بمكونات منتج معين، مثلا سيارة لتجميعها بشكل منتج نهائي.[ix]

ج- عمليات الاندماج أو التملك: وهو قيام الشركات بالاندماج او شراء شركات اخرى بما يعرف بالشركة القابضة او التابعة وقد ازدادت هذه العمليات بالفترة الأخيرة وأصبحت مصدرا اساسيا للاستثمار الاجنبي المباشر[x].

ح- الشركات متعددة الجنسيات: تعد ظاهرة الاستثمار الأجنبي المباشر عن طريق الشركات المتعددة الجنسيات من أبرز الظواهر التي طرأت على صعيد العلاقات الاقتصادية الدولية، لقد تعددت التعاريف و تنوعت حسب المعايير التي ارتكزت عليها، فمن بين هذه التعاريف نذكر: "هي شركة أم تسيطر على عدد كبير من المشروعات من مختلف الجنسيات وبذلك تكون مجموعة ضخمة تتجمع لديها الموارد المالية والبشرية وفي نفس الوقت تتبع استراتيجية مشتركة، كما أن الحجم يحتل أهمية كبرى في تمييز المجموعات متعددة الجنسيات، حيث تستبعد الشركات التي تقل مبيعاتها السنوية عن مئة مليون دولار، كذلك يعتبر من العوامل الهامة في هذا التحديد, طبيعة النشاطات الخارجية للمجموعة، حيث تستبعد من نطاق المجموعات متعددة الجنسية الشركات التي تقوم بالتصدير فقط، هذا حتى إذا كانت تمتلك فروعا أجنبية للبيع .[xi]

3- محددات الاستثمار الأجنبي المباشر:

هناك ثلاث عوامل رئيسية يعتمدها المستثمر الأجنبي (المتمثل عادة في الشركات المتعددة الجنسيات) للمفاضلة بين الدول المضيفة للاستثمار وهي: سياسات الدولة المضيفة، الإجراءات المسبقة التي قامت هذه الدول بتطبيقها لتشجيع وتسهيل الاستثمارات، والمواصفات الاقتصادية للدول المضيفة، ويمكن تفصيل.ويمكن تفصيل محددات الدولة المضيفة للاستثمار ضمن ثلاث عناوين رئيسية هي وهي: إطار سياسات الاستثمار الأجنبي المباشر، المحددات الاقتصادية، وتيسير الأعمال.

الشكل رقم (01): محددات الاستثمار



المصدر: حسان خضر، **الاستثمار الأجنبي المباشر – قضايا وتعاريف–**، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية، السنة الثالثة، 2004، ص.7.

وبطبيعة الحال، فان محددات الاستثمار الأجنبي المباشر تختلف من دولة لأخرى وذلك وفقا لسياسات تلك الدول ورغبتها في فتح أسواقها للاستثمار الأجنبي المباشر ومدى ملائمة البنية الاقتصادية لبناء تلك الاستثمارات.

ثانيا: التنمية الاقتصادية

نتعرف على ماهية التنمية الاقتصادية عن طريق مفهومها والتمييز بينها وبين النمو الاقتصادي.

1– مفهوم التنمية الاقتصادية:

هي عملية متعددة الأبعاد التي تتضمن إجراء تغييرات جذرية في الهياكل الاجتماعية والسلوكية والثقافية والنظم السياسية والإدارية جنبا إلى جنب مع زيادة معدلات النمو الاقتصادي وتحقيق العدالة في توزيع الدخل القومي واستئصال جذور الفقر المطلق في مجتمع ما، أي أنها عملية خفض أو القضاء على الفقر، سوء توزيع الدخل، البطالة، بعد أن كانت تعني النمو الاقتصادي.[xii]

كما تعني التنمية الاقتصادية أيضا: تغير مع تحسن بفعل حدث أو اجراء إداري. ويرى البعض الاخر أن التنمية الاقتصادية هي تقدم للمجتمع عن طريق استنباط أساليب إنتاجية جديدة أفضل ورفع مستويات الإنتاج من خلال إنماء المهارات والطاقات البشرية وخلق تنظيمات أفضل.[xiii]

وما تجدر الإشارة إليه أن التنمية ليست تركيبة من الإجراءات والسياسات الموحدة والمعروفة والتي تقضي على التخلف في البلدان النامية، بل على كل بلد اتخاذ النموذج التنموي الذي يتناسب مع ظروفه وإمكانياته وتحقيق الأهداف التنموية المطلوبة القصيرة والبعيدة المدى والاقتصادية والاجتماعية والسياسية. من هنا تبرز أهمية التخطيط للتنمية باعتباره أسلوب علني للتحكم في الحركة العامة المستقبلية.

2- التمييز بين التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي:

إن التنمية الاقتصادية كوسيلة للخروج من التخلف وكهدف تسعى الدول النامية لتحقيقه تتداخل مع النمو الاقتصادي، لذا نرى ضرورة التمييز فيما بينهما وبعد التطرق لمفهوم التنمية الاقتصادية نعرض مفهوم النمو الاقتصادي.

مفهوم النمو الاقتصادي: هو الزيادة في اجمالي الناتج المحلي أو اجمالي الدخل القومي بما يحقق الزيادة في متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي. وهذا المفهوم يعني أن النمو الاقتصادي لا يعني فقط حدوث زيادة في اجمالي الناتج المحلي، بل لابد وأن يترتب عليه زيادة في دخل الفرد الحقيقي، بمعنى أن معدل نمو الدخل الكلي يفوق النمو السكاني، وكثيرا ما يزيد اجمالي الناتج المحلي في بلد ما ويزيد عدد السكان بمعدل أعلى وبالتالي لا تكون هناك زيادة في متوسط دخل الفرد الحقيقي بالرغم من زيادة الناتج المحلي.[xiv]

ويكمن الفرق بينه والتنمية الاقتصادية كونه يضير الى مجرد الزيادة الكمية في متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي، والمفهوم العكسي للنمو الاقتصادي هو الركود الاقتصادي، بينما تعتبر التنمية الاقتصادية ظاهرة مركبة تتضمن النمو الاقتصادي كأحد عناصرها الهامة بالإضافة الى حدوث تغير في الهياكل الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، والثقافية، والمفهوم العكسي للتنمية هو التخلف، ولهذا فان التنمية اشمل من النمو أنها تعني النمو بالإضافة الى التغير.[xv]

3- تمويل التنمية الاقتصادية:

يرى بعض الاقتصاديين أن أهم عقبة تعوق عملية التنمية الاقتصادية في الدول النامية هي افتقارها إلى الموارد الحقيقية اللازمة لتكوين رؤوس الأموال بسبب القوى الدائرية المفرغة والتي تشمل الطلب على رأس المال (الاستثمار) والذي يتحدد أساسا بالحافز على الاستثمار وسعة السوق وعرض رأس المال والذي تحكمه الرغبة والمقدرة على الادخار وطالما أن الدخول منخفضة نظرا لانخفاض القدرة على الإنتاج فإن القدرة على الادخار منخفضة كذلك.

لذا فإن التنمية الاقتصادية تستدعي أولا كسر هذه الدائرة، بمعنى إيجاد كافة السبل لتكوين رؤوس الأموال اللازمة لهذه التنمية والتي توجه إلى:

- تحسين وزيادة رأس المال الاجتماعي.
- تحسين نوعية عنصر العمل بالتعليم والتدريب والخبرة.
- إعادة تخصيص الموارد وذلك بالتحول من استخدامات تتسم بانخفاض الإنتاجية إلى استخدامات تتسم بارتفاعها بما في ذلك استخدام موارد جديدة لم تكن مستغلة من قبل.
- اقتصاديات الحجم وما يترتب عليها من وفرات.
- تحسين طرق الإنتاج باستخدام التكنولوجيات الحديثة.

وعموما فإن الدول النامية تحصل على حاجتها من الأموال من مصدرين رئيسيين هما: **الموارد المحلية** (مدخرات القطاع العائلي، مدخرات قطاع الأعمال الخاص، مدخرات قطاع الأعمال العام، الادخار الحكومي) **والموارد الأجنبية** (المنح والمعونات الأجنبية الرسمية، القروض من الدول والمؤسسات والمنظمات الدولية، الاستثمار الأجنبي مباشر وغير مباشر).[xvi]

ثالثا: دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تحقيق التنمية الاقتصادية

يلعب الاستثمار الأجنبي المباشر دورا رئيسيا في تحقيق التنمية الاقتصادية وذلك من خلال كونه مولد للدخل عبر زيادة قيمة الإنتاج الكلي، وفي رفع معدلات النمو الاقتصادي على المدى القصير والطويل وذلك من خلال عدة آليات أهمها[xvii]:

– تقليل الواردات وزيادة الإنتاج الموجه للتصدير يؤدي إلى زيادة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية التي تؤدي إلى تحسين الميزان التجاري مما يحسّن ميزان المدفوعات.

– يساهم الاستثمار الأجنبي المباشر في دفع عملية التنمية الاقتصادية عن طريق جلب الأصول المادية وغير المادية والمتمثلة في رأس المال والتكنولوجيا والمهارات التنظيمية وهذا بواسطة شركات متعددة الجنسيات.

–يمثّل الاستثمار الأجنبي المباشر عامل مهم في تحسين فاعلية الاستثمار المحلي من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية والمدخرات المحلية مما يؤدي إلى زيادة فوائد هذه الاستثمارات التي بدورها ترفع من المدخرات.

– تقليص البطالة وهذا عن طريق المشروعات الجديدة التي توفرها الشركات متعددة الجنسيات حتى تقوم بأعمالها الخاصة.

– رفع مستوى التنمية الاقتصادية وهذا من خلال ما يوفره الاستثمار الأجنبي المباشر من رأس المال النقدي والعيني وأثره الإيجابي على اقتصاد وتجارة تلك الدولة وذك من خلال القيام ببرامج تنموية متوسطة وطويلة الأجل.

– مع التوجه لتطوير المشاريع مباشرة فإن الاستثمار الاجنبي المباشر يساعد على تعزيز الامكانيات الاقتصادية، وذلك من خلال الاستثمار في مجالات جديدة أي في أنشطة اقتصادية مختلفة وهو ما يؤدي إلى تنويع الاقتصاد بالدرجة الأولى، وبناء مؤسسات قائمة وتعزيز قدراتها، كل ذلك يدفع إلى إضافة عنصر المنافسة المتزايدة إلى الاقتصاد، الأمر الذي يمثل قوة دافعة للتنمية الاقتصادية.

–بالإضافة الى ما سبق نضيف أثر الاستثمار الاجنبي المباشر على الأجور عند الحديث عن مستوى الأجور في الدول النامية والأثر الذي يحدثه استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة عليه أي الفرق بين مستوى الأجور الذي توفره الشركات المحلية والأجور التي تدفعها الشركات متعددة الجنسيات المتوطنة على مستوى الاقتصاد المضيف نجد أن النظرة التقليدية والمعروفة لدى العامة ترجح كفة هذه الأخيرة وتقر بارتفاع مستوى الأجور على مستواها.[xviii]

– كما أن الاستثمار الأجنبي المباشر يمارس تأثير قوي ومباشر على المنافسة في الدول المضيفة لأن توطن الشركات متعددة الجنسيات سيدعم بقوة التنمية الاقتصادية من خلال تنشط المنافسة على المستوى المحلي، والتي تترجم من خلال تحسين الإنتاجية، انخفاض الأسعار والتخصيص الفعال للموارد المتاحة.

– ويعتبر نقل التكنولوجيا وتنمية رأس المال البشري أهم مزايا الاستثمار الأجنبي المباشر، وذلك من خلال جلب المستثمرين الأجانب للمهارات الإدارية والتقنية لمشاريعهم، إذ يشجع هذا الأخير المنافسين المحليين على الاستفادة في بناء قدراتهم التكنولوجية وتبني طرق تحسين إنتاجية العمل والإدارة وبالتالي رفع القوة الانتاجية العاملة المحلية وتطوير التكنولوجيا.

– ويتجلى الأثر الذي يفرزه الاستثمار الأجنبي المباشر على رأس المال البشري بطريقة غير مباشرة حيث انه ينشأ إما نتيجة للتعلم والخبرة المكتسبة بفعل احتكاك العمالة المحلية بالشركات متعددة الجنسيات، أو نتيجة للتشريعات التي تسنها حكومات الدول المضيفة كقيود على هذه الشركات حتى تضمن أقصى استفادة منها في مجال تأهيل رأس المال البشري المحلي؛ وتتجاوز هذه الأثار مستوى العمال المتواجدين على مستوى الشركات متعددة الجنسيات لتشمل كذلك رأس المال البشري الذي تتوفر عليه الشركات المحلية من

خلال انتقال العمالة المؤهلة إلى الشركات المحلية أو عن طريق الموردين المحليين الذين يتم تحسين مهاراتهم لزيادة جودة السلع الموردة إلى الشركات متعددة الجنسيات عن طريق المعايير التي تفرضها عليهم هذه الشركات.[xix]

– الاستثمار الأجنبي المباشر يساهم في زيادة الفرص التجارية فالاستثمار والتجارة عنصران متكاملان بصورة متزايدة، وأيضا توفير الفوائد البيئية والاجتماعية وسيكون لها أثر مع مرور الوقت في رفع المعايير البيئية والاجتماعية للبلاد من خلال اعتماد الشركات المحلية لهذه المعايير.

– ونتيجة للاتجاه الذي يسلكه المستثمرون الأجانب في الاعتماد على تمويل جزء من استثماراتهم عن طريق الاقتراض من السوق المحلية للدولة المضيفة فإن هذا يؤدي إلى تناقص نصيب المستثمرين المحليين من المبلغ المخصص لتمويل استثماراتهم نظرا لتحول جزء من المدخرات المحلية إلى الاستثمار الأجنبي المباشر، ونتيجة لذلك فإن الاستثمار الأجنبي المباشر قد يكون له تأثير تحفيزي أو مثبط للاستثمار المحلي أو كما يطلق على تلك العلاقة بأثري الإحلال والتكامل* بين الاستثمار المحلي والأجنبي المباشر، والتي تنشأ عن طريقة تمويل الاستثمارات الأجنبية المباشرة.[xx]

– إن ضعف إمكانياتها المالية وعدم قدرتها على الشراء المباشر للتكنولوجيا ذات التكلفة المرتفعة أدت بأغلب الدول النامية إلى تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر ليكون قناة للحصول على التكنولوجيا المتطورة والاحتكاك بمصدر الإبداع وهي الشركات متعددة الجنسيات وفروعها والتي قد تساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في نقل جزء من مخزونها التكنولوجي إلى البلدان النامية المضيفة ما ينعكس إيجابا على الأجهزة الإنتاجية لهذه الدول، وعلى تنافسيتها في الخارج.[xxi]

المحور الثاني: واقع مساهمة الاستثمار الأجنبي في التنمية الاقتصادية في الجزائر

نحاول من خلال هذا المحور دراسة واقع مساهمة الاستثمار الأجنبي في التنمية الاقتصادية في الجزائر وذلك بدراسة حالة الاقتصاد الجزائري وتأثير تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر على المتغيرات الكلية للاقتصاد للفترة 2006-2015.

أولا: الملامح العامة للاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر

نعبّر عن الملامح العامة للاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر من خلال ترتيب الجزائر في بعض المؤشرات الدولية لتقييم المناخ الاستثماري وحجم الاستثمارات الخارجية التي تستقطبها السوق الجزائرية وذلك بعرض وتحليل التدفقات الواردة والصادرة والأرصدة المقابلة لكل عام ومرتبة الجزائر ضمن الترتيبات العالمية في هذا المجال.

1- ترتيب الجزائر في المؤشرات الدولية لتقييم مناخ الاستثمار:

سعت الدولة الجزائرية إلى استقطاب المزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة في خطوة منها لسد الفجوة الموجودة بين الاستثمار والمدخرات المحلية وفي مختلف القطاعات، حيث تنبع أهمية المناخ الاستثماري من خلال أثره على جلب أو طرد الاستثمارات الوطنية والأجنبية، ففي هذا العنصر سنحاول تحليل وتقيم مناخ الاستثمار الجزائر بالاعتماد على بعض المؤشرات الدولية المتاحة والمستخدمة في قياس مدى ملائمة ظروف بيئة الأعمال الجزائرية في استقطاب المزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

وتعتبر المؤشرات الدولية لتقييم مناخ الاستثمار أداة فعالة لتحليل طبيعة بيئة الأعمال ومساعدة المستثمرين على اتخاذ القرار المناسب بشأن الاستثمار في بلد معين من عدمه. وسيحاول هذا العنصر تبيان وضع الجزائر في مختلف هذه المؤشرات بما يسمح بتكوين صورة واضحة عن طبيعة المناخ الاستثماري وأثره على حجم الرساميل المنسابة إليها في شكلها المباشر.

الجدول رقم (01): ترتيب الجزائر في المؤشرات الدولية للاستثمار

المؤشر	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
سهولة الأعمال	134	136	143	148	151	153	161	163	156
التنافسية	-	-	142/87 دولة		144/110 دولة		144/79دولة		87
الشفافية	178/111	180/105	180/112	180/105	94	100	88	-	-
الحرية الاقتصادية	183/107	179/105	179/132	140	145	146	157	154	-
التنمية البشرية	188/104	96	96	93	93	83	-	-	-

المصادر:من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات من تقارير ومواقع رسمية للبنك الدولي:

- http://francais.doingbusiness.org/rankings.
- The Global Competitiveness Report: 2014–2015 -2011.2012-2013
- The transparency international corruption index report: 2015-2013-2011-2010.
- www.tranparency.org.
- Economic Freedom index report: 2016-2015-2014-2013-2011-2009.
- www.heritage.org/index/ranking.
- Rapport sur le développement humain : 2015-2014-2012-2010.

مؤشر سهولة أداء الأعمال مؤشر مركب يتكون من 10 مؤشرات فرعية تقيس مدى تأثير القوانين والإجراءات الحكومية على الأوضاع الاقتصادية بالبلد محل الدراسة. وبالنظر إلى وضع الجزائر في هذا المؤشر خلال الفترة 2009-2017 يظهر تأخرها في الترتيب الدولي بل وأنها تستمر في التراجع باستمرار من المرتبة 134 سنة 2009 الى 163 سنة 2016، ثم تتحسن في 2017 بتقدمها خمس مراتب لتصل الى المرتبة 156 دوليا وتظل في ذيل الترتيب العالمي.

تظهر تقارير التنافسية العالمية ضعف تنافسية الاقتصاد الجزائري عموما وتراجعه من الرتبة 87 الى 110 عالميا بين عامي 2011 و2014، ثم تحسنت تنافسيته لتصل الى الرتبة 79 سنة 2016 ثم تتراجع الى 87 سنة 2017. وقد أرجعها التقرير إلى مجموعة عوائق تواجه أصحاب المشاريع خلال مزاولتهم لأنشطتهم الاستثمارية في الجزائر كتفشي البيروقراطية وصعوبة الحصول على التمويل وانتشار الرشوة بالإضافة إلى ضعف البنية التحتية واليد العاملة الماهرة.

بالنسبة لمؤشر الشفافية لا يختلف الأمر كثيرا عن سابقيه فالجزائر تحتل مراكز متأخرة أيضا بـ 111 سنة 2009 الى 88 سنة 2014 وهو أحسن ترتيب حصلت عليه الجزائر في مؤشر الشفافية خلال سنوات الدراسة. وهو ما يعني أن الجزائر في نظر المستثمرين المحليين والأجانب والمنظمات الدولية، هي من الدول ذات المستويات العالية من الفساد والرشوة التي تمثل عقبة حقيقية أمام إقامة المشاريع الاستثمارية، وتؤدي إلى زيادة تكلفة إنجازها.

بحسب ترتيبها في مؤشر الحرية الاقتصادية يتضح أن أداء الجزائر وضعها في منطقة الحرية الاقتصادية الضعيفة خلال الفترة 2009-2016 يتضح من الجدول رقم (01) أن أسوأ رتبة تنقيط حصلت عليه الجزائر كان سنة 2015 بالمرتبة 157 ودخلت الجزائر في منطقة الحرية المعدومة سنة 2013 بـ 49.6 نقطة. وسبب تراجع ترتيب الجزائر في هذا المؤشر هو التراجع المسجل في تنقيطها في

أغلب المؤشرات الفرعية المكونة له كمؤشر محدودية الفساد، ومؤشر حرية القطاع المالي والملكية الفكرية، وحرية الاستثمار، وحرية العمل. إن هذه الأرقام تعبر على أن بيئة الأعمال في الجزائر لا زالت تتميز بكثير من القيود التي تحد من عملية الاستثمار بسبب كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية وغموض القوانين والتشريعات المنظمة للجوانب التجارية والمالية والنقدية وهو ما يستوجب العمل على تسهيل العملية الاستثمارية ومحاربة الفساد ونشاط السوق السوداء وحماية حقوق الملكية الفكرية.

مؤشر التنمية البشرية من خلال قراءة أرقام هذا الجدول يتبين أن الجزائر حققت تطورا مهما في هذا المؤشر، إذ انتقلت من الرتبة 105 سنة 2009 الى 83 سنة 2014، أيضا يمكن الإضافة على معطيات الجدول بأن الجزائر كانت ارتقت وانتقلت من تصنيفها ضمن التنمية البشرية المنخفضة سنة 1980 الى تنمية بشرية متوسطة سنة 1990 لترتقي بعدها الى البلدان ذات التنمية البشرية المرتفعة 2010، ومرد ذلك تحسن المؤشرات الفرعية المكونة لهذا المؤشر. ففي سنة 2012 ارتفع، متوسط العمر المتوقع عند الولادة إلى 73.4 سنة، وانخفض معدل الأمية لدى البالغين إلى 22% مقابل ارتفاع نصيب الفرد من الدخل الإجمالي إلى 5402 دولار. ويضاف إلى ذلك الارتفاع المسجل في الاعتمادات المخصصة لقطاعي التربية والتعليم والصحة في ميزانية الدولة، مما أدى إلى زيادة قدرتهما الاستيعابية وتوفير فرص أفضل للتمدرس وتحسين الاستفادة من الخدمات الصحية.[xxii]

الجدول(02): مقارنة الجزائر عالميا في مؤشرات الاستثمارلسنة 2016

المؤشر	الجزائر	الشرق الأوسط وشمال افريقيا	الو.م.أ	ألمانيا
شفافية المعاملات*	6.0	6.0	7.0	5.0
مسؤولية المسيرين**	6.0	5.0	9.0	5.0
سلطة المساهمين***	4.0	4.0	9.0	5.0
حماية المستثمر****	5.3	5.0	8.3	5.0

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات2016 douing business:

يظهر من خلال الجدول رقم (02) أن الجزائر على العموم تتمتع بمؤشرات أفضل من المعدل العام لمنطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا وبطبيعة الحال بعيدة كل البعد عن الذي توصلت الية الولايات المتحدة الأمريكية من مناخ عام للاستثمار التي حققت مؤشرات حد مرتفعة في كل المجالات.

ما يمكن اضافته على ما ورد في الجدولين السابقين عن المناخ الاستثماري في الجزائر أن الجزائر بدأت مسيرة تنموية حديثة بانتقالها إلى اقتصاد السوق وانفتاحها على العالم الخارجي وذلك بتطبيق برامج التثبيت والتكيف الهيكلي والتي تقتضي تشجيع الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

2- التنظيم القانوني للاستثمار في الجزائر:

وقد صاحب هذا التوجه الانفتاحي صدور قانون 1993 الذي يمنح مجموعة من التسهيلات اللازمة لتدعيم واجتذاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وقد تلته عدة مراسيم وتشريعات مكملة طوال فترة التسعينات إلا أن هذا لم يؤد إلى استقطاب استثمارات كبيرة وذلك نظرا لعدم الاستقرار السياسي الذي مرت به البلاد، وواصلت الجزائر جهودها في سبيل الوصول إلى قانون تشريعي ناجح يحقق امتيازات في الجانب الاستثماري وبذلك صدر قانون 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار مناخه وآلية عمله والذي يمنح المزيد من الامتيازات للمستثمرين وبإنشاء شباك موحد على شكل وكالة وطنية لتطوير الاستثمار ANDI،[xxiii] وثم تعديل هذا القانون عدة مرات في السنوات اللاحقة 2006 الى غاية 2009 الذي أدرج قاعدة 49/15 ، ثم قانون 2016 و2017 اللذان منحا تسهيلات عديدة للمستثمرين الأجانب في الجزائر حيث تقرر نزع حق الشفعة وقاعدة 51 /49 بالمائة المطبقة على الاستثمارات

الأجنبية في الجزائر من نص قانون الاستثمار، [xxiv]حيث تضمن قانون المالية لسنة 2017 إجراءات تسهيلية واسعة أيضا إجرائيين يمسان القطاع المصرفي والمالي، الأول يتعلق بتشجيع البنوك للدخول في البورصة ،وهو ما يشكل من الناحية العملية آلية لفتح رأسمال هذه البنوك ،مع التشديد على ابقاء سلطة رقابية و سلطة ضبط لبنك الجزائر ،التي تمنح الترخيص .بالمقابل تضمن مشروع قانون مالية 2017 ،أيضا إمكانية حيازة الأجنبي لأكثر من 49 بالمائة من الرأسمال الاجتماعي في القطاع البنكي والمالي. ويتعلق الأمر بتحفيز مسار عصرنة القطاع، بفعل التكثيف في المنافسة من جهة وجلب الخبرة والإبداع والعصرنة من جهة أخرى. هذه الإمكانية ممنوحة أيضا لفائدة المؤسسات المستثمرة في قطاع صناعة المعرفة على ألا يتعدى نصيب الأجنبي في رأسمال هذه المؤسسات 66 بالمائة وهذا بعد موافقة المجلس الوطني للاستثمار.[xxv]

إلا أنه في واقع الأمر لا يجب التركيز على اجتذاب الاستثمارات من حيث الكم بل من حيث النوع، إذ يجب أن تكون هذه الاستثمارات موجهة نحو ترقية القطاعات التي تملك فيها الدولة فرصا لتطويرها.

3- -تدفق الاستثمار الأجنبي الى الجزائر:

تملك الجزائر المؤهلات والعناصر التنافسية لجذب الاستثمارات، خاصة الإطار التشريعي، والتنظيمي والإداري، وكذلك قانون الاستثمار، زيادة على القدرات الذاتية للبلاد ومن خلال الجدول التالي سيتم عرض عدد المشاريع الاستثمارية في الجزائر للفترة 2002-2015 وقيمتها ثم تطور تدفقات الاستثمار الاجنبي المباشر المعبرة عن رأس المال الأجنبي الوارد إلى الجزائر خلال الفترة 2005-2015، والقيم مقيمة بالدولار الأمريكي الجاري.

الجدول (03): عدد المشاريع الاستثمارية في الجزائر وقيمتها للفترة 2002-2015

المشاريع الاستثمارية	عدد المشاريع		%		القيمة بالمليون دج		%	
	2002-2012	2015	2002-2012	2015	2002-2012	2015	2002-2012	2015
محلي	31594	7838	%99	98.59%	1743783	1360269	68%	92.32%
أجنبي	410	112	1%	1.41%	803057	113145	32%	7.68%
المجموع	32004	7950	100%	100%	2546840	1473414	100%	100%

المصدر:من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات www.andi.dz

الجدول (04): تدفقات وأرصدة الاستثمار الاجنبي المباشر الواردة الى الجزائر 2005-2015

FDI	التدفقات		الأرصدة	
(مليون دولار)	الواردة	الصادرة	الواردة	الصادرة
2005	1,145.34	20.19-	8,222.01	574.84
2006	1,888.17	33.97	10,110.18	608.82
2007	1,743.33	150.63	11,853.51	759.44
2008	2,631.71	317.98	14,485.22	1,077.43
2009	2,753.76	214.81	17,238.98	1,292.24
2010	2,301.23	220.49	19,540.20	1,512.73
2011	2,580.35	533.51	22,120.56	2,046.24
2012	1,499.42	41.30-	23,619.98	2,004.94

2013	1,692.89	268.29–	25,321.87	1,736.65
2014	1,506.73	18.30–	26,819.60	1,718.35
2015	587.31–	103.22	26,232.29	1,821.57

المصدر: **الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية**، نشرية فصلية تصدر عن المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وترقية الصادرات، السنة الرابعة والثلاثون العدد الفصلي الثاني، أفريل 2016، ص.15.

شهدت سنة 2006 ارتفاعا ملحوظا مقارنة بسنة 2005 بتغير قيمته 742.83 مليون دولار أمريكي، وسجلت الجزائر سنة 2008 مبلغا معتبرا و مرتفعا مقارنة بسنة 2007 حيث بلغ ارتفاعا قيمته 888.38مليون دولار أمريكي، وهذا في وقت عرفت فيه وتيرة الاستثمارات العالمية تراجعا بفعل الازمة المالية العالمية، ثم ارتفعت وتيرة الاستثمارات في سنة 2009 ارتفاعا طفيفا بنسبة 6,43% أما في سنة 2010، فقد سجلت فيه كل التدفقات الواردة تراجعا محسوما على المستوى العالمي، و هو ما يدل على التأثر المتأخر لتدفقات الاستثمار الدولية المتجهة نحو الجزائر، الشيء الذي يمكن تفسيره بالأولوية القصوى لهذه الاستثمارات لكونها تتمتع بربحية عالمية (استثمارات في قطاع المحروقات)، في حين عاد ارتفاع تدفق الاستثمار الأجنبي سنة 2011 إلى 2,580.35دولار نظرا للأوضاع الأمنية للدول العربية خاصة المضطربة ضمن ما سمي بالربيع العربي و هو ما دفع بالمستثمرين الأجانب إلى التوجه إلى الاقتصاد الجزائري لما يتوفر عليه من مناخ استثماري خصب و توفر الاستقرار، ثم ابتداء من لكن خلال سنة 2012 عرفت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر انخفاضا لتسجل 1499 مليون دولار وهذا راجع إلى فرض قاعدة 51/49 الاستثمارات الأجنبية (تدابير قانون المالية التكميلي لسنة 2009)، والتي تنص على أن للمستثمر الوطني الحق في الحصول على 51 في المائة على الأقل في أي مشروع مع شريك أجنبي كما تم فرض الاعتماد المستندي كوسيلة وحيدة للدفع بالإضافة عدم إمكانية المستثمر الأجنبي استرجاع رأس ماله إلا بعد خمسة وعشرون سنة من النشاط وإلغاء حق المستثمر الأجنبي في شراء العقار، وكانت سنة 2015 هي الأسوأ على الاطلاق برقم سلبي بلغ – 587.31 مليون دولار في ظل الأزمة التي يعيشها الاقتصاد الجزائري وتدهور سعر برميل النفط.

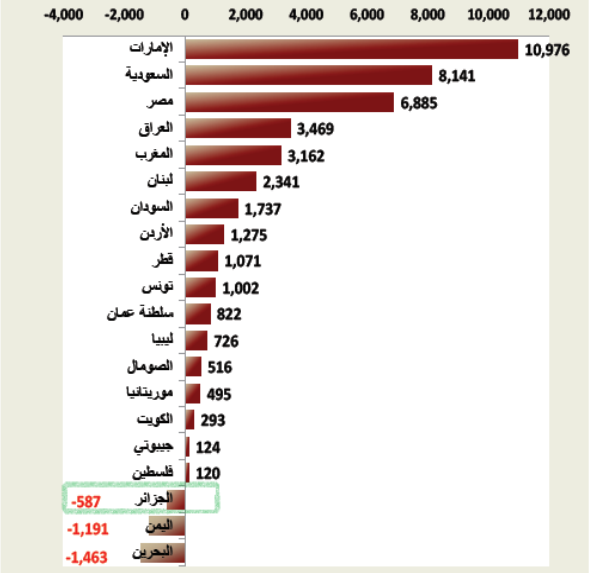
ويمكن ادراج الجدول الموالي كمقارنة لتدفقات الاستثمارات الأجنبية الواردة الى الدول العربية لتبيان موقع الجزائر وترتيبها ضمنها وتأكيدا لما جاء في تحليل الجدول (04).

جدول رقم (05): تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة الى الدول العربية (بالمليون دولار) لعامي 2014 و 2015

الدولة	2014	2015	الحصة من الاجمالي لعام 2015 (%)	قيمة التغير	نسبة التغير (%)
الإمارات	10,823	10,976	27.5	152	1
السعودية	8,012	8,141	20.4	129	2
مصر	4,612	6,885	17.3	2,273	49
العراق	4,782	3,469	8.7	-1,313	-27
المغرب	3,561	3,162	7.9	-399	-11
لبنان	2,906	2,341	5.9	-565	-19
السودان	1,251	1,737	4.4	486	39
الأردن	2,009	1,275	3.2	-735	-37
قطر	1,040	1,071	2.7	30	3
تونس	1,063	1,002	2.5	-61	-6
سلطنة عمان	739	822	2.1	83	11
ليبيا	50	726	1.8	676	1,351
الصومال	434	516	1.3	82	19
موريتانيا	500	495	1.2	-5	-1
الكويت	953	293	0.7	-660	-69
جيبوتي	153	124	0.3	-29	-19
فلسطين	160	120	0.3	-40	-25
الجزائر	1,507	-587	-1.5	-2,094	-139
اليمن	-1,787	-1,191	-3.0	596	33
البحرين	1,519	-1,463	-3.7	-2,981	-196
سورية	-	-	-	-	-
الإجمالي العربي	44,288	39,913	100	-4,375	-10

المصدر : الأونكتاد - تقرير الاستثمار في العالم 2016 (تم تعديل بيانات 2014 من المصدر)

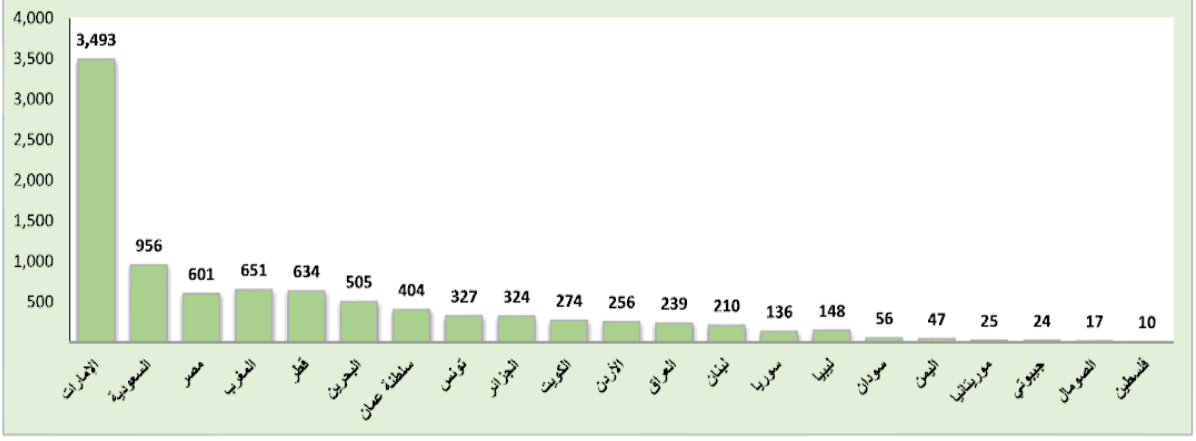
شكل رقم 02: تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة الى الدول العربية بالمليون دولار لعام 2015



كما سبق الذكر شهد2015 تدهور مطلق في تدفقات الاستثمار الأجنبي الى الجزائر وهذا راجع الى الأزمة النفطية التي يعيشها العالم. ومن خلال الشكل الموالي نظهر موقع الجزائر بين الدول العربية من حيث عدد شركات الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة 2003الى 2016.

* خلال الفترة من يناير الى ابريل 2016

شكل رقم03: عدد شركات الاستثمار الاجنبي المباشر العاملة في الدول العربية ما بين عامي 2003 و2016



الصدر: الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية، نشرية فصلية تصدر عن المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وترقية الصادرات، السنة الرابعة والثلاثون العدد الفصلي الثاني، أفريل 2016، ص. 7.

أظهر الشكل أن الجزائر تقريبا تتوسط الدول العربية بالمرتبة التاسعة من أصل 21 دولة من حيث عدد شركات الاستثمار الأجنبي المباشر بـ 324 شركة وتتفوق تونس على الجزائر بشركتين اثنين فعدد الشركات الأجنبية في تونس بلغ 326 شركة بينما أتى المغرب في المرتبة الرابعة بـ 651 شركة.

الجدول رقم (06): أهم الدول المستثمرة في الجزائر بين جانفي 2011 الى ديسمبر 2015

أهم الدول المستثمرة في الجزائر ما بين يناير 2011 وديسمبر 2015

الدولة	عدد المشروعات	التكلفة (مليون دولار)	عدد الوظائف	عدد الشركات
إسبانيا	7	2,232.1	2,880	3
قطر	2	2,150.0	3,089	2
تركيا	2	1,737.3	3,342	2
لوكسمبورغ	1	837.3	342	1
المملكة المتحدة	7	408.7	2,659	6
فرنسا	15	376.6	1,631	13
جنوب أفريقيا	1	350.0	638	1
سويسرا	3	286.2	561	3
ألمانيا	6	175.8	1,360	6
ميانمار (بورما)	1	159.8	342	1
أخرى	42	664.1	3,858	39
الإجمالي	**87**	**9,378**	**20,702**	**77**

المصدر: الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية، **مرجع سبق ذكره**، ص.15.

يظهر من خلال الجدول أن الدول الأوروبية هي أكثر الدول استثمارا في الجزائر خلال الفترة 2011-2015 وتسيطر على الحصة الأكبر على الاطلاقفرنسا بـ 15 مشروعا و13 شركة، تليها كل من اسبانيا وبريطانيا بـ 7 مشاريع بـ 3 و6 شركات على التوالي،

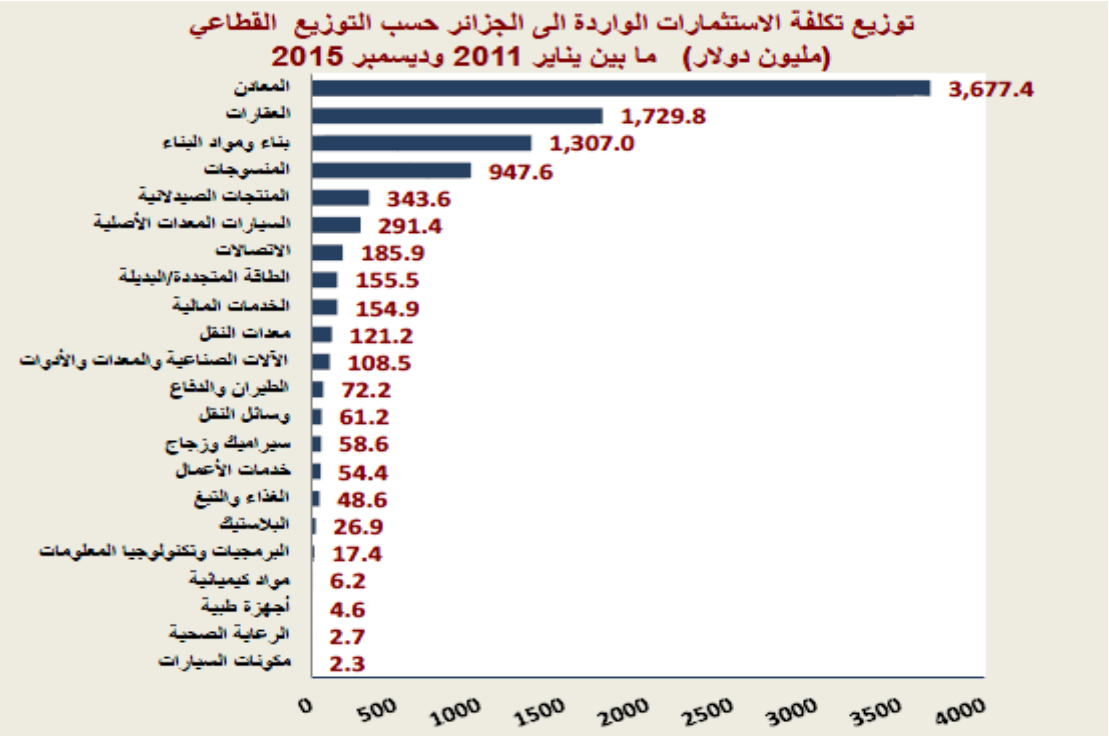
ثم ألمانيا بـ 6 مشاريع و6 شركات، بينما لم ترد ضمن قائمة أكثر عشر دول استثمارا في الجزائر من الدول العربية سوى قطر بمشروعين وشركتين.

الجدول (07): أهم 10 شركات مستثمرة في الجزائر عن الفترة 2011-2015

أهم 10 شركات مستثمرة في الجزائر ما بين يناير 2011 وديسمبر 2015			
الشركة	البلد	عدد المشروعات	التكلفة (مليون دولار)
Grupo Ortiz Construccion y Servicios Del Mediterraneo	أسبانيا	5	2,209
Qatar Petroleum (QP)	قطر	1	2,000
Taypa Tekstil	تركيا	1	900
ArcelorMittal	لوكسمبورغ	1	837
Tosyali Holding	تركيا	1	837
Pretoria Portland Cement (PPC)	جنوب أفريقيا	1	350
LafargeHolcim	سويسرا	1	277
Shwe Taung	ميانمار (بورما)	1	160
Clarke Group	المملكة المتحدة	1	156
Ooredoo (Qatar Telecom)	قطر	1	150
Other Companies		73	1,502
الإجمالي		87	9,378

المصدر:نفس المرجع السابق، ص.15.

الشكل رقم (04): توزيع الاستثمارات الأجنبية الواردة الى الجزائر حسب القطاعات عن الفترة 2011-2015



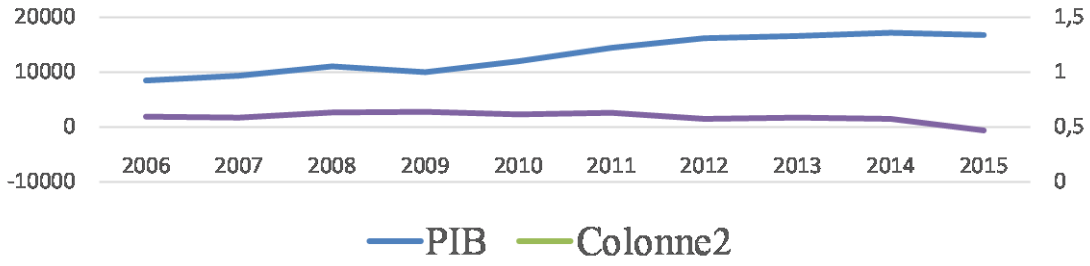
المصدر: نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.

يظهر من خلال الشكل أن النسبة الأكبر من تكلفة الاستثمار الأجنبيالوارد الى الجزائر خاصة بنشاطات استخراجية خاصة بالمعادن والتي مثلت ما نسبته 39.21% من اجمالي التكاليف للفترة المدروسة (من جانفي 2011 الى ديسمبر 2015)، يليها قطاع العقارات بـ 1,729.8مليون دولار، وحظي قطاع مكونات السيارات بالقيمة الأقل بـ2.3 مليون دولار.

ثانيا: أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على التنمية الاقتصادية في الجزائر

نحاول اسقاط الدراسة النظرية على الواقع الاقتصادي الجزائري لنرى ان كانت العلاقة المثبة نظريا محققة فعليا في الجزائر، من خلال دراسة تطورات تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الى الجزائر مع تطورات المتغيرات الكلية للاقتصاد الجزائري من ناتج داخلي خام، ومعدل النمو وقيمة الصادرات ثم التوظيف، وكذلك من خلال دراسة المساهمة المباشرة الاستثمار الأجنبي المباشر في كل من الناتج الوطني الخام وفي التوظيف.

الشكل رقم (05): تطور كل من تدفقات الاستثمار الأجنبي الواردة ومعدل الناتج الوطني الخام للجزائر 2006-2015



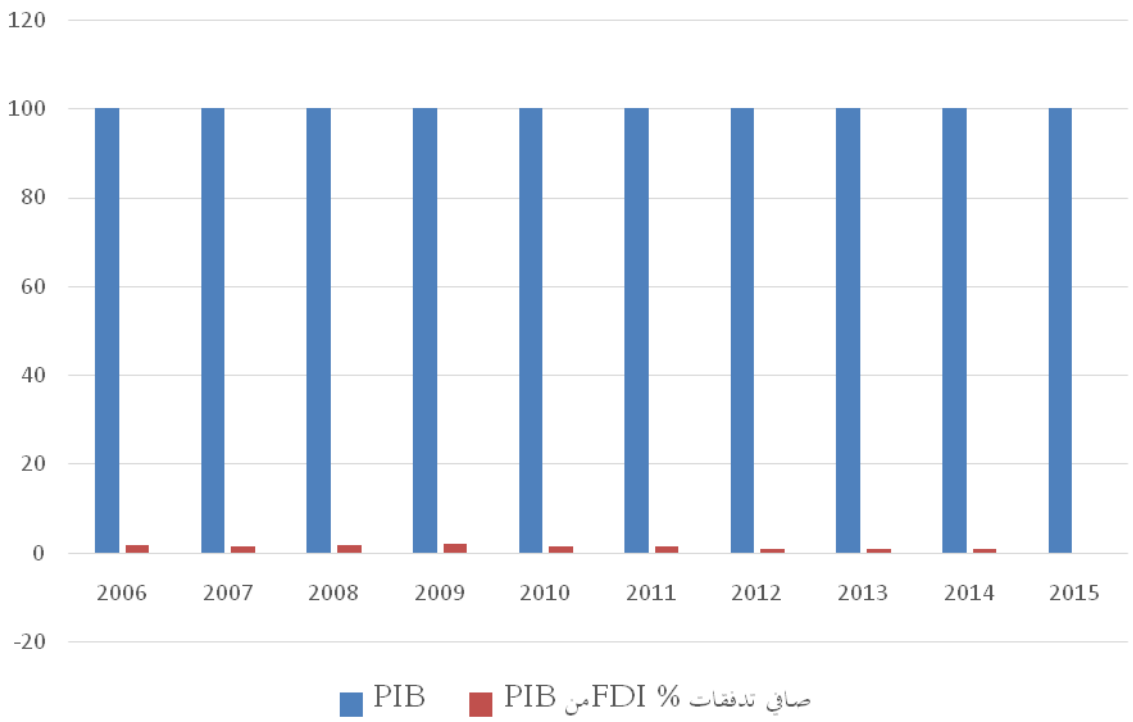
المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات من التقارير الرسمية لـ :

- بالنسبة لتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر: المنظمة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، السنة الرابعة والثلاثون العدد الفصلي الثاني أفريل 2016.
- بالنسبة للناتج الوطني الخام: بنك الجزائر، النشرة الإحصائية الثلاثية، رقم 33، مارس 2016.

يظهر الشكل أنه في طيلة فترة الدراسة ل كان لكل من تدفقات الاستثمار الأجنبي الواردة الى الجزائر والناتج الوطني الخام نفس المنحى تقريبا باستثناء الفترتين من 2011الى 2012 ومن 2014 الى 2015 أين استمر الـ pib في الزيادة بينما عرف الـ FDI انخفاضا ضئيلا في الفترة الأولى وحادا في الفترة الثانية.

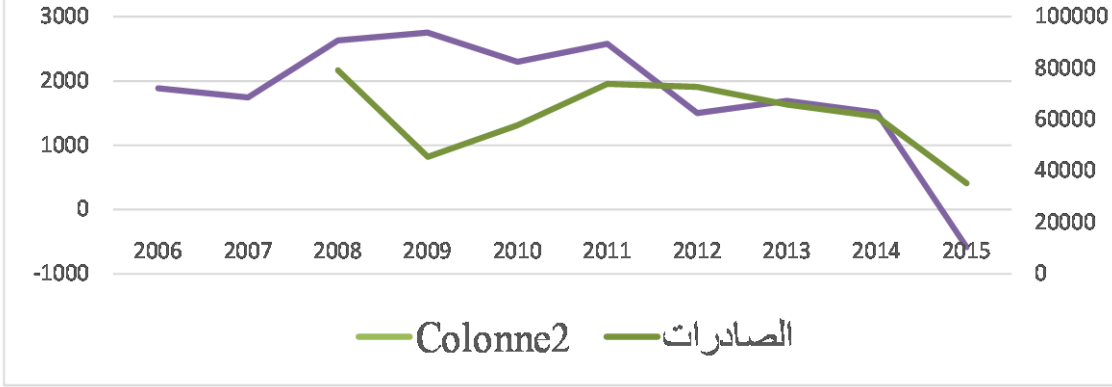
من أجل اظهار العلاقة بأكثر دقة ارتأينا ادراج الرسم البياني الموالي الذي يبين تطور مساهمة صافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر كنسبة من الناتج الوطني الخام والذي يتجلى من خلاله أن للاستثمار الأجنبي المباشر مساهمة فعليا في الناتج الوطني الخام الجزائري غير أن هذه المساهمة ضئيلة جدا طيلة فترة الدراسة من 2006-2015 وبلغ الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر أقصى نسبة مساهمة في الناتج الوطني الخام الجزائري سنة 2009 بمساهمة قدرها 2% بينما سجلت سنة 2015 مساهمة سلبية قدّرت بـ-024%.

الشكل رقم(06): تطور نسبة مساهمة صافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر كنسبة من الناتج الوطني الخام 2006-2015



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات من الموقع الرسمي للبنك العالمي.

الشكل رقم (07): تطور كل من صادرات الجزائر مقابل تطور تدفقات الاستثمار الأجنبي الواردة للجزائر 2006-2015

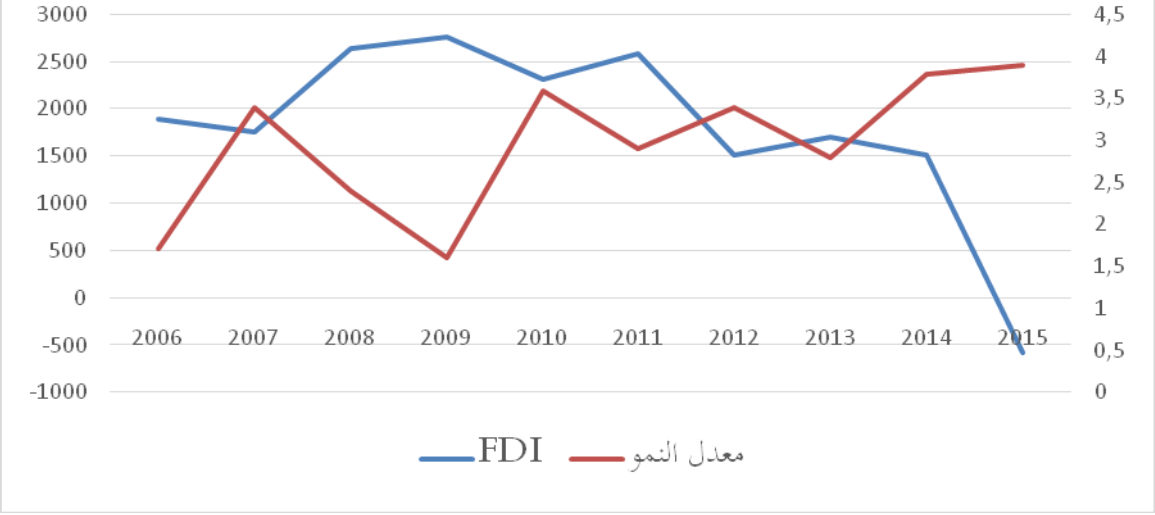


المصدر: نفس المرجعين السابقين.

يظهر الشكل رقم (07) تطور كل من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة الى الجزائر خلال الفترة 2000-2015، والصادرات الجزائرية خلال نفس الفترة، ويظهر المنحنى أن صادرات الجزائر لا تتأثر اطلاقا بتدفقات الاستثمار الأجنبي اليها،

فالمنحنيين مستقلين تماما ولكل منها وتيرة مختلفة تماما ولا تشتركان في المنحى سوى عند سنة 2013 والتي عرفا خلالها انخفاضا ضئيلا ثم حادا سنة 2014 الى 2015، والذي يمكن رده الى الأزمة التي يعيشها الاقتصاد الجزائري بانخفاض أسعار النفط.

الشكل رقم (08): تطور كل من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة ومعدل النمو في الجزائر 2006-2015

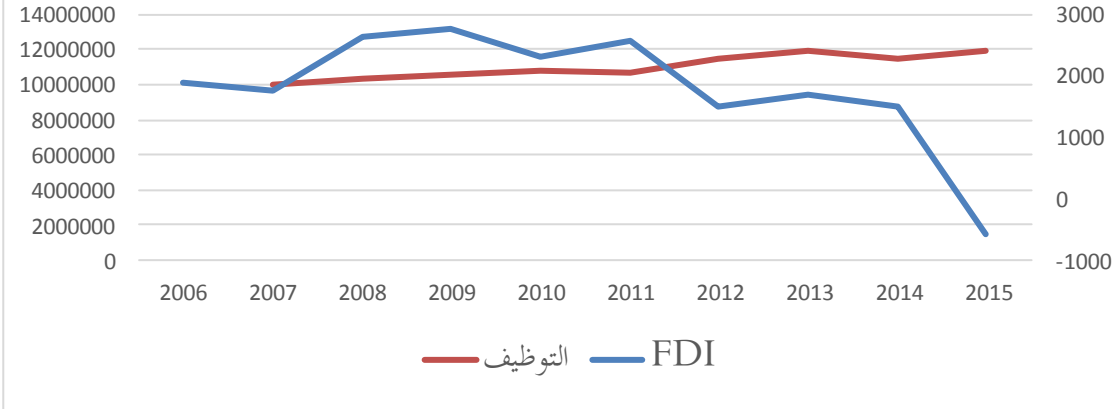


المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات من التقارير الرسمية لـ:

- معدل النمو: من الموقع الرسمي للبنك الدولي.
- FDI: المنظمة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات.

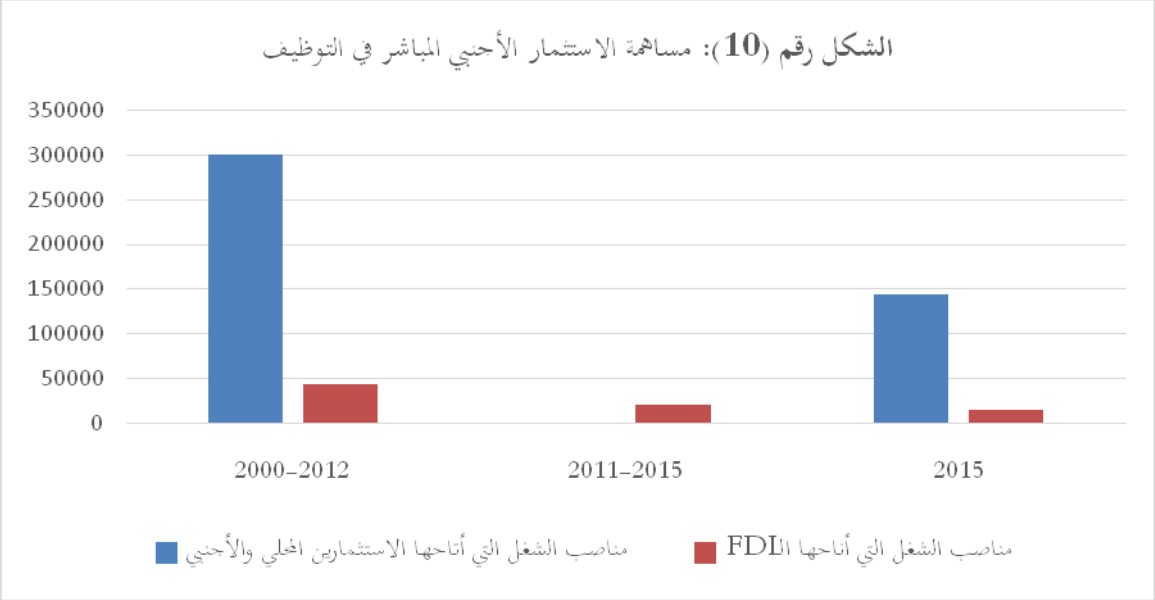
يظهر الشكل رقم (08) تطور كل من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر وتطور معدل النمو خلال الفترة 2000-2015، ويظهر المنحنى أن معدل النمو في الجزائر لا يتأثر اطلاقا بتدفقات الاستثمار الأجنبي اليها، فالمنحنيين مستقلين تماما ولكل منها وتيرة مختلفة تماما ولا تشتركان في المنحى.

الشكل رقم (09): تطور تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر والتوظيف في الجزائر 2006-2015



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات من التقارير الرسمية لـ:

- التوظيف: بنك الجزائر، تقارير حول التوظيف والبطالة في الجزائر، تقارير سنة 2007، 2008، 2009، 2010، 2011، 2012، 2013، 2014، 2015.
- FDI: المنظمة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات.



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات من:

- فيما يخص الفترة 2000-2012 وعام 2015: تم الاعتماد على معطيات www.andi.dz
- أما الفترة 2011-2015: فتم الاعتماد فيها على تقرير رسمي للمنظمة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، أفريل2016، وهو العدد الفصلي الثاني السنة الرابعة والثلاثون.

يظهر من خلال الشكل المساهمة المتواضعة للاستثمار الأجنبي المباشر في التوظيف مقارنة بالاستثمار المحلي حيث أنه وخلال الفترتين لم يرقى حتى الى نصف ما يوفره الاستثمار المحلي من المناصب حيث خلال الفترة 2011-2015 وفر الاستثمار الأجنبي المباشر 20702 منصب شغل في الجزائر وهي مساهمة متواضعة جدا مقارنة بطول الفترة (خمس سنوات)، وخلال سنة 2015 لوحدها تم تسجيل14591منصب شغل، ويعود ذلك إلى توجه معظم الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى إقامة المشاريع في قطاع المحروقات وتجاهل القطاعات الأخرى كذلك الى ضألة التدفقات الاستثمارية الواردة الى الجزائر كما تم اظهاره سابقا، غير أنه لا يمكن انكار هذه المساهمة التي تظل تمتص نسبة كبيرة للبطالة وهو ما يعود بالإيجاب سواء من الناحية الاجتماعية أو الاقتصادية.

الخاتمة:

لقد تعاظم دور الاستثمار الأجنبي المباشر كأحد مصادر التمويل الخارجية نظرا لما يقدمه من خدمات للتنمية الاقتصادية وتخفيف أعبائها ومساهمته في توظيف العمالة الوطنية والتقليل من معدلات البطالة، علاوة على أنه يساهم بشكل كبير في نقل التقنية الحديثة، وهذا ما أدى بالكثير من الاقتصاديين إلى القيام بدراسات عديدة لحصر وتدقيق مزايا تلك الاستثمارات، حيث تباينت تلك الدراسات من حيث طرق المعالجة والنتائج التي تم التوصل إليها. ونظرا لأهمية هذا النوع من الاستثمار فقد اتجهت معظم الدول سواء المتقدمة أو النامية إلى فتح أبوابها أمامه، حيث أصبح الاستثمار الأجنبي المباشر مجالا للتنافس بين الدول وساحة للتسابق المحموم نحو اجتذاب المزيد منها.

إن الجزائر بوصفها من دول العالم المنافسة للفوز بأكبر نسبة ممكنة من إجمالي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، ولمواكبة ما هو سائد عالميا من استخدام واسع للحوافز الضريبية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، عملت على إصدار عدة تشريعات في هذا الصدد، وبالتاليتهيئة الأرضية القانونية والتشريعية لتسهيل عملية الاستثمار وحماية المستثمرين، وبالتالي إعطاء دفعة جديدة للاقتصاد الوطني.

النتائج والتوصيات:

من خلال هذه المداخلة التي تم فيها محاولة دراسة علاقة الاستثمار الأجنبي المباشر بالتنمية الاقتصادية في الجزائر، اتضح لنا أن العلاقة النظرية قائمة عمليا، إذ أظهرت الدراسة مساهمة الاستثمار الأجنبي المباشر في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر خلال الفترة 2006-2015، وعلى الرغم من صغر حجمه جدا بالنسبة للاستثمار المحلي، إلا أن التأثير الإيجابي قائم من خلال المساهمة في التشغيل وفي الناتج الوطني الخام وهو ما يدفعنا الى القول أن على الجزائر بذل مجهودات أكبر في تهيئة المناخ الاستثماري بها لزيادة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر البها وتعظيم الاستفادة منه. وبناءا على هذا نقترح التوصيات التالية:

1- ضرورة توفير البنية التحتية اللازمة للاستثمار وتطوير الأسواق المالية والعمل المصرفي .
2- محاربة الفساد وتوفير محيط أعمال شفاف وخال من البيروقراطية والرشوة .
3- توفير الاستقرار السياسي والأمني .
4- الزيادة في نفقات البحث والتطوير وإعطائها الأهمية اللازمة لتنمية القدرات ورفع الكفاءة الإنتاجية في شتى المجالات.
5- الاستفادة من تجارب الدول النامية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.
6- ينبغي تجنب سياسة الباب المفتوح على مصراعيه للاستثمارات الأجنبية المباشرة أو المغلق. بل التوسط بينهما للاستفادة من مزايا الاستثمار الأجنبي المباشر وفي نفس الوقت عدم الحاق الضرر بالمستثمرين المحليين والإنتاج المحلي الوطني.

الهوامش:

[i]- خيالي خيرة، **دور الاستثمار الأجنبي المباشر في دعم النمو الاقتصادي بالدول النامية مع الإشارة الى حالة الجزائر دراسة تحليلية للفترة (2000-2012)**، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية دولية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، السنة الجامعية 2015-2016، ص. 24.

[ii]- عدنان داوود محمد العذاري، **الاستثمار الأجنبي المباشر على التنمية والتنمية المستدامة في بعض الدول العربية**، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2015، ص.55.

[iii]- حسان خضر، **الاستثمار الأجنبي المباشر: قضايا وتعاريف**، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية، السنة 3، 2004، ص.3.

[iv]- خيالي خيرة، **مرجع ذكره**، ص. 6.

[v]- خيالي خيرة، **مرجع سبق ذكره**، ص.07.

[vi]- سعد محمود الكواز وعمر غازي العبادي، **مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر دراسة لعينة من الدول العربية**، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق، 2007، ص.3.

*- المناطق الحرة هي: جزء أراضي الدولة تسمح فيها بعمليات تجارية وصناعية وحالية مع دول العالم متحررة من قيود الجمارك والاستيراد والتصدير والنقد (ومن هنا كان تسميتها منطقة حرة). من: منور أوسرير، **دراسة نظرية عن المناطق الحرة (مشروع بلارة)**، مجلة الباحث، عدد02، 2003، ص.41.

[vii]- مرغاد سناء، **تقييم سياسات الاستثمار في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر (2000-2013)**، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2015، ص.10.

[viii]- بيوض محمد العيد، **تقييم أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الاقتصاديات المغاربية دراسة مقارنة: تونس، الجزائر، المغرب**، رسالة ماجستير في الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، 2010-2011، ص.38.

[ix]- أمال تخنوني وبلالملاخسو، **الاتجاه المعاصر لواقع تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر المحلي والدولي وأثره على التنمية الاقتصادية**، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول: الإطار القانوني للاستثمار الأجنبي في الجزائر تحت شعار "كيف يصبح الاستثمار الخاص الاجنبي في خدمة التنمية الوطنية" يومي: 18 و 19نوفمبر2015.

[x]- **نفس المرجع السابق.**

[xi]- سحنون فاروق، **قياس أثر بعض المؤشرات الكمية للاقتصاد الكلي على الاستثمار الأجنبي المباشر –دراسة حالة الجزائر–**، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص التقنيات الكمية المطبقة في التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، 2009-2010، ص.26.

[xii]- براهمية أمال وسلايمية ظريفة، **التعجيل بالتغيير: تعزيز الاستثمار الأجنبي المباشر هو المفتاح للتنمية الاقتصادية**، مداخلة في الملتقى الدولي حول: سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات-دراسة حالة الجزائر والدول النامية-يومي:21و22نوفمبر2006، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص.3.

[xiii]- خلود عاصم ومحمد ابراهيم، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013، ص.245.

[xiv]- زريول أسامة، **الاستثمار الأجنبي المباشر وأثره على التنمية المستدامة في الجزائر، رسالة ماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد التنمية المستدامة، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2013-2014، ص.29.**

[xv]- **نفس المرجع السابق**، ص. 32.

[xvi]- براهمية أمال وسلايمية ظريفة، **مرجع سبق ذكره**، ص.5-6.

[xvii]- أمال تخنوني وبلال ملاخسو، **مرجع سبق ذكره.**

[xviii]- بيوض محمد العيد، **مرجع سق ذكره**، ص.117.

[xix]- **نفس المرجع السابق**، ص ص.121-122.

*- أثر الاحلال: ويعني إحلال الاستثمارات الأجنبية محل الاستثمارات المحلية بسبب عدم قدرتها على المنافسة وهو الأثر السلبي للاستثمار الأجنبي على الاستثمار المحلي الذي لم يستطع مواكبة التطور التكنولوجي الذي تتمته به الشركات الأجنبية فتزول الشركات المحلية من السوق تدريجيا .

- أثر التكامل: الأثر التكاملي وهو ما يحفز نشاط الشركات المحلية مع قدرتها على إبداء منافسة عالية وهذا ما يؤدي إلى زيادة الناتج وبالتالي تحسين معدلات النمو الاقتصادي في الدول المضيفة.

[xx]- **نفس المرجع السابق**، ص.123.

[xxi]- جمال بلخباط، **جدوى الاستثمارات الأجنبية في تحقيق النمو الاقتصادي دراسة مقارنة الجزائر المغرب**، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2014-2015، ص.104.

[xxii] جمال بلخباط، **مرجع سبق ذكره**، ص.151.

*- كلّما كان المؤشر كبيرا كلّما كانت المعاملات شفافة أكثر.

** - كلّما كان المؤشر كبيرا كلّما المسيرين مسؤولين عن أنفسهم أكثر.

*** - كلّما كان المؤشر كبيرا كلّما للمساهمين الحق في المطالبة والدفاع عن حقوقهم أكثر.

**** - كلّما كان المؤشر كبيرا كلّما كانت حماية المستثمرين كبيرة.

[xxiii]- براهمية أمال وسلايمية ظريفة، **مرجع سبق ذكره**.

[xxiv]- **مشروع قانون المالية 2017: عدة إجراءات جديدة لصالح الاستثمار**، الموقع الرسمي لوكالة الأنباء الجزائرية، http://www.aps.dz/ar/index.php ، تاريخ النشر 11 أكتوبر 2016، تاريخ الاطلاع 2016/11/28.

[xxv]- **إيكو ألجيريا" تكشف عن مشروع قانون المالية بالأرقام و التحليل"**، عن الموقع http://www.eco-algeria.com/ ، تاريخ النشر 7سبتمبر 2016، تاريخ الاطلاع 2016/11/28.

المقاولاتية المستدامة – بين إشكالية البقاء وحتمية الابتكار–

خيارات تمويل المقاولات الصغرى و المتوسطة في الجزائر

أ. مسعود بن جواد

جامعة الجزائر*3*

drbendjouad@gmail.com

أ. حمزة طيوان

المركز الجامعي ميلة

hamza_1988@hotmail.fr

Received: Avril 2017 *Accepted: Mai 2017* *Published: Joan 2017*

ملخص:

تهدف هده الدراسة إلى إعطاء لمحة عامة عن أبرز الأساليب و الخيارات التمويلية التي يمكن من خلالها للمقاولات الصغيرة و المتوسطة العاملة في الجزائر الحصول على الموارد المالية لتمويل دورات الاستغلال و الاستثمار ، حيث يتيح النظام البنكي و البرامج الحكومية عدة خيارات لتمويل المشاريع الجديدة، كما يمكن أيضا للمقاولة الاعتماد على التمويل الذاتي (تمويل المشروع من الأموال الذاتية للمقاول)، كما تبرز المداخلة نقاط الضعف و القوة في كل هذه الأساليب التمويلية في الجزائر وكذلك علاقتها ببعضها البعض وأمكانية استخدام أساليب مختلفة في آن واحد من قبل المقاولة.

الكلمات المفتاحية : التمويل، خيار التمويل، المقاولة الصغيرة و المتوسطة، التمويل البنكي، التمويل الذاتي، الائتمان التجاري، التمويل الإسلامي التمويل التأجيري ، رأس المال المخاطر .

JEL : G20 ;G29 ;M13 ; D14 ;G21 ;G24 ;G32 ;O16.

Abstract:

The study aims to give an overview of the most prominent methods and financing options by which small and medium enterprises operating in Algeria access to financial resources to finance the exploitation cycles and investment, where the banking system and several government programs gives options for financing new projects, can also be the statement to rely on self-financing (project financing funds from the self to the company), also highlights the interjection weaknesses and strengths of all these financing methods in Algeria as well as their relationship to each other and the possibility of using different methods at the same time by the contractor.

JEL : G20 ;G29 ;M13 ; D14 ;G21 ;G24 ;G32 ;O16.

المقدمة:

لقد عجلت التغيرات والتحولات السريعة والعميقة التي مست الاقتصاد العالمي إلى بروز المشاريع الصغيرة والمتوسطة كقاطرة أمامية للتنمية الاقتصادية وكعنصر أساسي في النسيج الاقتصادي للدول و عليه فقد أصبح المقاول نموذجا يحتذى به ويعطي دفعة للآخرين للسير على خطاه، وبالتالي الزيادة في عدد المشروعات الجديدة مما يؤدي تلقائيا إلى النمو الاقتصادي من خلال تنمية ابتكارات وقطاعات أعمال جديدة، وباعتبار أيضا أن لها دورا بارزا في المساهمة في معالجة مشكلتي الفقر والبطالة، ولذلك أولت دول كثيرة هذه المشاريع اهتماماً متزايداً، وقدمت لها العون والمساعدة بمختلف السبل ووفقاً للإمكانيات المتاحة.

وتعتبر التجربة الجزائرية حديثة نوعا ما بالمقارنة مع البلدان ذات التوجه الرأسمالي، فرغم الطفرة النفطية التي تتمتع بها الجزائر والامتيازات التي منحت للشباب الراغب في إنشاء مشاريع خاصة، لا تزال أمامها تحديات جمة؛ تتمثل أساسا بنشر الفكر المقاولاتي في أوساط الشباب، إلا أن هناك عزوف عن انشاء مثل هذه الاستثمارات نتيجة العراقيل والتحديات الجمة التي تواجه المستثمرين وخاصة ما يتعلق بالجانب التمويلي.

إن تحسين فرص الحصول على التمويل الكافي للمقاولات الصغيرة والمتوسطة أمر بالغ الأهمية لتشجيع روح العمل والمنافسة والابتكار في هذه المنشآت، و خاصة أن تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة تعتبر من قبل العديد من المستثمرين أهم تحدي يواجه الاستثمارات وخاصة الناشئة منها.

في ضوء ذلك يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما هي الخيارات التمويلية المتاحة أمام المقاولات الصغيرة والمتوسطة الناشئة ؟

و تتفرع عن هذه الإشكالية المطروحة عدة تساؤلات فرعية يسعى البحث إلى معالجتها:

- ما هي مشكلات تنمية المقاولات في الجزائر؟
- ماهي الصيغ التمويلية المتاحة؟

أهمية البحث: يكتسب البحث أهميته كونه يعتمد على بيان المؤسسات التمويلية التقليدية والحديثة إضافة إلى لفت الانتباه إلى مؤسسات الدعم العمومية المتاحة أمام إنشاء مقولات، والتعريف بها لتسهيل الوصول إليها والاستفادة من خدماتها التي تقدمها.

أهداف البحث:

- تسليط الضوء على مشاكل تنمية المقاولات في الجزائر.
- إظهار الدور الذي تلعبه مؤسسات دعم المقاولات في تشجيع وتسهيل إنشاء المقاولات.

ومن أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة و للإجابة على الإشكالية المطروحة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي .

أولا: مفهوم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

تعريف: تصنف المؤسسات الاقتصادية من حيث الحجم إلى مؤسسات صغيرة ومتوسطة من جهة ومؤسسات كبيرة ، لذا فإن إعطاء مفهوم واضح وموحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل نهائي من طرف علماء الاقتصاد بسبب الاختلاف الكبير في طبيعة النظرة التي يتبناها كل طرف في تحديد دور هذه المؤسسات، وسبل النهوض بها وترقيتها.

تعريف الولايات المتحدة الأمريكية:

"المؤسسات الصغيرة هي التي يتم امتلاكها وإدارتها بطريقة مستقلة حيث لا تسيطر على مجال العمل الذي تنشط في نطاقه". وقد تم تحديد مفهوم المؤسسة الصغيرة بطريقة أكثر تفصيلا بالاعتماد على معيار حجم المبيعات وعدد العاملين ولذلك فقد حدد القانون حدودا للمؤسسة الصغيرة كما يلي:

– المؤسسات الخدمية والتجارة بالتجزئة: تقدر مبيعاتها السنوية من 1 إلى 5 ميلون دولار .

– مؤسسات التجارة بالجملة :تقدر مبيعاتها السنوية من 5 إلى 15 مليون دولار أمريكي.

– المؤسسات الصناعية :عدد العمال فيها 250 عامل أو اقل.[1]

التعريف في التشريع الجزائري:

جاء في القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم 18/01 المؤرخ في 2001/12/12،[2] والذي أكدت عليه الجزائر بتوقيعها على ميثاق Bologne في جوان 2002 وهذا التعريف هو نفس التعريف الذي قدمه الاتحاد الأوروبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 1996 والذي يرتكزى على ثلاث معايير وهي: العمال، رقم الأعمال السنوي، واستقلالية المؤسسة وفي هذا الإطار تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة مهما كانت وظيفتها القانونية بأنها كل مؤسسة إنتاجية أو خدماتية توظف من 1 إلى 250عامل حيث رقم أعمالها السنوي لا يتجاوز 2 مليار دج، وان إجمالي الحصيلة السنوية لا يتجاوز 500 مليون دج وتحترم مقاييس الاستقلالية.

ثانيا: مشكلات تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري:

على الرغم من الدور التي تقوم به المؤسسات ص و م على مستوى الاقتصاد القومي إلا أن الأمر لا يخلو من أن تكون لهذه المؤسسات مشاكل و معوقات تواجهها و قيودا تعمل على تحجيم دورها في عملية التنمية و حتى تهديد بقائها في السوق ، و من ثم ارتفاع ها في جميع بلدان العالم تقريبا و خاصة النامية منها و من بين هذه المشكلات مايلي:

1– ندرة الموارد وقلة التوفير: إن من بين العراقيل الأولى في تمويل هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و الاستثمارات بصفة عامة يرجع إلى قلة الموارد و دعم كفاية التوفير ، فهذه الندرة يمكن إرجاعها خلال الآونة الأخيرة إلى قلة الموارد البترولية و زيادة حاجيات البلاد من هذه الموارد و هذا بسبب الأزمة الاقتصادية المتعددة الأطراف التي يمر بها البلاد أما بالنسبة للموارد الداخلية و تحت تاثير التسوية الغير مكيفة و عدم كفاءة النظام البنكي و المالي لتجنيد التوفير ، فلم تكن في خدمة التمويل الصناعي كل هذه العوائق قد ساهمت في ندرة الموارد الضرورية و بالأخص تلك التي تتعلق بالاستجابة لحاجيات المستثمرين.

2–عدم ملائة نمط التسيير: بقيت أغلبية المؤسسات ص و م تعمل بأنماط تنظيم و تسيير لا تتماشى و متطلبات الاقتصاد التنافسي الذي يتطلب عصرنة تسيير المؤسسات ، حيث تشكل الجودة الشرط الأساسي في ممارسة النشاط الاقتصادي، أجمالا تقف هذه العوائق أمام نمو المؤسسات ص و م لذا فالسلطات العمومية تسعى جاهدة للتغلب عليها من خلال وضع إجراءات و برامج.[3]

3–التماطل في اصلاح القطاع البنكي والمالي: إن قلة الموارد البشرية و التوفير خلال حقبة من الزمن قد وضح الصورة البنكية و المالية و كذلك فإن المخطط التمويلي المخطط و المزود بالموارد البترولية و القروض الخارجية إن النتيجة التي وضعت موضع التنفيذ لتقارب إداري للصفقات بدون إستراتيجية واضحة لتجنيد التوفير و الاستثمار المباشر الخاص الدولي ، و في هذا السياق يمكن استبعاد:

– البنك : يعتبر كوسيط بين الخزينة العمومية ، صندوق للمؤسسات العمومية و مكلف بالرقابة المستقبلية ، إن طابعه الأساسي هو جمع و تسخير التوفير قد استبعد عن طريق الميكانيزمات العمومية للتمويل.

– النقد : و الذي يعتبر وحدة حساب قد فقد امتيازاته كوسيلة للدفع للتوفير و قياس الأصول ، إن قيمة الدينار يحدد إداريا.

– الادخار : فهو غائب و له منفذ واحد و هو الصرف و إعلام التحويل و الاقتصاد المالي المتوازي و النتيجة أن النظام البنكي قد تشكل في منظور قطاعي متخصص و مكمل ، و لا يرى النور إلى يومنا هذا رفع التحولات التي أدخلت عليه ، و إن كفاءة و قدرة جمع الموارد و استخدامها في أحسن الظروف ستكون المعايير الأساسية لتنافس البنوك من جهة و بين البنوك و الأسواق رؤوس الأموال من جهة ثانية ، إلا أنه و لحد الساعة فإن المرور إلى هذه العملية سوف يأخذ وقت طويل و مجهودات كبيرة لعصرنة القطاع البنكي.[4]

4–مشكل العقار الصناعي: و الذي بدوره يشكل حساسية كبيرة في هذا القطاع أي قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي وقف عائقا في إنجاز وتحقيق العديد من المشاريع الاستثمارية و الصناعية نظرا للمشاكل التي تعرقله من بينها :

الأراضي : يتعلق شكل الأراضي أساسا بـ:

– القيود البيروقراطية التي لازالت تفرض نفسها على مستوى الجماعات المحلية و الهيئات المشرفة على التسيير العقاري.

– طول مدة منح الأراضي ، فالمدة المتوسطة تقارب الستين ، و هو أجل طويل جعل عددا كبيرا من المستثمرين لا يتحصلون على أراض لإقامة مشاريعهم.

– رفض طلبات منح الأراضي المخصصة للاستثمار رفضا غير مبرر.

المنافع : تعاني المناطق الصناعية عبر الوطن من غياب سياسة خاصة بها ، إذ دخلت في حالة تدهور في الهيئة التسييرية و تحولت بعض المناطق إلى تجمعات عمرانية ، فأصبحت بعض المناطق الصناعية تشكل خطرا بيئيا ينذر بعواقب وخيمة ، رغم أن المنشور رقم 104المؤرخ في 22-04-1994 و الصادر عن وزارة الداخلية و الجماعات المحلية الذي ينص على تكوين لجنة تضم ممثلي و مسؤولي مؤسسات صناعية على مستوى القطاعين العام و الخاص.

إلا أن الواقع يبين أن التنسيق بين مختلف المؤسسات لإنجاز أشغال المنفعة غائب تماما ، الشيء الذي يؤدي إلى التأخير في إقامة المشاريع.

5–نقص الخبرة والمعلومات: رغم أهمية قطاع المؤسسات ص و م و اقتحامه ميادين متعدد (تجارة ، صناعة ، نقل ، سياحة فلاحة ، ...) ، إلا أن نقص المعلومات و الافتقار إلى الخبرة التنظيم و التسييرية يظهر واضحا بالنسبة للظروف المحيطة بنشاط الصناعات الصغيرة و المحيط العام الذي لا يعملون فيه ، كما أن جهل أصحاب المؤسسات و حصر طموحهم في حدود شؤون حرفتهم أو صناعتهم يجعلهم يفاجئون بانخفاض أو ارتفاع الأسعار ، كما يتعرضون لنقص الخدمات أو يسقطون تحت سيطرة البائعين و احتكارهم للأسواق.

6–مشكل تموين الجهاز الإنتاجي: يطرح التموين بالمدخلات خاصة المستوردة منها عائقا للمؤسسات ص و م الصناعية ، خاصة المؤسسات قليلة الخبرة في مجال تقنيات الاستيراد ، لاعتمادها في السابق على التموين من المؤسسات العمومية و التي كانت تحتكر التجارة الخارجية ، حيث و على الرغم من الانفتاح الاقتصادي ، لا يزال قطاع هذه المؤسسات يواجه مشكلة تموين الجهاز الإنتاجي بالمواد الأولية و قطع الغيار ، و ذلك ناتج عن 30 سنة من الاحتكار العمومي للتجارة الخارجية ، كما نشير إلى ارتفاع معدلات الرسوم الجمركية على المواد و التجهيزات المستوردة و هو ما ينقل كامل هذا النوع من المؤسسات و التي تعاني أصلا من نقص في الإمكانيات و الموارد المالية.

ثالثا: الصيغ التمويلية الحديثة للمقاولات الصغيرة و المتوسطة:

أولا: صيغ التمويل الكلاسيكية (التقليدية):

1- التمويل طويل الأجل:

وتوجد أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عدة مصادر تحصل من خلالها على التمويل طويل الأجل وسنتعرض فيما يلي إلى أهم هذه المصادر:

1-1- الأموال الخاصة و الاقتراض من العائلة والأقارب:

تظهر الحاجة إلى هذه الأموال بشكل خاص عند التأسيس أو إنشاء المؤسسة، ونقصد بالأموال الخاصة راس المال الذي يملكه صاحب المشروع، أو مجموعة من المساهمين، والتي تمثل الادخارات الفردية لهؤلاء المستثمرين، ولكن عادة ما تكون هذه الأموال غير كافية، لذا يلجأ صاحب المؤسسة إلى العائلة والأصدقاء للاقتراض، وهنا يتوجب عدم الخلط بين العلاقات التجارية والعلاقات العائلية، إذا كان يراد الحصول على النتائج المرغوب فيها. (5)

1-2- القروض طويلة الأجل:

هي القروض التي تزيد آجالها عن خمس سنوات وقد تصل إلى 10 سنوات أو 20 سنة، تمنح لتمويل الأنشطة والعمليات ذات الطبيعة الرأسمالية، أو بناء المصانع، وإقامة مشاريع جديدة (6) تقدم مثل هذه القروض عادة من البنوك المتخصصة مثل البنوك العقارية التي تمنح قروضا قد تصل إلى عشرين عام، وذلك لتمويل عمليات البناء واستصلاح الأراضي وإقامة مشروعات الري والصرف، إلى جانب البنوك الصناعية والزراعية، فالأولى تقدم قروضا تتراوح مدتها بين 3 إلى 10 أعوام، بغرض إقامة المباني، المستودعات وشراء الآلات ومعدات الإنتاج... الخ .أما الثانية فهي لا تختلف كثيرا عن سابقتها من البنوك المتخصصة فهي تمنح قروضا طويلة الأجل لتطوير القطاع الزراعي، وذلك مقابل ضمانات عينية (الرهن العقاري، الرهن الحيازي) ونشير هنا انه كثير ما تراعي البنوك (البنوك الصناعية) أوضاع الصناعات الصغيرة من نواحي أسعار الفائدة والضمانات، كذلك كثيرا ما تقدم لها المشورة والنصح وتقوم بإجراء دراسات الجدوى لها بدون مقابل أو بمقابل(7)

ونتيجة لارتفاع المخاطرة في تقديم مثل هذه القروض، فإن البنوك بمختلف أنواعها تتشدد وتتخذ إجراءات وقائية، مثل أن تطلب من طالب القرض تعهد بعدم ممارسة أي نشاط آخر قد يؤثر على قدرته على السداد، أو طلب ضمانات إضافية كالعقارات والأراضي.(8)

1-3- الأرباح المحتجزة:

إن الهدف الأساسي من نشاط المؤسسة هو تحقيق الربح، وتحدد الجمعية العامة للمؤسسة مصير الأرباح المحققة من خلال سياسة التوزيع التي تبين إذا كانت الأرباح ستوزع كلية أو سيحتفظ بجزء منها ويوزع الباقي على المساهمين، أم أن احتياجات المؤسسة تقتضي بأن يتم الاحتفاظ بكل الأرباح لتغطية احتياجات المؤسسة الكثيرة والمختلفة، فالأرباح التي تحققها تعتبر مصدرا هاما من مصادر تمويلها، خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهذا بهدف إما توسيع نشاطها أو تخفيف عبء الاقتراض.(9)

2- التمويل المتوسط الأجل:

تمنح البنوك هذه القروض لمدة تتراوح بين سنة و5 سنوات ،وتلجأ المؤسسات إلى التمويل المتوسط الأجل(إلى جانب التمويل طويل الأجل) بغرض تمويل الجزء الدائم من استثماراتها في الرأسمال العامل المتداول، والإضافات على موجوداتها الثابتة، وتشمل مصادر التمويل ما يلي: (10)

2-1- قروض المدة:

تتراوح مدة هذه القروض بين 3 و 5 سنوات الأمر الذي يعطي المقترض الاطمئنان والآمان ويقلل من مخاطر إعادة التمويل، أو تحديد القروض قصيرة الأجل .لأن درجة المخاطرة في التمويل قصير الأجل تكون عالية بالنسبة للمؤسسة المقترضة.

ويفرض معدل الفائدة على أساس المدة التي استخدم فيها القرض، أما تحديده فيتم على ضوء مستوى أسعار الفائدة السائدة في السوق، حجم القرض، تاريخ استحقاقه، والأهلية الائتمانية للمؤسسة المقترضة، ويتم تسديدها عن طريق أقساط دورية متساوية تدفع ثلاثيا أو نصف سنويا أو سنويا .وقد لا تكون أقساط التسديد متساوية أو تكون متساوية باستثناء آخر دفعة التي تكون اكبر من سابقاتها. (11)

2-2- قروض التجهيزات :

تمنح هذه القروض للمؤسسات عندما تقدم على شراء آلات أو تجهيزات، وتدعى هذه القروض قروض تمويل التجهيزات، ويمنح مثل هذه القروض إلى جانب البنوك الوكلاء الذي يبيعون هذه التجهيزات، شركات التأمين، وصناديق التقاعد والتأمين الاجتماعية، وتمول الجهة المقرضة ما بين % 70 إلى % 80 من قيمة التجهيزات التي يمكن تسويتها بسرعة، مثل الشاحنات والسيارات، والباقي يبقى كهامش أمان للممول، ويوجد شكلان تمنح بموجبها قروض التجهيزات هما عقود البيع المشروطة والقروض المضمونة يكون في حالة البيع بالتقسيط، حيث يحتفظ وكيل الآلات أو التجهيزات بملكية الآلة إلى أن تسدد المؤسسة الصغيرة و المتوسطة قيمتها، ويقدم الزبون دفعة أولية عند الشراء ويصدر أوراق وعد بالدفع (كمبيالات) بقيمة الأقساط المتبقية من قيمة الأصل كما يمكن استخدام هذه التجهيزات كضمان للحصول على القروض من البنك، وهذا يضمن البنك حقه إذا تأخرت المؤسسة عن تسديد دفعات القرض.

2-3- القروض العامة :

توجه هذه القروض لتمويل الأصول المتداولة بصفة عامة، دون تخصيص ما، وتلجأ إليها المؤسسة لمواجهة صعوبات مالية مؤقتة، ويمكن تقسيمها إلى:

أ- **تسهيلات الصندوق:** هي قروض عرضية لمواجهة صعوبات السيولة المؤقتة التي تعترض المؤسسة، بسبب الاختلال البسيط بين الإيرادات والنفقات الناتج عن وصول مواعيد استحقاق الفواتير المسحوبة على المؤسسة، ويسمح البنك في هذه الحالة للمؤسسة بسحب مبلغ يزيد عن رصيدها الدائن لفترة محددة عادة ما تكون عدة أيام عند نهاية الشهر، للقيام بتسديد ما عليها من التزامات عاجلة (تسديد الفواتير، دفع الأجور،...الخ).(12)

ب- **السحب على المكشوف:** يقصد بالسحب على المكشوف أن يسمح البنك للمؤسسة بسحب مبلغ يزيد عن رصيدها الدائن، على أن يفرض البنك فائدة تتناسب والفترة التي تم خلالها سحب مبلغ يزيد عن الرصيد الدائن للمؤسسة ويتوقف البنك عن حساب الفائدة بمجرد أن يعود الحساب إلى حالته الطبيعية.

ج- **قروض الموسم:** إن أنشطة الكثير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تكون غير منتظمة على طول دورة الاستغلال، حيث تكون دورة الإنتاج والبيع موسمية، وهنا تظهر مشكلة التمويل أو نقصه بسبب الفترة الفاصلة بين عمليتي الإنتاج والبيع أو التسويق وتحصيل قيمة المبيعات، لذا عمدت البنوك إلى تقديم وتكييف نوع خاص من القروض لمثل هذه النشاطات، وهذه القروض تسمى بالقروض الموسمية، وهي تستعمل لمواجهة الاحتياجات الناجمة عن النشاط الموسمي، ونشير إلى أن البنك لا يقوم بتمويل كل التكاليف الناجمة عن هذا النوع من النشاط وإنما يمول جزء فقط منها.(13)

2-4- القروض الخاصة:

خلافا للقروض السابقة توجه هذه القروض عموما إلى تمويل أصل محدد بعينه، تأخذ أحد الأشكال التالية:

أ– **تسبيقات على البضائع**: التسبيقات على البضائع :عبارة عن قرض لتمويل مخزون معين والحصول مقابل ذلك على بضائع كضمان للمقرض، ويجب على البنك قبل تقديم القرض التأكد من وجود البضاعة وطبيعتها، ومواصفاتها وثمنها في السوق إلى غير ذلك من الأمور المتعلقة بالبضاعة.

ب– **تسبيقات على الصفقات العمومية**: الصفقات العمومية عبارة عن اتفاقات للشراء، وتنفيذ أشغال لفائدة السلطات العمومية (الجماعات المحلية، المؤسسات العمومية) من جهة والمقاولين أو الموردين من جهة أخرى، ونتيجة لأهمية هذه المشاريع وحجمها فإن المقاولين المكلفين بالإنجاز كثيرا ما يجدون أنفسهم بحاجة إلى أموال ضخمة غير متاحة في الحال لدى هذه السلطات، لذلك يضطرون إلى اللجوء إلى البنك للحصول على هذه الأموال لتغطية الصفقة.

2–5– الخصم التجاري:

تعد عملية الخصم بالنسبة للمؤسسة وسيلة من وسائل الدفع، فالمؤسسة ولغرض إثبات ديونها على الغير تتعامل بالأوراق التجارية، وتنتظر الحصول على قيمة الورقة التجارية في الموعد المحدد، لكن ضرورات نشاط الاستغلال كثيرا ما تجعل المؤسسات حاملة الورقة محتاجة إلى المال لتسوية التزاماتها، فتلجأ إلى تحصيل قيمتها في شكل سيولة من خلال خصمها لدى البنك، وبالتالي فإن الخصم التجاري هو قيام البنك مقابل هذه العملية بدفع مبلغ الورقة التجارية للعميل قبل تاريخ الاستحقاق، و في المقابل يستفيد البنك من ثمن يسمى سعر الخصم ويطبق هذا المعدل على مدة الانتظار فقط وتنتقل إليه كل حقوق المستحق الأصلي.

2–6– القروض بالالتزام:

يمتاز هذا النوع من القروض عن غيره بأن منح القرض لا ينتج أو ينجز عنه أي تدفق صادر للأموال من البنك، بل أن هذا الأخير يتدخل كمتعهد لضمان المؤسسة من خلال التوقيع على وثيقة يتعهد فيها بذلك، وتسمى هذه الوثيقة بالضمان أو الكفالة، وعلى البنك قبل التوقيع التأكد من الملاءة المالية للمؤسسة لأنه بمجرد التوقيع تصبح العملية بالنسبة للبنك التزاما لا يمكن التخلص منه مقارنة بما يحصل على مستوى تسهيلات .

3– الائتمان التجاري:

يعتبر التمويل التجاري أحد أنواع التمويل قصير الأجل، وتتحصل عليه المؤسسة من الموردين، ويتمثل في قيمة المشتريات الأصلية للسلع التي تتاجر فيها أو تستخدمها في عمليات الإنتاج، ويلعب الائتمان التجاري دور بالغ الأهمية في تمويل الكثير من المؤسسات خاصة التجارية منها، والمؤسسات الصغيرة التي تجد صعوبة في الحصول على القروض المصرفية ذات التكلفة المنخفضة، أو تعاني من عدم كفاية راس مالها العامل في تمويل احتياجاتها التجارية.[14]

4– الاقتراض من السوق غير الرسمي:

تنشأ الحاجة إلى هذا السوق بسبب عدم كفاية الموارد الذاتية، أو المستمدة من الأقارب، وهو يحتل المرتبة الثانية وأحيانا المرتبة الأولى من ناحية الأهمية بالنسبة للدول النامية، فقد بينت إحصائيات عام 1987 التي قام بها البنك الدولي بأن السوق غير الرسمي قد مول أكثر من 99%من هذه المؤسسات وتمنح هذه السوق قروض صغيرة ولفترات قصيرة، وبأسعار فائدة قد غير مرتفعة مقارنة بالأسعار الجارية في السوق الرسمي.

ثانيا: الصيغ المستحدثة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

1– التمويل التأجيري:

لقد تطرقنا في المباحث السابقة إلى مصادر التمويل التقليدية أو الكلاسيكية والمعروفة في مالية المؤسسة، والتي تتمثل في القروض بمختلف أنواعها.

فالتمويل التأجيري هو عبارة عن عملية يقوم بموجبها بنك أو مؤسسة مالية أو شركة تأجير مؤهلة قانونا لذلك، بوضع آلات أو معدات أو أية أصول مادية أخرى بحوزة مؤسسة مستعملة على سبيل الإيجار مع إمكانية التنازل عنها في نهاية الفترة المتعاقد عليها، ويتم التسديد على أقساط يتفق بشأنها تسمى ثمن الإيجار.[15]

رغم مرور عشرات السنوات منذ تطبيق قرض الإيجار في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، واتساع دائرة التعامل به في العالم من خلال التشريعات المشجعة والمؤسسات المالية المتخصصة، إلا انه كان علينا الانتظار في الجزائر حتى صدور قانون النقد والقرض رقم 90 –10 حتى ترى تقنية الائتمان الايجاري النور، ثم استتبع هذا القانون بالأمر رقم 96 –09 المؤرخ في 19 شعبان عام 1416 الموافق لـ 10 يناير1996، والمتعلق بالائتمان الايجاري والذي يتضمن 46 مادة ،ثم بالنظام رقم 96–09 المؤرخ في 13 صفر 1417هـ الموافق لـ 3 جويلية 1996 الذي يحدد كيفيات تأسيس شركات الائتمان الايجاري وشروط إنشائها.

لكن رغم اصدار هذه القوانين، إلا أن التجربة الجزائرية في هذا المجال محتشمة، رغم وجود شركات تقوم بالتمويل التأجيري كمجموعة البركة بالاشتراك مع البنك الجزائري الخارجي وتطبيقه من طرف شركة سوناطراك في تمويلها لمشروع أنبوب الغاز العابر لأوروبا إلا أن هذه العمليات تعد قليلة ولتطويرها يجب تهيئة النصوص القانونية الضرورية في مجال البنوك، الضرائب الجمارك والمحاسبة، وكذلك المجال القانوني "القانون التجاري" وهذا لغرض استعمال الائتمان التأجيري لاستيراد التجهيزات لصالح المتعاملين المقيمين في الجزائر".[16]

ومن أهم شركات التأجير التمويلي في الجزائر:

- **الشركة العربية للإيجار المالي ALC**: تعتبر اول شركة تم اعتمادها في الجزائر بتاريخ 10 اكتوبر 2001 برأس مال قدره 758 مليون دج مقسم على 75800 سهم، يتم اكتتابها من طرف سبعة مساهمين هم: بنك المؤسسة العربية الصرفية بالجزائر (34%)، الشركة العربية للاستثمار (25%)، المؤسسة المالية الدولية (7%) ، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (20%)، مؤسسات اخرى (14%). بدأت نشاطها سنة 2002 بمنح اولى قروضها لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بقيمة اجمالية 75.5 مليون دينار، وبم منح القروض من قبل الشركة على فترة ايجار مالية تمتد ما بين 4 و 5 سنوات مع نسبة فائدة لا تتعدى 5% كما أن المبلغ المحدد للقرض لا يجب أن يقل عن 15 مليون دج ولا يزيد عن 95 مليون دج.
- **الشركة الجزائرية لإيجار المنقولات SALAM**: تعد اول شركة عمومية للايجار المالي بالجزائر، وهي فرع من الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA وهي شركة ذات اسهم تخضع لاحكام القوانين والتنظيمات المعمول بها بالجزائر لاسيما القانون رقم 96–06 المؤرخ بتاريخ 10 جانفي 1996 المتعلق بقرض الايجار، يبلغ راس مالها 200 مليون دج موزع كما يلي: الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي (90%)، المجموعة القابضة للميكانيك (10%). بعد التعديل الذي

اجري في الاجتماع العام بتاريخ 19 ديسمبر 1999 انسحبت الشركة القابضة الميكانيكية، وبحلول مارس 2011 كانت الشركة قد منحت الترخيص لتمويل 27 ملف بقيمة اجمالية قدرت 656 مليون دج.

- **الشركة الجزائرية السعودية للقرض الايجاري ASL**: في اطار تطوير ادوات التمويل الجديدة تم استحداث قرض الايجار الدولي بانشاء هذه الشركة بمشاركة الاطراف: البنك الخارجي الجزائري ومجموعة البركة، والهدف الرئيسي للشركة تمويل الواردات بالعملة الصعبة من التجهيزات الموجهة للاستعمال المهني من طرف المتعاملين الاقتصاديين في الجزائر، وتستفيد فقط من تمويلها الانشطة المهنية المنتجة وليس الانشطة التجارية.
- **اضافة الى ما سبق هناك عدة شركات اخرى مثل شركة المغرب للايجار الجزائرية MLA، الشركة الوطنية للايجار المالي NL، شركة اعادة التمويل البترولي SRH...**

2- صيغ تمويل البنوك الإسلامية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

2-1- المشاركة: تعتبر المشاركة أحد أهم أدوات التمويل التي تعرضها البنوك الإسلامية، وتقرر الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية أن التمويل بالمشاركة أكثر ضمانا للمشروعات الصغيرة، فمن المعروف أن معدلات الفشل للمشروعات الصغيرة كبيرة بسبب نقص دراسات الجدوى الاقتصادية، أو عدم كفاءة الإدارة ونقص التخطيط وطبعا ضعف التمويل، خاصة إذا كانت هناك مؤسسات كبيرة تنشط في نفس القطاع.[17]

2-2- المضاربة: المقصود بالمضاربة عن طريق البنوك، أن تقوم البنوك بتوظيف الأموال المودعة لديه في مشروع معين صناعي أو تجاري أو خدمي يدر دخلا معينا و في نهاية العام يقوم بحساب تكلفة هذا الاستثمار، والباقي أي الربح يقسم بين المودعين والبنك . أما في حالة الخسارة فإن صاحب المال، هو الذي يتحملها بالكامل، أما البنك فهو يخسر جهده في حالة عدم التقصير أو التفريط.[18]

2-3- المرابحة: نقصد بالمرابحة المتاجرة كما هو متعارف عليه اليوم، والمرابحة في اللغة مصدر من الربح وهو الزيادة، واصطلاح الفقه هي" بيع بمثل الثمن الأول مع زيادة ربح "أو هي" بيع براس مال وربح معلوم ومتفق عليه بين المشتري والبائع".[19]

وهذا النوع من الاستثمار متبع في اغلب المصارف الإسلامية وهو يأخذ حالتين:

-الحالة الأولى :ويطلق عليها اسم الوكالة بالشراء بأجر، حيث يقوم البنك بطلب من المؤسسة بشراء سلعة معينة محددة الأوصاف، ويدفع ثمنها للبنك مضافا إليه اجر معين مقابل قيام البنك هذا العمل.

-الحالة الثانية :وفيها تطلب المؤسسة من البنك شراء سلعة معينة وكذلك الثمن الذي يشتري به العميل من البنك بعد إضافة الربح، ويتضمن هذا التعامل وعد من العميل بالشراء في حدود الشروط المتفق عليها، ووعدا آخر من البنك بإتمام هذا البيع بعد الشراء طبقا لذات الشروط.

2-4- البيع الآجل: البيع لأجل هو عقد يتم بموجبه الاتفاق على تسليم بضاعة حاضرة مقابل ثمن مؤجل يتفق عليه، وفائدته توفير قدر من التمويل للمشتري حتى يتمكن من دفع الثمن بعد فترة من الزمن يتفق عليها، ويتحصل البنك في هذه الحالة بصفته بائع للسلع على ثمنها بعد فترة محددة."

2-5- بيع السلم: ويطلق عليه أيضا اسم البيع الفوري الحاضر الثمن الآجل البضاعة .ويقوم البنك بدفع ثمن البضاعة آجلا، وتسلم البضاعة عاجلا، فقد عرفه علماء الدين بأنه بيع آجل بعاجل، وله شرطين أساسين هما:

أن يكون رأسمال معلوم الجنس وأن يكون المسلم فيه مضبوطا بالصفة التي تنتفي عنه الجهالة والتي يختلف الثمن باختلافها، وان يكون معلوم المقدار بالكيل أن كان مكيلا وبالوزن إن كان موزونا وبالعدد إن كان معدودا، وان يكون لأجل معلوم، وان يتم بيان مكان التسليم.[20]

2-6- الاستصناع: هو عقد بموجبه يكلف الصناع بصناعة شيء محدد الجنس والنوع والصفة وان يكون هذا الشيء ممايجري فيه التعامل بين الناس كما يمكن أن يكون التكليف بصناعة شيء جديد، طالما أن ذلك ممكن، ويتم الاتفاق على الاستصناع خلال اجل معين، كما يجوز عدم تحديد الأجل.

3-عقد تحويل الفاتورة (Factoring):

عندما تقدم المؤسسة على بيع منتجاتها عن طريق الأوراق التجارية يتعين عليها انتظار اجل الاستحقاق ومن ثم تحصيل قيمة البضاعة المباعة ما يحدث هو أن المؤسسة قد تحتاج إلى السيولة خلال تلك الفترة سواء للوفاء بالتزاماتها للغير أو لتحقيق طموحات التطور التي تفرضها طبيعة المنافسة التجارية.

ويقصد بالفاكتورينغ" شراء أو حجز ديون المؤسسات التجارية التي تشتغل على المستوى المحلي أو الدولي، في حقل السلع الاستهلاكية، كما تقوم البنوك التجارية من جهتها بشراء حسابات المدينين (أوراق قبض، سندات، فواتير) الموجدة بحوزة المؤسسات التجارية أو الصناعية والتي تتراوح مدتها ما بين تاريخ استحقاق حسابات القبض.

4- مؤسسات راس المال المخاطر(Capital risque):

تعرف مؤسسات راس مال المخاطر على أنها كل راس مال يوظف على انه تمويل لابتكار جديد، أو توسع مؤسسة، أو تأسيس مؤسسة من دون التأكد من استرداد راس المال في التاريخ المحدد (وهذا هو مصدر الخطر) .و تكون هذه الصيغة في التمويل على شكل مشاركة، بمعنى أن صاحب راس المال يصبح شريكا في المؤسسة.[21]

أو هي عبارة عن أسلوب أو تقنية لتمويل المشاريع الاستثمارية بواسطة شركات تدعى بشركات رأس المال المخاطر، وهذه التقنية لا تقوم على تقديم النقد فحسب كما هو الحال في التمويل المصرفي بل تقوم على أساس المشاركة؛ حيث يقوم المشارك بتمويل المشروع من دون ضمان العائد ولا مبلغه وبذلك فهو يخاطر بأمواله، ولهذا نرى بأنها تساعد أكثر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجديدة أو التوسعية التي تواجه صعوبات في هذا المجال، حيث أن النظام المصرفي يرفض منحها القروض نظرا لعدم توفر الضمانات.[22]

إن نشاط مؤسسات رأس المال المخاطر في الجزائر حديث الوجود بل تعداده قليل جدا، لذا فإن من مصلحة الدول النامية خاصة الجزائر أن تعمل على تنمية هذه المؤسسات لدعم مشروعاتها لهدف تحقيق التنمية، وبالفعل فقد تم في الجزائر العزم على إنشاء صندوق رأس المال المخاطر لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتولى الخزينة والبنوك تدعيمه واقامته ، وكان ذلك يوم 2004/01/14 باعتماد قدره 3.5 مليار دينار جزائري ، وقد أعلن أيضا في نفس السنة على تأسيس صندوق ضمان قروض الاستثمار لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهذا الصندوق ثمرة التزام مشتركة بين السلطات العمومية والبنوك برأس مال قدره 30 مليار دينار جزائري على الرغم من المخاطر التي تحيط بمجالات استثمار مؤسسات رأس المال المخاطر باعتبارها استثمارات طويلة لأجل ينقصها معيار الإرادية والأمان، فضلا عن تلك التي تحيط بمهنة رأس المخاطر في الدول النامية باعتبارها مهنة مستحدثة، لم يألفها السوق من قبل إلا أنه تمت بعض التجارب في الجزائر لبعض مؤسسات رأس المال المخاطر نوردها فيما يلي:

1-**مؤسسة SOFINANCE** : تأسست بتاريخ 2002/01/09 ونسبة مساهمتها في التمويل لا تتعدى % 35 من رأس مال الشركة كحد أقصى وهي نسبة ضعيفة لا تغطي كل الأنشطة، بل انحصر مجال عملها في الصناعات التحويلية للمنتجات الغذائية وتخزين المنتجات ومواد التغليف وصناعة الألبسة وتحويل الخشب واستغلال الثروات المنجمية وهذا يعني الاهتمام بالصناعات التحويلية وهو نشاط ضئيل المخاطر إذا ما قورن بالأنشطة الأخرى.

2-**مؤسسة FINALEP**: تأسست سنة 1991 كأول مؤسسة في الجزائر بأربعة مساهمين ،تعمل هذه المؤسسة على ترقية الاستثمار في الجزائر على مسار الشركة الجزائرية الأوربية، وهي كباقي مؤسسات رأس المال المخاطر تشارك في عملية التأطير فهي وكيل ما بين 10 % و 20% من رأس المال الاجتماعي حسب الحجم وحاجة المؤسسة يقدر رأس مال مؤسسة ب 159.750 مليون دينار جزائري وهي شركة ذات أسهم تعد أول مؤسسة ذات رأس مال استثماري ومخاطر في الجزائر.

ثالثا: مؤسسات دعم المقاولاتية ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

عرفت الجزائر عدة إصلاحات اقتصادية كان الهدف منها التحول نحو اقتصاد السوق كان من بينها هيئات دعم المقاولاتية ونظرا لأن ثقافة المقاولاتية تنشأ من المجتمع الذي تنشأ فيه ممثلا في المؤسسات العامة والخاصة، وهيئات الدعم المرافقة التي تلعب دورا أساسي في دفع من كثافة المقاولية ولعل من أهم هيئات الدعم:

1/الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ: أنشأت هذه الوكالة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 296-96 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996،ـ ويستهدف ANSEJ للعاطلين عن العمل من الشباب في الفئة العمرية 19-35 سنة، وعندما يخلق الاستثمار ما لا يقل عن ثلاثة (3) وظائف دائمة (بما في ذلك المطورين الشباب المشاركة في الأعمال التجارية) الحد الأدنى للسن يمكن زيادة مدير الشركة التي أنشئت لأربعين (40) سنة، والتمتع بالتأهيل المهني فيما يتعلق بالنشاط المقترح والقدرة على مساهمة شخصية خاصة لتمويل المشروع

ومن مزايا انها تقدم للمقاول دعم مالية و إعانة جبائية و شبه جبائية: **المالي**:تمويل ثلاثي و أخر ثنائي يبلغ الحد الأقصى للإستثمار 10000000دج و تستفيد المؤسسة المصغرة من تخفيضات في نسبة الفوائد البنكية إلى 90بالمئة.الإعفائات الجبائية و الشبه الجبائية كتطبيق المعدل المخفض ب 5 بالمئة للحقوق الجمركية للتجهيزات المستوردة و الإعفاء من كافة رسوم النقل الملكية على الإكتسابات العقارية.[23]

2/الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار: أنشئت وكالة ترقية ومتابعة الاستثمار APSI كهيئة حكومية تحت إشراف رئيس الحكومة بموجب قانون الاستثمار الصادر في 1993(الجريدة الرسمية المرسوم93/12 الصادر في 1993/05/10)، ومنذ صدور قانون الاستثمار في أوت 2001، عوضت وكالة ترقية ومتابعة الاستثمار APSI، بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI، حيث ورد إنشاء هذه الوكالة في المادة 7 من القانون الذي ينص على ما يلي: "تنشأ لدى رئيس الحكومة وكالة لترقية الاستثمارات ودعمها ومتابعتها ".

مهام الوكالة: لقد أوكلت العديد من المهام لهذه الوكالة منها:

-ضمان ترقية الاستثمارات و تنميتها ومتابعتها.

-استقبال وإعلام ومساعدة المستثمرين الوطنيين والأجانب.

-تسهيل الإجراءات المتعلقة بإقامة المشاريع من خدمات الشباك الموحد الذي يظم جميع المصالح الإدارية ذات العلاقة بالاستثمار.

-منح الامتيازات المرتبطة بالاستثمار في إطار الترتيبات المعمول بها.

-تسيير صندوق دعم الاستثمارات.

–ضمان التزام المستثمرين بدفاتر الشروط المتعلقة بالاستثمار.

–مراقبة ومتابعة الاستثمارات لتتم في إطار الشروط المحددة.

–تقديم التسهيلات الجمركية الخاصة بوسائل الإنتاج والمادة الأولية في المدة المحددة.

كما تحتوي الوكالة على صندوق لدعم الاستثمار وهو مكلف بتمويل المساعدات التي تقدمها الدولة للمستثمرين في شكل امتيازات جبائية وجمركية وتغطية تكاليف القاعدة الهيكلية اللازمة لإنجاز الاستثمارات.

3/ صندوق ضمان قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: (*FGAR):

أنشئ الصندوق بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 02-373 المؤرخ في 2002/11/11 بهدف ضمان القروض الضرورية للاستثمارات التي يجب على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تنجزها كما هو محدد في القانون رقم 01-18 المؤرخ في 2001/12/12 والمتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويتولى الصندوق ما يلي:[24]

–التدخل في منح الضمانات لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنجز استثمارات في المجالات التالية: إنشاء المؤسسات؛ تجديد التجهيزات؛ توسيع المؤسسات.

–ضمان متابعة البرامج التي تضمنها الهيئات الدولية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

–ضمان الاستشارة والمساعدة التقنية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستفيدة من ضمان القروض.

–ترقية الاتفاقيات المتخصصة التي تتكفل بالمخاطر التي تنشط في إطار ترقية المؤسسات ص و م وتطويرها.

–ضمان متابعة المخاطر الناجمة عن ضمان القروض، وتسليم شهادات الضمان الخاصة بكل صيغ التمويل.

–إعداد اتفاقيات مع البنوك والمؤسسات المالية لصالح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

–القيام بكل عمل يهدف إلى المصادقة على التدابير المتعلقة بترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتدعيمها في إطار ضمان الاستثمارات، حيث يحل الصندوق محل البنوك والمؤسسات المالية فيما يخص آجال تسديد المستحقات، وفي حدود تغطية المخاطر طبقا للتشريع المعمول به.

4/ الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر(ANGEM):

جهاز القرض المصغر يوفر خدمات مالية متماشية مع احتياجات المواطنين غير المؤهلين للاستفادة من القرض البنكي والمشكلين أساسا من فئة الأشخاص بدون دخل أو ذوي الدخل غير المستقر أو البطالين والذين ينشطون عموما في القطاع غير الشرعي، وتتمثل المساعدات والخدمات التي يوفرها الجهاز في:

* قرض بدون فائدة لا تتعدى 30.000 دج موجهة لشراء المواد الأولية.

* قرض بنكي صغير للمشاريع التي تتراوح قيمتها ما بين 50.000 دج أي 05 مليون سنتيم و400.000 دج أي 40 مليون سنتيم بفوائد مخفضة بنسبة 80 % إلى 90 %. ولا تمنح الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر للمستفيدين المساعدات المالية فقط، بل يتعدى ذلك إلى مساعدات غير مالية كالتوجيه والمرافقة على مستوى كل الدوائر ، الدراسة التقنية والاقتصادية للمشروع، والتكوين في التربية المالية و تسيير المؤسسة، وكذا إعطاء الفرصة لهؤلاء المستفيدين من المشاركة في المعارض والصالونات أين يتم التعارف بينهم و اكتساب خبرات مختلفة و كذا خلق فضاءلت جديدة لتسويق منتجاتهم.

5/ الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة: حيث أنه وبمقتضى" المرسوم التنفيذي رقم 94/04 المؤرخ في المؤرخ في 06 جويلية 1994م م والذي يتمم المرسوم التنفيذي رقم 188 المؤرخ في 03 جانفي 2004 والذي يترجم إمكانية المشاركة في تمويل خلق النشاطات السلعية والخدماتية من طرف البطالين أصحاب المشاريع البالغين من 35 سنة إلى 50 سنة (على أن يكونوا مسجلين في وكالة التشغيل لأكثر من 06 أشهر).إذن من خلال هذا الإجراء أصبح الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة يساعد على إدماج للباحثين عن الشغل من خلال إعطائهم فرصة بناء مشاريع عمل حرة وبصورة مستقلة، هذالإضافة إلى أن هذا الصندوق يعد أحد مصادر التمويل حيث أنه يساهم في صندوق ضمان الأخطار الناتجة عن القرض المصغر.

6/ **الحاضنات التكنولوجية:** تم إنشاء حاضنة في سيدي عبد الله في ولاية الجزائر العاصمة تحت إشراف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية الحضائر التكنولوجية، حيث تم تصميم هذه الحاضنة خصيصا لدعم المشاريع المبتكرة، ومنح الفرصة للمقاولين المبدعين لبدء مشروعهم في بيئة ديناميكية، موجهة نحو الابتكار، توفر الحاضنة التكوين والمرافقة في جميع مراحل المشروع إلى غاية انطلاق المؤسسة، كما تؤدي الحاضنة أيضا دور الوسيط بين البنوك ووكالات دعم المقاولاتية ، مثل ANSEJ .

يجب على حاملي المشاريع تقديم طلب الحصول على دعم لمشاريعهم أمام هيئة، وهي التي سوف تقرر بشأن قبول طلباتهم حيث الحاضنة تستضيف عشرين مشروعا في السنة لفترة 24 إلى 30 شهرا، كما أنها تهدف إلى خلق 15 مؤسسة ابتكارية (start-ups) في السنة، وبالمثل، تم افتتاح حاضنة ثانية في جويلية 2011 في عنابة، ثم في وهران، غرداية، ورقلة ومختلف أنحاء الوطن.

7/ مراكز التسهيل : تم انشاؤها بمقتضى المرسوم التنفيدي رقم 79/03 المؤرخ في 25 فيفري 2003 وذلك طبقا لاحكام المادة 13 من القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهي مؤسسات عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ، تتكفل هذه المراكز بمهام عدة أهمها :

–دراسة الملفات والاستشراف على متابعتها وتحسيد اهتمام أصحاب المشاريع، وتجاوز العراقيل أثناء التأسيس.

–مرافقة أصحاب المؤسسات في ميدان التكوين والتسيير، ونشر المعلومة الاقتصادية المتعلقة بفرص الاستثمار.

–دعم وتطوير القدرات التنافسية ونشر التكنولوجيا الجديدة، وتقديم الاستشارات في مجال تسيير الموارد البشرية والتسويق والتكنولوجيا والابتكار، ويدير مراكز التسهيل مجلس توجيه ومراقبة ويسيره مدير.

8/ المجلس الوطني لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة :هو جهاز استشاري يسعى لترقية الحوار والتشاور بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وجمعياتها المهنية من جهة، وبين السلطات العمومية من جهة أخرى، وهو يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، ومن مهامه :

–ضمان الحوار الدائم والتشاور بين الشركاء الاجتماعيين، مما يسمح بإعداد سياسات و استراتيجيات لتطوير القطاع.

–تشجيع وترقية إنشاء الجمعيات المهنية وجمع المعلومات المتعلقة بمنظمات أرباب العمل والجمعيات المهنية.

ويتشكل المجلس من الجمعية العامة، الرئيس، المكاتب واللجان الدائمة.

الخلاصة:

يكتسي التمويل أهمية بالغة الأثر في تنمية و ترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لذلك يتوجب إعداد سياسات تمويل تأخذ في الحسبان كأساس نقائص و احتياجات و خصائص المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و تكون متضمنة لصيغ و أساليب تمويلية جديدة ذات فعالية في التمويل من جهة و لها القدرة على تعبئة المدخرات من جهة ثانية.

و على الرغم من التطور الذي احدث في وسائل التمويل فان هذه الأخيرة لم تستطع بعد الوصول إلى إنهاء المشاكل المطروحة على مستوى تمويل المشروعات الصغيرة و المتوسطة، و انطلاقا مما تقدم يبقى أن المخرج بالنسبة لهذا النوع من المشروعات من الناحية التمويلية مرهون باستيعاب الوسائل التمويلية المتاحة و بالقدر الذي يسمح لها من المقارنة بين البدائل المعروضة.

أظهر البحث أن المقاولاتية تواجه قيودا كثيرة في الجزائر، من حيث التمويل، التكوين، صعوبة تطبيق الإجراءات في الواقع ،على الرغم من الجهود التي تبذلها الحكومة لتشجيع وتسهيل المقاولاتية، فإن مرتبة الجزائر أخذت بالانخفاض في ترتيب البنك الدولي باستمرار في السنوات الأخيرة من المرتبة 770 إلى 750 في 2015.

التوصيات:

- ✓ إعادة النظر في سياسة هيئات الدعم من خلال :حجم الأموال المخصصة، القطاعات المستهدفة، تفعيل عمليات المرافقة والمتابعة بعد الإنشاء في إطار هيئات الدعم وحاضنات الإعمال.
- ✓ إعادة النظر في سياسة التمويل المصرفي للمؤسسات الصغيرة المنشأة حديثا، وتفعيل فكرة التمويل الإسلامي الذي يعتبر توفره عائقا أمام العديد من الشباب نحو الإقبال على إنشاء المؤسسات.
- ✓ لا بد من توفر البيئة الاستثمارية والقانونية لقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حتى يمكن الاستفادة منه.
- ✓ السعي لوضع سياسات كفيلة بتحقيق استغلال أمثل للطاقات البشرية المتاحة خاصة فئة الشباب منها.
- ✓ طرح بدائل تمويلية جديدة للحد من المشكل التمويلي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة باعتباره أهم المشاكل التي تعترض خلق و نمو هذا القطاع.
- ✓ مساعدة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من خلال تخفيض الرسوم و الضرائب و تقديم الإعفاءات.
- ✓ تشجيع الدولة لكل أجهزة المرافقة المتواجدة بالجزائر التي تهدف إلى ترقية إنشاء المؤسسات الصغيرة وتطوير أجهزة أخرى مماثلة أو مكملة لها.
- ✓ تكثيف تنظيم الصالونات والمعارض الجهوية والوطنية وحتى الدولية ومحاولة إشراك أكبر عدد ممكن من المنشئين فيها، وذلك بهدف التعريف أكثر بأسلوب المرافقة المقاولاتية بالمؤسسات الصغيرة التي أنشئت بدعم من طرف الوكالة.
- ✓ إعادة النظر في نسبة القروض الممنوحة بدون فائدة وفي معدلات الفائدة الممنوحة من طرف البنوك.
- ✓ –العمل على تقليص مدة دراسة وتمويل المشروع من خلال تقليص الإجراءات الإدارية في وتسهيل الإجراءات مع البنوك.

المراجع المعتمدة:

1- رابح خوني ، ترقية اساليب وصيغ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري ، رسالة ماجستير كلية الاقتصاد وعلوم التسيير،فرع اقتصاد التنمية، 2003 ص .11

2- Leila MELBOUCI, du management vers l "e", management: ou se situent les PME Algériennes, colloque interna "Dynamisation de la gestion des PME:innovation, Tic, Formation, Biskra, Algérie, 12,13 Avril 2004.P3

3- مختار رابحي ، إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ،– حالة الجزائر – مذكرة لنيل ماجستير ، تخصص نقود مالية و بنوك جامعة سعد دحلب البليدة ، 2009 ، ص16 .

4- كريم قاسم ، عدمان مريزق ، دور حاضنات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، الملتقى الدولي حول : متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية ، جامعة الشلف ، الجزائر ، يومي17.18 أفريل 2006 ، ص456.

5- عبد الغفار عبد السلام وأخرون، ادارة المشروعات الصغيرة،دار الصفاء للطباعة والنشرو التوزيع،الاردن، 2001 ، ص70 .

6- عبد المعطي رضا الرشيد وأخرون، ادارة الائتمان، دار وائل للطباعة، الطبعة الاولى، عمان ،الاردن، 1999 ،ص104 .

7- محمد عبدالعزيز عجمية،إيمان عطية ناصف،التنمية الاقتصادية –دراسات نظرية وتطبيقية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2000 ، ص185.186

8- جميل احمد توفيق، اساسيات الادارة المالية، الدار الجامعية، بدون تاريخ، ص404 .

9- هيثم محمد الزغبي، الادارة والتحليل المالي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2000 ، ص94 .

10- محمد صالح الحناوي، ابراهيم اسماعيل سلطان، الادارة المالية والتمويل، الدار الجامعية–طبع –نشر–توزيع، الاسكندرية، 199 ، ص294 .

11- محمد ايمن عزت الميداني، الادارة التمويلية، مكتبة العبيكان، الطبعة الثانية، 1999 ، ص502 .

12- Gerard Afonsi, Pratique de gestion et d'analyse financière, les editions d'organisation, Paris, 1984, P360.

13- الطاهر لطرش، تقنيات بنكية، ص 62+63+.111

14- جميل احمد توفيق، علي شريف بقة، الادارة المالية، الدار الجامعية، بيروت، 1998 ، ص388 .

15- الطاهر لطرش، مرجع سابق، ص76 .

16- بولعيد بعلوج، تأجير الاصول الثابتة كمصدر لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجمع الأعمال: الملتقي الوطني الاول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، الاغواط الجزائر، 8-9 افريل 2002 ص 18.

17- محمد المرسي لاشيين، من اساليب التمويل الاسلامية التمويل بالمشاركة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، الدورة التدريبية حول :تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية، سطيف، الجزائر 25.28 ماي 2003 ، ص – 04 ،

18- عبد الله يد سعود ، البنوك الاسلامية واوجه الاختلاف بينها وبين البنوك التجارية، رسالة ماجيستر، غير منشورةن معهد العلوم الاقتصاديةن جامعة الجزائر، 1992 ، ص71 .

19- محمد بوجلال، البنوك الاسلامية –مفهومها، نشاطها تطورها نشاطاتها، مع دراسة تطبيقية على مصرف السلامي، المؤسسة الوطنية للكتاب، بدون تاريخ، ص38 .

20- محسن احمد الخضيري، البنوك الاسلامية، الدار العربية للصحافة والطباعة والنشر، 1999 ، ص19 .

21- Olivier Tores, PME de Nouvelle approche, Economica, 1998, p105.

22- بريبش السعيد. (2007). رأس المال المخاطر بديل مستحدث لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: دراسة حالة شركة SOFINANCE. مجلة الباحث، عدد 5: الصفحة من7-14.

23- http://www.ansej.org.dz/?q=fr/content/le-dispositif-de-soutien-lemploi-des-jeunes12

24- Samia GHARBI, LES PME/PMI EN ALGERIE : ETAT DES LIEUX, Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation, Université du Littoral Cote D'opale, France, Mars 2011 , P07.

أليات تدعيم وتنمية الابتكار والإبداع كأداة لاستدامة المشاريع المقاولاتية

بيطاط نورالدين
جامعة الحاج لخضر – باتنة؛ الجزائر
bitatnoureddine@yahoo.fr

بوالزليفة صابر
جامعة الجزائر3؛ الجزائر
saberbouzelifa@yahoo.fr

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

Abstract: Ce document a pour but de mettre en évidence le thème de la « créativité et innovation » un secteur sophistiqué pour améliorer la production et de commercialisation les aptitudes et les compétences dans le domaine du développement de l'entrepreneuriat.

Sur cette base et compte tenu de l'importance du rôle de l'innovation et importante dans le développement d'idées et de la capacité, Devenir un projets d'entreprise prospère et prendre les dimensions, Ont donc des caractéristiques de continuité et de permanence et d'évolution.

Les principales conclusions de cette étude :

- Projets novateurs d'importance et le rôle dans l'économie nationale et sa croissance
- Ces activités créatrices et novatrices doivent suivre certaines étapes et les étapes pour permettre la pérennité et de survie et le succès.
- Cette personne est que le propriétaire de ces projets doit avoir les qualités et les caractéristiques de certaines capacités et compétences et même Bénéficie de la capacité de gérer ces projets.

Cet article est sorti avec un certain nombre de recommandations, notamment :

- Donnant des opportunités pour les plus ambitieux pour ceux qui ont des idées créatives et novatrices en fournissant le soutien financier nécessaire pour eux après qu'ils étudient la faisabilité économique de leurs idées.
-Travailler sur la formation pour les propriétaires de ces projets sur tous les aspects administratifs et financiers et la gestion de ces projets pour être pilote plus réussi.

Mots-clés: Rénovation, Créativité, innovation, L'invention, Créateur.
Jel: M21 ; M2

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية الموسومة بعنوان"آليات تدعيم وتنمية الابتكار والإبداع كأداة لاستدامة المشاريع المقاولاتية" لإلقاء الضوء على موضوع "الإبداع والابتكار" كونه يشكل ميدانًا متطورًا لتحسين المهارات والكفاءات الإنتاجية والتسويقية في مجال تنمية وتطوير المشاريع المقاولاتية. وانطلاقًا من ذلك ونظرًا لما للابتكار من دور هام وبارز في تطوير أفكار هذه المشاريع وتنمية قدرتها حيث تصبح مشاريع أعمال ناجحة وتأخذ أبعاد، بحيث يكون لها صفة الاستمرارية والديمومة والتطور. وتتلخص أهم النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الورقة البحثية في:

– أن المشاريع الإبتكارية ذات أهمية ولها دور في الاقتصاد الوطني ونموه.

– أن النشاطات الإبتكارية لابد لها من إتباع مراحل وخطوات معينة لتمكنها من القدرة على الاستمرار والبقاء والنجاح.

– أن هذه المشاريع لابد لها من الاستفادة من التطور التكنولوجي واستخدامه في إجراءات الإنتاج أو في تقديم خدمات الإنتاج سواء باستخدام الانترنت أو غيره.

– أن الشخص المالك لهذه المشاريع لابد أن يتمتع بصفات وخصائص وقدرات ومهارات معينة حتى تمكنه من القدرة على إدارة هذه المشاريع. وخرجت هذه الورقة البحثية بعدد من التوصيات أهمها:

– إعطاء فرص أكثر طموحاً لذوي الأفكار الإبداعية والإبتكارية من خلال توفير الدعم المالي اللازم لهم بعد أن يتم دراسة الجدوى الاقتصادية لأفكارهم.

– العمل على تدريب وتأهيل مالكي هذه المشاريع على كافة النواحي الإدارية والمالية وعلى كيفية إدارة هذه المشاريع حتى تكون أكثر ريادية.

الكلمات المفتاحية: التجديد، الإبداع، الابتكار، الاختراع، المبدع، المبتكر.

رموز Jel: M21 . M2

مقدمة:

تعتبر النشاطات الإبتكارية والإبداعية عنصرًا أساسيًا ومَهما اختلفت أنواع المنظمات سواء أكانت صناعية أم خدمية، وتصبح فيه قدرة المنظمة على توليد الأفكار الجديدة والعمل بها عاملاً حاسمًا في الوصول إلى النجاح والتقدم. وكما تحرص المنظمات على أموالها وضمان إستمراريتها وبنائها، يجب عليها أن تولي النشاطات الإبتكارية والإبداعية الاهتمام الكافي، ذلك لأن هذه النشاطات تشكل لبنة هامة وأساسية إذا ما أريد لها أن تحقق الأهداف المبتغاة.

ويعد الابتكار والإبداع ميزة يتمتع بها ذروة البشر لتثبت وجودها وانفتاحها الحضاري وحضورها المميز في كل زمان ومكان. وقد قيل فيما مضى"أن أفكر، إذًا أنا موجود" وهذا الوجود إن لم يكن مميزًا ويوصل إلى القمة فبئسه من وجود، ومن يريد أن يبلغ القمة والمجد عليه أن يخلق الجديد المبتكر، أو أن يحتضن المبتكرين والمبدعين، فأبى للفرد أو المنظمة أن توسع لنفسها مكانًا أو أن تكون رائدة في عصر التكنولوجيا وثورة المعلوماتية من دون الابتكار والإبداع.

مشكلة البحث:

أصبح الإبداع ضرورة حتمية لرفع القدرة التنافسية للمؤسسة وللاقتصاد الوطني ككل. لكن المشكل الذي يطرح هو أن المشاريع المقاولاتية تفتقر لمتطلبات الإبداع واكتساب التكنولوجيا، لهذا كان لزامًا على مختلف الدول النامية والجزائر من بينها أن توليها مزيدًا من الاهتمام وذلك بدعمها و تشجيعها للروح الإبداعية لدى الأفراد والمؤسسات من أجل مجابهة ضغوط الأسواق التي تفرض الجودة والنوعية وسلامة الهياكل التنظيمية والإدارية.

إن موضوع الابتكار والإبداع من الموضوعات الحديثة نسبيًا، والمشاريع الإبتكارية والإبداعية إذا لم تجد البيئة الاقتصادية والاجتماعية المناسبة لها، وعدم توجيه الطاقات والأفكار الإبداعية لمالكي مثل هذه المشاريع حتى تكون ريادية بأفكارها وتكوينها وإستمراريتها وتوظيف الإمكانات الموجودة فيها المادية والبشرية والمالية وذلك بتنمية قدرات المالكين لمثل هذه المشاريع لتصبح نواة لمشاريع كبيرة متطورة خدمة للاقتصاد الوطني. لذلك تم كتابة هذه الورقة البحثية بهدف إلقاء الضوء على هذا الموضوع الحيوي والذي يعد من الموضوعات الهامة. وتأسيسًا على ما سبق تنحصر مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي إستراتيجيات تفعيل الإبداع والابتكار في المشاريع المقاولاتية واستدامتها ؟

وحتى تسهل معالجة مشكلة البحث تمت تجزئتها إلى الأسئلة الفرعية التالية:

– فيما تتمثل أهم العوامل المساعدة على إنجاح المشاريع حتى تكون ريادية؟

– ما هي عناصر وإستراتيجيات الإبداع والابتكار والمداخل المختلفة في دراسته؟

– فيما تكمن متطلبات الابتكار والإبداع في إقامة وتطوير المشاريع المقاولاتية واستدامتها؟

أهمية البحث:

يعد الابتكار والإبداع من الموضوعات المهمة والأكثر ديناميكية، إذ يحتل مكانة هامة في الإنتاج الفكري للباحثين والمفكرين في وقتنا الحالي، حيث يساعد المنظمات على التواجد والبقاء في ظل بيئة تنافسية تتميز بالسرعة والتعقيد، لذا وجب دراسة الابتكار والإبداع وإظهار كيفية تفعيله في إنجاز المشاريع واستمرارها داخل المؤسسات بشتى أنواعها.

ولقد أصبح موضوع الإبداع والابتكار ضرورة ملحة خاصة في ظل التحديات المتنامية التي انبثقت عن ظاهرة العولمة والتغيرات التقنية المتسارعة والتطور الحاصل في ثروة المعلومات، كما أن المؤسسات والمنظمات التي تريد التميز والصدارة والقدرة على المواجهة هي التي تتميز وتكون قادرة في خلق وديمومة عنصري الإبداع والابتكار.

أهداف البحث: كان السعي من خلال هذه الورقة البحثية هو تحقيق مجموعة من الأهداف المتجلية في:

- توضيح المفاهيم الأساسية: كالابتكار، الإبداع، المبتكر، المبدع....
- توضيح طبيعة ومكونات العملية الإبتكارية.
- التعرف على كيفية تفعيل الابتكار والإبداع في إدارة المشاريع داخل المؤسسات واستمرارها وديمومتها.
- التعرف على كيفية جعل المشروع ناجحاً والمحافظة على استمرار يته وديمومته.
- معرفة استراتجيات بناء وتطوير وتنمية قيادة مبدعة في إدارة هذه المشاريع.
- توضيح أهمية آليات الابتكار والإبداع في إقامة و تطوير المشاريع المقاولاتية واستدامتها.

منهجية البحث: يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، فيما يتعلق باستحضار البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث والعمل على دراستها وتحليلها.

هيكلية البحث: بناء على ما سبق وتحقيقًا لأهداف البحث، قمنا بتقسيم موضوعاته إلى ثلاث محاور رئيسية على النحو الآتي:

- **المحور الأول: مفهوم وتطور إدارة الابتكار والإبداع.**
- **المحور الثاني: نظريات الإبداع والابتكار، مراحله، مستوياته، أنواعه.**
- **المحور الثالث: أساسيات الابتكار والإبداع في إدارة المشاريع.**

المحور الأول: مفهوم وتطور إدارة الابتكار والإبداع

إن فكرة الإدارة الحديثة لم تعد تعتمد على الطريقة التقليدية إنما أصبح يميزها الإبداع والابتكار في مختلف القطاعات، وتعتبر إدارة الابتكار والإبداع حدث الساعة، لذا ينظر إليها على أنها التطبيق العملي للاختراعات وهي تتسم بأنها صيغة للأفكار الجديدة. كما يعد الإبداع والابتكار كليْهما مهم، وخاصةً في مجال الأعمال والمؤسسات، حيث أنّ الطرق التقليدية والقديمة لم تعد تنفع لذا كان

لابد من وجود بدائلٍ مبتكرة لتطوير المؤسسة والنهوض بها، وضمان بقائها واستمرارها لتكون مؤثرةً ومنافسةً في مجال عملها، وأصبحت الطاقات البشرية الخلاّقة(المبدعة) أهم وأنفع من الطاقات العاملة فقط.

أولاً– مفهوم الابتكار والإبداع:

اهتم كتاب الإدارة خلال السنوات الأخيرة بمفهوم الابتكار والإبداع، ولا شك أن هذا الاهتمام يعود إلى أهمية هذا الموضوع، لكونه ظاهرة معقدة المضامين ومتعددة الأبعاد تمس جميع الميادين، وكما يقول(الكسندرو روشكا) "إن الابتكار والإبداع عملية معقدة جدا، ذات وجوه وأبعاد متعددة".[i]

1– تعريف الابتكار والإبداع:

يرى(جيل فورد) أن **الابتكار** هو"تفكير تغييري"، كما يعرف(شتاين) **الابتكار** بأنه هو "العملية التي ينتج عنها عمل جديد مقبول أو ذو فائدة أو مُرضٍ لدى مجموعة من الناس". ويعرف(روجرز) **الابتكار** بأنه "ظهور إنتاج جديد ناتج عن تفاعل بين الفرد والمادة المنجزة.[ii] ويُمكن تعريف **الابتكار** أيضاً بأنّه "توجيه القدرات العقليّة وتسخيرها في إيجاد فكرة جديدة، ويمكن تطبيقها". و**الابتكار** أيضا هو"إبداع يتحول إلى منتج حقيقي ملموس يكتسح الأسواق". إذن **الابتكار** هو"قدرة عقلية يحاول فيها الإنسان أن ينتج (فكرة، وسيلة، أداة طريقة...) لم تكن موجودة من قبل أو تطوير رئيسي لها دون تقليد، بما يحقق نفعًا للمجتمع". وبالتالي **الابتكار** هو"إيجاد شيء جديد لم يسبق استحداثه من قبل" أو "تطوير شيء موجود أصلاً من خلال إعادة تصنيعه وهيكلته بطريقة جديدة ومختلفة تماماً عن القديمة"، كما يجب أن تتماشى مواصفات الابتكار مع متطلّبات المستهلك للمنتج الجديد، ويكون ذلك من خلال استغلال المنتجات المتوفّرة في الأسواق والمجتمع أو الحكومات بفعالية أعلى.

أما **الإبداع** فهو "إدخال عنصر جديد في مكان جديد لتأدية وظيفة جديدة بهدف الحصول على نتائج أفضل"، ويعرف **الإبداع** كذلك بأنه "عميلة تؤدي إلى حلول، وأفكار ومفاهيم وأشكال فنية، ونظريات، ومنتجات تتصف بالتفرد والحداثة". وتتطابق شروط الابتكار على المبتكر إذا أجاب على تساؤلات ليست مألوفة أو لم يتم طرحها من قبل. أما **المبدع** هو "شخص لديه أفكار جديدة، يضعها على ورق في شكل تصميمات أو حتى أشعار وقد يكتفي بالأحلام"، أما **المبتكر** فهو"الذي يمتلك أفكارًا جديدة وإبداعية، ولكنه لا يكتفي بكتابتها على الورق، بل يغامر في تنفيذها طبق لمخطط زمني دقيق".

فالشخص المبتكر هو "الشخص الذي يمتلك صفات الشخصية الإبتكارية ويسعى لتحقيق حلمه وتحويله إلى شيء حقيقي ملموس، يمكن الاستفادة منه ويعود بالنفع عليه وعلى المجتمع". ولكي يكون **الشخص مبتكراً** لابد من أن يتمتع بعدة **صفات** أبرزها[iii]: – المبادرة والريادة – الدافعية للانجاز– الإحساس بالمسؤولية– التفكير الإيجابي– المقدرة على التشارك والتفاعل مع الآخرين– الإصرار والمثابرة– الطموح والهمة العالية– الثقة بالنفس والشعور بالقدرة على تحقيق إنجاز ما.

2- الاختلاف بين الابتكار والإبداع وبعض المفاهيم الأخرى:

هناك من يترجم مصطلح(Innovation) إلى كلمة الإبداع في حين أن المرادف الصحيح لهذا المصطلح في اللغة العربية هو كلمة الابتكار[iv] وقد استخدم البعض مصطلح التجديد مقابل لكلمة(Innovation)،كما في ترجمة كتاب **بيتر دراكر**(innovation and Entrepreneurship)، حيث ترجم إلى العربية تحت عنوان التجديد والمقاولة، مع الإشارة إلى أن التجديد قد يعني تجديد المنتج الحالي في حين أن(بيتر دراكر) استخدم بالمعنى الواسع للابتكار الجذري والتحسيني أكثر مما يعني التجديد، وكثيرًا ما يتداخل مفهوم الابتكار مع مفاهيم أخرى مثل: الإبداع(Créativité)، الاختراع(Innovation) التحسين(Improvement).[v]

واختلفت الآراء حول مصطلح الابتكار وبعض المصطلحات ذات العلاقة كالإبداع، الاختراع والتجديد...فنجد أن عامة الناس وبعض الباحثين والمختصين كذلك لا يفرقون بين هذه المصطلحات ويستخدموا الابتكار للدلالة على نفس الشيء، حيث نجد على سبيل المثال أن (محمد عبد الفتاح الصريفي) يرى بأن[vi]: **الابتكار= الإبداع = الخلق**...

أ- التمييز بين الابتكار والإبداع: (الابتكار= إبداع + جرأة)

غالبًا ما تدل الأدبيات على أن مصطلح الابتكار والإبداع لهما نفس المعنى، إلا أن بعض الكتاب المتخصصين يميلون إلى التفريق بين المصطلحين، **فالابتكار** هو القيام بشيءٍ جديد ومختلف بدلاً من استخدام الشيء نفسه، بما يتناسب مع متطلبات المستهلك واحتياجاته، يمكن القول أنّ **الابتكار** هو الاختراع نفسه، لكن مع إدخالٍ جديدٍ عليه يناسب ما وجد من أجله. ويرى البعض أن **الإبداع** يتمثل في "التوصل إلى حل خلاق لمشكلة أو إلى فكرة جديدة"، في حين أن **الابتكار** هو"التطبيق الخلاق أو الملائم لها"، وبهذا فإن **الإبداع** هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة، في حين أن **الابتكار** هو "الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو التحويل من الفكرة إلى المنتج".

ومن خلال ما تقدم يتضح **مدى التداخل بين الابتكار والإبداع**، ولقد جرت الكثير من الدراسات على الجمع بينهما كمترادفين، وليس أدل على ذلك من أنها تعد صفات المبتكر بأنها "الإبداع والبراعة". ويظنّ البعض أنّ الإبداع والابتكار تعبيران مختلفان للمعنى نفسه وهذا غير صحيح. من خلال ما تمّ شرحه عن كلا المفهوميْن أصبح الفرق واضحاً، بأنّ **الابتكار** هو جزءٌ من الإبداع، حيث أنّ **الإبداع** يشمل الابتكار والاختراع، **فالإبداع** هو تجسيد شيء ماديٌّ من شيء نظري بطريقةٍ غير مألوفة، أمّا **الابتكار** فهو إضافة شيءٌ مادي على شيء نظري، كاستعمالاتٍ جديدةٍ أو طرق جديدة للاستخدام بما يناسب المستهلك.

ب- التمييز بين الابتكار والاختراع:

الابتكار هو المقدرة على تطوير فكرة أو عمل أو تصميم أو أسلوب أو أي شيء آخر وبطريقة أفضل وأكثر استخدامًا وجدوى، وهناك لبس كبير بين **الابتكار والاختراع** عند عموم الناس؛ **فالابتكار** هو ما أشرنا له سابقاً أما **الاختراع** فهو إيجاد الفكرة أو

التصميم أو الأسلوب من العدم، بحيث أنه لم يكن له مثيل من قبل وليس شرطاً أن يكون الاختراع قابلاً للتنفيذ، فإذا ما عدّل عليها وأضيف لها تحسينات تسمى هذه الإضافات بالابتكار.

ج– التمييز بين الإبداع والاختراع: (الإبداع= ابتكار+ اختراع)

الاختراع: ابتكار مقصود هادف، خلاف **الإبداع** الذي ينطوي على لمحة الإشراف المفاجئ، أما **الإبداع** يحول الاختراع إلى منتج، وقد يأخذ وقتًا طويلاً عكس الاختراع الذي يأخذ وقتًا قصيرًا. أما **التغيير**: فهو سلوك أو أفكار جديدة تعتمدها المنظمة وقد تكون مختلفة أو متباينة عن تلك السائدة والجاري العمل بها أو استخدامها وهي تتسم بالشمولية والاستمرارية، ومن ثم فهو يختلف عن **الإبداع** من حيث المخاطر والتكلفة التي قد تكون باهضة(مرتفعة) في الإبداع، وبالتالي فهما مكملان لبعضهما. أما بالنسبة إلى **التجديد**: فهو"استبدال عنصر قديم بآخر جديد في نفس المكان ليؤدي نفس الوظيفة".

ثانيا– تطور دراسات الإبداع والابتكار:

لما ظهر **مفهوم "الابتكار"**(l'innovation) خلال أواسط ثمانينات القرن الماضي بداخل الدول الأوروبية كمنافس صريح لمفهوم "المشروع"(Le projet) الذي يعتبره الاشتراكيون الأوروبيون أحد أهم تصوراتهم المحورية الذي عنه تفرعت باقي التصورات الأخرى كالتصور المتعلق بـ"مشروع المؤسسة"، والتصور المتعلق بـ"مشروع الفئة الاجتماعية"، والتصور المتعلق بـ"مشروع الفرد المواطن"، بالإضافة إلى التصور المتعلق بـ"المشروع المجتمعي". ومفهوم (الابتكار) المستمد من الدول الأوروبية هو "مفهوم يسعى إلى الاعتراف القانوني لمكتسبات وانجازات الأشخاص".[vii]

ومفهوم الابتكار حقق بداخل الدول الأوروبية مكاسب تشريعية مهمة وواضحة لصالح الموظفين العموميين والعمال والمستخدمين نذكر منها على سبيل المثال: القانون الفرنسي المصادق عليه من طرف البرلمان والحكومة الفرنسيتين والمتعلق بقانون "المصادقة على المكتسبات"La loi de la validation des acquiS" بمقتضى هذا القانون استطاع الموظفون والعمال والمستخدمون الترقي في مناصب عملهم بواسطة منجزاتهم بمعنى بواسطة الأعمال والبحوث والابتكارات التي أنجزوها. بفضل هذا القانون أصبح بإمكان موظف عمومي الحصول على مناصب مهمة من المسؤولية بفضل منجزاته ومبتكراته وسعيه الحثيث إلى تحسين ظروف عمله.

أما بالنسبة إلى مفهوم "المشروع" هو تغييب للحاضر من أجل الاعتقاد في المستقبل في حين مفهوم الابتكار هو إنجاز حقيقي يقع أمام الأعين ويمكن قياسه وفق المعايير التي تخص كل مجال على حدة. هذا المفهوم الجديد(الابتكار) الذي رقاه الأوروبيون إلى مستوى مبدأ ثابت مثله مثل مجموعة مبادئ أخرى محددة لكيفية صياغة نصوص القوانين، هذا المفهوم المبدأ، هو الذي يضمن تطور مجالات الإنتاج السياسية، الاقتصادية والاجتماعية. وفلسفة الابتكار الأوروبية قامت على قاعدة احترام مبتكرات الأفراد فأنصفتهم وبداخل كل التشريعات الأوروبية حاليًا هنالك مبدأ جوهري قار على أساسه تصاغ القوانين والتشريعات هذا المبدأ هو مبدأ الابتكار(innovation).

ثالثا– الحاجة للإبداع والابتكار:

مع مرور الوقت تزداد الحاجة للابتكار وللإبداع، إذ أننا نعيش في عالم يتلاحق فيه النمو وتزداد المتغيرات مما يستوجب على الجميع إدراك متطلبات التطور في الحاضر والمستقبل. وبما أن عناصر التغيير معقدة ومتشابكة، يجب علينا أن ندرك جيدًا أنه لا يتم بصورة فردية أو بشكل جزئي، بل يجب أن ينطلق في إطار متكامل ومحدد بدقة علمية ومنهجية. و"الابتكار والإبداع" في المنظمة حاجة ضرورية وأساسية فرضتها التغيرات الاقتصادية والاجتماعية. ويلعب الابتكار دور هام في بقاء المنظمات وتطورها في ظل التحديات العالمية، ويُعتبر الابتكار ضرورياً جداً لغايات الحفاظ على البقاء ضمن عالم المنافسة، كما انه يساعدها على مواجهة المشكلات المعاصرة وتحديات المستقبل

ولقد أصبح موضوع الإبداع والابتكار ضرورة ملحة خاصة في ظل هذه التحديات المتنامية التي انبثقت من ظاهرة العولمة والتغيرات التقنية المتسارعة والتطور الحاصل في ثروة المعلومات، كما أن المؤسسات والمنظمات التي تريد التميز والصدارة والقدرة على المواجهة هي التي تتميز، وتكون قادرة في خلق عنصر الإبداع والابتكار.

رابعا– أهمية الابتكار: تتجلى أهمية الابتكار في:[viii]

– يُساهم الابتكار في التنمية والاقتصاد، ويلعب دوراً كبيراً في تطويرهما.

– خلق فرص عمل جديدة.

– استحداث أسواق بواسطة ما تمّ ابتكاره من منتجات.

– رفع مستوى الإنتاجية.

– المساهمة في رفع مستوى الثروات الوطنية وتنميتها.

– القدرة على تقليل التكاليف وخفض النفقات من خلال التوصّل إلى خدمة أسرع ذات جودة أفضل.

– تحقيق الرضا والثقة بالنفس لدى المبتكر.

– يُحقّق منافع مادية للمبتكر. الحصول على النفع المعنوي.

المحور الثاني: نظريات الإبداع والابتكار، مراحله، مستوياته، أنواعه.

أولا– نظريات الإبداع والابتكار:

توجد الكثير من النظريات التي تدور حول الإبداع، والتي جاءت نتيجة المساهمات المختلفة للكتاب والباحثين في هذا الموضوع، وتتمثل هذه النظريات في: [ix]

1- **النظرية العبقرية:** الإبداع حسب هذه النظرية ليست له علاقة بالتجارب والخبرات المتوفرة لدى الفرد بل يأتي فجأة في لحظات إيحاء ونتيجة لقدرات معينة يمتلكها الفرد تجعله قادرا على تجاوز حدود المعرفة الحالية وإنتاج كل ما هو جديد بخطوة واحدة.

2- **نظرية التحليل النفسي:** لقد جاءت هذه النظرية نتيجة لأفكار "**فرويد**" وترتكز على أن الصراعات الداخلية للفرد والتي ظلت مكبوتة تولد الإبداع في مرحلة معينة وكأنه تفجير للمشاعر والأحاسيس والغرائز.

3- **نظرية القياس النفسي:** جاءت هذه النظرية امتدادًا للأبحاث التي قام بها العالم الفرنسي "**الفرد بينيه**" (**Binet**)" حول حركة القياس النفسي، حيث قام بتطوير أول اختبار لقياس الذكاء. وترتكز هذه النظرية على وجود علاقة بين السلوك والذكاء، والإبداع يوجد بنسب متفاوتة لدى الأفراد ويمكن قياسه وتحديده، كما يجب إخضاعه للبحث التجريبي كما حدث سابقا مع الذكاء.

4- **نظرية أفلاطون:** حسب "**أفلاطون**" الإبداع كالوحي يأتي في لحظة وينتهي، أي توجد قوى تمنح للفرد ذلك الإبداع بغض النظر عما يمتلكه من ذكاء.

5- **نظرية أرسطو:** يرى "أرسطو" أن الإبداع يخضع لقوانين الطبيعة وهي التي تتحكم فيه.

6- **نظرية جالتون:** يعتقد "فرنسيس جالتون" أن الإبداع يأتي بالوراثة، حيث ربط في دراساته بين العبقرية والإبداع والوراثة.

7- **نظرية المراحل:** أما "**جراهام واليس**" فقد قسم الإبداع إلى أربع مراحل هي: الإعداد، الكمون، الإشراق والتحقيق. وتعد هذه النظرية الأكثر شيوعًا واستخدامًا في مجال الإبداع. وتوجد نظريات أخرى عرفت بأسماء أصحابها، حيث شملت معالجات حول الإبداع والعوامل المؤثرة فيه. وتتمثل هذه النظريات في:[x]

8- **نظرية(Marsh et Simon)**: فسرت هذه النظرية الإبداع من خلال معالجة المشكلات التي تعترض المنظمات، إذ تواجه بعض المنظمات فجوة بين ما تقوم به وما يفترض أن تقوم به، فتحاول من خلال عملية البحث خلق بدائل، فعملية الإبداع تمر بعدة مراحل هي: فجوة الأداء، عدم الرخاء، بحث ووعي، وبدائل، ثم إبداع. وقد ارجعا الفجوة في الأداء إلى عوامل خارجية كالتغير في الطلب أو تغيرات في البيئة بنوعيها.

9- **نظرية(Burns et Talker) 1961**: حسب هذين المفكرين، فإن تبني المنظمات للهياكل المرنة سوف يؤدي إلى تطبيق الإبداع من خلال النمط الآلي الذي يلاءم بيئة العمل المستقرة والنمط العضوي الذي يلاءم البيئات الأكثر ديناميكية ويسهل عملية مشاركة الأفراد في اتخاذ القرارات وعملية جمع المعلومات ومعالجتها.

10- **نظرية(Wilson) 1966**: حسب "ويلسون" تمر عملية الإبداع بثلاث مراحل هي: إدراك التغير، اقتراح التغير وتبني التغير وتطبيقه. وقد افترض "ويلسون" أن نسبة الإبداع في هذه المراحل متباينة للعديد من الأسباب منها:

- درجة التعقد في المهام (البيروقراطية) وتعقد نظام الحفظ.

- ازدياد المهام الروتينية: فتنوع المهام يؤدي إلى قلة المهام الروتينية ويسهل إدراك الإبداع بشكل جماعي ويقلل من الصراعات.
- قلة الحوافز: إذ تؤثر الحوافز بشكل ايجابي على توليد الاقتراحات والمشاركة الجماعية بين أفراد المنظمة.

11- **نظرية(Harvey et Mill)**: حيث استفاد من بحوث ودراسات كل من "مارش وسيمون، بورن وستالكر" فأنصب تركيزهم على فهم الإبداع من خلال مدى استخدام الأنظمة للحلول الروتينية– الإبداعية– لما يعرف (بالحالة والحلول)، فقد وصفوا أنواع المشكلات التي تواجهها المنظمات وأنواع الحلول التي قد تطبقها من خلال إدراك المشكلة عن طريق ما تحتاجه من فعل لمجابهتها أو بلورتها (أي كيفية استجابة المنظمة) أو البحث بهدف تقدير أي الأفعال المحتملة التي قد تتخذها المنظمة أو اختبار الحل(انتقاء البديل الأمثل) أو إعادة التعريف بمعنى استلام معلومات ذات تغذية عكسية حول الحل الأنسب. إذ تسعى المنظمة إلى وضع حلول روتينية لمعالجة حالات أو مشكلات تم التصدي لها سابقا(الخبرات السابقة)، بينما تسعى لاستحضار حلول إبداعية لم يتم استخدامها من قبل لمعالجة المشكلات غير الروتينية بتبني الهياكل التنظيمية الميكانيكية والعضوية.

12- **نظرية(Hage et Aiken) 1970**: وتعتبر أكثر شمولاً، إذ عرفت الإبداع على أنه التغير الحاصل في المنظمة بإضافة خدمات جديدة، كما حددت المراحل المختلفة له في:

- تقييم النظام ومدى انجازه لمختلف الأهداف المسطرة.
- مرحلة الإعداد: وتتمثل في الحصول على المهارات اللازمة بالإضافة إلى الدعم المالية.
- مرحلة التطبيق والمباشرة في إتمام الإبداع واحتمال ظهور مقاومة له من قبل الأفراد.
- الروتينية: وتتمثل في سلوكيات ومعتقدات تنظيمية.

13- **نظرية(Zaltman et Others) 1973:** تنظر هذه النظرية للإبداع كعملية تتكون من مرحلتين هما: مرحلة البدء ومرحلة التطبيق ولهما مراحل جزئية، ويعتبر على أنه فكرة أو ممارسة جديدة لوحدة التبني. ووصفوا الإبداع على أنه عملية جماعية وليست فردية، واعتمدوا على(Hage et Aiken)، إلا أنهم توسعوا في شرح المشكلة التنظيمية وأضافوا متغيرات أخرى هي: العلاقات الشخصية والتعامل مع الصراع.

ثانيا– مراحل الإبداع والابتكار:

اختلف العديد من العلماء والمفكرين حول تحديد مراحل العملية الإبداعية والإبتكارية، حيث تم اقتراح العديد من النماذج والمراحل في هذا الصدد، ونذكر أهمها فيما يلي:

هناك من حدد مراحل العملية الإبداعية والإبتكارية في:

- مرحلة التأسيس.
- مرحلة التخطيط.
- مرحلة التنفيذ.
- مرحلة المراقبة والتحكم.

- مرحلة إنهاء المشروع.

وهناك من حدد أيضاً مراحل العملية الإبداعية في (03) مراحل هي:

- **مرحلة جمع المعلومات:** حيث يقوم المبدع بجمع معلوماته اللازمة لحل المشكلة وكل ما يتعلق بها.
- **مرحلة التحليل وبدء الإبداع:** يقوم المبدع بتحليل المعلومات التي تم جمعها، والبدء بإطلاق الأفكار الكثيرة والمرتبطة بالحل.
- **مرحلة التحقيق والتنفيذ:** يبدأ المبدع بتنفيذ أفكاره على أرض الواقع، سواء كانت أفكاره قائمةً على ما هو عمليّ يمكن تطبيقه أو قائمةً على أفكارٍ أدبية يمكن إنتاج عمل درامي مبدع ومميّز منها. وهناك من حددوا مراحل إنجاز المشاريع حتى تكون ريادية في (07) مراحل تتمثل أساسًا في:

مراحل إنجاز المشاريع: تتمثل في[xi]

١– المرحلة الأولى(تحديد الهدف): أي الغاية التي تسعى إليها من أجل إنشاء هذا المشروع، وهل تم اختيار فكرة المشروع المناسبة لك، مدى الاستعداد والرغبة لأداء هذه الفكرة، كذلك هل لديك قدرة شخصية لإدارة هذا المشروع من خلال الخبرات الفنية، معلومات ومعرفة سابقة، تدريب سابق، مهارات إدارية وسلوكية في التعامل مع الآخرين.

٢– المرحلة الثانية(دراسة جدوى مبدئية لفكرة المشروع): وهذا يتم من خلال دراسة حاجات السوق والمشروعات المشابهة، مراحل عمليات أنشطة المشروع، هل يحقق المشروع فائدة لك وللمجتمع، هل فكرة المشروع واعدة بالنجاح.

٣– المرحلة الثالثة(هل يتوفر التمويل المالي): وهذا يتم من خلال معرفة ما لديك من قدرات مالية للقيام بالمشروع أو الاستعانة بمصادر تمويلية أخرى تساعد على نجاح فكرة المشروع.

٤– المرحلة الرابعة(إعداد دراسة الجدوى التفصيلية) وهذا يتضمن:

أ– **دراسة بيئية:** هل المشروع يتوافق مع البيئة.

ب– **دراسة تسويقية:** هل المشروع يسد حجم معين من الطلب على المنتج.

ت– **دراسة فنية:** هل المشروع قادر على سد الفجوة على الطلب في السوق وماهي الخدمات وأية أساليب تكنولوجية وفنية تستخدم.

د– **دراسة مالية:** هل ميزانية المشروع المالية قادرة على تغطية تكاليف الإنتاج.

هـ– **دراسة اقتصادية:** هل سيحقق المشروع هامش الربح المعقول بالإضافة للتكاليف.

و– **دراسة اجتماعية:** هل سيحقق المشروع عائداً اجتماعيًا يعود بالنفع على المجتمع المحلي أ والمستهلك.

٥– المرحلة الخامسة(إعداد برنامج زمني للمشروع): ويتم ذلك من خلال ما يلي:

أ – وضع خطوات وأولويات تفصيلية لأعمال وأنشطة المشروع .

ب– إعداد الموقع وتجهيزه بالمواصفات المطلوبة.

ج – تحديد الفترات الزمنية لإنجاز الأعمال.

د – تحديد تكاليف كل عمل أو نشاط.

٦– **المرحلة السادسة(التنفيذ والتجهيز)**: وهي المرحلة التي تتعلق بالكيفية التي يتم بها إنشاء المشروع وتجهيزه وكذلك تنفيذه بالشكل المناسب للقيام بالإنتاج المطلوب، وهذا يتم كما يلي:

أ – شراء وتركيب الآلات والمعدات.

ب – اختبارا ت التشغيل والإنتاج

ج – التسويق والبيع.

٧– **المرحلة السابعة(المتابعة والتقييم)**: إن هذه المرحلة تتعلق بمتابعة كم تم إنجازه من الأعمال ومعرفة ما تم التوصل إليه وفق ما خطط له، وتكون على النحو التالي:

أ – من حيث الأعمال ب –من حيث الزمن. ج – من حيث الإنفاق.

د– من حيث نسبة التنفيذ وهل توجد مشكلة. هـ – من حيث التصحيح للتأكد من تحقق هدف المشروع.

ثالثا– مستويات الابتكار والإبداع:

إن للإبداع والابتكار العديد من المستويات ولعل أهمها ما يلي:

– الإبداع على مستوى الفرد داخل المنظمة .

– الإبداع على مستوى الجماعة.

– الإبداع على مستوى المنظمة.

1– الإبداع على مستوى الفرد: ويتم تحقيقه من قبل الأفراد ذوي قدرات وسمات إبداعية، ومن خصائص الفرد المبدع هي:[xii]

– المعرفة، التعليم، الذكاء، صاحب روح مخاطرة و مثابر و عالي الدافعية كذالك تكون طفولته اتسمت بالتنوع، إضافة إلى ميله للتفاعل وتبادل الآراء. أما (روبي) فيرى أن سمات المبدع تتمثل فيما يلي :

- الميل نحو الفضول وحب الإطلاع و حبه للتطور.

- ذو معرفة وتلقائية.

- شفافية تجاه المشكلات.

- وضوح الرؤية.

- الأصالة أي التحرر من النزعة التقليدية و التطورات الشائعة.

رغم هذا كله إلا انه لا يوجد تصور واحد حول صفات المبدع بين جميع الكتاب ولكن يشتركون في بعض السمات أهمها: حب الإطلاع، المثابرة، الثقة في النفس، والاستقلالية في الحكم، تحمل الغموض، القدرة على تحمل المخاطرة، وعدم الانصياع. أما

معيقات الفرد المبدع: تتمثل في:

- المعوقات الإدراكية: وهي في عدم إدراك الأفراد العاملين لجوانب المشكلة بالشكل الصحيح وذالك بسبب عزلتها عن سياقها أو تضييق نطاقها

- الخوف من المبادرة والخوف من الوقوع في الخطأ والرغبة في تحقيق النجاح السريع.

- الضغوط الاجتماعية المختلفة التي تتدخل في تشكيل حياة الأفراد و تصرفاتهم وتؤدي بهم إلى تبنى اتجاهات المجاورة لما هو شائع

2- الإبداع علي مستوى الجماعة: وهو النمط الذي يتم تحقيقه أو التوصل إليه من قبل الجماعة سواء كان (قسم إدارة، لجنة) إن إبداع الجماعة يفوق كثيرا مجموع الإبداعات الفردية للأعضاء، ويعود ذالك نتيجة لتفاعل فيما بينهم وتبادل الرؤى والخبرة ومساعدة بعضهم البعض وغيرها. كما إن الإبداع الجماعي يتأثر بعدة عوامل أساسية منها: [xiii]

- **الرؤية**: عندما يكون هناك قيم متقاسمة واضحة بين الأفراد ويولد توحد في التصور والفكر، وكل هذا يساعد في هذه العملية الإبداعية.

- ضرورة الاهتمام بالتفوق والتميز في الأداء وهذا يشجع على خلق المناخ المناسب الذي يسمح للإفراد بتقسيم إجراءات العمل.

- البيئة والمناخ والواقع المعيشي يشجعان الأفراد على التفكير في الأفكار السليمة وهذا ما يعزز الإبداع الناجح.

- المساندة والدعم والمؤازرة، فحتى يكون للإبداع والابتكار صدى وتبلور يجب أن يكون هناك مناخ مساعد وخاصة من ناحية

الدعم و المساندة لعملية التغيير كذلك فقد توصلت الدراسات إلى العوامل التالية التي تأثر في إبداع الجماعة.

- **جنس الجماعة**: حيث أن الجماعة المختلفة من حيث الجنس تنتج حلولا أفضل من الجماعة أحادية الجنس.

- **تنوع الجماعة:** حيث أن الجماعة شديدة التنوع تنتج حلولا أفضل، وأن الحل الإبداعي للجماعة يتطلب أن تتكون من أشخاص لهم شخصيات مختلفة.

- **تماسك الجماعة:** حيث أن الجماعة المتماسكة أكثر استعدادًا أو حماسًا ونشاطًا للعمل من الجماعة الأقل تماسكًا.

- **انسجام الجماعة:** حيث أن أفراد الجماعة المنسجمة أكثر ميلاً للإبداع من التي ليس بين أفرادها انسجام.

- **عمر الجماعة:** الجماعة حديثة التكوين تميل إلى الإبداع أكثر من الجماعة القديمة.

- **حجم الجماعة:** يزداد الإبداع مع ازدياد عدد أعضاء الجماعة حيث تتوسع القدرات والمعرفة.

3- الإبداع على مستوى المنظمة: إن الإبداع على مستوى المنظمات المعاصرة لم يعد قضية هامشية، بل أصبح ضرورة لازمة، ولا يمكن للمنظمة أن تتخلى عنه، وحتى يكون الإبداع في المنظمة يتطلب توافر جملة من الشروط وهي:

- إلزامية الاعتقاد أن الابتكار والإبداع يأتي من خلال أشخاص ذوي تفكير علمي.

- إدراك وتعلم حل المشكلات بصورة إبداعية، وهذا يعني تكييف التفكير وتشجيعه ليكون أكثر مرونة.

- ضرورة تنمية المهارات والقدرات الإبداعية في إيجاد المشكلات وتعزيزها، وذلك يساعد على تنمية المهارات الإبداعية لاكتشاف المشكلات وهي التعود على التفكير المطلق والشامل.

- ضرورة تنمية المهارات الإبداعية في صنع المشكلات أو بنائها.

ولقد أشارت الدراسات والأبحاث حول الإبداع على مستوى المنظمة، إذ أن المنظمات المبدعة تتصف بجملة من الصفات أهمها: - أنها تميل نحو التجربة المستمرة.

- العملية الاتصالية تكون قوية مع رغبات وحاجيات المستهلكين.

- كما أن المنظمات المبدعة تطور مبادئ وقيم وأخلاقيات العمل والالتزام بالمهارة الأصلية للمنظمة المبدعة والجمع بين الشدة واللين معًا.

رابعا– أنواع الابتكار والإبداع:

ليس الابتكار مجرد منتج جديد تطرحه الشركة بالأسواق، بل يعتمد الابتكار على (04) محاور هي:

1- ابتكار إنتاجي، وهو نوعان:

١– التطوير المستمر(KAISEN): حيث تصدر الشركة سلسلة من المنتجات التي تتفوق على المنتجات القائمة لدى المنافسين ثم يتفوق الموديل الجديد على الذي يسبقه مباشرة في سلسلة الإصدارات وهكذا حتى يصل المنتج إلى أقصى جودة ممكنة.

٢– القفز(LEAPING): هي الطريقة التي اتبعتها شركة جي.في.سي "عندما أنتجت جهاز الفيديو، و"سوني" أنتجت جهاز الو وكمان. الأسلوبان يتطلبان سرعة التنفيذ، وهذا لا يتحقق إلا عندما يكون أحد نشاط البحوث والتطوير الأنشطة الأساسية بالشركة. هناك أسلوب ابتكار إنتاجي آخر ولكنه نادر الحدوث:

٣– ابتكار جذري: وهو يعتمد على الاختراعات الجديدة، مثل السيارة والطائرة وقت اختراعهما، ومثل أسرار المصريين القدماء في تحنيط الموتى وبناء الأهرامات ... الخ.

2- ابتكار في أداء العمليات: هو تطوير هام في طريقة المنشأة في أداء عملياتها الإنتاجية أو الخدمية؛ ويمكننا أن نعتبر الأمثلة التالية ابتكارات في الأداء:

- **في العملية التسويقية** :التسويق البريدي – التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت – التحالفات.
- **في العملية الإدارية** :التمكين – الإدارة على المكشوف – الإدارة المتحررة.
- **في العملية التنظيمية:** الاتصال الشبكي بأجهزة الكمبيوتر.
- **في العملية التخطيطية:** إعادة هندسة نظم العمل والعمليات – الكفاءات المحورية.
- **في العملية الإنتاجية:** الجودة الشاملة – تفصيل المنتج تبعًا لرغبة العميل.

تبعًا لنتائج الدراسة التي قمنا بها على مدى ١٥ عام ا على ٧٤ شركة، وجدنا أنه عادة ما يقترن الابتكار الإنتاجي بالابتكار في أداء العمليات، حتى نكاد نجزم باستحالة قيام أحدهما دون الآخر.

3- ابتكار إداري: يزداد اليوم اتجاه المديرين والإدارة العليا لمنح الموظفين سلطات لم يعهدوها قط طبقاً لممارسات التمكين والتفويض، كما تتجه الإدارة إلى تطبيق منهج الإدارة على المكشوف ومنح الثقة للموظفين وربطهم ماديا وعاطفيا بالشركة. قد يظن بعض المديرين أن هذه الممارسات التحررية تحدث نتيجة زيادة أحجام المؤسسات مما يدفع المديرين إلى ترك الحبل للموظفين لعدم قدرتهم على متابعة كل أعمال لموظفين.

وأن التمكين والتفويض والإدارة على المكشوف ما هي إلا فوضى منظمة. على النقيض من ذلك يتطلب الابتكار الإداري سواء في شكل التمكين والتفويض أو الإدارة على المكشوف جهدا كبيرا من الأقسام الإدارية بالشركات التي تطبقها، لأن المعادلة التي تحاول

هذه الشركات تفعيلها أصعب من المعادلة التي تحدث داخل الشركات التي تطبق المناهج التقليدية. فإذا ما قارنا بين أسلوب المناهج الإدارية المبتكرة وأسلوب المناهج الإدارية التقليدية في سعيهما إلى إدارة الأفراد والمشروعات نجد أن المناهج المبتكرة تعمل على مستويين، فتحاول أولا الاستفادة من الإمكانات القائمة للأفراد ثم تسعى ثانيا إلى إخراج وتوليد الطاقات الكامنة داخل الأفراد بوسائل التحفيز والتمكين بينما تقتصر المناهج التقليدية على العمل على مستوى واحد هو الإمكانات القائمة بالأفراد فقط.

المحور الثالث– أساسيات الابتكار والإبداع في إدارة المشاريع:

أولا: خطوات الابتكار: تتمثل أساسًا فيمايلي: [xiv]

1- الاستثمار في البحوث والعمليات.

2- توفير بيئة تساعد على إخراج الطاقات الإبداعية والإبتكارية لدي الموظفين والعمال.

3- تبن استراتيجيات الابتكار، والبدء بأسلوب التطوير المستمر، بوضع برامج محددة للتطوير.

4- الحرص على تطعيم الأقسام التي تضم الخبراء كبار السن بالخبرات الشابة.

5- تقبل أخطاء العمل بصدر رحب وتشجيع روح المغامرة والتجديد بين الموظفين.

6- الحرص على بناء فرق عمل من أعضاء ذوي وظائف مختلفة، يؤدي لاحتكاك مفيد بين الأفكار والخبرات.

7- تدريب الأفراد على استخدام أساليب التفكير والأداء الخارقة.

8- احترام مقترحات وأفكار الموظفين ومنحها ما تستحق من عناية ودراسة.

9- الحرص على سرعة الاتصال بين الأفراد وجعله مفتوحا في جميع الاتجاهات.

10- جعل هدفك استباق توقعات العملاء ومنتجات المنافسين.

11- واعلم أن كل يوم تضيعه، يتقدم فيه منافسوك للأمام فيسبقونك، أنت تعلم وضعك، ونقاط قوتك وضعفك فإذا كانت لديك خطط للعمل، فإن الوقت المناسب لتقدمك هو الآن.

ثانيا– آليات الابتكار والإبداع:

إن التغيرات التي شهدها العالم زادت من أهمية المشاريع المقاولاتية، حيث أصبحت الخيار الإستراتيجي الذي يمكن الدولة من تحقيق أهدافها الاقتصادية، ولا يتحقق هذا الهدف إلا من خلال العمل بآليات معينة ومضبوطة والتي نذكرها في جملة من المقترحات الآتية:

- نشر ثقافة الابتكار والإبداع في الأوساط العلمية خاصة منذ السن المبكر.

- إجراء دراسات وأبحاث عن احتياجات السوق الحرة.

- تشجيع البحث والتطوير.

- إنشاء حاضنات الأعمال التكنولوجية.

- إقامة معرض دائم للمنتجات المحلية.

- بناء قاعدة معطيات وطنية في مجال الريادة.

- تشجيع القطاع الخاص.

- الاهتمام الأكثر بالعلم والتكنولوجيا والإبداع والابتكار.

- تطوير التدريب المهني وبصورة مستمرة.

- تحسين إمكانية الحصول على التمويل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة مع التركيز على الشركات الجديدة التي تملك إمكانية النمو.

- تعزيز دمج المشاريع في سلاسل الإنتاج للاقتصاديات الأكثر تنافسية في العالم.

- تقوية قدرات قطاع الأعمال في الاختراع لمواجهة التحديات التنافسية.

- تمثيل مصالح المشروعات بقوة في عملية صياغة القرارات والسياسات.

- تقوية الشراكات والتشبكات بين القطاع الخاص والعام.

- التفكير بطرق للتغلّب على معيقات الإبداع والابتكار، وتدريب النفس والعقل لامتلاك الروح المبتكرة.

- مرافقة الأشخاص المبدعين والمبتكرين والإيجابيين، حيث ينعكس ذلك بشكل مباشر على طريقة تفكيره ونظرته للأشياء ويساعد على توسيع مداركه وآفاقه، ويستفيد من أفكارهم وقدراتهم ويحاول تدريب نفسه لمواكبة طرقهم في التفكير والتصرف. ويساعد كذلك على تطوير الروح الإبداعية لدى أصحاب المهارات والأفكار الإبداعية ما يلي:

1- توافر روح الإبداع والابتكار: إن أحد المحاور الرئيسية للتطور التكنولوجي هو الإبداع والابتكار، ولا يقتصر التغير التكنولوجي على إدخال طرق إنتاج جديدة أو منتجات جديدة فقط، ولكن التطور التكنولوجي يمكن أن يحدث من خلال سلسلة من التحسينات والإضافات الصغيرة والكبيرة في المنتج أو الخدمة. فالقدرة على الإبداع ترتبط بالتفاعل بين المجتمع المحيط والموارد الذاتية للفرد والتي بدورها تتأثر بالعملية التعليمية ومستوى الوعي في المجتمع المحيط به.

2- وجود بحث علمي: من المفترض أن تقوم به المؤسسات البحثية للمساهمة في النمو الاقتصادي للدولة عن طريق نقل وتوطين التكنولوجيات الجديدة التي تؤدي إلى استحداث منتجات أو خدمة جديدة أو تحسين جودتها. وحسب (ديفيد أنكوا) أستاذ بجامعة باريس1، فإن زيادة إضافية في نفقات البحث العلمي والتطوير التكنولوجي بمقدار1 % من شأنها أن تحقق زيادة في الإنتاج تقدر بحوالي30 %. أكيد أن الجزائر أولت اهتمامًا كبيرًا بالحث العلمي والتطور التكنولوجي، وقد ازداد بقدر ملحوظ منذ صدور القانون رقم 98-11، وأن الأرقام المتعلقة به تعبر عن هذا الاهتمام سواء من الجانب التمويلي الذي حدد بحوالي 1 % من الناتج المحلي الإجمالي في عام 2000. وتتسم آلية البحث العلمي بتوافر ثلاثة عناصر رئيسية وهي:

أ- الموارد المالية.

ب- الطلب على البحث والإبداع.

ج- الباحث ذو الخبرة والقدرة المطلوبة للابتكار والتطوير.

3- وجود آليات الدعم الفني المتخصص: يمكن أن توجد هذه الآليات عن طريق التوسع في إقامة حاضنات الأعمال والمشروعات التكنولوجية والمؤسسات المشابهة الداعمة للمشروعات الجديدة الناشئة.

4- وجود رؤوس الأموال وآليات الدعم المالي المناسب: بالإضافة إلى ميزانية الدولة وجهات التمويل التقليدية هناك جمعيات رجال الأعمال المتخصصين في تمويل المشروعات الجديدة، خاصة المتعلقة بالتكنولوجيا الجديدة الناشئة ذات المخاطر العالية جدًا. وحتى يكون الابتكار والإبداع فعالاً يجب أن يعتمد على الأسس التالية:[(xv)]

- البدء بتحليل الأولويات اللازمة للتطوير.

- تشجيع المبادرات الفردية لمزاولة الأعمال والمشروعات ذات الجدوى الاقتصادية الواعدة.

- نشر الوعي الإبداعي وتسليط الضوء على شريحة المبتكرين والموهوبين بالدولة.

- تبادل الأفكار والخبرات المتعلقة بإبراز قدرات الموهوبين وتنمية إمكانياتهم.

ويمثل المناخ الإبداعي مجال فعل المبدع ويعزز المناخ من خلال اهتمام إدارة المشروع المبني على:

أ- الإيمان بالفكرة والاستجابة لها.

ب- اهتمامها بالإبداع والمبدعين.

ج- البحث عن الفرص المفقودة نتيجة المخاطرة.

د- لتشجيع النقد البناء.

هـ –تعريف العاملين بوجهات النظر الجديدة.

ثالثا– متطلبات تفعيل الابتكار والإبداع في المؤسسات:

يجب على المؤسسات دعم وتشجيع الإبداع وذلك من خلال توفير الظروف المناسبة لزيادة النشاط الإبداعي ونبرز فيما يلي أهم الممارسات التي يجب على المؤسسة التركيز عليها:[xvi]

1– دعم المنظمة: إن تشجيع المشرفين يبرز الإبداع، ولكن الإبداع حقيقة يدعم حينما يهتم به قادة المنظمة الذين عليهم أن يضعوا نظاما أو قيما مؤكدة لتقدير المجهودات الإبداعية واعتبار أن العمل المبدع هو قمة الأولويات، كما أن المشاركة في المعلومات وفي اتخاذ القرارات والتعاون من القيم التي ترعى الإبداع.

2– التسيير والتنظيم: إن المناخ التنظيمي يرفع من أداء المنظمات ويخلق ظروف مناسبة تشجع وتحفز المبدعين. ومن أهم العوامل التي تعمل على ذلك:

– مرونة التنظيم وقدرته على التكيف مع المتغيرات البيئية.

– طبيعة العمل: فالأعمال الروتينية تقضي إلى السأم والملل وعدم الإبداع، بينما الأعمال الحيوية تثير التحدي لدى الفرد وتدفعه إلى التفكير الخلاق، فقد كشفت دراسة "Heinzen" على أن درجة التحدي التي توفرها وظيفة الفرد أمامه تلعب دورا واضحا في التأثير على مستويات الإبداع لديه، على أن لا تفوق درجة التحدي إمكانيات الفرد وقدراته مما يؤثر عليه سلبا.

3– نظام المعلومات: يجب إقامة نظام معلومات مرن وديناميكي يهتم بمصادر المعلومات التكنولوجية التنافسية والتجارية التي تدفع الإبداع وتعطي للمؤسسة حضور دائم على كل المستويات خاصة مع مراكز البحث العلمي والمنافسين الآخرين والبيئة التكنولوجية.

4– الحرية: أي إعطاء الحرية للأفراد داخل المنظمة في عملية اتخاذ القرارات، مما يزيد من درجة ولاءهم للمنظمة ويشجعهم على العمل أكثر والإبداع والتميز.

5– البحث والتطوير: لقد ازداد الوعي بهذا الجانب مؤخرًا، حيث أصبحت المنظمات التي تمتلك إمكانيات وقدرات جيدة تهتم بهذه الوظيفة وتصنع لها مكانة في الهيكل التنظيمي.

6– توفير الموارد البشرية وحسن استغلالها: إن من أهم العناصر التي تساعد المنظمة على القيام بعملية الإبداع هو توفير الموارد البشرية اللازمة، وذلك يتطلب التركيز على النقاط التالية:

التوظيف المباشر أو تكوين وتطوير الأفراد الذين لديهم الكفاءات والقدرات الإبداعية اللازمة.

- توفير نظم الحوافز المادية والمعنوية الضرورية لتشجيع هؤلاء الأفراد.
- تسهيل مساهمة الأفراد في اتخاذ القرارات.

7– الثقافة الإنسانية: إن الثقافة الإنسانية تتلخص في التركيز على دمج الأدوار والمشاعر بحيث يشعر الفرد العامل داخل المنظمة بأنه جزء لا يتجزأ من الكل وان الكل جزء لا يتجزأ منه.

وبالتالي فغن خلق ثقافة إنسانية تتفق مع الإبداع تعتبر من أهم التحديات التي تواجهها المنظمة.

8– فرق العمل: إذ تساعد على صقل مهارات التفكير الإبداعي وتبادل الخبرات ويكون ذلك من خلال:

- الرغبة الأكيدة للعضو على تحقيق أهداف الفريق.
- مبادرة كل عضو إلى مساعدة الآخرين وخاصة في الظروف الصعبة.
- ضرورة تعرف كل عضو على المعلومات المتخصصة التي يحضرها الأعضاء الآخرون للنقاش.

هذه المواقف التاريخية تؤكد أن كل فكرة مبدعة تحمل داخلها مفتاح النجاح لشخص ما ولشركة ما، وأن هذا الشخص وتلك الشركة هما اللذان يمتلكان الجرأة على تحويل هذه الفكرة المبدعة إلى ابتكار. فالنجاح والجرأة هما سبب ونتيجة معا.

رابعا– مقومات الابتكار والإبداع(كيف تجعل مشروعك ناجحاً):

إن هنالك مجموعة من العوامل التي لا بد من التفكير بها حتى تجعل مشروعك ناجحاً وذلك عن بداية تكوين هذا المشروع:[xvii]

١. **أن تكون الشركة قادرة على إبقاء هوامش الربح عالية:** أن تحقيق الربحية المتدنية يعتبر من العوامل الخطيرة على ديمومة ونجاح أي مشروع، وحيث أن الربحية التي لا تتجاوز 2% ما الفائدة من وجود هذا المشروع الذي يكلف ملايين الدنانير ولكن مع صافي الربح لا يتجاوز هذه النسبة.

2. البيع بكميات مناسبة لتحقيق الدخل المطلوب: أن من الصعوبة النجاح في حالة البيع بكميات قليلة، ولهذا فلا بد من البيع بكميات كبيرة من الإنتاج حتى تحقق عائد يتناسب مع حجم الإنفاق الموجود في المشروع، وعليه يتم اختيار الأسلوب المناسب.

3. المحافظة على الإنتاج: وهي الطريقة التي يجب على الريادي أن يحافظ بها على إنتاجه من عدم قدرة الآخرين من المنافسين على تقليده والمحافظة على حقوقه فيما يتعلق بمنتجاته وهذا يتم من خلال : حقوق النشر وبراءة الاختراع.

4. الرغبة في انجاز الأعمال: إن النجاح في أداء أي مشروع لا يمكن أن يتحقق إذا لم تكن هنالك الرغبة الأكيدة والقناعة المطلقة لمالك هذا المشروع بالفكرة التي انشأ من اجلها هذا المشروع، وان يتولد لديه الرغبة في إنجاز هذا المشروع ولا يكون الهدف الأساسي هو تحقيق الربح المادي على حساب استمرارية مشروعه على المدى الطويل.

5. المحافظة على التدفقات النقدية: أن من السهولة لمشاريع الأعمال تحقيق مبيعات وربحية جيدة لكن من الصعوبة أن يكون هنالك نقص في بعض التدفقات النقدية التي يتم الحاجة إليها لدفع الفواتير والنفقات والتي تصبح مشكلة لنمو المشروع، ولهذا لا بد من توجيه هذه التدفقات النقدية نحو استمرارية وانطلاقة المشروع.

6. المحافظة على استمرارية وديمومة المشاريع: أن كثير من الرياديين وأصحاب المشاريع الصغيرة يكونون سعداء عندما يشعرون أنهم يحصلون على الأموال من خلال إنجاز هذا المشروع، ولكن لا بد من التفكير في كيفية المحافظة والديمومة لهذا المشروع والنمو المستقبلي. فمثلاً عندما تبدأ مشروع مطعم ويكون مستوى المبيعات جيد وحتى تنمو تكوين الفكرة نحو إنشاء مطعم آخر، لكن من الصعوبة أن يتم إدارة المطعم بنفس الطريقة، لذا من الممكن أن تكون بمستوى جيد وأنت في نفس الموقع ومن خلال تحسين الإجراءات المتعلقة بنفس المطعم، وتأكيداً للمقولة التالية: (اعمل أكثر بنفس الطريقة التي تعمل بها أسهل من التغيير في نظام العمل كله). (العمل يجب أن يكون مناسبا نفسيا لما تقوم بانجازه من أعمال).

أن الناس مختلفين بطباعهم وتصرفاتهم والأنماط الاجتماعية والسلوكية، ولهذا لا بد من مراعاة ذلك أثناء التعامل مع الزبائن ومراعاة أوجه الاختلاف فيما بينهم من خلال الآتي:

١- على الريادي أن يأخذ باعتباره تنظيم الموارد لديه وكذلك كيفية الرقابة عليه، ومعرف نقاط القوة والضعف لديه، وان ينمي الإحساس لديه بأنه سوف يكون ناجحاً في فكرة هذا المشروع.

٢- أن يكون لديه القناعة بأن الأهداف الرئيسية من مشروعه سوف تكون مقنعة للزبائن وعلى العكس من ذلك سوف يذهبون إلى مكان آخر.

خامسا- استراتجيات بناء وتطوير وتنمية قيادة مبدعة في إدارة المشاريع واستدامتها:

لقد تزايد اهتمام الحكومات بأهمية النزعة الريادية في تنشيط الاقتصاد مما أدى إلى زيادة عدد المؤسسات الحكومية والدولية لرعاية الرياديين ومساعدتهم، فهي تقدم دعم خاص مالي وفني لهؤلاء الشباب لتمكينهم من إقامة مشاريع خاصة بهم، مما سيساعد الكثير منهم في الاستفادة من هذه الفرص، وبالتالي يزيد من أعداد المشاريع الصغيرة الريادية.

يتكامل الإبداع والابتكار مع الريادة من خلال التفرد في تنظيم وإدارة الموارد المتوفرة في المشروع واستخدامها بالشكل الأمثل الذي يؤدي إلى تطوير فكرة جديدة وتحويلها إلى شيء نافع يبني عليه طلب جديد. فالقدرة والرغبة في تنظيم وإدارة الأعمال ذات الصلة بها، حيث يعتبر المشروع الريادي الأساس في بناء وتطوير منظمات الأعمال القادرة على المنافسة والدخول إلى الأسواق.

إن المفهوم الواضح للأعمال الريادية يجب أن ينشأ قبل تطبيق أية إستراتيجية تسعى لخلق هذه الثقافة في عالمنا خاصة ونشر هذا النوع من الثقافة يتطلب جهدًا كبيرًا وعمليات متواصلة تشارك فيها جميع المنظمات المهنية والعلمية بما فيها الجامعات لإنتاج رجال أعمال مهرة ذوي كفاءات إبداعية تحقق لهم النجاح في بيئة عالم تتميز بالتغير بسرعة كبيرة. فالمشاريع الإبتكارية والإبداعية حتى تكون ريادية لابد أن يتوافر فيها ثلاثة عناصر أساسية وهي:[xviii]

- الأفراد الرياديين الذي لن يكون هنالك إبداع من دونهم.

- البعد التنظيمي المرتبط بالرؤية، الثقة، المثالية، الإبداع، عدم الخوف من الفشل، البعد عن الغموض، الرقابة الداخلية.

– البعد البيئي المرتبط بالتنوع بالأسواق. وبناء على ما تقدم، يمكن تحديد الجوانب الرئيسية في الريادة كما يلي:

– هي عملية إنشاء شيء جديد ذي قيمة.

– تخصيص الوقت و الجهد و المال.

– تحمل المخاطر المختلفة الناجمة عن المخاطرة.

– الحصول على العوائد الناجمة عن المخاطرة.

إن المشروعات الصغيرة لا يمكن أن تزدهر إلا في مجتمع تتوفر فيه روح الريادة وحب العمل الحر، وتوجد مجموعة من رجال الأعمال أصحاب المواهب الإدارية الخاصة من ذوي الاستعداد للمخاطرة، وتبني الأفكار الجديدة، وفهم آليات التنافس في السوق العالمي.

1– خلق البيئة الإبداعية للمبادرين:

إن إثراء البيئة التي تحيط بالمبادرين و إشباع احتياجاتهم واستثمار الفرص باستخدام كافة الموارد المتاحة في المجتمع هو التحدي الحقيقي الذي يواجههم لتحقيق رؤية متكاملة لتعزيز مفهوم العمل الحر لدى أفراد المجتمع والتخطيط لابتكار نماذج مشروعات جديدة، وتنظيم تلك المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتحقيق التنمية الاقتصادية. هذا يشترط وجود نموذج تقني كنواة لمجتمع معرفي والذي يشمل جميع فئات المبادرين ضمن حلقات بيئات المستقبل. هذه الحلقات تستند إلى عملية تصميم واقعية للقدرات المتوافرة في المجتمع وسبل تنميتها ولاستغلالها الأمثل تحت قيد الأهداف وإستراتيجيات الخطة الوطنية ومنها تنمية الإبداع ونشر أهمية التقنية في المجتمع واستقطاب المبدعين وتكوين حاضنات تقنية للاستمرار في الإبداع وإعداد الإطارات لاستخدامها في تطوير التقنية ووضع خطة عمل تفصيلية لتحويل الرؤية الوطنية إلى مشروع على المستوى المجتمع ككل بمعنى آخر إيجاد البيئات المناسبة لتعزيز ثقافة المجتمع العلمي والتقني وتنمية القدرات التقنية والإدارية للمبادرين بما يتوافق مع إطار السياسات الوطنية للعلوم والتقنية.

فالتحدي الحقيقي الذي يواجه المجتمع لتحقيق الريادة هو إثراء البيئة التي يعيش فيها وابتكار نماذج لبيئات إبداعية جديدة لإشباع الحاجات واقتناص الفرص واستثمار كافة الموارد المتاحة. والهدف من ذلك إيجاد البيئة المناسبة لتعزيز ثقافة المشروعات وتنميتها.كما يهدف إلى إعطاء صورة موجزة عن نماذج الأعمال المستقبلية وتحديد المفاهيم والمكونات الأساسية لبيئات المبادرين.

2– خصائص بيئات صناعة المبادرين:

تهدف فكرة بيئات صناعة المبادرين إلى غرس روح المبادرة لدى الشباب الناشئ في حقل الأعمال وتعميق مفهوم العمل الحر بين الشباب وتحفيزهم على إنشاء وتنظيم مشروعات خاصة بهم، وترويج ثقافة التفكير التجاري الصحيح وتنمية المهارات والاستفادة من مصادر المعلومات المتنوعة للبحث والاستكشاف عن الفرص الواعدة لخلق جيل من الشباب ينطلقون فعليا من احتياجات البيئة المحيطة بهم، والاهتمام بالمشاركة في الفعاليات المتنوعة لإثراء روح الحماس في فريق العمل في المجالات الفردية والجماعية. بالإضافة إلى

ذلك إعداد برامج وورش عمل تدريبية تحتوي على أنشطة وفعاليات تسد طموحات جيل الشباب بأساليب مشوقة ومنهجية تطبيقية. فتحويل هذه المعارف إلى الشكل التنظيمي الريادي، بهدف إنشاء مؤسسات خاصة تكون من خلال المحاور التالية:[xix]

– تنشئة أجيال معلوماتية قادرة على مواكبة التقنيات الحديثة وتطويرها، بواسطة تطوير بيئة العائلة المتعلمة والتركيز على التعليم والتدريب المستمر لرفع درجة كفاءة أفرادها وإبداعهم و تميزهم.

– إيجاد نماذج مشروعات و مجموعة مؤسسات صغيرة و منتجات متكاملة لتوفير فرص وظيفية ذات عوائد مالية عالية للمبادرين.

– توفير التقنيات المطلوبة لتسويق منتجات تلك المشروعات المستقبلية.

إن إقامة بيئات صناعة المبادرين من شأنها تنمية إحساس خاص بالانتماء لبيئة يعتز المبادرون بها ويشعرون مع عائلتهم بمكانة اجتماعية عالية، مما يؤسس إطارات بشرية تحركهم دوافع ذاتية للإفصاح عن قدراتهم الكامنة في جو من المنافسة والتحدي مع الذات، فالكل شركاء في هذا العمل.

خاتمة:

من خلال معالجتنا لهذا الموضوع يتضح جليًا مدى أهمية الابتكار والإبداع في دىمومة النشاطات المقاولاتية الذي يعد فيها الإنسان هو مصدر الابتكار وجوهر العملية الإبداعية، وأن المشاريع الإبداعية هي جزء من ابتكارات العقل البشري، فعلى المشاريع المقاولاتية مهما كانت أن تعتمد على الابتكار والإبداع لدعم قدراتها الفنية لنموها واستمرارها لمواجهة التغيرات البيئية كما يجب عليها أن تعتمد على البحث والتطوير واستخدام التكنولوجيا التي تؤدي في النهاية إلى تحسينات وإبداعات في إنجاز هذه المشاريع ودىمومتها، والتقليل من تكلفة العمليات وزيادة العوائد المالية بكفاءة أكثر.

إن المفهوم الواضح للمشاريع الإبتكارية والإبداعية لابد أن ينشأ قبل تطبيق أية إستراتيجية تسعى لخلق هذه الثقافة في عالمنا خاصة ونشر هذا النوع من الثقافة يتطلب جهدا كبيرا وعمليات متواصلة تشارك فيها جميع المنظمات المهنية والعلمية بما فيها الجامعات لإنتاج رجال أعمال مهرة ذوي كفاءات إبداعية تحقق لهم النجاح في بيئة عالم تتميز بالتغير بسرعة كبيرة.

النتائج: تتمثل أهم النتائج التي تم التوصل إليها فيمايلي:

– أن المشاريع الإبتكارية ذات أهمية ولها دور في الاقتصاد الوطني ونموه.

– أن هذه النشاطات الإبداعية والإبتكارية لابد لها من إتباع مراحل وخطوات معينة لتمكنها من الاستمرار والبقاء والنجاح.

– أن هذه المشاريع لابد لها من الاستفادة من التطور التكنولوجي واستخدامه في إجراءات الإنتاج أو في تقديم خدمات الإنتاج سواء باستخدام الانترنت أو غيره.

– أن الشخص المالك لهذه المشاريع لابد أن يتمتع بصفات وخصائص وقدرات ومهارات معينة حتى تمكنه من القدرة على إدارة هذه المشاريع.

التوصيات: خرجت هذه الورقة البحثية بعدد من **التوصيات** من أهمها:

– نشر ثقافة الإبداع والابتكار في الأوساط العلمية خاصة منذ السن المبكر.

– تهيئة المناخ الملائم لتنمية وتطوير الأفكار الإبتكارية والاهتمام أكثر بالعلم والتكنولوجيا والإبداع في مجال المشاريع المقاولاتية.

– استقطاب الشباب للعمل الحر والمبادرات الفردية والأعمال الريادية واستثمار أموالهم وطاقاتهم في مشروعات صغيرة.

– إعطاء فرص أكثر طموحاً لذوي الأفكار الإبداعية والإبتكارية من خلال توفير الدعم المالي اللازم لهم بعد أن يتم دراسة الجدوى الاقتصادية لأفكارهم وتخفيض الإجراءات الحكومية التي تعيق إقامة المشروعات الإبداعية.

– العمل على تشجيع البحث والتطوير والتدريب المهني وبصورة مستمرة وتأهيل مالكي هذه المشاريع على كافة النواحي الإدارية والمالية وكيفية إدارة هذه المشاريع حتى تكون أكثر ريادية وناجحة.

– تدعيم الأعمال الإبداعية بواسطة إنشاء برامج الحاضنات التكنولوجية وتوفير الدعم المالي والقانوني للمستثمرين بغية تدفق الأفكار الإبداعية وتكوين مخزون بشري من رجال الأعمال مما يسهل نقل مخرجات البحث و التطوير من المختبرات إلى الأسواق.

المراجع:

i- مدحت أبو النصر، **تنمية القدرات الإبتكارية لدى الفرد والمؤسسة**، مجموعة النيل العربية، مصر، 2004، ص74.

ii- مدحت أبو النصر، نفس المرجع، ص01.

iii- رزان صلاح، **مفهوم الابتكار والإبداع**. أنظر الموقع الالكتروني: www. mawdoo3.com

iv- مصطفى هني، **معجم المصطلحات الاقتصادية(فرنسي.إنجليزي.عربي)**. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص246.

v- نجم عبود نجم، **إدارة الابتكار(المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة)**، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2003، ص16-17.

vi- محمد عبد الفتاح الصريفي، **الإدارة الرائدة**، ط1، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2003، ص12.

vii - بودريس درهمان، **مفهوم التجديد ومفهوم الإبتكار**. أنظر الموقع الالكتروني www.hespress.com

viii - محمد مروان، **مفهوم الإبتكار**. للمزيد أنظر الموقع الالكتروني: www.mawdoo3.com

ix - رمضان الشيخ، **الاستراتيجيات العملية لتعلم الإبداع والابتكار**، بوك سيتي للنشر والتوزيع، 2009، ص109.

x– عوض بن سعيد العمري، **مفهوم الإبداع ومستوياته ونظرياته**، أنظر الموقع الالكتروني: www.mawhopon

xi-Nicholas Siropolis**, Small Business Management**,5th edition-Houghton Mifflin Company 1994 P43- 48

xii - محمد الصريفي، **الإدارة الرائدة**، ط1، عمان، دار الصفاء، 2003، ص14.

xiii - سليم بطرس جلدة، زيد منير عبوي، **إدارة الإبداع والابتكار**، ط1، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2006، ص15.

xiv– جيمس أم. هيجنز، **تجدد أو تبدد: مقارنة بين أسرار الابتكار في الشركات الأمريكية والأوروبية واليابانية**. خلاصات كتب المدير ورجل الأعمال، العدد 21، نوفمبر 1996، ص08.

xv– نبيل محمد شبلي، **دور حاضنات المشروعات الصغيرة في دعم الإبداع العربي**، مجلة آفاق اقتصادية، العدد97، جامعة دبي، 2004، ص ص123-124.

xvi– شريف غياط، زدوري أسماء، **تنمية وتدعيم الإبداع في المنظمات**. الملتقى العلمي الدولي: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 12-13 ماي 2010./

xvii- Peter, Hupalo.**Thinking like An Entrepreneur** .www.Yahoo@Com. 20 Dec 2003.P10

xviii– بلال خلف السكارنة، **الريادة وإدارة منظمات الأعمال**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2008، ص19.

xix– فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي، **الريادة والأعمال الصغيرة**، دار حامد، 2006، ص13.

انعكاسات الالتزام البيئي على الأداء الاقتصادي للمؤسسات الصناعية

– مؤسسة فرتيال نموذجا–

د. حريد رامي
المركز الجامعي لميلة؛ الجزائر
Rami-harid@hotmail.fr

د. سلامة سارة
جامعة عنابة؛ الجزائر
slamas-88@hotmail.com

د. محمد أكرم حبار
جامعة أم البواقي

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

ملخص:

يترجم إدماج البعد البيئي في إدارة المؤسسات الصناعية منذ نهاية القرن العشرين، بتبني نظم الإدارة البيئية (**EMS**)، حيث تمثل المواصفة **ISO 14001** النموذج المرجعي الأكثر شهرة في هذا المجال. بموجب هذه المواصفة، تنفيذ **EMS** هدفه تحسين الأداء البيئي للمؤسسة.

هذا المقال يحاول توضيح دور المواصفة الدولية **ISO 14001** في تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسات الصناعية الجزائرية، من خلال دراسة استطلاعية أجريت على مستوى المؤسسة الصناعية فرتيال– وحدة عنابة.

الكلمات المفتاحية: الإدارة البيئية، المواصفات الدولية، الأداء، **ISO 14001**، المؤسسة الصناعية.

رموز **jel**: M33

Abstract:

The integration of the environmental dimension in the management of industrial companies resulting from the end of the twentieth century through the implementation of environmental management systems **(EMS)**. **ISO 14001** is the reference model best known in this area. Under this standard, the implementation of an EMS is to improve the environmental performance of the company.

This article attempts to clarify the point about the role of **ISO 14001** in improving the overall performance of the Algerian industrial companies, through an exploratory study conducted among the industrial business unit Fertial-Annaba.

Keywords: Environmental management, International standards, Performance, Certification, ISO 14001, Industrial company.

(JEL) Classification : M33

مقدمة:

إن الوعي البيئي المتزايد حول العالم دفع بالمؤسسات للتحرك بشتى الوسائل المتاحة لتحسين أدائها وتحقيق التطابق مع متطلبات التنمية المستدامة التي تمثل نمطا تنمويا يمتاز بالعقلانية والرشد. ومن بين الحلول المتوفرة لتحقيق إدارة سليمة وفعالة اقتصاديا وبيئيا نجد سلسلة المواصفات القياسية – **الإيزو 14000** – الصادرة عن المنظمة الدولية للمواصفات القياسية (**ISO**).

بالتزامن مع انتشار مفهوم الالتزام البيئي ونظم الإدارة البيئية، ظهرت عدة أعمال اهتمت بدراسة فعالية هذا الالتزام. فقد قدم كل من **Paul Lanoie** و **Georges A. Tanguay** (**1998**) دراسة لعشرة أمثلة من الكيبيك عن المردودية المالية المرتبطة بحسن التسيير البيئي، حاولا من خلالها شرح لماذا ما اعتبر منذ فترة طويلة كتكلفة –احترام البيئة– يمكن أن يكون الآن مصدرا جديدا لتحقيق الأرباح. وأظهرت النتائج أن المؤسسات التي نفذت ممارسات الإدارة الفعالة فيما يتعلق بالبيئة من المرجح أن تكون قادرة على تنفيذ انشطة مؤدية للربحية الخضراء بسهولة أكثر.كما بينت أن التنظيم البيئي السليم من المرجح أن يكون وصفة الفوز لتحقيق الابتكارات التي يمكن أن تقلل من تكاليف الامتثال للأنظمة وحتى تحسين ربحية المؤسسات في كثير من الظروف. والملاحظ أن هذه الدراسة اهتمت بالجانب المالي للمؤسسة ومدى تأثره بالالتزام البيئي، إلا أنها أهملت بقية الجوانب.

وفي دراسة **Nicolas Riedinger** و **Céline Thévenot** (**2008**) المعنونة بـ هل المواصفة **ISO 14001** فعالة ؟ دراسة قياسية على الصناعة الفرنسية "أظهرت النتائج بأن حصول المنشآت على شهادة" **ISO 14001** قد رافقه انخفاض مباشر بنسبة **8%** في عدد عينات المياه المسحوبة للمراقبة، مع انخفاض مستمر في انبعاثات ديوكسيد الكربون، بالإضافة إلى انخفاض في استهلاك الوقود. كذلك سجل انخفاض في استهلاك الطاقة بنسبة **1%** في السنة بعد الحصول على الشهادة. لكن لم يسجل أي تأثير على انبعاثات المركبات العضوية المتطايرة. هذه الدراسة اهتمت هي الأخرى بتأثير الالتزام البيئي – وفقا للمواصفة **ISO 14001**– على الجانب البيئي فقط وأهملت الباقي.

أما دراسة **Javier Gonzalez –Benito** و**Óscar Gonzalez –Benito** (**2005**) فقد اهتمت بتحليل العلاقة بين الأداء الاقتصادي والمبادرة البيئية لـ **186** مؤسسة صناعية. وأظهرت النتائج أن إدارة البيئة قد تمنح للمؤسسات القدرة على المنافسة، إلا أنه لا توجد إجابة موحدة حول الآثار الإيجابية للمبادرة البيئية على أداء المؤسسة، وأن هذه العلاقة لابد وأن تجزأ إلى عدة علاقات أكثر دقة.

هذه الدراسات حاولت الإلمام بجوانب التأثير المختلفة للمواصفة **ISO 14001** باعتبارها ترجمة فعلية للالتزام البيئي للمؤسسات، إلا أنها تمت في سياقات مختلفة، لذا لا يمكن تعميم النتائج المتوصل إليها.

الإشكالية:

تقترح الدراسة استكشاف سبل مختلفة بغرض تحديد طبيعة العلاقة بين الالتزام البيئي والأداء الاقتصادي للمؤسسات. من هذا المنطلق تتولد الإشكالية التالية:

ما هي انعكاسات الالتزام البيئي – تبني نظام للإدارة البيئية وفقا للمواصفة الدولية ISO 14001 – على الأداء الاقتصادي للمؤسسة الصناعية فيرتيال– وحدة عنابة ؟

الفرضيات:

بالاستناد أولا إلى أدبيات الإدارة البيئية، وثانيا دراسات عن الالتزام البيئي، نعتمد الفرضيات التالية:

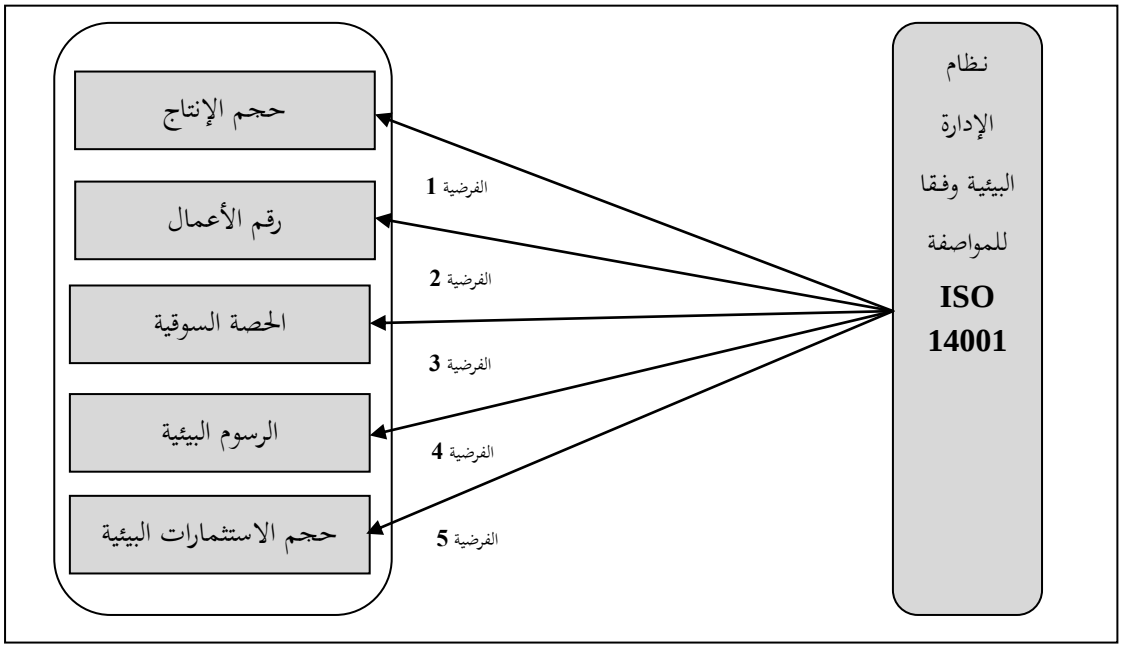
- تبني فرتيال لنظام إدارة بيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة الدولية **ISO 14001** لا أثر له على حجم الإنتاج.
- تبني فرتيال لنظام إدارة بيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة الدولية **ISO 14001** لا أثر له على رقم أعمالها.
- تبني فرتيال لنظام إدارة بيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة الدولية **ISO 14001** لا يؤثر على الحصة السوقية.
- تبني فرتيال لنظام إدارة بيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة الدولية **ISO 14001** لا يؤثر على الرسوم البيئية.
- تبني فرتيال لنظام إدارة بيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة الدولية **ISO 14001** لا يؤثر على حجم الاستثمارات البيئية.

منهجية البحث:

الهدف من دراستنا هو تقديم لمحة عامة عن وضع المؤسسة فرتيال قبل وبعد حصولها على شهادة الجودة البيئية **ISO 14001**، وأثر هذا الالتزام البيئي على أدائها الاقتصادي بمختلف أبعاده. ولاختبار صحة الفرضيات الخمس، تم الاعتماد على مقارنة المعطيات الخاصة بكل جانب لفترة تقدر بستة سنوات، حيث تعتبر سنة **2010** السنة المرجعية باعتبارها سنة حصول المؤسسة محل الدراسة على شهادة الجودة البيئية **ISO 14001**.

الشكل الموالي يوضح نموذج الدراسة:

شكل رقم (01): نموذج الدراسة



المصدر: من اعدد الباحثين.

المحور الأول: الإطار النظري (استعراض الأدبيات)

إن التدهور المتزايد للبيئة الطبيعية واحد من التهديدات الرئيسية لبقاء الإنسان على المدى الطويل. والمؤسسات الصناعية هي المسؤولة عن هذا التدهور إلى حد كبير، لذا وجب عليها أن تقبل بالتنازلات من أجل تحقيق ما يسمى "التنمية المستدامة"[i]. والتوجه نحو حماية البيئة يؤدي بالضرورة إلى بعض التغييرات داخل المؤسسة وكذلك في علاقاتها الخارجية. هذه التغييرات تشتمل أساسا على تبني معايير جديدة للتسيير، أنماط اتصال جديدة، وبيانات إعلانية جديدة[ii]. عادة ما تظهر هذه التغيرات جراء اعتماد نظام الإدارة البيئية **EMS**.

أولا: السلوكيات البيئية للمؤسسات:

أضحى البعد البيئي مفروضا على المؤسسات الاقتصادية وبات أحد المؤشرات الهامة في تنافسيتها ومتغيرًا أساسيا من متغيرات التنمية المستدامة، لذا توجب على المؤسسة الاقتصادية التغيير في نمط تسييرها لصالح الاعتبارات البيئية.

1- أصناف السلوكيات البيئية:

تمثل التنمية المستدامة رهانا مضاعفا بالنسبة لعالم المؤسسات: رهان اقتصادي للمؤسسات واستمراريتها على المدى الطويل، بالإضافة إلى مساهمتها في رهانات المجتمع[iii]، وهو ما يدفعها إلى العمل جاهدة لإدماج البعد البيئي في نشاطها الاقتصادي، منتهجة في ذلك عدة سلوكيات بيئية، التي يمكن توضيحها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (01): السلوكيات البيئية للمؤسسات

نوع السلوك البيئي	الاعتبارات الايكولوجية	إدراك الاستثمار التكنولوجي	مستوى إدماج المعطيات الايكولوجية
حساس	الطبيعة = نظام	الاستثمار مرتبط بجودة المنتج والموقع.ميزة تنافسية	استراتيجي
امتثالي	الطبيعة = وسط	تكلفة لازمة، ولكن يجب خفضها	تنظيمي
دفاعي	الطبيعة = موارد	تكاليف غير ضرورية لابد من تجنبها	تقني

Source: Bellini, Béatrice, ***Un nouvel enjeu stratégique pour l'entreprise : la prise en compte de*** ***la protection de l'environnement dans son management***, édition p 8. AIMS, France, 2003,

أ- السلوك البيئي الدفاعي:

يستند هذا النوع من السلوك إلى منطق مالي بحت يركز على النتائج الاقتصادية الفورية، فالهدف الوحيد لمن ينتهج هذا السلوك هو الربح[iv]. المؤسسات التي تتبع هذا السلوك تحبذ العائد الفوري وتعتبر الاستثمارات البيئية عبئا وتكلفة إضافية بالنسبة لها[v] يجب تجنبها لتعارضها مع مصلحتها الاقتصادية؛ كما تعتبر أن المعطيات البيئية – إذا تم أخذها بعين الاعتبار – هي من اختصاص المجال التقني وهي مجرد معطيات إضافية (أي غير أساسية) في تحديد المهام.

هذا الصنف من السلوك البيئي للمؤسسات بدأ في التلاشي لأن المخاطر المترتبة عن عدم الالتزام بالتشريعات البيئية أصبحت كبيرة ومن غير الممكن تجاهلها.

ب– السلوك البيئي الامتثالي:

تكتفي المؤسسات التي تتميز بهذا النوع من السلوك بالالتزام بالمعايير التي تفرضها التشريعات البيئية دون أن تذهب أبعد من ذلك حتى وإن كانت وسائلها التقنية تسمح لها بذلك. هذه المؤسسات ترى بأن الاستثمارات البيئية هي تكاليف لا مفر من تحملها لكن يجب العمل على التخفيض من مستواها[vi]. بعبارة أخرى، تعتبر هذه المؤسسات الاهتمام بالبيئة أمر ضروري، لكن الاستثمار في ذلك يجب أن يخفض قدر الإمكان، لذا فهي تكتفي بالامتثال للحد الأدنى من القوانين البيئية القانونية.

إن الهدف الرئيسي لمؤسسة ذات سلوك بيئي ممتثل هو تحقيق أفضل مستوى من الأرباح مع حماية صورتها من الضرر في حالة عدم الالتزام بالتشريعات البيئية، فهي لا ترى في إدماج البعد البيئي أي ميزة إستراتيجية، ويعد هذا السلوك البيئي الأكثر شيوعا بين المؤسسات.

ج– السلوك البيئي الواعي– الحساس:

بعيدا عن المتطلبات القانونية، تعتبر المعطيات الايكولوجية عنصرا أساسيا لاستمرارية المؤسسة[vii]، إذ يمتد سلوك وتصرف هذه المؤسسات إلى ما يفوق المتطلبات التنظيمية، فهي تتميز بالحسية العالية للمشكلات البيئية. إن الدافع إلى ذلك، من وجهة نظر هذه المؤسسات، هو أن القوانين المطبقة لا تعكس حقيقة القيم الاجتماعية السائدة، كما تعتبر الاستثمار البيئي ذو مردودية على الأقل في المدى البعيد.

المؤسسة التي تتميز بهذا السلوك تبحث عن الاستفادة بشكل أكبر من خلال استباقها للتغير الذي قد يطرأ على التشريعات البيئية (التي تتطور دوما نحو مزيد من التشدد) وعلى خصائص السوق... وهذا ما يتحقق فعلا للمؤسسات التي تتبنى سياسة بيئية إستباقية من خلال حصولها على مزايا تنافسية متنوعة: اقتصادية، تكنولوجية، اكتساب الشرعية والحفاظ على سلطتها في اتخاذ القرار (أي تتصرف من موقع الفعل لا من موقع رد الفعل)[viii].

2– محددات سلوك المؤسسة تجاه البيئة:

تتأثر المؤسسات بجملة من العوامل التي تحدد سلوكها تجاه قضايا حماية البيئة، أهمها:

أ– الضغوطات الحكومية: تتبنى السلطات العمومية سياسات بيئية مشتملة على مجموعة من التدابير الردعية والمحفزة التي من شأنها دفع المؤسسات إلى إدماج الاهتمامات البيئية في إدارتها. وحسب الكثير من الباحثين، تشكل أدوات السياسة البيئية للحكومة المصدر الأهم للضغوط الخارجية الممارسة على المؤسسات من أجل حماية البيئة[ix]، إن أدوات السياسة البيئية التنظيمية (القوانين والتشريعات)، الاقتصادية (الضرائب والإعانات) والمقاربات الطوعية (الاتفاقيات البيئية) لابد وأن تتكيف مع الوضع البيئي، الاقتصادي والاجتماعي القائم لضمان تحقيق الأهداف المرجوة.

ب– تأثير الأطراف ذوي المصالح: تعرف المؤسسات مؤخرا عدة مواجهات مع أصحاب المصالح المنشغلين بالمشكلات البيئية، الاجتماعية. وأصحاب المصالح هم أفراد أو مجموعات الذين يتأثرون مباشرة أو بطريقة غير مباشرة على المدى القصير كما على المدى الطويل باستراتيجيات، نشاطات، رسائل المؤسسة التي تتبناها بغرض تحقيق أهدافها[x]. وضمن هذا الإطار تمارس العديد من الأطراف ضغوطا على المؤسسات من أجل حماية وضمان أولوية مصالحها بالدرجة الأولى، ثم من أجل تصحيح سلوكها استجابة لتطلعات الرأي العام بالدرجة الثانية. يتمثل الأطراف ذوو المصالح بالأساس في: المساهمين، المستخدمين، المستهلكين، الموزعين، شركات التأمين، البنوك، جمعيات حماية البيئة والهيئات القطاعية والعمومية.

ج– الفرص الاقتصادية: إن إدماج البعد البيئي في المؤسسة لا يعد نتيجة للإجبار فقط، بل هو أيضا نتيجة لرغبة المؤسسة في اقتناص بعض الفرص الاقتصادية[xi]. فالمؤسسات تنتهج سلوكا مسئولا بهدف الرفع من قيمة منتجاتها عن طريق استراتجيات تسويقية بيئية وهو ما يسمح بتحقيق ميزة تنافسية، كما أن قيام المؤسسة بالاستثمار في التكنولوجيات النظيفة أو في إعادة تدوير النفايات يمكنها من الاقتصاد في المواد الأولية وفي الطاقة، الأمر الذي يؤدي إلى تخفيض تكاليف الإنتاج وزيادة الأرباح.

د– توجهات المديرين: لأخلاقيات القادة دور هام في إقرار إدماج البعد البيئي في شركاتهم ويمكننا هنا التفريق بين نوعين من المديرين:

- الصنف الأول ذو" توجه بيئي إصلاحي يوظف العقلانية الاقتصادية؛ أي أن المعايير الاقتصادية هي التي تتحكم في طبيعة وحجم الجهد البيئي المبذول. عادة ما تقتصر الاهتمامات البيئية لهذا الصنف من المدير ينفي التحكم في مستويات التلوث، ويستثمرون فقط في" تكنولوجيات نهاية السلسلة"؛
- الصنف الثاني ذو" توجه بيئي راديكالي يتميز بنظرة شاملة للمحيط الحيوي ترتكز على المبادئ البيئية الهادفة إلى حماية الطبيعية على المدى البعيد؛ أي أن الأولوية لدى هذا الصنف من المديرين هي للأهداف البيئية التي على أساسها يتم تحديد الخيارات الاقتصادية، وبالتالي فهم يستثمرون في" التكنولوجيا النظيفة"[xii].

هـ– العوامل الموقفية: تتمثل هذه العوامل في: عمر المؤسسة، حجم المؤسسة، قطاع النشاط، الانتساب الدولي، التوجهات الإستراتيجية والمرونة الصناعية. وقد أثبتت العديد من الدراسات الدور المرجح للعوامل الموقفية في تبني سلوك حماية البيئة في المؤسسة، فمثلا: نجد أن مؤسسة حديثة النشأة تواجه صعوبات أقل في التكيف مع متطلبات حماية البيئة مقارنة بمؤسسة قديمة النشأة؛ وهذا الفرق يرجع أساسا إلى كون المؤسسة الحديثة تستخدم تكنولوجيا جديدة نسبيا أقل تلويثا مقارنة بالمؤسسة القديمة. كذلك فالمؤسسات التي تهتم بالإبداع لديها توجه واضح للالتزام تجاه البيئة، لأن تعديل الطرائق الصناعية ووضع أساليب جديدة تهدف للحد من التلوث هي بالأساس حلول تكنولوجية تعكس مستوى الإبداع في المؤسسة.

إن تصنيف السلوكيات البيئية للمؤسسة أمر مهم، لكن أي تصنيف هو صالح فقط في حدود الخصائص والمميزات التي أستند إليها. ولا يمكن الحكم على أي مؤسسة قبل محاولة معرفة دوافع اعتمادها لإستراتيجية معينة دون غيرها من الاستراتيجيات في تعاملها مع البيئة.

ثانيا: نظام إدارة البيئة وفقا للمواصفة ISO 14001:

ظهرت نظم إدارة البيئة كمدخل حديث في الإدارة يساعد المؤسسات على تحسين أدائها وصورتها أمام المجتمع ككل، إضافة إلى تحقيق جملة من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية[xiii].

1– تعريف:

يتداول المختصون عدة تعاريف للإدارة البيئية، تهدف بالمحصلة إلى ما تهدف إليه الإدارة البيئية التي هي عبارة عن "الجهود المنظمة التي تقوم بها المنظمات للاقتراب من تحقيق الأغراض البيئية بوصفها جزءاً أساسياً من سياساتها"[xiv].

تعرف المواصفة **ISO 14001** نظام الإدارة البيئية **EMS** على أنه "المكون من الإدارة العامة الذي يتضمن الهيكل التنظيمي، أنشطة التخطيط، المسؤوليات، الممارسات، والإجراءات لتطوير، تنفيذ، تحقيق، مراجعة، والحفاظ على السياسة البيئية"[xv].

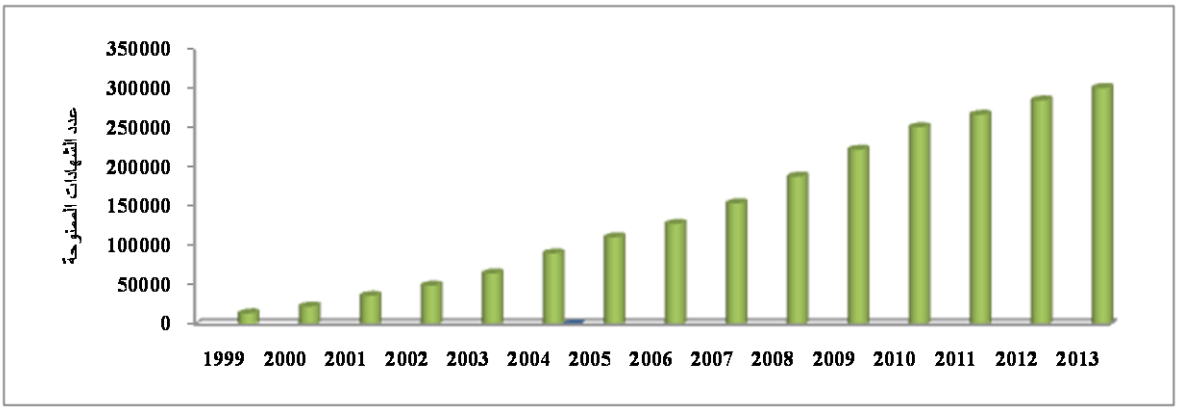
2- سلسلة المواصفات ISO14000 كمرجع لنظام الإدارة البيئية:

لقد تحول قياس الآثار البيئية والحد منها من المدخل الطوعي إلى المدخل الرسمي بظهور نوعين من المعايير الدولية المتنافسة في هذا المجال: المعيار الأوروبي **EMAS** (**Environmental Management Audit Scheme**) في 1993، والمواصفة الدولية **ISO 14001** التي أنشئت عام 1996 عدلت في عام 2004 من طرف المنظمة الدولية للتقييس **ISO International** (**standardization organization**).

إن الهدف من التقييس – وفق عملية توافقية– هو تطوير مواصفات لتسهيل التبادل بين الأعوان الاقتصاديين[xvi]. ويمكن تلخيص مفهوم **ISO 14001** بالاعتماد على مصطلحات بسيطة في جملة واحدة، فيمكننا القول أن المواصفة تتطلب من المؤسسة: التحكم في أثرها على البيئة والحد منه[xvii].

اليوم، المواصفة **ISO 14001** الخاصة بتبني نظام للإدارة البيئية هي الأكثر انتشارا منذ صدورها في عام 1996، وقد بلغ عدد الشهادات الممنوحة إلى غاية 31 ديسمبر من عام 2013، 301647 شهادة في العالم.

الشكل رقم (02): تطور عدد الشهادات ISO 14001 الممنوحة في مختلف أنحاء العالم



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على التقرير السنوي لمنظمة **ISO** للسنتين **2012** و **2013** (The ISO Survey of Management System Standard Certifications).

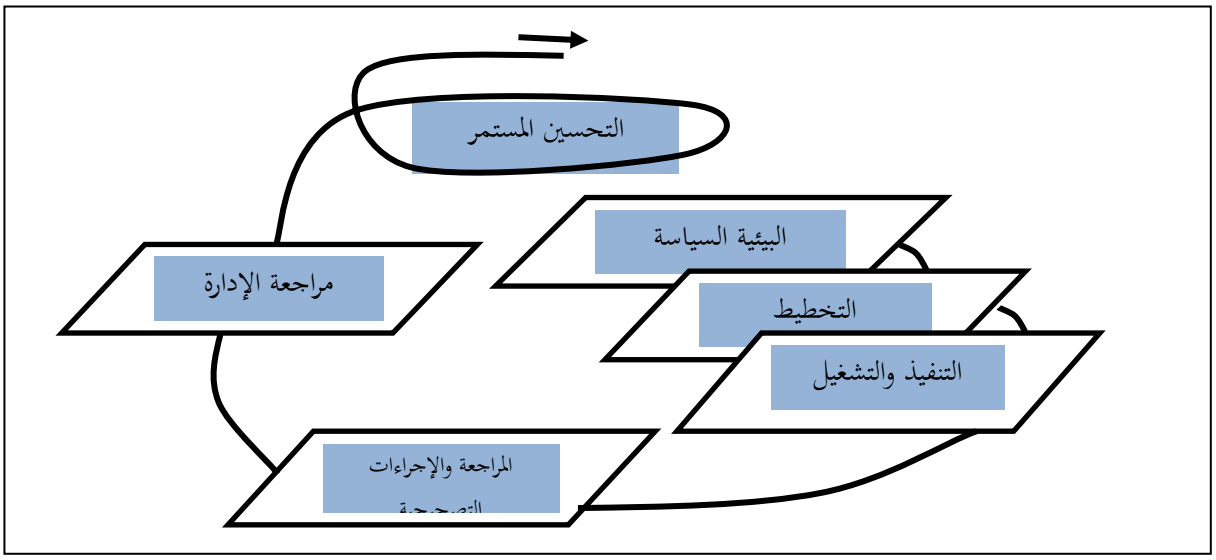
وفقا للبيانات التي تم عرضها في الشكل رقم (02)، فإن عدد الشهادات **ISO 14001** الممنوحة قد عرف نموا كبيرا خلال الزمن على المستوى الدولي، وتجدر الإشارة إلى أن جميع متطلبات هذا المعيار الدولي معدة لإدماجها في أي نظام للإدارة البيئية. حيث ترتبط درجة الاندماج بعوامل مختلفة مثل السياسة البيئية للمنظمة، وطبيعة أنشطتها...

3- مقاربة الإدارة البيئية وفقا للمواصفة ISO 14001:

حتى يتم تحقيق إدارة بيئية ناجحة فإنه لابد من توافر العناصر التالية للإدارة البيئية: السياسة البيئية، المصادر المناسبة للإدارة، المسئوليات والسلطات، التدريب، توثيق النظام، توثيق التحكم، والمراجعة البيئية.

يجب على المؤسسات ألا تهتم فقط بالبحث" عما حدث "ولكن "لماذا حدث ؟" ولهذا فإن تحديد وتصحيح النظام من أي خلل يؤدى في النهاية إلى أداء بيئي جيد. ومعظم نظم الإدارة البيئية مبنية على: **التخطيط ← التنفيذ ← المراجعة ← التطوير** مما يؤدى إلى ضمان التحسين المستمر[xviii].

شكل رقم (03): مقاربة نظام الإدارة البيئية



Source: Ordre des experts-comptables**,** ***La gestion environnementale levier de performance pour l'entreprise,*** Edition Dunod, Paris, 2008, p 151.

أ– السياسة البيئية: هي عبارة عن إعلان الإدارة العليا عن التزامها نحو البيئة .وهذه السياسة تعمل كأساس لنظام الإدارة البيئية وتعطى رؤية للاهتمامات البيئية للمؤسسة بأكملها[xix].

ب– التخطيط: لا بد من القيام بعملية تحليل بهدف تحديد الجوانب البيئية المؤثرة و المتطلبات التشريعية، وبناءا على النتائج المتوصل إليها يتم تحديد الأهداف و برنامج الإدارة البيئية الذي يمكن من تحقيقها.

ج– التنفيذ: ويكون من خلال تحديد تحديد المسؤوليات، التحسيس والتكوين، بالإضافة إلى تنظيم الاتصال الداخلي والخارجي، توثيق نظام الإدارة البيئية، ومن ثم التشغيل.

د– المراجعة والإجراءات التصحيحية: لا بد من متابعة نظام الإدارة البيئية لتحديد عدم المطابقات، وبرمجة الإجراءات التصحيحية والوقائية. ويتطلب التقييم في هذه المرحلة إجراء عملية التدقيق الدوري.

هـ– مراجعة الإدارة: وهي مراجعة دورية هدفها ضمان التحسين المستمر للنظام.

بالنسبة للمؤسسة، تبني نظام للإدارة البيئية يسمح بالانتقال من مقاربة رد الفعل إلى مقاربة استباقية، التي ترتكز على تحديد النقاط الحساسة التي تسبب مشكلا، أو التي تمثل خطرا، ثم برمجة الإجراءات التصحيحية أو الوقائية لهذه النقاط، والبحث عن التحسين المستمر للإدارة البيئية. هدف النظام هو خلق "حلقة حميدة" التي تسمح بالوصول إلى التحسين المستمر للنظام ونتائجه[xx].

ثالثا: إدارة البيئة و أداء المؤسسة:

الأداء المالي غير كاف لتقييم أداء المؤسسة. ولذلك، يجب على المؤسسات قياس التقدم الذي تحرزه بالاعتماد على أداء أكثر شمولا (الاهتمام بالأبعاد الاجتماعية والبيئية إضافة إلى البعد الاقتصادي).

1– أداء المؤسسة: مفهوم متعدد الأبعاد

على الرغم من أن مفهوم الأداء التنظيمي شائع جدا في الكتابات الأكاديمية، إلا أن تعريفه صعب لتعدد معانيه. لهذا السبب، ليس هناك تعريف مقبول عالميا لهذا المفهوم[xxi].

ومن أكثر التعاريف شيوعا في علم الإدارة نجد: "يعرف الأداء كتوأمة بين الفعالية والكفاءة. الفعالية وهي الترجمة للمصطلح الإنجليزي **Effectiveness** وتعني انجاز المهمة المناسبة أو القيام بالعمل المطلوب، ويمكن أن تقاس بحصة المنظمة في السوق التنافسي. أما الكفاءة، وهي الترجمة للمصطلح الإنجليزي **Efficiency**، فتتعلق بانجاز المهام بطريقة سليمة، وتقاس بالنظر لعلاقة المدخلات بالمخرجات"[xxii].

في هذا لسياق، يتم تقييم أداء المؤسسة وفقا لعدة أبعاد، كقدرتها على تقديم العروض ذات القيمة المضافة لعملائها، قدرتها على تحفيز موظفيها، قدرتها على مكافأة المساهمين، المساهمة في تحقيق الرفاهية للمجتمع بشكل عام[xxiii].

2– فوائد الإدارة البيئية للمؤسسات:

لمقاربة الإدارة البيئية وفقا للمواصفة **ISO14001** عدة فوائد بالنسبة للمؤسسة، نذكر منها:

أ– سواء للبيع، أوالتوظيف، أو لجذب رؤوس الأموال، يجب على المؤسسات أن تلتزم التزاما واضحا بجهود لحماية البيئة[xxiv]. فقد أصبح الالتزام البيئي للمؤسسات متغيرا مهما في معظم السيناريوهات التنافسية اليوم[xxv]. ويعتبر تبني نظام للإدارة البيئية وتصديقه وفقا للمواصفة الدولية **ISO 14001** مصدرا للتميز البيئي، التسويقي، التنظيمي... والذي يمكن المؤسسات من تحسين أدائها.

ب– نظام الإدارة البيئية يضمن الحد الأدنى من الامتثال التنظيمي. فالعلاقات مع المسؤولين عن تفتيش المنشآت المصنفة تصبح سهلة، ويمكن للمؤسسة أن تتجنب عقوبات عدم الامتثال (الغرامات، إغلاق الموقع...). بالإضافة إلى ذلك، فإن تبني نظام للإدارة البيئية يعزز استباق التشريعات، وهو ما يسمح بتفادي عدم المطابقة المفاجئ.

ج– تنفيذ متطلبات المواصفة **ISO 14001** يلعب دورا هاما في تحسين الأداء البيئي للمؤسسات، وهذا ما يتمثل أساسا في اتخاذ إجراءات لمواجهة زيادة المتطلبات التنظيمية وتكاليف التخلص من النفايات. هذه المقاربة تكون في بعض الأحيان فرصة للدخول في مشاريع تقنية عرضانية التي تسهل إدماج القيود البيئية في العمليات، وبذلك المؤسسة تفوز على جميع الجبهات: خفض التكاليف وتحسين الأداء البيئي[xxvi].

د– شهادة **ISO 14001** التي تمثل تكلفة بالنسبة للمؤسسة، لديها ميزة إضافة إلى الفوائد المحتملة لـ **EMS** نفسه: التعريف بالجهود البيئية للمؤسسة[xxvii]، تحسين العلاقات بينها وبين أصحاب المصلحة، وبالخصوص تأكيد الثقة لعملائها الماليين (البنوك والتأمينات)، بالإضافة إلى المسؤولين المحليين، المقيمين ، العاملين بالموقع، والعملاء بالمعنى التقليدي للمصطلح.

هـ– إن أخذ المؤسسة للقضايا البيئية بعين الاعتبار يمكن أن يساهم في تحسين صورتها، تطوير الإجراءات الداخلية للتصنيع[xxviii]، زيادة عدد العملاء... ليكون الالتزام البيئي بذلك مصدرا لميزة تنافسية حقيقية.

و– تشير أدبيات الإدارة البيئية أن المؤسسات يمكن أن تحسن مركزها التنافسي، وفي الوقت نفسه تقلل من الآثار السلبية لأنشطتها على البيئة الطبيعية من خلال تنفيذ/ تبني بعض "أفضل ممارسات" الإدارة البيئية[xxix].

ز– يقول أنصار وجود علاقة سببية بين البيئية والأداء المالي أن الحد من التلوث يوفر وفورات في التكاليف المستقبلية من خلال زيادة الكفاءة وخفض تكاليف الامتثال، وتقليل الالتزامات المستقبلية[xxx]. أي أن فرص الحد من التلوث مربحة لكن غالبا ما يفتقر المديرون إلى الخبرة والمهارة لفهم التكلفة الكاملة للتلوث.

ح– يمكن للحكومات أن تستخدم الإدارة البيئية، كوسيلة لزيادة فعالية وكفاءة السياسات البيئية الخاصة بالمؤسسات[xxxi].

المحور الثاني: الإطار العملي (دراسة استكشافية "فيرتيال– وحدة عنابة")

إن الهدف من هذا العمل هو تحديد ما إذا كان تنفيذ نظام لإدارة البيئة وفقا للمواصفة الدولية **ISO 14001–2004**، قد ساهم في تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة محل الدراسة. وفي هذا السياق، أجرينا دراسة مقارنة لمؤشرات مختلفة متعلقة بنشاط فيرتيال– وحدة عنابة قبل وبعد حصولها على شهادة الجودة البيئية (محور بيئي، محور مالي، محور تجاري، ومحور العمليات الداخلية).

أولا: منهجية ومجال الدراسة:

1– اختيار مجال الدراسة:

تماشيا مع طبيعة الموضوع المدروس، والإشكالية المطروحة، تم اختيار مؤسسة فرتيال– وحدة عنابة لإجراء دراسة استكشافية. حيث تعتبر المؤسسة المختارة مثالا جيدا لتطابق خصائصها مع متطلبات البحث، فهي مؤسسة ملتزمة بيئيا وترجمت هذا الالتزام بتبنيها لنظام إدارة بيئية مطابق للمواصفة الدولية **ISO 14001** اصدار 2004، ومصادق عليه منذ سنة 2010، كما أنها تنتمي لقطاع نشاط حساس من الناحية البيئية، هو الصناعة البتروكيميائية.

2– جمع البيانات:

بعد اختيار مجال الدراسة، تم الشروع في جمع البيانات الضرورية لإجراء الدراسة، وذلك باستخدام طرق مختلفة :مقابلات شبه موجهة (مع كل من المسؤول البيئي للمؤسسة، منسق البيئة، ومنسق الجودة)، الملاحظة، البحث على مواقع الإنترنت، بالإضافة إلى الاطلاع على مجموعة من الوثائق الداخلية كميثاق المؤسسة، السياسة البيئة، عقود نجاعة الأداء،التقارير الشهرية للانبعاثات الجوية، الميزانيات العمومية،...الخ.

3– التعريف بالمؤسسة محل الدراسة:

نشأت المؤسسة في 01-03-2001 تحت اسم "فرتيال" ومعناه مؤسسة مواد التخصيب الجزائرية، مؤسسة ذات أسهم، والمالك الوحيد لهذه الأسهم هو مجمع "أسميدال" الجزائر، تهدف إلى إنتاج الأسمدة الفوسفاتية، الآزوتية، والأمونياك.

في 04-08-2005 دخلت المؤسسة في شراكة مع مجمع اسباني: فيلار مير"**Grupo Villar Mir**" المتخصص في عدة نشاطات مرتبطة بإنتاج الأسمدة والمخصبات. وقد تم الاحتفاظ بنفس التسمية، المقر الاجتماعي (ولاية عنابة شرق الجزائر)، والشكل القانوني بنسبة مساهمة 66% للشريك الاسباني، و34% لمجمع اسميدال.

للمؤسسة فرعين الأول "فرتيال" بولاية عنابة، والثاني "ألزوفارت" بولاية وهران. وقد اقتصرت دراستنا على مصنع ولاية عنابة. تتمتع هذه المؤسسة بنسيج صناعي كثيف، وتستخدم تكنولوجيا متطورة، وعمليات تصنيع معقدة تتم على أعلى مستوى.

ثانيا: الإدارة البيئية على مستوى مؤسسة فرتيال– وحدة عنابة:

تجسد المؤسسة محل الدراسة الإدارة البيئية في الواقع من خلال:

1- السياسة البيئية:

تمت صياغة السياسة البيئية لفرتيال المدعمة بميثاق المؤسسة للأمن، الجودة ،والبيئة، حتى تتماشى مع طبيعة أنشطة، منتجات، وخدمات المؤسسة، أبعادها، وآثارها البيئية. هذه السياسة البيئية تعتبر إطارا لتحديد الأهداف والغايات البيئية. وقد تمت كتابتها وتطبيقها ونشرها لتصل إلى كافة الموظفين المعنيين بنظام الإدارة البيئية في المؤسسة، كما أنها متوفرة على الموقع الالكتروني للمؤسسة لكل من يريد الاطلاع عليها من أصحاب المصلحة، أو عامة المجتمع.

في هذا السياق، فرتيال تأخذ بعين الاعتبار متطلبات مختلف أطراف المصلحة، وبوجه خاص بعض الجهات الآمرة كوزارة البيئة وتهيئة الإقليم، ومديرية البيئة الولائية، كما لا تغفل المؤسسة رأي السكان المجاورين عندما يتعلق الأمر بإجراءات ذات تأثير على البيئة.

السياسة البيئية الحالية للمؤسسة مبنية على ثلاثة التزامات رئيسية: التحسين المستمر، الوقاية من التلوث، والمطابقة التنظيمية.

تمت المصادقة على نظام الإدارة البيئية لفرتيال طبقا للمواصفة الدولية **ISO 14001** إصدار 2004 في 2010 من طرف المكتب الكندي المتخصص "**VERITAS**"، وذلك بعد فترة تحضير استغرقت سنة (2009).

2- شهادات المطابقة الدولية المتحصل عليها:

تحصلت فرتيال – وحدة عنابة على شهادتها المزدوجة **ISO 14001** إصدار 2004 و ISO 9001 إصدار 2000 الخاصة بنظام إدارة الجودة خلال سنة 2010، لتتمكن في السنة الموالية 2011 من افتكاك شهادة **OHSAS 18001** الخاصة بنظام الصحة والسلامة المهنية.

نتيجة للنجاح الذي حققته فرتيال في تبني نظم الإدارة الثلاث جودة- بيئة- أمن، قررت الإدارة تبني النموذج التميز الأوروبي لإدارة الجودة **EFQM** الذي يرتكز على مبدأ التميز المستدام، وكانت بداية المشروع في أفريل 2012.

وفي نوفمبر 2012، تحصل المختبر الزراعي التقني لفرتيال الموجود داخل مصنع عنابة على شهادة المطابقة **ISO/CEI 17025** وهي سابقة من نوعها في الجزائر والقارة الإفريقية، التي تعد اعترافا رسميا بالنوعية والكفاءة التقنية للتحاليل التي يجريها هذا المختبر. وتجدر الإشارة هنا إلى أن فرتيال تستعد لاستقبال المدققين الخارجيين للمصادقة على نظام إدارة الطاقة الذي وضعته سنة 2014.

3- مظاهر الالتزام البيئي لفرتيال بعد تبنيها لنظام إدارة بيئية مطابق للمواصفة *ISO 14001*:

تتجلى مظاهر الالتزام البيئي لفرتيال من خلال دراسة عدة مؤشرات، اخترنا منها مؤشر الانبعاثات الجوية، مؤشر المخلفات السائلة، بالإضافة إلى مؤشر الاستهلاك السنوي للماء، الغاز، والكهرباء.

أ- الانبعاثات الجوية: أكسيد الآزوت، والغبار.

في إطار عملية المتابعة والمراقبة المستمرة، تقوم المديرية التقنية لفرتيال بأخذ عينات وقياس الانبعاثات في الهواء على مستوى كل مرافق المصنع (مخارج المداخن، فرن إزالة الكبريت...).

جدول (01): انبعاثات الغبار (mg/ Nm 3)

شهر جانفي

السنة	مجفف جانب البحر	مجفف جانب المدينة	القيمة الحدية
2010	42,96	16,87	50
2011	29,5	17,82	50
2012	13,33	21	50
2013	12,78	11,27	50

جدول (02): انبعاثات أكسيد النيتروجين NOx (ppm)

شهر جانفي

السنة	مرجل "C"	مرجل "B"	مرجل "A"	القيمة الحدية
2010	54,6	119,2	119,2	500
2011	29,6	67,6	56	244
2012	57,3	99,6	108,9	244
2013	58,5	148,7	138,9	244

المصدر: قسم البيئة، المديرية التقنية.

يتضح من خلال الجدولين 01 و02 أن إنبعاثات أكسيد النيتروجين وانبعاثات الغبار لم تتجاوز القيم الحدية المحددة. والنقطة الإيجابية الملاحظة هي خفض القيمة الحدية لانبعاثات أكسيد النيتروجين انطلاقا من سنة 2011، وهو ما يدل على تطبيق فرتيال لمبدأ التحسين المستمر بالإضافة إلى الالتزام بالمعايير المحددة، وهذا بعد تبنيها لنظام الإدارة البيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة **ISO 14001**.

ب– المخلفات السائلة: مؤشر الطلب البيوكيميائي على الأكسجين **DBO5**، ومؤشر الطلب الكيميائي على الأكسجين **DCO** (ملغم/ لتر).

جدول رقم (03): DCO (mg/l)

السنة	المزراب الجنوبي	المزراب الشمالي	المعيار
2010	174,54	74,82	130
2011	108,8	89,28	130
2012	119,42	19,09	120
2013	62,81	48,2	120

جدول رقم (04): DBO5 (mg/l)

السنة	المزراب الجنوبي	المزراب الشمالي	المعيار
2010	12,5	13,27	40
2011	9,29	6,68	40
2012	15,43	16,57	35
2013	27,61	4,81	35

المصدر: قسم البيئة، المديرية التقنية.

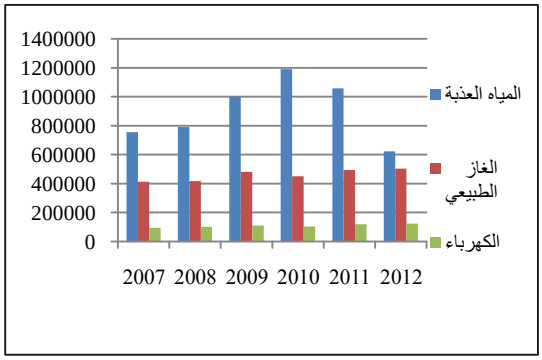
تقوم فرتيال باقتطاع عينات على مستوى كل من المزراب الشمالي، والمزراب الجنوبي الخاصين بتصريف المياه الناتجة عن نشاطها الإنتاجي اليومي (تركيز المكثفات الملوثة).

يتضح من الأرقام المسجلة أن هناك امتثال كلي للمعايير المحددة فيما يخص مؤشر الطلب البيوكيميائي على الأكسجين **DBO5**، ومؤشر الطلب الكيميائي على الأكسجين **DCO**. كما نلاحظ تحكما أكبر في المخلفات السائلة لفرتيال من خلال تخفيض القيم المعيارية انطلاقا من سنة 2012.

ج– الاستهلاك السنوي: الماء، الغاز، والكهرباء.

الجدول 05 / الشكل 04: الاستهلاك السنوي مياه/ غاز طبيعي/ كهرباء

السنة	الكهرباء (MW)	الغاز الطبيعي (DM3)	المياه العذبة (M3)
2007	*94173*	*411996*	*754571*
2008	*102476*	*416713*	*789446*
2009	*109415*	*481685*	*999704*
2010	*103462*	*449946*	*1189572*
2011	*119339*	*494432*	*1057755*
2012	*124606*	*502697*	*622201*



المصدر: قسم الكشوفات، المديرية التقنية.

بتحليل البيانات الموضحة في الشكل رقم (04) والجدول رقم (05)، نلاحظ تسجيل انخفاض في كميات المياه المستهلكة سنويا انطلاقا من سنة 2010 وهي سنة الحصول على شهادة **ISO 14001**. أما فيما يخص الغاز الطبيعي والكهرباء، فقد سجل ارتفاع في الكميات المستهلكة. تم حساب معاملات الارتباط، وكانت النتائج كالآتي:

- معامل ارتباط المياه والغاز الطبيعي المستهلكين من طرف فرتيال **0.11**.
- معامل ارتباط المياه والكهرباء – **0.11**.
- معامل ارتباط الغاز والكهرباء **0.93**.

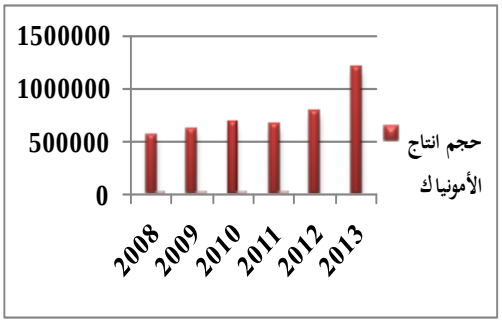
يفسر الارتفاع المحسوس في كميات الغاز الطبيعي المستهلكة سنويا حتى بعد تبني فرتيال لنظام إدارة بيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة الدولية **ISO 14001**، إلى سهولة الحصول على هذه المادة في الجزائر وبأسعار جد مقبولة.

ثالثا: نتائج ومناقشة:

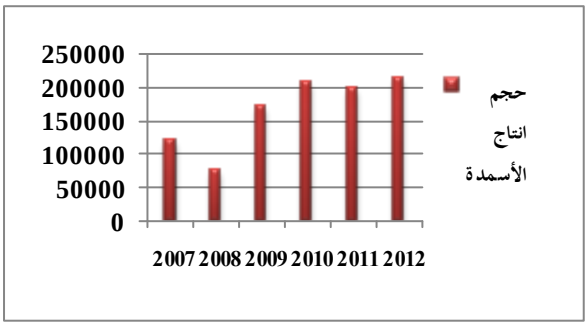
بعد جمع البيانات الموزعة على المحاور سابقة الذكر، أجرينا تحليل للمحتوى، والذي نتج عنه تسجيل الملاحظات التالية:

1– إنتاج الأمونياك والأسمدة: بالنسبة لمؤشر الإنتاج، سمحت لنا المعطيات بانجاز الأشكال البيانية التالية:

شكل (05): تطور إنتاج الأمونياك (طن).



شكل (06): تطور إنتاج الأسمدة (طن).

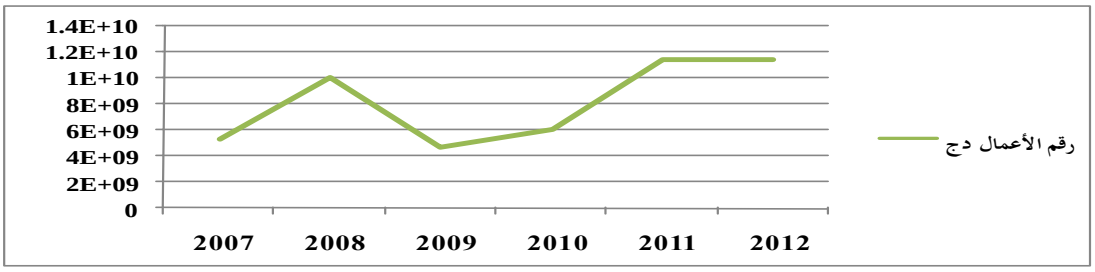


المصدر: المديرية التجارية.

يتضح من الشكلين 05 و06 أن إنتاج الأمونياك قد انخفض سنة 2011 بالنسبة لسنة 2010، قبل أن يرتفع في السنة الموالية (2012). ونسبيا تقدر الزيادة في الإنتاج بـ 12.65% سنة 2009 على أساس السنة الماضية، لينخفض الإنتاج بـ 3.69% سنة 2011 بالنسبة لسنة الحصول على ISO 14001 (2010)، ثم يعود ليرتفع بنسبة 18.40% سنة 2013. أما إنتاج الأسمدة فقد سجل انخفاضا بنسبة 37.12 سنة 2008 بالنسبة لسنة 2007، وارتفع بنسبة 126% سنة 2009، و 20.18% سنة 2010، ثم انخفض بـ 4.15% في 2011، أي سنة واحدة بعد حصولها على ISO 14001 ثم عاد للارتفاع بنسبة 7.90% سنة 2012.

2- رقم الأعمال: الشكل رقم (07) يمثل تطور رقم أعمال المؤسسة محل الدراسة، وذلك اعتمادا على الميزانيات السنوية للفترة 2007-2012.

شكل (07): تطور رقم الأعمال بالدينار الجزائري

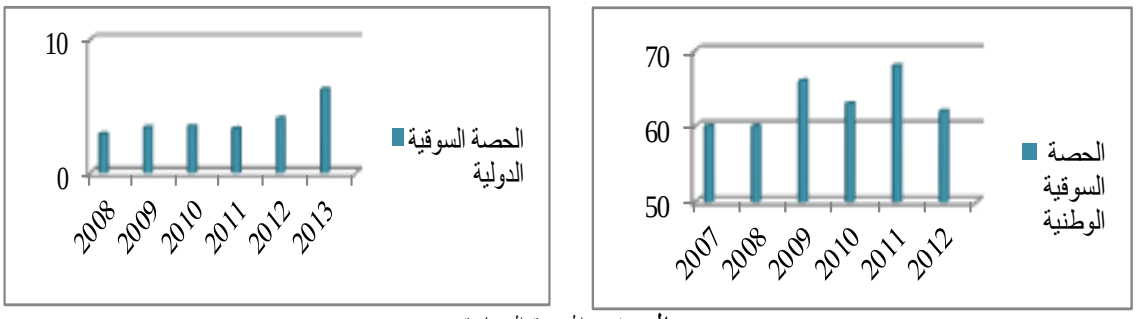


المصدر: مديرية المالية.

خلال الفترة من 2007 إلى 2012، تراوح النمو في رقم أعمال فرتيال بين 9.51% (2009) و23.5% (2012). وقد قدر نمو رقم الأعمال في السنوات ما قبل الحصول على شهادة الجودة البيئية بـ 41%، أما بعد حصولها على الشهادة، فقد قدر بـ 59% من رقم الأعمال لكل فترة، ليسجل بذلك ارتفاعا بمعدل هندسي 17% (2007-2012).

3- الحصة السوقية: يعطي هذا مؤشر صورة واضحة عن مدى تأثر الجانب التجاري لفرتيال بتبني نظام الإدارة البيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة **ISO 14001** .

شكل 8-9: تطور الحصة السوقية (دوليا ومحليا)



المصدر: المديرية التجارية.

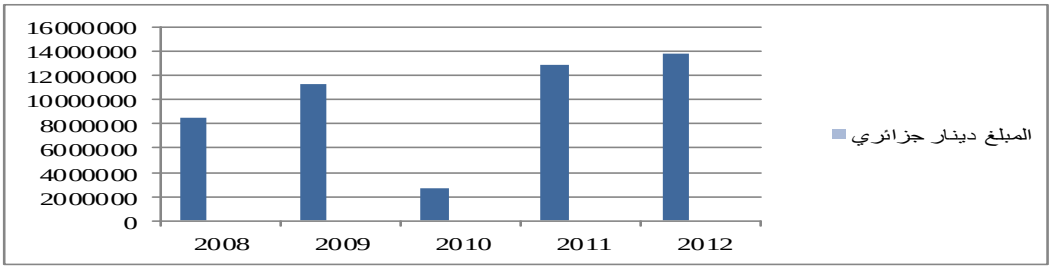
على المستوى الدولي، ارتفعت الحصة السوقية لفرتيال بمعدل نمو هندسي 16.50% سنويا، وعلى المستوى الوطني نسبة النمو تقدر بـ 0.70% سنويا وذلك على طول الفترة المدروسة (2007-2012). ويرجع ارتفاع الحصة السوقية لفرتيال على المستوى الدولي إلى تطور صادراتها من الأمونياك والموجه خصيصا للمؤسسة الإسبانية "فرتيبيريا". أما على المستوى الوطني ففرتيال تسيطر على

أغلب الحصص السوقية باعتبارها الرائد، إلا أنها تعاني مؤخرا من دخول منافسين جدد للسوق الوطني، لذلك تسجل تذبذبا في حصتها السوقية.

4- الرسوم البيئية: فرتيال معنية بالتعميم الوزاري الصادر في 08 مايو 2002 بالنظر لطبيعة نشاطها. وفي هذا السياق، هي ملزمة بنوعين من الرسوم البيئية:

- رسم على الأنشطة الملوثة والخطيرة بالنسبة للبيئة.
- رسم على تخزين النفايات الصناعية الخاصة و/ أو الخطرة.

شكل (10): تطور مبالغ الرسوم البيئية



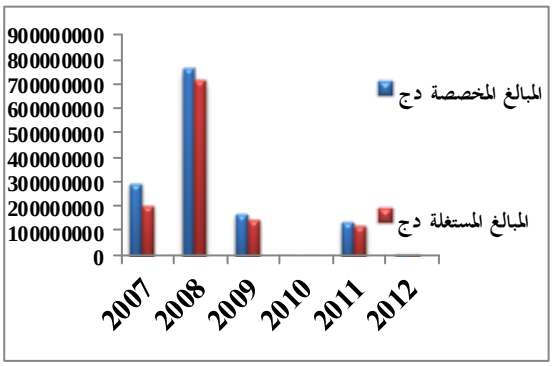
المصدر: قسم التأمين والجباية، مديرية المالية.

يتضح من الشكل رقم (10) أن مبالغ الرسوم البيئية التي تدفعها فرتيال قد عرفت ارتفاعا ملحوظا في الفترة ما بعد الحصول على شهادة الجودة البيئية، حيث تراوحت نسبة الزيادة في المبالغ المدفوعة بين 10.47% و224.06%. أما في الفترة التي سبقت الحصول على الشهادة (سنتين) فقد تراوحت النسبة بين 1.19% و7.60%. ومتوسط نمو الرسوم البيئية مثل 4.12% خلال السنوات الستة (2007-2012). تفسر الزيادة في المبالغ المدفوعة كرسوم بيئية بمشكل في عملية التخلص من النفايات المخزنة في موقع المؤسسة (**catalyseurs usagés**).

5- حجم الاستثمارات البيئية: ترجمت المعطيات الخاصة بهذا المؤشر والموضحة في الجدول رقم (06) للفترة 2007-2012، من خلال الشكل البياني رقم (11).

شكل (11) /جدول (06): الاستثمارات المخصصة للبيئة

السنة	المبالغ المخصصة (دج)	المبالغ المستغلة (دج)
2007	*288500000*	*201500986*
2008	*764000000*	*714392582*
2009	*166200000*	*148662829*
2010	*0*	*0*
2011	*136400000*	*123395062*
2012	*5000000*	*6168000*



المصدر: قسم الاستثمارات، المديرية التقنية.

بالنسبة للاستثمارات المخصصة للبيئة، نسجل نسبة إنجاز بمقدار 87.80% على مدى السنوات الست (2007-2012)، وهذه النسبة تختلف من سنة لأخرى. فقبل حصول فرتيال على شهادة **ISO 14001** تراوحت هذه النسبة بين 69.84% و 93.51%، وبعد تاريخ الحصول على **ISO 14001**، تراوحت النسبة بين 90.47% (2011) و 123.36% (2012). ولكن على عكس ما هو منتظر- ارتفاع الاستثمارات في مجال البيئة في السنوات الأولى بعد حصول المؤسسة على شهادة **ISO 14001** –، نسجل انخفاضا في حجم الاستثمارات البيئية للفترات التي تلت حصول فرتيال على شهادة الجودة البيئية. والأسوء أن الاستثمارات في هذا المجال قد تقلصت كذلك خلال السنتين قبل حصول فرتيال على **ISO 14001**. حيث تراوح الإنخفاض النسبي بين 17% (2011) و95% (2012).

وقد تغير معدل نمو الاستثمارات المحققة في الجانب البيئي من 12.45% في 2009- أي قبل حصول فرتيال على **ISO 14001** بسنة واحدة- إلى 59.83% للسنة السابقة (2008)، وكانت سنة 2007 16.87%، لتنخفض بعد حصولها على شهادة الجودة البيئية إلى 10.33% (2012).

رابعا: اختبار الفرضيات:

يسمح تحليل المعطيات باختبار صحة الفرضيات:

1- تمثلت فرضية البحث الأولى في: " تبني فرتيال لنظام إدارة بيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة الدولية **ISO 140001** لا أثر له على حجم الإنتاج ". ولاختبارها تم تحليل المعطيات الخاصة بمؤشر الإنتاج (الأمونياك والأسمدة) لستة سنوات متتالية. وقد تبين لنا أن هناك تحسن ملحوظ في عملية الإنتاج في الفترة التي تلت تبني فرتيال لنظام الإدارة البيئية والمصادقة عليه. وبالتالي يمكن القول بأن الفرضية الأولى غير مؤكدة.

2- تمثلت فرضية البحث الثانية في: "تبني فرتيال لنظام إدارة بيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة الدولية لا أثر له على رقم الأعمال". ولاختبارها تم تحليل المعطيات الخاصة بمؤشر رقم أعمال المؤسسة، وقد تبين لنا أن رقم أعمال المؤسسة قد عرف نموا متزايدا، وبالتالي يمكن القول بأن الفرضية الثانية غير مؤكدة.

3- تمثلت فرضية البحث الثالثة في: "تبني فرتيال لنظام إدارة بيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة الدولية لا أثر له على الحصة السوقية". ولاختبارها تم تحليل المعطيات الخاصة بمؤشر الحصة السوقية للمؤسسة، على المستوى الوطني والدولي. وقد تبين لنا أن الحصة السوقية للمؤسسة محل الدراسة قد عرفت هي الأخرى نموا متزايدا، وبالتالي يمكن القول بأن الفرضية الثالثة أيضا غير مؤكدة.

4- تمثلت فرضية البحث الرابعة في: " تبني فرتيال لنظام إدارة بيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة الدولية **ISO 14001** لا يؤثر على مبالغ الرسوم البيئية ". ولاختبارها تم تحليل المعطيات الخاصة بهذا المؤشر. وقد تبين لنا صحة الفرضية الرابعة المتعلقة بعدم تسجيل أي أثر لنظام الإدارة البيئية على مبالغ الرسوم البيئية التي تدفعها فرتيال.

5- تمثلت فرضية البحث الخامسة في: " تبني فرتيال لنظام إدارة بيئية والمصادقة عليه وفقا للمواصفة الدولية **ISO14001** لا يؤثر على حجم الاستثمارات البيئية ". ولاختبارها تم تحليل المعطيات الخاصة بالمبالغ المستثمرة في الجانب البيئي. ولم يتم تسجيل أثر إيجابي فيما يخص هذا المحور، فقد انخفضت المبالغ المستثمرة لتحسين الجانب البيئي منذ بداية التحضير لعملية الإشهاد (2009). وبالتالي يمكن القول بأن الفرضية الخامسة أيضا مؤكدة.

خلاصـــــــة:

المواصفة الدولية **ISO 14001** المتحصل عليها في إطار إستراتيجية التنمية المتبناة من طرف المؤسسة محل الدراسة، هي التزام بالتحسين المستمر للأداء البيئي، والذي يؤثر بدوره على الأداء الاقتصادي.

إن تبني فيرتيال لنظام إدارة بيئة وفقا للمواصفة الدولية **ISO 14001-2004** سمح لها بتحسين أدائها في عدة مجالات. فقد تعرضت فرتيال – ولمدة طويلة من الزمن- للانتقاد بسبب انبعاثاتها الضارة، إلا أنها اليوم تتمتع بسمعة جيدة في مجال حماية البيئة والحفاظ عليها، وذلك بفضل حصولها على شهادة الجودة البيئية **ISO 14001** (تحكم أحسن في مخرجاتها الملوثة). كذلك ساهمت المواصفة **ISO 14001** في تغير ثقافة المؤسسة، فالعديد من الممارسات التي تحمي البيئة تم الترويج لها عن طريق التحسيس البيئي (مثل العمل التطوعي الهادف للحفاظ على البيئة داخل المؤسسة وخارجها). كما رافق تحسين الأداء البيئي للمؤسسة توحيد للممارسات، تحسين العمليات الداخلية كالإنتاج، مع تحسين المركز التنافسي بزيادة الحصة السوقية الوطنية والدولية، مع تسجيل نمو ملحوظ لرقم أعمالها.

إن التحسينات المسجلة في المجالات سالفة الذكر تبين مدى نجاح فرتيال- وحدة عنابة في دمج الجانب البيئي وفقا للمواصفة الدولية **ISO 14001** كعامل مؤثر على جوانب من أدائها المالي، التجاري، والتنظيمي، لكن لا يزال هناك الكثير الذي يتعين عليها القيام به...

الهوامش:

[i] - Gonzalez -Benito Javier, Óscar Gonzalez –Benito, ***«Environmental Proactivity and business performance: An empirical analysis***, International journal of management science Omega, N° 33, Angleterre, 2005, P 2.

[ii] - Mathias Lefèvre, ***L'écologisme d'entreprise: inscrire la considération écologique au cœur de la firme ?***», Presses de Sciences Ecologie & politique, N°37, France, 2008, P 157.

[iii] - Recueil Normes, ***Développement durable, Vers une nouvelle gouvernance des entreprises***, AFNOR, Paris, 2003, P 8.

[iv]– عياض محمد عادل، ***دراسة نظرية لمحددات سلوك حماية البيئة في المؤسسة***، مجلة الباحث، العدد السابع، ورقلة، 2009–2010، ص 21.

[v]– سالمي رشيد، ***المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بين الالتزام البيئي ومنطق تعظيم الربح، دراسة ميدانية***، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد السادس، المدية، 2012، ص 133.

[vi]– عياض محمد عادل، ***مرجع سبق ذكره***، ص 21، بتصرف.

[vii]- Zuindeau Bertrand, ***développement durable et territoire***, édition Septentrion Presses universitaires, France, 2000, P 191.

[viii]– عياض محمد عادل، ***مرجع سبق ذكره***، ص 21، بتصرف.

[ix]- Personne Marion, ***Contribution à la méthodologie d'intégration de l'environnement dans les PME-PMI: Évaluation des performances environnementales***, Thèse de doctorat, l'Institut national des sciences appliqués, Lyon, 1998, P 32.

[x]- Delchet Karen, ***Qu'est-ce que le développement durable***, Edition AFNOR, Paris, 2003, P 23.

[xi]– عياض محمد عادل، ***مرجع سبق ذكره***، ص 17.

[xii]– نفس المرجع، ص 18.

[xiii]– صخري عمر وعبادي فاطمة الزهراء، ***دور الدولة في دعم تطبيق نظم إدارة البيئة لتحسين أداء المؤسسات الاقتصادية: دراسة حالة الجزائر***، مجلة الباحث، العدد 11، الجزائر، 2012، ص 157.

[xiv]– مخول مطيانيوس وعدنان غانم، ***نظم الإدارة البيئية ودورها في التنمية المستدامة***، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 25 العدد الثاني، سوريا، 2009 ، ص 35.

[xv] - Aktouf Omar, ***le management entre tradition et renouvellement***, Gaetan Morin éditeur, 4[e] édition, Canada, 2006, P 442.

[xvi]- Ben Youssef Hounaida al, ***l'utilisation stratégique des instances de normalisation environnementale***, revue internationale de droit économique, France, 2005, P 370.

[xvii] - Gonzalez -Benito Javier, op, cit, P 4.

[xviii]– محمد أبو القاسم محمد، ***نظم الإدارة البيئية***، مجلة أسيوط للدراسات البيئية، العدد التاسع والعشرون، مصر، 2005، ص 24–25، بتصرف.

[xix]– نفس المرجع، ص 29.

[xx] - Personne Marion, ***OP, cit***, P 83.

[xxi] - Gavrea Corina, Liviu Ilieş, Roxana Stegerean, ***Determinants Of Organizational Performance: The Case Of Romania***, Management & Marketing Challenges For The Knowledge Society Vol. 6, No 2, 2011, P 287.

[xxii]– الوافي الطيب، ***الريادة في الأداء البيئي : شركة نوكيا أنموذجا***، مجلة الباحث، العدد 11، الجزائر، 2012، ص 142.

[xxiii] - Barabel Michel, Olivier Meier, Manageor, ***les meilleures pratiques du management***, édition Dunod, Paris, 2006, P 358.

[xxiv] - Reverdy Thomas, ***« Les normes environnementales en entreprise : la trajectoire mouvementée d'une mode managériale »***, Sociologies pratiques, n° 10, France, 2005, P 101.

[xxv] - Gonzalez -Benito Javier, ***op, cit***, P 4.

[xxvi] - Reverdy Thomas, ***op, cit***, P 106.

[xxvii] - Riedinger Nicolas et Céline Thévenot, ***La norme ISO 14001 est-elle efficace ? Une étude économétrique sur l'industrie française***, Economie et statistique, N° 411, France, 2008, P 5.

[xxviii]- Essid Moez, ***Quels outils de contrôle pour décliner les stratégies environnementales?***, Comptabilité et environnement, France, 2007, P 2.

[xxix] - Petra Christmann, ***Effects of "best practices" of environmental management on cost advantage: the role of complementary assets***, Academy of Management Journal, 1999, P 4.

[xxx] - Andrew A. King and Michael J. Lenox, ***Does It Really Pay to Be Green? An Empirical Study of Firm Environmental and Financial Performance***, Journal of Industrial Ecology, Volume 5, Number 1, 2001, P 106

[xxxi]- Bougherara Douadia et al, ***Economie et environnement Gestion et environnement: anatomie d'une relation***, Innovations, n° 20, France, 2004, P 226-227

إستراتجية الذكاء الإقتصادي لاستدامة المقاولاتية مع الإشارة لحالة الجزائر

د. مجدوب بحوصي
جامعة طاهري محمد بشار؛ الجزائر
E-mail: **mahjoub_bahoussi@yahoo.fr**
أ. عمار عريس
جامعة طاهري محمد بشار؛ الجزائر
E-mail: ammar.aries18@gmail.com

Economic Intelligence Strategy for Enterprise Sustainability with reference to the case of Algeria

Received: April 2017 Accepted: May 2017 Published: June 2017

Abstract: As a result of developments and changes rapidly and the increasing emergence of new technologies in the economic environment that has led to the intensification of competition between economic institutions since the imposition of the vigilance and the exploitation of strategic information to ensure the survival and adapt to the activity environment, which prompted the need to work to embody the requirements for ensuring the success and sustainability, especially entrepreneurial including It contributes to the acquisition of value and competitive advantage that ensures whereby continuity and development in the field of activity, and here highlights the role of the so-called economic intelligence that contributes to building its strategy as one of the supporting elements for the success of entrepreneurship in the future.

In Algeria, for the promotion of economic institutions and rehabilitation and to achieve sustainability, including entrepreneurial found sought to help them cope with the economic intelligence requirements, knowing that the intelligence economic and entrepreneurial in Algeria are still boys and from this paper came to know the extent of the contribution of economic intelligence in the continuity of entrepreneurial activity in Algeria review and reality each of them and try to highlight the importance of the adoption of this type of organization on economic intelligence in Algeria to allow continuity and face competition with other institutions, whether local or foreign ones.

Keywords: Entrepreneurship, Économique Intelligence, Compétition, Vigilance, Algérie.
(JEL) Classification : O31 , L26.

ملخص: نتيجة التطورات المتسارعة وتزايد ظهور التقنيات الحديثة في البيئة الاقتصادية ما أدى إلى اشتداد المنافسة بين المؤسسات الاقتصادية حيث فرض عليها التحلي باليقظة واستغلال المعلومات الإستراتجية لضمان البقاء والتكيف مع بيئة النشاط، وهو ما دفع بها إلى ضرورة العمل لتجسيد الاشتراطات الكفيلة بنجاح واستمراريتها وخصوصا المقاولاتية بما يساهم في اكتسابها للقيمة والميزة التنافسية التي تضمن من خلالها الاستمرارية والتطور في مجال نشاطها، وهنا يبرز دور ما يسمى بالذكاء الاقتصادي الذي يساهم في بناء استراتجيتها كأحد العناصر الداعمة لنجاح المقاولة مستقبلا.

وفي الجزائر ولأجل النهوض بمؤسساتها الاقتصادية وتأهيلها وتحقيق استمراريتها ومن بينها المقاولاتية حيث سعت لمساعدتها على التكيف مع متطلبات الذكاء الاقتصادي، مع العلم أن هذا الأخير والمقاولاتية لا يزالان فتيان في الجزائر، ومنه جاءت هذه الورقة لمعرفة مدى مساهمة الذكاء الإقتصادي في استمرارية النشاط المقاولاتي في الجزائر باستعراض واقع كل منهما ومحاولة إبراز أهمية اعتماد هذا النوع من المنظمات على الذكاء الإقتصادي في الجزائر بما يسمح باستمراريتها ومواجهة المنافسة مع المؤسسات الأخرى سواءا المحلية منها أو الأجنبية.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية، الذكاء الاقتصادي، المنافسة، اليقظة، الجزائر.
رموز **jel**: O31 , L26.

تمهيد:

في ظل التطورات الناتجة عن العولمة الاقتصادية أضحى مستقبل المنظمات وخاصة منها الناشطة في إطار المقاولاتية يتوقف على مدى قدرتها في مواجة المستجدات والتهديدات البيئية الحاصلة والمحافظة على موقعها التنافسي وتطوره وتدعميه، بما يساهم في استمرارية واستدامة نشاطها في السوق، حيث أن ذلك عجل بظهور أنظمة وتطبيقات جديدة حظيت بإهتمام كبير على الصعيد العالمي ومن أهمها نجد الذكاء الاقتصادي الذي يعتبر كشكل من أشكال الحس الاقتصادي الجيد، فحتى تستطيع المقاولاتية أن تبدع، تنتج وتسوق فهي تحتاج إلى معلومات أكيدة، كاملة وقابلة للاستغلال وبعبارة أخرى أن الرهان المفروض اليوم هو الوصول إلى المعلومة الصحيحة و ليس المعلومة التقريبية، لأنها تساعد على حل المشاكل والوقاية منها بأخذ القرارات الإستراتيجية المناسبة وتحقيق الميزة التنافسية بما يضمن إستمراريتها في النشاط.

كما نجد أن الجزائر توجهت نحو الاستثمار في المقاولاتية اقتناعا منها بأنها أحد السبل لتحقيق النمو والتنمية الاقتصادية من خلال اتخاذها لعدة إجراءات وسياسات لتحفيز التوجه المقاولاتي، وحتى يتحقق كل هذا فقد بات من الضروري على الجزائر البحث عن الوسائل الملائمة لاستدامة هذا النوع من منظمات الأعمال والتي نجد من بينها الذكاء الاقتصادي الذي يعد وسيلة أكثر من ضرورية لتأهيل المقاولاتية في الجزائر، و تحقيق التنمية المستدامة، فقد أصبح من بين المواضيع التي تشغل اهتمام الدولة الجزائرية، وذلك من خلال سعيها لدعم إستراتيجيته المؤسسات ومساعدتها على التكيف مع متطلبات الذكاء الاقتصادي.

ومن هذا المنطلق يطرح التساؤل الرئيسي التالي: **ما مدى مساهمة الذكاء الإقتصادي في استمرارية النشاط المقاولاتي في الجزائر؟**

وللإجابة على هذه الإشكالية تطرح بعض التساؤلات المدعمة:

- ما المقصود بالمقاولاتية وما هي مقارباتها؟
- ما المقصود بالذكاء الاقتصادي وماذا يقدم للمنظمات؟
- ما هو واقع النشاط المقاولاتي والذكاء الإقتصادي في الجزائر؟

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة من خلال تناول موضوع مهم ألا وهو معرفة مساهمة الذكاء الإقتصادي في استدامة نشاط المقاولاتية في الجزائر، وذلك من خلال معرفة جهود الدولة في سبيل استفادة هذا النوع من المؤسسات من آلية الذكاء الإقتصادي كمدخل حديث تتولى من خلاله ضمان استمرارية نشاطها بما يساهم في خلق مناصب الشغل وتوفر السلع والخدمات الضرورية للمجتمع وتنمية روح المبادرة والابتكار.

أهداف الدراسة: تتعدد أهداف الدراسة ويمكن ذكر أهمها كما يلي:

- إبراز دور الذكاء الإقتصادي في تنمية المقاولاتية والمحافظة على استمرارية نشاطها.
- تسليط الضوء على واقع الذكاء الإقتصادي والنشاط المقاولاتي وإمكانية إستفاذة الثاني من الأول في الجزائر.

تقسيمات الدراسة: بغرض الإجابة على الإشكالية المطروحة والتساؤلات الفرعية، قسمت الدراسة إلى أربع محاور كالتالي:

المحور الأول: ماهية المقاولاتية.

المحور الثاني: ماهية الذكاء الاقتصادي.

المحور الثالث: دور الذكاء الإقتصادي في استمرارية المقاولاتية.

المحور الرابع: إمكانية إستفاذة المقاولاتية من الذكاء الإقتصادي في الجزائر.

المحور الأول: ماهية المقاولاتية:

يلعب النشاط المقاولاتي دورا مهما من خلال المساهمة في رفع معدلات النمو الاقتصادي، من خلال التنويع الاقتصادي وخلق مناصب الشغل وتطوير المنتج المحلي، ومن هنا تسعى مختلف الدول إلى توفير الدعم الكافي لتحفيز روح المقاولاتية وفتح الباب أمام حاملي الأفكار للمبادرة بتجسيدها على أرض الواقع.

أولا: تعريف المقاول:

قبل التطرق إلى ماهية المقاولاتية يمكن الإشارة إلى تعريف المقاول كما يلي:

مصطلح المقاول يرتبط أساسا بعنصر المخاطرة، فهو الشخص الذي يجمع بين عناصر الإنتاج لأجل تحقيق الربح وهو على دراية بأن ذلك قد لا يتحقق له، وإن كان يتعارض هذا مع المنافسة الكاملة، لكن وبعد ظهور أشكال جديدة لهذه الأخيرة في التحليل الإقتصادي أصبح عامل المخاطرة لصيق بالمقاول[i].

والمقاول هو مؤسس أو منشأ المؤسسة الذي يعمل على تنظيمها وإدارتها داخليا وخارجيا، ومن الممكن للمقاول أن يظهر في المراحل المتقدمة من حياة المؤسسة، وهي الحالة التي يشتري فيها مؤسسة قائمة أو يخلف شخصا قبل هذا نجد المقاول يرتبط في الأساس بملكية أصول المؤسسة أي برأس المال ويقوم بإدارتها فيصطلح على تسميته بالمسير المالك وقد يتخلى عن إدارة المؤسسة لشخص آخر يعرف بالمسير أو المدير.

وقد اعتبر **J.B SAY** المقاول على أنه المبدع الذي يقوم بجمع وتنظيم وسائل الإنتاج بهدف خلق منفعة جديدة، كما عرفه **Schumpeter** بأنه الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة على تحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار[ii].

وحسب كل من **Julien** و **Marchesney** فهو الذي يتصف بمجموعة من الخصائص يتخيل الجديد ولديه ثقة كبيرة في نفسه المتحمس والصلب، الذي يحل مشاكل ويحب التسيير، الذي يصارع الروتين ويرفض المصاعب والعقبات وهو الذي يخلق معلومة هامة[iii].

ويعرف المقاول على أنه الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة على تجسيد فكرة جديدة أو إختراع على أرض الواقع بهدف تحقيق عوائد مالية عن طريق المخاطرة، ويتميز بالثقة في النفس واكتساب معارف تسييرية وقدرة على الإبداع كما يحتاج إلى مجموعة مواصفات تجعل منه مقاول ومسير ناجح منها: الحاجة إلى الإنجاز، الثقة في النفس، الرؤيا المستقبلية، التضحية والمثابرة، الرغبة في الإستقلالية، المهارات (التقنية، التفاعلية، الإنسانية، الفكرية، التحليلية).

ثانيا تعريف المقاولاتية:

يعتبر **Gartner** المقاولاتية على أنها عملية إنشاء منظمات جديدة وحتى يتسنى لنا فهم هذه الظاهرة يتوجب القيام بالدراسة العملية التي تؤدي إلى ولادة وظهور هذه المنظمات، بمعنى آخر مجموعة النشاطات التي تسمح للفرد بإنشاء منظمته الجديدة[iv].

أما بالنسبة لـ **Casson** المقاولاتية تعني الحالات التي تسمح بتقديم منتجات خدمات ومواد أولية جديدة، بالإضافة إلى إدخال طرق جديدة في التناظر وبيعها بسعر أعلى من تكلفة إنتاجها ويتم ذلك عن طريق المقاول، كما أن تفطن المقاول لهذه الفرص يولد لديه رؤية مقاولاتية تدفعه لإنشاء مؤسسة بهدف استغلالها[v].

أما **Alain Fayol** فقد حددها على أنها حالة خاصة يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعدم التأكد أي تواجه الخطر والتي تدمج فيها أفراد، ينبغي أن تكون سلوكاتهم ذات قاعدة تتخصص بتقبل التغيير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي[vi].

كما عرفها الإتحاد الأوروبي على أنها الأفكار والطرق لخلق وتطوير النشاط الاقتصادي، من خلال مزج المخاطرة والإبداع أو الابتكار مع الفعالية في التسيير وذلك في مؤسسة جديدة أو قائمة بحدذاتها[vii].

ثالثا: مقاربات المقاولاتية.

تتعدد المقاربات التي تعالج المقاولاتية بتعدد زاويا النظر، ومن أهمها مايلي[viii]:

1. مقاربة فرصة الأعمال: ترتكز هذه المقاربة على فكرة الفرصة المقاولاتية حيث تعتبر المقاولايتة على أنها انتهاز أو بالأحرى استغلال للفرص التي يجب على المقاول اكتشافها ثم تقيمها وأخيرا المباشرة في اسغلالها، مثل المفكر (**Venkataraman**) وفي ظل هذه المقاربة تكون المقاولاتية محصورة في انتاج السلع و الخدمات.

2. مقاربة إنشاء التنظيمات: تنطلق هذه المقاربة من فكرة أن المقاولاتية هي انشاء تنظيمات جديدة في الحد الأدنى وقد تجاوزت الرؤية الحديثة للمقاولاتية في هذا الاطار فكرة انشاء المؤسسات إلى فكرة البروز التنظيمي، أي بروز أشكال جديدة للتنظيم انطلاقا من مؤسسة قائمة من قبل.

3. مقاربة خلق القيمة: تعتبر المقاولاتية كأداة لخلق قيمة جديدة بالنسبة للفرد أو المجتمع ككل فقد عرف (**Bruyat**) المقاولاتية كموضوع علمي للبحث في الثنائية الفرد وخلق القيمة.

أما (**Ronstad**) أكد أن المقاولاتية هي المسار الحركي لخلق ثروة إضافية فركز في تعريفه على إنشاء القيمة المضافة، وذلك سواء عبر إنتاج سلع وخدمات جديدة أو عبر إدخال تحويلات على سلع وخدمات موجودة من قبل كما يربط المقاولاتية بعامل المخاطرة.

4. مقاربة الإبداع: ترتبط المقاولاتية بشكل كبير بالابداع، وتعود جذور هذه المقاربة الى الاقتصادي (**Schumpeter**) الذي أظهر خمس أنواع من الإبداع هي: المواد الجديدة للاستهلاك سواء كانت سلعا أو خدمات أو حتى طرق جديدة لاستغلال مصادر المواد الأولية، الطرق الجديدة للانتاج، الطرق الجديدة للنقل، الأسواق الجديدة وأخيرا الأنواع الجديدة للتنظيم الصناعي، ويقوم المقاول من خلال ابداعه في هذه المجالات بتقديم شيء جديد لم يتوصل اليه غيره.

المحور الثاني: ماهية الذكاء الإقتصادي:

لم تبقى سياسة الذكاء الإقتصادي تقتصر حكرا فقط على الدولة وحدها بل على المؤسسات مهما كان طابعها سواءا اقتصادي تجاري أو صناعي أوخدمي بتبني هذه الأخيرة وأخذ نصيبا من المشاركة والمساهمة فيها.

أولا: مفهوم الذكاء الإقتصادي:

لقد ورد أول تعريف للذكاء الإقتصادي سنة 1994 من طرف مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا، حيث تم تعريفه على أنه مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة وبث المعلومة المفيدة للأعوان والمتدخلين الاقتصاديين لصياغة إستراتيجية وتتم هذه الأعمال من الناحية القانونية مع كل الضمانات اللازمة في المؤسسة مع توفر كل الظروف الحسنة من جودة وتكلفة وحسن التوقيت من أجل وضع وتنفيذ إستراتجية متناسقة لتحقيق الأهداف التي وضعتها لتحسين موقعها في بيئتها التنافسية[ix].

1. تعريف الذكاء الإقتصادي:

هو التحكم وحماية المعلومات الإستراتيجية الملائمة لمختلف المتعاملين الاقتصاديين وعلى اعتباره ممارسة تنظيمية، فهو منسق لليقظة الإستراتيجية، وحماية المعلومات واستخدامها في عمليات التأثير على الغير[x].

كما يعرف الذكاء الإقتصادي على أنه "مجموعة من الوسائل البشرية والتقنية التي يتم وضعها للوصول إلى تطور مؤسسة اقتصادية ما ويتعداه حتى يشمل اقتصاد بلد ما.

ويمكن تعريف الذكاء الاقتصادي باعتباره وظيفة إدارية ترتكز على حماية المعلومات الأساسية فهو بذلك يتضمن اليقظة الإستراتيجية للمؤسسة واستخدامها في التأثير على الغير، حيث يمثل امتداد لليقظة الإستراتيجية، لأنه يتضمن وظيفتين للمعلوماتية، وهما الحماية من كل التهديدات وعلى رأسها تهديدات المنافسين ووظيفة التأثير، كما أن الذكاء الاقتصادي من هذا المنظور هو امتداد لممارسة حب التطلع وتحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة، ومن ثم هو نتيجة للمبادرة الفردية ودعم لتكريس الفكر المقاولاتي.

2. خصائص الذكاء الاقتصادي:

ومن بين الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي نذكر ما يلي [xi]:

- الاستخدام الإستراتيجي والتكتيكي للمعلومة ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات؛
- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين؛
- وجود علاقات قوية بين المؤسسات والجامعات والإدارات المركزية والمحلية وتشكيل جماعات الضغط والتأثير؛
- إدماج المعارف العلمية، التقنية، الإقتصادية، القانونية والجيوسياسية؛
- السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية.

ثانيا: مكونات الذكاء الإقتصادي:

تقوم عملية الذكاء الاقتصادي على العناصر التالية:

1. اليقظة الإستراتيجية: هي عملية البحث عن المعلومة بصفة مستمرة ومتواصلة سواء كانت هذه المعلومة إستراتيجية أو اجتماعية أو سياسية أو علمية أوتكنولوجية أوخاصة وكل ما يتواجد في محيط المنظمة من فرص وأخطار، فهي تتمثل في جمع ومعالجة وتخزين المعلومات وكل الاشارات القوية والضعيفة الصادرة عن المحيط الداخلي والخارجي للمنظمة، حيث تلعب اليقظة الإستراتيجية دورا متكاملا في نظام الذكاء الإقتصادي ويمكن تلخيص دورها في أربعة نقاط كما يلي [xii]:

أ. التوقع: وهي توقعات نشاط المنافسين أو تغيرات المحيط؛

ب. الإكتشاف: اكتشاف منافسين جدد أو محتملين، المنظمات التي يمكن شراؤها أو التي يمكن إقامة شراكة معها من أجل التطوير اكتشاف فرص السوق؛

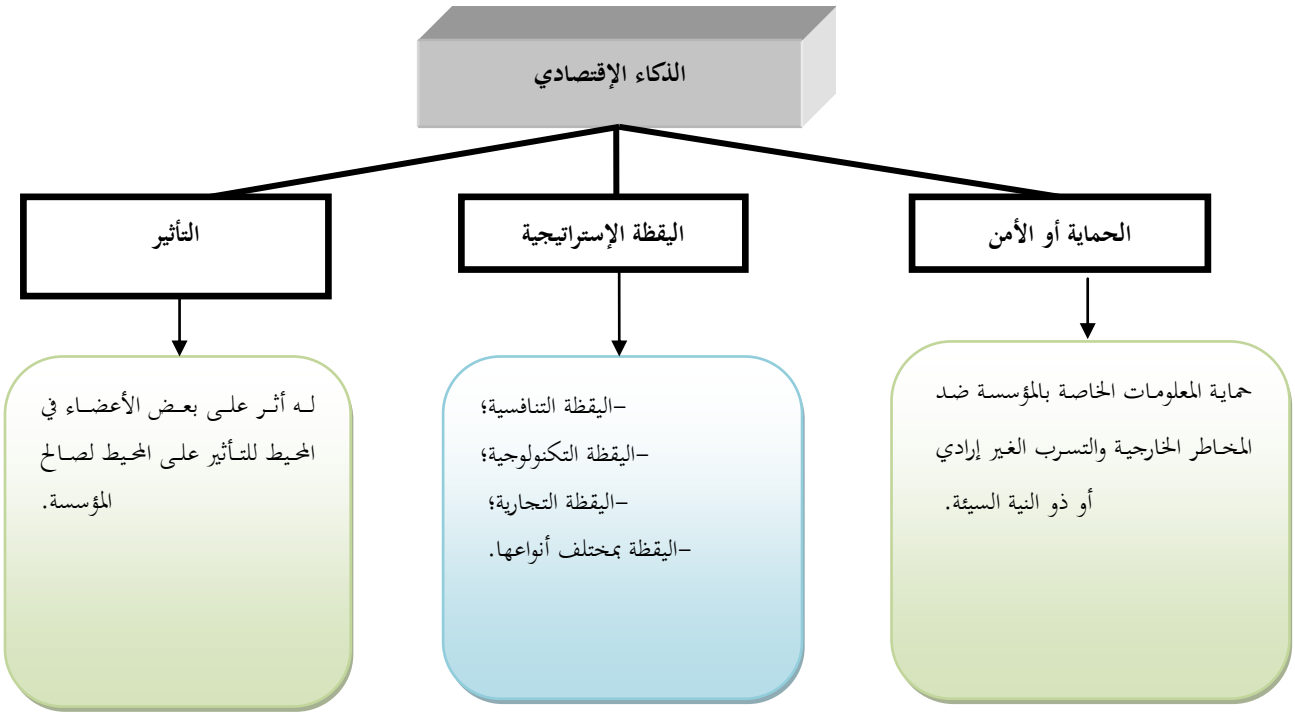
ج. المراقبة: مراقبة تطورات عرض المنتجات في السوق، التطورات التكنولوجية أو طرق الإنتاج التي تسمح أو تستهدف النشاط التنظيمات التي تغير في إطار النشاط.

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

2. الحماية : بالرغم أن من المبادرة تعد من أولويات معظم الأعمال المتعلقة بالذكاء الاقتصادي الحصول على المعلومات النافعة للمنظمة واستغلالها أن إلا الجانب الدفاعي للذكاء الاقتصادي لا يمكن تجاهله، باعتبار أن الذكاء الاقتصادي هو مجموع النشاطات المتناسقة للبحث والتحليل والتوزيع ثم الاستغلال للمعلومة النافعة للمتعاملين الاقتصاديين، هذه النشاطات المختلفة تتم بكل التدابير القانونية مع توفير جميع ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على إرث المنظمة في ظل أفضل شروط الجودة والآجال الزمنية[xiii].

3. التأثير: يظهر دور هذا المكون خاصة على مستوى الهيأة المعروفة بإعدادها للنظم والمعايير التي تدير الحياة الاقتصادية من خلال العمل الضغطي "**Lobbying**" وهو التأثير على القرار السياسي والاقتصادي بشرح ضرورة وإيجابية قانون ما أو خطورته وسلبياته ولقد أصبح العمل الضغطي يدرس في المدارس الكبرى والجامعات، حيث قامت اللجنة الأوروبية بجعله ضروريا في العملية الديمقراطية فساهم في فعالية القوانين المصادق عليها بعد أن تأخذ في الحسبان رأي المهنيين دون الضرر برأي الآخرين وتحديدا الحكم السياسي [xiv].

الشكل رقم (01): مكونات الذكاء الإقتصادي



المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على مراجع البحث.

ثالثا: أهمية الذكاء الإقتصادي بالنسبة لمنظمات الأعمال:

إن نظام الذكاء الاقتصادي مهم جدا خاصة مع اشتداد المنافسة وسرعة التطورات التكنولوجية وخاصة في ظل تكرار الأزمات الاقتصادية والتي كانت من بينها الأزمة المالية العالمية وتأثيرها على اقتصاديات أغلب دول العالم بما فيه نشاط المنظمات ما فرض هذه الأخيرة وخاصة الناشطة في الدول النامية التي لم تتأثر بالأزمة المالية بسبب تخلفها الاقتصادي، وهنا تبرز أهمية الذكاء الاقتصادي بحيث يوفر الحماية للمنظمة من التهديدات الخارجية، ويمكنها من الاستيلاء على الفرص قبل منافسيها، وكذا التكيف مع القواعد الجديدة للسوق.

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

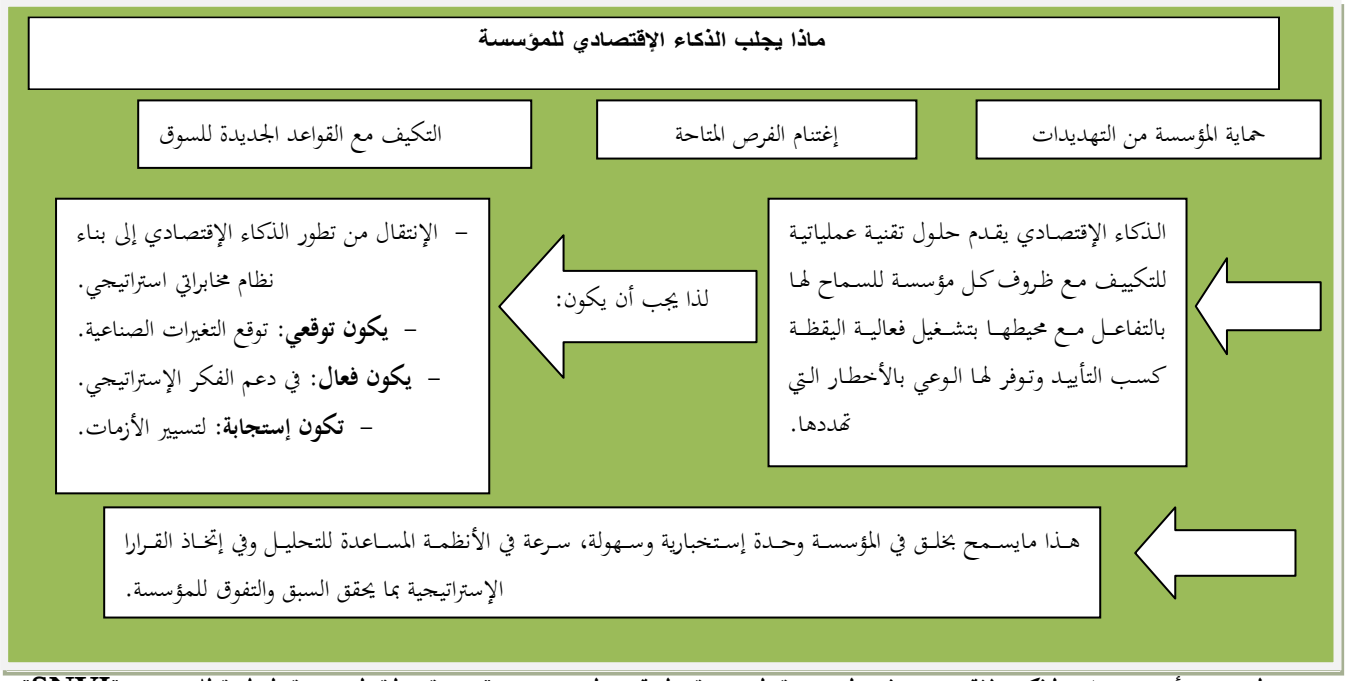
إن الذكاء الاقتصادي يكتسب أهمية خاصة نتيجة لما تشهده بيئات العمل من تغير سريع في البيانات التي تختزنها المنظمات والمعلومات التي تنتجها، وفي آليات اتخاذ القرار وتعاظم المنافسة على المستويات المحلية والدولية، مما يفرض المزيد من التحديات التي تستدعي توظيف برامج ذكية تساعد مراقبة في أداء العمل وتحديد التغيرات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

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

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

كما تلعب تطبيقات الذكاء الاقتصادي دورا هاما في مساعدة المنظمات على وضع استراتيجياتها المستقبلية والوصول إلى تحقيقها واستخدام هذا النوع من التطبيقات لمواجهة تحديات عالم الأعمال، كما تمكن من الحصول على المعلومات المتعلقة بمختلف المتعاملين الاقتصاديين، والشكل التالي يوضح أهمية الذكاء الإقتصادي بالنسبة للمؤسسة (منظمة، مقاولة....).

الشكل رقم(02): أهمية الذكاء الإقتصادي بالنسبة للمنظمة



المصدر: أسماء فيلالي، **الذكاء الإقتصادي في المؤسسة الجزائرية: الواقع والمجهودات "دراسة حالة المؤسسة الوطنية للسيارات "SNVI" رويبة"**، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2013، ص37.

المحور الثالث: دور الذكاء الإقتصادي في استمرارية النشاط المقاولاتي:

نتيجة الانتشار السريع لتكنولوجيات الإعلام والإتصال، وفي عالم تسوده المنافسة الشديدة أثر ذلك على المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة والمقاولة بصفة خاصة، حيث عرفت هذه الأخيرة تطورات كبيرة في بيئتها الاقتصادية و التكنولوجية، كما تلاشت الحواجز السياسية، الجغرافية، الثقافية والاقتصادية بين الدول وتقاربت الأسواق في مختلف دول العالم لتشكل سوقا عالميا موحدا وبالتالي ازدادت التحديات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية في ظل هذه التطورات، الأمر الذي أصبح يؤثر على إستراتيجيات تسيير المؤسسات الاقتصادية التي لا تستطيع مواجهة المنافسة، فقد وجدت نفسها مجبرة على مسايرة هذه التحديات الجديدة و البحث عن السبل الكفيلة لتحقيق بقائها و استمرارها في الأسواق، كل هذه الحتميات أدت إلى بروز فكرة الذكاء الاقتصادي الذي ما فتئت تبرز ضرورته بالنسبة للمقاولاتية والذي يرتكز في الأساس الأول على سبل تحصيل المعلومة و التحكم فيها.

أولا: دور الذكاء الإقتصادي في تنمية تنافسية المقاولاتية:

يساهم الذكاء الإقتصادي في تحسين القدرة التنافسية للمنظمات التي تنشط في إطار المقاولاتي من خلال التأثير على مؤشرات القدرة التنافسية والتي تتمثل في:الربحية، الحصة السوقية، الإنتاجية والتكاليف، حيث أن تحسين الجودة يؤدي إلى تخفيض الخطأ ويحول الفاقد

في ساعات العمل بالنسبة للعمال وبالنسبة للآلات إلى تصنيع السلع وتقديم الخدمات بشكل أحسن، مما يؤدي إلى تخفيض التكاليف وبالتالي زيادة الإنتاجية والذي ينعكس عل تخفيض الأسعار ويعمل على تحسين الحصة السوقية للمقاولة وكذلك الربحية وبالتالي تحسين القدرة التنافسية للمنظمة، حيث يترتب على الذكاء الإقتصادي عدة مزايا تتمثل فيما يلي:

- زيادة جودة الإنتاج والخدمات والذي يؤدي إلى كسب رضا العميل وبالتالي زيادة كمية المبيعات ومن تم تزداد الربحية.
- زيادة الفعالية التنظيمية بحيث يعزز ذكاء الأعمال قدرة أكبر من العمل الجماعي وتحسن الاتصالات وتحسن العلاقة بين الإدارة والموظفين.
- تحقيق رضا العامل بحيث يركز ذكاء الأعمال على احتياجات العامل وبالتالي معرفة ما يجب أن تقدمه له التقنيات والمواصفات التي يرغبها، ويتحقق تبعا لذلك الاحتفاظ بالعملاء وجذب عملاء جدد مما يترتب عليه تقليل الخسائر في المبيعات.
- الاستعانة بالتقنيات الحديثة فالعامل يرغب دائما في الاستعانة بكل ما هو جديد ويعمل ذكاء الأعمال على تقديم الجديد سواء كان ذلك في المواصفات أو التصميم أو الإنتاج.
- تقليل الخسائر حيث أن الأخذ بذكاء الأعمال يؤدي إلى الحد من خسائر العامل سواء تمثل ذلك تكلفة الأجزاء التالفة تكلفة الإصلاح وتقليل الغرامات.

هذا بالإضافة إلى ما يلي:

- تحقيق قدرة المقاولة في مواجهة المتغيرات المختلفة التي تواجهها.
- الحصول على حصة سوقية أكبر والأرباح من خلال توسيع نشاطاتها.
- تعزيز القدرات التنافسية للمقاولة من خلال تحسين وجودة الخدمات والسلع المقدمة والسيطرة على كلفتها وأسعارها وتوفيرها للمستهلكين ورفع معنوياتهم من خلال تحسين جوانب المناخ التنظيمي المختلفة.
- السعي المتواصل لتحسين مختلف الجوانب التنظيمية والبشرية والتكنولوجية مما ينعكس على الارتقاء بالفعالية وتعزيز البقاء التنظيمي.
- مواكبة التطورات التكنولوجية المختلفة لبناء السمعة والصورة الجيدة للمقاولة.

ومن أهم المزايا التنافسية التي يحققها ذكاء الأعمال في المقاولة ما يلي:

- المعرفة المعمقة للأسواق.
- اكتساب موقع قوة من أجل طرح سلعها وخدماتها المبتكرة في السوق.
- الزيادة من أثر التآزر في المنظمة والحصول على مورد وافر من المعارف والخبرات.
- ضمان الاستجابة الجيدة للحاجيات الزبائن والتسيير الجيد للوقت في كل نشاطاتها.
- التحسين الدائم في علاقاتها مع زبائنها ومورديها والتحسين المستمر للسلع والخدمات.

ومن متطلبات تحقيق فعالية ذكاء الأعمال في تحسين تنافسية المقاولة يجب توفر الشروط التالية:

- توفر إرادة قوية من طرف المنظمة، بحيث يجب اعتبار الذكاء الإقتصادي كوظيفة إدارية هامة في المنظمة.
- وجود اتصال داخلي من طرف إدارة المنظمة في أسرع وقت، وذلك من خلال مختلف المستويات التنظيمية.
- توفير كافة الشروط الضرورية لترقية ذكاء الأعمال في المنظمة مثل تسخير الوقت، الوسائل الأساسية والميزانية الملائمة.
- وجود تعاون جماعية بين مختلف الموظفين لأن ذكاء الأعمال عمل جماعي وليس فردي.

ثانيا: دور الذكاء الإقتصادي في تحقيق التطوير والإبداع والتميز في المقاولاتية:

تقود إستراتجيات التميز في المنظمات التي تنشط في الإطار المقاولاتي إلى طرح منتوجات ذات تنافسية عالية في الأسواق معتمدة في ذلك على المعلومة التي تعد سلعة غير مادية وبذلك تعد المعلومة مصدرا للأرباح وضمانا لاستمرار وبقاء المقاولة.

فللحفاظ على الميزة التنافسية بين منافسيها ينبغي على المقاولة أن تكون سباقة في الحصول على المعلومات والإشارات التي تسمح لها بالتنبؤ بالاحتياجات ورد فعل السوق فمثلا: إطلاق منتج جديد، التغير في التشريعات والقوانين، اكتشاف بعض التطورات والتكنولوجيات الجديدة...

فتطور الذكاء الإقتصادي يعتبر أقوى وسيلة معرفية متاحة تحت تصرف المقاولة كما أن تطبيقه فيها يعتبر عامل لتطوير إدارة المعلومة وتدفقها داخل المنظمة.

ويعتبر الذكاء الإقتصادي طريقا إلى الإبداع فقد أظهرت التطورات الحديثة للأعمال المرتبطة بالإبداع الدور المهم للمعلومة واستغلالها الفعال في تطوير الإبداع لذلك فإن ضرورة أخذ واستغلال إشارات وحركات المحيط بطريقة مستمرة تبدو من الأعمال المميزة للذكاء الإقتصادي كما أن المشاريع الإبداعية تتميز بدرجة عالية من المخاطرة وعدم التأكد عدم التأكد من سلوك المستهلك، عدم التأكد من التطور التكنولوجي)....ومن هنا يمكن القول أن الإشكالية الأساسية للنمو أو التطور الإبداعي في المنظمة تتمثل في البحث عن الطرق الكفيلة بإدارة فعالة لعدم التأكد وذلك عن طريق إدارة المعلومات التي تعتبر من عوامل الإبداع.

وتعتبر مختلف أنواع اليقظة والذكاء الإقتصادي بمثابة وسائل مميزة لإدارة التأكد والمعلومة كما أنها تسمح بطريقة حديثة وديناميكية بتحديد مختلف القوى المحركة لمحيط المنظمة كشرط أساسي لتفاعلها مع هذا المحيط، ومن هنا يبدو الدور المركزي للمعلومة في حركية الإبداع وذلك من خلال مساهمتها في تكوين الذكاء الإقتصادي في المنظمة واستخدامها لأغراض التخطيط الإستراتيجي.

ثالثا: مساهمة الذكاء الاقتصادي في توليد الأفكار الريادية للمقاولاتية:

إن استخدام الذكاء الاقتصادي يساعد على تحقيق العديد من خصائص الشخصية المقاولاتية كما يلي[xv]:

– **اتخاذ القرار:** غالبا ما تتميز الشخصية الريادية بالحماسية وهي عبارة عن مجموعة معقدة من الأنشطة والسلوكيات التي يمكن ملاحظتها على الأشخاص اللذين يرغبون في تحقيق هدف معين، وبالنسبة لـ BEGLEYهذا العامل هو الإجابة على التحدي المرفوع من طرف شخص معين، وأعراضه عليه تتمثل في الاستعجال والتطلع والنشاط الحماسي والتنافس الدائم، ويعمل هذا العامل على تحقيق الميزة التنافسية للمقاولاتية نظرا لما يوفره لها من ايجابيات التنافس حتى مع نفسها، وهناك العديد من الدراسات التي بينت الأثر الايجابي للذكاء الاقتصادي على توفير المناخ المناسب لاتخاذ القرارات ، إذ بين في هذا الإطار SERGE أن الأثر الايجابي يتحقق من خلال استناد الذكاء الاقتصادي على منهج مقبول على نطاق واسع، كونه يتضمن عدة مراحل هي نفسها المراحل التي تتضمنها عملية اتخاذ القرار، كتحديد الاحتياجات، البحث وانتقاء المعلومات، المعالجة، التحليل والاستخلاص، ومن هنا يلاحظ أن هناك ارتباط وثيق بين اتخاذ القرار ومفهوم الذكاء الاقتصادي، فلا يمكن تصور قرار من شخصية مقاولاتية يفتقر إلى البحث الدقيق عن المعلومات وتكييفها لخدمة أهداف المؤسسة (المقاولة).

– **القدرة على إقناع المحيط الداخلي للمؤسسة:** فالمقاول لديه القدرة على توجيه المجموعة العاملة معه من عمال ومسيرين، لخدمة الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، وذلك بواسطة أفكاره، سلوكه والتزاماته اتجاههم، وتتأتى هذه القدرة بالدرجة الأولى من خلال ممارسته لوظيفة التأثير، حيث بينا سابقا أن هذه الوظيفة تهدف إلى تغيير المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة.

– **ترجمة الأهداف إلى إجراءات:** تتميز الشخصية المقاولاتية بالتحديد الدقيق للأهداف الأساسية والثانوية، ثم ترجمتها إلى إجراءات عملية، عن طريق الاتصال الفعال بالمجموعة، مما يساعد على خلق التناسق والوحدة في تجسيد أفكار المقاول، كما يساعد الاتصال من هذا النوع على التماس فرص النجاح لدى الأطراف العاملة تحت سلطة المقاول.

– **قابلية التعلم:** يتميز المقاول بقوة الاستيعاب وأخذ العبر والدروس والاستفادة من الفشل وتجارب الغير، كما يتميز بعدم خشيته للانتقاد وجعل كل تلك الدروس فرص لتنمية رد الفعل.

– **حسن الاستماع للغير**: إذ يقوم المقاول بالاستماع إلى كافة أعضاء المجموعة العاملة معه دون إهمال أي طرف، شرط أن يضع أسس وضوابط لتقييم الآراء و التحقق من صحتها، وذلك بهدف تدنية حدة عدم تماثل المعلومات بينه وبين الأطراف الداخلية للمؤسسة.

– **التحفيز** : لعل أهم خاصية من خصائص الشخصية المقاولاتية هي التحفيز والتي ينظر إليها من جانبين: حيث يعبر الجانب الأول عن محفزات المقاول (كالربحية، تحقيق الذات، اكتساب مهارة)، أما الجانب الثاني من التحفيز فيبرز من خلال قدرة المقاول على تحريك المجموعة للعمل على تحقيق أهدافه المقاولاتية، كرفع أجور العمال، نشر طرق الترقية، تحسيس العمال والمسيرين بالثقة والأمان.

– **القدرة على التشخيص**: ومن خلالها يتمكن الفرد من تحديد نقاط القوة وتعزيزها وتحديد نقاط الضعف لتجنبها وتدنية أثارها.

رابعا: محددات استخدام الذكاء الاقتصادي في النشاط المقاولاتي:

تمثل المعلومات تحديا استراتيجيا لمختلف المؤسسات وبفضلها تتمكن من تحديد مختلف الفرص والتهديدات، كما تمكنها من تطوير شبكة تكيف المؤسسة مع المحيط الذي تعمل فيه، وعلى الرغم من خصوصية المقاولة تجاه نظام المعلومات، إلا أنها تتميز بسهولة تطبيق عوامل الذكاء الاقتصادي، هذه الأخيرة حصرها .GHILHON A في النقاط التالية[xvi]:

- **الثقافة التنظيمية الجيدة**: ترتكز مختلف القرارات في المقاولة بالقرب من المسير، وهو ما يستجيب إلى تسهيل الوظيفة الاستعلامية، لأن القرارات والمعلومات تمر عبر المسير نظرا لضعف العلاقات السلمية في اتخاذ القرار، لان المسير في غالب الأحيان يكون مالكا للمؤسسة، وفي هذه الحالة بدلا من أن يكون الحجم عائقا يصبح يؤدي دورا هاما في تركيز مجال البحث عن المعلومات.
- **السلوك الجيد للتغيير**: في المقاولة هناك تداخل كبير في المهام والأنشطة، ناتج بالدرجة الأولى عن ميزتها في عدم اختصاص مستخدميها خاصة المؤسسات التي تعتمد على كثافة اليد العاملة بدلا عن كثافة رأس المال، وهو ما يرفع من مرونتها، هذه الأخيرة تساعد على سرعة التأقلم مع الإختلالات الاقتصادية والتغيرات التي يفرضها المحيط.
- **سهولة جمع العمال والمستخدمين**: تتميز المقاولة بقدرتها على وضع رؤية جديدة ثم تعبئة كل المجهودات من أجل تأطير وتجسيد تلك الرؤية، إذ أن وظيفة المسير لا تقتصر على تشكيل الفكرة، بل تمتد إلى إيصالها للغير ومن ثم إلى تطبيقها ، وفي هذا الإطار يرى كل من **NUNUS** و **BENNI** أن قدرة المؤسسة تكون محدودة بالأفكار التي يمكن لها إيصالها للمحيط الداخلي والمحيط الخارجي، ومن خلال القدرة على إقناع المحيط الداخلي والخارجي، يتم الاستفادة من الذكاء الاقتصادي، كفن للتأثير في الغير، عبر صناعة الأفكار ثم تجسيدها على أرض الواقع، أي ترجمة الأهداف إلى إجراءات.

بين **LARIVETS** أن الحجم، قطاع النشاط و الانضمام إلى مجموعة، ليست من محددات استخدام الذكاء الاقتصادي في المؤسسة، مما يؤكد أن المقاولة لا تتأثر بحجمها من حيث البحث عن المعلومات واستخدامها في التأثير على محيطها، وفي مقابل ذلك بين أن هناك مميزات ترتبط بكفاءة الإدارة في إنتاج وتبليغ المعلومات التي يبنى عليها الذكاء الاقتصادي، ومن بين تلك المميزات ما يلي:

– وجود نظرة إستراتيجية لدى المؤسسة.
– ممارسة بعض سلوكيات الميزة التنافسية كالتنويع والتمايز.
– إتباع إستراتيجية الإبداع والابتكار.
– توفر البعد الدولي للمنافسة.

خامسا: تحديات تطبيق الذكاء الإقتصادي:

تتمثل التحديات التي تقف دون التطبيق السليم لآلية الذكاء الإقتصادي فيما يلي[xvii]:

1. التحديات السياسية:

مراقبة البيئة الخاصة بالأعمال التجارية من أجل الحصول على استخدام المعلومات المتعلقة بالأحداث والاتجاهات في البيئة الخارجية لهذه المؤسسات، ويتم ذلك بناءا على قرارات قادة الأعمال التجارية بمساعدة منظماتهم مثلا الذكاء الاقتصادي في اليابان مبني على تعبئة النخب اليابانية مسألة الاقتصاد في وضع رؤية وقائية للحفاظ على استغلال اليابان لمواجهة الاحتياجات التجارية للسلطات الغربية، أما في فرنسا فالذكاء الاقتصادي يستخدم من أجل تعزيز التنمية الاقتصادية حيث تتنافس فرنسا مع الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الديمقراطيات الغربية عن طريق استخدام الدوائر السرية من اجل تعزيز مصالحها الاقتصادية.

2. التحديات الاقتصادية:

هو التمييز بين الذكاء الاقتصادي في شكل التكنولوجيا المباشرة وغير المباشرة، و يبدو ذلك من تزايد براءات الاختراع الذي ينطلق من زيادة معدلات نقل التكنولوجيا عن طريق سلسلة البحوث والتطوير والإنتاج.

واستخدام الذكاء الاقتصادي المكتسب خارج التعزيز يحد من القدرة التنافسية للمؤسسات العملية بشكل مستمر والذي يعبر عن الثقافات الوطنية وفي الواقع فان الأمن الاقتصادي هو جزء لا يتجزأ من الأمن القومي.

والأمن يشجع الحكومات على دعم الشركات في سعيها للحصول على القدرة التنافسية والدفاع عن المصلحة الوطنية، كما يجب على الحكومات تقديم يد المساعدة في مجال التعليم وتعليم القادة الأعمال التجارية مع استخدام الذكاء الاقتصادي لتعزيز القوة الاقتصادية في مجال الإدارة مع دعم القطاع الخاص الذي لا يقل أهمية للوصول إلى حجم المعلومات الكبيرة عن التجارة الدولية.

مثلا الولايات المتحدة تستخدم الذكاء الاقتصادي في تعزيز القدرة للمؤسسات على المنافسة في السوق العالمية، مع مواجهة التحديات المتمثلة في مكافحة التجسس الذي يهدد المؤسسات ويعتبر السبب الرئيسي في الجهات الفاعلة في المجتمع الذكاء الاقتصادي للولايات المتحدة.

3. التحديات التكنولوجية:

يبدو واضحا من خلال المنافسة الدولية المتزايدة ذات الشراسة في مجال الممتلكات في إطار الجوانب الصناعية براءات الاختراع والعلامات التجارية، والتصميمات والإنسان، حقوق الطبع والنشر، والتكنولوجيا، برامج الحماية، نقل التكنولوجيا، براءات الترخيص قانون المنافسة... الخ)، ويؤكد "صومني" المحافظة على البحث والابتكار والاستثمار وتامين الممتلكات ووضع إستراتيجية للتسويق و البحوث و إنشاء الأعمال التجارية و التعاقد من الباطن. ومن التحديات السابقة الذكر نصل إلى إنشاء النظم الوطنية للذكاء الاقتصادي والذي يعرف على أنه وضع العمل والتنسيق بين جميع النظم الفرعية التي يتكون منها نظام الذكاء الاقتصادي للبلد."

وكنتيجة يمكن التوصل إليها من خلال تطرقنا للذكاء الاقتصادي يمكن اعتباره كفلسفة وإتباع نهج استدلالي لإدارة المعلومات لاتخاذ القرارات السليمة مع استخدامه للمعرفة في توفير الميزة التنافسية و كذا استخدامه كنظام للمراقبة الاقتصادية في ميادين التنفيذ، والكفاءة في إدارة المشاريع ومعرفة تكنولوجية جيدة لمجال المعلومات والاتصالات.

المحور الرابع: إمكانية إستفاذة المقاولاتية من الذكاء الإقتصادي في الجزائر.

يمكن للنشاط المقاولاتي في الجزائر الإستفاذة من إستراتجية الذكاء الإقتصادي من أجل زيادة تنافسيتها والمحافظة على إستمراريتها، حيث أن الدولة الجزائرية بدلت الكثير من المجهودات في سبيل تطوير آلية الذكاء الإقتصادي إلا أن ذلك غير كافي نظرا من العقبات العديدة التي تحول دون تحقيق ذلك مما أوجب العمل على تخطيها.

أولا: واقع النشاط المقاولاتي في الجزائر:

جاءت الجزائر في المراتب الأخيرة لمعدل المقاولات الناشئة من بين 78 دولة شملها المسح سنة 2013 حيث يلاحظ من الجدول رقم تسجيل انخفاض ملحوظ في مؤشر المقاولاتية الناشئة إذ انخفض من 11.3% سنة 2011 إلى نحو 1.62% سنة 2012 وهذا ما يعكس نسب الفرص المتاحة والغير مستغلة في الاقتصاد الجزائري وعدم تشجيع نشأة مثل هذا النوع من منظمات الأعمال.

وهو نفس الشيء بالنسبة لمعدل ملكية المؤسسات الجديدة حيث نجده منخفضا والجزائر تقع في المراتب الأخيرة مقارنة بالدول التي شملها المسح، وهذا الترتيب يعكس تفضيل الفرد الجزائري التوظف في مؤسسات أخرى مثل مؤسسات القطاع العمومي.

وبالنسبة لمعدل الأنشطة المقاولاتية المبكرة نجده انخفض من حوالي 16.7% سنة 2009 إلى نحو 4.9% سنة 2013، وهذا ما يعطي صورة واضحة عن مناخ الاستثمار في الجزائر والذي يتميز بطول الإجراءات الإدارية المعتمدة لإنشاء مؤسسة خاصة والتكاليف المرتفعة لخلق مؤسسة.

يشير ارتفاع معدل ملكية المؤسسات القائمة من معدل النشاط المقاولاتي إلى أن البلد يعمل على تشجيع وتطوير المؤسسات من خلال توفير البيئة المناسبة لنمو المؤسسات وضمان إستمراريتها، وفي الجزائر نلاحظ أن هذه النسبة جاءت منخفظة مما يعطي صورة واضحة عن تقصير الدولة في تقديم الدعم الكافي لأصحاب المؤسسات بغرض تنمية أعمالهم، إضافة إلى تزايد توقف المؤسسات المنشأة من قبل الأفراد.

إلا أن انخفاض معدل توقف المؤسسات في الجزائر يعتبر نتيجة إيجابية حيث امتلك المقاولون سنة 2013 نحو 3.3% من المؤسسات المقاولاتية ثم قامو بتوقيف نشاطاتها هذه النسب تضع الجزائر ضمن الدول التي تمتاز بمعدل منخفض لتوقف مؤسساتها، إلا أن انخفاض هذا المعدل لا يعكس ازدهار النشاط المقاولاتي حيث أن ذلك يعود إلى العدد القليل لهذه المؤسسات وليس لنسبة المؤسسات التي توقفت عن نشاطها.

بالنسبة لمعدل دخول المقاولاتية بداعي الضرورة أو داعي الحالة المعيشة من معدل TEA في الجزائر فقد إرتفع سنة 2011 إلى 36.5% وهذا نتيجة للدعم المقدم للأفراد لخلق نشاط مقاولاتي ومن تم خلق فرص العمل، ثم إنخفضت هذه النسبة إلى نحو 21.3%سنة 2013.

أما عن المقاولاتية بدافع التطور كنسبة من معدل TEA فقد ارتفعت من نحو 46.4% سنة 2011 إلى 62.3% سنة 2013 وذلك يعكس زيادة إدراك الأفراد للفرص الموجودة في الإقتصاد الجزائري مع تزايد ثقافة روح المقاولاتية لدى الشباب خاصة الجامعيين منهم.

الجدول رقم (01): النشاط المقاولاتي في الجزائر حسب المرصد العالمي للمقاولاتية (GEM):

السنوات / النشاط المقاولاتي	2009	2011	2012	2013
معدل المقاولاتية الناشئة	11.3	5.3	1.62	2.2
معدل ملكية المؤسسات الجديدة	5.6	4	7	2.6
معدل الأنشطة القاولاتية في المرحلة المبكرة(TEA)	16.7	9.3	9	4.9
معدل ملكية المؤسسات القائمة.	4.7	3.1	3	5.4
معدل توقف المؤسسات عن العمل.	7.9	9.5	7	3.3
المقاولاتية بدافع الضرورة (نسبة من معدلTEA)	18	36.5	30	21.3
المقاولاتية بدافع التطور (نسبة من معدلTEA)	51	46.4	47	62.3

المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على التقارير السنوية للمرصد العالمي للمقاولاتية (GEM) للفترة (2009-2013).

ثانيا: واقع إستخدام الذكاء الإقتصادي وإمكانية إستفاذة المقاولاتية منه في الجزائر.

لكون الجزائر جزء لا يتجزأ من الخارطة الاقتصادية للعالم، شهدت هي الأخرى تحولات في بيئتها الاقتصادية الاجتماعية الثقافية، مما جعلها تتبنى مبدأ اقتصاد المعرفة و تطوير تكنولوجيات الإعلام والاتصال على مستوى مختلف أجهزتها و مؤسساتها.

حيث بات من الضروري البحث عن الوسائل الملائمة لاكتساب مزايا تنافسية و تدعيم الحصص السوقية، مما يتطلب قفزة نوعية في الانتقال من اقتصاد الكم إلى اقتصاد النوع ، لاسيما الاقتصاد المعتمد على المعرفة، الذي أصبح ضرورة حتمية لتطوير أداء و فاعلية المؤسسات، والذكاء الاقتصادي هو من بين الوسائل الضرورية لتأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وتحقيق التنمية الإقتصادية المتطلبة في جميع المستويات. لذلك أصبح من بين المواضيع التي تشغل اهتمام الدولة الجزائرية، ويتجلى ذلك من خلال سعيها لدعم إستراتيجيته المؤسسات ومساعدتها على التكيف مع متطلبات الذكاء الاقتصادي.

1. جهود الدولة الجزائرية في مجال الذكاء الإقتصادي:

عملت الجزائر منذ الاستقلال على البناء التدريجي لما يسمى بالنظام الوطني للمعلومات الاقتصادية و ذلك لتلبية متطلبات كافة الأعوان الاقتصاديين من المعلومات ذات النوعية المطلوبة وفي الآجال المحددة.

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

وبالنظر إلى تعريف النظام الوطني للمعلومات الاقتصادية نجد أنه يتكون من مجموعة من المراكز والهيئات، والتي يمكن تقسيمها وتبويبها على النحو التالي[xviii]:

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

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

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

و يمكن أن يمثل هذا النظام كل من:

ب.**1. الجهات الجبائية:** والتي تحصل على المعلومات من خلال ما يخوله لها القانون من إلزامية التصريح المحاسبي بالنسبة للمؤسسات؛

ب.2. المؤسسات المالية: البنوك،مراكز التامين، صناديق الضمان الاجتماعي، الخ، وما تشترطه من معلومات للتعاملم ع أي مؤسسة؛

ب.3. المؤسسات الاقتصادية: (الخاصة والعمومية) والتيتملك نشرات خاصة بها يمكن أنتصدرها دوريا لتمكن المهتمين مساهمين، دارسين... الخ من معرفة وضعياتها المالية.

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

- الوزارات المعنية: المالية، السياحة، الزراعة، الصناعة...الخ؛
- المديريات التابعة للوزارة جهوية أومحلية؛
- المراكز المختصة والجمعيات المهنية.

د. **مراكز البحث و التوثيق:** وتتمثل فيم جموع المخابر المكلفة بالبحث، سواء كانت هذه المخابر مستقلة أوتابعة للجامعات أو للمدارس العليا أو للمعاهد المتخصصة، كما ينطوي تحت هذا العنصر كلمن المكتبات الوطنية أو المكتبات التابعة للجامعات أو لغيرها، بالإضافة إلى كلمراكز التوثيق.

هـ. **أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال:** يشير مفهوم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال إلى ثلاثة مجالات فنية:

- الاتصال عن بعد؛
- الإعلام الآلي (المعلوماتية)؛
- الإلكترونيك وتقاطعاتهما.

وتفاعل هذه العناصر يستوجب دعم وتطوير مجموعة من الوسائل من خطوط الهاتف، أجهزة الكومبيوتر، البرامج المعلوماتية، شبكات الانترنيت... الخ، وعليه يعتبر هذا النظام المحرك الرئيسي للنظام الوطني للمعلومات الاقتصادية، وذلك لما يوفره من مزايا شتى، لعل أهمها سرعة الاتصال والتوصيل (الإعلام).

وقد ترجم إهتمام الحكومة الجزائرية بالذكاء الإقتصادي من خلال إنشاء المديرية العامة للذكاء الإقتصادي، الدراسات والاستشراف على مستوى وزارة الصناعة وترقية الإستثمار، ولتدارك التأخر المسجل في مجال الذكاء الإقتصادي قررت الوزارة مرافقة المؤسسات الوطنية وهيئات الدولة لدى تودها بالأنظمة والبرامج اللازمة لبلورة هذا التصور على غرار خلايا الرصد التي من شأنها أن تسمح لها بجمع واستغلال المعلومات الإقتصادية بشكل أحسن وفي هذا الصدد قامت المديرية العامة للذكاء الإقتصادي والدراسات والإستشراف التابع للوزارة بإنشاء مشروع عمومي يتمثل في برنامج مرافقة يمس 11 مؤسسة عمومية تنشط في مجال الصناعة الصيدلانية، الميكانيك وصناعة الإسمنت...إلخ.

محضر المرافقة هذا يقضي بخلق شراكة بين المديرية العامة للذكاء الإقتصادي وتلك المؤسسات بغرض تمكينها من إنشاء خلايا للمتابعة والاستشراف مهمتها الأساسية تحضير تلك المؤسسات لدخول المنافسة عبر الحصول على جميع المعلومات الضرورية التي تمكنها من التحكم أكثر في المعلومة الإقتصادية وفي تطورات المنتوج الذي تقدمة ومن ثم التموقع جيدا تحسبا لمنافسة أي منتوج خاصة المستورد كما تقوم هذه الخلايا بالبحث عن أسواق جديدة والتحكم في التشريعات ذات الصلة بنشاطها وكذا في التكنولوجيات الحديثة وبالتالي فهمه تلك الخلايا هي تمكين تلك المؤسسات من استغلال كافة الفرص المتاحة لها في السوق الوطنية وحتى الخارجية.

2. دور الدولة في مساعدة المؤسسات في مجال الذكاء الاقتصادي

إن الذكاء الاقتصادي ليس حكرا على الدولة أو على المؤسسة بل هو مفهوم يخص كلا الطرفين، إلا أن الدولة تستخدمه من خلال رؤية عامة، في حين تستخدمه المؤسسة من خلال رؤية خاصة، و بالتالي فان الأهداف و الوسائل تختلف، بدون تناسي أن نتائج

المؤسسات لها تأثير على الدولة و نشاطات هذه الأخيرة تؤثر على المؤسسات، و بالتالي فان دور الدولة يتمثل في توجيه سياسة الذكاء الاقتصادي و توفير الوسائل الضرورية للمؤسسات من أجل تطبيقه و هذا عن طريق ما يلي[xix]:

- تهيئة الجو والظروف الملائمين لمساعدة المؤسسات على تخطي العقبات التي تتخبط فيها.
- التقليل من اللايقين، معتمدة في ذلك على وزن القطاع العمومي في الاقتصاد الوطني و أهمية هياكله في الميدان أجهزة الإحصاء، السفارات، غرف التجارة....إلخ.
- تعريف المحاور الأولية في التنمية وإبراز النشاطات الفعلية للذكاء الاقتصادي.
- تثبيت المصطلح في الميدان، حيث يعتبر أول عقدة بالنسبة لانطلاقة المؤسسات.
- التعريف بالنشاطات ذات الأولوية الحالية من خلال التوجيهات الإستراتيجية التي تنشئ نظرة واضحة حول الموضوع.
- توفير المعلومات الموثوقة و المصداقة من خلال إنشاء منظمة مركزية مرتبطة مباشرة بالحكومة، أو طرح ممثلين لدى الوزارات المهمة، و منظمات أخرى مثل: الجمارك، الديوان الوطني للإحصاء، المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي...إلخ.

ويمكن تلخيص الجهود المبذولة من قبل الحكومة الجزائرية في مجال الذكاء الإقتصادي على مدار 10 سنوات في الجدول التالي:

الجدول رقم(02): جهود الدولة الجزائرية في مجال الذكاء الإقتصادي.

السنة	الحدث
2000	دراسة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالغرب الجزائري لقياس مدى قيامها بالإستثمارات غير المادية والبحوث المرتبطة بالمعلومات.
2002	تنظيم ملتقى حول الذكاء الإقتصادي بفرنسا منظم من طرف **World Trade Center Local**
2004	تنظيم ملتقى حول اليقظة التكنولوجية في المؤسسة الجزائرية من طرف مركز البحث عن المعلومة العلمية والتقنية في الجزائر.
2005	أول ملتقى دولي بالجزائر العاصمة حول الذكاء الإقتصادي واليقظة.
2006	دعوة مجلس الحكومة المؤسسات بتبني الذكاء الإقتصادي
2007	تبني الإستراتيجية الصناعية. تأسيس أول مدرسة جزائرية للذكاء الإقتصادي.
2008	تنظيم ملتقى دولي حول حكامة المؤسسات والذكاء الإقتصادي منظم من طرف جامعة التكوين المتواصل خلق مديرية الذكاء الإقتصادي.
2009	تنظيم وزارة الصناعة وترقية الإستثمارات ملتقى حول الذكاء الإقتصادي بالجزائر العاصمة.
2010	تنظيم الملتقى الرابع حول الذكاء الإقتصادي بالجزائر بشراكة مع وزارة الصناعة والإستثمار (MIPI).
2011	تنظيم المؤتمر الخامس حول الذكاء الإقتصادي واليقظة الإستراتيجة ضمن مجموعة VIP تحت إشراف وزير الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والإستثمار.
2012	تنظيم الملتقى الدولي السادس حول الذكاء الإقتصادي والتنافسية المستدامة في منظمات الأعمال الحديثة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف.

المصدر: أسماء فيلالي، **الذكاء الإقتصادي في المؤسسة الجزائرية: الواقع والمجهودات "دراسة حالة المؤسسة الوطنية للسيارات "SNVI" رويبة"**، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2013، ص.108.

3. تحديات إستخدام الذكاء الإقتصادي في الجزائر:

بالرغم من المجهودات المبذولة من قبل الحكومة الجزائرية في مجال الذكاء الإقتصادي إلا أن ذلك لا يزال يسجل بعض النقائص من بينها[xx]:

أ. **ضعف التناسق بين المنظمة والمحيط العلمي:**

- وذلك يتعلق بغياب التكامل بين قطاعي الأعمال والبحث العلمي الذي تشهده الجزائر والذي يرتبط بمايلي:
- غياب التحسيس من طرف المحيط الجامعي: حيث أن أغلب التوصيات المتوصل إليها من خلال الملتقيات واللقاءات التي تناولت هذه الموضوع بقيت دون متابعة وإهتمام من الجهات المعنية.
- وسط أكاديمي ضعيف المرودية إذ لا يوجد تثمين لنتائج البحوث العلمية: أي غياب الإهتمام من طرف المحيط الأكاديمي مع نقص البحوث العلمية التي تدرس تطور المفهوم في هذا المجال في كل الجامعات والمدارس العليا ومعاهد التعليم العالي؛
- عدم قدرة مراكز البحث على نقل نتائج أبحاثها بفعالية مع فتور العلاقة بين المنظمات والجامعة الجزائرية؛

ب. **نقص المعلومات على مختلف المستويات:** تعاني المنظمات الجزائرية من عدة صعوبات ومنها مايتعلق بنقص المعلومات اللازمة والمفيدة في إتخاذ القرارات وذلك على عدة مستويات ومن عدة أوجه وذلك كمايلي:

- نقص المعلومة الاقتصادية: وذلك خاصة فيما يتعلق بنقص المعلومات المتعلقة بسوق العمل، نقص المعلومات المتعلقة بفرص الاستثمار.
- نقص المعلومة المتعلقة بالمحيط المحلي (الوطني): حيث يفتقر صاحب المشروع أو المنظمة إلى معلومات ضرورية لإتخاذ قرار الإستثمار مثلا تقلبات الأسعار، حجم القدرة الشرائية، الإمتيازات القانونية، حجم العرض في سوق العمل ونوعيته، المنافسين الحاليين (المحلين والأجانب)، المنافسين المحتملين.
- نقص المعلومة المتعلقة بالمحيط الأجنبي(الدولي): يشكل غياب مثل هذه المعلومات خطرا يهدد وجود المنظمات الجزائرية وخاصة المقاولاتية منها فنقص المعطيات والبيانات عن المنافس الأجنبي يعني الدخول في معركة ضد منافس مجهول.
- عدم وجود هيئات متخصصة في تحليل المعلومات ونشرها؛
- غياب البعد الإستشرافي لأغلب المشاريع ذات الأهمية الإستراتيجية كمصنع الحجار بعنابة والطريق السيار شرق غرب.

4. متطلبات تفعيل الذكاء الإقتصادي في الجزائر لتحقيق استمرارية النشاط المقاولاتي في الجزائر.

وقد أوصى المجلس الوطني الإقتصادي والاجتماعي في التقرير السابق بجملة من الاقتراحات تضمنت تثمين مقومات اليقظة الإستراتيجية والذكاء الإقتصادي في الجزائر وإتاحة الفرصة لباقي الأعوان الاقتصاديين والاجتماعيين للمشاركة في صياغة إستراتيجية لإرساء عمليات الذكاء الإقتصادي واليقظة الإستراتيجية على المدى القصير والتي يمكن لها أن تضمن استمرارية النشاطات الاقتصادية بما فيها المقاولاتية منها ومن هذه التوصيات يمكن أن نذكر ما يلي[xxi]:

أ. **دعم الشفافية والنشر:** على الإدارات العامة والمؤسسات الاقتصادية معالجة كميات البيانات الهائلة المتوفرة لديها معالجة ذكية واستخراج مختلف المعارف التي تميز الظواهر والسلوكيات.

ومن واجب هذه الهيئات العمل على نشر المعلومات التي تخص الجمهور بمختلف شرائحه بصفة هادفة واقتصادية، وتشجيع التعاون بين المؤسسات وذلك للقضاء على ظواهر حجب المعلومات واستغلالها كمصدر للسلطة وتقع هذه المسؤولية أساسا على مشرفي المؤسسات الكبرى والمستثمرين والمساهمين والقادة الإداريين.

ب. **تطوير البرامج البيداغوجية:** من واجب الجامعات ومؤسسات التعليم العالي والتكوين المهني تطوير البرامج البيداغوجية وتحسينها وفقا لما يتطلبه محيط المؤسسات على اختلافها، ويراعى في ذلك انفتاح هذه البرامج للمعرفة والتعليم النوعي وفقا لما هو جاري به العمل في البلدان المتقدمة من حيث الكفاءة والغرض من ذلك تكريس سلوك البحث عن المعلومات وتقييمها واستخدامها أحسن استخدام، ولن يتحقق ذلك إلا باستغلال كافة فرص التعاون المتاحة بين الجامعات ومراكز التكوين المحلية والأجنبية.

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

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

هـ. **إنشاء هيئات دعم وتنمية الاستثمار:** عمدت الدولة إلى إنشاء وكالة لترقية دعم ومتابعة الاستثمارات بهدف تفعيل سياسة الدولة في ميدان الاستثمار سميت سابقا بوكالة دعم ومتابعة الاستثمار وانطلاقا من 2001 بالوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار وتنحصر مهمتها في تقييم المشاريع واتخاذ قرار منح المنافع المنصوص عليها في قانون ترقية الإستثمارات وتقديم المساعدات الفعلية للمستثمرين في مختلف مراحل إنجاز مشاريعهم الإستثمارية.

خاتمة:

خلصت هذه الدراسة إلى أن مواكبة المقاولاتية للتغيرات الحاصلة في مختلف ميادين بيئتها خاصة الخارجية منها بشكل عملي لغرض التأقلم الضروري للبقاء، لا يمكن أن يحدث بنجاح إذا لم يكن مسبوق بمواكبة معلوماتية باعتبار أن المعلومة هي التي تحدث التغيير وبالرغم من محدودية موارد المقاولة وخصائصها المتعلقة بالحجم، إلا أنها معنية بالانخراط في تبني الذكاء الإقتصادي والذي أضحى عماد القدرة التنافسية في المنظمات وعلى رأسها المقاولاتية، ومع ذلك فإن معظم واقعها في الجزائر لا تعير له الاهتمام اللائق به، بالرغم من التهديدات المحيطة بها من كل جانب، وأهم مؤشر لهذا الاهتمام هو النسبة من الأرباح التي تخصصها المؤسسات لها النشاط.

كما أن على الدولة الجزائرية أن تلعب الدور القيادي في هذا المجال، وبالرغم من المجهودات المبذولة في ذلك إلا أنها تبقى غير كافي نظرا لوجود مجموعة من المعيقات التي تقف دون الوصول إلى إستفاذة المقاولاتية من آلية الذكاء الإقتصادي فيها، حيث يجب عليها الاهتمام أكثر بهذا الجانب الذي من شأنه ضمان استمرار نشاط مؤسساتها الإقتصادية، وذلك من خلال رسم سياسة للبحث والتطوير تشرك المؤسسات وتوطيد علاقتها بمراكز البحث والجامعات، كما يكون للباحث فيها دور الريادة شرط تثمين جهوده وتزويده بكافة متطلبات نشاط البحث إضافة إلى الاستفادة من تجارب الآخرين من خلال برامج تعاون وعقود شراكة في هذا الصدد، حتى تتمكن مؤسساتها من مواكبة التطورات التكنولوجية وحتى تتحول مستهلكة للتكنولوجيا إلى منتجة لها.

ومن خلال ما سبق يمكن إدراج مجموعة من الاقتراحات والتوصيات والتي من شأنها أن تساهم في تفعيل دور الذكاء الإقتصادي في استدامة النشاط المقولاتي في الجزائر كما يلي:

- تعزيز روح المقاولة بإرساء بيانات تحتية تعليمية مبتكرة وتقوية قدرات الشباب للانخراط بشكل أكبر في النشاط المقاولاتي؛
- ترسيخ فكرة الذكاء الإقتصادي والتعريف بهذه الآلية من خلال تكثيف الملتقيات والأيام الدراسية بالجامعات والمعاهد.....إلخ؛
- إنشاء المراكز والمؤسسات التي تبث المعلومات للأعوان الاقتصاديين في إطار شبكي رقمي متطور؛
- تشجيع الفاعلين (المقاولات، ومراكز التكوين ووحدات البحث) على المشاريع التعاونية ذات المحتويات المهمة في مجال البحث والتطوير؛
- خلق بيئة تكنولوجية ملائمة لتطوير ملائمة لتطوير مشاريع البحث والتطوير والابتكار؛
- تعزيز الشراكة بين الجامعة ومحيطها السوسيو اقتصادي من أجل تثمين نتائج البحث العلمي خاصة البحوث التطبيقية منها لوصف قاطرة التنمية؛
- تكوين وتحسيس مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بضرورة تطبيق مناهج وأدوات الذكاء الاقتصادي؛
- تنظيم الندوات والمؤتمرات التي تساعد المؤسسات على الحصول على كل جديد حول موضوع الذكاء الاقتصادي، وتكثيف الأبحاث وفتح التخصصات الجامعية حول الموضوع؛
- تعزيز سبل الدعم المالي الحكومي لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع التركيز على المؤسسات المبتكرة والمؤسسات ذات التطور السريع؛
- إنشاء مخابر ومراكز البحث حول الذكاء الاقتصادي وتقليد التجارب الناجحة في هذا المجال كتجربة الولايات المتحدة واليابان.
- ضرورة تدخل السلطات العامة في توفير الأمن الاقتصادي وحماية الإرث المعرفي للمؤسسات الاقتصادية والدولة على حد سواء من التدخلات الأجنبية الهادفة للمساس بخصوصيات المعلومات الحساسة لكلا الطرفين، وهذا ما يسمى بمكافحة التجسس الإقتصادي.

المراجع والإحالات

[i] نصر منصور كاسر، شوقي ناجي جواد، **إدارة المشروعات الصغيرة من الألف إلى الياء**، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، 2000، ص119.

[ii] Michel Hernandez, **l'entrepreneuriat: approche théorique, Edition l'harm**attan, Paris, 2001, P:13.

[iii] ريم لونيسي، **المعوقات الإجتماعية للممارسة المقاولاتية في الجزائر دراسة حالة المؤسسة الكبرى للآلات الصناعية باتنة**، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علم الإجتماع ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2014، ص227.

[iv] Raouf jaziri, **Une Vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneurial : Vers noueux enjeux et nouveaux eléfits** , Avril, Gafsa, Tunisie, P128.

[v] نادية دباح، **دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وأفاقها (2000–2009)**، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011، ص 22.

[vi] Alin Fayolle, ***Entrepreneuriat*** , Dunod, paris, 2004, P29.

[vii] Nadim Ahmad, Richard G. Seymour, **DEFINING ENTREPRENEURIAL ACTIVITY**, from the site: http://www.oecd.org/dataoecd/2/62/39651330.pdf, P:08, vue le:15-01-2016à 10 :50.

[viii] أمنة زيان، **دور رأس المال البشري في إختيار نوع النشاط المقاولاتي– دراسة حالة ولاية بشار**، ورقة بحث وقدمة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي الدولي الأول حول النظرة المستقبلية لمنشآت الأعمال في ضوء التطورات التكنولوجية، يومي 12 و13 ديسمبر 2016، عمان، الأردن، ص 338–340.

[ix] Nicolas Moinet ,**Petite histoire de l'intelligence économique : une innovation à la français**, Paris, L'harmattan, 2010, p17.

[x] François JAKOBIAK, **L'intelligence économique, Levier de compétitivité et d'innovation pour l'entreprise** sur le site : www.lyon-ville-entrepreneuriat,org.

[xi] وسام دادي، **تطبيق السياسات الإقليمية للذكاء الإقتصادي في الجزائر واقع وآفاق**، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد الخامس والثلاثون، المجلد التاسع، أذار، 2014، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، ص ص 05–06.

[xii] شمس ضيات خلفاوي، الذكاء الإقتصادي رهان لتسيير المؤسسات الحديثة، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد العاشر، مارس 2013، الصادرة عن جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، ص235.

[xiii] جمال الدين سحنون، فاضل عبد القادر، **الذكاء الإقتصادي وأمن المؤسسة**، ورقة بحث مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنعقد يومي 17 و18 أفريل، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2006، ص1216.

[xiv] سفيان بن عبد العزيز، **تفعيل إستراتيجية الذكاء الاقتصادي في الجزائر في ظل الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة**، مجلة البشائر الإقتصادية العدد 05،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محد طاهري، بشار، الجزائر، ص42.

[xv] صندرة لعور، ياسين العايب ، الذكاء **الاقتصادي كآلية لدعم ثقافة المقاولية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، ورقة بحث مقدمة ضمن فعاليات المؤتمر الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الإقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية في الدول العربية، المنعقد يومي 04–05 ديسمبر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2007،ص ص 07–08.

[xvi] المرجع نفسه، ص ص 09–10.

[xvii] مختار علالي، ***واقع الذكاء الإقتصادي في الجزائر***، ورقة بحث مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الخامس حول أداء المنظمات والحكومات وتحقيق الأمن الإقتصادي، المنعقد يومي 01 و02 مارس 2016 كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محد طاهري، بشار، الجزائر، ص ص 05–06.

[xviii] حسين رحيم، يحي دريس، ***أهمية إقامة نظام وطني للمعلومات الإقتصادية في دعم وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حالة الجزائر***، ورقة بحث مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، المنعقد يومي 17 و18 أفريل، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2006، ص ص 579–580.

[xix] عبد الرحمان بن عنتر، **دور الدولة في تفعيل إستراتيجية الذكاء الإقتصادي في الجزائر**، المؤتمر العربي الخامس للمعلومات الصناعية والشبكات، المنعقد خلال الفترة من 20 إلى 22 ديسمبر 2011، الرباط، المملكة المغربية، ص ص 3–4.

[xx] أسماء فيلالي، **الذكاء الإقتصادي في المؤسسة الجزائرية: الواقع والمجهودات "دراسة حالة المؤسسة الوطنية للسيارات "SNVI" رويبة"**، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2013، ص ص125–126.

[xxi] شمس ضيات خلفاوي، مرجع سبق ذكره، ص ص 239–240.

المقاولاتية ومشاريع الاستثمار السياحي في الصحراء وفق معايير الحوكمة الاجتماعية.

د: سامية ابريعم ، أ: زينب ڤريوة
جامعة أم البواقي، جامعة سكيكدة ؛ الجزائر
E-mail
Ibriam_samia@yahoo.fr

Entrepreneurship and tourism investment projects in the desert, according to social norms of governance

DR.samia ibriam , guerioua zeyneb
university of Oum El Bouaghi , university of skikda; Algeria

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

Abstract: The investment projects of the construction enterprises are one of the most important pillars of development in the economic and social field. They contribute significantly to the construction of infrastructure through the construction of roads and the construction of residential and service structures such as hotels ... as well as the employment of individuals in various activities, which means providing income for these and thus reducing unemployment Relatively speaking, the Algerian Sahara is considered a tourist area with excellence due to its natural and cultural attractions. However, it has not received sufficient attention in the field of tourism investment by the contracting institutions and suffers from the weakness of the social responsibility obligations Which allows them to enjoy projects that contribute to their formation and growth in accordance with international standards of governance and sustainable development. Therefore, this intervention comes in order to present the challenges and requirements of the investment promotion of the South tourist areas.
Keywords: Entrepreneurship: Tourism Investment, Governance, social norms.

(JEL) Classification : M 13

ملخص: تعد المشاريع الاستثمارية للمؤسسات المقاولاتية إحدى أهم مرتكزات التنمية في المجال الاقتصادي والاجتماعي، حيث تساهم بشكل كبير في بناء البنى التحتية من خلال مد الطرق وبناء الهياكل السكنية والخدماتية كالفنادق... وكذا توظيف الأفراد في مختلف نشاطاتها وهو ما يعني توفير دخل لهؤلاء وبالتالي التقليل من البطالة نسبيا، وتعد الصحراء الجزائرية منطقة سياحية بامتياز بالنظر لما تتوفر عليه من مناطق جذب طبيعي وثقافي ، غير أنها مازالت لم تلقى الاهتمام الكاف في مجال الاستثمار السياحي من قبل المؤسسات المقاولاتية وتعاني أيضا من ضعف التزامات المسؤولية الاجتماعية التي تتيح لها التمتع بمشاريع تسهم في تهيئتها والنمو بواقعها وفق ما يتماشى مع المعايير الدولية للحوكمة والتنمية المستديمة. لذلك تأتي هذه المداخلة من اجل عرض تحديات ومتطلبات الترقية الاستثمارية لمناطق الجنوب سياحيا.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية: الاستثمار السياحي، الحوكمة ، المسؤولية الاجتماعية.

رموز jel: **M 13**

مقدمة:

تعمل الجزائر على غرار دول العالم على تطوير الاقتصاد والبحث عن بدائل للدخل بعيدا عن دخل المحروقات بما يحقق لها استدامة التنمية على الصعيدين الاجتماعي والاقتصادي، وتحظى السياحة بأهمية كبرى بالنظر للإمكانات التي تزخر بها، وهنا لابد من تشجيع المؤسسات في مشاريعها المقاولاتية في القطاع السياحي، فكلما زادت مشاريع الاستثمار السياحي كلما زادت معدلات السياحة الداخلية والخارجية، وكلما احتكمت مشاريع المقاولاتية لمعايير الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية كلما زادت معدلات الاستقطاب المالي للاستثمار وخلق مناطق سياحية تساهم في التنمية المستديمة.

أولا: الإطار المفاهيمي:

أ-المقاولاتية: تتفق تعاريف المقاولاتية على كونها نشاط إنساني اقتصادي بالدرجة الأولى تجتمع فيه إمكانيات القدرة على المبادرة في إنشاء واستغلال الموارد المادية والبشرية المتاحة، وخلق فرص الإبداع والعمل وتنظيمها من أجل تحسين عمليات الإنتاج وخلق قيمة مضافة".[i]

" وعلى عكس النظريات الاقتصادية التي ركزت على دراسة تأثير المقاولاتية على الاقتصاد ظهرت مجموعة النظريات الثقافية والتي تندرج ضمن النظريات الاجتماعية تهتم بدراسة أسباب المقاولاتية والعوامل الثقافية التي تساهم في ترقيتها، ومن روادها **ماكس فيبر** والذي من خلال كتابه الذي أصدره سنة 1905 أراد أن يبين أن المقاولاتية هي خاصية مرتبطة بالمجتمع الغربي حيث قام بالربط بين مبادئ المذهب البروتستانتي للديانة المسيحية ونشاط المقاول.[ii] واعتبر إن قيم المذهب البروتيستانتي هي التي تكسب منتسبيها حب العمل والرغبة في الاستثمار وتنمية رؤوس الأموال.

"يمكن النظر إلى المقاولة على كونها وحدة للإنتاج المادي أو الخدماتي، تعتمد على العمل، وعلى رأسمال تقني ومالي وبشري، لإنتاج منافع متعددة وخدمات مختلفة ، وذلك لتلبية حاجات المستهلك .

ولما كانت هناك علاقة عموم وخصوص بين مفهومي المقاولة والمؤسسة، فيمكن القول أن مفهوم المؤسسة أشمل وأوسع من مفهوم المقاوَلة، فكل مقاولة مؤسسة وليس كل مؤسسة مقاولة، فالمقاولة مؤسسة إنتاجية تهدف إلى تحقيق الربح، بينما قد تكون هناك كثير من المؤسسات لا تطمح إلى الربح".[iii]

ب-الاستثمار السياحي: "يشمل مفهوم الاستثمار عند دارسي اقتصاديات السياحة: تقييم المشروعات، أو دراسات الجدوى للمشروعات، من حيث التوقعات لكل من النفقات والإيرادات ، وتقدير الأرباح المتوقعة أو معدل العائد على الأموال المستثمرة، ثم مقارنتها بسعر الفائدة السائد، وفي هذا الإطار يجب التأكيد على أن دراسة جدوى أمر حيوي ومهم عند الرغبة في استثمار الأموال في إقامة مشروعات سياحية.

أما **اشي** فيرى أن الاستثمار يعني في احد في احد المجالات التي يغطيها قطاع السياحة ،فالمجالات التي يغطيها الاستثمار في المجال السياحي متعددة ومتنوعة وهي تشمل الاستثمار في المقومات والإمكانات الرئيسية لصناعة السياحة ، التي يمكن إجمالها في محورين رئيسيين هما:

1-الاستثمار في التجهيزات والتسهيلات السياحية، التي تعرف اصطلاحا بالخدمات السياحية، والاستثمار في مجال الخدمات السياحية يضم الاستثمار في أهم ثلاثة قطاعات خدمية هي:

أ .خدمات الإقامة والإعاشة والتسهيلات الترفيهية.

ب .خدمات النقل.

ج .خدمات الاتصالات

2-الاستثمار في مجال الثروة السياحية ويتمركز الاستثمار في هذا المجال بصورة رئيسية في مواقع الجذب السياحي وموارده المتمثلة في:

أ .مواقع التراث الثقافي.

ب .مواقع التراث الطبيعي"[iv]

ج-الحوكمة: هي "مجموعة من القوانين والنظم والقرارات التي تهدف إلى تحقيق الجودة والتميز في الأداء عن طريق اختيار الأساليب المناسبة والفعالة لتحقيق خطط وأهداف الشركة".[v]

" وتعرف أيضا على أنها مجموعة من القرارات والإجراءات والسياسات والقوانين التي تؤثر في الطريقة التي تدار وتراقب بها الشركات بطريقة تعزز وتضمن كفاءة أعلى وأداء ماليا أفضل وتقلل الحاجة لرقابتها.

إن الهدف الأساسي من تطبيق مبادئ الحوكمة هو ضمان تماشي أهداف إدارة الشركة مع أهداف المساهمين . فوجود نظام عادل للحوكمة سوف يكفل توافق أهداف المساهمين مع أهداف إدارة الشركة ويعزز من ثقة المستثمرين بكفاءة النظام الذي يحمي حقوقهم."[vi]

"الحوكمة هي مجموعة القوانين واللوائح والسياسيات والعمليات والممارسات التي تؤثر وتشكل التي توجه وتدار فيها المؤسسة ،تربط بين توقعات أصحاب المصالح وأهداف المؤسسة من خلال استخدام الموارد بروح من المسؤولية والمساءلة".

"وتتمثل قيم الحوكمة فيما يلي:الشفافية، المؤسسية، النزاهة/الأمانة، العدالة وتكافؤ الفرص، المساءلة واحترام القانون، الثقة/المصداقية، تبادل المعرفة، الانتماء".[vii]

د-المسؤولية الاجتماعية: عرف **بيتر دراكر** المسؤولية الاجتماعية على أنها ": التزام المؤسسة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه ".[viii]

وهناك من يعرفها "بأنها مجموع أربع مسؤوليات مختلفة: مسؤولية اقتصادية متمثلة في خلق الربح، مسؤولية قانونية (إطاعة القانون)،ومسؤولية أخلاقية القيام بكل ما هو صحيح، نظيف وعادل في كل الأوقات ، وأخيرا مسؤولية الإحسان أي أن تكون مواطنا صالحا".[ix]

ثانيا: دور المؤسسات المقاولاتية في تحقيق التنمية:

بالإضافة للأدوار الاقتصادية للمقاولاتية فيمكن أن نحصي الأدوار الاجتماعية من خلال ما يلي:

1- زيادة التشغيل:

إن الاهتمام الدولي المتزايد بالمقاولات راجع إلى الدور الذي تؤديه على مستوى التشغيل، مما يجعلها أداة هامة لاستيعاب العرض المتزايد للقوة العاملة و حل مشكلة البطالة ، خاصة في الدول النامية التي تتميز بالتوفر النسبي لليد العاملة على حساب رأس المال . لذلك فهي تساهم في تحريك سوق العمل وضمان توازنه.

2- عدالة توزيع الدخول:

إن وجود مقاولات بالعدد الكبير، ومتقاربة في الحجم، والتي تعمل في ظروف تنافسية بسيطة، حيث تتطلب إمكانيات استثمارية متواضعة والذي يسمح لعدد كبير من أفراد االمجتمع ويحثهم بإنشاء تلك المقاولات، و تحقيق العدالة في توزيع الدخول، ، وبالتالي سيساعد على توسيع حجم الطبقة المتوسطة وتقليص حجم الطبقة الفقيرة بينما تحتاج عملية الاستثمار في الصناعات الكبيرة إلى إمكانيات استثمارية ضخمة تدفع نحو زيادة حجم التفاوت الطبقي[x].

3- مكافحة الفقر والترقية الاجتماعية:

ظهرت أهمية المقاولة المصغرة كوسيلة لمكافحة الفقر وإدماج الفئات المقصاة اجتماعيا واقتصاديا، بداية في الدول النامية بالتزامن مع مخططات التعديل الهيكلي و تطور المفهوم الاقتصادي للقطاع الموازي، ثم في الدول المتقدمة نتيجة ارتفاع معدلات البطالة، وعوضا عن ذلك تحسين الرفاهية ومستوى المعيشة في الأجل الطويل في بناء الأصول، سواء المادية(سكن، أرض، تجهيزات) ، المالية(الحسابات البنكية مثلا) .(الاجتماعية)الشبكات والعلاقات الاجتماعية(، والبشرية) الخبرة والتعليم.[xi]

4- محاربة الآفات الاجتماعية:

مما لا شك فيه أن ممارسات إعادة الهيكلة تتفاوت كثيرا من دولة لأخرى، لكن الاقتطاع من الموازنات المخصصة للرفاهية، والتسريح من العمل، والبطالة، وانعدام فرص العمل المنتج، تسببت بجزء من الأعباء الاجتماعية الأساسية الناجمة عن التغيرات الاقتصادية الحديثة عبر العالم.

في أغلب الأحيان يؤدي النفاذ المحدود إلى التعليم، وعدم الثبات في العمل، وعدم وجود تحفيزات والمهارات إلى الضعف، ويصبحون عرضة لمخاطر عديدة منها الجرائم ،مما يدفع الشباب إلى هامش المجتمع والإدمان على المخدرات.

كما يتسبب الافتقار إلى فرص عمل منتجة في ان يفتقر المجتمع إلى الحد الأدنى من الموارد والخدمات. لهذا فإن المقاولة تمثل الحل لهذه المشاكل وأخرى من خلال وضع حد لضعف أجيال المستقبل من خلال التعليم والتدريب الهادف واستراتيجيات التوظيف . ويفترض أن توفر هذه الأخيرة الوسائل المناسبة التي تمكن الشباب من بناء المستقبل الذي يرجونه.[xii]

ثالثا: أهداف التنمية السياحية المستديمة وفق معايير الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية:

تبدو العلاقة متكاملة بين مؤشرات التنمية والحوكمة ومبادئ المسؤولية الاجتماعية فهي تتداخل في شبكة مترابطة بين الوسائل والأهداف حيث أن الهدف الذي تجمع عليه جميع هذه المتغيرات هو السعي لتحسين أوضاع المجتمع بمختلف جوانبه الاقتصادية والاجتماعية ،وباعتبار النشاط السياحي احد أوجه الاقتصاد الذي يرمي لتحقيق التنمية والرفاهية الاجتماعية وتوفير مصادر دخل مالي تعود مباشرة على حركية النمو والتقدم في المجتمعات فأنها تتطلب جملة من الهياكل القاعدية والبنى التحتية التي تعتبر مدخلات من جهة للنشاط السياحي ومخرجات من جهة أخرى للقطاع الاقتصادي في أوجه أخرى .

1-أهداف التنمية السياحية المستدامة : للسياحة المستدامة ثلاث مستويات من الأهداف المتداخلة نذكر منها :

أ-الاستدامة الاقتصادية: خلق الثروة، بعث استثمارات جديدة، تنويع العائد الاقتصادي ومصادر الدخل القومي، تحسين البنية التحتية .

ب-الاستدامة البيئية : المحافظة على التوازن البيئي، وضع ضوابط الترشيد السلوكي في استهلاك الموارد او في استعمالها او استخراجها.

ج-الاستدامة الاجتماعية والثقافية: التقسيم العادل للمداخيل المحققة (الوكالات الحكومية، المؤسسات الخاصة والمواطنين...)، خلق مناصب شغل، احترام المكتسبات الثقافية والدينية، تنمية العلاقات الاجتماعية وتحديث المجتمعات المنعزلة."[xiii]

2-أهمية إستراتيجية الحوكمة : "تعد الحوكمة منظومة متكاملة تنشر تأثيرها المتبادل على العديد من المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والقانونية والإدارية .

فمن الناحية **الاقتصادية** تعمل الحوكمة على تعظيم قيمة الشركة وتدعيم تنافسيتها بالأسواق ،بما يمكنها من جذب مصادر تمويل محلية وعالمية للتوسع والنمو يجعلها قادرة على خلق فرص عمل جديدة ،وتحقيق استقرار أسواق المال.

أما من الناحية **الاجتماعية** فتأتي من كون الشركات تؤثر وتتأثر بالحياة العامة،إذ أن أداءها يمكن أن يؤثر في الوظائف والدخل ومستوى المعيشة ،ومن ثم يجب أن تسأل الشركات عن التزامها في الإطار الاشمل لرفاهية المجتمع وتقدمه.

ويبرز تأثير الحوكمة **السياسي** من خلال معاونة الإدارة الحكومية في تحقيق طموحات المواطنين والاستجابة لمتطلباتهم وحاجاتهم بشكل مناسب ،ولاسيما في مجال تخفيف حدة الفقر وتعزيز حقوق الإنسان وإرساء قواعد العدل.

أما الأنظمة **القانونية** فتعد صمام الأمان الرئيس الضامن لحوكمة جديدة للشركات من خلال توفير معايير الإفصاح والشفافية والنزاهة.

-تمثل منظومة معايير وممارسات معاصرة لاستثمار الموارد المتاحة للمنظمات بكفاءة وفعالية عاكسة حالة تقدم الإدارة وتطويرها من إدارة تقليدية إلى إدارة تتجاوب مع متطلبات أصحاب المصالح وتستعمل الآليات المناسبة لتحقيق الأهداف المرجوة من المنظمة ومشاريعها بشفافية.

تعمل كمتغير أساسي من متغيرات الإدارة الإستراتيجية التي تؤثر في تحديد أغراض المنظمة وتوجهها الاستراتيجي ."[xiv]

***فوائد الحوكمة:**

-تشجع الحوكمة المؤسسات على الاستخدام الأمثل لمواردها.

-تساعد الحوكمة الشركة على تحقيق النمو المستدام وتشجيع الإنتاجية.

-تقلل الحوكمة كلفة رأس المال على الشركة حيث أن البنوك تمنح قروضاً ذات نسب فائدة أقل للشركات التي تطبق أنظمة الحوكمة مقارنة بالشركات غير الملتزمة بالحوكمة.

-تسهل الحوكمة عملية الرقابة والإشراف على أداء الشركة عبر تحديد أطر الرقابة الداخلية وتشكيل اللجان المتخصصة وتطبيق الشفافية والإفصاح.

-تساهم الحوكمة في استقطاب الاستثمارات الخارجية إذ أن المستثمرين الأجانب ينجذبون إلى أسهم الشركة التي تطبق أنظمة الحوكمة ، باعتبارها استثمارها في شركة ملتزمة وشفافية، ومن ثم فإن عنصر عدم التيقن يكون أقل مقارنة بالشركات الأخرى.

-تعمل الحوكمة على استقرار أسواق المال".[xv]

3- أسباب تبني المسؤولية الاجتماعية: تعتبر معايير الاستثمار المجتمعي أخلاقية بالدرجة الأولى ،كما أنها تتصل بالأداء بعيد المدى للمؤسسات، حيث بات استيعاب الثقافة المؤسسية لمسألة الربط بين مسؤولية المؤسسات تجاه المجتمع و الاستراتيجيات المؤسسية يشكل تحديا كبيرا اليوم، فالمستثمرون و العملاء أصبحا أكثر تنورا، كما شرعوا بالتدريج في إظهار تفضيلهم اتجاه المنتجات و الخدمات و الشركات التي تولي اهتماما للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات."[xvi]

"و باعتبار أن المسؤولية الاجتماعية نشاط يرتبط ببعدين احدهما داخلي يتمثل في

إسهام المؤسسة في تطوير العاملين و تحسين حياتهم ،و الثاني خارجي يتمثل في مبادرات المؤسسات في التدخل لمعالجة المشاكل التي سيعني منها المجتمع، فان التعاريف السابقة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تعطي نقاط مشتركة تتمثل في الإجماع على الدور المهم الذي يمكن أن تلعبه المؤسسة في المجتمع بصفتها عضوا فيها.

-التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية هي الآلية التي من خلالها تساهم في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع.

-الطابع "الطوعي و الإرادي "الذي يميز التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية

-الطابع " الدائم "الذي يؤكد على التزام المؤسسة و الذي يجعل من المسؤولية الاجتماعية احد ركائز إستراتيجيتها.

-عنصر"الشفافية "و الذي يرتكز على جمع و نشر المعلومات داخل و خارج المؤسسة، مما يسمح بتوثيق و ترسيم الممارسات الايجابية و تتبع التطورات الحاصلة بها.

-القدرة على إشراك أطراف أخرى تهتم بالمؤسسة و تتعامل معها

كما أن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات يحقق لها العديد من الفوائد و يقف في مقدمتها تحسين صورة المؤسسة بالمجتمع و ترسيخ المظهر الايجابي لدى العملاء و العاملين و أفراد المجتمع بصورة عامة ، خاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية الاجتماعية تمثل مبادرات طوعية للمؤسسة اتجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة من وجود المؤسسة.

إن المسؤولية الاجتماعية تضفي تحسينا على مناخ العمل السائد في المؤسسة و تؤدي إلى إشاعة التعاون و الترابط بين مختلف الأطراف.

ففي زمن ليس بالبعيد لم تكن المؤسسات تتحدث إطلاقا عن" المسؤولية الاجتماعية "بينما أصبح اليوم النقاش العالمي يركز على قضايا البيئة و آفاق التنمية المستدامة إذ نالت المسؤولية الاجتماعية حيزا هاما من النقاش في مؤتمر"جوهانسبرغ "سنة 2002 ."[xvii] من خلال استعراضنا لمقومات التنمية السياحية المستديمة وأهداف الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية يمكننا التأكيد مجدد على صلة التأثير

والتأثر بين جوانب التنمية ومتطلبات الحوكمة ومعايير الالتزام بقواعد المسؤولية الاجتماعية أثناء التخطيط للمشاريع المقاولاتية وتنفيذها في المجال السياحي، اذ انه كلما التزمت المؤسسات المستثمرة الصغيرة والمتوسطة وحتى الكبيرة بقواعد الحوكمة الاجتماعية من نظم وقرارات متكاملة تمزج بين الربح والقيمة المضافة اجتماعيا، كلما ساهم ذلك بشكل مباشر في التنمية، فكلما توافرت معايير الشفافية والعدالة في التعامل ومنح الفرص والمساءلة القانونية والاجتماعية واحترام المعايير البيئية للمحافظة على الثروات الطبيعية وتنشيطها كلما زادت مظاهر المواطنة المؤسسية ، والالتزام الأخلاقي والولاء المجتمعي بما يخدم المصلحة العامة المشتركة بين أفراد المجتمع ومؤسساته خاصة الاقتصادية منها، حيث تعتبر الطبيعة مصدر للدخل مالي لا ينضب إن أحسن استغلاله وفق ما يتماشى والاستراتيجيات بعيدة المدى للترقية الاجتماعية والتنمية المستدامة اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا.

رابعا: معوقات وتحديات الاستثمار السياحي ومشاريع المقاولاتية في الصحراء الجزائرية:

قبل الحديث عن معوقات مشاريع المقاولاتية السياحية في منطقة الجنوب لابد من الإشارة إلى ضرورة توفر مناخ استثمار مشجع وله قدرة على جذب مشاريع التنمية من خلال دراسة "مجمل الأوضاع السياسية والاقتصادية، والاجتماعية، والقانونية المؤثرة على توجيهات حركة رؤوس الأموال، ذلك أن رأس المال عادة ما يتسم بالجبن ويتحرك من الأوضاع السيئة إلى الأوضاع الأحسن حالا". [xviii]

"إن الاستثمار السياحي في الثروة السياحية الثقافية والطبيعية، بالإضافة للاستثمار في مجال الخدمات والتسهيلات السياحية سيكون له منافع اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية على النطاق الوطني والمحلي .كما أنه سيشكل أنموذجاً قابلاً للتوظيف والتطبيق في المناطق الأخرى ...، نظراً للجوانب الإيجابية المتوقعة من هذا الاستثمار السياحي وصناعة السياحة، والمتمثلة في توسيع القاعدة الاقتصادية الوطنية، والمحلية، وتطوير شبكات النقل والاتصالات، وخدمات ومرافق البنية التحتية، وإدارة الموارد الثقافية، بطريقة تعمل على خدمة الأجيال الحالية وتراعي متطلبات أجيال المستقبل في موارد التنمية السياحية." [xix]

"وتؤكد كثير من الأبحاث على أن صناعة السياحة تقدم منتجاً سياحياً يعتمد بشكل مباشر وغير مباشر على قطاعات اقتصادية أخرى، فهو يقوم بتنشيط كثير من القطاعات المساندة مثل قطاعات الخدمات، والنقل، والاتصالات والحرف والصناعات التقليدية ،وكل هذه القطاعات تعمل على تعميم الفائدة ،على الاقتصاد القومي على المستوى الكلي، من خلال تنويع مصادر الدخل ،وتوفير فرص العمل للمواطنين، والمساهمة في زيادة الإنتاج القومي،والعمل على تطوير المناطق الريفية،إضافة إلى انه يعود بالنفع على اقتصاديا على المجتمعات المحلية،القاطنة بمناطق الجذب السياحي والتنمية السياحية، من خلال تنشيط المشروعات الصغيرة والمتوسطة وزيادة دخل الأفراد وتحسين مستوى دخل المجتمع وتطوير مستوى المرافق والخدمات والبنى التحتية وتحسينها.

ولابد من التأكيد على أن صناعة السياحة تعتمد بصورة رئيسة على الشركات والمؤسسات الخاصة(القطاع الخاص) ، التي تعتمد بدورها على تهيئة أماكن الجذب السياحي للاستثمار فيها ،وكذا الاستثمار في المرافق والخدمات والتسهيلات السياحية،التي تعد الركن الثاني الداعم لصناعة السياحة ،بعد الموارد الثقافية والطبيعية(الثروة السياحية)، فهي إذن صناعة ذات أوجه متعددة ومتنوعة ومتداخلة تتخذ من الشراكة الفعالة التي تضم جميع أفراد المجتمع والمؤسسات وشركات القطاع العام والخاص محورا أساسيا لها ."[xx]

ويمكننا ذكر **تحديات تحقيق أهداف المشاريع المقاولاتية في مجال التنمية السياحية** تلخيصا لا إجمالا فيما يلي :

- **نظم الاستثمار السياحي وتشريعاته وقوانينه:**

ان النظم والتشريعات القانونية في مجال الاستثمار لها الأثر الفاعل في تحديد اثر مناخ الاستثمار السياحي ،من حيث الايجابيات والسلبيات فكلما كانت التشريعات أكثر مرونة وتحفيزا كان مردود الاستثمار السياحي أكثر فاعلية وايجابية والعكس [xxi]

– تحديات متعلقّة بالتمويل: فهو يشكل حجر الأساس في قيام ونجاح واستمرار وتوسيع المشروعات ، فالتمويل ضروري لاقتناء الأصول الثابتة، والتمويل الرأسمالي العامل وتزداد هذه التحديات حدّة في البلدان النامية التي تفتقر إلى وجود أسواق مالية ونظام بنكي متطور يساعد في تمويل هذه المشروعات. ومبررات المؤسسات المالية في عد تحمسها لتمويل هذه المشروعات، عدم توفر الضمانات اللازمة لدى هذه المؤسسات المقاولاتية لتسديد قروضها، وضعف المداخيل المالية، بالإضافة إلى نقص خبرتها .

– تحديات فنية وتكنولوجية :ضعف القدرة على اقتناء الآلات والمعدات والتكنولوجيا المتطورة، نظرا لاستيرادها من الخارج وارتفاع تكلفتها، مما يؤثر على تكلفة الإنتاج.

–تحديات تتعلق بالمتطلبات القاعدية للمشروع :كصعوبة الحصول على الأراضي المناسبة لإقامة المشروع، وضعف تهيئة مواقع المشروعات بشبكات المياه والغاز وقنوات الصرف الصحي وشبكات الاتصال ، ووسائل النقل.

–تحديات إدارية :كنقص المعرفة والخبرة الفنية لإدارة تلك المشروعات، وتداخل المهام الوظيفية والمسؤوليات الإدارية، وضعف إمكانيات التخطيط واستشراف المستقبل، بالإضافة إلى عدم قدرتها على حماية منتوجاتها من المنافسة الأجنبية.

تحديات تنظيمية وقانونية :وهي أكثر التحديات التي تواجه هذه المؤسسات في البلدان النامية، بسبب مركزية القرارات، وعراقيل إنشاء هذه المؤسسات، والحصول على التمويل البنكي، وحل مشكلاتها .بالإضافة إلى مشكلات الفساد الإداري، وعد وضوح واستقرار المنظومة القانونية.[xxii]

ولتحسين ظروف الاستثمار في القطاع السياحي بالجنوب لابد من الدمج بين خطط واستراتيجيات تشجيع تكوين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المجال السياحي وتحسن مناخ العمل المقاولاتي، ويمكن الحديث عن **إستراتيجية ترقية العمل الاستثماري في المجال السياحي** من خلال جملة من الإجراءات التي يجب ن تسهر الدولة على تطبيقها من خلال:

أ –تأهيل العنصر البشري الكفء:

صحيح أن الدولة الجزائرية وفرت الموارد المادية والمؤسسية للنهوض بالقطاع السياحي، لكنها أهملت المورد البشري الذي يعد روح أو المحرك الرئيسي للبرامج الاقتصادية، لذا يجب التوجه نحو الاستثمار في الموارد البشرية من خلال تكوينها وتأهيلها وحتى إعادة تأهيلها إن لزم الأمر، بهدف تقديم وتسيير البرامج التنموية خاصة في القطاع السياحي.

ب – رفع حجم الاستثمارات الموجهة للقطاع السياحي:

من بين المشاكل التي يعاني منها القطاع السياحي في الجزائر ضعف الاستثمارات المخصصة له، حيث أن إجمالي الاستثمارات الموجه لهذا القطاع لم يتجاوز 3 ملايير دولار، حيث بلغت 1.6089 مليار دولار سنة2015 .كما أن مخصصات الحكومة في البرنامج

التكميلي لدعم النمو الاقتصادي لم تتجاوز0.07% وهي نسبة ضعيفة جدا .لذا يجب رفع حجم الاستثمارات الموجهة للاستثمار السياحي.

ج – توجيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للاستثمار في القطاع السياحي:

مع توجه الدولة نحو تدعيم المؤسسات الصغير والمتوسطة يفترض بناء إستراتيجية اقتصادية خاصة بهذه المؤسسات بما يخدم الاقتصاد أي تكيفها وفقا للحاجات الاقتصادية، وعليه توجيه هذه المؤسسات نحو الاستثمار في القطاع السياحي بهدف ترقيته.

خ – ترقية مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر وتوجيهه نحو الاستثمار في القطاع السياحي من خلال:

حل مشكلة العقار السياحي في الجزائر، وتقديم امتيازات وتحفيزات جبائية للاستثمارات السياحية سواء للمستثمر الوطني أو الأجنبي . القضاء على البيروقراطية والفساد الإداري، حيث يشير تقرير التنافسية العالمي لعام 2012 ،2013 إلى أن الفساد يعتبر ثالث عقبة من حيث الأهمية في الجزائر بنسبة 14 ٪ بعد كل من البيروقراطية 20,5 ٪ والتمويل ٪15,7"[xxiii]."على سبيل المثال، فإن إنشاء البنى التحتية (رصف الطرق وإقامة الموانئ والمطارات والمرافق العامة) يوفر فرص نجاح اكبر للمشروعات السياحية للقطاع الخاص،بل إن الحكومات عادة ما تقدم تسهيلات مادية للأفراد والشركات مثل توفير الأرض بأسعار مخفضة لإقامة المنتجعات عليها وتوفير المرافق العامة ورصف الطرق وربطها بباقي المناطق في البلاد ،وكلها عوامل تجعل من الاستثمارات العامة عاملا محفزا ومشجعا للاستثمارات الخاصة للولوج في الاستثمار السياحي وتحقيق فرص الربح المنشود وتعظيمه" .[xxiv]

خاتمة:

إن التنمية المستدامة لا تتحقق إلا بتضافر جهود الدولة والمؤسسات والأفراد كل في وفق ما يؤسس لنمو ثقافة المسؤولية الاجتماعية والحوكمة و المواطنة والانتماء، وبما أن السياحة جزء لا يتجزأ من مصادر الدخل الأساسي بعد قطاع الصناعي والفلاحي فهي مصدر الدخل الأوفر في العديد من الدول، وفي ظل تهديدات نفاذ الريع النفطي وانخفاض أسعاره فلابد من الاهتمام بالسياحة باعتبارها بديل استراتيجي للدخل والتنمية المستديمة وفق ما يحافظ على موارد اليوم لجيل المستقبل وترقية المجتمع .

قائمة المراجع المعتمدة:

[i] مناد لطيفة: المرأة المقاولة والمشاركة الاقتصادية في الجزائر،رسالة ماجستير،قسم العلوم الاجتماعية،جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان ،2014، ص13

[ii] Khaled Bouabdallah et Abdallah Zouache,2005 Entrepreneuriat et développement économique, les cahiers du CREAD, Alger,2005 ,p11نقلا عن: الجودي، محمد على: نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي،أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة محمد خيضر،بسكرة،2015،ص7.

[iii] مناد لطيفة ،مرجع سبق ذكره، ص14.

[iv] الزهراني عبد الناصر بن عبد الرحمن ، وآباشي حسين قسيمة:الاستثمار السياحي في محافظة العلا ،بحث مقدم إلى الهيئة العامة للسياحة والآثار ،السعودية،مركز المعلومات والأبحاث السياحية،2008،ص 16.

[v] باطويح محمد عمر: الحوكمة ... تشريع وثقافة وسلوك، حوكمة الشركات، اتحاد الشركات الاستثمارية ،مكتبة افاق، الكويت،سبتمبر2011، ص64.

[vi] بورسلي أماني: آثار تطبيق معايير ومبادئ الحوكمة الحديثة وأسس التقييم، حوكمة الشركات ،اتحاد الشركات الاستثمارية ،الكويت ،مكتبة آفاق، الكويت، سبتمبر2011 ،ص26.

[vii] الغزالي صلاح:الحوكمة والمساءلة في المؤسسات الاجتماعية ضرورة حتمية،اكتوبر 2015 ،ص ص، 7،2.

[viii] غلاي نسيمة: الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية للشركات،أطروحة دكتوراه،كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان،2015، ص83.

[ix] شين فيروز،و شين نوال: دور آليات الحوكمة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمنظمة،ملتقى وطني حول حوكمة الشركات كآلية للحد من الفساد المالي والإداري،جامعة بسكرة ،6-7ماي 2012، ص10.

[x] -الجوزي جميلة: دور الحوكمة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول العربية ،ص46.

[xi] بودلة يوسف ، بن تفات عبد الحق: دور المقاولة المصغرة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتحديات التي تواجهها، مداخلة في الملتقى الدولي حول استراتيجيات تنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة ورقلة. 18و19 افريل2012، ص5.

[xii] نتائج بحث اليونسكو ومنظمة العمل الدولية الممارسات الجيدة، 2010، الطبعة العربية،ص35نقلا عن:الجودي،2015ص48.

[xiii] (بن بوزيان بن حبيب نقلا عن :مفاتيح يمينة مفاتيح يمينة : تسويق السياحة الإقليمية الصحراوية في ظل التنمية المستدامة،دراسة حالة إقليم الاهقار، رسالة ماجستير ،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير،جامعة قاصدي مرباح، ورقلة،2012:،ص72.

[xiv] شين فيروز،و شين نوال: مرجع سبق ذكره،ص4.

[xv] -أساسيات الحوكمة :مصطلحات مفاهيم،سلسلة النشرات التثقيفية لمركز ابو ظبي للحوكمة ،ص12.

[xvi] غلاي نسيمة ، مرجع سبق ذكره،ص 93.

[xvii] المرجع نفسه،ص ص،84،83.

[xviii] قدي عبد المجيد: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمناخ الاستثماري، الملتقى الأول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، جامعة الأغواط،8-9 أفريل 2002 ، ص 24.

[xix] الزهراني ،واباشي،مرجع سبق ذكره،ص 5

[xx] المرجع السابق نفسه،ص11.

[xxi] جابر،2004،ص129 نقلا عن الزهراني، وآباشي،2008،ص17.

[xxii] مناد لطيفة، مرجع سابق ،ص ص، 62،63 .

[xxiii] مولاي لخضر عبد الرزاق ،و بورحلي خالد: متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد4،جوان 2016، ص78.

[xxiv] الزهراني، واباشي ، مرجع سبق ذكره ، ص18.

دور الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب في خلق المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب المستثمرين –دراسة حالة وكالة تبسة–

د. بودرجة رمزي، أ. يحياوي عبد الجليل، أ. بوسبتة محمد
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف – ميلة –
ramzimarketer@yahoo.fr

Le rôle de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes dans la création de la responsabilité sociale chez les jeunes investisseurs

– Etude de cas : l'Agence de Tébessa –

DR. BOUDERDJA Ramzi, YAHYAOUI Djalal Dine et BOUSSEBTA Mohammed
Centre universitaire abdel hafid boussouf – MILA-

Received: Avril 2017 Accepted: Mai 2017 Published: Joan 2017

Résumé:

En raison des pressions et des changements qui ont eu lieu dans l'environnement de travail des entreprises, une prise de conscience croissante de la nécessité d'intégrer les dimensions de la responsabilité sociale dans les activités économiques des petites entreprise privées, et ceci dans tous les processus de développement en tant que partenaire à part entière dans la vie quotidienne de la communauté. L'engagement de l'entrepreneur à adopter la responsabilité sociale repose essentiellement sur ses convictions et ses attributs de croire à la nécessité de contribuer à l'avancement de la société et de son développement, selon les ressources et le potentiel qu'elle possède son entreprise, à ce stade là apparaitre le rôle de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) qui est la plantation de l'esprit d'initiative chez les entrepreneurs qu'elle soutenus et d'inculquer les notions de responsabilité sociale dans une perspective stratégique plus organisée et plus efficace pour assurer la compatibilité entre la performance économique et la performance sociale, éthique et juridique.

Cette étude a montré que l'agence de Tebessa n'exerce pas son rôle désiré, ni sur les conditions de prêt lors de l'étude du projet ni dans la formation destinée aux jeunes entrepreneurs, l'édite étude a suggéré la nécessité d'inclure le thème de la responsabilité sociale dans les programmes de formation et de suivi les jeunes investisseurs en permanence pour les motiver d'exercer les démentions de la responsabilité sociale.

Les mots clés: la responsabilité sociale, la dimension économique, la dimension sociale, la dimension éthique, la dimension légale, ANSEJ

(JEL) Classification : M12, M13, M14, P35

ملخص:

نتيجة الضغوطات والتغيرات التي شهدتها وتشهدها بيئة عمل المؤسسات، تزايد الوعي بضرورة دمج أبعاد المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الاقتصادية للمؤسسات المصغرة الخاصة في كل عمليات التنمية، باعتبارها شريكا كاملا في الحياة اليومية للمجتمع. فالتزام المقاول بتبني المسؤولية الاجتماعية يرتكز بالدرجة الأولى على قناعاته و ما يتمتع به من سمات مبادراتية تؤمن بضرورة المساهمة في رقي المجتمع وتطوره وفق ما تمتلكه المؤسسة من موارد و إمكانات، وهنا يبرز دور الوكالة الوطنية لتدعيم و تشغيل الشباب (ANSEJ) في غرس وتنمية روح المبادرة لدى المقاولين المدعمين من طرف الوكالة وغرس مفاهيم المسؤولية الاجتماعية ضمن منظور إستراتيجي أكثر تنظيما و فعالية، ليضمن التوافق بين الأداء الاقتصادي و الأداء الاجتماعي والأخلاقي والقانوني.

وقد اتضح من خلال هذه الدراسة أن وكالة تبسة لا تمارس الدور المنشود منها لا على صعيد القرض عند دراسة المشروع، ولا على صعيد التكوين المقدم للشباب المقاول، حيث اقترحت الدراسة ضرورة تضمين محور يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية في برامج التكوين ومتابعة الشباب المستثمر بصفة دائمة للممارسة والتحلي بأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، البعد الاقتصادي، البعد الاجتماعي، البعد الأخلاقي، البعد القانوني، ANSEJ

رموز jel: M12، M13، M14، P35

مقدمة :

ظهر الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في القطاع الخاص والعام، وأصبح الحديث عنها في الآونة الأخيرة عنوانا للمؤتمرات والندوات، ومجالا للدراسات والأبحاث سواء من قبل الأفراد أو مراكز البحوث والمنظمات الدولية، كما تزايد الاهتمام بها حتى من قبل الحكومة، لكن رغم ذلك فإنه لا يوجد اتفاق عام لدى الأطراف المعنية على تحديد تعريف واضح للمسؤولية الاجتماعية بصفة عامة والمسؤولية الاجتماعية لأصحاب المشاريع المقاولتية بصفة خاصة، وكيفية قياسها من ناحية التكاليف والعوائد الاجتماعية.

فتبني المقاول لمبادئ المسؤولية الاجتماعية بدمج الاهتمامات الاجتماعية و البيئية في الممارسات الاقتصادية للمؤسسة ضمن رؤى إستراتيجية قابلة للتجسيد و الاستمرارية و ليس بشكل رمزي ساعي لتحسين صورة مؤسسته وسمعته؛ يرتبط بقناعاته و إمانه بدوره المتجدد في خدمة المجتمع و تحسين جودة حياة الأفراد ورفاهيتهم، و يتطلب تمتعه بقدرات شخصية و كفاءات تسييرية تمكنه من الجمع بين الدور التنموي الاقتصادي المحافظ على البيئة و الدور الاجتماعي في نسق واحد، و يستلزم وعي متنامي لذا كل طرف من أصحاب المصالح للمشاركة الفعالة في تعميمها.

تعد الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب من أهم الوكالات التي خصصتها الجزائر إلى ترقية ونشر الفكر المقاولاتي، وتشكل أحد الحلول ضمن سلسلة من التدابير الموجهة للتخفيف من حدة البطالة وإدماج الفئات الشابة في الحياة العملية، كما تتمثل أهميتها في إنشاء مؤسسات مصغرة التي تؤدي إلى تحقيق جملة من الأهداف من أهمها: استحداث فرص عمل بصورة مباشرة أو غير مباشرة، ترقية روح المبادرة الفردية والجماعية، المحافظة على الصناعات التقليدية والحرفية، المحافظة على التوازن بين المناطق على المستوى الوطني.

إن كل الأهداف المعلنة للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب تبين للوهلة الأولى أنها اقتصادية بحتة، وأنها لا تولي اهتماما كبيرا بالأبعاد البيئية، الاجتماعية والأخلاقية ضمن مشاريعها المقاولتية المدعمة لصالح الشباب، رغم أن التحديات الراهنة توجب عليها تبني تلك الأبعاد التي تندرج ضمن التوجه الحديث للمؤسسات الاقتصادية ألا وهو المسؤولية الاجتماعية (RSE)، وأن تلزم المقاولين الشباب بانتهاج هذا التوجه في استراتيجية تسيير مؤسساتهم المصغرة عبر برامجها التكوينية الموجهة لهم. وعليه جاءت هاته الورقة البحثية لتسلط الضوء على الإشكالية الرئيسية التالية:

ما مدى مساهمة الوكالة الوطنية لتدعيم وتشغيل الشباب لولاية تبسة في خلق المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب المستثمرين؟

تندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما ذا نقصد بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وما هي مجالات تطبيقها؟
- ما هي أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات؟
- ما هو دور وكالة تبسة لدعم وتشغيل الشباب في خلق المسؤولية الاجتماعية لدى المستثمرين الشباب؟

أهداف الدراسة: – تأطير مفاهيمي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمقاولين الشباب؛

- إبراز دور الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب في خلق المسؤولية الاجتماعية لدى المقاولين الشباب.

منهجية الدراسة الميدانية

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على دور الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب في تفعيل المسؤولية الاجتماعية لدى المقاولين الناشئين المستفيدين من القروض والعوائق التي تواجههما من أجل تنمية هذا التوجه وتمت الدراسة من خلال إعداد مقابلة مع مسئولي الوكالة بولاية تبسة وتحليل معطياتها، وقد تضمن دليل المقابلة بعض الأسئلة المتعلقة بمدى اكتسابهم للمعارف المتعلقة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية و مدى اهتمامهم بها عند التقرير للموافقة على المشروع، كذلك التعرف على الصعوبات التي تواجه الوكالة في صقل هذه المفاهيم لدى طالبي القروض.

بالإضافة إلى المقابلة التي أجريناها قمنا بتوزيع استبيان متكون من ثلاثة محاور، حيث شمل المحور الأول على مجموعة من الأسئلة المفتوحة حول مكانة أبعاد المسؤولية الاجتماعية في اتخاذ القرار لقبول المشروع أو رفضه، أما فيما يخص المحور الثاني فقد تضمن معلومات لتقصي أراء المسئولين حول البرامج التكوينية المقدمة للشباب المقترض ومدى فعاليتها في صقل مفاهيم المسؤولية الاجتماعية لديهم، أما فيما يخص المحور الثالث فقد تضمن مجموعة من الأسئلة متعلقة بالمعلومات الشخصية للمستجوبين كالجنس و المنصب الحالي و سنوات الخبرة. حيث تم اخذ عينة عشوائية تكونت من سبع إطارات بالوكالة مقسمة إلى ثلاث إناث و أربعة ذكور.

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية

أولا– تعريف المسؤولية الاجتماعية

يكون من الصعب في كثير من الأحيان الاتفاق على تحديد تعريف معين يفي بإعطاء مضمون شامل وجامح لظاهرة ما، و تزداد هذه الصعوبة كثيرا إذا ما اقترنت بالعلوم السلوكية و الاجتماعية، و هذا ينطبق على مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات و التي عرفت بأنماط و أشكال مختلفة، حيث صدر لآرشي كارول (Archie B Caroll) بحثا يؤكد فيه أنه ولحد سنة 2010 تم إحصاء أكثر من 37 تعريفا أكاديميا قدم للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات[i]. ولنتصور عدد التعاريف الحالية لذلك سنحاول ايجازها كما يلي:

أعطى ا الباحث Carroll تعريفا للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات معتبرا إياها "**ما يتوقعه المجتمع من المؤسسات في النواحي الاقتصادية، التشريعية، الأخلاقية والتقديرية**[ii]" فيما عرفها بيتر دراكر (**Peter Drucker**) كما يلي: "**المسؤولية الاجتماعية هي التزام المنظمة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه**" وقد شكل هذا التعريف حجر الزاوية للدراسات اللاحقة وفتح الباب واسعاً لدراسة هذا الموضوع باتجاهات مختلفة[iii].

كما يمكن أن نستعرض من خلال هذا الجدول أهم التعاريف التي قدمت لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من طرف بعض المنظمات الدولية[iv]:

الجدول رقم (1): مفهوم المسؤولية الاجتماعية

اسم المنظمة	التعريف
مكتب العمل الدولي	*طريقة تنظر فيها المنشآت في تأثير عملياتها في المجتمع و تؤكد مبادئها و قيمها في أساليبها و عملياتها الداخلية و في تفاعلها مع قطاعات أخرى.*
مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة	*الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقيا و المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية و العمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة و عائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي و المجتمع ككل.*
البنك الدولي	*التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم و عائلاتهم و المجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد.*
الغرفة التجارية العالمية	*جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية و اجتماعية، و بالتالي فالمسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا.*

المصدر: رمزي بودرجة، المسؤولية الاجتماعية وأثرها على صورة المؤسسة، **مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات**، المجلد 1 العدد 6، البليدة 2، الجزائر، 2014، ص 227

يلاحظ على هذه التعاريف المقدمة من طرف المنظمات والهيئات ثلاثة أمور هي:

–أن كل تعريف يركز على موضوع معين لم يتناوله تعريف آخر؛

–أن معظمها يركز على مسألة الحد الأدنى وهو الذهاب إلى أبعد مما تفرضه القوانين والتشريعات؛

–أن معظم المنظمات والهيئات تعرف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وفق ما يلبي رغبة أصحاب المصالح من موظفين، مجتمع، بيئة ومساهمين.

وخلاصة القول أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تعني التصرف على نحو يتسم بالمسؤولية الاجتماعية والمسائلة. ليس فقط أمام أصحاب الملكية و لكن أمام **أصحاب المصلحة** الأخرى بمن فيهم: الموظفين والزبائن والحكومة و المؤسسات و المجتمعات المحلية والأجيال القادمة.

ثانيا– مجالات تطبيق المسؤولية الاجتماعية

إن رجل الأعمال عندما يتبنى فلسفة المسؤولية الاجتماعية في ممارساته ونشاطاته، عليه أن يأخذ بعين الاعتبار المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، حيث إهمال مجال معين يؤثر سلبا على باقي المجالات. ويمكن تصنيف الأنشطة ذات الاستجابة الاجتماعية وفقا لما يلي[v]:

1– المسؤولية الاجتماعية في الممارسات التسويقية: مثال ذلك أن تتحرى المؤسسة الصدق والأمانة في الإعلانات الخاصة بمنتجاتها، فتتجنب الإعلانات الكاذبة والمبالغ فيها، وتقوم بتوجيه المستهلكين لشراء المنتجات الملائمة لاحتياجاتهم وتجنب خلق حاجات لا مبرر لوجودها.

2– المسؤولية في الممارسات ذات العلاقة بالمنتج: مثال ذلك أن تتسم عمليات تصنيع المنتج بضمان الأمان، والسهولة في الاستخدام.....إلخ، فالمؤسسة الذكية هي التي تصنع منتج يوافق توقعات ورغبات المستهلك ويتعداها إلى ما هو أجود وأرقى.

3– المسؤولية عن تعليم وتدريب العاملين: فالأنشطة المسؤولة اجتماعيا فيما يخص هذا المجال يمكن أن تتضمن إستراتيجيات المؤسسة في مجال تنمية مهارات العاملين وتحسين قدراتهم المهنية.

4– المسؤولية عن البيئة وتنميتها والحفاظ عليها: ويبرر ذلك مثلا من خلال الاهتمام بتجنب تلويث البيئة واستنزاف الموارد الطبيعية، بالإضافة إلى الاهتمام باستخدام الفاقد في العمليات الإنتاجية.

5– تصرفات تستهدف تنمية العلاقات مع العاملين: وقد تشتمل هذه التصرفات برامج تنمية العلاقات الاجتماعية والمشاركة في اتخاذ القرارات وتحسين مزايا العمل، مثل الرعاية الصحية والتسلية والأنشطة الترفيهية.....الخ.

6– الأنشطة التي تساهم في تحقيق العدالة: مثل رفع مساهمة المرأة في مجال العمل وتوظيف الأقليات وعدم التمييز بين الأفراد المؤهلين لشغل الوظائف وفقا للنوع أو الدين أو اللون أو الأصول العرقية.....الخ.

7– توفير بيئة عمل آمنة: ويتم ذلك من خلال التصرفات التي تجعل من بيئة العمل مكانا آمنا من المخاطر الصحية والمهنية بالإضافة إلى النظافة وتوفير سبل الراحة.

8– ممارسة تصرفات أخرى: القيام بأنشطة تعكس الاهتمام بقضايا ومشكلات المجتمع مثل تقديم التبرعات والمشاركة في الأعمال الخيرية.

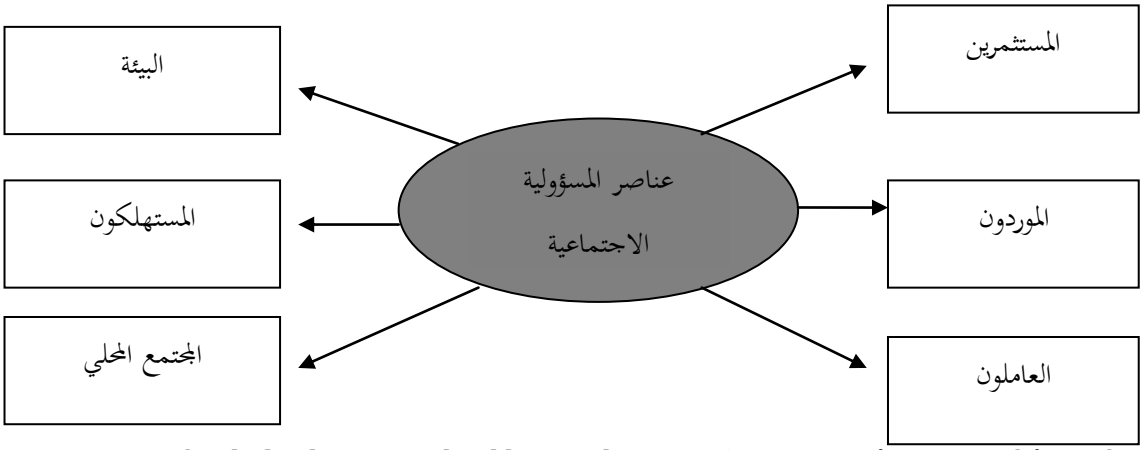
المحور الثاني: أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

إننا إذا تمعنا جيدا في آراء الباحثين حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، نجد أنها تتبع نموذجين أساسيين في توجهها وهما: نموذج أصحاب المصالح و النموذج المفاهيمي.[vi]

أولا– نموذج أصحاب المصالح

يقصد بأصحاب المصالح كل الأطراف التي تتبادل العلاقة والمصلحة مع المؤسسة من داخلها ومن خارجها، وعليه فإن أبعاد المسؤولية الاجتماعية حسب هذا النموذج تعني الاستجابة لكل طرف منهم. حيث يرى الباحثين الغالبي والعامري أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تتمثل في العلاقات مع المالكين، العاملين، الزبائن، المنافسين، المجهزين، المجتمع، البيئة، الحكومة وجماعات الضغط الاجتماعي.[vii] الشكل التالي يبين مختلف عناصر المسؤولية الاجتماعية و التي تعرف بأصحاب المصالح:[viii]

الشكل رقم (1): أصحاب المصالح في المؤسسة



Source: jeme et souhie, **le developpement durable perçu les entreprises**, université paris 1 panthéon-serbonne, 2003, p12

و فيما يلي شرح مختصر لهذه العناصر:

1– المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع المحلي

يعتبر المجتمع المحلي بالنسبة لمؤسسات الأعمال شريحة مهمة إذ تتطلع إلى تجسيد متانة العلاقات معه وتعزيزها، من خلال بذل المزيد من الرفاهية العامة والتي تشمل: المساهمة في دعم البنية التحتية، إنشاء الجسور والحدائق، المساهمة في الحد من مشكلة البطالة، دعم بعض الأنشطة الرياضية والترفيهية، احترام العادات والتقاليد، دعم مؤسسات المجتمع المدني، تقديم العون لذوي الاحتياجات الخاصة....الخ

2– المسؤولية الاجتماعية اتجاه المستهلكين

تتمثل في تقديم المنتجات بأسعار ونوعية مناسبة، الإعلان الصادق، وتقديم منتجات آمنة، تقديم إرشادات واضحة بشأن المنتج واستخداماته، التزام المؤسسات بمعالجة الأضرار التي تحدث بعد البيع، والتزام بالتطوير المستمر للمنتجات، والتزام بعدم خرق قاعدة العمل مثل الاحتكار...الخ

3– المؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

حماية البيئة من الأضرار الناتجة عن نشاط المؤسسة، المساهمة في حملات البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية، تبني سياسة بيئية رشيدة...الخ.

4– المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين

تتمثل مسؤولية المؤسسة اتجاه المساهمين في تعظيم قيمة السهم وتحقيق أقصى ربح ممكن، حماية أصول المؤسسة، الحق في الحصول على المعلومات الكافية عن أداء المؤسسة، التعامل العادل مع المساهمين من دون أي تمييز، وإشراك المساهمين في القرارات الهامة للمؤسسة.

5– المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

تتضمن احترام قوانين العمل، وضمان حق العامل في التدريب والتكوين المستمر، وحقوقه النقابية، وإشراكه في اتخاذ القرارات، تحقيق الأمن الوظيفي والأمن من حوادث العمل...الخ

6– المسؤولية الاجتماعية اتجاه الموردين

يجب على المؤسسة في إطار التزامها بمسؤوليتها اتجاه الموردين أن تحترم مطالبهم المشروعة، وتسديد حقوقها اتجاههم في الآجال المحددة، الصدق و الجد في التعامل معهم... الخ

ثانيا– النموذج المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية

مثل Carroll الأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية في شكل هرم يعرف في الوسط الأكاديمي المختص في إدارة الأعمال **بهرم كارول**، والشكل الموالي يمثل ذلك الهرم:[ix]

الشكل رقم (2): هرم أبعاد المسؤولية الاجتماعية حسسب Caroll



Soure : Archie B CARROLL, the pyramid of corporate sacial responsibility : toward moral management of organization stackholders, **Business horizons**, vol 34, no 4, 1991, p42

يتضح من خلال الشكل السابق أن البعدين الاقتصادي و القانوني هما الجانب الرئيسي من أعمال المؤسسة و منذ فترة ليست بقصيرة، و بالتالي فهما يمثلان القاعدة المادية لبناء الهيكل الهرمي للمسؤولية الاجتماعية، بينما يمثل البعدين الأخلاقي و الإنساني قمة الهرم و هما الأكثر حداثة و معاصرة في تعامل وتوجه المؤسسات في علاقتها وتفاعلها مع المجتمع. و فيما يلي توضيح مختصر لهذه الأبعاد:

1– البعد الاقتصادي: هذا البعد يشير إلى خلق القيمة من خلال إنتاج السلع و الخدمات؛ أي أن تكون المؤسسة نافعة ومجدية اقتصاديا، و ذلك بهدف خلق فرص العمل و مصادر الدخل.

2– البعد القانوني: أي التزام المؤسسة بإطاعة القوانين، واكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون، ففي حالة عكس ذلك فإنها تقع في إشكالية قانونية.

3– البعد الأخلاقي: بمعنى أن تكون المؤسسة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين، فهذه السلوكات هي بمثابة أعراف و تقاليد وقيم متوارثة ومتجددة بذات الوقت، وتعمل جنبا إلى جنب مع الأبعاد القانونية في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية[x].

4– البعد الإنساني (الخيري): يمثل هذا البعد قمة الهرم، و يعني أن تكون المؤسسة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع و تحسين نوعية الحياة؛ وهي عادة مبادرات طوعية غير ملزمة للمؤسسة تبادر فيها بشكل إنساني وتطوعي من خلال برامج لا ترتبط بالعمل بشكل مباشر وقد تكون لعموم المجتمع أو لفئات خاصة به ككبار السن و غيرها ولا تتوخى إدارة المؤسسات من هذه البرامج ارتباطها المباشر بزيادة الأرباح أو الحصة السوقية أو غيرها.

المحور الثالث: دور وكالة تبسة لدعم وتشغيل الشباب في خلق المسؤولية الاجتماعية لدى المستثمرين

أولا– عرض عام للوكالة الوطنية لتدعيم و تشغيل الشباب (ANSEJ)

تلعب المشاريع المقاولاتية دورا كبيرا في تحقيق التوازن الاقتصادي إذ تعتبر الوكالة الوطنية لتدعيم وتشغيل الشباب من أهم الممولين والمدعيمين للمقاولاتية في الجزائر وتعتبر الموجه الرئيسي لهذه الفئة من المقاولين الناشئين.

حيث تأسست الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب سنة 1997 اذ قامة بتمويل ودعم مئات الآلاف من المؤسسات الصغيرة في 738 من الأنشطة المصغرة منذ نشأتها إلى غاية سنة 2013.[xi] حيث اعتبرت الفترة الممتدة من سنة 1997 إلى غاية سنة 2010 الفترة المثلى من حيث الإيرادات والنمو الاقتصادي للوكالة و الشباب المستفيدين منها، إلا أن الفترة الممتدة من سنة 2011 إلى غاية سنة 2014 اعتبرت هذه الفترة اكبر تحدي للوكالة نظرا إلى زيادة الطلب على القروض من دون ربحية محققة وذلك راجع إلى الوضع السياسي الذي مرت به البلاد، أما الفترة الممتدة من سنة 2015 إلى غاية يومنا هذا فقد اعتمدت الحكومة سياسات مختلفة لضبط و تعويض الخسائر التي تعرضت لها خلال الفترة السابقة.

ومن أهم السياسات التي اتبعتها الحكومة من اجل ضمان نجاح المشاريع الممولة من طرف الوكالة وتحقيق استدامتها تم إلزام المستفيدين من القروض (الشباب المقاولين) للخضوع إلى برامج تدريبية تلبي حاجتهم وتوضح صعوبات اختيار المشروع المناسب الذي يحقق احتياجات المستهلك ويحقق المردودية لصاحب المشروع و البلاد، ويتضمن برنامج التكوين خمس وحدات متمثلة في وحدة الخلق المتضمنة للإجراء و الإنشاء في ما يتعلق بالبيئة الاقتصادية والاجتماعية؛ وحدة التسويق و المتمثلة في أبحاث السوق، وحدة الضرائب و المتمثلة في قواعد الضرائب؛ وحدة التخطيط المالي المتمثلة في تصميم الميزانية، وإدارة النقدية، وتحليل المصروفات والمنتجات. وحدة المحاسبة والالتزامات القانونية.

ثانيا– تحليل ومناقشة المقابلة مع المسئولين

اعتبرت المقابلة مع كوسيلة لتحديد أهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر مسئولي الوكالة كذلك تحديد توجههم نحو هذه الممارسات و مدى استعدادهم لتوجيه الشباب المستثمر طالبي القروض سواء عن طريق توقيف المشروع في حالت تضاربه مع احد أبعاد المسؤولية الاجتماعية او عن طريق التوعية عبر برامج التكوين المقدمة لهم.

فمن خلال ما تم الكشف عنه أثناء المقابلة يتضح لنا أن هناك وعي كافي لمدى أهمية تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية و ما يحققه من منفعة و استدامة لكل من الوطن، الوكالة و صاحب المشروع ، إلا أن تطبيقها يبقى عبارة عن تطلعات مرجوة وقد عبر المسئولين عن عدم قدرتهم عن ردع طالبي القروض من مخالفة بعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية عن طريق رفض المشروع وخاصة البعد الاجتماعي و البعد البيئي أما فيما يخص البعد القانوني فأكد البعض على انه يمكن الوقوف عند هاته النقطتين و هذا ما يخوله القانون لهم.

أما فيما يخص البعد الاجتماعي فقد أكد لنا احد المسئولين انه لا يمكن رفض مشروع يمكن إن يتعارض مع المعايير الاجتماعية و الثقافية للمجتمع إذا كان القانون يسمح له بممارسة هذا النشاط، كما انه لا يمكن رفض مشروع قد يؤثر سلبا على محيط الأفراد أو يتسبب بالإزعاج لهم و عبر عن هذا الأمر بإعطائنا مثال تمحور حول (مقاولين النجارة) الذين يفتحون منشاتهم في مناطق سكنية وأكد أنهم يحصلون على الرخص لمزاولة النشاط من المصالح المعنية و بالتالي لا يمكن رفض طلب مشروعهم.

أما فيما يخص البعد البيئي فقد أكد لنا انه لا توجد هناك صلاحية لهم لرفض مشروع قد يؤثر سلبا على البيئة أو إلزام المستثمر على تحمل المسؤولية فيما يخص الأضرار التي تصيب البيئة من جراء النشاط الذي يمارسه، وان هناك جهات معنية تهتم بهذا المجال.

وقد تطرقنا في الجانب الثاني من المقابلة إلى نوعية التكوين المقدم للمقاولين الناشئين وما هي مكانة المسؤولية الاجتماعية في هذه الدورات التكوينية وهل يمكن صقل مفاهيم المسؤولية الاجتماعية لهم من خلال هذه الدورات.

من خلال المقابلة تم الكشف انه يتم إجراء الدورات التكوينية بصفة إجبارية للمستفيدين من القروض تدوم فترة التكوين أربعة أيام متتالية يتم فيها تدريب المستثمرين حسب الوحدات التي نصت عليها الوكالة الأم و التي تم ذكرها سابقا، وان عدد الأساتذة الماطرين يتكون من اثنان حيث أكد لنا احد الأساتذة الماطرين انه لا وجود للمسؤولية الاجتماعية في برامج التكوين إلا أننا نحاول إدراجها بصفة غير مباشرة مع البرنامج نظرا لأهميتها و الفوائد التي تعود بها على كل من الوكالة و المستفيد نفسه، كما أكد لنا انه من الصعب صقل هذه المفاهيم من خلال دورة واحدة في هذا المجال.

ثالثا– تحليل نتائج الاستبيان الموجه لعمال الوكالة

سنتناول في هذه النقطة تحليل أهم النتائج المتوصل في عملية الاستبيان

1– تقييم الخصائص الشخصية للمستجوبين

هناك علاقة بين الخصائص الشخصية للمسئولين كسنوات الخبرة ، الوظيفة التي يشغلها وبين دوره في صقل مفاهيم وممارسات المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب طالبي القروض، لذلك خصصنا جزء من الاستقصاء يضم مجموعة من الأسئلة أردنا من خلالها استنتاج مدى تأثير هذه الخصائص على القرارات المتخذة بخصوص الممارسات لأبعاد المسؤولية الاجتماعية ومعرفة أرائهم حول دور التكوين في غرس هذه المفاهيم.

أ– علاقة الوظيفة الحالية وسنوات الخبرة بمدى اهتمام المؤسسة بممارسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية

يبين الجدول التالي توزيع المستجوبين حسب الوظيفة وسنوات الخبرة في الوكالة:

الجدول رقم (02): توزيع المستجوبين حسب الوظيفة

الوظيفة	العدد	سنوات الخبرة
مكلف بالإعلام	1	أكثر من عشر سنوات
مرافق رئيسي	1	ما بين سنة و خمس سنوات
مرافق	1	أكثر من عشر سنوات
إطار	04	ما بين ست سنوات و عشر سنوات
المجموع	07	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول التالي يتضح لنا أن العينة المستجوبة تميزت بتواجد أفراد ذوي مناصب وخبرات كافية تخولهم بتقديم إجابات ذات موضوعية و مصداقية تسمح لنا بإعطاء نتائج دقيقة لدراستنا.

ب– قياس مكانة أبعاد المسؤولية الاجتماعية في دراسة المشاريع المعروضة أمام الوكالة

تمثل السؤال الأول في معرفة الأسس التي يتم من خلالها الموافقة على المشاريع المقدمة للوكالة، إذ تبين لنا من خلال الإجابات التي تحصلنا عليها أن الأغلبية اكدو على أن المردودية من المشروع أهم الأسس التي يجب أن يتضمنها المشروع للموفقة عليه، أما هناك من أكد على أن لم يكن المشروع ملبي لحاجات ورغبات السوق فلا يمكن الموافقة عليه. وعليه يمكن القول بأنه تم التطرق إلى بعد واحد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية ألا وهو البعد الاقتصادي وتهميش باقي الأبعاد.

في حين تمثل السؤال الثاني في الأخذ بأبعاد المسؤولية الاجتماعية كأحد العناصر الأساسية للموافقة على المشروع تحديد البعد أكثر أهمية بالنسبة للوكالة و كانت الإجابات موزعة كالتالي:

الجدول رقم (03): يوضح أهمية أبعاد المسؤولية الاجتماعية للموافقة على المشروع

الأهمية	التكرارات	النسب
مهم	04	%57
غير مهم	03	%43
المجموع	07	%100

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن 57% من المستجوبين عبرو عن أهمية إعطاء أبعاد المسؤولية الاجتماعية مكانة بشروط قبول المشروع وأن هذه الأبعاد تأخذ بعين الاعتبار خلال دراسة المشروع في حين عبر 43% من المستجوبين على أنه لا توجد أهمية لهذه الأبعاد و أنها لا تأخذ بعين الاعتبار في تقييم المشروع مبررين إجابتهم بأن الوكالة تهتم بتشغيل الفرد دون التطرق لهذه الأبعاد.

الجدول رقم (04): يوضح البعد الأكثر أهمية بالنسبة للمسئولين للموافقة على المشروع.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية	التكرارات
البعد الاقتصادي	04
البعد الاجتماعي	01
البعد القانوني	00
البعد البيئي	00
المجموع	05

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن أغلبية المسئولين المستجوبين الذين يعطون أهمية للمسؤولية الاجتماعية يعتبرون أن البعد الاقتصادي هو البعد الوحيد الذي يعتبر مهم بالنسبة لهم، في حين أن هناك مسئول يعتبر انه بالإضافة مع البعد الاقتصادي لا بد من توفر البعد الاجتماعي للموافقة على المشروع. فمن خلال هذه النتائج يتضح لنا انه تم تهميش البعدين القانوني و البيئي للموافقة عن المشروع.

أما فيما يتعلق بالسؤال الثالث فقد تضمن مجموعة من الأسئلة للكشف عن ما إذا يتم التطرق لموضوع المسؤولية الاجتماعية مع طالب القرض أو تهميش هذا الجزء خلال المقابلة وقد تحصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم (05):المواضيع المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية أثناء عرض المشروع على لجنة المداولات.

البعد	العبارة	التكرارات	
		نعم	لا
البعد الاقتصادي	كيفية تلبية المشروع لرغبات وحاجات المستهلك المحلي	06	01
	كيفية تغطية التكاليف المستقبلية وسبل دفع القرض	05	02
البعد الاجتماعي	كيفية مراعاة المعايير الاجتماعية و الأخلاقية السائدة في المجتمع	03	04
البعد القانوني	الخضوع للقوانين الموضوعة لأخذ و تسديد القرض	06	01
	الالتزام بدفع الضرائب	04	03
البعد البيئي	سبل معالجة الآثار السلبية التي سيتسبب بها المشروع	01	06

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح لنا الاهتمام بمناقشة البعد الاقتصادي مع طالب القرض أكثر أهمية من باقي الأبعاد ثم يليه البعد القانوني الذي اعتبره المسئولين ذو أهمية ويجب التأكد من مخططات طالب القرض بالالتزام بهذا البعد. أما فيما يخص البعد الاجتماعي فهو لا يحظى بأهمية كبيرة لذلك لا يتم التطرق إليه بصفة دائمة، أما البعد البيئي فيعتبر مهمش كليا ولا يتم التطرق إليه.

2- تقييم البرامج التكوينية المقدمة للشباب المقترض

تم تخصيص جزء من الاستبيان للتعرف على محتوى البرامج التكوينية المقدمة للشباب المقترض وهل يتم التطرق لموضوع المسؤولية الاجتماعية في الدورات التكوينية، كذلك للتعرف إذا ما كانت هناك فائدة من هذه البرامج وهل يمكن توعية المقاولين الناشئين بأهمية تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية من خلالها. إذ جاء السؤال الأول على الصيغة التالية فيما تتمثل أهم محاور وأهداف التكوين؟ وكانت النتائج على النحو التالي:

اتفق الجميع على إن أهم محاور التكوين تمثلت في كيفية تسويق المنتجات و إلى كيفية تسديد الضرائب و القوانين التي يجب مراعاتها لتسديد القرض. أما فيما يخص أهداف التكوين فقد تمثل في هدف و حيد ألا وهو إحاطة المستثمر بكافة المفاهيم الأساسية لتسيير المشروع وضمان استدامته.

حيث تمثل السؤال الثاني من هذا المحور في معرفة مكانة المسؤولية الاجتماعية في البرنامج التكوينية المقدمة من طرف الوكالة و كانت النتائج على النحو التالي:

الجدول رقم (06): يوضح مكانة المسؤولية الاجتماعية في برامج التكوين

العبارة	تكرارات الإجابات	
	نعم	لا
هل للمسؤولية الاجتماعية مكانة ببرنامج التكوين	0	07

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح لنا انه ليست هناك مكانة لتعريف المستثمرين بأهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية في مؤسساتهم.

أما فيما يخص السؤال الثالث و الأخير من المحور الثاني فكان بهدف معرفة أراء المسئولين حول هذه البرامج التكوينية وهل من فائدة في توعية المقترضين لأهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية داخل مؤسساتهم وكانت النتائج على النحو التالي:

الجدول رقم (07) تقييم المسئولين لبرامج التكوين وتوعية المستثمرين بأهمية RSE

العبارة	تكرارات الإجابات	
	نعم	لا
تعتبر برامج التكوين المقدمة للشباب ذات أهمية للتطوير مهارات الشباب المستثمر	05	02
توعية المستثمرين بأهمية المسؤولية الاجتماعية يعود بفائدة للوطن و الوكالة و المستثمر ذاته.	05	02

المصدر من إعداد الباحثين بالاستعانة بنتائج الاستبيان

من خلال نتائج المقدمة لنا من إجابات المسئولين يمكن القول بان برامج التكوين ذات أهمية بالغة في تطوير مهارات المقاولين الناشئين من حيث القيادة وتسيير المشروع و بالتالي تحقيق الاستدامة للمؤسسة.

أما فيما يتعلق بتوعية الشباب المستثمر بأهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية في مؤسساتهم فيرى الأغلبية أنها تعود بفائدة على كل من الوطن و الوكالة و المستثمر نفسه في حين عبر البقية القلة على أنها ما من فائدة منها.

الخاتمة

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الخاصة موضوع يصعب تطبيقه على أرض الواقع لكن بشكل عام يمكن القول أنها مسؤولية المقاول؛ فتبني المسؤولية الاجتماعية يرتكز بالدرجة الأولى على قناعاته و ما يتمتع به من سمات مبادراتية تؤمن بضرورة المساهمة في رقي المجتمع و تطوره وفق ما تمتلكه المؤسسة من موارد و إمكانات، وهنا يبرز دور الوكالة الوطنية لتدعيم تشغيل الشباب في غرس و تنمية روح المبادرة لدى المقاولين المدعمين من طرف الوكالة .

باعتبار الوكالة الوصي و المتتبع الدائم للمقاولين الناشئين مما يخولها بأن تكون الجهة المعنية لبناء وغرس مفاهيم المسؤولية الاجتماعية ضمن منظور إستراتيجي أكثر تنظيما و فعالية ليضمن التوافق بين الأداء الاقتصادي و الأداء الاجتماعي و البيئي و القانوني والتي تمثل في مجملها أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي حددها كارول.

فمن خلال نتائج الدراسة التي قمنا بها؛ يتضح لنا أن الوكالة لا تمارس الدور المنشود منها لا على صعيد منح القروض عند دراسة المشروع أو على صعيد التكوين المقدم للشباب المقاول وعليه ارتأينا إلى تقديم مجموعة من الاقتراحات والمتمثلة في:

- ✓ منح السلطة الكافية لممارسة المسؤولية الاجتماعية على الشباب المستثمر؛
- ✓ إعداد برامج تكوينية للمؤطرين بالوكالة قصد توعيتهم بأهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية؛
- ✓ تضمين محور يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية في برامج التكوين؛
- ✓ متابعة الشباب المستثمر بصفة دائمة للممارسة هذه المفاهيم؛
- ✓ تحفيز المستثمرين لممارسة هذه المفاهيم بتقديم امتيازات لكل من يمارسها في مؤسسته؛

المراجع:

[i] Archie B CAROLL and Kareem M SHABANA, the business casse for corporate social responsibility: a review of concepts research and practice, **international journal of management review**, Vol 12, No1, 2010, p89

[ii] Archie B CAROLL, corporate social responsibility: evolution of a defitional construct, **business society**, USA, vol 38, no 3, 1999, p272

[iii] نصر الدين بن مسعود و محمد كنوش، **واقع أهمية و قيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية**، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012، ص3

[iv] رمزي بودرجة، المسؤولية الاجتماعية وأثرها على صورة المؤسسة، **مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات**، المجلد 1 العدد 6، البليدة2، الجزائر، 2014، ص227

[v] عنابي بن عيسى، فاطمة الزهرة عسول، **إدارة السلوك الأخلاقي و المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال**، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال و المسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة بشار، الجزائر، 14-15 فيفري 2012، ص3

[vi] رمزي بودرجة، **الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية وانعكاساتها على الصورة الذهنية للمؤسسة من وجهة نظر المستهلكين–دراسة حالة عينة من المؤسسات الجزائرية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 2، 2016، ص 186

[vii] طاهر محسن منصور الغالبي وصالح مهدي محسن العامري، **المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية**، التحديات المعاصرة للإدارة العربية (القيادة الإبداعية)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006، ص.ص218-219.

[viii] jeme et souhie, **le developpement durable perçu les entreprises**, université paris 1 panthéon-serbonne, 2003, p45

[ix] Archie B CARROLL, the pyramid of corporate sacial responsibility : toward moral management of organization stackholders, **Business horizons**, vol 34, no 4, 1991, p42

[x] فلاق محمد، **مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال "دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو 9000**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلو م التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2014، ص31

[xi] http://www.ansej.org.dz/ consulté le 26.04.2017 A 12 :00 H

التوجه نحو تبني المسؤولية الاجتماعية كأحد مرتكزات استدامة المشروع المقاولاتي

–بين المقومات والمعوقات–

د. زين يونس
جامعة الوادي
zine-younes@univ-eloued.dz
د. العمري أصيلة
جامعة بسكرة
acilalamri@gmail.com

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

ملخص:

في ظل التغيرات الاقتصادية الحالية أصبح من الضروري على المقاولات أن تتحمل مسؤوليتها الاجتماعية باعتبارها أحد الشركاء الاقتصاديين الفاعلين ومدى مساهمتها في التنمية المستدامة .

ونهدف من خلال هذه الورقة البحثية إبراز أهمية وحتمية تبني المقاولاتية للمسؤولية الاجتماعية في ظل متطلبات التنمية المستدامة دون المساس بفعاليتها الإقتصادية أي تبنيَ سياساتٍ وبرامج تتوافقُ بين الفكر المقاولاتيّ الربحي ومتطلبات التنمية المستدامة، كما حاولنا إبراز المعوقات التي تحول دون تحقيق هذا الهدف.

الكلمات المفتاحية : المسؤولية الاجتماعية، المقاولاتية، المقاولاتية المستديمة، التنمية المستدامة.

رموز Jel: M13

Abstract:

In light of the current economic changes it became necessary on contracting to bear its social responsibility as one of the actors economic partners and their contribution to sustainable development.

The primary goal of this intervention to highlight the importance and inevitability of adopting entrepreneurial social responsibility under the requirements of sustainable development without compromising the economic effectiveness of any adoption of policies and programs that are compatible between thought Entrepreneurial profit and the requirements of sustainable development, and we have tried to highlight the obstacles to achieving this goal.

Mots clé: La responsabilité sociale, l'esprit d'entreprise d'entreprise, durable, le développement durable.

Jel : M13

المقدمة:

يعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمقاولات وأهميتها وأبعادها وكيفية مساهمتها في التعزيز من فرص التنمية المستدامة من المفاهيم الجديدة حيث أصبح من الضروري الالتفات إلى البيئة ومحيط المقاولة ومدى مساهمتها في التنمية المستدامة والاقتصاد الأخضر، لذلك تنامت المسؤولية الاجتماعية في العديد من المقاولات، عبر وضع برامج تطوعية تهدف إلى تحسين الجودة الاجتماعية والبيئية لأنشطتها، بعيدا عن الالتزامات البيئية والقانونية، دون المساس لفعالية الاقتصادية والمالية، إلا أن هذا تطبيق المسؤولية الاجتماعية يواجه العديد من التحديات التي تواجه تطبيقها بشكل فعال.

إشكالية الدراسة:

من خلال ما سبق تبرز معالم الإشكالية الرئيسية:

ماهي مقومات ومعوقات تبني المشروع المقاولاتي للمسؤولية الاجتماعية باعتبارها من ركائز استدامته؟

محاور الدراسة:

سيتم معالجة هذه الإشكالية الرئيسية من خلال المحاور التالية:

المحور الأول: مفاهيم أساسية حول المسؤولية الاجتماعية .

المحور الثاني: مفاهيم أساسية حول المقاولاتية المستديمة.

المحور الثالث: مقومات ومعوقات تطوير المسؤولية الاجتماعية للمشروع المقاولاتي في ظل متطلبات الاستدامة.

أهداف البحث:

- تسليط الضوء على مشاكل تنمية المقاولات في الجزائر.
- إظهار الدور الذي تلعبه مؤسسات دعم المقاولات في تشجيع وتسهيل إنشاء المقاولات.

ومن أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة و للإجابة على الإشكالية المطروحة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي .

المحور الأول: مفاهيم أساسية حول المسؤولية الاجتماعية

يركز هذا المحور على تقديم مفاهيم أساسية حول المسؤولية الاجتماعية

أولا: مفهوم المسؤولية الاجتماعية

لقد فرض موضوع المسؤولية الاجتماعية في الآونة الأخيرة نفسه في محيط العلاقة بين المؤسسات والمجتمع، خاصة مع تنامي الضغوط الدولية والمنظمات البيئية والنقابات العمالية ومنظمات حماية المستهلك، التزام المؤسسات بمسؤوليتها اتجاه المجتمع.

فلم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية معروفا بشكل واضح في النصف الأول من القرن العشرين، حيث كانت المؤسسات تحاول تعظيم أرباحها بكافة الوسائل ولكن مع النقد المستمر لمفهوم الأرباح ظهرت دوافع أخرى لأن تتبنى دورا أكبر تجاه البيئة التي تعمل فيها، وبالرغم من صعوبة تحديد دقيق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية إلا أن هناك عدة اجتهادات هادفة إلى تعريفها أهمها ما يلي:

عرفها البنك الدولي على أنها:" التزام المؤسسة بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيها والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آنٍ واحد".[1]

عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة على أنها:" التزام مستمر من قبل المؤسسات على التصرف بشكل أخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع ضرورة تحسين نوعية الحياة للقوى العاملة والمجتمع المحلي قصد تحقيق تنمية مستدامة"[2] .

عرفها الاتحاد الأوروبي على أنها:" مفهوم تقوم المؤسسات بمقتضاه بتضمين اعتبارات بيئية واجتماعية في أعمالها، وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي، ويركز الاتحاد الأوروبي على فكرة أن المسؤولية الاجتماعية هي مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها المؤسسات للقيام بمسؤولياتها اتجاه المجتمع ".[3]

ثانيا: أهمية المسؤولية الاجتماعية

يوجز الكثيرون أهمية المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية:[4]

- زيادة التكافل الاجتماعي بين شرائح المجتمع وإيجاد شعور بالانتماء من قبل الأفراد والفئات المختلفة.
- تحقيق الاستقرار الاجتماعي نتيجة توفر مستوى من العدالة الاجتماعية.
- تحسين نوعية الحياة في المجتمع.
- تحسين التنمية السياسية انطلاقا من زيادة مستوى التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجموعات والمؤسسات.
- تساهم في تعزيز صورة المؤسسة بالمجتمع، وبالتالي مردودات إيجابية لها وللعاملين فيها.

كما يمكن ذكر المزيد من العناصر التي تمثل أهمية وهي ما يبني عليه مشجعو المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة حجتهم وهي:[5]

- **توقعات الجمهور**: الاهتمامات الاجتماعية للمؤسسة تدعم الأهداف الاقتصادية.
- **الأرباح طويلة الأمد**: إن الأعمال المسؤولة اجتماعيا تميل لأن تكون أكثر ضمانا لتحقيق الأرباح طويلة الأمد، وهذه نتيجة لطبيعة العلاقة الجيدة مع المجتمع وتحسن صورة المؤسسة لدى الجمهور.
- **الالتزام الأخلاقي**: مراعاة ما هو الصواب من الخطأ في كل نشاطاتها.
- **الصورة الذهنية للجمهور**: إضافة هدف إرضاء الجمهور لكسب ثقة وولاء أكبر فئة من المجتمع.
- **البيئة الأفضل**: التزامها بحل المشكلات الاجتماعية الصعبة من أجل توفير حياة أفضل ومستويات استقرار أفضل للمجتمع.
- **عدم تشجيع صدور لوائح حكومية**: والتي من شأنها أن تكلف المؤسسة والتزامها بالمسؤولية يجنبها هذه التكاليف.
- **الموازنة بين المسؤولية والقوة**: متابعة الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية أي إعطاء الصورة الحسنة عن أعمال المؤسسة.
- **امتلاك الموارد**: إن الأعمال تمكن من امتلاك الموارد المالية والمادية التي تقدم الدعم الاجتماعي والمشروعات الحسنة للمجتمع.
- **تفوق الوقاية على العلاج**: من خلال دورها في حل المشكلات في وقتها قبل أن تتفاقم وتصبح مكلفة أو صعبة الحل.

ثالثا: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تتمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية:[6]

- **المسؤولية اتجاه المجتمع**: وتتجسد في انجاز المشاريع الأساسية، تقديم الهبات والتبرعات ،توفير فرص العمل لأفراد المجتمع، المساهمة في دعم الأنشطة الثقافية والحضارية

- **المسؤولية اتجاه حماية المستهلك:** من خلال احترام الأسعار، المقاييس والأوزان، النقل والتخزين، توفير مواد التعبئة والتغليف بالمعايير القانونية
- **المسؤولية الأخلاقية:** وتتجسد من خلال تناسق أهداف الشركة مع أهداف المجتمع، عدم احتكار المنتجات، وجود دليل عمل أخلاقي للمؤسسة، تشجيع العاملين على الإبلاغ عن الممارسات السلبية
- **المسؤولية تجاه البيئة:** وهذا من خلال الالتزام بالتشريعات البيئية، الاقتصاد في استخدام الموارد، الاقتصاد في استخدام مصادر الطاقة ،تجنب مسببات التلوث، آلية التخلص من النفايات، المساهمة في اكتشاف مصادر جديدة للمواد الخام والطاقة.

رابعا: مؤشرات تقييم المسؤولية الاجتماعية

يوجد أربعة مؤشرات أساسية يتم من خلالها تقييم المسؤولية الاجتماعية:[7]

- **مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة:** و يشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم و تقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق و تعميق حالة الولاء و انتماء العاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية و تدريبهم و تحسين وضعهم الثقافي و الاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم و ما إلى ذلك.

- **مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة:** و يشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحى بها لحماية المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة و المتولدة من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء و البيئة البحرية و المزروعات و الأعشاب الطبيعية و تلوث المياه و ما إلى ذلك.

- **مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع:** و يتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات و المساهمات للمؤسسات التعليمية و الثقافية و الرياضية و الخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم و التدريب الاجتماعي و مشاريع التوعية الاجتماعية.

- **مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج:** و تشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الانتاج و تكاليف البحث و التطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع و تدريب و تطوير العاملين و غيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات و الخدمات المقدمة إلى المستهلكين.

المحور الثاني: مفاهيم أساسية حول المقاولاتية المستديمة

في هذا المحور سنحاول التطرق إلى المفاهيم الأساسية حول المقاولاتية المستديمة من خلال التطرق إلى تعريفها، أهدافها، أبعادها.

أولا: مفهوم المقاول والمقاولة

يعتبر مفهوم المقاولة من المفاهيم التي تناولتها وجهات نظر متنوعة ودراسات موسعة أفرزت مقاربات متعددة ترتبط أساسا بالمقاول، العنصر الأهم في المقاولة ولهذا فإن تحديد مفهوم هذه الأخيرة متعلق بدرجة كبيرة بتحديد مفهوم المقاول انطلاقا من عدة مقاربات أولاها المقاربة الاقتصادية بالنظر إلى وظائف المقاول الاقتصادية حيث يعرف على أنه: "الشخص الذي يوقع عقدا مع السلطات العمومية من أجل ضمان إنجاز عمل ما أو مجموعة أعمال مختلفة". ثم ومع التطور الذي عرفة الاقتصاد العالمي والمخاطر التي

أصبحت تحيط به، تم إدخال عنصر عدم اليقين في تعريف المقاول، ليصبح "الشخص الذي يشتري (أو يستأجر) بسعر أكيد ليبيع(أو ينتج) بسعر غير أكيد".

ويلحق بما سبق دراساتSchumpeter في الموضوع لسنة 1935، والتي اعتبرت المقاول شخصا مبدعا يسعى للتغيير واقتناص الفرص واستخدام الموارد المتاحة بطرقة مختلفة تبرز قدرته على الإبداع والابتكار.[8]

أما المقاربة السلوكية فركزت على دراسة خصائص المقاول التي تدعوه للجوء إلى المقاولة فهي مقاربة نفسية وديموغرافية حاولت التمييز بين خصائص ومميزات سلوك المقاول مقارنة ببقية الأعوان الاقتصاديين والتي تخلق عنده الحاجة إلى الإنجاز والتميز وكذا تأثيرات الوسط الاجتماعي والمسار المهني الذي يكسبه جملة من الصفات تدفعه إلى اتخاذ قرار دخول عالم المقاولة.

والمقاربة الثالثة هي المقاربة المرحلية التي تأخذ بعين الاعتبار عامل الزمن في تحليل مختلف المتغيرات التي تسمح بنشوء المقاولة وسير نشاطها أي الاهتمام بما يقوم به المقاول لإنشاء مقاولته ضمن محيط متغير ومتعطش للتغيير والإبداع باستمرار بدلا من الاهتمام بدوافع المقاول لدخول هذا المجال دون إهمال أهمية هذا الجانب في اختيار مزاولة المقاولة، وبالتالي فهذه المقاربة تتجاوز محدودية المقاربات السابقة من خلال الإلمام بجوانب عدة متعلقة بالمقاول مجتمعة بدل حصر الدراسة والتضييق عليها من خلال تناول بعد واحد فقط منفصل بشكل تام عن بقية الأبعاد الأخرى.

إن تعدد الاتجاهات التي تناولت مفهوم المقاول أدى بدوره إلى تعدد مفاهيم المقاولة؛ فيعرفها FAYOLعلى أنها: "حالة خاصة يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعدم التأكد أي تواجد الخطر والتي تدمج فيها أفرادا ينبغي أن تكون لهم سلوكات ذات قاعدة تتخصص بتقبل التغيير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي"[9]

وتعرف أيضا على أنها: "مجموعة من المراحل المتعاقبة تبدأ من امتلاك الشخص لميول مقاولاتية إلى غاية تبني السلوك المقاولاتي ويتوسط هذه المراحل مرحلة اتخاذ قرار التوجه المقاولاتي الذي يعرف بأنه إرادة فردية أو استعداد فكري يتحول إلى إنشاء مؤسسة وذلك في ظل ظروف معينة"[10]

وعليه فإن المقاولة هي إنشاء مؤسسة جديدة غير نمطية تبحث عن استغلال الفرص والموارد غير المستغلة أو غير المثمنة تتميز بالإبداع والبحث عن التغيير والعمل على تقديم منتج أو خدمة مختلفة مبتكرة وجديدة اعتمادا على المبادرة الفردية للمقاول ورغبته في تجسيد أفكاره وجعلها واقعا ملموسا مع التأكيد على محيط تميزه حالة من عدم اليقين والتأكد.

ثانيا: تعريف المقاولاتية المستديمة

تتعلَّقُ باستغلالِ الفُرَصِ المرتبطة بالحماية والمحافَظة على البيئةِ؛ وذلك بطريقةٍ تقييمية؛ فالأداءُ الجيِّد لمنظَّماتِ الأعمال الحديثة يُقاسُ بمقدارِ الفوائد الاقتصادية والاجتماعية وكذا البيئية[11]

"عمليةُ اكتشافِ الفُرَصِ وإيجادها وتقييمها واستغلالها بُغْيَةَ توفيرِ مُنتجاتٍ مستقبلية تتوافقُ وأهدافَ التنمية المستديمة[12]

وانطلاقاً ممّا سبقَ يُمكِنُ تعريفُ المقاولاتية المستديمة على أنّها: عمليةُ اكتشافِ الفُرَصِ الاقتصادية واستغلالِها والاستثمار فيها بطريقةٍ تُوازِنُ بين الصِّحَّةِ الاقتصادية والعدالة الاجتماعية والمرونةِ البيئيَّة، من خلالِ السُّلوك المقاولاتيّ.

ثالثا: أهداف المقاولاتية المستديمة

المقاولاتيةُ المستديمة ومع ارتباطِها بمفهوم التنمية المستديمة، و في إطار التطوُّرِ النوعيّ لهذا المفهومِ في السنوات الأخيرة ومع اشتدادِ حِدَّةِ الأزمات والصراعات الحاصِلة على شتَّى الأصعدةِ؛ فهيَ تهدفُ أساساً إلى تقديمِ مُقتَرَحاتٍ على شكلِ حُلولٍ مستديمة؛ بغرضِ التقليل من المشاكلِ المرتبطة بالأبعادِ الرئيسية الثلاثة للتنمية المستديمة (الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية)، وهو الأمرُ الذي لن يكونَ إلّا من خلالِ الأداء الجيّد والفعَّال للمشاريع والمؤسَّساتِ والعمليات المقاولاتية التي تستوجِبُ تبنيَ سياساتٍ و برامج تتوافقُ والفكر المقاولاتيّ مِن جِهَةٍ، و التنمية المستديمة من جِهَةٍ أُخْرى؛ كـ(الابتكارِ والإبداع، والمسؤولية الاجتماعية..).

رابعا: أبعاد المقاولاتية المستديمة

للمقاولاتية المستديمة ثلاثَة أبعادٍ أساسية وهي: المقاولاتية الاقتصادية، والمقاولاتية الاجتماعية، المقاولاتية البيئية، وفيما يلي الشرحُ الموجَزُ لِكُلٍّ منها.[13]

المقاولاتيةُ الاقتصاديةُ: والتي تُعبِّرُ عن التَّوَجُّهِ الاقتصاديّ عَبْرَ اكتشافِ الفُرَصِ والعملِ على استثمارِها بُغْيَةَ الحصولِ على الأرباحِ؛ من خلالِ الانطلاقِ في مشروعٍ أو مؤسَّسةٍ جديدة، والميلِ نَحْوَ المخاطَرة، وإبداعِ المنتَج، وتسييرِ الموارد.

✓ **المقاولاتية الاجتماعية:** والتي تُمثِّلُ عمليَّاتٍ ونشاطاتٍ مُوجَّهَةً لاكتشافِ الفُرَصِ والسَّعي إلى استثمارِها بُغْيَةَ تعزيزِ الثروة الاجتماعية، وإيجادِ تغييرٍ اجتماعيٍّ إيجابيٍّ يُلَبِّي الاحتياجاتِ المجتمعيَّة والرفاهيَّة الاجتماعيَّة.

✓ **المقاولاتية البيئية:** والتي تُعبِّرُ عن التزامِ إدارة المؤسَّسة بمراعاةِ الجوانب البيئيَّة في عملياتِ اكتشافِ وتقييمِ وانتهازِ الفُرَصِ الاقتصادية المتاحة في السُّوق.

المحور الثالث: مقومات ومعوقات تطوير المسؤولية الاجتماعية للمشروع المقاولاتي في ظل متطلبات الاستدامة

أولا: المقومات

لكي تنجح المقاولة الصغرى والمتوسطة في تبني وتفعيل برامج المسؤولية الاجتماعية على أرض الواقع، فإنه يلزمها شأنها في ذلك شأن المقاولات الكبرى، وضع استراتيجيات لتطوير المسؤولية الاجتماعية تنبني على ثلاثة مراحل أساسية تتمثل في : مرحلة التخطيط، ومرحلة التنفيذ، ومرحلة المتابعة والتحسين المستمر.[14]

المرحلة الأولى: تعمل المقاولة على وضع تقييم ذاتي داخلي وخارجي، يمكنها من الوقوف على الإمكانيات المتوفرة لديها ومقارنتها احتياجات المسؤولية الاجتماعية في المجتمع الذي تعمل فيه، مما يساعدها على وضع خطة محكمة لبرامج المسؤولية الاجتماعية، ورسم الأهداف الأساسية التي تسعى للوصول إلى تحقيقها.

وتتضمن عملية التخطيط وضع برنامج لتحقيق أهداف المؤسسة ضمن إطار المسؤولية المجتمعية يتناول هذا البرنامج الأدوار الأساسية، المسؤوليات، العمليات، الموارد، الأطر الزمنية، الأولويات والإجراءات اللازمة لتحقيق الأهداف، ومؤشرات قياس الأداء، التي تمكن المؤسسة من المتابعة والتقييم لمستوى تحقق الأهداف.

المرحلة الثانية: وهي مرحلة التنفيذ فتعمل فيها المقاولة على تطبيق الخطط الموضوعة من طرفها بعد تحديد الأولويات الضرورية، وتعيين فرق العمل والمجموعات التي سيوكل إليها مهمة التنفيذ على المستوى الداخلي والخارجي، وتحديد الشراكات التي ستقوم بها مع جهات أخرى للمساعدة على تحقيق الأهداف المنتظرة، وينبغي أن يتم تصميم أو تعديل الخطط التنفيذية للمسؤولية المجتمعية، بشكل يضمن التداخل المنظم مع أنظمة المؤسسة الأخرى، بحيث تتماشى وتندمج بشكل فِعَّال، مع أنظمة الإدارة القائمة، حيث يساعد هذا الاندماج على تحقيق التوازن، وإيجاد الحلول للتداخلات المحتملة داخليا عَلى صعيد عمليات المؤسسة، وخارجيا عَلى صعيد الاتصال وأولوية تنفيذ النشاطات.

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة المتابعة والتحقيق والتحسين المستمر، يتعين على المقاولة مراجعة الأنشطة التي يتم القيام بها ، والتقدم الذي يتم إحرازه، والموارد المستخدمة، والنظر في مدى تحقيق الأهداف المحددة، وغيرها من الجهود التي تبذلها المؤسسة، وتهدف هذه الآليات إلى التأكد من أنه يتم تنفيذ الأنشطة كما هو مخطط لها.

ويجب إستخدام نتائج هذه المراجعات للمساعدة في تحقيق تحسين متواصل في المسؤولية المجتمعية للمؤسسة، ويمكن أن تتضمن هذه التحسينات تعديل الأهداف ، أو الطموح لتحقيق مزيد من الإنجازات .وفي هذه المرحلة يتم وضع معايير لقياس أداء تنفيذ هذه الخطط، وأخذ عينة من آراء المستفيدين لمعرفة نقاط القوة والضعف، وفي الأخير يتم إصدار تقرير داخلي خاص بمتابعة أداء تنفيذ هذه العمليات وعرضه على اللجنة الخاصة لمسؤولية الاجتماعية للمقاولة والتي تكون قامت بتأسيسها في البداية فالأداء الفعال الخاص بالمسؤولية المجتمعية ينبني لأساس على المراقبة الدقيقة والتقييم.

كما يمكن نشر المسؤولية الاجتماعية للمقاولة عبر ثلاثة اتجاهات أساسية تتمثل في المساهمة المجتمعية التطوعية والتي تشمل الهبات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات المجتمعية طويلة الأمد في الصحة والتعليم أو المبادرات الأخرى ذات المردود المجتمعي، والاستهلاك العقلاني للموارد المتاحة عن طريق تطبيق إجراءات لتقليل استهلاك الطاقة والمخلفات الصناعية.

ثانيا: المعوقات

إن الواقع الميداني لا يجسد هذه السمات المثالية للمسؤولية الاجتماعية للمقاولات على المستوى العربي والجزائري على وجه التخصيص، حيث يلاحظ عديد الظواهر السلبية المرتبطة بالفعل المقاولاتي والتصرفات اللاأخلاقية من طرف المقاولين تجاه المحيط البيئي والاجتماعي، والتي نذكر منها لا على سبيل الحصر[15]:

- الشركات الوهمية: حيث يلجأ أصحاب المقاولات او الشركات الى هذا النوع من الشركات للتحايل من اجل الحصول على الدعم أو مزايا اقتصادية معينة وامتيازات خاصة.
- عدم المساهمة الجادة في معالجة مشاكل المجتمع: فنجدها لا تبذل جهودا خاصة لمعالجة مشاكل المجتمع بشكل جاد, كالبطالة والفقر وتدني المستوى المعيشي, وغيرها من مشاكل المجتمع.
- استنزاف ايرادات الدولة من دون مقابل: حيث تحظي المقاولات بكثير من الدعم المالي والامتيازات الجبائية والجمركية والاستثمارية الخاصة التي تكلف الخزينة أغلفة مالية مهمة وهذا في إطار تشجيع تلك المنظمات على الاستثمار وتحسين المردودية ولكن كثيرا ما يكون هذا من غير جدوى.
- يساهم تبني المسؤولية الاجتماعية في المشروع المقاولاتي في تعظيم أرباحها على المدى الطويل.
- ضعف ثقافة المقاولات في المساهمة في القضايا الاجتماعية والبيئية بحيث تختلف هذه الثقافة من مقاولة إلى أخرى لنظر إلى الموروث الثقافي لدى مؤسسيها على اعتبار أن ثقافة المقاولة تكون عادة مستنبطة من ثقافة صاحبها وما له من قيم ومعتقدات.
- ضعف الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية يعتبر سببا محوريا في ضعف التزام المقاولة لهذه المسؤولية الطوعية
- **المعوقات الإدارية، القانونية، والمالية:** فعلى المستوى الإداري نجد نقص الخبرة لدى العاملين لشركات بخصوص الأمور الاجتماعية والأخلاقية؛ وضعف الإحساس لمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، الذي هو في الواقع مرتبط بفلسفة الإدارة العليا تجاه المجتمع و البيئة المحيطة، وضعف الاهتمام ببرامج المسؤولية الاجتماعية؛ وعدم وجود اتصال فاعل من قبل الإدارات مع الجمهور.

وعلى المستوى القانوني يمكن الحديث عن غياب تواجد دستور اجتماعي أخلاقي داخل منظمات الأعمال، كما هو الشأن لدى كبريات الشركات العالمية، زيادة على عدم احترام الأنظمة القانونية والتشريعات المحلية في سبيل تحقيق المكاسب المادية؛ وعدم وجود سياسية اجتماعية أخلاقية، التي هي وظيفة من وظائف التخطيط الاستراتيجي.

- الاعتقاد السائد لدى المقاولين بأن الاهتمام لمسؤولية الاجتماعية يؤدي حتما إلى ضعف وانخفاض الأرباح المالية للشركات، أي صعوبة التوفيق بين الربح كهدف أساسي لنسبة للشركات وانفتاحها على المستوى الاجتماعي.

خاتمة:

من خلال ما تناولناه في هذه المداخلة حاولنا إبراز أهمية تبني المشروع المقاولاتي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية لضمان استدامتها

نتائج الدراسة:

- إن تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المشاريع المقاولاتية يتطلب التطبيق الفعال لمبادئ المسؤولية الاجتماعية الأساسية من احترام حقوق الإنسان والتحسين المستمر لظروف التشغيل والعمل والعلاقات المهنية، وحماية البيئة، وتفادي الرشوة، واحترام قواعد المنافسة الشريفة، وتعزيز حكامة وشفافية المقاولة، واحترام حقوق الزبائن والمستهلكين، وتشجيع المسؤولية الاجتماعية
- يعتبر بعض المقاولون أن المسؤولية الاجتماعية مجرد أعمال خيرية .
- نجاح قيام المشاريع المقاولاتية بدورها في تعزيز المسؤولية الاجتماعية يعتمد أساسا عَلى التزامها بثلاثة معايير هي:

✓ الاحترام والمسؤولية، بمعنى احترام الشركة للعاملين وأفراد المجتمع.

✓ دعم المجتمع ومساندته.

✓ حماية البيئة من خلال الالتزام بتوافق المنتج الذي تقدمه المقاولة للمجتمع مع البيئة، أو من حيث المبادرة بتقديم ما يخدم البيئة ويحسن من الظروف البيئية في المجتمع ومعالجة المشاكل البيئية المختلفة.

- من المعوقات الأساسية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في المشاريع المقاولاتية إشكالية ذهنية وثقافة المقاولين نحوها بحيث يعتبرونها مرادفة للتكاليف الإضافية؛ لا يتوقعون منها أي فائدة أو عوائد مربحة؛ نقص الموارد المالية، ليست ذات أولوية؛ عدم توفر الوقت المخصص لها؛ المسؤولية الاجتماعية تخص الشركات الكبرى والمتعددة الجنسيات.

الاقتراحات والتوصيات:

بعد نتائج الدراسة نقترح التوصيات التالية:

- تضافر جهود مقاولين القطاع الخاص و تكثيفها من خلال خلق جسور بينهم ترتكز على برامج واستراتيجيات جماعية للمساهمة في تطوير المجتمع؛ و العمل على تأسيس صندوق خاص للمسؤولية الاجتماعية تساهم فيه مؤسسات القطاع الخاص(سواء بشكل إجمالي أو تبعا لطبيعة النشاط).
- دعم الدولة و مؤسسات القطاع الحكومي لجهود المقاولين الرامية للمساهمة في إرساء التنمية المستدامة و تقديم كل التسهيلات لذلك .و العمل على تطوير آليات تحفيزهم (كإنشاء هيئات مساهمة و مراقبة للمسؤولية الاجتماعية

للمؤسسات الاقتصادية و إنشاء برامج لتأهيل الكوادر الخاصة، و تنمية مهارات المقاولين على العطاء الذكي، ولما لا تخصيص جائزة سنوية للمسؤولية الاجتماعية الخاصة...).

- وضمان الانتشار الواسع للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الخاصة في المجتمع يتطلب توافر العديد من العوامل نذكر منها: إقتناع المقاول الخاص بالدور الحتمي لمؤسسته في تحقيق التنمية المستدامة والعمل على إقناع كل طرف داخلي أو خارجي بواجبه ومكانته في تحقيق ذلك.

المراجع المعتمدة:

1- Capron Michel, Françoise Quairel-Lanoizelée, **la responsabilité d'entreprise**, éditions la découverte, France, 2007,p23.

2- **The social role of business**, New Zealand business council for sustainable development ,New Zealand, December 2010, p6.

3- حسين الأسرج، **المسؤولية الاجتماعية للشركات**، المعهد العربي للتخطيط، مجلة جسر التنمية، العدد 90، الكويت، 2010، ص3.

4- طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، **الإدارة الإستراتيجية منظور منهجي متكامل**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2007، ص526.

5- نجم عبود نجم، **أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال**، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق ، عمان، 2006، ص 214.

6- فؤاد محمد حسين الحمدي، **الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك(دراسة تحليلية لأراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية)**،أطروحة دكتوراه،جامعة المستنصرية،اليمن،2003،ص4.

7- حامد كريم العاني، **دور المعلومات المحاسبية في قياس وتقييم الأداء الاجتماعي للمؤسسات الصناعية(دراسة تطبيقية في مملكة البحرين)**، المؤتمر العلمي الرابع حول الريادة والإبداع :استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة، جامعة فيلادلفيا،الأردن،15_16 مارس،2003

8- ذباح نادية، **دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وآفاقها (2000–2009)**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011–2012، ص–ص 15–17.

9- بن الطاهر حسين، خذري توفيق، **المقاولة كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية– المسارات والمحددات**، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، 05–06 ماي 2013، ص 05.

10- قريشي يوسف، سلامي منيرة، **التوجه المقاولاتي للمرأة في الجزائر**، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح– ورقلة، العدد 08، 2010، ص .60

11- Nouvel Eldorado, **Le grand livre de L'ENTREPRENEURIAT**, Ouvrage collectif, Dirigé par Catherine LéGER-JARNIOU,DUNOD, Paris, 2013, P:307

12- Fernando Lourenço et al, **Promoting sustainable development**: **The role of entrepreneurship education**, International Small Business Journal, April 24, 2012, p 5.

13- إحسان دهش جلاب وآخرون، **قراءات في الفكر الريادي**، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2016
ص–ص 115–120.

14- **الدليل الارشادي للسياسات والإجراءات لبرامج المسؤولية الاجتماعية**، سلسلة تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات، مجلس المسؤولية الاجتماعية، الرياض ،2010ص26

15- عبد الله قلش، **المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية العربية ودورها في تحقيق الأمن الغذائي** مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي التاسع حول استدامة الأمن الغذائي في الوطن العربي، جامعة الشلف نوفمبر 2014، ص 10.

دور حوكمة الشركات في تدعيم نمو واستمرارية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

د. سفير محمد

جامعة البويرة؛ الجزائر

E-mail :rifas8403@yahoo.fr

د حيدوشي عاشور

جامعة البويرة؛ الجزائر

E-mail : choulyan@yahoo.fr

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

Abstract:

La gouvernance prend de l'importance pour les petites et moyennes entreprises, car celui-ci a un rôle actif dans les politiques économiques des pays et leur impact sur l'économie, ce qui permet a la gouvernance d'atteindre des performances exceptionnelles et l'élaboration de stratégies pour permettre à l'institution de faire face à la concurrence en particulier à la lumière de la mondialisation. Cette recherche répond aux éléments suivants: est ce que les principes de gouvernance d'entreprise contribuent à soutenir les petites et moyennes entreprises? Et aider dans la continuité et la création de valeur? Quel est le modèle approprié de la gestion actuelle des principes qui sont inscrits dans la Charte de la bonne gouvernance?

Mots-clés :La gouvernance d'entreprise, petites et moyennes entreprises, la continuité d'entreprise

(JEL) Classification : G3

ملخص:

تكتسب الحوكمة أهمية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لما لهذه الأخيرة من دور فعال في السياسات الاقتصادية للدول وتأثيرها على الاقتصاد، فتسمح الحوكمة بتحقيق الأداء المتميز ووضع الاستراتيجيات لتمكين المؤسسة من مواجهة المنافسة خاصة في ظل العولمة. وهذا البحث يجيب على العناصر التالية: هل مبادئ حوكمة الشركات تساهم في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟ وتساعدها في الاستمرارية وخلق القيمة؟ ما مدي ملائمة نمط التسيير الحالي للمبادئ التي جاء بها ميثاق الحكم الراشد؟

الكلمات المفتاحية: حوكمة الشركات، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، استمرارية المؤسسات

رموز **jel**: G3

مقدمة:

أصبح موضوع إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يحتل حيزا كبيرا من اهتمام الحكومات والعديد من الدول، خاصة مع تزايد المكانة التي تحتلها هذه المؤسسات في اقتصاديات مختلف هذه الدول مهما كان مستوى تطورها، والدور الذي باتت تلعبه في مختلف برامج التنمية المستقبلية الإستراتجية. حيث يرى كثير من الاقتصاديين أن تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتشجيع اقامتها، باعتبارها أهم روافد عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول بشكل عام، والدول النامية بشكل خاص، وذلك باعتبارها منطلقاً أساسياً لزيادة الطاقة الإنتاجية من ناحية، والمساهمة في معالجة مشكلتي الفقر والبطالة من ناحية أخرى. ولذلك أولت دول كثيرة هذه المشاريع اهتماماً متزايداً، وقدمت لها العون والمساعدة بمختلف السبل ووفقاً للإمكانيات المتاحة.

إن نظام الحوكمة يتشكل أساساً من بنية التشريعات والقوانين والمؤسسات التي يتحدد بناءاً عليها مزيج وهيكل الرقابة في الشركات، حيث أن مواطن الضعف في الحوكمة تؤثر سلبا على ثقة الجمهور، وتزيد من حالة عدم التأكد، والمخاطر المحيطة بالشركة، مما يؤثر بشكل سلبي على نشاط هذه الشركات. إن التطبيق الجيد لمبادئ الحوكمة يساعد على رفع درجة الثقة من جانب المستثمرين، وحماية مصالحهم التي تنعكس على خفض تكلفة رأس المال وتزيد من استقرار مصادر التمويل، حيث إن جهود تحسين الكفاءة الاقتصادية التي تتبناها الحوكمة، والشفافية التي تضمن وجود منافسة ملائمة في الأسواق، ووجود بيئة قانونية، وتنظيمية، ومؤسسية، وأخلاقيات الأعمال، والحرص على عدم وجود تعارض في المصالح، له تأثير مباشر على سمعة الشركة وعنصر مهم في محاربة الفساد.

تكتسب الحوكمة أهمية خاصة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وما لهذه الأخيرة من دور فعال في السياسات الاقتصادية للدول وتأثيرها على الاقتصاد ولان المؤسسات تتأثر كثيرا بأسلوب إدارتها فان الحوكمة تلعب دور بارزا في إكساب المؤسسة صورة جيدة في السوق من خلال تحقيق الأداء المتميز ورسم الاستراتيجيات الفعالة لتمكين المؤسسة من مواجهة المنافسة الشديدة خاصة في ظل العولمة.

انطلاقا مما سبق جاءت هذه الورقة البحثية لتجيب على عدة تساؤلات أهمها: هل نمط تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحالي يسمح لها بالمنافسة والاستمرارية؟ وهل تساهم مبادئ حوكمة الشركات حقيقتا في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟ وتساعدها في الاستمرارية وخلق القيمة؟ ما مدي ملائمة نمط التسيير الحالي للمبادئ التي جاء بها ميثاق الحكم الراشد؟كل هذه الأسئلة وغيرها سنحاول الإجابة عليها من خلال هذه الورقة البحثية من خلال المحاور التالية:

المحور الأول: الإطار القانوني الجديد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المحور الثاني: واقع ممارسات الحوكمة في PME الجزائرية

المحور الثالث: مجالات الحوكمة في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المحور الأول: الإطار القانوني الجديد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تستند سياسة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التشاور والتنسيق مع الفاعلين العموميين والخواص لمعنيين، مما تترتب عليه برامج وتدابير وهياكل دعم ومرافقة بحيث تسخّر الدولة الوسائل الضرورية لذلك. وتبادر الجماعات المحلية باتخاذ التدابير اللازمة من أجل مساعدة ودعم ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاسيما من خلال تسهيل الحصول على العقار ا لملائم لنشاطاتها، وتخصيص جزء من مناطق النشاطات والمناطق الصناعية.

أولا:معايير اعتماد تعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

حسب ما جاء في القانون 17-02، فان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مهما كانت طبيعتها القانونية،تعرف بأنها مؤسسة إنتاج السلع او الخدمات وتتوفر فيها ما يلي[1]:

- تشغل من واحد (1) إلى مائتين وخمسين (250) شخصا.
- لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعة (4) ملايير دينار جزائري ، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مليار (1)دينار جزائري.
- تستوفي معيار الاستقلالية كما سنحدده لاحقا.

تدخل في نطاق أحكام القانون 17-02، المؤسسة التي تحترم الحدود التالية:

1 – الأشخاص المستخدمون : عدد الأشخاص الموافق لعدد وحدات العمل السنوية، بمعنى عدد العاملين الأجراء بصفة دائمة خلال سنة واحدة، أما العمل المؤقت أو العمل ا لموسمي فيعتبران أجزاء من وحدات العمل السنوي. والسنة التي يعتمد عليها بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنشط، هي تلك المتعلقة بآخر نشاط محاسبي مقفل.

2 – فترة تحديد رقم الأعمال أو مجموع الحصيلة : هي تلك ا لمتعلقة بآخر نشاط مقفل في مدة اثني عشر (12) شهرا

3 –المؤسسة المستقلة : كل مؤسسة لا تملك رأسمالها بمقدار 25 % فما أكثر من قبل مؤسسة أو مجموعة مؤسسات أخرى، لا ينطبق عليها تعريف ا لمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

كما تستفيد من تدابير الدعم ا لمنصوص عليها في القانون17-02، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تملك رأسمالها الاجتماعي في حدود % 49 من قبل شركة أو مجموعة شركات .

[1] القانون رقم 17-02 المؤرخ في 11 ربيع الاثني عام 1438 الموافق 10 يناير سنة 2017، المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

كما تعرّف المؤسسة الصغيرة بأنها مؤسسة تشغل ما بين عشرة (10) إلى تسعة وأربع (49) شخصا، ورقم أعمالها السنوي لا يتجاوز أربعمائة (400)مليون دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز مائتي (200) مليون دينار جزائري. أما المؤسسة الصغيرة جدا تعرّف حسب القانون 17-02 بأنها مؤسسة تشغل من شخص (1) واحد إلى تسعة (9) أشخاص، ورقم أعمالها السنوي أقل من أربعين (40) مليون دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز عشرين (20) مليون دينار جزائري. إذا صنفت مؤسسة في فئة معينة وفق عدد عمالها، وفي فئة أخرى طبقا لرقم أعمالها أو مجموع حصيلتها ، تعطى الأولوية لمعيار رقم الأعمال أو مجموع الحصيلة لتصنيفها.

ونشير في هذا الصدد انه عندما تسجل مؤسسة، عند تاريخ إقفال حصيلتها المحاسبية فارقا أو فوارق بالنسبة للحد أو الحدود ا لمذكورة أعلاه، فإن هذا لا يكسبها أو يفقدها صفة ا لمؤسسة الصغيرة والمتوسطة إلا إذا استمرت هذه الوضعية لمدة سنتين (2) ماليتين متتاليتين.[2]

يشكل تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما هو منصوص عليه في القانون 17-02 مرجعا لمنح كل أشكال الدعم والمساعدة ا لمنصوص عليها في هذا القانون لفائدة ا لمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومرافقتها، ولجمع البيانات ومعالجة الإحصائيات. كما يجب على ا لمنظومة الإحصائية الوطنية إعداد تقارير دورية وظرفية تتعلق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما هي معرفة أعلاه.

ثانيا: تدابير المساعدة والدعم لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تستفيد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من تدابير ا لمساعدة وفق حجمها، وكذا الأولويات المحددة حسب شعب النشاط والأقاليم وتهدف تدابير مساعدة ودعم ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى:[3]

- نشر وترقية توزيع المعلومة ذات الطابع الصناعي والتجاري، والقانوني والاقتصادي والمالي، والمهني والتكنولوجي المتعلقة بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،
- تشجيع كل مبادرة تسهل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحصول على العقار،
- العمل على وضع أنظمة جبائية مكيّفة مع ا لمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ،
- تشجيع وتعزيز ثقافة المقاولة، وكذا التكنولوجيات الحديثة والابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،
- تسهيل حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الأدوات والخدمات ا لمالية ا لملائمة لاحتياجاتها،
- تشجيع الجمعيات المهنية، وبورصات المناولة والتجمعات،
- تعزيز التنسيق بين أجهزة إنشاء ودعم ا لمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على ا لمستويين المركزي والمحلي.

[2] القانون 17-02، مرجع سابق.
[3] القانون 17-02، مرجع سابق.

ثالثا: إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يتم بموجب القانون 17-02 تنشأ وكالة وهي هيئة عمومية تكلف بتنفيذ إستراتيجية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .حيث تضمن هذه الوكالة تنفيذ سياسة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال الإنشاء، بما في ذلك تحسين النوعية والجودة، وترقية الابتكار وتدعيم المهارات والقدرات التسييرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تنشأ هياكل محلية تابعة للوكالة تتكون من :

- مراكز دعم واستشارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مهمتها الأساسية دعم إنشاء ا لمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، واستمراريتها ومرافقتها،
- مشاتل المؤسسات المكلفة بدعم المؤسسات الناشئة واحتضانها.

وتسهر الدولة على تطوير الشراكة بين القطاع العام والخاص، وتعمل على توسيع مجال منح الامتياز في مجال الخدمات العمومية لفائدة ا لمؤسسات الصغيرة والمتوسطة،و تنشأ لدى الوزارة ا لمكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة صناديق ضمان القروض وصناديق الإطلاق وفقا للتنظيم الساري المفعول، بهدف ضمان قروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية المؤسسات الناشئة في إطار المشاريع المبتكرة.

وفي ظل القانون الجديد ستستحدثت كذلك لدى الوزارة المكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هيئة استشارية تسمّى "المجلس الوطني للتشاور من أجل تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة". يشكل هذا المجلس فضاء للتشاور، ويتكون من ا لمنظمات والجمعيات المهنية المتخصصة الممثلة للمؤسسات .

وفي إطار تدعيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تسهر المصالح ا لمعنية للدولة ولواحقها على تخصيص جزء من الصفقات للمنافسة فيما بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث يتم إعداد وتنفيذ برامج عصرنة لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك في إطار تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية المنتوج الوطني وترتبط الاستفادة من الإعانة أو ا لمساعدة ا لمادية بالشروط المنصوص عليها في دفتر الشروط، ويخضع منحها إلى اتفاقية سنوية تبرم بين الوزارة ا لمكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتجمع أو الجمعية، وتحدد النشاطات السنوية المتماشية مع الأهداف المقررة. وتشجع الدولة وتدعم عن طريق الإعانة أو المساعدة المادية :

- الجمعيات الممثلة للمؤسسات الصغيرة جدا، والمانحة لخدمات خاصة تلبي احتياجات هذه المؤسسات،
- تجمعات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تهدف إلى تحسين تنافسية شعب النشاط، لا سيما تلك المتعلقة بالمناولة، من خلال مشاركة مختلف الفاعلين المتدخلين في نظام تصنيع منتوج مادي أو غير مادي، أو خدمة انطلاقا من البحث والتطوير إلى غاية الاستهلاك النهائي.

رابعا:ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال المناولة

تعتبر ا لمناولة الأداة المفضلة لتكثيف نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وتحظى المناولة بسياسة ترقية وتطوير بهدف تعزيز تنافسية الاقتصاد الوطني، وتتجه سياسة الدولة عن طريق الوكالة إلى تطوير ا لمناولة، لا سيما من خلال ما يلي[4]:

- ضمان الوساطة بين الآمرين والمتلقين للأوامر، وجمع وتحليل العرض والطلب الوطني في مجال قدرات المناولة،
- تثمين إمكانيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال المناولة من خلال برامج متخصصة تهدف إلى تحسين أدائها،
- ترقية نشاطات المناولة والشراكة من خلال دعم بورصات المناولة،
- ضمان مهمة مركز التنسيق في إطار نظام إعلامي موحد لبورصات المناولة،
- إعداد عقود نموذجية حسب مقاربة الشعبة تتعلق بحقوق والتزامات الآمرين والمتلقين للأوامر،
- إعداد وتحيين دليل قانوني للمناولة، وضمان الوساطة بين الآمرين والمتلقين للأوامر في حالة النزاعات.

وبهدف تقوية تكامل القدرات الوطنية للمناولة، تشجع الدولة ما يلي :

- استبدال الواردات من السلع والخدمات بالإنتاج الوطني ،
- إدراج المصالح العمومية المتعاقدة لبند يلزم الشركاء المتعاقدين الأجانب باللجوء إلى المناولة الوطنية، ضمن عقود توفير الخدمات والدراسات ومتابعة وإنشاء التجهيزات العمومية ،
- إدراج بند تفضيلي ضمن دفاتر شروط المناقصات والاستشارات المتعلقة بالصفقات العمومية الوطنية، لفائدة المتعهدين الذين يلجؤون للمناولة المقدمة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وبهدف تطوير منظومة الإعلام الاقتصادي حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تضع الوكالة التي سوف تستحدث نظاما معلوماتيا حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يشكل على وجه الخصوص أداة للاستشراف والمساعدة على اتخاذ القرار، حيث يجب تزويد منظومة الإعلام الاقتصادي حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمختلف المعلومات المحينة من طرف جميع الهيئات لاسيما:

- الديوان الوطني للإحصاء،
- ا لمركز الوطني للسجل التجاري،
- الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء،
- الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء،
- الإدارة الجبائية وإدارة الجمارك،
- الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة،

[4] لقانون 17-02، مرجع سابق.

- جمعية البنوك والمؤسسات المالية.

المحور الثاني: واقع ممارسات الحوكمة في PME الجزائرية

لقد حذت الجزائر في هذا المجال حذو التوجه العالمي لاسيما جارتاها تونس والمغرب في تبنى توجه واضح نحو ترسيخ الحوكمة الرشيدة للشركات بما فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والذي توج بإصدار المدونة الجزائرية لحوكمة الشركات في *11* مارس *2009* وهذا سعيا إلى حفز وتعزيز النمو الاقتصادي.

أولا: دواعي الاهتمام بحوكمة الشركات

لقد كان لسعي الجزائر في التحول من الاقتصاد المركزي الموجه إلى اقتصاد السوق دون إيجاد هيكل تشريعي يضمن حوكمة رشيدة للشركات العامة والخاصة اثر على الشفافية، وهذا ما أثبته المستوى السيئ الذي احتلته الجزائر(المرتبة*99*) [5]في تقرير منظمة الشفافية الدولية الذي صدر في *26* سبتمبر*2007* فيما يخص تكشف ظاهرتي الفساد والرشوة وعدم اتخاذ الجزائر أي خطوة لكبح لجام خذه الظواهر .

إن من بين الأهداف الأساسية للحوكمة، هي السير في سبيل إصلاح الاقتصاد وتدوير عجلته بشكل سليم لتحقيق التنمية، وهذا لا يأتي إلا بصياغة قرارات وإيجاد أنظمة توافق سير الأعمال الناجحة للشركات وتدعيم مسيرتها ووضع الخطط الكفيلة بتحسين أدائها[6]، إضافة إلى تدعيم خلق واستمرارية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. من هنا تبرز الحاجة لدور الحوكمة، فالعمل على الارتقاء بها من مجرد مفاهيم ونظريات تتداول في الندوات والمؤتمرات إلى أداة فاعلة من أدوات الإصلاح الاقتصادي. وتظهر جليا تضمين الجزائر لمبادئ الحوكمة في الإصلاحات المتخذة في سبيل الارتقاء بمرتبة الجزائر التي تحتل مراتب متأخرة ضمن مؤشرات الفساد والعمل على استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة ويظهر ذلك من خلال :

- إقدام السلطات العمومية على تطهير مناخ الأعمال وتوسيع مجال الحريات الاقتصادية وهذا بمراجعة المنظومة المصرفية وإصلاحها، تبسيط النظام الضريبي وتنشيط عمل السوق المالي بتشجيع دخول الشركات إليه وهذا بإرساء الثقافة المالية لدي مسيري الشركات وبيان أهمية السوق المالي [7].

---

[5] كمال بوعظم، زادي عبد السلام، **حوكمة الشركات ودورها في التقليل من عمليات التضليل في السوق المالي والحد من وقوع الأزمات مع الإشارة إلى واقع حوكمة الشركات في بيئة الأعمال الدولية**، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي حول الحوكمة وأخلاقيات الأعمال في المؤسسات، يومي 18-2009/11/19، كلية العلوم الاقتصادية ، التجارة وعلوم التسيير، دامعة عنابة، ص:11.

[6] نفس المكان.

[7] قدي عبد المجيد، **إمكانية تطبيق مبادئ منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بخصوص حوكمة الشركات في البلاد العربية**: الجزائر أنموذجا، متاح على https://www.google.dz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCoQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.kantakji.com%2Ffiqh%2FFiles%2FManage%2F911.doc&ei=Wi0BUrPHKKKJ4ATbtYHoBw&usg=AFQjCNGFTsTKSB0OKOnveqLjEwnxh0fpmw&bvm=bv.50310824,d.bGE تم الاطلاع في .2017/02/08

- انتقال الجزائر إلى اقتصاد السوق والاندماج في الاقتصاد العالمي فرض جملة من القيود الذي يفرضها المحيط الدولي ممثلا في المنظمات الدولية التي تسعى إلى تعزيز الشفافية والتنافسية في الاقتصاد، كان حافزا للجزائر لمراجعة آليات إدارة الاقتصاد وزيادة الانفتاح على المحيط الخارجي لاسيما في الاتجاه نحو الخوصصة وتقليص حجم الدولة في الاقتصاد، حيث ارتفع عدد الشركات التي تمت خوصصتها من *58* سنة *2003* إلى *110* سنة *2007* [8].
- إصلاح الإطار المحاسبي الجزائري باعتماد النظام المحاسبي المالي الذي طبق ابتداءا من *2010/01/01* على مختلف الشركات سعيا لمعالجة النقائص التي كانت في المخطط المحاسبي الوطني لـ *1975*، من خلال تنسيق الممارسات الوطنية مع ما تفرضه التحديات الدولية وتماشيا مع مبادئ حوكمة الشركات الداعية إلى إرساء مبادئ ولوائح واضحة لعملية الإفصاح عن المعلومات لمختلف الأطراف أصحاب المصلحة، مع مراعاة الشفافية والعدالة في الإفصاح بتغليب الجوهر الاقتصادي للعمليات على الشكل الذي يفرضه القانون.
- سعيا لتعزيز الشفافية تم إلزام كذلك الشركات ذات المسؤولية المحدودة الذي يتجاوز رقم أعمالها *10* ملايين دج[9]، بالمصادقة على حساباتها السنوية من قبل محافظ حسابات معتمد مستقل يضمن صدق وشرعية الحسابات المقدمة من طرف الشركة بما يحقق العرض العادل لوضعية الشركة.

يتبادر لنا أن حزمة الإصلاحات التي تعكف الجزائر على القيام بها تم تضمينها والأخذ بعين الاعتبار بمبادئ الحوكمة الرشيدة للشركات ومتطلباتها التشريعية والتنظيمية الواجب توفرها، حتى تضمن توافق هذه الإصلاحات مع ما تنادي به الهيئات الدولية والمنضمات الاقليمية في هذا الشأن، وهو ما يثبته محتوى أجندة الإصلاح القائمة على التركيز على الخصخصة، تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وإزالة المعوقات أمام قيادة القطاع الخاص للنمو وفتح السوق الجزائرية أمام المستثمرين الأجانب.

ثانيا: محتوى ميثاق حوكمة الشركات

كان مجتمع الأعمال هو الذي أخذ المبادرة لوضع مدونة الحوكمة، وهذا بتضافر جهود ثلاث مؤسسات هي: مؤسسة الفكر والعمل حول المشاريع الخاصة *CARE*، ومعهد رؤساء المؤسسات، والاتحاد الجزائري لمنتجي المشروبات*APAB*، وتم وضع وتطوير المدونة بدعم من هيئة التمويل الدولية *IFC* والمنتدى العالمي لحوكمة الشركات *GCGE* بينما يقوم مركز المشروعات الدولية الخاصة حاليا بدعم التنفيذ.

يعتبر انعقاد المؤتمر الدولي حول "الحكم الراشد للمؤسسات " بالجزائر في جوان *2007* النواة الأولى في بلورة فكرة إعداد ميثاق جزائري للحكم الراشد للشركات، تلاها فيما بعد تشكيل فريق عمل لحوكمة الشركات مكون من *8* أعضاء من القطاع الخاص، حيث لاقت هذه الفكرة دعما من سلطات حكومية ممثلة في كل من وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وزارة المالية ووزارة العدل، وقد تم الاستناد بشكل أساسي في صياغة هذا الميثاق على مبادئ حوكمة الشركات المعتمدة من طرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية

[8] تقرير حول تنفيذ برنامج العمل الوطني في مجال الحكامة، **الآلية الإفريقية للتقييم من النظراء/ نقطة الارتكاز الوطنية لدى الجزائر**، نوفمبر 2008، ص:25.

[9] القانون 10-13 المؤرخ في 29 ديسمبر 2010 المتضمن قانون المالية لسنة 2011، الجريدة الرسمية، العدد 80، المادة 66.

الصادرة [10] في *2004*، مع مراعاة خصوصية الشركات الجزائرية لاسيما الصغيرة والمتوسطة باعتبارها تشكل شريحة واسعة من مجتمع الأعمال الجزائري.

يعتبر الالتزام بمبادئ " ميثاق الحكم الراشد للمؤسسة " تطوعي وغير ملزم وهو مرتبط بدرجة الوعي بضرورة بعث مبادئ للحوكمة على المستوى الداخلي للشركة ودعمها واستخدامها ويحتوي هذا الميثاق على جزأين هما :

- الجزء الأول: يوضح الأسباب الدافعة لبروز مفهوم الحوكمة وأهمية الشركات الجزائرية؛
- الجزء الثاني: يتطرق هذا الجزء إلى إبراز العلاقات بين الجمعية العامة ومجلس الإدارة.

إن ميثاق الحكم الراشد موجه بصفة خاصة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهذا ما يفسره المساهمة الفعالة للوزارة الوصية وكذا مكانة هذا النوع من المؤسسات ومساهمتها في الناتج الداخلي الخام خارج المحروقات، ووزنها في توفير عدد مناصب الشغل في الاقتصاد الجزائري. إذ جاء هذا الميثاق لمعالجة جملة من المشاكل الخاصة بالحوكمة التي تعاني منها هذه الشركات لاسيما ما يلي [11]:

- تضعضع الثقة بين الشركات والمؤسسات المصرفية الموردة لرأس المال للشركة؛
- الطابع العائلي للشركات واثر ذلك على الإقدام على فتح رأس مال الشركات أمام المستثمرين الخارجيين؛
- تضارب المصالح بين المساهمين والإخلال بالواجبات والحقوق الخاصة بمهامهم مما يستوجب تنظيم هذه العلاقة لاسيما بين المساهمين والمسيرين، إضافة إلى العمل على حماية حقوق الأقلية من المساهمين؛
- مشكل تركز السلطات، مما يستدعي توضيح المسؤوليات داخل الفريق التنفيذي بوضع تنظيم هيكلي لضبط الصلاحيات والتقسيم الدقيق للوظائف؛
- العلاقة العدائية إذا أمكن القول بين الشركات والمصالح الجبائية، حيث ينظر كل طرف إلى الأخر نظرة العدو مما يؤدي إلى بروز انعدام النزاهة والشفافية بين الطرفين.

انطلاقا من المشاكل السابقة الذكر، يمكننا القول أن اغلب الشركات تعيش نفس المشاكل، لذا يتوجب على هذه الشركات العمل على البدء بتقييم علاقاتها الداخلية والخارجية وهذا بالاستناد إلى المبادئ التي توفرها حوكمة الشركات.

ثالثا: اهمية ميثاق الحوكمة في دعم PME

لقد كان لميثاق حوكمة الشركات أثر بالغ في مجتمع الأعمال في الجزائر فكان حافزا لانطلاق مركز"حوكمة الشركات" *(hawkamah-eldjazair)* في أكتوبر *2010*، الذي يعتبر المرجعية التي يستند عليها لتحقيق الشفافية، المساءلة والمسؤولية[12]، من خلال التوسع في نشر الوعي الجماهيري بحوكمة الشركات ومساعدة الشركات على الالتزام بمحتوى هذا الميثاق، وسواء كانت محتوياته من معايير ومبادئ إلزامية أو تطوعية، فان سر نجاحها يكمن في فهم القائمين على الشركات بأنها تساعدهم

[10] **ميثاق الحكم الراشد للمؤسسات في الجزائر**، إصدار 2009، ص:14.

[11] **ميثاق الحكم الراشد للمؤسسات في الجزائر**، إصدار 2009، ص ص:24-25.

[12] مركز المشروعات الدولية الخاصة، **حوكمة الشركات قضايا واتجاهات**، نشرة دورية للشرق الأوسط وشمال إفريقيا، العدد 21، 2011، ص ص:1-3.

على جمع منافع اكبر من المعتاد، حتى مع التقدم التدريجي تجاه تلك المبادئ، ويعزز أخلاقيات العمل لصالح القطاع العام والقطاع الخاص والمصلحة العامة.

إن إقدام الجزائر على الاستثمار في مجال حوكمة الشركات سعيا منها لتعزيز إجراءات الرقابة والشفافية والإفصاح والارتقاء بمستوى الممارسات الأخلاقية للمدراء التنفيذيين، والحفاظ على استمرارية الشركات، لا سيما ذات الطابع العائلي منها، يواجه تحديات جمة وعلى مختلف المستويات التي تتطلب الكثير من العمل في سبيل الإقدام على هذه الخطوة، وتمثل في نفس الوقت عناصر التحفيز التي تغذي هذه الإرادة.

1–توفير التمويل

لتستمر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحقق خططها التوسعية تحتاج إلى الحصول على مصادر رأس مال، مما يستوجب إرساء الشفافية وتكريس الضوابط المالية للمحافظة على المستثمرين واستقطاب أكبر شريحة من المستثمرين المحتملين، حيث نشير في هذا المجال إلى الدراسة التي أجراها كل من مجمع ماكينزي بالتعاون مع البنك الدولي، إذ توصلا إلى أن المستثمرين على استعداد لدفع قيمة أعلى لأسهم الشركات التي تمتاز بممارسات الحوكمة مقارنة بتلك التي تفتقر لمثل هذه الممارسات[13]، كما أن لتنظيم العلاقة بين الشركة ومختلف أصحاب المصلحة اثر على استدامة الشركة وقدرتها على تحقيق نتائج مالية أفضل.

2– تأطير القوى العاملة

تعتبر الموارد البشرية العقل المفكر الذي تعتمد عليه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاسيما إذا أُطّر بمواثيق أخلاقية، بحيث شكلت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مكان عمل مفضل في جذب قوى عاملة تمتاز بمهارات أفضل وإنتاجية أعلى، فترسيخ القيم والإحساس بالالتزام اتجاه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتعامل بنزاهة داخل الأوساط العمالية باعتبارهم جزءاً من أصحاب المصلحة، لا يأتي إلا بوجود نظام حوكمة فعال، مدعم بنظم الاتصالات الداخلية والخارجية التي تتمتع بالشفافية وسياسات معاملات الأطراف ذات الصلة وخطط التوفيق الداخلي ومكافحة الفساد[14].

3–استشراف المخاطر

إن الخوض في هذا الموضوع يستوجب دائما الانتباه إلى الفساد والاحتيال، فمثل هذه الممارسات من شأنها أن تزيد من التعرض للمخاطر وهدر الموارد وتهدد استدامة الشركة، حيث أثبتت الدراسات ان ضعف الحوكمة من أسباب نشوء الممارسات الاحتيالية. فتأسيس إطار قوي لحوكمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يشتمل على مشاركة المجلس والضوابط الداخلية الفاعلة، يساعد المؤسسات

[13] مركز المشروعات الدولية الخاصة، المنتدى العالمي لحوكمة الشركات، **تشجيع حوكمة الشركات في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تجارب وحلول**، فيفري 2001، ص:02.

[14] مركز المشروعات الدولية الخاصة، المنتدى العالمي لحوكمة الشركات، **تشجيع حوكمة الشركات في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تجارب وحلول**، مرجع سابق، ص:03.

الصغيرة والمتوسطة على تقييم المخاطر بصورة أكثر فاعلية. حيث يعد أعضاء مجلس الإدارة لا سيما المستقلون منهم عنصرا رئيسيا في وضع إستراتيجية للمخاطر واتخاذ إجراءات الحد منها.

4-استمرارية الشركات العائلية

يتميز مجتمع الأعمال في الجزائر باتساع الملكية العائلية للشركات لاسيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، هذا يطرح مشكلا أخر في تضارب المصالح بين أفراد العائلة، مما يزيد من تهديد عدم استمرارية الشركة. فقد اثبتت الدراسات أن بعض الدول النامية تمثل الشركات العائلية نسبة *90%*، *30%* فقط من هذه الشركات تستمر حتى الجيل الثاني و*12%* حتى الجيل الثالث و*3%* تصل الجيل الرابع وما بعده، مما يستوجب التفكير في طرق تحد من هذه المشاكل. فهناك شركات جزائرية عائلية لجأت إلى فتح رأس مالها لمستثمرين أجانب حتى تضمن أن يبقى السعي إلى وضع خطة لتعاقب الأجيال في إدارة الشركة واستشراف النزاعات المحتملة والتخفيف من أثرها، وهذا من خلال وجود مجلس إدارة قوي داخل الشركة العائلية يشجع على التواصل والشفافية وبوضع الآليات اللازمة للانتقال إلى الجيل الثاني.

المحور الثالث: مجالات الحوكمة في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

في إطار العلاقات التعاقدية التي تتطرق لها الحوكمة وبالخصوص بين المسير والمستثمر، ومن خلال اختلاف التوجهات والمشارب الفكرية لكل طرف في تصوره للحوكمة، سوف نتطرق في هذا المجال إلى مجالات مساهمة الحوكمة وأهمية كل من الشفافية، المساءلة وتحديد المسؤولية ودور مجلس الإدارة في تدعيم نمو واستمرارية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لاسيما عنصر الثقة وأهميته البالغة في تحسين صورة هذه المؤسسات في البيئة التي تنشط بها.

أولا: دور الحوكمة في تحسين جودة المعلومات المالية لـ PME

إن التطبيق السليم لحوكمة الشركات يشكل المدخل الفعال لتحقيق جودة المعلومات والتقارير المالية، إذ تعتبر احد المعايير الأساسية للحوكمة من خلال إبراز دقة وموضوعية التقارير المالية، إلى جانب الالتزام بالقوانين والتشريعات. لذا يتعين مراعاة مجموعة من الآليات التي تكفل جودة المعلومات في تطبيق مبادئ الحوكمة التي من أبرزها[15]:

- يجب أن تشتمل التقارير المالية على النتائج المالية والتشغيلية للشركة وتبين الأداء المالي وملاحظات مراجع الحسابات على القوائم المالية لإضفاء طابع الصدق والشرعية، كما تعمل على تحسين عمليات تقييم العلاقات فيما بين الشركات والمجتمعات التي تعمل بها من خلال تقديم معلومات عن سياساتها المتصلة بأخلاقيات المهنة والبيئة والتزاماتها في نطاق السياسة العامة، كما يعد تقديم معلومات عن هياكل الملكية وسياسات ممارسة السلطة في الشركات وبصفة خاصة ما يتعلق بتوزيع السلطة، بمثابة عنصر هام لتقييم أساليب ممارسة حوكمة الشركات، وكذلك التقييم السليم لتكاليف الوكالة ومنافع خطط المرتبات والحوافز ومدى

[15] لؤى على زين العابدين على، **دراسة تحليلية لأثر تطبيق آليات حوكمة إدارة الشركات على جودة الإفصاح المحاسبي**، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس حول حوكمة الشركات وأبعادها المحاسبية، الإدارية والاقتصادية، الإسكندرية 10/08 سبتمبر 2005، ص: 265.

فاعليتها. كما انه من المفيد الإفصاح عن المخاطر المستقبلية وعن المعلومات المتعلقة بما إذا كانت هذه الشركات لديها نظام لمتابعة المخاطر أم لا.

- يجب إعداد المعلومات ومراجعتها والإفصاح عنها وفق احدث إصدارات المعايير المحاسبية والمالية، ما يساهم بدوره في تحسين قدرة المستثمرين والمساهمين على متابعة أداء الشركة من خلال توافر معلومات ذات شفافية وجودة محكومة بمعايير محاسبة ومراجعة مقبولة ومتعارف عليها.
- يجب أن تتيح قنوات نقل المعلومات إمكانية وصول مستخدمي تلك المعلومات إليها بصورة تتسم بالعدالة وملائمة التوقيت وانخفاض التكاليف، فإذا كان الإفصاح عن المعلومات يعد أمرا ملزما بمقتضي التشريعات، فان تصنيف وحفظ المعلومات والوصول إليها يمكن أن يتصف بالمشقة وارتفاع التكلفة. وبالتالي فان قنوات نقل المعلومات لها من الأهمية ما يوازي محتوى المعلومات ذاتها.

ثانيا: أهمية الحوكمة في إدارة المخاطر في PME

من الضروري تحديد الخطوط الواضحة للمسؤولية والقدرة على المساءلة والاستفادة القصوى من فاعلية مجلس الإدارة في ممارسة وظائفه وتفعيل هياكله لاسيما لجنة التدقيق وعمل المدققين الداخليين والخارجيين ، نظرا لأهمية العمل الرقابي الذي يقومون به، وتتوزع مسئولية إدارة المخاطر في الشركة على كل من:

أولا:مجلس الإدارة:على مجلس الإدارة مراقبة المخاطر التي تحيط بنظام المراقبة في الشركة، ويلتزم أعضاء مجلس الإدارة الاطلاع على كافة القضايا التي تخص الشركة وعدم استغلالهم موقعهم لتحقيق مكاسب شخصية، وان يكونوا موضع ثقة ونزاهة في أدائهم لأعمالهم. ويمكن لمجلس الإدارة إنشاء إدارة أو لجنة تتولى إدارة المخاطر وتتضمن مسؤولياتها الآتي [16] :

- تحليل جميع المخاطر المرتبطة بأنشطة الشركة؛
- تطوير منهجيات القياس والضبط لكل نوع من أنواع المخاطر؛
- تحديد سقوف المخاطر وتسجيل حالات الاستثناء عن سياسة إدارة المخاطر؛
- تزويد مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية العليا بمعلومات عن منظومة إدارة المخاطر في الشركة؛
- يتم التعاون بين هذه اللجنة أو اللجان الأخرى الموجودة في الشركة لإنجاز مهامها.

ثانيا: لجنة المراجعة

إن وجود لجنة مراجعة تتمتع بصلاحيات، من شانها أن تكفل لها حق ممارسة دورها الرقابي على أعمال التدقيق الداخلي والخارجي ومتابعة تقاريرهم للتأكد من قيام إدارة الشركة بتنفيذ ما تحويه تلك التقارير من نتائج وتوصيات، ويتمثل دور لجنة المراجعة في ظل حوكمة الشركات مساعدة مجلس الإدارة على إتمام مسؤولياته الإشرافية لغرض التأكد من تكامل التقارير المالية، واحترام الشركة

[16] NACD, **National Association of Corporate Directors Report of the NACD Blue Ribbon Commission on the role of the Board in corporate strategy**, Washington, DC, NACD, 2000, disponible sur: www.nacd on line.org.

للمتطلبات القانونية والتنظيمية وضمان استقلالية المدققين الخارجيين والداخليين عند أدائهم لواجباتهم الوظيفية[17]، وتشرف هذه اللجنة على كل من:

- **المدقق الخارجي**:تستدعي متطلبات حوكمة الشركات التعاون بين إدارة الشركة وبين المدقق الخارجي، وان تتصف العلاقة بينهم بالشفافية من حيث تبادل المعلومات واستقلالية المدقق والأخذ بآرائه عند تشخيص الأخطاء. ويسعى المدقق الخارجي إلى فهم إجراءات الرقابة الداخلية ليتمكن من الوصول إلى تقييم أولي حول نوعية هذه الإجراءات ومدى ملائمتها مع نوعية المخاطر التي تواجهها، لذا فأن فحص الرقابة الداخلية من قبل المدقق الخارجي يحدد مدى قناعته بمخاطر الرقابة ومستواها [18].
- **التدقيق الداخلي**: يساعد التدقيق الداخلي في الشركة على تحقيق أهدافها من خلال انتهاج مدخل موضوعي لتقويم وتحسين فعالية إدارة المخاطر وفعالية الرقابة وفعالية حوكمة الشركات، ويعتبر التدقيق الداخلي مفتاح أساسي من مفاتيح حوكمة الشركات.[19]

ثالثا:دور الحوكمة في فجوة التوقعات

تعمل آليات حوكمة الشركات بصفة أساسية على حماية وضمان حقوق المساهمين وكافة الأطراف ذوي المصلحة المرتبطين بأعمال الشركة من خلال إحكام الرقابة والسيطرة على أداء إدارة الشركة ومراجع الحسابات. فهناك آليات تتعلق بقوة إدارة التدقيق الداخلي داخل الشركة، ومدى التزام إدارة الشركة بتطبيق المعايير المحاسبية الدولية ، وأخرى تتعلق بالمراجع الذي يقوم باعتماد القوائم والتقارير المالية الخاصة بالشركة وإبداء رأيه الفني عليها.

تساهم مبادئ حوكمة الشركات في الارتقاء بجودة المراجعة التي تنعكس على درجة إشباع مستخدمي القوائم المالية من المعلومات، وعلى ذلك يكون إشباع هذه الاحتياجات هدفا للجودة والمرشد الأساسي لتطوير وتحسين الرأي الفني للمراجع. فاستعمال مستوى إشباع لاحتياجات مستخدمي القوائم المالية يمثل معيارا لدرجة جودة المراجعة. وقد دعم هذه الجودة مبدأ حوكمة الشركات المتمثل في الإفصاح والشفافية من خلال تحديد نوعية المعلومات المراد إعدادها والإفصاح عنها، أما فيما يخص مبدأ مسؤوليات ومهام مجلس الإدارة فقد طالبت $OCDE$ بان يقوم المجلس بضمان نزاهة حسابات الشركة ونظم إعداد قوائمها المالية.كما يعد نظام المراجعة الداخلية احد أهم ركائز إطار حوكمة الشركات من خالا رفع كفاءة مستوى الأداء المهني للمراجعين الداخليين بإنشاء برامج وإجراءات داخلية لتشجيع الالتزام بالقوانين واللوائح والمعايير المطبقة.

---

[17] البنك المركزي الأردني ، **دليل الحاكمية المؤسسية للبنوك في الأردن** ، 2007، ص: 28.

[18] هادي التميمي، **مدخل الى التدقيق من الناحية النظرية والعملية** ، دار وائل للنشر ، عمان ، الطبعة الثالثة ، 2006، ص:35.

[19] FELIX, W, GRAMBLING, A, MALETTA, M, **Coordinating total Audit Coverage**: **The Relationship between Internal and External Auditors**, The IIA, Research Foundation, 1996, p: 115.

ومنه فان وجود فجوة التوقعات هي زعزعة لثقة المجتمع المالي بأداء المراجع والثقة في رأيه الفني حول صدق وشرعية القوائم المالية، ما دفع بمجتمع الأعمال إلى الاهتمام أكثر بحوكمة الشركات، ويتجلى ذلك من خلال التشجيع على اعتماد مبادئ الحوكمة التي من شانها أن تساهم في تعزيز الثقة بالتقارير المالية للشركة وبأداء المراجع الداخلي والخارجي ما ينعكس على تضييق فجوة التوقعات. كما أن لوجود قانون فعال للشركات يحدد السجلات المحاسبية التي يجب إمساكها والقوائم المالية التي يجب نشرها من الممكن أن يؤدى إلى تفعيل أكثر للآليات المحاسبية المتعلقة بإعداد التقارير المالية وبما يحقق الإفصاح والشفافية من اجل الوفاء بمتطلبات هذا القانون[20]، يؤدي إلى ارتفاع مستوى جودة الآليات المحاسبية المستخدمة في إعداد التقارير المالية وبالتالي تنعكس على تضييق فجوة التوقعات.

رابعا: أهمية الحوكمة في مواجهة الأزمات المالية

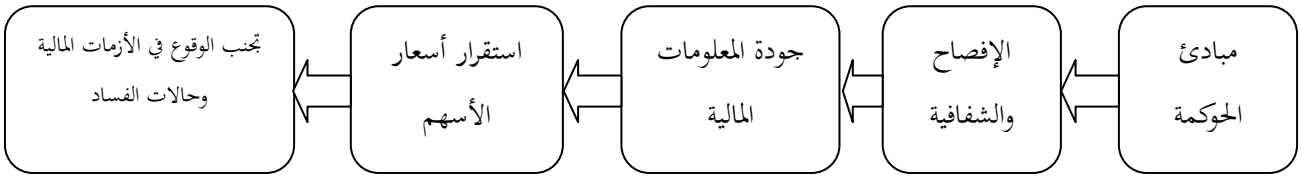
لقد عانى الاقتصاد العالمي من العديد من الأزمات أحدثها الأزمة المالية التي بدأت في أقوى اقتصاد في العالم وهو اقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية، الناجمة عن أزمة الرهن العقاري التي ظهرت على السطح في سنة *2007*، بسبب فشل ملايين المقترضين لشراء المساكن والعقارات في الولايات المتحدة في تسديد ديونهم للبنوك، وأدى ذلك إلى حدوث هزة قوية للاقتصاد الأمريكي وصلت تبعاتها إلى اقتصاد أوروبا وآسيا، مطيحة في طريقها بعدد كبير من كبريات البنوك والمؤسسات المالية العالمية، ولم تفلح مئات المليارات التي ضخت في أسواق المال العالمية في وضع حد لأزمة الرهن العقاري التي ظلت وتطورت إلى أزمة مالية عالمية، انفجرت رسميا في يوم *15* سبتمبر عام *2008* عندما أعلن بنك (ليمان برذر) وهو اكبر بنك استثماري في أمريكا عن إفلاسه وضرورة حمايته من الدائنين في هذا التاريخ .

على الرغم من التأكيد على أهمية الاعتماد على نظام جيد للحوكمة في الشركات والمؤسسات المالية وضرورة الإفصاح عن أوضاعها المالية وشفافية ممارسة الشركات لمختلف الأنشطة، وذلك من أجل تجنب تعثرها إلا أن الأزمة العالمية وإفلاس العديد من الشركات الكبيرة يبرز ضعف الحوكمة في ضمان حقوق المساهمين والمجتمع، ومن بين أسباب ذلك هو عدم أداء مجالس الإدارة لدورها بطريقة جيدة. وهنا يطرح التساؤل عن مدى جودة مجالس إدارة الشركات لعملها العالمي في ظل التحرير الكامل والسريع للتجارة الدولية والاعتماد المفرط على اقتصاديات السوق وإعادة النظر في النظام التمويلي العالمي كدور صندوق النقد الدولي والمؤسسات التمويلية[21]، من هنا يتوجب إيجاد نظام رقابة فعال. فبالرغم من ازدياد الاهتمام بالحوكمة إلا أن الأزمة العالمية وإفلاس العديد من الشركات والبنوك يبرهن على عدم فعالية الحوكمة في ضبط أداء الشركات، ويمكن تلخيص دور الحوكمة في مواجهة الأزمات المالية من خلال الشكل التالي:

[20] محمد هادي العدناني، **تأثير آليات حوكمة الشركات على فجوة التوقعات في بيئة الممارسة المهنية فى العراق**، العراق، شركة أسيا سيل للاتصالات، ص:02.

[21] مريم شريف جحنيط، **علاقة الالتزام بمعايير الحوكمة المالية بالأزمة المالية العالمية**، ضمن مقدمة مداخلة :حول الدولي العلمي الملتقى الدولية والاقتصادية المالية الأزمة ،كلية– 2009 أكتوبر 20/21 أيام العالمية، والحوكمة .الجزائر سطيف، ص: 14. عباس، فرحات جامعة التسيير، وعلوم الاقتصادية العلوم

الشكل رقم (13): دور حوكمة الشركات في تجنب الوقوع في الأزمات المالية



المصدر: حمادي نبيل، **اثر تطبيق الحوكمة على جودة المراجعة المالية دراسة حالة الجزائر**، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية، التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر3، 2012/2011، ص: 12. نقلا عن رجب احمد، دور حوكمة المؤسسات في تحديد السعر العادل للأسهم في سوق الأوراق المالية، دراسة تحليلية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، 2008، المجلد 45، العدد1، مصر: جامعة الإسكندرية، ص: 14.

عموما حوكمة الشركات تكتسب أهمية متزايدة في ظل المتغيرات الاقتصادية التي تكثر فيها الأزمات المالية، ذلك أن مبادئ الحوكمة تعتمد الأسس الأخلاقية وتضمن لكل أصحاب المصالح حقوقهم وتوجه الشركة نحو الالتزام بالقوانين المنظمة لعملها، من خلال الإفصاح والشفافية والمسائلة. فالأكيد أن انتهاج أسلوب الحوكمة وتطبيق معاييرها من شأنه أن يكون درعا واقيا لها من كل الأزمات والمخاطر المختلفة. وفي ظل تداعيات الأزمات المالية، تتجلى الضرورة الملحة للتعامل مع قضايا حوكمة الشركات لاسيما فما يلي[22]:

- العمل على إصلاح اطر وإجراءات وممارسات تطبيق إدارة المخاطر من أجل تصحيح مواضع الخلل التي كشفت عنها الأزمة المالية؛
- ينبغي توفير مزيد من الإفصاح والشفافية بشأن نظام مكافآت المسؤولين التنفيذيين، ويجب أن تقوم الشركات بإخضاع نظام المكافآت لتدقيق المساهمين وموافقتهم؛
- يجب تعزيز ممارسات حوكمة الشركات، لا سيما من خلال تطوير كفاءات ومسؤوليات أعضاء مجالس الإدارة، الذين يجب أن يبقوا على اطلاع دائم على أحدث مستجدات القطاع المالي ليتمكنوا من القيام بالمهام المنوطة بهم، كما يمكن أن يخضعوا إلى التدريب عند الضرورة. ويجب على مجالس الإدارة إجراء تقييم سنوي لأداء أعضائها الذين يجب أن يكونوا مسؤولين أمام المساهمين؛
- إرساء أنظمة فاعلة لحقوق الدائنين والإعسار، وتطوير أُطر قوية للإنقاذ وإعادة الهيكلة، لان تحديث هذه الأطر يعد من الأولويات المهمة من أجل تسهيل إنقاذ وإعادة هيكلة الشركات القادرة على الاستمرار والتي تواجه ضائقة مؤقتة أو محتملة.

خاتمة:

ساهمت الإصلاحات التي قامت بها الجزائر في نمط تسير الشركات إلى التأسيس لمفاهيم فصل الملكية عن التسيير والعمل على حماية حقوق المساهمين ومختلف الأطراف أصحاب المصلحة بالشركة، وتمكينهم من الوصول إلى المعلومات التي يحتاجونها في اتخاذ القرار، من

[22] هيئة قطر للأسواق المالية، **إصلاحات حوكمة الشركات للتصدي لمخاطر الأزمة المالية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا**، المؤتمر السنوي الثالث لحوكمة الشركات، تحت عنوان "حوكمة الشركات والأزمة المالية: هل أصبحت المنطقة لاعباً عالمياً؟" أيام 10/09 نوفمبر2008، الدوحة، قطر، ص ص:3-4.

خلال توفير تدفق المعلومات وتعزيز الشفافية والإفصاح، وهذا ما جسده محتوى ميثاق الحكم الراشد للمؤسسات الجزائرية الذي صدر سنة *2009*، وراعى في محتواه المبادئ الصادرة عن منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية *OCDE*، التي تؤسس لممارسات الحوكمة. حيث ينتظر من هذا الميثاق أن يعزز من إجراءات الرقابة والشفافية والإفصاح والارتقاء بمستوى الممارسات الأخلاقية للمسيرين والحفاظ على استمرارية الشركات لاسيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما يهدف إلى تسهيل عملية الحصول على التمويل وتأطير القوى العاملة، ويساهم في الحد من الممارسات الاحتيالية واستشراف المخاطر.

رغم ما تملكه الجزائر من إمكانات وما قامت به من إصلاحات لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتفعيل دورها في الاقتصاد، إلا أنها لا تزال دون المستوى المنشود ولذلك ومن خلال إطلاعنا على بعض التجارب العربية والعالمية الرائدة في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا سيما في نمط التسير المعبر عنه بمبادئ حوكمة الشركات، نقول أنه على الجزائر تبني سياسة واضحة المعالم للنهوض بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والاستفادة من تجارب الدول العالمية الناجحة مع الأخذ بعين الاعتبار إمكاناتنا وثقافتنا.

نتائج البحث: نقدم فيما يلي عرض لبعض النتائج التي توصلنا لها من خلال معالجتنا لهذا الموضوع، نسردها فيما يلي:

- توفّر مبادئ حوكمة الشركات، آليات رقابة فعالة وأسلوب إدارة حقيقي داخل الشركة، لاسيما من خلال لجان مجلس الإدارة، حيث تؤثر من خلالها بصفة مباشرة على النظام المحاسبي الموجود وعلى مختلف مكوناته، هذا كله من اجل إنتاج معلومات تتميز بالموثوقية والملائمة لاتخاذ القرارات من قبل مختلف الأطراف أصحاب المصلحة.
- إن التشريعات الجزائرية بشكلها الحالي غير ملائمة لحوكمة الشركات، فعلى الرغم من أهمية الإطار القانوني والتشريعي لتطبيق حوكمة الشركات، إلا أن هذا الإطار تفتقد له ممارسات الحوكمة في الجزائر، ما يمثل نقطة أساسية يجب الاهتمام بها، لذا يتوجب العمل في هذا الاتجاه وبإشراك جميع الفاعلين في الحوكمة بتضمين التشريعات الجزائرية بلوائح وإرشادات مبادئ حوكمة الشركات.

التوصيات:

- تضمين مبادئ الحوكمة ضمن شروط قبول إدراج الشركات في البورصة، ما يشكل فيما بعد ميزة تنافسية للمؤسسات الصغير والمتوسطة، وعنصر أساسي للمفاضلة بين قرارات الاستثمار في مختلف المؤسسات.
- العمل على تكريس الإفصاح الكامل والوقتية في تقديم المعلومات، واحترام حقوق أصحاب المصالح، وإعداد إجراءات الرقابة على نظم المعلومات المحاسبية، والفصل بين الوظائف بتحديد المسؤوليات، وما يترتب عليها من مساءلة، لان هذه العوامل أساسية في بناء نموذج جيد للحوكمة.
- الاهتمام أكثر بتحقيق أهداف القوائم المالية، لأنها تساهم في القيام بالإشراف السليم وتوفير الأساس الملائم لتقييم الأسهم، كما أن مناقشات الإدارة وتحليلاتها للعمليات عادة ما تتضمن التقارير السنوية، وهو ما يرسي الممارسات الجيدة لحوكمة الشركات القائمة على الشفافية في التعامل الداخلي والخارجي للشركة. كما أن تقديم المعلومات حول المخاطر المتوقعة والمتعلقة بكافة نشاطات الشركة، يعد عنصر مهم لممارسة الحوكمة.
- ضرورة الاهتمام بموضوع الحوكمة ومدى تطبيقه في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لان كل مؤسسة تختلف عن الأخرى لكن كلها تجتمع في السعي إلى تحقيق الأداء وهو مضمون الحوكمة.

تسعير المياه ودوره في تحقيق كفاءة استخدامها بالجزائر- دراسة تحليلية-

د. عقون شراف المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة/ الجزائر aggoun.charaf@yahoo.fr
أ. زموري كمال المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة/ الجزائر kzemouri@yahoo.fr
أ. لفيلف عبد الحق جامعة قاصدي مرباح ورقلة / الجزائر

Water pricing and its role in achieving efficient use in Algeria
– an analytical study -

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

ملخص: بسبب ندرة المياه وازدياد الطلب عليها وارتفاع كلفة تطوير مصادر مائية جديدة، أعادت الجزائر النظر في نهج إدارة مواردها المائية، وجعلها تلجأ إلى بعض الأساليب الحديثة التي تهدف إلى زيادة حجم عرض المياه وتنميتها وتحسين نمط استخدامها ورفع كفاءتها، وذلك استنادا إلى تطبيق استراتيجية الإدارة المتكاملة للموارد المائية التي تركز على مدخل إدارة الطلب، ووسيلتها في ذلك تتمثل في "**تسعير المياه**" التي تعد أداة رئيسية في مجال ترشيد الاستخدام على أن تكون هذه التسعيرة توفق بين كلفة الإنتاج وتوزيع المياه ومستوى الدخل المتاح للمستخدمين لها، وتضمن في الأخير رفع كفاءة وفعالية استغلال المياه. وقصد الإلمام بجوانب هذا الموضوع، تأتي هذه الدراسة محاولة بيان تسعير المياه ودوره في تحقيق كفاءة استخدامها بالجزائر وذلك من خلال استعراض المحاور التالية:

1– التحليل الإقتصادي للمياه؛ **2–** البعد التسويقي للتسعير؛ **3–** تسعير المياه في ظل التوجه الحديث نحو إدارة الطلب على المياه؛ **4–** تسعير المياه في الجزائر وتطوره.

الكلمات المفتاحية: المياه، التسعير، تسعير المياه، اقتصاد المياه، إدارة الطلب على المياه، الجزائر.

رموز **jel**: M11,O13,Q25

Abstract: For the water scarcity, increased demand and the high cost of developing sources of new water, Algeria Consider approaches manage their water resources, and make them resort to some modern methods that aim to increase the volume of water supply and development and improve the pattern of use and raise their efficiency, and based on the application of strategic integrated management of water resources that based on the entrance of demand management, The way is to "water pricing", which is a key tool in the field of rational use to be this pricing gathering the cost of production and distribution of water and the level of disposable income users, and ensure the latter raise the efficiency and effectiveness of water use .

In order to understanding the aspects of the subject, this research comes, trying to show the impact of pricing on the rational use of water and through exposing the following sections:

1 - Economic Analysis of water; 2 - marketing dimensional of pricing;
3 - water pricing in the modern trend towards water demand management;
4 - Water Pricing in Algeria and their development.

Key words: water, pricing, water pricing, water economy, water demand management, Algeria.

(JEL) Classification : M11,O13,Q25

المقدمة:

الماء أهم الموارد الموجودة على سطح الأرض، ونعمة من نعم الله التي وهبها لعباده لتقوم الحياة فوق هذا الكوكب، فهو مصدر الحياة والغذاء والدعامة الأساسية لأي جهود تنموية. ويتصف مورد المياه كبقية الموارد الاقتصادية بالندرة النسبية في مكان أو زمان معين، كما أنه متعدد الاستخدام ويطلب بنوعية ومواصفات محددة اعتمادا على نوع الاستخدام، مما يتطلب استخدامه استخداما أمثل وتخصيصه تخصيصا أمثل بين استخداماتها المتنافسة عليها.

إن تسيير المياه أصبح من المواضيع المحددة للتنمية والإستقرار في كثير من دول العالم ومنها الجزائر خاصة، لتميزها بموارد مائية محدودة وغير منتظمة وهشة، وبالمقابل هناك طلب متزايد على المياه لتلبية احتياجات التنمية ورفع المستوى المعيشي للسكان، وهكذا تفرض مشكلة ندرة الموارد المائية وتلوثها تحديا على الدولة وذلك بتحمل مسؤولية التصدي لمشاكل إدارة مواردها المائية الأمر الذي يستلزم تطبيق استراتيجية الإدارة المتكاملة للموارد من خلال مدخلين **:** مدخل إدارة عرض المياه ومدخل إدارة الطلب على المياه. خصوصا مع تحديد البنك الدولي استراتيجيته المائية التي تركز على" **إدارة الطلب**"، ووسيلته في ذلك تتمثل في " **تسعيرة المياه**"، وعليه يعد تسعير المياه أداة اقتصادية يمكن أن تساهم بدرجة ملموسة في إدارة الطلب على المياه، ويمكن أن تكون أداة فعالة لإدارة خدمة المياه، كما يجب أن تكون الأسعار عادلة ومنصفة ويجب تطبيقها على الكميات المستهلكة، كذلك عند وضع نظام تسعيري يجب مراعاة الجوانب الإجتماعية والأخلاقية للمجتمع، وكذا عند زيادة الأسعار يجب زيادتها تدريجيا وتضمن في الأخير الفعالية.

المحور الأول: التحليل الإقتصادي للمياه

الماء أساس الحياة على سطح الأرض ومورد لا بديل عنه، وهذا ما جعله سلعة مميزة بين السلع الإقتصادية الأخرى، والماء له مكانته في علم الإقتصاد من عدة زوايا وله مصادر عديدة واستخدامات كثيرة في حياة الإنسان.

الفرع الأول: مفهوم وأهمية اقتصاد المياه

إن دراسة كيفية استخدام الموارد المائية والحفاظ عليها وتنميتها هو الذي يقودنا إلى الدراسة الإقتصادية للموارد المتاحة، ذلك أن حجم الموارد المائية يؤثر على مستوى معيشة سكان الدولة، وعلى درجة التقدم الإقتصادي التي وصلت إليها، خصوصا وان مستوى الرفاهية الإقتصادية هو دالة في حجم الموارد المائية المتاحة. وبناء على ذلك يمكن تعريف علم اقتصاد الموارد المائية بأنه ذلك العلم الذي يبحث في تنمية الموارد المائية من حيث زيادة كميتها وتحسين نوعيتها ورفع كفاءة إدارتها، بما يعود بالفائدة على جميع أفراد المجتمع[i].

وقد جاءت الحاجة لضرورة وجود هذا العلم بعد تزايد أزمة المياه العالمية وتحرك المنظمات الدولية بغرض البحث عن حلول لهذه المشاكل المتزايدة، بتطبيق بعض المعارف العلمية والهندسية الخاصة بمنشآت الري والصرف، بالإضافة إلى سن مجموعة من القوانين الدولية والمحلية التي تنظم استغلال المياه.

وهناك مجموعة من العوامل التي تجعل دراسة المياه ذات أهمية بالغة وهي[ii]:

–**حماية الموارد المائية والحفاظ عليها:** هذا يتطلب حصرها بدقة لتحديد إمكانيات استغلالها محليا ومستقبليا بوضع البرامج التي تتضمن عدم الإسراف في استخدامها، مثل سن بعض التشريعات الخاصة بالموارد المائية التي تحد من استخراجها وضمان عدم استنفاذها، وكذا حضور الدول لإجتماع المجلس العالمي للمياه كل 22 مارس من كل سنة الذي يسمى "**باليوم العالمي للماء**"؛

–**زيادة السكان:** بينما يسجل عدد السكان زيادة تقدر بحوالي 1,5 % سنويا، فإن الموارد المائية لا تزيد بنفس المعدل، وهذا الوضع يتطلب دراسة ضرورة التوسع في الإستفادة من الموارد الحالية أو البحث عن مصادر جديدة للموارد المائية وكذا البحث عن الأساليب الإدارية الحديثة المساعدة على المحافظة عليها؛

–**تزايد معدلات استهلاك الفرد:** ازداد معدل استهلاك الفرد للمياه من شرب واستعمالات منزلية متنوعة، بالإضافة إلى اعتماد أغلبية السلع الإستهلاكية عند إنتاجها على المياه، وهذا ما أدى إلى زيادة الإهتمام بترشيد استهلاك المياه واستخدام الطرق الإقتصادية الحديثة؛

–**المياه ومؤشرات التنمية:** إن الدول المتقدمة التي يرتفع فيها معدل استهلاك الفرد للمياه البالغ حوالي 1200 م^2 في السنة، نجدها تحقق مؤشرات تنمية عالية مثل يزيد دخل الفرد فيها عن 10 آلاف دولار ويصل عمر الفرد إلى أكثر من 75 سنة، وترتفع فيها درجة التصنيع والإكتفاء الذاتي، وتنخفض فيها معدلات النمو السكاني ونسب الأمية ... بينما يحدث العكس في الدول المتخلفة التي يقل فيها نصيب الفرد من استهلاك المياه البالغ حوالي 500 م^2 في السنة، وهذا ما يدل على ارتباط الرفاهية والتنمية وحاجات السكان المعيشية بالموارد المائية؛

–**المياه والطاقة:** تعتبر المياه الساقطة مصدرا مهما من مصادر الطاقة مهما اختلفت طرق استغلالها، حيث تحول إلى طاقة كهربائية تستخدم في حياة الإنسان وتساهم في الرقي والتطور الإقتصادي والإجتماعي.

الفرع الثاني: مصادر المياه واستخداماتها

الماء هو العنصر الأساسي لقيام أي مظهر من مظاهر الحياة، وهو أحد أهم عناصر الثروة الطبيعية في الكون، وتكمن أهمية الماء في أنه يشكل القوت والغذاء اليومي للكائنات الحية وهو عنصر مهم لمصادر الطاقة، وأهم العناصر المحددة للتوسع في إنتاج المحاصيل والتوزيع الزراعي، وقناة مهمة في الحركة والنقل من مكان إلى آخر ... وتقدر كمية الماء على كوكب الأرض بـ 1360 مليار مليون كم^3 منها 97,5 % توجد في البحار والمحيطات. وكمية المياه العذبة والصالحة تشكل فقط 2,5 % من جميع مصادر المياه في العالم[iii]. وتتوزع الموارد المائية بشكل غير منتظم وغير متجانس على الكرة الأرضية، فهناك مناطق تعاني من الفيضانات والكوارث نتيجة تدفق مياه الأمطار الغزيرة ومناطق أخرى تعاني من الجفاف وعدم كفاية الموارد المائية. ومن مصادر الموارد المائية المعروفة نجد[iv]:

1– المصادر التقليدية: ومنها ما يلي:

- **مياه الأمطار:** هي المصدر الرئيسي لكثير من مناطق العالم حيث أن ارتفاع معدل تساقط الأمطار في منطقة معينة يعني ارتفاع منسوب المياه الجوفية والسطحية والأنهار، وتعتمد الكثير من الدول في زراعتها وإنتاج محاصيلها الغذائية على مياه الأمطار؛
- **المياه السطحية:** وتشمل الأنهار والبحيرات العذبة والجداول التي تنتج عن الينابيع والأمطار، وتمتد على مساحات واسعة مما يجعلها عرضة للتلوث بسبب أنشطة الإنسان التنموية، ويعتمد عليها في الزراعة وتوليد الطاقة وفي تنمية الصناعات المختلفة؛
- **المياه الجوفية:** وتشمل جميع أنواع المياه الموجودة في باطن الأرض ومنها المياه المخزنة في طبقات الأرض نتيجة تسرب مياه الأمطار إلى هذه الطبقات وهي أحواض مائية متجددة، والمياه الجوفية غير المتجددة التي اختزنت في خزانات جوفية عبر عصور طويلة وتوقفت تغذيتها بمياه الأمطار نتيجة عوامل مناخية وجيولوجية عديدة؛
- **مياه العيون:** تتواجد في أعماق متفاوتة البعد، وهناك عدة أسباب لتدفق المياه في العيون والينابيع من باطن الأرض إلى سطحها ومنها اختلاف درجات الحرارة، والضغط الهيدروستاتيكي الواقع على طبقات الأرض المتشبعة بالمياه، بالإضافة إلى الضغط الناتج عن الغازات الحبيسة في طبقات الأرض ودورها في إحداث تفاعلات كيميائية تساهم في تدفق المياه إلى سطح الأرض.

2– المصادر غير التقليدية: ومنها:

- **تحلية مياه البحر والمياه قليلة الملوحة:** بدأ استخدام تكنولوجيا إزالة الملوحة سنة 1960 حيث بلغ إنتاج المياه العذبة المزالة الملوحة حوالي 8000 متر مكعب في اليوم، وكان معظمها لتحلية مياه البحر، وحاليا بلغ إنتاج تلك المياه أكثر من 13 مليون متر مكعب في اليوم باستخدام عدة طرق حديثة مثل الديلزة الكهربائية والتناضح العكسي، ولكنها مكلفة بسبب الطاقة اللازمة لتشغيل محطات التحلية؛
- **مياه الصرف الصحي المعالجة:** يمكن استخدام مياه الصرف الصحي المعالجة لري المحاصيل الزراعية بالخصوص نظرا لملاءمتها لنمو تلك المحاصيل أو استخدامها في الصناعة ولأغراض ترفيهية في صيانة المناظر الطبيعية والخزانات الجمالية وغيرها؛
- **استخدام مياه الصرف الزراعي:** يمكن استخدامها لأغراض الري لأنها لا تشكل خطرا على النبات، بينما تكون مصدر خطورة على صحة الإنسان والحيوان عند اختلاطها بمصادر مائية تستخدم للإستعمال البشري أو الحيواني لأنها غالبا تتأثر بالأسمدة والمبيدات؛
- **التدوير الصناعي:** إن الصناعة تستهلك ربع الإستهلاك العالمي من المياه الذي يستخدم للتبريد والمعالجة والتسخين وغيرها، وهي تستهلك جزء بسيط والباقي يمكن إعادة تدويره داخل المصانع وبالتالي يمكن الحصول على عائد أكبر من المياه المخصصة للعمليات السابقة؛
- **الأمطار الصناعية:** بدأت أولى المحاولات في المقاطعات الشمالية للولايات المتحدة الأمريكية سنة 1945 عندما حل الجفاف، وهنا قام العلماء بعدة تجارب لحل المشكلة من خلال استخدام تقنية حقن السحب بالثلج الجاف لتحويل القطرات الصغيرة إلى قطرات كبيرة التي تتساقط مطرا حيث يكبر حجمها وتتشبع بالرطوبة باستخدام مواد كيميائية أخرى للغرض نفسه، وتعتبر تقنية الإستمطار من التكنولوجيات الحديثة للحصول على المياه ولكنها مازالت تستخدم على نطاق ضيق.

يجب إيلاء أهمية أكبر للبدائل اللامركزية وذات رأس المال المنخفض (مياه الأمطار والمياه الجوفية ...) بدلا من الحلول المركزية ذات رأس المال المرتفع (تحلية مياه البحر والإستمطار ...)، وقد ثبت إلى حد كبير أن هذه الحلول أكثر جدوى نظرًا للتكلفة المنخفضة للمياه التقليدية الجديدة[v].

تطلب المياه لغرض استخدامات متعددة منها[vi]:

✓ تستخدم المياه لأغراض الشرب، الطبخ، الغسل، التنظيف المنزلي وغيرها ويتراوح معدل الإستخدام بين 20 لتر يوميا للفرد في مجتمع متخلف إلى 700 لتر في مجتمع متطور؛

✓ تستخدم المياه في ري الأراضي الزراعية حيث تستحوذ الزراعة على الجزء الأكبر من كميات المياه المستخدمة للأغراض المختلفة على المستوى العالمي بنسبة قد تصل إلى 90 % خصوصا في المناطق الجافة، كما أن الثروة الحيوانية أيضا تحتاج إلى كميات كبيرة من المياه، فالخروف الواحد يحتاج إلى 7 لتر يوميا، والأبقار إلى 100 لتر لإنتاج 40 لتر من الحليب؛

✓ تستعمل المياه في الصناعة حيث تستهلك حوالي 20 % من المجموع الكلي للمياه المستخدمة في العالم، حيث تستخدم بأشكال متعددة منها لأغراض التبريد، وفي تركيب المنتجات، وإجراء التفاعلات الكيميائية وأغراض التذويب وغيرها؛

✓ إنتاج الطاقة المائية حيث تعتبر المياه مصدرا مهما في إنتاج الطاقة الكهربائية الرخيصة؛

✓ إنتاج الأسماك عن طريق تربية الأحياء المائية والأسماك من أجل سد الحاجات المتزايدة على هذا النوع من اللحوم؛

✓ استخدام المياه في النقل والمواصلات حيث تستعمل البحار والأنهار والبحيرات كوسيلة نقل باستخدام السفن والزوارق والغواصات؛

✓ السياحة وتشمل المسابح وملاعب المياه، وإنشاء بحيرات اصطناعية؛

✓ النظافة وتجميل المحيط السكني، وفي الإستخدامات العامة بغية ري المساحات الخضراء العامة؛

✓ تستخدم المياه في مشاريع البناء والسكن والتشييد.

الفرع الثالث: القيمة الإقتصادية للمياه

أصبح الماء وأمام ندرة توفره يخضع لتجاذبات اقتصادية و بات مبدأ اقتصاديات المياه يشكل أحد الجوانب الهامة في إدارة الطلب على الماء. وفي الحقيقة فانه لا يمكن النظر إلى الماء كسلعة اقتصادية (بغض النضر طبعا عن أهميته للإنسان والحيوان)، فالسلعة الاقتصادية من حيث تعريفها هي سلعة قابلة للنقل والتداول تخضع للأسواق من حيث تقدير قيمتها ويمكن نقلها من مكان إلى آخر وفقا لما تقتضيه أسعار السوق، ويكون لها سوق دولي مثل مختلف الموارد الأخرى و يمكن للمستهلك تبعا لمستوى دخله شراء أو الامتناع عن شراء سلعة ما. أما الماء فهو ضرورة حياتية للإنسان ولا خيار لديه عن استخداماته مثل الهواء وبالتالي فهو حق مكتسب له لابد للمؤسسات المعينة من توفيرها لكافة المواطنين وفقا لرسوم تمليها الظروف الاجتماعية والاقتصادية السائدة في كل منطقة، وهي في معظم الحالات تنحصر في استرداد تكاليف التشغيل و الصيانة، ويمكن تحديد بعض الخصائص الإقتصادية للموارد المائية منها:

– الماء مورد نادر؛

– **الماء مورد متجدد:** إن الموارد المتجددة ملك لجميع أفراد المجتمع، ومع ذلك يمكن أن تتحول إلى سلعة إذا أضيفت إليها قوة عمل جديد تزيد من منفعتها و بالتالي تزيد قيمتها كما هو الحال بالنسبة لمياه الشرب التي يتم تنقيتها وتوصيلها أو حتى تحليتها فيستفيد منها جميع أفراد المجتمع بأثمان مدعومة نظرا لأنها قضية حياة أو موت بالنسبة للأفراد؛

– **الماء وآليات السوق:** للماء مميزات تجعل منه سلعة ذات مضامين خاصة، تؤدي إلى ما يعرف بهفوان السوق: الإحتكار الطبيعي، وجود الآثار الخارجية، الماء خدمة عامة ... وعليه غالبا ما يعجز السوق عن تحديد أسعار العرض والطلب على المياه. كما ينظر إلى المياه كمنتج نهائي "سلعة استهلاكية" وليس كمستلزم إنتاج "سلعة انتاجية"، فإذا نظرنا إلى المياه كأحد مستلزمات الانتاج "سلعة إنتاجية "فإنه يجب التفرقة هنا بين السلعة العامة والسلعة الخاصة تماما كما يتم التفرقة بين الخدمة العامة و الخاصة . وإذا تم الاعتراف بأن المياه من قبيل السلعة العامة فان ذلك لا يعني عدم تنظيم استغلال هذه السلع العامة بغرض الحفاظ عليها وتعظيم الاستفادة منها ، وهو ما ينطبق تماما على ضرورة تدخل الدولة لتنظيم و ليس ضرورة تدخل الدولة للبيع.

وعلى اعتبار ندرة المياه وصعوبة الوصول إليها خصوصا إلى المياه العذبة الصالحة للإستخدام البشري، هذا ما يعطي للمياه قيمة اقتصادية كبيرة، وهناك الكثير من المدارس الإقتصادية التي تطرقت إلى المياه من خلال قيمتها وثمنها من أجل معرفة كيفية تسعيرها، ومن أبرز هذه المدارس الإقتصادية نذكر[vii]:

1– **المدرسة الكلاسكية:** قدم أصحاب المدرسة الكلاسيكية وعلى رأسهم "**آدم سميث**" تفسيرا لذلك التناقص بالتفرقة بين نوعين من القيمة هما: قيمة الاستعمال وقيمة المبادلة. ولتوضيح فكرته جاء مثاله الشهير في التفرقة بين الماء و الماس، فالماء يتمتع بقيمة استعمال عالية جدا ولكن قيمته عند المبادلة صغيرة جدا، أما الماس فقيمة استعماله ضئيلة للغاية ولكن قيمته عند المبادلة عالية جدا. وفي محاولته لتفسير ذلك ذهب إلى اتخاذ العمل مقياسا للقيمة، وقال إن قيمة كل سلعة تتحدد بما يبدل فيها من عمل .كما أشار "**آدم سميث**" إلى أن هذه القيمة قد تختلف مع ثمن السوق، فهذا الثمن يتحدد طبقا لاعتبارات العرض و الطلب، ولكن هناك اتجاها لثمن السوق إلى المساواة مع الثمن الطبيعي الذي يتحدد بالمعدل الطبيعي لكل من الأجر و الربح و الريع، وانتهى الوضع عند "**آدم سميث**" إلى الأخذ بنظرية تكلفة الإنتاج وقصر نظرية قيمة العمل على المجتمع البدائي.

أما "**ريكاردو**" فوافق على التفرقة بين قيمة الاستعمال وقيمة المبادلة كما وردت عند "**آدم سميث**"، وبين أن الغرض من نظرية القيمة هو البحث في محددات قيمة المبادلة. وأنه حتى يكون للسلعة قيمة مبادلة لابد وأن يكون لها قيمة استعمال، فقيمة الاستعمال شرط لقيام قيمة المبادلة في السلعة لكن قيمة الاستعمال لا تصلح لأن تكون معيارا لقيمة المبادلة لأنها تتحدد وفقا لعناصر الندرة أو العمل المبذول في السلعة. أما "**كارل ماركس**" فأخذ في جزئه الأول في كتابه الشهير "رأس المال" بنظرية العمل في القيمة،

حيث يأتي بثلاث تغيرات لتحليل السلعة، الأولى قيمة الاستعمال والثانية قيمة المبادلة والثالثة القيمة. فالسلعة ذات القيمة من حيث أنها هي التجسيد أو البلورة لهذا العنصر ذوي الطابع الاجتماعي والمشترك بينهما وهو العمل، ويقصد "**ماركس**" بالعمل ،كل جهد إنساني سواء اتخذ صورة ظاهرة أو بصورة عمل مختزن أو متراكم في شكل آلة أو مادة أولية، أما المنتجات الطبيعية عنده فليست لها قيمة إذا لم يبذل في اقتنائها عمل.

2- **المدرسة النيوكلاسكية:** جاء "النيوكلاسيك" عند نهاية القرن التاسع عشر ليقدموا بناء متكاملا على التحليل الحدي الذي ساهم في حل لغز الماء و الماس ، حيث أمكن إدخال المنفعة وهي (علاقة شخصية) في تحديد القيمة دون اصطدام بعقبة انخفاض أثمان السلع ذات المنافع الكبيرة، فالمنفعة رغم أنها علاقة شخصية إلا أنها تتوقف أيضا على الندرة. وقد ساعد على رواج أفكار المدرسة الحدية ما حدث من تطور في الدراسات النفسية في تلك الفترة، حيث انتشرت أعمال "**فيشنر**" لبيان مدى تأثير الأحاسيس نتيجة بعض المؤثرات الخارجية ، وله قانون معروف باسمه يقول أنه إذا تعرض الشخص لجرعات متساوية من مؤثر خارجي فان كثافة الإحساس المترتب على ذلك تتناقص باستمرار .

ومن الواضح أن هذا القانون هو الأساس الفكري الذي قامت عليه نظرية "المنفعة الحدية". كما ساعد على انتشار هذه المدرسة أيضا ذيوع مذهب المنفعة، وهكذا أنشئوا ما يعرف بالإنسان الاقتصادي الرشيد الذي يسعى لتعظيم المنفعة وتقليل الأضرار لمحاربة النذرة التي لا تعبر في الفكر الحدي عن محدودية تواجد الأشياء، بل على مدى منفعتها سواء مادية أو نفسية، ونظرا لمحدودية الموارد وزيادة الرغبات يسعى المستهلك لتحقيق أكبر منفعة تضمن احتياجاته، وهو نفس سلوك المنتج الذي يهدف لتعظيم ربحه وبأقل تكلفة، وهكذا تحول الاقتصاد على يد الحديين إلى علم للندرة بعدما كان علما للعلاقات الاقتصادية إنتاجا و توزيعا. وهكذا فكفاءة الاختيار تتوقف سواء في الإنتاج أو في الاستهلاك عندما يتساوى العائد الحدي مع التكلفة الحدية. ففي الإستهلاك يسود مبدأ تناقص المنفعة كلما زاد الإستخدام بينما في جانب الإنتاج يسود مبدأ تزايد التكاليف الحدية بعد حجم الإنتاج الأمثل. وقد حاول "**مارشال**" رائد النيوكلاسيك الجمع في نظريته للقيمة بين التكلفة والمنفعة، فالقيمة تتحدد عنده بالعرض والطلب معا، ويرى أنه من الصعب تحديد المسئول منهما عن تحديد القيمة، فالعرض والطلب مسؤولان معا في تحديد القيمة. ويتضح هنا أن "**مارشال**" يتحدث عن القيمة باعتبارها الثمن.

يلاحظ من العرض السابق أن التفرقة بين القيمة والثمن كانت واضحة لدى الكلاسيك، و رغم هذا الوضوح لدى النيوكلاسيك أيضا إلا أنهم أخذوا بنظرية أن الثمن هو الشكل الصحيح للتعبير عن قيمة الأشياء. وفي هذا الصدد يجب أن نشير إلى قضية هامة و هي أن تحليل هؤلاء المفكرين انصب باتجاه السلعة العادية السوقية، غير أن المياه تتميز ببعض المميزات الخاصة التي تجعلها سلعة ذات طبيعة خاصة لا تنطبق عليها آليات السوق في تحديد أسعار الطلب عليها والعرض لها و أهم هذه المميزات نجد ما يلي[viii]:

- المياه سلعة حيوية وليس لها بديل؛
- التكاليف الإنشائية المتعلقة بتطوير مصادر المياه عالية للغاية؛
- فوائد تطوير مصادر المياه لا تقتصر على شخص دون آخر أو فئة دون أخرى؛
- تتميز صناعة استخراج المياه بالتكاليف المتوسطة المتناقصة، مما يجعلها من الصناعات التي تتصف بما يسمى بالاحتكار الطبيعي؛
- صعوبة تحديد حقوق ملكية واستخراج المياه من مصادرها الطبيعية بالنسبة للأفراد.

وتمثل هذه الخصائص المميزة للمياه الأسباب الرئيسية الكامنة وراء ظاهرة فشل السوق فيما يتعلق باعتبار المياه كسلعة سوقية، وبما أن الماء مورد نادر وسلعة حيوية ليس هناك مادة بديلة عنه، وكذلك يشكل مدخلا أساسيا ومهما في إنتاج السلع التي تلبي الحاجيات الاقتصادية فإن الأمر يقتضي التعامل مع الماء على أنه مورد له قيمة اقتصادية في جميع أوجه استعمالاته. وتعرف القيمة الاقتصادية للمياه بأنها مقياس نقدي يتم من خلاله قياس مستوى تلبية رغبات المستهلكين ورضائهم وقدرتهم على دفع الكلفة نظير تقديم خدمات المياه لهم، ضمن كميات ومواصفات معينة[ix]. إن تحديد القيمة الاقتصادية للمياه هو أمر في غاية الأهمية وذلك للأسباب التالية:

- ✓ تمكن معرفة القيمة الاقتصادية للمياه صانعي القرار في مجال إدارة الموارد المائية من اتخاذ القرارات السليمة، فيما يخص الاستثمارات في المشروعات المائية؛
- ✓ يساعد تحديد القيمة الاقتصادية للمياه على وضع الأسس اللازمة من أجل تحقيق إدارة فاعلة للطلب على المياه، في ظل الانحسار والتراجع في قدرة الموارد المائية على تلبية احتياجات المستهلكين؛
- ✓ يجيب تحديد القيمة الاقتصادية للمياه على العديد من التساؤلات المتعلقة بأولويات الاستعمال و إعادة توزيع الحصص، ونقل حقوق الانتفاع من الموارد المائية بين القطاعات الاستهلاكية المختلفة.

إذن المياه مورد حيوي لا توجد الحياة بدونها، و هي مادة نادرة ذو قيمة، غير أن للمياه مميزات و خصائص معروفة تجعلها سلعة ذات طبيعة خاصة تؤدي إلى انهيار و فشل السوق بحيث يحول هذا الأخير دون تحديد سعر المياه يحقق توازن العرض والطلب ويساوي التكاليف الحقيقة لاستخراجها بالنظر إلى قيمتها في مختلف الاستعمالات.

المحور الثاني: البعد التسويقي للتسعير

لقد أخذت عملية التسعير بوصفها مهمة إدارية دورا هاما في العديد من المؤسسات، إذ انتقلت من كونها قرارا يتخذ على مستوى الأقسام المالية والمحاسبية في حالة بيع المؤسسة للأسعار إلى قرارا يأخذ بعدا تسويقيا بعد إدراك المؤسسة بأنها تبيع مجموعة قيم. ويتمثل الاهتمام الرئيسي لهذا العنصر في الكيفية التي يؤثر بها على مكانة المؤسسة في السوق، بالإضافة إلى أنه العنصر الذي يؤثر مباشرة على إيرادات المؤسسة في حين تمثل بقية العناصر الأخرى التكاليف.

الفرع الأول: مفهوم السعر وأهدافه

حظي السعر باهتمام كبير من قبل الباحثين سواء من وجهة النظر الاقتصادية أو من وجهة نظر المسوقين. و يعرف السعر على أنه:"القيمة المحددة للمنافع التي يحصل عليها الفرد من السلع أو الخدمات"[x]. ويعرف أيضا بأنه:" القيمة المعطاة لمنتج معين والتي يتم التعبير عنها في شكل نقدي"[xi]. يتفق التعريفان السابقان على مفهوم القيمة التي يستدل بها المشتري أو البائع لتحديد السعر الذي يسهل عملية المبادلة وتحقيق هدف الطرفين في الربحية للبائع و إشباع حاجات المستهلك من خلال الحصول على منافع المنتج. بينما يعرف عبد السلام أبو قحف السعر على أنه: " مقدار التضحية المادية و المعنوية التي يتحملها الفرد في سبيل الحصول على السلعة أو الخدمة"[xii]. يتناول هذا التعريف السعر من وجهة نظر المستهلك التي تتمثل في التضحية المقدمة من قبله من أجل الحصول على المنتج والتي تعكس قيمته و تكون هذه التضحية نقدية مستقطعة من الدخل وتضحية معنوية متمثلة في الوقت و الجهد المبذولين في سبيل الحصول على المنتج وكذلك تكاليف الفرص البديلة.

أما بخصوص **أهداف التسعير**، تقوم المؤسسة بتحديد هدف أو أكثر لقراراتها التسعيرية وفقا لأهدافها العامة والتي تشتق منها أهداف التسويق، ويمكن استنتاج مجموعة من النقاط يدرجها الباحثون كأهداف للتسعير، أهمها ما يلي[xiii]:

✓ التسعير بهدف البقاء، إذ أن المؤسسة التي تواجه مشاكل تتمسك بهدف البقاء وتستخدم سعرا متغيرا لزيادة حجم المبيعات للمستوى الذي يتماشى مع ظروفها.

✓ التسعير بهدف الربح، حيث تلجأ المؤسسة إلى تضييق الهوة بين الإيرادات والتكاليف إلى أقصى حد ممكن عن طريق تحقيق أقصى ربح، تؤدي إلى إهمال جوانب أخرى أكثر أهمية، ويتميز هذا التسعير بارتفاع المخاطر.

✓ التسعير بهدف تحقيق عائد على الاستثمار، ويمثل هذا الهدف نسبة الأرباح مقارنة بالاستثمار. وتختلف هذه الطريقة عن الطريقة السابقة في الاتجاه إلى تحقيق رقم إيرادات يحقق عائدا معينا وليس أقصى ربح.

✓ التسعير بهدف تحقيق حجم المبيعات، وذلك من خلال الحصول على نصيب سوقي معين عن طريق تحديد مقدار المبيعات لمستويات سعرية مختلفة ومقارنتها بمبيعات الصناعة كلها، وتحدد المؤسسة السعر الذي يحافظ على نصيبها السوقي أو يزيده.

✓ التسعير بهدف التدفق النقدي، إذ يساعد على توليد تدفق نقدي إيجابي على تغطية سريعة لرأس المال. ويصبح ذلك الهدف مقبولا في بعض الحالات، إلا أن ارتفاع السعر يسمح بالمنافسة.

✓ التسعير بهدف جودة السلعة، ويتميز هذا الهدف باتجاهه نحو العميل، أي أنه يسعى إلى الحصول على رضا العميل، ورفع السعر ليغطي تكلفة الأبحاث والتطوير وتصبح المؤسسة رائدة على مستوى الصناعة.

الفرع الثاني: العوامل المؤثرة على قرارات التسعير

تنقسم العوامل المؤثرة على قرارات التسعير إلى مجموعتين رئيسيتين هما [xiv]:

أ– العوامل الداخلية للمؤسسة: وهي العوامل التي بإمكان المؤسسة السيطرة عليها ولديها القدرة على الحد من آثارها السلبية، وتشمل هذه العوامل ما يلي:

– **العوامل التسويقية:** تتضمن مجموعة الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها من جراء وضع سياسة التسعير المراد إتباعها، وبذلك تتأثر قرارات التسعير بأهداف التسعير التي تعتبر ذات أهمية خاصة لارتباطها المباشر بأهداف المؤسسة. وتتمثل أهداف التسعير في الأهداف العامة والخاصة، ومن أبرز الأهداف العامة هدف البقاء وتعظيم الربح وتحقيق أكبر حصة سوقية وقيادة جودة المنتج، بينما تشمل الأهداف الخاصة مواجهة المنافسة أو المحافظة على النصيب السوقي أو استقرار السوق أو المحافظة على ولاء العميل وغيرها من الأهداف الخاصة.

– **المزيج التسويقي**: حتى يتم وضع برنامج تسويقي فعال، يجب أن تنسق قرارات التسعير مع قرارات تصميم المنتوج وتوزيعه وترويجه. وتؤثر بقوة القرارات الخاصة بالجودة والترويج والتوزيع إذا تم قرار توضيع المنتوج على عوامل غير سعرية، بينما إذا كان السعر عامل قوي في تحديد مركز المؤسسة والمنتوج فيكون تأثير السعر قوي على القرارات الخاصة بعناصر المزيج التسويقي الأخرى. غير أنه يجب أن تراعي المؤسسة حتى وإن كان السعر العامل الحاسم في تحديد مركز المنتوج بأن العميل نادرا ما يشتري على أساس السعر وإنما يبحث عن المنتوج الذي يوفر له أفضل قيمة بدلالة المنافع المتحصل عليها مقابل السعر المدفوع.

– **التكاليف**: تعمل المؤسسة على تقدير حجم التكاليف وتحديد نصيب الوحدة من كل منتوج منها والذي في ضوئه يتم تحديد السعر خاصة في حالة المؤسسة التي تختار استراتيجية قيادة التكلفة لتثبيت صورتها العريضة.

– **العوامل التنظيمية:** يجب أن تحدد المؤسسة الجهة المسؤولة عن وضع الأسعار، ففي المؤسسات الصغيرة الحجم تحدد الإدارة العليا السعر بينما تقوم إدارة الخط الإنتاجي أو الأقسام بتحديده في حالة المؤسسات الكبيرة الحجم .أما في الأسواق الصناعية يتم تفاوض رجال البيع مع العملاء ضمن مدى محدد للسعر، وفي المؤسسات الصناعية الضخمة تؤسس إدارة مستقلة لوضع وتحديد الأسعار المناسبة.

ب– العوامل الخارجية: تتضمن العوامل الخارجية التي تؤثر على قرارات التسعير طبيعة السوق والطلب، المنافسة والعناصر البيئية الأخرى.

– **طبيعة السوق وحجم الطلب:** يجب على المؤسسة قبل تحديدها للأسعار مراعاة العلاقة بين السعر والطلب لمنتجاتها وعلى أي أساس يتم تحديد هذا السعر في مختلف أنواع السوق. فإذا كان سوق المنافسة الكاملة لا تستطيع المنظمة التحكم في أسعارها وإنما يعتمد ذلك على حجم الطلب والعرض في السوق؛ أما إذا كان سوق المنافسة الاحتكارية يتم التحكم في السعر عن طريق إضافة مزايا تنافسية للمنتجات تميزها عن غيرها من المنتجات المنافسة؛ بينما يتحدد السعر في سوق احتكار القلة بالاتفاق بين قلة البائعين في هذه السوق مع الحذر إذا حاول أحدهم رفع السعر قد يخسر حصته السوقية ليتقاسمها الآخرين، بينما يكون يجبر البائعين لتخفيض السعر إذا بادر أحدهم بالتخفيض؛ ويحدد السعر في حالة الاحتكار الكامل من قبل المحتكر بدون أن يتجاوز الحد الأعلى المحدد من قبل الأجهزة الحكومية. بالإضافة إلى ما سبق، يجب أن تكون إدارة التسويق التي ترغب في تحديد أسعارها وفقا للطريقة الموجهة بالعميل على معرفة بمستويات طلب العملاء عند الأسعار المختلفة العلاقة بين السعر والطلب، وبحساسية العملاء للتغيرات في الأسعار، والمرونة السعرية للطلب.

– **المنافسة:** تمثل المنافسة عاملا خارجيا مؤثرا على قدرة المؤسسة في تحديد أسعارها مما يجبرها على إتباع التكتيكات السعرية للمنافسين بغرض مقارنة المنتجات وأسعارها والتعرف على مزايا كل منها. وتضع المؤسسة سعر قريب من المنافس إذا وجدت تشابه في المزايا والمنافع المتوقعة، كما أن الاعتماد على الأسعار المرتفعة قد يشجع المنافسين للدخول إلى السوق، في حين ستؤدي الأسعار المنخفضة إلى إبعادهم عنه.

– **عوامل خارجية أخرى:** تتأثر السياسات السعرية بالظروف الاقتصادية والقانونية المحيطة مثل: الازدهار والكساد والتضخم ونسبة الضرائب الحكومية ومعدلات الفائدة وذلك لتأثيرها المباشر على تكاليف خطوط الإنتاج وقدرات العملاء على الدفع وعمليات الاستثمار أيضا .كما أن للعوامل الاجتماعية أثر غير مباشر على سياسات التسعير.

الفرع الثالث: طرق تحديد السعر

تنتهج المؤسسات عدة طرق لتحديد أسعارها من أجل الوصول إلى أهدافها، تتمثل هذه الطرق في[XV]:

1– **التسعير الموجه بالتكلفة:** من أكثر الأساليب شيوعا واستخداما لأنه يمتاز بالسهولة وبالبساطة في التطبيق، ويمكن التمييز بين ثلاث طرق في هذا المدخل:

- **بالاعتماد على التكلفة الكلية:** وتقوم هذه الطريقة على إضافة هامش ربح أو نسبة معينة إلى التكلفة الكلية للوحدة للحصول على السعر وهذا وفق العلاقة التالية: السعر = التكاليف المباشرة + الأعباء الإضافية + هامش الربح.

- بالاعتماد على معامل عائد الاستثمار : وفقا لهذه الطريقة يتحدد السعر وذلك بحساب نسبة الإضافة ثم جمعها مع متوسط التكلفة للوحدة وذلك على النحو التالي: نسبة الإضافة = (رأس المال المستثمر /التكلفة الكلية) X معدل العائد المخطط على الاستثمار.

- **بالاعتماد على نقطة التعادل:** وتعتبر نقطة التعادل النقطة التي تتساوى عندها التكاليف الكلية مع الإيرادات الكلية، أي هي النقطة التي لا تحقق عندها المؤسسة أي أرباح ولا تتحمل أي خسائر، وكل ما يلي هذه النقطة هو أرباح أما ما يسبقها فهي حالات خسائر.

إن ما يميز هذا المدخل هو بساطة وسهولة تحديد السعر، وكذلك ضمان تغطية التكاليف وبالتالي البقاء في السوق وإعطاء الشعور بأنها أسعار عادلة لكل من البائع والمشتري، غير أن الخطأ في تقدير التكاليف وكيفية توزيعها على مختلف المنتجات قد يسبب العديد من المتاعب.

2- **التسعير الموجه بالطلب**: بينما تضع التكاليف الحدود الدنيا للسعر فمستوى الطلب يضع الحدود القصوى لما يستطيع المستهلك دفعه، واستنادا إلى ذلك تلجأ الكثير من المؤسسات إلى الاعتماد على الطلب لتحديد أسعار منتجاتها، وذلك انطلاقا من فرض أسعار عالية عندما يكون الطلب كبيرا وأسعارا منخفضة في حالة انخفاض الطلب وهذا بغض النظر عن التكاليف. ويعتمد نجاح هذا الأسلوب على مدى دقة تقدير الطلب والتحكم في العوامل المؤثرة فيه في ظل ما يسمى بمرونة الطلب السعرية.

3- **التسعير الموجه بالمنافسة**: تعتبر المنافسة أهم قوى السوق التي تؤثر على سعر المنتج وتتحكم في تقديره. وتقوم المؤسسة بتحديد أسعار منتجاتها آخذة بعين الاعتبار أسعار المنافسين وهناك ثلاث بدائل مقترحة: إما بالتسعير في مستوى أسعار المنافسين أو بالتسعير في مستوى أقل من أسعار المنافسين أو التسعير في مستوى أعلى من أسعار المنافسين.

4- **التسعير الموجه بالزبون**: وهنا يؤخذ بادراك الزبائن لقيمة السلعة وليس على أساس التكلفة، حيث تستخدم المؤسسة متغيرات غير سعرية في مزيجها التسويقي لبناء صورة ذهنية أو قيمة مدركة في أذهان المستهلكين، ويتم وضع السعر الذي يلائم هذه الصورة الذهنية. ولاعتماد قيمة الزبون في تسعير المنتجات يفترض اتخاذ قرارات استراتيجية تتعلق بتثبيت صورة العلامة التجارية. ويذكر "**كوتلر**" في هذا الشأن عدة طرق لتثبيت الصورة الذهنية للقيمة، إذ يميز بين خمسة أنواع وهي : أكثر بمقابل أكثر، أكثر بنفس السعر، نفس المنتوج بسعر أقل، الأقل بأقل كثيرا، أكثر بمقابل أقل.

لا توجد طريقة معينة يمكن تفضيلها في تسعير المنتجات، لأن اختيار الطريقة الأنسب يتوقف على عدة عوامل من بينها طبيعة نشاط المؤسسة والبيئة التنافسية التي تعمل فيها، بالإضافة إلى طبيعة المنتوج وفئة الزبائن . غير أن الطريقة الأخيرة تمثل أنسب أسلوب عندما يتعلق الأمر بإرضاء الزبون، ولا شك أن أسعار المنتجات لا تزال تشكل أهم عنصر لتحويل القيمة للزبون وغيره من الأطراف ذات المصلحة.

المحور الثالث: تسعير المياه في ظل التوجه الحديث نحو إدارة الطلب على المياه

إن التوجه نحو سياسات إدارة الطلب على المياه هو التوجه إلى الإدارة الحديثة للموارد المائية أو ما يسمى **بالفكر المائي الجديد**، حيث يعد بيان المؤتمر الدولي حول الماء والبيئة "**بدبلن**" 1992 ومؤتمر البيئة والتنمية بريودي جانيرو سنة 1992 بمثابة نقطة البداية فيما يسمى بالفكر المائي الجديد، حيث أكدت الدول على إدارة التنمية المتكاملة للموارد المائية بوصفها جزءا من النظام البيئي الشامل. وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين أشار خبراء المياه الإقليمية إلى الحاجة لآلية لدعم الوعي بإدارة الطلب على المياه، وفي أعقاب مسح إقليمي تم تنظيم منتدى إدارة الطلب على المياه في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا كما وثقها صناع القرار في سنة 2002 .

الفرع الأول: مفهوم وأهداف إدارة الطلب على المياه

تعددت التعاريف الخاصة بمفهوم إدارة الطلب على المياه ويمكن إبراز هذه التعاريف كما يلي:

– إدارة الطلب على المياه هي مجموعة من الإجراءات تحث الأفراد في أنشطتهم على تنظيم كمية وثمن المياه، والطريقة التي يصلون بها إليها ثم تصريفها، مما يخفف الضغوط على المياه العذبة ويحافظ على جودتها[xvi].

– إدارة الطلب على المياه تعني تحقيق أقصى استفادة ممكنة من المياه المتاحة للإستعمال، وبالتالي فهي تتضمن أي إجراءات أو طريقة من شأنها أن تقلل من كمية المياه التي نحتاج إليها أو تحافظ على المياه بجودة أعلى مما هي عليه، فهي أي إجراء ذي نفع

اجتماعي يقلل أو يعيد إعادة عمليات سحب المياه أو استهلاكها المتوسط أو في أوقات الندرة والجفاف سواء من المياه السطحية أو الجوفية، ويكون متسقا مع المحافظة على نوعية المياه أو تحسينها، ومنه في الأخير تحقيق أقصى منفعة ممكنة من الموارد المائية[xvii].

مما سبق ومن خلال التعاريف السابقة، نستنتج أن إدارة الطلب على المياه هي عملية استراتيجية تحسن من الإستخدام العادل والكفء والمستدام للمياه. وهي تتلاءم مع الرؤية الجديدة لإدارة الموارد المائية وتوفير خدمات المياه على أساس كفء وعادل ومستدام، وهو ما يرتبط بمبدئين أعلن عنها في مؤتمر**"الماء والتنمية "**بدبلن في سنة 1992 ، ويتمثلان في[xviii]:

- ✓ أن المياه لديها قيمة اقتصادية في كل استخداماتها المتنافسة، ولابد من اعتبارها سلعة اقتصادية.
- ✓ أن تنمية وإدارة المياه لابد أن تتم على أساس" منهج المشاركة "بين المستخدمين للمياه وصانعي السياسات في كل المستويات.

الفرع الثاني: التسعير كآلية فعالة لإدارة الطلب على المياه

في ظل ندرة المياه يعد تسعير المياه أداة اقتصادية يمكنها أن تسهم بدرجة ملموسة في إدارة الطلب على المياه، وربما تضييق الفجوة بين العرض والطلب في هذا المجال، ولقد أبرز منتدى القيمة الإقتصادية للماء أن مفهوم قيمة الماء أكثر تعقيدا من حجم التقييم المالي أو الإقتصادي وأنه يتضمن أبعادا أخرى اجتماعية وثقافية وتاريخية. إنه من المسلم به اليوم عالميا وقد أكدت ذلك جميع المؤتمرات التي عقدت في موضوع السياسة المائية أن الدعائم الإقتصادية كانت ولا تزال هي الأنسب في تسيير المياه، ومن ذلك تقرير البنك العالمي عن التنمية المستدامة، إذ يؤكد أن أنجح وسيلة لحمل الناس على حسن استعمال الماء وترشيد استهلاكه هي أن نطالبهم بدفع ثمن استهلاكهم للماء[xix].

إن تسعير المياه كما عرفها البنك الدولي هي العملية التي يتم بموجبها تحديد سعر للمياه يحقق توازن العرض والطلب، ويساوي التكاليف الحقيقية لاستخراجها، بالنظر إلى قيمتها في الاستعمالات المختلفة، وعلى ذلك تشمل تسعيرة المياه تكلفة نقل المياه ومعالجتها والتشغيل والصيانة والتكاليف الرأسمالية وتكلفة استنفاد المواد والضرر البيئي[xx].

إن قيمة المياه واستخداماتها شديدة التأثير دائما بعوامل اجتماعية واقتصادية وسياسية، ولقد كانت المياه يتم الحصول عليها لأغراض مختلفة، إما مجانا أو بسعر أقل من تكلفتها، وتسود الآن على مستوى دول العالم مستويات شديدة التنوع إن لم نقل متباينة لمعدلات أسعار المياه.

من الملاحظ أن أسعار المياه الموجهة لمختلف الإستخدامات من شرب وري وفي الصناعة غير كافية ولا تحفز على الإستعمال الرشيد لهذا المورد الحيوي، حيث لا يساهم مستعملوا المياه في الجزائر إلا بحوالي 20% من تكلفة المياه. ورغم التعديلات في تسعيرة استهلاك المياه إلا أن الأسعار مازالت منخفضة سواء مقارنة بتكاليف تعبئة ومعالجة وتوزيع المياه على المواطنين، حيث تبلغ التسعيرة المتوسطة لمياه الشرب في الجزائر 0,13 دولار للمتر المكعب الواحد، وفي المغرب 0,7 دولار للمتر المكعب، وفي تونس فيبلغ حوالي 0,6دولار للمتر المكعب[xxi]. إن هذه الوضعية الصعبة أثرت على الحكومات وجعلتها في وضعية مالية خانقة بسبب الزيادة الملحوظة في التكاليف، مما نتج عنه عدة آثار سلبية منها: تراجع نوعية الخدمات المقدمة للمستهلكين؛ تقلص صيانة المنشآت وتجديد الشبكات؛ عدم قدرة المؤسسات العمومية الناشطة في مجال تقديم خدمات المياه على التمويل الذاتي؛ صعوبة تطوير وتنمية قطاع الموارد المائية.

ومن **أهداف تطبيق تسعيرة المياه** نذكر ما يلي[xxii]:

– **تخفيض الطلب على المياه:** للمياه تكاليف مالية إضافة إلى تكاليف الفرصة الاقتصادية البديلة التي تمثل أعلى قيمة بالإمكان تحقيقها. ولا يدفع مستخدمو المياه الموصولون بشبكات الإمدادات في أي مكان إلا أسعار تقترب من التكاليف المالية، ناهيك عن تكاليف فرصتها البديلة، وبالتالي هناك حاجة إلى تقديم دعم مالي هائل لمساندة خدمات المياه. وينطبق على هذه الحالة مبدأ أساسي

في علم الاقتصاد .إذ لو كانت هناك سلعة مجانية فإن الناس الذين يستطيعون الحصول عليها سوف يطلبونها بدون حدود ومعنى هذا أن الطلب سيكون لا نهائي ولكن إذا ارتبطت سلعة ما بتكلفة محددة هذا سوف يجعل المستهلكين لا محالة سوف يقللون من طلبهم على الماء، ويوفرون بذلك كميات معينة من الماء لاستخدامات أخرى. بالإضافة إلى تحسين خدمة المياه، إذ تبين الدراسات على نطاق العالم أن الناس على استعداد لدفع التكلفة الحقيقية للمياه إذا تلقوا خدمات جيدة يمكن التعويل عليها، وبالإمكان أن تساعد الدراسات التي يشارك فيها المستخدمون لاستقصاء الاستعداد لدفع التكاليف على صياغة أسعار تغطي تكاليف الخدمة بينما تواصل توفير الإمدادات بأسعار يتحملها الفقراء، وبالتالي تحقيق العدالة بين مستخدمي المياه.

– **استرداد تكلفة المياه:** إن استرداد التكاليف ليس مجرد سياسة مالية فقط بقدر ما هو إجراء هام في سياسة الحفاظ على المياه خاصة مع تنامي ندرة المياه وتزايد الطلب عليها. من الناحية النظرية، يعتبر الإلتزام باسترداد تكلفة إنتاج المياه وايصالها للمستهلكين بتعريفة قريبة من تكلفة الإنتاج أداة من أدوات إدارة الطلب على المياه الرامية إلى تقييد السلوك الإستهلاكي، وقد تناولت دراسات عديدة سياسة استرداد التكلفة كعنصر أساسي في أية استراتيجية لإدارة الطلب على المياه، وتعتبر ظاهرة تسعير المياه بأقل من قيمتها الإقتصادية وتغطية الفارق عن طريق الدعم الحكومي من الظواهر المنتشرة في معظم بلدان العالم، كما أن الدراسات والوثائق المختلفة قد اعتبرت أن الماء سلعة اقتصادية واجتماعية، وقد أصبح من المسلم به ضرورة أن تفي تسعيرة (تعريفة) المياه بالمتطلبات التالية[xxiii]:

– توفير موارد مالية لصيانة وتشغيل مرافق نقل المياه وتوزيعها؛

– توفير حوافز للمحافظة على المياه والإعتماد على تكنولوجيات مقتصدة في استهلاك المياه.

وعليه فقد تم إحراز تقدم كبير خلال العقد الماضي نحو فهم أن المياه لها قيمة ليست اقتصادية فقط، بل وأيضا قيم اجتماعية وثقافية ودينية وبيئية، كما يجب أن توضع احتياجات الجماعات الضعيفة والفقراء والبيئة في الإعتبار تماما عند الإستخدام للأدوات الإقتصادية في تخصيص أو توزيع المياه. ويمكن أن تراعي أهداف سياسة التسعير واحدا أو أكثر من الاعتبارات التالية[xxiv]:

- ✓ توزيع الموارد بطريقة فاعلة وعادلة بين مختلف القطاعات الاستهلاكية و داخل القطاع ذاته؛
- ✓ تلبية اعتبارات العدالة والإنصاف وقدرة المستهلكين على الدفع ولا سيما الفقراء منهم؛
- ✓ زيادة الإيرادات و توفير موارد مالية تستخدم لتغطية الاحتياجات المالية اللازمة لتوفير الخدمة وتشغيل المنشآت المائية وصيانتها، و التوسع في تطوير المصادر الجديدة؛
- ✓ إعانة المناطق الخاصة لتشجيع التنمية السريعة؛
- ✓ توفير حوافز للمحافظة على المياه ، و لاعتماد تكنولوجيات مقتصدة في استهلاك المياه.

وهناك طرق عديدة لتحديد التسعيرة المناسبة للمياه، أقصاها أن تغطي التسعيرة ليس فقط كلفة التشغيل والصيانة وتوصيل المياه إلى المستخدم والتكاليف الرأسمالية بل يضاف إلى ذلك كلفة استنفاذ الموارد والضرر البيئي الناجم عن ذلك، مع الأخذ بالاعتبار الظروف الاقتصادية والاجتماعية لمستهلكي المياه. وهناك عدة أشكال لتسعيرة المياه وهي كما يلي[xxv]:

– **السعر المقطوع:** وهو مبلغ معين يدفعه المستهلك شهريا نظير استخدامه للمياه، من دون النظر إلى الكمية المستخدمة. وهذا الشكل من التسعيرة يشجع على الإسراف، إذ أنه لا يوجد ما يمنع من الزيادة في الهدر و خاصة في غياب الوعي لدى المستهلكين. وغالبا ما يتم تطبيق هذه التسعيرة في المناطق التي لا يوجد بها عدادات مياه.

– **السعر الثابت لوحدة الاستهلاك:** وبحسب هذا النوع يتم تحصيل مبلغ معين لقاء كل وحدة حجم من المياه يتم استهلاكها مثلا دولارا لكل متر مكعب، وهذا النوع من التسعيرة يكون أثره محدودا في كبح الاستهلاك، ولا سيما في المجتمعات ذات الدخل العالي.

– **السعر التصاعدي بحسب كمية الاستهلاك**: حيث يتم تقسيم المستهلكين إلى شرائح بحسب كمية المياه المستهلكة، ويزداد سعر المياه كلما زاد الاستهلاك وهذه الطريقة هي إحدى الطرق الفاعلة في خفض الاستهلاك، خاصة عندما تكون الزيادة كبيرة في سعر المياه مع ازدياد الاستهلاك، مما يحفز المستهلكين على خفض الاستهلاك ليبقى ضمن الشريحة ذات الدخل المنخفض.

الفرع الثالث: تأثير التسعير على توفير المياه

إن الهدف من إرساء سياسة تسعيرية فعالة وعادلة يمكن أن يؤثر على كميات المياه المستخدمة والمستهلكة، كما يؤدي إلى إنقاص حالات التبذير وسوء الإستخدام. إن بيان تأثير التسعير على توفير المياه لن يتضح إلا من خلال بيان بعض الحالات والجهود المبذولة في بعض الدول العربية ومنها الجزائر فيما يخص مياه الشرب، ومياه الصرف ومياه الزراعة والصناعة[xxvi]:

1 - مياه الشرب: حققت الجهود المبذولة في تونس والمغرب مستويات مرضية من الخدمة في قطاع مياه الشرب وتقدر نسبة السكان الحضر الذين تم توصيل الخدمة إليهم بحوالي 85 % في كلا البلدين، كما تحققت بعض التخفيضات في كميات المياه غير المحاسب عليها (بمتوسط 32 % في المغرب، وحوالي 20 % في تونس)، كما قدرت تونس الوفرة في المياه خلال الفترة 1990-2002 في أعقاب زيادة التسعيرة وانخفاض الطلب على المياه للإستخدامات المنزلية بحوالي 4.5 %، وفي الإستهلاك الصناعي بنسبة 3 % مقابل 0.7% في القطاع السياحي. أما في الأردن، فإن 95% من الأسر قد تم ربطها بالخدمة ولكن الخدمة غير منتظمة، كما إنخفض الإستهلاك في قطاع الإستخدامات المنزلية بنسبة 3 % في أعقاب تعديل رئيسي في الأسعار سنة 1997 وإن كان عدم إنتظام الخدمة يصعب من عملية تقدير الطلب الحقيقي. أما في الجزائر، فبلغت نسبة التوصيل بشبكة التزويد بمياه الشرب في الوسطين الحضري والريفي على التوالي 95 %و 85 %، أما بالنسبة لتسعيرة المياه، فبالرغم من تغيير التسعيرة وفق قانون المياه لسنة 2005 فما زال هناك تبذير وسوء الإستخدام وارتفاع معدلات التسرب.

2 - مياه الصرف: يتضمن سعر المياه تغطية تكاليف تجميع ومعالجة مياه الصرف وفقا لمبدأ **" الملوث الدافع "** بغرض حماية الصحة العامة والبيئة (بما في ذلك الموارد المائية) من التلوث والسماح بإعادة تدويرها، ومن المتوقع أن يؤدي تمايز سعر خدمة الصرف الصناعي بوصفه دالة على درجة تلوث مياه الصرف إلى تشجيع الصناعة على القيام بمعالجة أولية بحيث لا يكون الدفق الخارج منها عبئا على قدرة محطات المعالجة فيحد بالتالي من كفاءة أدائها. ففي تونس لا يزيد رسم خدمة الصرف الصحي عن 35 %من إجمالي فاتورة المياه بالنسبة لمعظم العملاء (98 %)، أما بقية العملاء (2 %) فقد يصل رسم الخدمة إلى 55% من إجمالي الفاتورة ولا تغطي الإيرادات إلا جزء من تكاليف خدمة الصرف التي مازالت تتلقى دعما حكوميا. كما شرع المغرب في تنفيذ برنامج لمنح الإمتياز لتوزيع المياه وخدمات صرف المياه العادمة للقطاع الخاص، الذي يتوقع أن يتحسن مستوى الخدمات، ويقدر نصيب الصرف الصحي من إجمالي فاتورة المياه بحوالي 30 % (المياه + خدمات الصرف).

3 - استخدام المياه في الزراعة: بوجه عام إن الحكومات مازالت تدعم الإستثمار لسد الفجوة الناتجة عن تأخير التسديد، وتبذل حاليا في تونس والمغرب والجزائر جهودا لتقريب رسوم المياه من المستوى الذي ينبغي لها أن تصل إليه، حتى أن عوائد فواتير المياه الآن أصبحت تغطي تكاليف التشغيل، ففي المغرب لا يتم سداد كل الفواتير لعدة أسباب (منها على وجه الخصوص تأثير الجفاف) ، وهذا يوضح أنه لا يمكن النظر إلى نظام التسعير بمعزل عن جوانب أخرى، وخاصة الجوانب المؤسسية. وكما يرجع السبب إلى عدم تركيب عدادات قياس المياه في معظم المزارع، ومع ذلك فقد كانت هناك تجارب تؤكد على تسعيرة المياه وتركيب قياس كمياتها يحفز الفلاحين على تغيير طريقة استخدامهم لمياه الري، فقد أظهرت زيادة التسعيرة بنسبة 21 % أدت إلى إنخفاض معدل إستهلاك المياه بنسبة 5 %.

4– استخدام المياه في الصناعة: إن إرساء أسعار المياه في استخدام المياه في الصناعة، وكذا الرسوم الرامية إلى حماية البيئة من التلوث (من خلال مبدأ الملوث يدفع)، له تأثير في توفير المياه المستخدمة في الصناعة، فلقد أدت زيادة تسعيرة المياه إلى خفض

كميات المياه المستخدمة في تصنيع الأسمدة في مدينة (Goa) الهندية إلى 50% عبر ستة سنوات متتالية، كذلك الحال في مدينة "**سان باولو "**بالبرازيل قلصت ثلاثة مصانع استهلاكها للمياه بين 40-60 % للمياه نتيجة وضع الرسوم المتزايدة على المياه.

وفي الأخير، من الممكن أن يكون تسعير المياه أداة فعالة لإدارة خدمة المياه، كما يجب أن تكون الأسعار عادلة ومنصفة، ولهذا يجب تطبيقها على الكميات الفعلية المستهلكة، ومما لا شك فيه أن نظاما موثوقا به لقياس تلك الكميات لا يحقق فقط الشفافية في العلاقة بين مورد الخدمة و جمهور المستخدمين، ولكنه يتيح أيضا معلومات حول مستوى الإستهلاك باعتبار ذلك أساسا لتحقيق الترشيد الاقتصادي

والتخطيط للإحتياجات المستقبلية، كما يجب عند وضع نظام تسعيري مراعاة الجوانب الإجتماعية والأخلاقية للمجتمع خاصة الفقراء في المناطق الريفية، وكذا عند زيادة الأسعار يجب أن تكون تدريجية وتضمن الفعالية.

المحور الرابع: تسعير المياه في الجزائر وتطوره

تعاني الجزائر منذ سنوات نقصا في المياه العذبة الصالحة للاستعمال، فموقع الجزائر في منطقة يسودها المناخ الجاف و شبه الجاف، و تلوث الطبقات المائية السطحية و الجوفية، و النمو الديمغرافي السريع إلى جانب ارتفاع المستوى المعيشي للفرد والذي يتطلب استهلاك أوسع للمياه ...كلها عوامل تزيد من حدة مشكلة المياه في الجزائر. وبسبب تلك الضغوطات التي تهدد ديمومة الموارد المائية، أصبح من الضروري توفير عناصر أساسية في ترشيد استعمالات المياه في مختلف المجالات، واللجوء في الوقت الحالي إلى ميكانيزمات وأساليب أكثر فاعلية في إدارة هذه الموارد لضمان وفرتها ونوعيتها بالنسبة إلى الاستهلاك الحالي والمستقبلي والتي من أهمها سياسة التسعير.

الفرع الأول: وضعية الموارد المائية في الجزائر واستخداماتها

إن الامتداد الشاسع للتراب الوطني من البحر الأبيض المتوسط إلى الصحراء، و بالتالي من المجال المتوسطي إلى المجال الجاف قد أدى إلى تباين طبيعي واضح بين شمال ووسط وجنوب البلاد، و يتجلى ذلك في كمية الأمطار المتساقطة والرطوبة، والمعدلات الحرارية والتباين الشديد للموارد المائية من حيث التوزع المكاني و الزماني . وتغطي مصادر المياه في المنطقة الساحلية والأطلس التلي أغلب المياه السطحية المتاحة في الجزائر، بينما لا تكاد المناطق الصحراوية تعرف سيلانا سطحيا، إلا أنها تمتاز بمواردها الجوفية الهامة غير المتجددة. يقدر الحجم الإجمالي للموارد الحقيقية للموارد المائية في الجزائر بـ 19.2 مليار م ^{3} /السنة، ومنها 13مليار م ^{3} في الجهة الشمالية و 5.2 مليار م ^{3} في الجهة الصحراوية، وتتوزع هذه الموارد بين المياه الجوفية أو السطحية وتقدر إمكانيات البلاد من المياه القابلة للتجدد بـ 75 % (60 % بالنسبة للمياه السطحية و 15% بالنسبة للمياه الجوفية). وتندرج مصادر المياه في الجزائر تحت فئتين هما[xxvii]:

1-الموارد التقليدية: تتمثل مصادر المياه التقليدية في الجزائر في الأمطار والمياه السطحية والجوفية.

– الأمطار: حسب بعض التقديرات فإن الجزائر تسجل متوسط تساقط سنوي يقدر بحوالي 100مليار م 3 /سنة، يتبخر منه % 85 أي ما يعادل 85 مليار م 3 /سنة من الأمطار المتساقطة تعود إلى طبقات الجو بالتبخر ويستحيل إعادتها، أما 15مليار م 3 المتبقية فتنقسم بين المياه الجارية السطحية و تقدر بحوالي 12,4 مليار م 3 / سنة، وبين المياه المتجددة التي تتسرب في التربة والمقدرة بـ 2,6 مليار م3 /سنة، منها 2 مليار م3 موجود في شمال البلاد، و 0,6 مليار م3 موجودة في الجنوب. أما الموارد الحقيقية في البلاد من المياه فإنها تقدر من حيث الإمكانات أو الطاقات المائية بـ 19,4 مليار م 3 /سنة.

– **المياه السطحية:** تقدر الموارد المحتملة من المياه السطحية (سيلان المياه) بـ 12,4 مليار م3 ، موزعة على 03 أحواض:

- ✓ أحواض الشمال (المنطقة الساحلية والأطلس التلي) =11,1 مليار م3 ؛

- ✓ الأحواض المغلقة في الهضاب العليا = 0,7 مليار م3 ؛
- ✓ أحواض السفح الجنوبي من الأطلس الصحراوي = 0,6 مليار م3 .

للإشارة حاليا تمت تعبئة 2.2 مليار م^3 باستغلال 50 سدا بتعبئة سنوية في المتوسط تقدر بـ 3.5 مليار م^3 ، أما المحاجز المائية فإن الجرد الفعلي لها كان إجماليا 919 محجز مائي مع قدرة تخزينية إجمالية تقدر بـ 142 هكم3 ومتوسط القدرة للخزانات هي 154000 م3 .

- **المياه الجوفية :** تقدر المياه الجوفية الممكن استغلالها في الوطن بـ 07 ملايير م3 /سنة، وهي موزعة بشكل غير متوازن بحيث :

* 02 مليار م^3 /سنة أي ما يعادل 28,57 % من المياه الجوفية موجودة في شمال البلاد أين يعيش أكثر من 70 % من السكان.

*05 ملايير م^3 /سنة أي ما يعادل 71,43 % من المياه الجوفية موجودة في جنوب البلاد.

وعلى هذا المستوى من التحليل فإنه يمكن ملاحظة أن الموارد المائية الممكن حشدها و تعبئتها في الجزائر لا تتجاوز 12,7مليار م 3 سنويا (5,7 مليار م 3 من المياه السطحية يمكن حشدها عن طريق السدود المقامة والمتوقع انجازها، و 02 مليار م 3 من المياه الجوفية يمكن استغلالها وحشدها في الشمال و 05 مليار م 3 من المياه الجوفية يمكن استغلالها وحشدها في الجنوب) ، وهي كمية تسمح بالحصول على حجم سنوي من المياه يقدر بـ 361,82 م 3 لكل مواطن في جميع الاستعمالات المنزلية، الزراعية والصناعية، وهذا الرقم يعتبر مؤشر يدل على وجود نقص شديد في المياه يعرقل التنمية في الجزائر، وبالتالي فإن استخدام المياه غير التقليدية أمر لا مفر منه.

2– الموارد غير التقليدية: وتشمل هذه الموارد مياه البحر المحلاة، بالإضافة إلى المياه المعالجة المعاد استخدامها، والمياه شبه المالحة الموجودة في بعض الأحواض الجوفية.

– تحلية مياه البحر: تجربة الجزائر في هذا المجال تعود إلى بداية سنوات الستينات في ثلاث مناطق صناعية: أرزيو، سكيكدة وعنابة. وقدرت الطاقة الإنتاجية الكلية لمحطات تحلية مياه البحر في الجزائر سنة 1999 بـ 54,02 مليون م 3 /سنة، وفي سنة 2008بلغ حجم المياه المحلاة المعبأة 111,45 مليون م 3 /سنة، وهي كمية تفوق الطاقة التخزينية لسد سيدي عبدلي بولاية تلمسان. ويمكن تقسيم محطات تحلية مياه البحر إلى **محطات التحلية الصغيرة** حيث أنه في إطار برنامج الطوارئ لعام 2002، أنجزت 21 محطة صغيرة لتحلية مياه البحر تتراوح طاقة المحطة بين 2000– 5000 م3 /يوم، وبطاقة إجمالية تقدر بـ 57500م3 /يوم، أي ما يعادل 20,98 مليون م3 /سنة. أما من بين محطات **تحلية مياه البحر الكبرى** تم استلام محطة كهرماء في أرزيو بولاية وهران سنة 2005 بطاقة إنتاجية تقدر بـ 90.000 م3 /يوم، ومحطة الحامة في ولاية الجزائر في فيفري 2008 ، تبلغ قدرتها 200.000 م3 /يوم .

– إعادة استخدام المياه المستعملة المعالجة: انتقلت الطاقات الوطنية الخاصة بمعالجة المياه المستعملة القذرة من 90 مليون م 3 سنة 1999 إلى 270 مليون م 3 سنة 2005، وأصبحت تقدر بـ 350 مليون م 3 سنة 2008 ، في انتظار بلوغ 600 مليون م 3 سنة 2010 مع استقبال مشاريع قيد الإنجاز، وبخصوص محطات التطهير المستغلة سنة 2008فإنها قدرت بـ 67 محطة موزعة على 25 ولاية، ساهمت في تطهير ومعالجة حوالي 275 مليون م 3 من المياه القذرة ، يعاد استعمالها في سقي المساحات المزروعة.

– **معالجة الماء الأجاج:** توجد العديد من محطات معالجة الماء الأجاج في الجنوب بطاقة إنتاجية ضعيفة تقدر بين 100إلى 200 م 3 /يوم ، وتستغل من طرف الجماعات المحلية وسوناطراك، وتعتبر حاليا محطة بريدعة الموجودة بولاية وهران أكبر محطة لمعالجة الماء الأجاج . دخلت هذه المحطة في الخدمة سنة 2006 بطاقة إنتاجية إجمالية تقدر بـ 34.000 م3 /يوم، وبلغ الحجم المعالج والمعبأ في هذه المحطة سنة 2006 ما مقداره 20.000 م3 /يوم ليرتفع إلى 27.000 م3 /يوم في سنة 2007 ولقد سطرت وزارة الموارد المائية برنامجا لبناء 11 محطة لمعالجة الماء الأجاج قبل نهاية 2009: 10 منها بولاية ورقلة وواحدة بولاية الوادي وتبلغ الطاقة الإنتاجية الكلية لهذه المحطات الجديدة ما مقداره 142.000 م 3 /يوم أي ما يعادل 51,83مليون م3 /سنة.

ومن أجل تلبية الطلبات في مختلف الإستعمالات في الماء (المنزلي، الصناعي، الفلاحي) يتم جلب الكميات من المياه السطحية (السدود، السدود الصغيرة، المحاجز المائية) أو من المياه الجوفية (الآبار العميقة والآبار والينابيع)، ويرتب استعمال المياه حسب الأولويات فتلبية حاجيات السكان من المياه هي من أولى اهتمامات والتزامات السلطات العمومية ثم تليها القطاعات الأخرى، ويقدر استهلاك الجزائري من المياه بـ 123 لتر يوميا، ويرتقب أن يرتفع إلى 175 لتر يوميا بحلول سنة 2014[xxviii].

وقد تطور طلب المياه منذ 1962 إلى 2000، الذي انتقل من 1.2 مليار م3 سنويا إلى 5.2 مليار م3 سنويا، ويظهر عجز كبير، كما بلغ الإنتاج السنوي للماء الصالح للشرب والماء المخصص للصناعة في سنة 2001 بـ 1.3 مليار م3 ، أما للسقي 1.9 مليار م3 ، في حين لا يبلغ الحجم الموزع 1.015 مليار م3 أي 52 % من قدرات التعبئة القائمة، كما بلغ التوزيع الإجمالي للمياه في سنة 2002 إلى 3.3 مليار م3 ، منها 1300 مليون م 3 للإستعمالات المنزلية، و 1800 مليون م 3للسقي، 200 مليون م3 للصناعة. وفيما يتعلق بالإنتاج الإجمالي للمياه في سنة 2004 فقدر بـ 2.6 مليار م3 ، منها 1.5 مليار م3 للتزويد بمياه الشرب، في حين 1.1 مليار م 3 في مجال الري، وقد بلغت نسبة تغطية الحاجيات على التوالي بالنسبة للتموين بمياه الشرب والري 67 % و 30 % .

الفرع الثاني: السياسة الوطنية للماء بعد قانون المياه 2005

استكمالا للبناء المؤسساتي الذي مس كل ما له علاقة بقطاع المياه، وبعد إنشاء كل من:

– الوكالة الوطنية للموارد المائية(ANRH) بموجب الأمر رقم 167/81 المؤرخ 25 جويلية 1981 ؛

– الوكالة الوطنية للسدود (ANB) بموجب الأمر رقم 163/85 المؤرخ في 11 جوان 1985 ؛

– وزارة الموارد المائية (MRE) بموجب الأمر رقم 325/2000 المؤرخ في 25 أكتوبر 2000 ؛

– الجزائرية للمياه (ADE) بموجب الأمر رقم :101/01 المؤرخ في 21 أفريل 2001 ؛

– الديوان الوطني للتطهير(ONA) بموجب الأمر رقم :102/01 المؤرخ في 21 أفريل 2001 ؛

– الديوان الوطني للري وصرف المياه (ONID) بموجب الأمر رقم 183/05 المؤرخ في 18 ماي 2005 .

جاء قانون المياه لسنة 2005 ، الذي حل محل القانون رقم 17/83 المؤرخ في 16 جويلية 1983 المتضمن قانون المياه (والذي هو بدوره المعدل بأمر 13/96 المؤرخ في 15 جوان 1996) ، يهدف هذا القانون الجديد الذي يحتوي على (183) مادة إلى تحديد المبادئ و القواعد المطبقة لاستعمال الموارد المائية وتسييرها وحمايتها وتنميتها المستدامة كونها ملكا للمجموعة الوطنية. وتتمثل المبادئ التي يرتكز عليها استعمال الموارد المائية وتسييرها وتنميها فيما يأتي[xxix] :

- ✓ الحق في الحصول على الماء والتطهير لتلبية الحاجيات الأساسية للسكان في ظل احترام القواعد التي يحددها هذا القانون في مجال الخدمات العمومية للماء و التطهير؛
- ✓ حق استعمال الموارد المائية المخول لكل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون العام أو القانون الخاص في حدود المنفعة العامة، وباحترام الواجبات التي يحددها هذا القانون و النصوص التنظيمية؛
- ✓ تخطيط عمليات تهيئة الري لحشد الموارد المائية وتوزيعها في إطار الأحواض الهيدروغرافية أو الأنظمة المائية الكبرى التي تكون وحدات هيدروغرافية طبيعية، مع احترام دورة المياه وبالتنسيق مع توجيهات وآليات تهيئة الإقليم و حماية البيئة؛
- ✓ الأخذ في الحسبان التكاليف الحقيقية لخدمات التزويد بالمياه ذات الاستعمال المنزلي، الصناعي والفلاحي وخدمات جمع المياه القذرة وتصفيتها باستعمال أنظمة تسعيرية و إدخال أنظمة الأتاوى لاقتصاد الماء وحماية نوعيته؛
- ✓ تنظيم ممارسات اقتصاد الماء وتثمينه باستعمال طرق وتجهيزات مقتصدة للمياه، وكذا تعميم أجهزة عد المياه المنتجة والمستهلكة لمكافحة تسربات المياه وتبذيرها؛
- ✓ استشارة ومساهمة الإدارات ، الجماعات المحلية ، المتعاملين المعنيين و ممثلي مختلف فئات المستعملين ، للتكفل بالمسائل المرتبطة باستعمال المياه وحمايتها وتهيئتها على مستوى الوحدات الهيدوغرافية الطبيعية وعلى المستوى الوطني.

لقد اعتبر هذا القانون الخدمات العمومية للمياه من اختصاص الدولة والبلديات، وأقام إطارا جديدا لتسيير الخدمات العمومية للمياه والتطهير، مرتكزا حول آلية منح امتياز الخدمة العمومية للماء والتطهير من طرف الدولة سواء للقطاع العمومي أو الخاص بغض النظر عن جنسية المتعامل، وهو ما نصت عليه المادة 101 من قانون المياه رقم 12/05 المؤرخ في 04 أوت 2005، وكذلك عزز قانون المياه لسنة 2005 دور ومكانة شرطة المياه المكونة من أعوان تابعين للإدارة المكلفة بالموارد المائية، حيث خول لهم حق الدخول إلى المنشآت و الهياكل المستغلة بعنوان استعمال الأملاك العمومية للمياه ، و مكنهم بمطالبة مالك أو مستغل هذه المنشآت و الهياكل بتشغيلها من أجل القيام بالتحقيقات اللازمة والإطلاع على كل الوثائق الضرورية لتأدية مهمتهم. كما أهل القانون أعوان شرطة المياه لتقديم كل شخص متلبس بتهمة المساس بالأملاك العمومية للمياه أمام وكيل الجمهورية أو ضابط الشرطة القضائية المختص، ومكنهم خلال ممارسة مهامهم طلب تسخير القوة العمومية لمساعدتهم.

الفرع الثالث: واقع تسعير المياه في الجزائر

يتطلب تعبئة المياه ونقلها وتوزيعها والحفاظ عليها توفير وسائل مالية معتبرة، وإذا كان تلبية حاجيات مختلف مستعملي المياه، خاصة منه القطاع المنزلي والصناعي، عن طريق موارد جوفية سهلة التعبئة وبتكاليف ضعيفة نسبيا، غير أنه مع ازدياد عدد السكان وتطور النشاط العمراني والصناعي أدى هذا إلى وجوب اللجوء إلى استغلال مياه سطحية (سدود...) خاصة مع مطلع الثمانينات من القرن الماضي، مما تطلب استثمارات ضخمة (تشييد سدود، معالجة، تحويل، وتطهير المياه ...) مما انعكس على التكاليف خاصة منها تكاليف الاستغلال. هذا كله شكل سواء على الدولة الدعم الذي تخصصه لقطاع المياه أو بالنسبة للمؤسسات التي تعمل ضمن هذا الإطار أعباء مالية أصبح من الصعب تحملها، لذا ابتداء من سنة 1995 بدأت فكرة استرجاع كلفة الاستثمار في شكل إتاوات تسيير تدمج ضمن فاتورة الاستهلاك، تحدد نسبتها الدولة، حيث تجمع هذه المستحقات في "**الصندوق الوطني للإدارة المتكاملة للموارد المائية**".

1- تسعيرة المياه بالنسبة لمياه الشرب: عرف سعر مياه الشرب ارتفاعات متتالية منذ 1985 بسبب انخفاض الموازنة المخصصة لهذا القطاع وانخفاض سعر صرف الدينار مقابل العملات الأجنبية مما انعكس على ارتفاع أسعار التجهيزات والمعدات المستخدمة في هذا القطاع، هذه الارتفاعات رافقها تذمر المستهلكين، ولتفادي رد فعلهم لجأت الحكومة في سنة 1997 إلى تحديد الأتاوى كما يلي:

– الأتاوى تطبق على المناطق التي تكون فيها متوسط كلفة الماء أقل من المتوسط الوطني والأتاوى تمثل الفرق بين التكلفتين؛

– الارتفاع في تسعيرة الماء في بعض الجهات الغرض منه تمكين المؤسسات المسيرة فيها من موازنة أعبائها المالية؛

– لغرض إقامة تهيئة عمرانية متزنة فان المناطق الصحراوية تستفيد من تسعيرة تفاضلية مدروسة.

وعلى سبيل المثال، الأسعار التي وضعت سنة 1985 أعيد النظر فيها لأول مرة سنة 1991 و آخرها كان في سنة 2005كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم 1: تطور السعر القاعدي للتزويد بمياه الشرب و مياه الصناعة

نوع التسعيرة	السعر القاعدي (دج/ م 3)	تاريخ التطبيق
تسعيرة وطنية	1,00	سنة 1985
	1,55	1 جانفي 1991
	1,65	1 جانفي 1992
	2,20	1 جانفي 1994
	3,01	1 جويلية 1995
	3,60	1 جويلية 1996
تسعيرة جهوية	3,60 إلى 4,50	1 جوان 1998
	5,80 إلى 6,30	جانفي 2005

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على وثائق داخلية لوزارة الموارد المائية على موقع الأنترنت:

http://www.mre.dz (تاريخ التصفح 18 مارس 2013)

لقد طبقت المؤسسات الجهوية لتسيير وتوزيع الماء الشروب إلى غاية نهاية ماي 1997 تسعيرة وطنية في الولايات التي تمونها بالمياه الصالحة للشرب. غير أنه نظرا للتفاوت والتنوع الكبيرين بين الأوضاع (طبيعة مورد الماء، أهمية المعالجات، التحويلات، عمليات الضخ ، نوعية المياه و الشبكات...) كان ثمن كلفة الماء المنتج و الموزع مختلفا اختلافا بينا من مؤسسة إلى أخرى. ثم إن السياسة الاجتماعية التي لا تزال الحكومة تتبعها والتي تحرص على أن يكون استهلاك الماء في متناول كل فئات المجتمع وفي كل مناطق البلاد، أدت إلى الإهمال الكلي للكلفة الحقيقية مهما كانت المصادر ولا تحتسب حاليا إلا نفقات التسيير.

أمام هذه الوضعية أصبح من الضروري وضع أسعار تعكس حقيقة التكاليف في مناطق معينة ، وعليه وضع نظام تسعيرة جديد حيز التطبيق ابتداء من 01 جوان 1998 ، مبني على وضع عشرة 10 مناطق تسعيرية متجانسة بأسعار قاعدية تتغير من 3,60 إلى 4,50 دج / م3 ، كما أن التسعيرة الجهوية التي دخلت حيز التنفيذ سنة 1998 لم تعط النتائج المرجوة ، وعليه أعيد النظر في هذه التسعيرة وأدخلت تسعيرة جديدة في جانفي 2005 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13/05 المؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1425 هجري الموافق لـ 9 جانفي 2005 الذي يحدد قواعد تسعير الخدمات العمومية للتزويد بالماء الصالح للشرب و التطهير وكذا التعريفات المتعلقة به.

ويخضع نظام التسعيرة الجديد هذا الذي دخل حيز التنفيذ ابتداء من جانفي 2005 والمطبق حاليا في الجزائر لمنطق التسعيرة حسب المناطق الإقليمية الموافقة للأحواض الهيدروغرافية الخمسة المنتشرة عبر كامل التراب الوطني ، وحسب فئات المستعملين وأقساط استهلاك الماء. وتنقسم التسعيرة العمومية الحالية للتزويد بالماء الصالح للشرب و التطهير إلى فئتين: فئة خاصة بالخدمة العمومية للتطهير، و أخرى خاصة بالخدمة العمومية للماء الشروب. و تختلف تسعيرة الخدمات الخاصة بهذه الفئتين حسب المناطق الجغرافية الموافقة للتقسيمات الإقليمية حسب الأحواض الهيدوغرافية، حيث تتغير الأسعار القاعدية الخاصة بخدمات التطهير في المناطق التسعيرية الإقليمية الخمسة من 2,10دج / م3 إلى 2,35 دج / م3 دون الرسوم المطبقة على

مختلف المناطق التسعيرية الإقليمية، بينما تتغير الأسعار القاعدية الخاصة بالخدمات العمومية للماء (التزويد بالماء الشروب) من 5,8دج / م 3 إلى 6,30 دج / م3 دون الرسوم المطبقة عل مختلف المناطق التسعيرية الإقليمية. وحاليا تعتبر التسعيرة المطبقة بالنسبة للمتر المكعب من الماء بعيدة عن السعر الحقيقي الذي تتحمله الخزينة العمومية، ففي الوقت الذي يدفع فيه المواطن ما بين 12 دج كحد أدنى، إلى 18 دج كحد أقصى للمتر المكعب من الماء الذي توفره السدود، تتحمل الخزينة العمومية ما يعادل 24 دج للمتر المكعب الواحد وهو الفارق بين السعر الحقيقي والسعر المدعم علما أن تكلفة الماء الموفر من السدود هي 36دج للمتر المكعب، سيما في المدن الكبرى. وعموما إن تسعيرة المياه تتضمن مجمل التكاليف التالية:

– تكاليف جمع وتعبئة المياه؛ تكاليف توزيع وتوصيل المياه إلى المستهلكين؛ تكاليف معالجة مياه الصرف الصحي (عادة مسترجعة على أساس ضرائب)؛ تكاليف صيانة الهياكل(سدود، محطات الضخ...).

2– بالنسبة للري الفلاحي: لقد حدد قانون المياه المؤرخ في 16سبتمبر 1996 القيمة المتغيرة للمتر المكعب بـ 1 دج إلى 1.25 دج حسب المحيط مضافا إليها قيمة ثابتة 250 دج إلى 400 دج. وابتداء من 01 جانفي 2005 تغيرت هذه التسعيرة وفق الجدول التالي:

الجدول رقم 2: التسعيرات المطبقة على التزويد بالماء المستعمل في الفلاحة في المساحات المسقية

المساحات المسقية	التسعيرة الحجمية (دج / م 3)	التسعيرة الثابتة (دج / ل / ثا /هكتار)
سيق	2,50	250
الهبرة	2,50	250
المينا	2,00	250
الشلف الأسفل	2,00	250
الشلف الأوسط	2,00	250
الشلف الأعلى	2,50	400
المتيجة الغربية	2,50	400
الحميز	2,50	400
قالمة – بوشقوف	2,50	400
الصفصاف	2,00	400
بوناموسة	2,50	400

المصدر: المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 14/05 المؤرخ في 09 جانفي2005 الذي يحدد كيفيات تسعير الماء المستعمل في الفلاحة وكذا التعريفات المتعلقة به.

كما هو مبين في الجدول أعلاه فإن التسعيرات المطبقة حاليا على التزويد بالماء المستعمل في الفلاحة في المساحات المسقية محددة كما يلي: تسعيرة حجمية من 2,00 إلى 2,50 دج عن كل متر مكعب من الماء حسب المساحة المسقية و المزروعات الموجودة فيها؛ وتسعيرة ثابتة من 250 إلى 400 دج عن كل لتر في الثانية و في الهكتار. و نلاحظ أنه كلما انتقلنا إلى المساحات المسقية الواقعة من غرب إلى شرق البلاد ، فإن الأسعار الثابتة (لتر في الثانية و في الهكتار) تميل إلى الزيادة ، حيث يطبق سعر 250 دج بالنسبة للمساحات المسقية من الغرب إلى الشلف الأوسط، ثم 400 دج من الشلف الأعلى إلى بقية المساحات المسقية. وفي الحقيقة تعتبر التسعيرة المطبقة حاليا على المتر المكعب من الماء المستعمل في الفلاحة بعيدة عن السعر الحقيقي الذي تتحمله الدولة ولا تسمح بتغطية التكاليف الحقيقية للماء. ففي الوقت الذي يدفع فيه الفلاح الجزائري ما بين 2,00 دج كحد أدنى إلى 2,50 دج كحد أقصى عن كل متر مكعب من الماء حسب المساحة المسقية و المزروعات الموجودة فيها مضافا إليها قيمة ثابتة تتراوح من 250 إلى 400 دج، تدفع الخزينة العمومية للدولة ما يعادل 44 دج عن كل متر مكعب من الماء الذي توفره السدود فقط. وعليه أصبح من الضروري رفع سعر بيع الماء تدريجيا ووضع تسعيرة

تسمح بترشيد وعقلنة استهلاك الماء في هذا القطاع. والملاحظ أيضا أنه تختلف طريقة تسعير مياه الشرب عن طريقة تسعير مياه الري الزراعي، فتسعيرة مياه الري الزراعي تتحدد على مستوى محيط الري وأهمية المياه في ذلك الموقع، السعر يساوي القيمة التي تجعل من الميزانية التقديرية لهذا المحيط متزنة بعد تحديد الأعباء الكلية للاستغلال المتوقعة المتعلقة بهذا المحيط، وتحدد إيرادات الديوان المكلف بتسيير المحيط الزراعي المروي. كما تشمل الأعباء الكلية ما يلي: مواد ولوازم، خدمات، مصاريف المستخدمين، ضرائب ورسوم، المصاريف المالية والمصاريف المتنوعة، ومخصصات الاهتلاكات والمؤونات.

خاتمة:

قامت الجزائر ببناء السدود والحواجز التلية وحفر الآبار الارتوازية وإرساء شبكة من البنيات التحتية لاستغلال مصادر المياه المتاحة، بالإضافة إلى هذا توفير أجهزة تقييمية وأدوات قانونية وتنظيمية وتقنية، لكن البلد عانى وما زال يعاني وضعا قلقا وحرجا بسبب قلة الموارد المائية التي توالت واستمرت عبر عدة مناطق من البلاد خاصة الغربية منها. فمن هذا المنظور فإن المحافظة على هذا المورد من خلال ترشيد استخدامه بشكل فعال لن يتحقق إلا من خلال انتهاج سياسة تسعيرية تتضمن تغيير جذري في كافة المجالات وحماية الموارد المائية من كافة المخاطر والحفاظ عليها للأجيال القادمة، لأن التسعير يمثل الأساس الحقيقي الذي ينبغي الاعتماد عليه والاستناد عليه لإدارة سياسة مائية ناجعة وفعالة تضمن ضرورة التركيز والاهتمام بإدارة الطلب على المياه.

من خلال ما سبق، تم التوصل إلى النتائج التالية:

1- الماء بالدرجة الأولى مورد حيوي لا يمكن أن تقوم الحياة بدونه، وهو بدرجة كبيرة مورد اجتماعي، وله قيمة دينية وثقافية وبيئية، وهو أيضا مورد اقتصادي؛

2-نظرا للخصائص المميزة للماء والاحتكارات الطبيعية في توفير المياه واقتصاديات الحجم الكبير في جانب الاستخراج فإن الحكومة هي التي تقوم باستخراج و تقديم المياه للمجتمع، وحتى وإن تركت مهمة توزيع المياه للقطاع الخاص كما في بعض البلدان حيث تقوم بهذه المهمة شركات خاصة فإن الحكومة هي وحدها التي تحدد سعر أو تعريفة المياه و تراقبها و تظل هذه التعريفة ثابتة ولا تتغير لفترة طويلة من الزمن. إذن فالخصائص المميزة للمياه تمثل الأسباب الرئيسية وراء ظاهرة فشل السوق فيما يتعلق اعتبار المياه كسلعة سوقية.

3- تتوزع المياه العذبة توزيعا غير متوازن جغرافيا وزمنيا ، ويتوقف نصيب كل دولة من الماء على حالة المناخ وكمية سقوط الأمطار، والمجاري المائية ويتذبذب مع تغيرات المناخ، وتتنوع مصادر المياه بين مصادر تقليدية كالأمطار، المياه الجوفية والسطحية ومياه العيون، وبين مصادر غير تقليدية مثل تحلية مياه البحر، مياه الصرف الصحي المعالجة واستخدام مياه الصرف الزراعي والتدوير الصناعي والأمطار الصناعية.

4- في ظل ندرة المياه، يعد تسعير المياه أداة اقتصادية يمكن أن تساهم بدرجة ملموسة في إدارة الطلب على المياه، ويمكن أن تكون أداة فعالة لإدارة خدمة المياه، كما يجب أن تكون الأسعار عادلة ومنصفة ويجب تطبيقها على الكميات المستهلكة، كذلك عند وضع نظام تسعيري يجب مراعاة الجوانب الإجتماعية والأخلاقية للمجتمع، وكذا عند زيادة الأسعار يجب زيادتها تدريجيا وتضمن في الأخير الفعالية.

5- إن سياسة تسعير المياه لعبت دورا رئيسيا في مجال ترشيد الاستخدام على أن تكون هذه التسعيرة توفق بين كلفة الإنتاج وتوزيع المياه ومستوى الدخل المتاح للمستخدمين لها، ثم إن إتباع الكثير من الدول لمبدأ تغريم من يلوث المياه أدى إلى توفير حماية للمياه.

6- تصنف الجزائر ضمن البلدان التي تعاني من شح شديد في المياه ، حيث يقل نصيب الفرد الواحد من المياه العذبة المتجددة عن 500 م3 في السنة، و تواجه المياه العذبة في الجزائر مشاكل و عقبات طبيعية ، بشرية ، اقتصادية و مؤسسية تعوق تنميتها و تهدد تنميتها. ولقد تبين لنا من خلال دراسة واقع إدارة الموارد المائية في الجزائر أن الإستراتيجية الجزائرية في قطاع الموارد المائية تعتمد و تستند إلى حد كبير على إدارة إمدادات المياه (إدارة العرض) من خلال زيادة طاقة تعبئة المياه عن طريق بناء السدود، ومحطات التحلية، والبنى التحتية الأخرى لتوفير أكبر قدر ممكن من المياه لتلبية حاجيات الأفراد من المياه.

7- لم يظهر الوعي بضرورة التكفل بملف الماء بصورة شاملة ومتجانسة ومنطقية في الجزائر إلا خلال منتصف التسعينات، أي بعد انعقاد الجلسات الوطنية حول الماء وكذا قانون المياه لسنة 2005، وفيما يتعلق بسياسة الأسعار المطبقة لتحديد تسعيرة الماء، فإنه تبقى لحد الآن مدعمة من طرف الدولة التي تتحمل الفرق بين التكاليف الحقيقية وما يدفعه المشترك، كما أن الإنتقال من نمط التسعيرة الوطنية إلى التسعيرة الجهوية تبقى غير كافية لتغطية تكاليف إنتاج واستغلال منشآت المياه، وغير كافية لترشيد استعمال الماء وتحسين الخدمة.

8- إن الإشكالية المائية في الجزائر متعددة الأطراف، فنجد الندرة والجفاف والكثافة السكانية المتزايدة وسوء التسيير والإستغلال خصوصا في عملية التوزيع علما أن نسبة معتبرة تتراوح ما بين 25 % إلى 30 % من المياه المنتجة تضيع بسبب التسربات على مستوى الشبكة نظرا لقدمها وإهترائها، وانعدام الصيانة الدورية لها وعدم تجديدها، إلى جانب عدم احترام المقاييس المعمول بها من حيث نوعية المادة المستخدمة في صنع الشبكات، ويضاف أيضا إلى جملة المعوقات المذكورة سابقا عدم استقرار القطاع ومشاكل التلوث، كلها أسباب اتحدت لتشكل ما يعرف باسم " الأزمة المائية". كما تمثل التسعيرة الحالية لبيع الماء عائقا آخر، حيث تبقى هذه التسعيرة لحد الآن غير كافية وغير اقتصادية، ولا تعكس التكاليف الحقيقية للماء، وتجعل كل المؤسسات المكلفة بإنتاج وتوزيع الماء عاجزة وغير قادرة على تغطية تكاليف الأنشطة التي يتكلفون بها.

على ضوء ما خلصت إليه الدراسة من نتائج فإنه يمكن اقتراح مجموعة من التوصيات نوجزها فيما يلي:

1-ضرورة الاعتماد على الإدارة المتكاملة للموارد المائية، والتركيز على أهمية الاستعانة بالتقنيات المطورة لإدارة الطلب على المياه من أجل الاقتصاد في استعمال المياه، وكذا تسعيرة تدريجية وعادلة ومناسبة وفقا للتقييم الإقتصادي البيئي، ودعم الأبحاث العلمية لتقدم الحلول المناسبة عن طريق تقنيات تزيد الاستفادة من مصادر المياه واستغلالها على أسس سليمة.

2- التوجه نحو استغلال مصادر مائية غير تقليدية كتحلية مياه البحر وإعادة استعمال المياه المستعملة بعد تطهيرها لتوفير مورد مائي إضافي وحماية البيئة والمحيط أيضا.

3- العمل على التعبئة القصوى للموارد المائية مع التوجه إلى استعمال المياه غير التقليدية المتأتية من المياه المالحة المحلاة و مياه الصرف الصحي المعالجة، ويجب صيانة السدود و الخزانات المائية و المحافظة عليها من التلوث و الترسبات بالطمي.

4- من الضروري تبني التقنيات المتطورة لتخزين المياه وإقامة نظم حديثة لنقلها من مصادرها إلى مناطق استخدامها لتقليل المفقود ووقف هدر المياه عن طريق تغيير الأجزاء القديمة من الشبكات وإصلاح الأجزاء التالفة، إضافة إلى استخدام وسائل كشف التسربات.

5- مراجعة أسعار المياه في الجزائر لما لها من دور أساسي في تنظيم تسيير الطلب على المياه وترشيد استهلاكها، لذا من الضروري تبني منهجية جديدة في مجال التسعيرة، فعلى الرغم من اعتبار المياه منتوجا اقتصاديا لا يمكن إهمال طابعه الإجتماعي، مع إعادة تقييم الفئة الأولى بشكل معقول، أما بالنسبة للأصناف والأقسام الأخرى يجب أن يعكس سعر الماء التكلفة الحقيقية.

6- تعميم العدادات على كل المستهلكين للمياه وضرورة تحديد سعر معقول للمياه يجعل المستهلكين يحسبون الكمية التي يرغبون في استهلاكها، و يقللون من طلبهم عليها ويوفرون بذلك كميات من المياه. ولذلك يجب إعادة النظر في تسعيرة المياه الحالية وضبطها لتتلاءم مع تكاليف الإنتاج مع مراعاة و الأخذ بعين الاعتبار حق الفقراء و الفئات المحرومة و ذوي الدخل المحدود في الحصول على حصتهم من المياه العذبة. و نقترح هنا إدخال إعانات حكومية تمنح للأسر الفقيرة و ذوي الدخل الضعيف. أما بالنسبة للشرائح و الفئات الأخرى، فيجب أن يعكس السعر تكلفة الماء الحقيقية.

7- ضرورة اتخاذ كافة الإجراءات والوسائل لرفع كفاءة استخدام المياه خاصة في القطاع الفلاحي، وهذا لتحقيق الاستخدام الأمثل وتعظيم العائد من وحدة المورد المائي، مع ترشيد وتوعية الفلاحين بأهمية الري ليلا مثلا وتحديد التراكيب المحصولية التي تتفق مع المتاح حاليا ومستقبلا من الموارد المائية، بالإضافة إلى التوسع في استخدام طرق الري الحديثة كالري بطريقة التنقيط وغيرها.

8- تنمية قدرات الموارد البشرية لتحقيق أهداف الإدارة المتكاملة للموارد المائية، بتطوير برامج تدريبية مكثفة و مستمرة و على كل المستويات و لتشمل أعلى المراتب الوظيفية لمواكبة التطورات العلمية و الإدارية في هذا المجال، و توفير المنح الدراسية للقيام بالدراسات العليا في موضوع إدارة الطلب و تنمية الموارد المائية.

9- تفعيل دور الجامعات والهيئات البحثية في مجال المياه لدراسة مشاكل المياه وتقديم الحلول في الوقت المناسب وبالتكلفة الأقل، وتخصيص مادة دراسية تعرف بالطبيعة و أهميتها خاصة المياه منها ووسائل تقنين استخدامها. بالإضافة إلى تنظيم رحلات مدرسية للطلبة إلى مصادر المياه كالبحيرات و معامل التحلية ومراكز تنقيتها بغية ترسيخ المبادئ الأساسية للنهج الدراسي حول المياه في ذهن الطالب.

10- ضرورة التنسيق بين القطاعات المختلفة في الدولة(الخدمية، الزراعية و الصناعية) للنهوض بقطاع المياه. فمثلا لتوسيع الأراضي الزراعية لا بد من وجود تنسيق كامل بين قطاع المياه و الزراعة بحيث يأخذ هذا الأخير بعين الاعتبار كمية المياه المتوفرة، لذا فإن إجراءات التنسيق بين قطاعات الدولة ذو أهمية كبرى في تحقيق التوازن و التوزيع العادل للمياه ، و إن عدم التزام إحدى تلك القطاعات بحصصها المائية سيؤدي إلى خلل بالموازنة المائية للقطاعات الأخرى.

11- التربية والتحسيس بمشاكل المياه عن طريق الوسائل الإعلامية كالتلفاز والأنترنت والجرائد والمجلات... والإعداد الثقافي الجيد للمرأة حول أهمية المياه الذي ينعكس إيجابا على الحد من الهدر المائي ، كون الأم لها دور كبير في الحرص على الحفاظ على المياه.

المراجع والاحالات:

[i] - محمد مدحت مصطفى، اقتصاديات الموارد المائية: رؤية شاملة لإدارة المياه، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2001، ص: 54.

[ii] – خالد مدخل، اقتصاديات المياه في دول المغرب العربي: مشاكل وحلول، الطبعة الأولى، الجزائر، جوان 2012، ص ص: 11-14.

[iii] – اسماعيل سراج الدين، قضايا المياه في العالم: رؤية لقضايا المياه والحياة والبيئة، تقرير المفوضية الدولية للمياه للقرن الحادي والعشرين، هلا للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008، ص: 25.

iv – هاني أحمد أبو قديس، استراتيجيات الإدارة المتكاملة للموارد المائية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، العدد 93، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2004، ص ص: 11-13.

[v] – رومانو دوناتو، الإقتصاد البيئي والتنمية المستدامة، المركز الوطني للسياسات الزراعية، دمشق، سوريا، ديسمبر 2003، ص:38.

vi – هاني أحمد أبو قديس، مرجع سبق ذكره، ص ص: 14-15.

[vii] – خالد مدخل، مرجع سبق ذكره، ص ص: 39-44.

[viii] – محمد حامد عبد الله ، اقتصاديات الموارد ، الطبعة الأولى، جامعة الملك سعود، الرياض ، المملكة العربية السعودية، 1991 ، ص ص: 60-61.

[ix] – هاني أحمد أبو قديس، مرجع سبق ذكره، ص ص: 45.

[x] – بيان هاني حرب، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى، دار الوراثة للنشر، عمان، الأردن، 1999، ص: 162.

[xi] - Demeure Claude, Marketing, 3éme édition, édition Dalloz, Paris, 2001, P : 161.

[xii]– عبد السلام أبو قحف، التسويق: مدخل تطبيقي، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2002 ، ص: 606.

[xiii] - W. Pride & O. C. Ferrell, Marketing Concepts and Strategies, N. J.:Houghton Miffin Company, 1997, PP. 586-589.

[xiv] – سامية لحول، التسويق والمزايا التنافسية: دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الدواء في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2007-2008، ص ص: 202-204.

[xv] – زكية مقري، نحو تفكير جديد في إدارة الإنتاج في ظل هيمنة التسويق: دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الوطنية الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2007-2008، ص ص: 174-178.

[xvi]– إليسار بارودي وآخرون، إدارة الطلب على المياه: السياسات والممارسات والدروس المستقاة من منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، الطبعة الأولى، الدار العربية للعلوم، بيروت، لبنان، 2006 ، ص: 18.

[xvii] – محمد عبد الكريم علي عبد ربه ومحمد عزت إبراهيم غزلان، إقتصاديات الموارد والبيئة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000 ، ص: 210.

[xviii]- محمد سالمان طايع، تسعير المياه والفكر المائي الجديد، الأهرام الرقمي، جانفي 2006، على موقع الأنترنت:
http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=221604&eid=2227 (تاريخ التصفح 15 مارس 2013)

xix – اللجنة الإقتصادية والإجتماعية لغربي آسيا، تقييم الإدارة المتكاملة لموارد المياه والإصحاح في المنطقة العربية، الأمم المتحدة، نيويورك، 2005، ص: 34 .

[xx]- ، طرق تسعير المياه، على موقع الأنترنت :
http://www.water-eng.com/vb/thread-31.html(تاريخ التصفح 15 مارس 2013)

xxi– محمد بالغالي، إدارة سياسات الموارد المائية في الجزائر: الواقع والآفاق، رسالة ماجيستير غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004، ص: 67.

xxii– محمد حمدي سالم وآخرون، دراسة تطوير أساليب استرداد تكلفة إتاحة مياه الري على ضوء التطورات المحلية والدولية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الخرطوم، السودان، 2005، ص ص: 65-66.

[xxiii] – بيتر وجرز وبيترليدون، المياه في العالم العربي: آفاق واحتمالات المستقبل، ترجمة شوقي جلال، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 1997 ، ص ص: 63-64.

[xxiv] – محمود الأشرم، اقتصاديات المياه في الوطن العربي و العالم، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ، لبنان، 2001، ص: 04.

[xxv] – هاني أحمد أبو قديس، مرجع سبق ذكره، ص: 32.

xxvi – أحمد تي ونصر رحال، إدارة الطلب على المياه كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة تجارب بعض الدول العربية، المؤتمر الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، 07 و08 أفريل 2008، ص ص: 13-14.

[xxvii] – رشيد فراح، سياسة إدارة الموارد المائية في الجزائر ومدى تطبيق الخصخصة في قطاع المياه في المناطق الحضرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2009-2010، ص ص: 170-180.

xxviii- حفيظ صواليلي، الجزائر تنام على بحر من الماء، جريدة الخبر ليوم الخميس 14 مارس 2013، العدد 7013، ص: 05.

xxix- المادة 03 من القانون 12/05 المؤرخ في 04 أوت 2005 المتعلق بالمياه، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 60، الصادرة بتاريخ 04 سبتمبر 2005، ص: 04.

أهمية تدابير الدعم الجبائي كعامل محفز للإستثمارات الوطنية المنتجة خارج قطاع المحروقات في الجزائر

دراسة حالة القطاع الفلاحي في إطار الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار (ANDI) للفترة (2002–2013)

د. قريد مصطفى
جامعة محمد بوضياف – المسيلة
aboumoateze_said@yahoo.fr

أ. زنات السعيد
جامعة محمد بوضياف – المسيلة
gmostapha1980@gmail.com

L'importance des mesures fiscales de soutien comme un facteur d'incitation pour les investissements nationales productifs hors secteur d'hydrocarbure en Algérie

Etude de cas de secteur agricole dans le cadre de l'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI) durant la période (2002 -2013)

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

الملخص:

في الآونة الأخيرة لقيت الإستثمارات الوطنية المنتجة خارج قطاع المحروقات في الجزائر إهتماما كبيرا خاصة في القطاعات الواعدة (القطاع الفلاحي، الزراعي ... و غيرها) حيث قامت الدولة بتوجيه الإستثمار إلى هذه القطاعات من خلال جملة من تدابير الدعم الجبائي و التي من شأنها التحفيز على الإستثمار، و في هذه الدراسة نقوم بالتركيز على القطاع الفلاحي في إطار الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار (ANDI) خلال الفترة (**2002–2013**).

الكلمات المفتاحية: الإستثمار الوطني المنتج خارج المحروقات، تدابير الدعم الجبائي، القطاع الفلاحي في إطار الوكالة ANDI
رموز: H3 ; O23

Résumé :

Dans les derniers moments les investissements nationales productifs hors secteur d'hydrocarbure en Algérie se trouvent une grande importance surtout les secteurs porteurs (secteur agricole, agronomique … ect). L'état oriente l'investissement a ces secteurs a travers l'ensemble des mesures fiscales de soutien qui incitent sur l'investissement. Et dans cette études nous concentrons sur le secteur agricole dans le cadre de l'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI) durant la période de (2002 -2013).

Mots clés : L'investissement nationale productif hors secteur d'hydrocarbure, mesures fiscales de soutien, le secteur agricole dans le cadre de l'agence (ANDI).

Jel : H3 ; O23

مقدمة:

سوق النفط خاصة في الآونة الأخيرة يشهد عدم استقرار في الأسعار ما أدى بالدول النفطية –الدول التي تقوم اقتصادياتها أساسا على النفط– إلى التفكير بجدية في إيجاد حلول من خلال التوجه إلى اقتصاد خارج المحروقات، فالإستثمارات الوطنية المنتجة في قطاع الصناعة، الفلاحة و الصيد البحري، السياحة... و غيرها هي بمثابة الحلول الحقيقية و الناجحة للخروج من تبعية اقتصاد البلد للمحروقات.

الجزائر كبلد نفطي يريد التخلص من تبعية اقتصاده للمحروقات اتخذ مجموعة من التدابير التحفيزية ذات الطابع الجبائي التي من شأنها حث المستثمرين خاصة من داخل البلد للاستثمار في القطاعات السابقة الذكر و التي من شأنها خلق قيم مضافة اقتصادية (سلع و خدمات) و قيم مضافة اجتماعية (توظيف يد عاملة).

فتدابير الدعم الجبائي التي اتخذتها الجزائر –تدابير تحفيزية ذات طابع جبائي – حيث الإعفاء مثلا من مختلف الضرائب و الرسوم (IRG، IBS، TAP، TVA... و غيرها) و تدابير أخرى سواء عند مرحلة إنجاز الإستثمار أو مرحلة إستغلاله، هذه التدابير التي خصت لكل قطاع على حدى من القطاعات السابقة الذكر يعكس الإهتمام الواضح و النية للخروج من تبعية الاقتصاد للمحروقات.

1. طرح الإشكالية:

من خلال ما سبق، يمكن طرح الإشكالية التالية:

هل لتدابير الدعم الجبائي أهمية كعامل محفز للإستثمارات الوطنية المنتجة في القطاع الفلاحي كقطاع بديل للمحروقات في الجزائر؟

2. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية تدابير الدعم الجبائي المتخذة من قبل الدولة لتحفيز الإستثمارات الوطنية المنتجة في القطاع الفلاحي كقطاع بديل للمحروقات.

3. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى جملة من النقاط منها:

- توضيح مفهوم تدابير الدعم الجبائي.
- إبراز الأهمية التي توليها الدولة لقطاع الفلاحة كقطاع بديل للمحروقات من خلال تدابير الدعم الجبائي الموجهة إليه.
- إبراز دور الدولة الذي تعكسه مختلف المجهودات المبذولة للتخلص من تبعية الاقتصاد للمحروقات.

4. فرضيات الدراسة:

- تكييف تدابير الدعم الجبائي حسب قطاع البديل للمحروقات يعكس إهتمام الدولة لتوجيه الإقتصاد من تابع للمحروقات إلى مستقل عنها.
- تدابير الدعم الجبائي لها أهمية كعامل محفز للإستثمارات الوطنية المنتجة في القطاع الفلاحي كقطاع بديل للمحروقات.

5. منهج الدراسة:

تتطلب الدراسة تتبع المنهج الوصفي التحليلي، حيث في الجانب النظري تم الإعتماد على المنهج الوصفي من خلال عرض و شرح مختلف المفاهيم، أما المنهج التحليلي فتم إعتماده في الجانب الميداني لتحليل مختلف المعطيات.

6. خطة الدراسة:

لمعالجة الإشكالية السابقة تم تقسيم الدراسة إلى المحاور التالية:

- المحور الأول: الإستثمارات الوطنية المنتجة خارج قطاع المحروقات.
- المحور الثاني: تدابير الدعم الجبائي الموجهة للقطاع الفلاحي.
- المحور الثالث: دراسة حالة القطاع الفلاحي في إطار الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار (ANDI) للفترة (**2002 – 2013**).

I. المحور الأول: الإستثمارات الوطنية المنتجة خارج قطاع المحروقات

في هذا المحور نتطرق لمفهوم الإستثمارات الوطنية المنتجة بالإضافة إلى قطاع النشاط البديل للمحروقات.

I. 1. الإستثمارات الوطنية المنتجة

- **مفهوم الإستثمارات المنتجة**

بالنظر إلى مدى إنتاجية الإستثمار يمكن تقسيم الإستثمار إلى استثمار منتج و استثمار غير منتج حيث:[1]

الإستثمار المنتج هو ذلك النوع من الإستثمار الذي تنصب آثاره على زيادة الإنتاج و تحسين مستوى معيشة الأفراد، و ذلك يعتبر الوسيلة الهامة لأي تطور اقتصادي.

أما الإستثمار غير المنتج يهدف إلى زيادة القدرة الإنتاجية للمجتمع لكن بطريقة غير مباشرة، مثل الإستثمار في ميادين الصحة و التعليم و التكوين، حيث يرى بيار ماري براديل "أن الإستثمار غير المنتج هو ذلك الإستثمار الذي لا يؤدي إلى زيادة القدرة الإنتاج للمجتمع في شيء، مثل البناءات و التجهيزات و الأسلحة العسكرية".

فعملية توظيف رؤوس الأموال من خلال شراء مواد الإنتاج و التجهيزات على أن يكون هذا التوظيف في مختلف القطاعات من صناعة و فلاحة و زراعة، و قطاع الخدمات و غيرها داخل الدولة باستثناء قطاع المحروقات يمكن تسمية هذا التوظيف لرؤوس الأموال بالإستثمار المحلي (الوطني) خارج المحروقات.

- **خلق القيم المضافة الإقتصادية و الإجتماعية كمحور أساسي لتوجيه الإستثمارات**

تسعى الجزائر كباقي البلدان التي تعاني من التبعية لقطاع المحروقات إلى التوجه نحو اقتصاد حقيقي، اقتصاد يعتمد على خلق القيم المضافة الإقتصادية (السلع و الخدمات)، و القيم المضافة الإجتماعية (اليد العاملة)، ما أدى بها إلى الإهتمام بالإستثمار و ضرورة تفعيله خاصة في بعض القطاعات مثل قطاع الصناعة، قطاع الفلاحة و الصيد البحري، قطاع الخدمات... و غيرها، و التي من شأنها خلق الثروة و التقليص من البطالة.

كما أن الجزائر بعد إنتهاج سياسة الإصلاحات الإقتصادية اكتسبت خبرة لا يستهان بها في ميدان تشريع و تنظيم الإستثمارات، فبعدما كان التشريع الخاص بالإستثمارات يأخذ أساسا بعين الإعتبار قيمة رؤوس الأموال المستثمرة عند منحه التسهيلات للمستثمرين، حيث كان الغرض هو تشجيع المبادرات أو جلب رؤوس الأموال التي كانت منعدمة في بداية الأمر، لكن شيئا فشيئا فرضت تدابير جديدة نفسها لتوجيه الإستثمارات وفقا لثلاث محاور أساسية:[2]

أ. نحو المشاريع الخالقة لمواطن الشغل، ثم نحو القطاعات الخالقة لمواطن الشغل بتكاليف معتدلة (الصناعات المتوسطة و الصغيرة) ثم نحو أنشطة الصناعات التقليدية و الحرفية و المهن الصغرى التي تخلق عادة أقل من عشر مناصب شغل (مشاريع وكالة تشغيل الشباب).

ب. من ناحية أخرى و تفاديا لتكريس حالة اللاتوازن الإقليمي الحاد أتخذت ترتيبات شجاعة للحث على اللامركزية بإقرار تحفيزات هامة للمناطق المراد ترقيتها.

ج. أخيرا و نظرا للاحتياجات المتعلقة بالموارد الخارجية فإن الأنشطة التصديرية و هي المصدر الأساسي للعملة الصعبة الخارجية لاقت تشجيعا كبيرا في كل قوانين المالية السنوية و في قوانين الإستثمار المتعاقبة.

I. 2. تحديد قطاع النشاط خطوة هامة لتطوير سياسة الإستثمار والتقنية

- **تحديد قطاع النشاط**

في دراسة قام بها مشتاق هـ .خان (قسم الاقتصاد، كلية الدراسات الشرقية و الإفريقية، جامعة لندن) هذه الدراسة بعنوان: "سياسات الإستثمار و التقنية"، تطرق فيها إلى الخطوات الهامة لتطوير الإستثمار و التقنية حيث تحديد قطاعات النشاط المراد الإستثمار فيها يعتبر الخطوة الأولى من بين هذه الخطوات، فالبلدان النامية و الانتقالية تملك شروطا و مستويات من التنمية مبدئية لقطاعات مختلفة (الزراعة، الصناعة و الخدمات) و قدرات فنية أولية مختلفة و مهارات لأرباب الأعمال و العاملين في قطاعات مختلفة،

على الأرجح قد تختلف مواصفات و محددات أنظمتهم المالية و هياكلهم الأساسية و بخاصة قد تختلف قدراتهم الإدارية عن البلدان الأخرى و تتنوع من قطاع إلى آخر دال البلد".[3]

- **فحص البيانات المتاحة عن قطاع النشاط المراد الإستثمار فيه**

يتم فحص البيانات المتاحة عن القطاعات الإقتصادية و التقنيات الهامة من حيث:[4]

أ. خصائص الأنشطة العريضة: كالزراعة و الصناعة و الخدمات في ضوء الأهداف المختلفة في الاستراتيجية الإنمائية الوطنية (على سبيل المثال، الوظيفة و القيمة المضافة للفرد و نمو الإنتاجية و الصادرات و نمو حجم الصادرات).

ب. خصائص قطاعات فرعية معينة: على سبيل المثال، تصنيع الملابس و المنسوجات القطنية في ضوء الأهداف المختلفة في الاستراتيجية الإنمائية الوطنية و بالمقارنة مع المنافسين.

II. المحور الثاني: تدابير الدعم الجبائي الموجهة للقطاع الفلاحي

تعكس تدابير الدعم الجبائي الموجهة للاستثمار مختلف الإجراءات المتخذة من طرف الدولة في شكل قوانين (قانون المالية للسنة، قانون المالية التكميلي للسنة ... و غيرها) و/أو في شكل مراسيم تنظيمية و/أو في شكل قرارات...وغيرها، و المرتبطة ببعض الضرائب و الرسوم الجبائية و/أو شبه الجبائية، حيث هذه الإجراءات تكون في شكل إعفاءات جبائية أو تخفيضات...و غيرها، و هو ما يعني أن تدابير الدعم الجبائي تتضمن جملة التحفيزات الجبائية المقدمة من طرف الدولة لتشجيع الإستثمار في قطاع نشاط معين أو توجيه الإستثمارات نحو قطاع نشاط معين ترغب الدولة في الاعتماد عليه للتخلص من تبعية اقتصادها للمحروقات.

II. 1. تدابير الدعم الجبائي

نتطرق في هذه النقطة إلى التحفيزات الجبائية، و مكوناتها و نركز بالخصوص على الإعفاءات الجبائية كونها العامل الأكثر أهمية في الحث على الإستثمار في قطاع النشاط البديل للمحروقات.

- **التحفيزات الجبائية**

التحفيزات الجبائية ميزة اقتصادية قابلة للتقدير بقيمة نقدية، تقدمها الدولة لكامل الإستثمارات أو لبعضها و يتم تحديدها وفقا لمعيار موضوعي أو جغرافي، كأن تهدف الدولة إلى توجيه الإستثمارات إلى مجالات يعزف عن الإستثمار فيها، و كذلك السعي إلى تنمية مناطق معينة و بالتالي تأتي حوافز الإستثمار لتحقيق هذه الأهداف.[5]

و يمكن تعريف حوافز الإستثمار بأنها مجموعة إجراءات و ترتيبات ذات قيم اقتصادية قابلة للتقويم كمنحها الدولة للمستثمرين سواء المحليين أو الأجانب لتحقيق أهداف معينة (كإغراء الأفراد أو الشركات للقيام بعملية الإستثمار، توجيه الإستثمار

نحو قطاعات غير مستثمر فيها، تحقيق التوازن الجهوي للاستثمار من خلال منح حوافز استثمارية نحو المناطق غير المرغوب فيها...الخ).[6]

من شأن هذه التحفيزات الجبائية سواء الموجهة منها للاستثمارات المحلية (الوطنية) أو ما تعلق منها بالإستثمارات الأجنبية (المباشرة أو غير المباشرة) التقليص من فاتورة الواردات من خلال خلق القيم المضافة الإقتصادية الممثلة في السلع و الخدمات، و إن تحقق الاكتفاء الذاتي للبلد من شأنها الرفع من حجم الصادرات.

و هو ما استطاعت الوصول إليه دولة الإمارات العربية المتحدة، و بخاصة إمارة دبي من وراء وضع سياسات تحديث الضرائب إذ إن سوقها في تطور مستمر، فالواردات المحلية تبلغ **17** مليار دولار أمريكي سنويا مقابل **150** مليار دولار أمريكي للصادرات.[7]

- **مكونات التحفيزات الجبائية**

تشمل التحفيزات الجبائية كل من الإعفاءات البائية، التخفيضات الجبائية، المعدلات التمييزية، نظام الإهتلاك، بالإضافة إلى إمكانية ترحيل الخسائر إلى السنوات اللاحقة.

من بين هذه التحفيزات تعتبر الإعفاءات الجباية الأكثر أهمية في الحث على الإستثمار في قطاع النشاط أو توجيه الإستثمار إلى القطاعات التي تراها الدورة ضرورية و تريد دعمها أو ترقيتها.

فالإعفاءات الضريبية هي ميزة تمنحها السلطة العامة بنص القانون للشخص الطبيعي و الشخص المعنوي، تبغي من ورائه تحقيق جملة من الأهداف السياسية و الإقتصادية و الإجتماعية ، و الإعفاء إما أن يكون مؤقتا و لفترة محدودة من الزمن و بانتهاء تلك الفترة ينتهي الإعفاء، و إما أن يكون دائما.[8]

يمكن للمستثمر بالإضافة إلى الإعفاءات الضريبية أن يستفيد من التخفيضات الضريبية كذلك و هي تخفيض في قيمة الضريبة إن تعهد مثلا بإعادة استثمار أرباحه، أما المعدلات التمييزية فترتبط بنتائج عمليات الإستثمار حيث تزداد المعدلات بانخفاض نتائج عمليات الإستثمار و العكس بالنسبة لنظام الإهتلاك، يمكن للمستثمر أن يستفيد من عملية التشريع في الإهتلاك بالنسبة لمعدات الإستثمار، بالإضافة إلى إمكانية ترحيل خسائر، للسنوات اللاحقة حتى يمكنه تخفيضها من قواعد الربح المحققة (أسس الربح المحققة).

II. 2. تدابير الدعم الجبائي لقطاع الفلاحة كقطاع بديل للمحروقات

نبرز في هذه النقطة مختلف تدابير الدعم الجبائي المقدمة من طرف الدولة لتحفيز الإستثمار الوطني المنتج في قطاع الفلاحة كقطاع بديل للمحروقات.

فقطاع الفلاحة كقطاع واعد في الجزائر كان له نصيب من التحفيزات الجبائية المعتبرة و التي من شأنها حيث المستثمرين للاستثمار في هذا القطاع.

و يمكن تلخيص مختلف التدابير التحفيزية ذات الطابع الجبائي على النحو التالي:[9]

أ. **إعفاءات دائمة:**

1. **بخصوص الضريبة على الدخل الإجمالي (IRG)**: تعفى من الضريبة على الدخل الإجمالي الإيرادات الناتجة عن زراعة الحبوب و البقول الجافة و التمور.
2. **بخصوص الضريبة على أرباح الشركات (IBS)**:تعفى من الضريبة على أرباح الشركات كل من:
   - صناديق التعاون الفلاحي لفائدة العمليات البنكية و التأمين المحققة خصيصا مع شركائها.
   - التعاونيات الفلاحية للتموين والشراء و كذا الاتحادات المستفيدة من اعتماد تسلمه المصالح المؤهلة لوزارة الفلاحية و المسيرة طبقا للأحكام القانونية و التنظيمية التي تنظمها، باستثناء العمليات مع المستعملين غير الشركاء..
   - الشركات التعاونية للإنتاج المنجزة، تحويل، حفظ و بيع المنتوجات الفلاحية و كذا اتحاداتها المعتمدة، باستثناء العمليات التالية:
     - مبيعات محققة في محلات التجزئة المنفصلة عن مؤسساتها الرئيسية.
     - عمليات التحويل التي تخص المنتوجات أو شبه المنتوجات باستثناء تلك الموجهة لتغذية الإنسان و الحيوانات أو يمكن استعمالها كمواد أولية في الفلاحة أو الصناعة.
     - عمليات محققة مع المستعملين غير الشركاء و التي رخصت لها التعاونيات أو اضطرت لقبولها.
3. **بخصوص الرسم على القيمة المضافة(TVA)**: بالنظر إلى طبيعة النشاط الفلاحي فإن عمليات البيع المتعلقة استثناء بالمنتوجات الفلاحية و بتربية الحيوانات تعفى من مجال تطبيق الرسم على القيمة المضافة، غير أنه تجدر الإشارة إلى أن عمليات الشراء و إعادة البيع لهذه المنتوجات تخضع لهذا الرسم.
4. **بخصوص الرسم العقاري (TF)**: تعفى من الرسم العقاري التجهيزات و المستثمرات الفلاحية لاسيما مثل الحظائر و المرابط و المطامر.

ب. **إعفاءات مؤقتة:**

1. **بخصوص الضريبة على الدخل الإجمالي (IRG)**: تعفى من الضريبة على الدخل الإجمالي لمدة عشر (**10**) سنوات الإيرادات الناتجة عن الأنشطة الفلاحية و أنشطة تربية الحيوانات الممارسة في الأراضي المستصلحة حديثا و في المناطق الجبلية.

وتعفى كذلك لمدة ثلاث (**03**) سنوات ابتداء من تاريخ الشروع في الاستغلال الأنشطة الممارسة من طرف الشباب المستثمر المستفيد من إعانة الصندوق الوني لتدعيم تشغيل الشباب (**ENSEJ**)، و تمدد مدة الإعفاء لمدة ستة (**06**) سنوات ابتداء من تاريخ الشروع في الاستغلال إذا كانت الأنشطة ممارسة في مناطق يجب توقيتها.

2. **بخصوص الرسم على القيمة المضافة (TVA)**: تعفى المواد المستعملة من قبل الفلاحين و كذا التجهيزات الفلاحية المقتناة حسب صيغة القرض الإيجاري و تتمثل في:

- المواد الأساسية التي تدخل في صناعة أغذية الحيوانات.
- الأسمدة الآزوتية، الفوسفاتية، الفوسفو–بوتاسية– والأسمة المركبة.
- الإيجارات المدفوعة في القرض الإيجاري المتعلقة بالتجهيزات الفلاحية المصنوعة في الجزائر.

بالإضافة إلى هذه التدابير الجبائية تضمن قانون المالية التكميلي لسنة **2009** كذلك بعض التدابير لفائدة الأنشطة الفلاحية حيث:[10]

- إعفاء آلات الحصاد و الدرس المصنوعة بالجزائر من الرسوم على القيمة المضافة (**TVA**).
- إعفاء الإيجارات المدفوعة في إطار عقود القرض الإيجاري المتعلقة بالعتاد و التجهيزات المنتجة بالجزائر من الرسم على القيمة المضافة لمدة مؤقتة تمتد إلى غاية **31** ديسمبر **2018**.

يجب الإشارة إلى أن الإستثمار في القطاع الفلاحي يمر بمرحلتين أساسيتين، مرحلة الإنجاز و مرحلة الاستغلال حيث خص المشرع الجزائري كل مرحلة بجملة من تدابير الدعم الجبائي، ففي إطار الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار (**ANDI**) مثلا، تدابير الدعم هذه يمكن تلخيصها في النقاط التالية:[11]

- **مرحلة الإنجاز**

- الإعفاء من الحقوق الجمركية بالنسبة للتجهيزات التي تدخل مباشرة في تحقيق الإستثمار.
- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة (**TVA**) بالنسبة للسلع و الخدمات التي تدخل مباشرة في تحقيق الإستثمار.
- الإعفاء من حقوق نقل الملكية بالنسبة للمقتنيات العقارية في إطار الإستثمار المعني.
- الإعفاء من حقوق التسجيل و مصاريف الشهر العقاري بالنسبة للعقارات المبنية و غير المبنية و التي تدخل في إنجاز الإستثمار.

- **مرحلة الاستغلال**

تستفيد لمدة ثلاث (**03**) سنوات بالنسبة للمشاريع التي توظف **100** عامل ابتداء من بداية النشاط بعد معاينة الدخول في الاستغلال من إعفاء يتعلق بـ:

- الضريبة على أرباح الشركات (**IBS**).
- الرسم على النشاط المهني (**TAP**).

و تمدد الفترة لخمس (05) سنوات للمشاريع التي توظف **101** عامل ابتداء من بداية النشاط بعد معاينة الدخول في الاستغلال.

III. المحور الثالث: حالة القطاع الفلاحي في إطار الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار(ANDI) للفترة (2002 – 2013)

في هذا المحور نتطرق إلى حالة القطاع الفلاحي بين سنة **2002** و سنة **2013** من حيث ثلاث نقاط أساسية هي:

- عدد المشاريع.
- تكلفة المشروع.
- اليد العاملة.

حيث تم التركيز في هذا القطاع على مجموعة من الشعب الفلاحية و التي هي على النحو التالي:

- شعبة الحبوب.
- شعبة الحليب.
- شعبة زيت الزيتون.
- شعبة اللحوم الحمراء.

III. 1. عدد المشاريع حسب كل شعبة فلاحية

يتغير عدد المشاريع حسب كل شعبة فلاحية من الشعب التي سبق ذكرها و الجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (01): عدد المشاريع حسب كل شعبة فلاحية للفترة (2002–2013)

الشعب الفلاحية / عدد المشاريع	شعبة الحبوب	شعبة الحليب	شعبة زيت الزيتون	شعبة اللحوم الحمراء
عدد المشاريع	27	378	186	54

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الموقع: www.andi.dz

في الفترة الممتدة بين سنة 2002 و 2013 اختلف عدد المشاريع من شعبة إلى أخرى، حيث شعبة الحبوب كان عدد المشاريع فيها هو 27 مشروع، شعبة الحليب 378 مشروع، شعبة زيت الزيتون 186 مشروع و شعبة اللحوم الحمراء 54 مشروع.

III. 2. تكلفة المشروع حسب كل شعبة فلاحية تتغير تكلفة المشروع حسب كل شعبة فلاحية و الجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (02): تكلفة المشاريع حسب كل شعبة فلاحية للفترة (2002-2013)

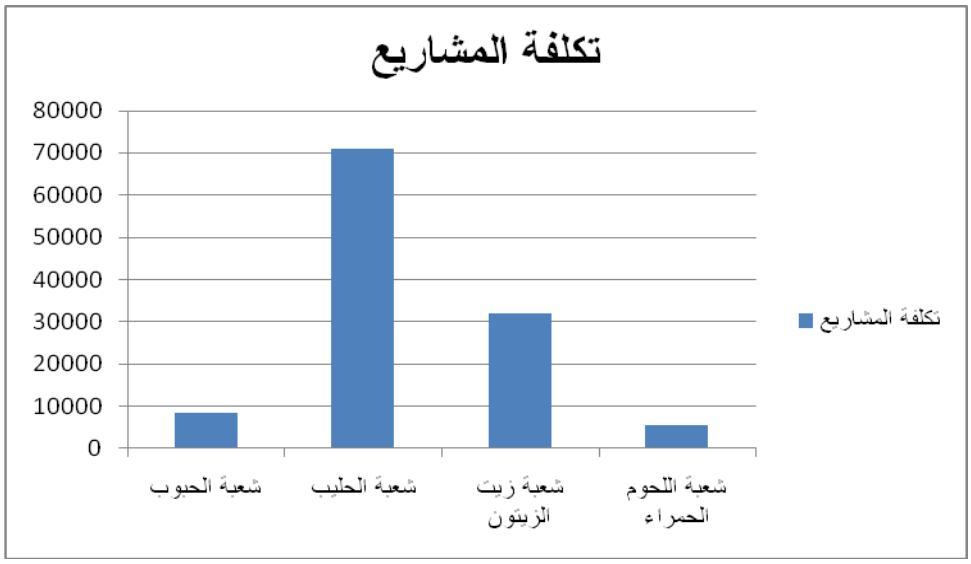
الوحدة: بالمليون دينار جزائري				
الشعب الفلاحية / تكلفة المشاريع	شعبة الحبوب	شعبة الحليب	شعبة زيت الزيتون	شعبة اللحوم الحمراء
تكلفة المشاريع	8386	70921	32092	5620

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الموقع: www.andi.dz

في الفترة الممتدة بين الناس 2002 و 2013 اختلفت تكلفة المشاريع من شعبة فلاحية إلى أخرى، حيث بلغت تكلفة المشاريع المتعلقة بشعبة الحبوب 8.386 مليون دينار جزائري، في حين شعبة الحليب بلغت تكلفة مشاريعها 70.921 مليون دينار جزائري، أما شعبة زيت الزيتون فتكلفة المشاريع المرتبطة بها كانت 32.092 مليون دينار جزائري و شعبة اللحوم الحمراء بلغت تكلفة مشاريعها 5.620 مليون دينار جزائري.

نترجم هذه المبالغ في شكل أعمدة بيانية ثم نقوم بتحليل أثر تدابير الدعم الجبائي على تكلفة المشاريع، هذه الأخيرة التي تختلف من شعبة فلاحية لأخرى، و الشكل الموالي يمثل الأعمدة البيانية لتكلفة المشاريع حسب كل شعبة فلاحية.

الشكل رقم (01): الأعمدة البيانية لتكلفة المشاريع حسب كل شعبة فلاحية للفترة (2002-2013)



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الجدول رقم (02).

- **تحليل أثر تدابير الدعم الجبائي على تكلفة المشاريع**

تكلفة المشاريع حسب كل شعبة فلاحية هي تكلفة خارج الرسم (**TVA**)، حيث ليستفيد حسب كل شعبة فلاحية في إطار الوكالة (**ANDI**)، من اقتناء العتاد الذي يدخل بصورة مباشرة في الإستثمار خارج الرسم (**TVA**).

يجب الإشارة إلى أن مبلغ الرسم (**TVA**)، سداده من طرف المستثمر سيزيد من تكلفة العتاد و بالتالي سيزيد من تكلفة الإستثمار بصورة مباشرة و واضحة.

إذا أخذنا تكلفة المشاريع حسب كل شعبة فلاحية، سنجد قيمة الرسم (**TVA**) (**07%** و **17%** من قيمة المشاريع حسب كل شعبة فلاحية) هي قيمة مهمة جدا والاستفادة من عدم دخول هذا الرسم في تكلفة المشاريع سيزيد من تحفيز المستثمرة للاستثمار في هذا القطاع الواعد (القطاع الفلاحي).

و الجدول الموالي يوضح قيم الرسم (**TVA**) حسب المعدل، و اليت تزيد من تكلفة الإستثمار في حالة عدم الاستفادة منها (كتدابير للدعم الجبائي).

الجدول رقم (03): قيم الرسم (TVA) حسب المعدل و المرتبطة بتكلفة المشاريع حسب كل شعبة فلاحية للفترة (2002–2013)

الوحدة: دينار جزائري

الشعب الفلاحية / تكلفة المشاريع / قيمة الرسم **TVA**	شعبة الحبوب	شعبة الحليب	شعبة زيت الزيتون	شعبة اللحوم الحمراء
تكلفة المشاريع	8.386.000.000	70.921.000.000	32.092.000.000	5.620.000.000
في حالة معدل الرسم (**TVA**) هو **07%**	587.020.000	4.964.470.000	2.246.440.000	393.400.000
في حالة معدل الرسم (**TVA**) هو **17%**	1.425.620.000	1.205.657.000	5.455.640.000	955.400.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الجدول رقم (02)

يعتبر الإعفاء من الرسم (**TVA**) من تدابير الدعم الجبائي الهامة التي تحث المستثمرين على الإستثمار في القطاع الفلاحي، و ما نلاحظه من الجدول رقم (03) من مبالغ للرسم (**TVA**) سواء بالمعدل **07%** أو **17%** يعكس الأثر الحقيقي لتدابير الدعم الجبائي على تكلفة المشاريع الإستثمارية في القطاع الفلاحي، هذا المبالغ من الرسم (**TVA**) كانت المتنقل قيمة العتاد الفلاحي لو لم يتم الإعفاء منها.

III. 3. اليد العاملة المشغلة حسب كل شعبة فلاحية

يتغير عدد اليد العاملة المشغلة حسب كل شعبة فلاحية و الجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (04): اليد العاملة المشغلة حسب كل شعبة فلاحية للفترة (2002–2013)

الشعب الفلاحية / اليد العاملة المشغلة	شعبة الحبوب	شعبة الحليب	شعبة زيت الزيتون	شعبة اللحوم الحمراء
تكلفة المشاريع	861	12.245	3.567	701

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الموقع: **www.andi.dz**

في الفترة الممتدة بين سنة 2002 و 2013 اختلف عدد اليد العاملة المشغلة حسب كل شعبة فلاحية، حيث اليد العاملة المشغلة في شعبة الحبوب كان 861 يد عاملة، و كان 12.245 يد عاملة في شعبة الحليب، أما شعبة زيت الزيتون فكان 3.567 و في شعبة اللحوم الحمراء كان 701 يد عاملة.

- **نسبة اليد العاملة المشغلة الواحد حسب كل شعبة فلاحية:**

الجدول الموالي يوضح نسبة اليد العاملة المشغلة للمشروع الواحد حسب كل شعبة فلاحية

الجدول رقم (05): نسبة اليد العاملة المشغلة للمشروع الواحد حسب كل شعبة فلاحية للفترة (2002–2013)

الشعب الفلاحية / نسبة اليد العامة المشغلة للمشروع الواحد	شعبة الحبوب	شعبة الحليب	شعبة زيت الزيتون	شعبة اللحوم الحمراء
اليد العاملة المشغلة	861	12245	3567	701
عدد المشاريع	27	378	186	54
نسبة اليد العاملة المشغلة للمشروع الواحد	31.88	32.39	19.17	12.98

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الجدول رقم (01) و الجدول رقم (04).

العلاقة بين عدد المشاريع و اليد العاملة المشغلة هي علاقة طردية، حيث كلما زاد عدد المشاريع زادت اليد العاملة المشغلة، الزيادة في عدد المشاريع له علاقة مباشرة مع تدابير الدعم الجبائية، حيث الإهتمام أكثر من حيث السياسات الجبائية الموضوعة على المستوى الكلي (تتضمن قوانين تحمل تدابير واسعة من الدعم الجبائي).

الخاتمة

تناولنا في هذه الدراسة تدابير الدعم الجبائي و ما لها أهمية كعامل محفز للاستثمارات الوطنية المنتجة خارج قطاع المحروقات في الجزائر، و تم التركيز من جهة على تدابير الدعم الجبائي و من جهة أخرى تم توضيح الإستثمارات الوطنية المنتجة خارج قطاع المحروقات، حيث تم التطرق إلى القطاع الفلاحي في إطار الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار (**ANDI**) خلال الفترة (2002-2013).

أولا: النتائج: كانت النتائج المسجلة من الدراسة النظرية و الميدانية على النحو التالي:

1. بالنسبة للدول التي تشهد اقتصادياتها تبعية لقطاع المحروقات و الجزائر واحدة منها، بات لزاما عليها التفكير بجدية في اقتصاد منتج خارج قطاع المحروقات.
2. القطاع الفلاحي كقطاع بديل للمحروقات يوفر للدولة تحقيق اكتفاء ذاتي و/أو تقليص من فاتورة الاستيراد لمختلف المنتوجات و الخدمات المتعلقة بهذا القطاع.
3. الجزائر كبلد يعاني من تبعية المحروقات كان له دور كبير في تقديم جملة من تدابير الدعم الجبائي و التي من شأنها الحث على الإستثمار في القطاعات البديلة للمحروقات خاصة القطاع الفلاحي.
4. خلال السنوات الأخيرة (الخماسي الأخير) قامت الجزائر بالتوسيع في تدابير الدعم الجبائي خاصة في القطاع الفلاحي لتحفز الإستثمار الوطني المنتج خارج قطاع المحروقات.
5. مبالغ مهمة جدا من الرسم (**TVA**)، يعتبر هذا الرسم من تدابير الدعم الجبائي الهامة – تثقل قيمة العتاد الداخل بصورة مباشرة في الإستثمار، و التي من شأنها إعاقة الإستثمار في هذا القطاع لو لم يكن هذا العتاد معفى منها أثناء مرحلة إنجاز الإستثمار (هذا ما تم التوصل إليه في الجانب التطبيقي من الدراسة).
6. هذه المبالغ المعتبرة من الرسم (**TVA**) كإحدى تدابير الدعم الجبائي الموجهة لتحفيز الإستثمار تشكل عبء كبير تتحمله الدولة (يرهق الخزينة العامة للدولة).
7. التخلي عن الحجم الهائل من الإيرادات المتأتية من الرسم (**TVA**) أثناء مرحلة إنجاز الإستثمار مقابله هو التحفيز على الإستثمار في هذا القطاع الواعد –القطاع الفلاحي- كقطاع بديل للمحروقات.

ثانيا: اختبار الفرضيات

انطلاقا من النتائج كان اختبار الفرضيات على النحو التالي:

1. الفرضية الأولى تم تحققها حيث تكييف تدابير الدعم الجبائي حسب قطاع النشاط البدلي للمحروقات يعكس اهتمام الدولة لتوجيه الاقتصاد من تابع للمحروقات إلى مستقل عنها.
2. الفرضية الثانية تحققت كذلك حيث تدابير الدعم الجبائي لها أهمية كعامل محفز للاستثمارات الوطنية المنتجة في القطاع الفلاحي كقطاع بديل للمحروقات.

ثالثا: الاقتراحات

1. التوسيع أكثر من جملة تدابير الدعم الجبائي.
2. التوسيع في قائمة العتاد المعني بالإعفاء من الرسم على القيمة المضافة كون هذا الأخير من تدابير الدعم الجبائي الهامة، لتشمل قائمة العتاد حتى ذلك الذي لا يدخل بصورة مباشرة في الإستثمار.
3. تفعيل الدور الرقابي خلال مرحلة إنجاز الإستثمار بخصوص كل الضرائب والرسوم محل الإعفاء.
4. تفعيل الدور الرقابي خلال مرحلة استغلال الإستثمار بخصوص كل الضرائب و الرسوم محل الإعفاء.
5. التمديد في مدة الإعفاء خلال مرحلة استغلال الإستثمار.
6. ضرورة تفعيل الدور الرقابي خاصة بخصوص الرسم (**TVA**) كونه عبء كبير يثقل عاتق الخزينة العامة للدولة، سواء عند مرحلة إنجاز الإستثمار أو عند مرحلة الاستغلال.

قائمة الاحالات والتهميشات:

1: تاتي محمد، أثر سياسة الإنفاق العام على الإستثمار الخاص دراسة تحليلية– قياسية/ حالة الجزائر: 1974-2006، مذكرة ماجيستير في العلوم الإقتصادية تخصص: الإقتصاد الكمي، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009-2010، ص 23.

2: منصوري زين، واقع و آفاق سياسة الإستثمار في الجزائر، بمجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 2، جامعة الشلف، ص ص 128-129.

3: مشتاق هـ خان، سياسات الإستثمار و التقنية، قسم الإقتصاد بكلية الدراسات الشرقية و الإفريقية، جامعة لندن، برنامج الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الإقتصادية و الاجتماعية DESA، نيويورك، يونيو 2007، ص 15.

4: المرجع نفسه، ص 17.

5: طالبي محمد، أثر الحوافز الضريبية و سبل تفعيلها في جذب الإستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، مقال بمجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السادس، جامعة الشلف، ص 316.

6: المرجع نفسه، ص 316.

7: جاد خليفة، الملاذات الضريبية بين الرفض و التبني، مقال بمجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 52، خريف 2010، ص 118.

8: حسين عاشور العتابي، كشكول عبد، دور الإعفاء الضريبي في جذب الإستثمار الأجنبي و إمكانية تفعيله في الإقتصاد العراقي، مقال المجلة دراسات محاسبية و مالية، المجلد السابع، العدد 18، الفصل الأول، 2012، ص 40.

9: l'agriculture et la fiscalité, bulletin d'information de la direction générale des impôts, N° 35, Ministère des finance, Algérie, Octobre 2008, pp 2 – 3.

10: قانون المالية التكميلي لسنة 2009، نشرة شهرية للمديرية العامة للضرائب، عدد خاص، وزارة المالية، الجزائر، أوت 2009، ص 2.

11: الموقع:www.andi.dz؛ تم فحصه يوم الثلاثاء 09 أوت 2016، على الساعة 13:35.

المناولة الصناعية كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات

أ. صيد ماجد **د.رقايقية فاطمة الزهراء**

جامعة محمد شريف مساعدية سوق أهراس؛ الجزائر

sid.madjed@gmail.com:E-mail
zorafinance@yahoo.fr

Outsourcing contribution in The competitive advantage of enterprises

sid madjed DR .ragaiaguia fatma zohra
Faculty of economics, university of Mohamed cherif msaiadia -souk ahra.; Algeria

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

Abstract:

the pace of global economic activity in recent decades, Have accelerated under the open world, dominated by severe competition, which has led industrial enterprises in the world -especially the developing- countries in the face of many challenges, particularly the obstacles of limited resources, small market shares, and the inability to marketing campaigns or research projects in light of the evolution of new technologies and innovation in all fields of their activities, and this is what made the option of outsourcing the most important strategic choices that has the ability to achieve industrial development, in view of the successful experiences in the most developed countries, Which makes it necessary for industrial enterprises in the third world countries to adopt this strategy, in order to develop and upgrade their products and increase their competitive advantage locally and internationally.

Keywords: outsourcing, competitive advantage.
Jel : M55

ملخص:

تسارعت وتيرة النشاط الاقتصادي العالمي في العقود الأخيرة، في ظل عالم مفتوح، تسوده المنافسة الحادة، مما جعل المؤسسات الصناعية في دول العالم- خاصة النامية منها- في مواجهة تحديات عديدة، منها عوائق محدودية مواردها، وصغر حصصها السوقية، مع عجزها عن الحملات التسويقية المكلفة أو مشاريع البحث، في ظل التقدم التكنولوجي في مجالات نشاطها، وهذا ما يجعل خيار المناولة الصناعية من خيارات الشراكة الإستراتيجية الحديثة والهامة، وأكثرها قدرة على تحقيق التنمية الصناعية، بالنظر إلى التجارب الناجحة في معظم البلدان المتقدمة، مما يحتم على المؤسسات الصناعية في الدول النامية، ضرورة تبني هذه الإستراتيجية من أجل تنمية وترقية منتجاتها والرفع من ميزتها التنافسية محليا ودوليا .

الكلمات المفتاحية: : المناولة الصناعية، الميزة التنافسية.
رموز **jel**: **M55**

المقدمة:

أصبحت المناولة الصناعية، سمة الاقتصاديات المتطورة والصاعدة، في ظل عولمة الاقتصاد وتوجه الدول الصناعية نحو المزيد من التكتل والتنسيق في مجالات الإنتاج والتسويق، حيث برزت أهمية المناولة والشراكة الصناعية كعامل ديناميكي في بناء و تفعيل علاقة التكامل والتشابك بين وحدات النشاط الصناعي بهدف تنمية الصناعة، ومنتجاتها ورفع قدراتها التنافسية في الأسواق المحلية والخارجية إلى جانب أهداف اقتصادية واجتماعية أخرى خاصة .

ولهذا اختيار إستراتيجية المناولة هو اختيار جوهري ومناسب للدول النامية، التي تعاني من مشاكل كثيرة لعل أبرزها، التركيز على الصناعات الأولوية والتخلف التكنولوجي وتدني مستويات الكفاءة الإنتاجية، وأمام هذا الوضع تعمل إستراتيجية المناولة الصناعية على تكثيف نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز قدراتها التنافسية وبالتالي النهوض بالتنمية الاقتصادية للبلد.

– إشكالية الدراسة:

وعليه تبعا لما تم ذكره سابقا يمكن معالجة موضوع هذه الورقة البحثية من خلال الإشكالية التالية: **ما مدى تأثير إستراتيجية المناولة على الوضعية التنافسية للمؤسسة الصناعية؟**

– أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

- توضيح مفهومي المناولة الصناعية و الميزة التنافسية؛
- إبراز الدور الذي تلعبه المناولة الصناعية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ؛
- استعراض تجربة الجزائر في مجال المناولة ، وكذا بعض التجارب الناجحة في العالم.

– منهجية البحث:

من أجل الإجابة على الإشكالية السابقة والإلمام بجوانبها الفرعية تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلاءم وطبيعة الموضوع وذلك من أجل إثراء الجانب المفاهيمي المتعلق المناولة، و الميزة التنافسية.

– هيكل الدراسة

و لمحاولة الإجابة على الإشكالية المطروحة فقد تم تفريع الورقة البحثية إلى العناصر التالية:

المحور الأول: الإطار العام للمناولة ؛

المحور الثاني : الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية؛

المحور الثالث: دور المناولة الصناعية في تعزيز تنافسية المؤسسات؛

المحور الرابع :تجربة الجزائر في المناولة الصناعية ؛

المحور الخامس :بعض التجارب الأجنبية الناجحة في قطاع (المناولة) المقاولة من الباطن.

المحور الأول: الإطار العام للمناولة الصناعية

المناولة في ماهيتها، آلية إنتاجية، وتعدّ بالمنظور الاقتصادي نموذج إستراتيجي يمكّن من تحسين مردودية وإنتاجية المؤسسات وما يترتب عن ذلك من إنشاء متزايد للثروة (القيمة المضافة) ومناصب الشغل.

أولا:ماهية المناولة: تناول عدة اقتصاديين مسألة المناولة (المقاولة) – (Sous-traitance) ومن بينهم (Say,Cantillon,Shumpeter) و(Peter Drucker) الذي يعد أول من أشار إلى تحول الاقتصاديات الحديثة من اقتصاد تسيير (économie de management) إلى اقتصاد مقاولين (d'entrepreneurs économie) كما كان لـ (A.Salle

Barreyre, Houssiaux PYVES) دور بارزا في ترقية الفكر المقاولي والتنظيمي من خلال دوره في تنمية علاقات التعاون والتشابك، تخصيص الموارد وترقية المقدرة التنافسية للمؤسسات[i] ، إلا أنهم لم يتوصلوا إلى مفهوم موحد حول مصطلح المناولة ،

1– تعريف المناولة لغويا:[ii] وتعني العطاء فهي من المصدر ناول ، يناول ، مناولة، فهو مناول (بكسر الواو) والمفعول مناول ، فناول الشيء أي أعطاه إياه مادا به يده.

2– تعريف المناولة اصطلاحا:

- حسب قاموس التسيير:« نسمي في إطار العلاقات بين معطي الأوامر والشركات التي تعمل لصالح معطي هذه الأوامر وفق التوجيهات خاصة ومحددة بالمناولة. فالمناولة هي عبارة عن شراكة أو تعاون بين الشركات مبني على قرار تنفيذ الأمر، حيث أن مصدر أو معطي الأوامر هو الذي ينص على طريقة العمل ويعطي التوجيهات اللازمة، أما المناول فهو الذي يقوم بالتنفيذ و الإنجاز».[iii]
- أما حسب قاموس المالية و إدارة الأعمال فإن المناولة هي :« عملية يتم من خلالها منح أو تفويض عملية أو عمليات أخرى لشركة (مؤسسة) أجنبية، قصد تنفيذ إنجازات محددة وفق مخططات خاصة تحددها المؤسسة الأصلية(معطي الأوامر) محتفظة بمسؤوليتها الاقتصادية».

وعليه يمكن تعريف المناولة أو (المقاولة من الباطن) :[iv] على أنها عقد مكتوب يعهد بموجبه صاحب الصفقة إلى الغير تنفيذ جزء من صفقته ويختار صاحب الصفقة بحرية المتعاقدين معه من الباطن شريطة أن يبلغ صاحب المشروع بطبيعة الأعمال التي يعتزم التعاقد بشأنها من الباطن وهوية المتعاقدين المذكورين وعناوينهم التجارية وتسميات شركاتهم وعناوينهم. ولا يزال مفهومها يثير الغموض والالتباس لدى المعنيين بالأمر في اقتصاديات الدول العربية، حيث عرفت في مصر تحت اسم «الصناعات المغذية» أو «التعاقد من الباطن»، وفي الأردن والعراق يطلق عليها اسم «التعاقد»، أما في منطقة المغرب العربي فتعرف بـ«المناولة الصناعية» وهي المنطقة التي تعاملت مع هذا المنهج واستفادت منه أكثر من غيرها من الدول العربية.

ثانيا: محددات ظهور إستراتيجية (المناولة الصناعية) المقاولة من الباطن :

ساهمت حركة التصنيع الحديثة في تطور وتنوع النشاط الصناعي ، من خلال إدخال فروع صناعية جديدة شجعت الطلب على السلع والمنتجات الوسيطة، كما كانت دافعا لظهور نشاطات جديدة انتشرت معها النشاطات التكاملية والتعاون بين المؤسسات عن طريق الصناعات الصغيرة والمتوسطة و التي كان لها دورا بارزا بمساهمتها الفاعلة في تغطية الطلب المتزايد على مختلف أجزاء ومكونات المنتجات ، كما كانت مصدر المبادرة بالتحفيز على انتشار شريحة من المقاولين الصغار المستقلين .

ولقد كان لأزمة السبعينات (أزمة الطاقة) وما ترتب عنها من غلق المصانع وانتشار البطالة أثر كبير ومباشر في ترقية روح المبادرة والتقاول في الدول المتقدمة، وعموما ترجع أسباب اللجوء إليه إلى جملة من الاعتبارات: [v]

- احتدام التزاحم، ومع التطور التقني الذي جعل الأنظمة المعاصرة والتي تتسم بالمرونة وتعقيد العملية الإنتاجية حفز بعض المؤسسات باللجوء إلى مؤسسات أخرى تتوفر على تجهيزات ومهارات متخصصة ترفع من جودة المنتج المطلوب وبأسعار مناسبة؛
- الرغبة في تحقيق وفرات اقتصادية وتتضمن وفرات الإنتاج التي تزيد بزيادة حجم المؤسسة مع توسيع نطاق توزيع التكاليف الثابتة سيما ما تعلق منها بالدراسات والأبحاث ، دراسات السوق ذات المردودية الأعلى؛
- السعي إلى تحقيق حجم أمثل من خلال الاستغلال المعتبر للتكنولوجيا في مجال الإعلام والاتصال لتسهيل التوغل في السوق وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية.

ثالثا: أشكال المناولة الصناعية (التعاقد من الباطن)

تتحدد وتتنوع صور المناولة التي تتميز بالمرونة والقدرة على التكيف مع متطلبات السوق حسب الإستراتيجية المعتمدة من طرف المؤسسة (الآمرة) ومستوى ونوع النشاط الذي تسعى إلى تحقيقه والقطاع الذي تنتمي إليه ، ففي القطاع الخدماتي تقوم المؤسسات المناولة بتقديم عدة خدمات في شكل تعاون مع الغير ، كما تقوم بتنفيذ أشغال معينة لصالح طرف آخر في وقت عمل محدد مسبقا من خلال (التكوين ، البحث والدراسة ، الاستشارة ، الإمداد ، دفع الأجور ، صيانة ...) أما في القطاع الإنتاجي عادة ما تكون في صيغة مؤسسات صغيرة ومتوسطة (PME) وذلك حسب المواصفات والخصائص المتفق عليها وبذلك يمكن التمييز بين :

1) مناولة طاقة الإنتاج (sous –Traitance de Capacité):[vi]

وانتشرت في فترة السبعينات ، حيث تتعاقد المؤسسات المكلفة بالأعمال (تعاقد ظرفي مؤقت) مع مؤسسات مناولة متخصصة لمواجهة ارتفاع مؤقت في الطلب أو بسبب طلب في أصل أجهزتها ، أو التعاقد (عقود طويلة المدى) بهدف الاحتفاظ بطاقة إنتاجية مرتفعة توفرها لها المؤسسات المناولة للرفع من القدرة التنافسية التي كانت تقوم على السعر والكمية .

2) مناولة الاختصاص (Sous-traitance de spécialité):[vii]

وظهرت خلال فترة الثمانينات ، حيث تلجأ المؤسسات الآمرة بالأعمال إلى التعاقد مع مؤسسات منفذة متخصصة تتوفر فيها التجهيزات والكفاءات اللازمة لتوفير احتياجاتها من المواد أو الخدمات المطلوبة نظرا لعدم توفرها في المنشأة الآمرة ، ومن ثم تحقيق ميزة تنافسية على السعر وجودة المنتج ومدى اعتماده على المقاييس والمواصفات العالمية .

3) المناولة الوطنية (Sous-traitance nationale):[viii]

حيث تتميز المؤسسات المتعاقدة (الآمرة والمغذية للأعمال) بنفس الجنسية (تنتميان إلى دولة واحدة) .

4) المناولة الدولية (Sous-traitance internationale):[ix]

وفيها تتباين جنسية المؤسسات المتعاقدة بغض النظر عن المكان الذي تمارس فيه نشاطها ،وعادة ما يكون المناول فرع تابع للمؤسسة الأم التي تعطي له الأوامر.

ومع التطورات المتلاحقة، توجهت معظم المؤسسات إلى اعتماد المناهج اليابانية التدبير وتحديدا في القطاع الصناعي مع إعادة تنظيم العلاقات الصناعية وظهور مستويات مختلفة للمناولة، حيث أصبح وعي تام بإلزامية اللجوء إلى هذا الأسلوب بسبب انعدام توفر الكفاءات والتقنيات اللازمة وارتفاع التكاليف الإنتاجية، أي أن المناول أصبح الشريك المزود بكل المكونات والأجزاء التي تدمج في المنتج النهائي مع تأمين الجودة لتتكفل المؤسسات الآمرة بالتسويق .

رابعا: أهمية المناولة الصناعية:[x]

في ظل النظام العالمي الجديد الذي يتجه نحو عولمة الاقتصاد، وانفتاح جل اقتصاديات العالم على بعضها البعض، يبرز الدور المهم الذي تلعبه المناولة الصناعية، كعامل ديناميكي في تعزيز علاقات الشراكة الصناعية بين المؤسسات الإنتاجية الكبيرة والمشروعات الصغيرة والمتوسطة، وفي تطوير نظم الإنتاج وتحسين كفاءتها، بالإضافة إلى رفع القدرات الإنتاجية والتنافسية، لاكتساب القدرة على مواجهة المنافسة الخارجية والداخلية على حد سواء. وتبرز أهمية المناولة الصناعية فيما يلي:

1– إن إنتاج بعض أو كل مستلزمات الإنتاج داخل الدولة، من شأنه أن يؤدي إلى إيجاد آلاف فرص الاستثمار للمشاريع الصناعية الصغيرة والمتوسطة، ، مما يؤدي إلى سد الفجوات الإنتاجية واستكمال حلقات السلسلة الإنتاجية، وتدعيم تكامل القطاع الصناعي على المستوى المحلي

2– إن القيام بالإنتاج طبقا للمواصفات المحددة من المؤسسات الآمرة، من شأنه أن يؤدي إلى تطوير التكنولوجيا المحلية، وزيادة وتيرة التكنولوجيا المستوردة، طبقا لاحتياجات هذه المصانع، ومن ثم تحسين نوعية وجودة الإنتاج وقدرته التنافسية.

3– إن القيام بتصنيع مستلزمات الإنتاج للصناعات الكبيرة، بالإضافة إلى تصنيع قطع الغيار وبعض المكونات والمعدات من شأنه أن يؤدي إلى تنشيط صناعات إحلال الواردات، ويساهم في الحد من نزيف العملات الأجنبية، ويؤدي إلى تحسين وضعية ميزان المدفوعات.

4– تساهم المناولة في تحسين القدرات التنافسية، على الصعيدين المحلي والدولي، من خلال تحريض المؤسسات الصناعية على التخصص في مجالات التقنية، مما يحسن في الإنتاجية وجودة المنتج ويؤدي إلى الضغط على التكاليف؛

5– إن هذه العملية رغم أهميتها القصوى، فإن تكاليفها محدودة جدا، إذ أن دور مراكز المناولة ينحصر في التعاون مع الشركات الكبرى في تحديد احتياجاتها، ومن ثم التعرف على موردي التكنولوجيا القادرين على المساهمة في تأمين الآلات والتجهيزات والمعرفة الفنية اللازمة لإنتاج هذه المستلزمات، وتعريف المستثمرين من الشركات الصغيرة والمتوسطة بها؛

6– إن مراكز المناولة هذه، في سعيها نحو ترويج فرص الاستثمار الصغيرة والمتوسطة المرتبطة بمستلزمات الإنتاج للصناعات القائمة، من شأنها أن تنشط المؤسسات الاستشارية الصناعية والهندسية وتزيد من الطلب على خدماتها إلى حد بعيد.

7– تمتاز المناولة بالمرونة في المعاملات والسرعة في الإنجاز، وهذه الصفات مهمة جدا في النظام الاقتصادي العالمي الحالي، حيث يمتاز بالتطورات السريعة مما يجعلها مواكبة للتقدم والمنافسة العالمية؛

8– تساهم المناولة بصفة فعالة في التوازن الاقتصادي بين مختلف مناطق البلاد، من خلال التوزيع الواسع للعمليات الإنتاجية على مختلف الأقاليم والتقريب بين مستويات المعيشة بين مختلف المناطق والأقاليم.

المحور الثاني :الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية

من حيث المعنى تشير الميزة التنافسية إلى الخاصية التي تميز المؤسسة عن غيرها من المؤسسات المنافسة، وتحقق لهذه المؤسسة موقفا قويا تجاه الأطراف المختلفة. ويمكن لأي مؤسسة أن تحقق الميزة التنافسية بطرق عديدة ولكن أهم هذه الطرق على الإطلاق هي أن تكون المؤسسة ذات تكاليف منخفضة (تنتج بتكاليف تنافسية و تبيع بسعر مخفض) أو أن تتمكن المؤسسة من تمييز منتجاتها فيزيائيا (الإبداع في المنتجات) أو انطباعيا (الإعلان و الاسم والشهرة)

أولا: تعريف الميزة التنافسية : لقد أعطيت للميزة التنافسية عدة تعاريف لكنها تصب جميعا في اتجاه واحد وهو ما يميز المؤسسة عن باقي المنافسين المتواجدين معها في السوق. وفي ما يلي نستعرض بعض هذه التعاريف:

حيث يعرف (M.Poter) الميزة التنافسية بأنها:« تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين. حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، بمعنى أخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع.[xi] كما أكد بأن الميزة التنافسية تنشأ من القيمة التي باستطاعة المؤسسة أن تخلقها لزبائنها».[xii]

من جهته يعرف Day الميزة التنافسية بأنها:« التميز في الكفاءات و التي تعني تفوق نسبي في المهارات و الموارد التي تعكس الاستثمارات السابقة لتقوي الوضعية التنافسية، و هذا يتجلى من خلال التفوق في القيمة للزبون أو التخفيض النسبي للتكاليف».[xiii]

كما تعرف **الميزة التنافسية:** « بأنها مهارة الشركة أو قدرتها على امتلاك ما يمكنها من التغلب على المنافسين في موقف معين، كما يوضحان أن الميزة التنافسية التي تتمتع بها إحدى شركتين متنافستين تحت الظروف نفسها،تمكنها من تحسين ميزتها التنافسية و بالتالي فإن الميزة النسبية تعد شرطا ضروريا لكن ليس كافيا لتحقيق الميزة التنافسية للشركة».[xiv]

ثانيا: أنواع الميزة التنافسية:

يرتكز بناء ميزة تنافسية بشكل أساسي على جملة الموارد المختلفة التي تحوزها المؤسسة ، إضافة لما تتمتع به تلك الموارد من نقاط قوة تؤهل المؤسسة لاكتساب ميزة تنافسية، تنفرد بها عن منافسيها، و لتحقيق أفضلية التموقع أصبحت المؤسسات لا تعتمد على مصدر وحيد للميزة التنافسية، و إنما على مجموعة متكاملة منه. ونعدد فيما يلي أنواع الميزة التنافسية وهي:[xv]

1– ميزة التكلفة الأقل: تعني فدرة المؤسسة على عرض منتجات بتكلفة أقل، وهو ما يؤدي إلى تحقيق عوائد أكبر، ويجب في هذه الحالة فهم و تحديد الأنشطة الحرجة في سلسلة القيمة، والتي تمثل مصادر هامة لسلسلة القيمة؛

2– ميزة تميز المنتج: تعني قدرة المؤسسة علة عرض منتجات ذات خصائص متميزة و متفردة، مما يجعلها ذات قيمة أكبر من نظيراتها من المنتجات من وجة المستهلك (الجودة، خصائص الاستعمال، وخدمات ما بعد البيع..) وفي هذه الحالة يجب فهم المصادر المحتملة لتمييز المنتج من خلال أنشطة سلسة القيمة.

ثالثا: خصائص الميزة التنافسية: إن خصائص الميزة التنافسية يفترض أن تفهم في إطار منظور صحيح و شمولي، لذلك يمكن تجسيد هذه الخصائص بالأتي :[xvi]

- ✓ تحدد بالاعتماد على رغبات و حاجات الزبون؛
- ✓ توفر الانسجام الفريد بين موارد المؤسسة والفرص في البيئة ؛
- ✓ تتصف بالديمومة و القوة وصعوبة تقليد المساهمين لها؛
- ✓ أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة وفق اعتبارات الحاصلة في البيئة الخارجية أو تطور موارد وقدرات المؤسسة؛
- ✓ أن يتناسب استخدام هذه الميزة مع الأهداف و النتائج التي ترى المؤسسة تحقيقها في المديين القصير والبعيد.

رابعا: أهمية التنافسية:

تبرز أهمية التنافسية في تعظيم الاستفادة ما أمكن من المميزات التي يوفرها الاقتصاد العالمي و التقليل من سلبياته، ويشير تقرير التنافسية العالمي إلى أن الدول الصغيرة أكثر قدرة على الاستفادة من مفهوم التنافسية من الدول الكبيرة ،حيث تعطي الشركات في الدول الصغيرة فرصة للخروج من محدودية السوق الصغير على رحابة السوق العالمي، وسواء اتفقنا مع هذا القول أم لا، فعليه لابد في نهاية المطاف من مواجهة هذا النظام بصفته إحدى حتميات القرن الحادي والعشرين. ويمكن إيجاز أهمية التنافسية في النقاط التالية:[xvii]

- ارتفاع العائد وتدني المخاطرة و منه ضمان مستويات أفضل للدخل و مستوى معيشة جيد؛
- رفع مستوى الكفاءة المادية أو البشرية واستغلال الفرص الاستثمارية المتاحة و تعميقها؛
- ارتفاع مستوى التوظيف و استقراره؛
- اختراق الأسواق الأجنبية بفعالية و جدارة والتمركز فيها بقواعد راسخة وثابتة من خلال مراكز التسويق والبيع؛
- ضمان بقاء واستمرار نشاط المؤسسات و تحسين أدائها من خلال الاستغلال الأمثل لكل مجالات وميادين التنافس.

خامسا :شروط فعالية الميزة التنافسية:

إن الشروط الواجب توافرها كي تكون الميزة التنافسية فعالة تتلخص فيما يلي :[xviii]

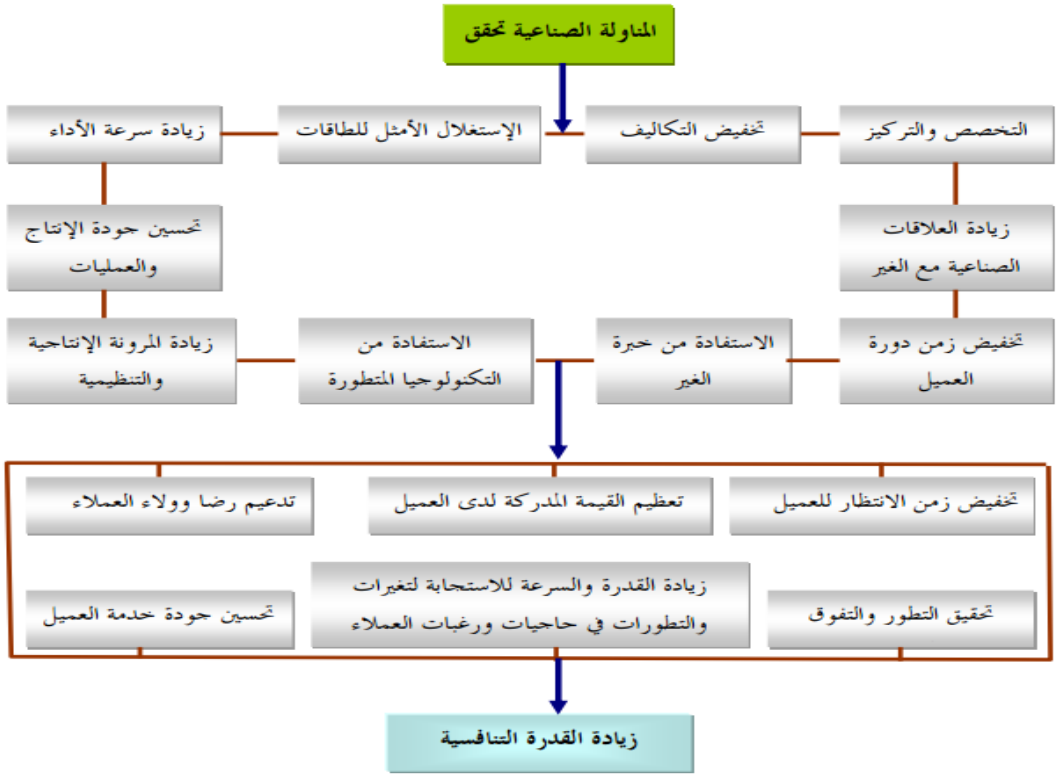
- حاسمة: بمعنى أنها تتيح للمؤسسة عامل السبق و التفوق على المنافسين؛
- الديمومة: أي أنها تحقق الاستمرارية عبر الزمن؛
- إمكانية الدفاع عنها: بمعنى صعوبة تقليدها، أو محاكاتها، أو إلغائها من قبل المنافسين.

ولكي تضمن هذه الشروط فعالية الميزة التنافسية، ينبغي أن يتم تفعيلها مجتمعة، لان كل شرط مرهون ومرتبط بالأخر.

المحور الثالث: دور المناولة الصناعية في تعزيز تنافسية المؤسسات

لقد كان للأوضاع الاقتصادية العالمية المبنية على الانفتاح والعولمة ، دورا كبيرا في زيادة التخصص والتفرد في انجاز الأعمال، وفرض هذا الوضع على المؤسسات الاقتصادية تدعيم تنافسيتها من خلال الاستخدام الأمثل لقدراتها و خبراتها وكفاءتها، تجاه الفرص المتاحة لمجابهة التهديدات و المخاطر التي تميز بيئتها المتغيرة والمتقلبة باستمرار، مما ألزم هذه المؤسسات على ضرورة زيادة التركيز والتخصص في نشاطاتها ، وتعتبر المناولة الصناعية احد أهم الوسائل والأساليب في تحقيق التخصص و التميز في الأعمال انطلاقا من تحقيق مجموعة من المزايا التي من شأنها أن تساهم في تدعيم تنافسية المؤسسة.

الشكل رقم (1):أثر المناولة الصناعية في تدعيم تنافسية المؤسسة



المصدر: بطاهر علي، دور المناولة الصناعية في تعزيز تنافسية منظمات الأعمال، ورقة قدمت للملتقى الدولي حول المقاولة الصناعية، جامعة بلحي مختار، عنابة، نوفمبر 2007، ص 313.

من خلال الشكل نلاحظ أن للمناولة دور كبير في تدعيم تنافسية المؤسسة الاقتصادية، نفصله بالشرح فيما يلي:[xix]

- **التخصص والتركيز**: لكون أن المناولة الصناعية تقتضي تنازل المؤسسة عن إنجاز بعض الأعمال وإنتاج بعض المنتجات الجزئية لصالح مؤسسات أخرى أكثر كفاءة وخبرة عالمية في إنجازها، ويجعلها أكثر تخصصا وتركيز أعمالها؛
- **تخفيض التكاليف**: كما أن عملية المناولة تقتضي تفويض انجاز بعض الأنشطة لمؤسسات ذات خبرة وكفاءة من المؤسسة ذاتها في تلك الميادين، مما يجعلها تحصل على انجاز بأقل التكاليف، كما أن ذلك يخفف الأعباء عن المؤسسة والناتجة عن اتساع الأنشطة و تنوعها والتي تولد زيادة في حجم الأعباء الناتجة عن المراقبة والتسيير؛
- **الاستغلال الأمثل للطاقات**: تساهم المناولة الصناعية بشكل كبير في تحقيق الاستغلال الأمثل للطاقات سواء كان ذلك بالنسبة للمجتمع ككل أو بالنسبة للمؤسسة ذاتها، فبدلا من أن تسخر هذه الأخيرة طاقاتـها وتستنفذها في مجالات

وأنشطة غير متخصصة و خبيرة فيها، تفوضها إلى من هو أكثر منها خبرة وتقوم بتسخير طاقاتها تلك في مجالات أخرى تتفوق في إنجازها؛

- ❖ **زيادة سرعة الأداء:** إن تنازل المؤسسة عن ممارسة بعض الأنشطة لصالح مؤسسات أكثر كفاءة يوفر لها سرعة الأداء والإنجاز؛
- ❖ **تحسين جودة الإنتاج والعمليات:** إن عملية الاعتماد على مؤسسات متخصصة ذات كفاءة في إنتاج عمل معين يزيد في جودة المنتج النهائي، ويجعله أكثر قدرة على تلبية حاجيات العميل؛
- ❖ **زيادة المرونة الإنتاجية والتنظيمية:** إن تركيز نشاط وعمل المؤسسة في الأعمال فقط يزيد من مرونتها وقدرتها على الاستجابة لمختلف التغيرات والتطورات الخارجية والداخلية؛
- ❖ **الاستفادة من التكنولوجيا المتطورة:** فكون أن المؤسسة من خلال المناولة الصناعية تعتمد على إنجاز بعض الأنشطة على مؤسسات ذات خبرة وكفاءة عالية في إنجازها فإن ذلك يجعلها تستفيد من التكنولوجيات المتطورة التي تتمتع بها المؤسسات القائمة بالأعمال؛
- ❖ **الاستفادة من خبرة الغير:** حيث يظهر أثر الخبرة في العمل على المنتج النهائي للمؤسسة ،وذلك نتيجة الاعتماد في انجازه على بعض العمليات والأجزاء ذات جودة عالية التي تتمتع بها المؤسسة القائمة بالأعمال، كما أن احتكاك المؤسسات بهم يجعلها تستفيد من الخبرات التي يتمتعون بها في انجاز بعض الأعمال؛
- ❖ **تخفيض دورة زمن العميل:** إن تركيز عمل المنظمة يجعلها أكثر قدرة للاستجابة لطلبات العميل وتحقيق رغباته سواء كان ذلك من خلال سرعة الاستجابة للتغير في رغباته وحاجياته أو في سرعة تسليم الطلبيات؛
- ❖ **زيادة العلاقات الصناعية مع الغير:** لكون أن المناولة الصناعية تفرض على المؤسسة إقامة علاقات مع مؤسسات أخرى في إطار تعاقد قد يكون طويل الأجل واستراتيجي فإن هذا يجعلها توسع دائرة العلاقات مع الأطراف الخارجية.

المحور الرابع: تجربة الجزائر في المناولة الصناعية :

على نقيض حراك ما يربو عن ثلاثمائة مؤسسة في المغرب، تونس، ، تركيا، الأردن، مصر ولبنان، ظلت المناولة الصناعية في الجزائر محتشمة إلى حد بعيد مقارنة بالدول السابقة الذكر، حيث لم تكن للمناولة سياسة واضحة خلال الفترة (1963-1987) بسبب غياب كل أشكال التنسيق بين الوحدات الداخلية للمؤسسة والمؤسسات المناولة ، كما أنها لم تلق اهتماما كافيا من طرف السلطات العمومية في ظل غياب نصوص وتشريعات قانونية تنظمها اعتبارا لطبيعة النظام السياسي السائد حينها والذي لم يسمح بظهور مؤسسات صغيرة ومتوسطة عدا بعضها التابع للقطاع العام ، رغم تناول القانون المدني (الصادر في 1975/09/26) للمناولة الفرعية [xx] ، وإشارة التقرير التمهيدي للمخطط الرباعي الثاني (1974-1977) إلى أهمية الأسلوب في تحقيق التشابك والانسجام في عملية تصنيع المنتجات التجهيزية والتحويلية .

وانطلاقا من سنة (1988) بادرت الدولة بعدة إصلاحات اقتصادية شملت إعادة الهيكلة للمؤسسات الوطنية ، صدور قانون الاستثمار (قانون 88-25 المؤرخ في 1988/07/19) والذي أعاد الاعتبار للاستثمار الخاص (محلي أو أجنبي)، وتقليص دور الدولة في المجال الاقتصادي ، واستمرارا في سلسلة الإصلاحات الاقتصادية قامت الدولة بتحجيم وخوصصة المؤسسات المناولة كفروع لشركات كبرى، ومع بداية التسعينات صدر قانون الصفقات العمومية (الصادر في 1991/11/09)المعدل والمتمم بموجب المرسوم رقم (03-301 الصادر في 2003/09/11) والذي خصص جزء منه للمناولة الفرعية كأهم وسيلة لتلبية متطلبات المشروعات الكبرى[xxi]، ومن ثم أنشأت شبكة البورصة الجزائية للمناولة والشراكة (BASTP)[xxii] في الجزائر العاصمة (سنة 1991) ، وتلتها فروع أخرى بقسنطينة (1993) ، وهران وغرداية (1999) تنفيذا لتوصيات برنامج الأمم المتحدة للتنمية (PNUD) ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية

الصناعية (ONUDI) وبدعم من وزارة الصناعة وإعادة الهيكلة وتدعيما لذلك صدر قانون رقم (01-18) المؤرخ في 2001/12/12 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الذي أكد على إلزامية الاهتمام بقطاع المناولة (في المادة (20-21) ضمن الخيارات الإستراتيجية، لأهميته في تكثيف نسيج
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وجلب الاستثمار (محلي وأجنبي) وبالتالي النهوض بالقطاع الصناعي الوطني .

وتجسيدا لمعالم إستراتيجية الدولة ولتسيير نشاط (PME) بما فيها المناولة تم إنشاء صندوق ضمان القروض[xxiii] لمثل هذه المؤسسات بموجب المرسوم (02-373 المؤرخ في 2002/11/11) ، واستكمالا للمجهودات الوطنية تم تأسيس المجلس الوطني للمناولة بموجب المرسوم التنفيذي رقم (03–188 المؤرخ في 2003/04/22)[xxiv] ، الذي يتولى عرض الإجراءات اللازمة التي تضمن الاندماج الإيجابي للاقتصاد الوطني، عصرنة وترقية (PME) والالتحاق بالتيار العالمي للقيام بدور المناول، والتعاون مع كبار أرباب العمل الوطنيين والأجانب بالإضافة إلى التنسيق بين أعمال بورصات المناولة والشراكة الوطنية، مع إنشاء مراكز لتسهيل وتكوين المشاتل.[xxv]

إن موجة التراجعات الأخيرة في أسعار النفط التي بدأت منذ بداية النصف الثاني من عام 2014 فرض على الحكومة الجزائرية ضرورة تفعيل دور المناولة الصناعية وتوسيع رقعة نشاطاتها، من خلال برامج عملية لتطوير شامل يكفل تحقيق الانسجام في عملية تصنيع السلع التجهيزية والسلع التحويلية، ما يشكّل تحولا لمساري التنمية والاندماج الاقتصادي في البلاد في ظل توقعات باستمرار الانخفاض في أسعار النفط، التي أدت إلى انعكاسات سلبية على حجم العائدات النفطية للجزائر ذات الاقتصاد الريعي، كما أن السلطات الجزائرية على وعي تام بأهمية هذا التحول للتخفيف من العبء المالي و نزيف العملة الصعبة الذي يفرضه استيراد السلع المختلفة القابلة للتصنيع محليا، حيث قامت مؤخرا بتبني إستراتيجية بهدف تأطير نمط النمو ومنح تسهيلات وتحفيزات وضمان مناخ ملائم لتطوير القطاع الخاص الجزائري، من خلال إدخال مفهوم الشراكة العمومية – الخاصة (partenariat public privé– PPP) في العام 2004 بتأطير دقيق عن طريق قانون الصفقات العمومية ومجموعة من القوانين التي ظهرت في الفترة بين 2005 و2008، لتبلغ ذروة استخدام هذه الطريقة في العام 2012، حيث تمكنت الطريقة من حشد موارد بقيمة 86 مليار دولار[xxvi] .

المحور الخامس: بعض التجارب الأجنبية الناجحة في قطاع (المناولة) المقاولة من الباطن

بهدف التعرف على بعض التجارب العالمية الناجحة في مجال المقاولة من الباطن يتطلب التركيز على أهمها والتي تميزت عن غيرها من الدول للسماح بفتح آفاق واعدة ونقل وتوطين الجوانب الملائمة في دول أخرى ، لذلك ظلت (التجارب الناجحة) تؤخذ كنماذج رائدة في التقدم والتطبيق الناجح لمبادئ وأساليب ترقية القطاع الصناعي والدفع في معدل مساهمته في تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية لارتكازها على روح المؤسسة ، الابتكار والتجديد.

أولا: التجربة الأوروبية:

وتعتبر من أهم التجارب التي تجسد مساهمة نظام المناولة بمختلف القطاعات الصناعية وتأثير ذلك الميزة التنافسية للمؤسسات، وكذا على ترقية وتنمية الصناعات الصغيرة والمتوسطة. واستنادا إلى المعطيات المتاحة عن المناولة بأوروبا تم إعداد الجدول التالي :

الجدول رقم(01): إحصائيات قطاع المناولة في دول الإتحاد الأوروبي ال **15** لسنة **2014**.

قائمة الدول ال(15) للإتحاد الأوروبي	رقم الأعمال المحقق لقطاع المناولة (مليار أورو)	عدد المشتغلين في قطاع المناولة	عدد المؤسسات العاملة في قطاع المناولة
ألمانيا	126,57	808.494	43.305
فرنسا	66,64	485.146	30.319
إيطاليا	42,18	394.769	42.945
المملكة المتحدة	40,30	371.891	31.221
إسبانيا	32,97	488.448	45.376
هولندا	14,91	102.070	5.934
النمسا	14,50	105.911	4.453
بلجيكا	11,01	73.437	4.463
السويد	10,15	63.145	10.182
فنلندا	7,53	42.175	4.638
البرتغال	7,23	113.732	10.847
الدنمارك	6,68	56.214	2.723
إيرلندا	5,99	57.484	6.818
اليونان	4,66	70.010	9.688
لوكسمبورغ	0,95	6.615	348
المجاميع	**392,27**	**3.239.541**	**253.805**

Sources : Eurostat, OCDE, MIDEST.sur le site : http://www.midest.com consulté le 23/08/2016.

بناء على الجدول السابق، الذي تم إعداده لإعطاء صورة واقعية للمناولة بدول الاتحاد الأوروبي السابق بمجموعته المتكونة من 15 دولة في سنة 2014، حيث تشير الإحصائيات أن مجمل قيمة نشاطات المناولة الصناعية لكتلة الدول السابقة بلغت ما قيمته 392,27 مليار أورو (مقابل 389,88 مليار أورو سنة 2013)[xxvii]. إن هذا الارتفاع في نشاط المناولة الصناعية، سمح بتوفير فرص عمل جديدة، حيث وصل عدد الأشخاص المدمجون مباشرة بعمليات المناولة بحوالي (3.239.541 شخص) ، في حين بلغ عدد مؤسسات المناولة الصناعية 25380 مؤسسة ، وعلى الرغم من دينامكية وأهمية إدارة هذا القطاع والتي تترجم في العدد المرتفع من فرص العمل التي توفرها في بعض الدول الأوروبية، حيث سجلت ألمانيا وإيطاليا وبريطانيا وفرنسا عدد هاما من العاملين في قطاع المناولة الصناعية ، ومع ذلك فإن دولا: كاليونان ولوكسومبرغ والبرتغال لا تزال فيها قيمة مساهمة مؤسسات المناولة ضعيف وعددها قليل مقارنة بالدول الأوروبية الكبرى.

إن ترقية وتطوير قطاع المناولة بأوروبا ناجم عن وضع عدة آليات من خلال سن قوانين تنظيمية كقانون (رقم 75-1334 المؤرخ في 1975/12/31) المتعلق بالمناولة الفرعية والذي تم تعديله بموجب قانون (2001-1168 المؤرخ في 2001/12/12) بالإضافة إلى إنشاء بورصات المناولة التي كان لها دور فاعل في زيادة الوعي ونشر ثقافة المناولة[xxviii].

ثانيا:تجربة اليابان في المناولة الصناعية :

لقيت التجربة اليابانية في مجال المناولة دعم الهيئات المهنية والحكومية في تحديد السياسات والأهداف، لأجل ذلك قامت وزارة التجارة الدولية والصناعية اليابانية بإعداد قسم للمناولة ضمن هيكل وكالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (PME) يتكفل بمتابعة

تطبيق قانون (1956) المتعلق بضمان تسديد مستحقات المناولين ، وقانون (1966) بهدف توحيد وتفعيل المعاملات بين المؤسسات المنفذة والمكلفة بالأعمال ،ثم قانون (1970) المتعلق بترقية وعصرنة قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، ونشر دليل المناولين الصغار بالتعاون مع الآمرين بالأعمال ، هذا إلى جانب تكوين جمعية[xxix] – تنمية المناولة – للقيام بأدوار تكميلية كمعالجة الخلافات التي قد تحدث بين المناولين، وبينهم وبين الآمرين بالأعمال، إضافة القيام بالإحصائيات ومساعدة المناولين عبر الاستفادة من المزايا الضريبية والمالية المقدمة من الجهات المختصة، فالتجربة اليابانية عموما في مجال المناولة تقوم على المبادئ التالية:

- ✓ عمق العلاقة بين المؤسسات المكلفة والمنفذة للأعمال[xxx]، الذي أدى إلى خلق شبكة متراصة ومناخ محفز للاستخدام من خلال روح الإنسانية ، التعاون والثقة المتبادلة بين الأطراف ، فالمؤسسة المناولة في حالة من الطاعة والاستعداد لتلبية متطلبات المؤسسات الآمرة سواء ما تعلق بتنفيذ المهام المطلوبة أو تقديم النصح والدعم الذي تحتاجه، ومن جهتها تلتزم المؤسسات الآمرة بكل واجباتها وتعهداتها تجاهها ؛
- ✓ الهيكل الهرمي للمناولة والذي يتسم بقلة المؤسسات المناولة من الدرجة الأولى ؛
- ✓ تكامل بيئة أعمال المجتمع الياباني حيث تتشابك المشروعات الصغيرة مع الكبيرة (نظام المناولة) وتكامل المشروعات الصغيرة معا (نظام المجموعات المتبادلة) وتتكامل المشروعات الصناعية مع التجارية[xxxi]

ثالثا: التجربة الأمريكية (الولايات المتحدة وكندا) :

تلعب المؤسسات الكبيرة في و.م.أ دورا جوهريا في تحقيق التنمية الصناعية وترقية أسلوب المقاولة من خلال اعتماد آلية التنازل عن جميع الأنشطة الفرعية لمؤسسات متخصصة مع الاحتفاظ بالوظائف الأساسية ، بحثا عن تكاليف الإنتاج المنخفضة ، تحسين المردودية وتعزيز القدرة التنافسية ، ولقد عرف أسلوب المناولة الإنتاج انتشارا كبيرا في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وخصوصا في قطاع السيارات، حيث تركز شركة (Ford-Motors) استثماراتها على مرحلتي التجميع والتسويق وتمنح الشركات المتعاقدة معها جوائز الامتياز العالمية على أساس (معايير الجودة والتكلفة واحترام مواعيد التسليم) ، وهناك مؤسسات أخرى تتعاقد مع مؤسسات متخصصة للقيام بكامل العملية الإنتاجية، بينما تحتفظ هي بمرحلة التسويق تحت شعار – شركات بلا مصانع – كشركة (Nike) التي تكلف مؤسسات متخصصة بآسيا لصناعة متطلباتها من التجهيزات الرياضية التي تقوم بتسويقها، كذلك شركة (Nortel الكندية) تنازلت سنة 2000 عن (07 مصانع) لصالح شركة (Selectron) التي تنشط في مجال المناولة الصناعية[xxxii].

الخاتمة:

استنادا إلى العرض السابق وانطلاقا من التجارب العالمية، يتضح لنا الدور الفعال لأسلوب المناولة الصناعية في تعزيز الميزة التنافسية للوحدات المنتجة، عن طريق تخصيص الموارد وتخفيض مختلف تكاليف الإنتاج إضافة للاستثمار في مجال التكنولوجيا والبنى التحتية كما حصل في اليابان والعديد من الدول المتقدمة، إلا أن استيعاب هذه الإستراتيجية وتوسعها والاستفادة من مزاياها في المنطقة العربية عامة و الجزائر خاصة لا يزال محدود ، كما أن الهيئات العربية التي تنشط في هذا القطاع رغم مجهوداتها المبذولة وآلياتها الموضوعية ، مازالت ضعيفة التأثير مما يجعل قطاع المناولة في المنطقة العربية يعاني من عدة صعوبات ترجع إلى :

- ❖ نقص الوعي العام بمفهوم المناولة، أهميتها دورها وآلياتها إضافة إلى عدم المواكبة في سن القوانين والتشريعات المنظمة للأسلوب؛
- ❖ غياب المؤشرات الإحصائية لرصد حجم المناولة في القطاع الصناعي العربي مع عدم توفر معطيات دقيقة حول الوظائف القابلة للتنازل لدى المؤسسات الكبيرة.؛
- ❖ قلة الإمكانيات والموارد المتوفرة لدى الأجهزة التي تنشط في قطاع المناولة ؛
- ❖ نقص هياكل البنية الأساسية الكافية، صعوبة التمويل، عدم توفر المدخل إلى التكنولوجيا وإلى السوق المحلي أو الدولي.

لذلك لا بد من التركيز في المستقبل على المجالات التالية:

- ✓ زيادة الاهتمام بهذا الأسلوب في الأوساط الصناعية العربية لإحداث الاندماج بين المنشآت الصناعية وتوسيع وتطوير القاعدة الصناعية؛
- ✓ ضرورة قيام الشركات الكبيرة العربية بدور فعال في تنمية المناولة الصناعية الوطنية والحد من الاعتماد على المناولة الخارجية خدمة لمصالحها وقدراتها التنافسية بصفة خاصة والمساهمة في التنمية الصناعية والاقتصادية والاجتماعية بصفة عامة؛
- ✓ ضرورة اهتمام الأوساط الصناعية العربية بالفعاليات والأنشطة التي تقام في مجال المناولة الصناعية، على الصعيدين المحلي والخارجي للتعرف أكثر على هذا الأسلوب والاستفادة منه، في تعزيز مكانتها في الأسواق الداخلية والخارجية والتركيز في هذا المجال على المعارض والندوات والدورات التدريبية؛
- ✓ التوسع في إقامة الأجهزة اللازمة للمناولة الصناعية في المنطقة العربية وإصدار التشريعات المطلوبة؛
- ✓ دعم ومساندة البرنامج العربي للمناولة الصناعية لتمكينه من تحقيق أهدافه في مساندة الجهود العربية الرامية إلى تحقيق الاندماج والتكامل بين المشروعات الصناعي؛.
- ✓ إقامة المؤتمر العربي للمناولة الصناعية بصفة دورية إحدى الدول العربية التي تتمتع بتجربة في هذا المجال وإحاطته بالإعداد الجيد اللازم.

قائمة المصادر و الهوامش:

[i] زهيوة كريمة والوافي شهرزاد – " المؤسسة الشبكة في إطار العولمة " الملتقى الدولي الأول حول – العولمة وانعكاساتها على البلدان العربية ،جامعة سكيكدة ، 13-2001/05/14 ، ص 407 .

[ii] معجم المعاني على الموقع : http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar /

[iii] Henri MAHE, "Dictionnaire de gestion" (vocabulaire,concepts et outils) , édition economica , paris, 1998,p 416.

[iv] طرشي محمد، العناقيد الصناعية كمدخل لتعزيز مكانة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية – قسم العلوم الاقتصادية والقانونية العدد 13 جانفي 2015، ص 9.

[v] Alain C.Martinet , Ahmed Silem, "lexique de gestion", Dalloz, Paris, 5 éme édition ,2000 ,p152.

[vi] طلعت ظافر، الدليل العربي في المناولة الصناعية، المنظمة العربية للتنمية الصناعية، الطبعة الأولى، ديسمبر 2000 ، على الموقع الشبكي : http://www.arifonet.org.

[vii] نور الدين يعقوبي ، المناولة الصناعية – التجربة المغربية ، ورقة عمل في المؤتمر والمعرض العربي الأول المناولة الصناعي ، يومي 12-2006/09/15 ، الجزائر، على الموقع الشبكي http://www.pneart.dz.org

[viii] عبد الرحمان بن جدو، واقع ومستقبل المناولة الصناعية (التعاقد الصناعي subcontracting في المنطقة العربية، مرجع سبق ذكره.

[ix] طلعت ظافر، الدليل العربي في المناولة الصناعية، مرجع سبق ذكره.

[x] هشام خواجكية، مركز قطر للمناولة و الشراكة الصناعية، مقال منشور، جريدة الوطن القطرية، 24 نوفمبر 2014،قطر، متوفر على الرابط : http://archive.al-watan.com consulté le 10/08/2016 à 16h30mn/ .

[xi] Michel Porter, L'avantage concurrentiel des nation, Paris, Inter éditions,1993 ,48.

[xii] Michel Porter, L'avantage concurrentiel,Paris, Dunod, 2000, P 8.

[xiii] يحي عيسى، لعلاوي عمر، التسويق الاستراتيجي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011 ،ص 138.

[xiv] بن الدبن محمد، المناولة الصناعية كإستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية، أطروحة دكتوراه، علوم إقتصادية، جامعة تلمسان، 2013، ص 41.

[xv] عظيمي دلال، مداخل تحقيق المزايا التنافسية لمنظمات الاعمال في ظل محيط حركي، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 10، جامعة سطيف، 2010، ص ص 199-200.

[xvi] زكريا الدوري أحمد علي صالح، الفكر الاستراتيجي و انعكاساته على نجاح منظمات الأعمال قراءات وبحوث، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2009، ص 206.

[xvii] بن الدين محمد، المناولة الصناعية كإستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية، مرجع سبق ذكره، ص 47.

[xviii] رزيقة يحياوي، الإبداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال، مذكرة ماجستير، جامعة المسيلة، 2013، ص 50.

[xix] بطاهر علي، دور المناولة الصناعية في تعزيز تنافسية منظمات الاعمال، ورقة قدمت للملتقى الدولي حول المقاولة الصناعية، جامعة بلجي مختار، عنابة، نوفمبر 2007، ص 313.

[xx] وذلك في إطار تطرقه لعقود العمل من خلال المؤسسة المناولة الفرعية مقاضاة المؤسسة الآمرة في حالة التزام المؤسسة المناولة الأصلية بجميع تعهداتها.

[xxi] العايب عزيوز ، دور التشريعات في تطوير في تطوير وتنمية المناولة الصناعية ، المؤتمر والمعرض العربي الأول للمناولة الصناعية ، جامعة الجزائر : (12-2006/09/15).ص 3.

[xxii] Bource algérienne de sous – Traitance et de partenariat – (BASTP)

[xxiii]) المنخرطة فيهPME وهو مؤسسة مالية تتكفل بمخاطر عدم تسديد القروض البنكية من طرف (

[xxiv] العايب عزيوز، دور التشريعات في تطوير في تطوير وتنمية المناولة الصناعية ، مرجع سابق .

[xxv]) قانون رقم (01-18- لسنة 2001) . في المادة (12) على PME) : نص القانون التوجيهي لترقية (pépinières d'entreprise مشاتل المؤسسات ( ) رغم الاختلاف في المصطلحين: incubateur) بدل الحاضنات (Pépinièresنشأة مشاتل المؤسسات فأستعمل القانون مصطلح مشاتل (**الحاضنات**: هي هياكل استقبال ودعم ترافق المشروعات الناشئة.

المشاتل : هي هياكل إيواء حديثة النشأة ، فبعد حصول المؤسسة على مقومات النهوض من الحاضنة يمكنها الاختيار إما الانتماء إلى المشتلة أو الاستقلال عنها

[xxvi] بغداد مندوش،هل تكفي الشراكة "العمومية –الخاصة لبعث الاقتصاد الجزائري؟" ، مقال منشور،جريدة الجزائر اليوم، 27 /06/ 2016، متوفر على الرابط الالكتروني : http://aljazairalyoum.com/

[xxvii] Sources : Eurostat, OCDE, MIDEST.sur le site : http://www.midest.com consulté le 23/08/2016.

[xxviii] العايب عزيوز ، دور التشريعات في تطوير وتنمية المناولة الصناعية، مرجع سبق ذكره.

[xxix] 99 (من مجمل القوى %) من مجمل الشركات البالغ عددها (6.6 مليون) وتستخدم نسبة (81 % لأنها مصدر طاقة الاقتصاد الياباني فهي تمثل) من المبيعات بالجملة بالإضافة إلى دورها الفاعل في الإمدادات %) من مجمل الصادرات و (62 %العاملة البالغة عددها (55 مليون نسمة) و (52 التعاقدية وجهود الأبحاث والتطوير والتسويق .

[xxx] من خلال إسناد عدد كبير من المؤسسات الكبيرة لإنتاج مختلف مكونات التصنيع إلى مؤسسات صغيرة ومتوسطة أكثر تخصصا حيث وصل معدل إعتماد تلك المؤسسات الكبيرة على تلك الصغيرة (89.2 %) في صناعة المنسوجات والملابس الجاهزة ، (88.4 %) في صناعة السيارات ومعداتها (86.9 %) في صناعة الآلات والتجهيزات ، (85 %) في صناعة الأدوات الكهروبائية .

[xxxi] هالة محمد لبيب عنية ، " إدارة المشروعات الصغيرة في الوطن العربي " منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية – القاهرة – 2002 ، ص 226 .

[xxxii] عبد الرحمان بن جدو، واقع ومستقبل المناولة الصناعية (التعاقد الصناعي subcontracting في المنطقة العربية ، مرجع سبق ذكره.

Intangible resources and competitive advantage
– Case study: Telecommunication operators in Algeria –

د. إلياس بوضياف
الجامعة: جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري الجزائر
E-mail :ilyes.boudiaf@univ-constantine2.dz

الموارد غير الملموسة و الميزة التنافسية
دراسة حالة : متعاملي الاتصالات في الجزائر

DR: Ilyes Boudiaf
Faculty of economics, Business and management, university of Constantine 2; Algeria

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

Abstract:

We aim through this study mainly to measure the relationship between the intangible resources and competitive advantage through its components. We have followed an Extrapolation and Experimental approach. Where we put a model that shows the relationship between the variables studied (intangible resources and competitive advantage). relying on survey method through collecting and analyzing the data by using a set of statistical indicators like Cronbach's Alpha, One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, descriptive statistics (Mean, Std. Deviation, Std. Error Mean) and Pearson Correlation coefficient to validate the hypotheses, after we had written a background literature depending on a couple of main theoretical references. With the help of the statistical software SPSS V20 for output the results. This study has conducted on a sample of 30 agencies of the telecommunication operators in Algeria .Where the main results of this study show the existence of the correlation (strong- positive) between the intangible resources and the competitive advantage dimensions .

Key words: intangibility, resources, intangible resources, competitive advantage, dimensions, relationship.

(JEL) Classification : M3

ملخص:

نهدف من خلال هذه الدراسة أساسا لقياس العلاقة بين استغلال الموارد غير الملموسة و تحقيق الميزة التنافسية من خلال أبعادهما المختلفة، وذلك بوضع نموذج يوضح العلاقة بين الموارد غير الملموسة المتمثلة في (التنظيم، التكنولوجيا، الكفاءات، العلاقات، السمعة) و الميزة التنافسية المتمثلة في (التحكم في التكلفة، تحسين الجودة، تطوير المرونة، تحسين الإبتكار، التحكم في الزمن) ، وقد أجريت هذه الدراسة على عينة مكونة من 33 وكالة تجارية تابعة للمتعاملين الثلاثة للاتصالات في الجزائر ، حيث تم الاعتماد على المنهج التجريبي وذلك بجمع وتحليل البيانات من خلال مجموعة من المؤشرات الإحصائية مثل ألفا كرونباخ، اختبار كولموغوروف سميرنوف لعينة واحدة ، الصدق البنائي، الإحصاء الوصفي مثل (المتوسط ، الانحراف المعياري، الخطأ المعياري المتوسط) ومعامل الارتباط (ارتباط بيرسون) لاختبار الفرضيات، باستخدام برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS V20 ،حيث أن النتيجة الرئيسية لهذه الدراسة تبين العلاقة الموجبة القوية بين أبعاد استغلال الموارد غير الملموسة و تحقيق الميزة التنافسية لدى متعاملي الاتصالات في السوق الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: غير الملموسية، الموارد، الموارد غير الملموسة، ميزة تنافسية، أبعاد، العلاقة.

رموز jel: M3

I. Introduction

With the rising complexity in global competitive dynamics, literature and managerial practice are converging on acknowledging intangible resources as the mainstays of business growth and value creation[1] . Businesses aim to achieve a sustainable competitive advantage by matching customer valued attributes to the firm's capabilities and competencies namely its management, staff and know-how[2] .

In fact, the success in the new economy is based on the development and use of resources that are intangible in nature .Also, it has been suggested by Prahalad and Hamel (1990) that, in the creation of competitive advantage, the focus of attention has shifted from tangible resources to intangible resources. The main assumption underlying the new economy is that tangible resources can no longer be the basis of competitive advantage because they are subject to imitation. Based on this assumption, the key determinants of a firm‟s success are referred to as intangible resources. This view strongly parallels a heated and widely debated topic during the 1990s, where scholars within the field strongly supported intangible resources as the most important source of a firm‟s success[3] .

II. Background literature:

In this stage we try to present the new paradigm of competitive advantage as a theory concept and based.

2.1. Intangible resources

Intangible resources are the most important resources to achieve competitive advantage and improving performance in nowadays, they have unique properties and they are not available also they're difficult to manage, so organizations seeking to exploit and manage them effectively to achieve the excellence and sustain it .

2.1.1. Intangible resources concepts

Understanding sources of sustained competitive advantage has become a major area of study in strategic management [4].For example, hit, bierman, shimizu and kochhar suggest that 'intangible resources are more likely than tangible resources to produce a competitive advantage [5].RBV points to intangible resources as the main drivers of the sustainability of performance differences across firms. Different contributors to the RBV literature have used different terms, such as "capabilities", "core competences", or "knowledge", to refer to these resources and a variety of definitions have been offered. Because it is not clear whether this abundance of terms adds precision or just noise to RBV[6].

2.1.2. Intangible resources dimensions

The basic dimensions of intangible resources Consists of integrated dimensions to achieve the competitive advantage and improve the performance, where they became more important than the tangible resources in new economics and modern management approaches.

2.1.2.1. Organizational capital

Organizational capital contributes order, stability and quality to the firm. It also provides a context for the employees to work in and communicate to each other[7]. Organization capital. Theory suggests that where plants are in the life Cycle determines the size of the payments, or organization rents, plant owners receive from organization capital[8].

There are two approaches for the measurement of organization capital. The first approach is to measure organization capital based on the market value of a firm. The second approach is to measure organization capital based on the estimation of production function[9]. Organizational capital divided into three broad components – workforce training, employee voice, and work design (including the use of cross-functional production processes)[10]. Also organizational capital as embedded or institutionalized knowledge that may be retained with the help of information technology on readily accessible and easily extended databases.[11] Organizations develop their organizational practices to realize returns from given and marketable resources like real capital and labor[12]. The elements that constitute the organizational capital of the firm, namely its culture, structure, organizational learning, and processes can be a source of competitive advantage[13].

2.1.2.2. Human capital

The concept of human capital plays a major role in modern treatments of growth theory and of labor economics, when Human capital is not only a factor in economic growth, but also an effect of it or of developments generated by economic growth[14] . By human capital we basically refer to the knowledge acquired by a person who increases his productivity (professional qualifications) and the value of his contribution to the firm. It also includes personal contacts and relations, as well as other individual qualities such as reputation, experience, judgment, intelligence or loyalty[15].Also the development and practice of knowledge management (KM) is continuously and dramatically increasing in organizations. And due to improvements in KM, the race for seeking a competitive edge through knowledge increases at an even faster rate. Where the ability to develop and leverage the value of these intangible assets comprises a core competency for organizations, particularly those providing financial and professional services. In these knowledge-intensive organizations, processing knowledge is central to business success[16] . Of all the contributory variable or factors to economic growth and increased productivity, human capital stands out as a major catalyst. To this end, effective investment in human capital is a key component of long run economic growth and improved productivity[17].

In the knowledge-based economy, also known as the new economy, the force of globalization has emerged so strongly that knowledge and communication have become the most critical resources for an organization[18]. Knowledge is often defined as a "justified personal belief."[19]. It is concerned with the exploitation and development of the knowledge assets of an organization with a view to furthering the organization's objectives[20] .Knowledge management is more than just information management. It also includes activities designed to extract implicit knowledge and to manage explicit knowledge while developing a supportive culture that uses knowledge management as an instinctive part of everyone's thought process[21]. That transforms individual knowledge into organizational knowledge[22].

2.1.2.3. Technological capital

The firm's stock of technological capital includes knowledge related to the access, use and innovation of production techniques and product technology[23]. As the technology base of the Boston region developed, a host of partnerships were organized by veteran venture capitalists[24] .

2.1.2.4. Reputation

The reputation mechanism only works if consumers are confident that they will purchase what they intend to purchase[25]. Moreover, empirical research has shown that reducing pollution, improving waste management and implementing procedures to minimize environmental impacts act as a reputation signaling exercise, allowing firms to accumulate symbolic capital. This becomes

crucial as it opens new markets, especially in spite of the growing interest in green public and private purchasing [26].

Image and reputation respectively refer to what an organization wants others to think about it and what stakeholders actually think about the organization. For instance, it has been suggested that the first mover has the potential to achieve a competitive advantage by developing and sustaining a reputation for innovation in the marketplace that late entrants would have difficulty overcoming[27] .

2.1.2.5. Relationships

This consists of the potential derived from the intangible resources related to the market place. It includes reputation, brands, customer loyalty, long-term customer relationships, commercial name, shop sign and distribution channels[28].

Relationships between customers and business firms have been consistently encouraged as successful business practices worldwide[29]. The concept of relationship marketing has emerged within the field of services marketing and industrial marketing[30] .Relationship marketing involves creating, maintaining, and enhancing strong relationships with customers and other stakeholders[31]. Such understanding will assist in better management of firm-customer relationship and in achieving higher level of loyalty among customers[32].

Relationship marketing is attracting, maintaining and –in multi service organizations- enlarging customer relationships[33]. It consists of three major components: Technology, people, business culture and relationship, and Process[34]. The strong rivalry characterizing today's business environment has resulted to the building of stronger firm-customer relationships[35].Also the expressed phenomenon by this concept is fully supported by continuous trends in modern trading, Base of this branch of marketing that had a close relationship with consumer behavior and has been created of heart of researches related to relationships among purchaser and seller in moderate and relatively large business in this paradigm[36].

The relational view addresses the importance of strategic relational resources generated from collaboration between firms, which can be the source of competitive advantage where suggest four potential sources of inter-organizational competitive advantage: relation-specific assets, knowledge-sharing routines, complementary resources, and effective governance[37]. A positive and effortless customer experience can result in increased customer satisfaction, loyalty, advocacy and greater customer lifetime value, which leads to competitive advantage[38] .

2.2. Competitive advantage

Organizations are trying to achieve the excellence in the marketplace by different methods and ways in order to achieve its strategic goals and objectives especially at the big axes level and focus on the pivot points that represent the internal and external organization substrates.

2.2.1. Competitive advantage concept

Competitive advantage is a customer satisfactions which depend on relative quality those organizations maintain to possess through which organizations can exceed their rivals' performance, and achieve long-run benefit through the cost leadership[39]. Competitive advantage is the extent to which companies are able to create a defensible position over its competitors[40].

In the systemic and strategic view, firms assign resources and efforts to achieve a unique chain strategy that will lead to competitive advantage through lower costs and improved customer satisfaction[41]. More specifically, best value supply chains target high quality performance across four competitive priorities: speed, cost, quality, and flexibility. In some cases, best value supply chains are surpassed on one or two of these dimensions by other firms' chains[42].

Over the last two decades, the language and concepts of business-level competitive strategy have grown in both sophistication and acceptance by practitioners, as evidenced by the pervasive influence of schemes such as generic strategy[43]. Typically, this comes from large-scale organizations developing efficiency due to their repetitive experience of the tasks involved or using their power to leverage lower costs. The other two routes to competitive advantage relate to the value seen by customers who either see specific attractive elements in the offering (differentiation) or feel that all their needs are being met in the best way by that competitor's offering (focus)[44]. Indeed, the meaning of innovation varies. It can range from the first commercial use of an invention to the introduction of a new or improved product or process[45].

2.2.2. Competitive advantage dimensions

The basic dimensions of competitive advantage of the following elements: cost, quality, time, flexibility and innovation.

2.2.2.1. Cost:

Porter (1985) notes that a business can develop a sustainable competitive advantage by following two strategies: Cost leadership strategy or differentiation strategy. Under a cost leadership, Kleiman (2000) argues that firms must provide the same services or products as its competitors, but at a lower cost[46]. An organization is capable of competing against major competitors based on low price[47] . Cease (1937) defined transaction costs as the costs of using the price mechanism[48]. Organizations must make some kind of negotiation between the cost and the characteristics of their products and services. In general, most organizations choose to cut total cost by reducing fixed costs and employee compensation rates, applying continuous control on raw materials, and by achieving higher levels of productivity[49] .D" Aveni and Ravenscraft (1994) empirically showed that although in few cases the firms rather losses due to losing specialization in production, by vertical integration, as a whole the firm"s business process can save money and the overall administrative cost, R&D cost and media advertising cost are reduced[50].

2.2.2.2. Quality:

The quality of a product or service is what the customer demands[51]. For Adam and Ebert, 1996: Quality can be achieved two ways which are adopt product design to its function, and the quality of consistency which stands for the organizational capability to transform inputs to conformable outputs according to Hill, 1993, or outputs in accordance to the specific design characteristics, and the focus on quality will be reflected in competitive advantage and profitability of the organization[52]. The Vertical integration allows the firm for standardization, automation and simplification of the process, because the firm can deal in integrated process. Consequently, the quality of products improves[53] . An organization is capable of offering product quality and performance that creates higher value for customers[54].

2.2.2.3. Time:

Organizations can consider the time factor to compete among each other's. Delivery time can be a source of competitive advantage when organizations try to reduce the period of time between receiving and accepting customer orders and requirements of products or services to customers according to Stonebrake and Leong, 1994. The speed of product development also refers to the time factor; that is the time period between product idea generation till achieving the final design or production according to Evans, 1993[55] . An organization is capable of introducing new products faster than major competitors[56] . Utilizing information technology, quick response, apparel

firms have developed new capabilities in rapid learning and communication. QR has enabled the savvy designers quickly imitate many designs or even create new designs[57] .

2.2.2.4. Flexibility:

For Evans, 1993: Flexibility also can be defined as the ability to adapt with production capacity to changes in the environment or market demands. Flexibility further defined as the ability of the organization to trace changes in consumers' needs, tastes and expectations as a result carry out changes in product designs[58]. Manufacturing flexibility can be of two types: volume flexibility and feature flexibility. Vertical integration gives the firm more volume flexibility and feature flexibility[59].

2.2.2.5. Innovation:

Innovation development and application of new ideas in product, process or service that is new to the dynamic growth of the national economy and increase employment is to generate interest in innovative companies[60]. An organization is capable of introducing new products and features in the market place.[61]

III. Methods & Results

In the following points we're going to present the Mythology of empirical study and define the main results from hypothesis testing - main an the sub - through its steps point by point from the objective to hypothesis testing by statistical tools and instruments.

3.1. Objective:

We try to discover the correlation between the investment in the intangible resources within the telecom operators in Algeria and the competitive advantage achieved by them.

3.2. The hypothesis

We try to test the following hypothesis by using deferent steps with deferent tools.

There is no significant correlation between the using the intangible resources and competitive advantage through their deferent dimensions.

3.3. Society& Sample:

The population of this study includes all the agencies of telecom operator in Algeria. Where the Sample studied includes 33 agencies of the three operators.

3.4. Methods:

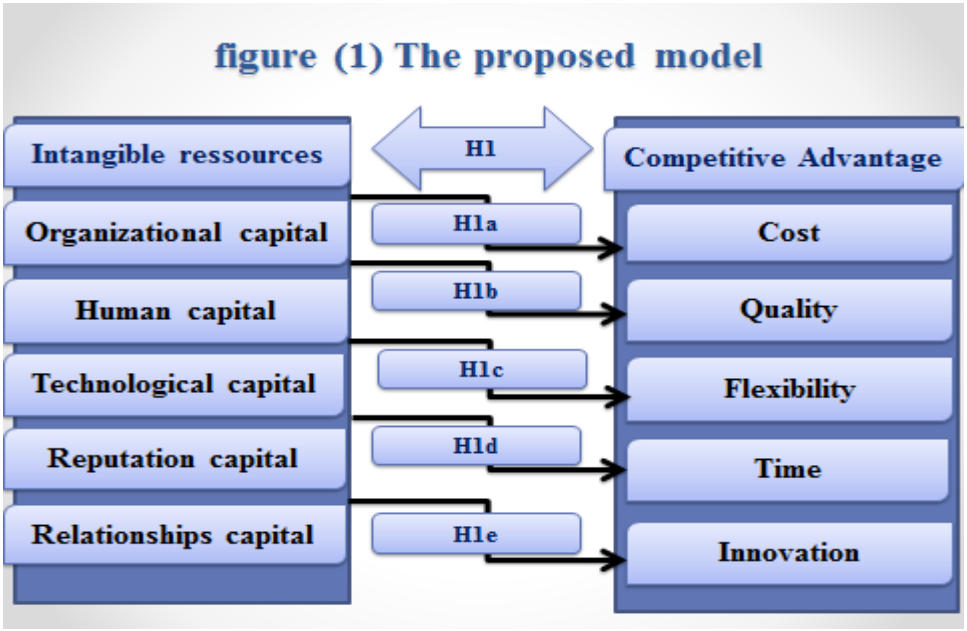
We'll depend on the Surveying descriptive and empirical discipline by design a proper questionnaire based on the Likert scale in addition the interviews with the agencies responsible.

3.5. Tools & Software

To analyze the data we are going to use the correlation coefficient to test the main and sub hypotheses, before that we are going to test the Reliability of tool and Normality, then the descriptive Statistics, by SPSS V20

3.6. The model & its variables

The following figure is the proposed model that shows the variables, dimension and the relationship between them.



The proposed model comes from many studied which exists in the references. Through the figure above we try to illustrate the two variables bellow and the relationships between them that can be measured statistically in the next steps. Where the variables of that study defined as follow:

- The first variable is intangible resources (organizational, human, technological , reputation and relationships capital),
- The second variable is competitive advantage (cost, Quality, flexibility, Time and innovation).

3.1 Reliability Statistics and descriptive Statistics of Intangible Resources &Competitive Advantage.

At this stage we are trying to prove the tool reliability for measure the phenomenon studied.

Table (1) Case Processing Summary& Reliability Statistics

S	Variables	Valid	%	Excluded[a]	%	Total	%	N of Items	Cronbach's Alpha
X	**Intangible Resources**	33	100,0	0	,0	33	100,0	5	,984
Y	**Competitive Advantage.**	33	100,0	0	,0	33	100,0	5	,994
	All	33	100,0	0	,0	33	100,0	10	,994

The table shows the number of respondents, missing values, and their proportion, from the result shown in the table (1) the coefficient of Cronbach's alpha value is good for all questionnaire parts: intangible resources and competitive advantage, this shows that a high reliability coefficient so the tool is able to address the phenomenon studied.

3.2 Normality Test intangible resources

At this stage, we try to test the normality of statistical distribution of the phenomenon studied in order to identify the required tests to measure. Also we're going to describe all the dimensions of intangible resources by the main descriptive statistical indicators as the mean, Std. Deviation.

Table (2)One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test of intangible resources

		Organisational capital	Human capital	Technological capital	Reputation capital	relationship capital	Intangible resource
N		33	33	33	33	33	33
Normal Parameters[a,b]	Mean	4.2727	4.2146	4.1394	4.4879	4.2694	4.2778
	Std. Deviation	.58418	.60274	.63341	.47154	.57666	.56011
Most Extreme Differences	Absolute	.195	.151	.125	.203	.112	.126
	Positive	.195	.122	.089	.139	.103	.105
	Negative	-.166-	-.151-	-.125-	-.203-	-.112-	-.126-
Kolmogorov-Smirnov Z		1.119	.866	.718	1.165	.641	.725
Asymp. Sig. (2-tailed)		.163	.442	.681	.132	.806	.670

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

All the significant coefficients ‘intangible resources ‘is higher than 0.05. This shows that the distribution of variables is normal according Kolmogorov-Smirnov test, so it could be used parametric tests of intangible resources part.

3.3 Normality Test of competitive advantage dimensions

At this stage, we try to test the normality of statistical distribution of the phenomenon studied in order to identify the required tests to measure. Also we’re going to describe all the dimensions of Competitive advantage by the main descriptive statistical indicators as the mean, Std. Deviation.

Table (3)One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test of C.A dimensions

		Cost	Quality	Flexibility	Time	Innovation	C.A
N		33	33	33	33	33	33
Normal Parameters[a,b]	Mean	4.2667	4.2222	4.1515	4.2273	4.3247	4.2385
	Std. Deviation	.59301	.62593	.64426	.62057	.56613	.60282
Most Extreme Differences	Absolute	.189	.184	.149	.139	.156	.146
	Positive	.189	.184	.108	.128	.116	.108
	Negative	-.165-	-.149-	-.149-	-.139-	-.156-	-.146-
Kolmogorov-Smirnov Z		1.084	1.058	.853	.797	.898	.838
Asymp. Sig. (2-tailed)		.191	.213	.461	.550	.396	.483

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

All the significant coefficients of ‘competitive advantage ‘is higher than 0.05. This shows that the distribution of variables is normal according Kolmogorov-Smirnov test, so it could be used parametric tests of competitive advantage part.

From the results above of descriptive indicators of the intangible resources and Competitive advantage dimensions. We may observe through the results the relatively existence of these indicators in the agencies studied. When the means of all the dimensions is high relatively of two variables - intangible resources and Competitive advantage - , that indicates the agencies use the intangible resources as a factor to achieve the high Competitive advantage, the small standard deviations indicate the homogeneity of the answers and opinions about the availability of these indicators in the modern Management practices and views and the advantages achieved.

3.4 Structure validity

3.4.1. The correlations between Intangible resources & its dimensions:

Table (4) Correlations between Intangible resources and its dimensions

		Organisational capital	Human capital	Technological capital	Reputation capital	relationship capital	Intangible resource	Organisational capital
Intangible resources	Pearson Correlation	.935**	.909**	.909**	.920**	.917**	917**	1

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

There is a strong positive correlation between the Intangible resources and its dimension so they're real its components.

3.4.2. The correlations between Competitive advantage & its dimensions:

Table (5) Correlations between Competitive advantage and its dimensions

		Cost	Quality	Flexibility	Time	Innovation	C.A
Competitive advantage	Pearson Correlation	.903**	.904**	.921**	.957**	.909**	1

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

There is a strong positive correlation between the Competitive advantage and its dimension so they're real its components.

3.5 Hypothesis Test

We are trying to test the main hypothesis of the study, through the following sub-hypotheses

H 0: There is no significant relationship between intangible resources and competitive advantage dimensions.

H 1: There is significant relationship between intangible resources and competitive advantage dimensions.

3.6.1. The first Sub hypothesis

H 0: There is no significant relationship between intangible resources and reduce costs.

H 1: There is significant relationship between intangible resources and reduce costs.

Table (6) Correlations between cost and intangible resources

		Organisational capital	Human capital	Technological capital	Reputation capital	relationship capital
Cost	Pearson Correlation	.911**	.960**	.920**	.937**	.967**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	33	33	33	33	33

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

From the results above (6), it's clear that the correlation between the four indicators dimensions of intangible resources (Organizational capital, Human capital, Technological capital, Reputation capital and relationship capital) and Cost Reduction is significant because that all the values of Sig less than α (0.05), which indicates the existence a strong positive correlation between intangible resources dimensions and Cost Reduction.

3.6.2. The second Sub hypothesis

H 0: There is no significant relationship between intangible resources and improve the quality.
H 1: There is significant relationship between intangible resources and improve the quality.

Table (7) Correlations between quality and intangible resources

		Organisational capital	Human capital	Technological capital	Reputation capital	relationship capital
Quality	Pearson Correlation	.922**	.952**	.919**	.931**	.974**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	33	33	33	33	33

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

From the results above, it's clear that the correlation between the four indicators dimensions of intangible resources (Organizational capital, Human capital, Technological capital, Reputation capital and relationship capital) and Quality Improvement is significant because that all the values of Sig less than α (0.05), which indicates the existence a strong positive correlation between intangible resources dimensions and Quality Improvement.

3.6.3. The third Sub hypothesis

H 0: There is no significant relationship between intangible resources and improve the flexibility.
H 1: There is significant relationship between intangible resources and improve the flexibility.

Table (8) Correlations between flexibility and intangible resources

		Organisational capital	Human capital	Technological capital	Reputation capital	relationship capital
Flexibility	Pearson Correlation	.916**	.961**	.944**	.942**	.965**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	33	33	33	33	33

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

From the results above (8), it's clear that the correlation between the four indicators dimensions of intangible resources (Organizational capital, Human capital, Technological capital, Reputation capital and relationship capital) and Flexibility Improvement is significant because that all the values of Sig less than α (0.05), which indicates the existence a strong positive correlation between intangible resources dimensions and Flexibility Improvement.

3.6.4. The forth Sub hypothesis

H 0: There is no significant relationship between intangible resources and control the time.
H 1: There is significant relationship between intangible resources and control the time.

Table (9) Correlations between time and intangible resources

		Organisational capital	Human capital	Technological capital	Reputation capital	relationship capital
Time	Pearson Correlation	.937**	.971**	.941**	.948**	.980**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	33	33	33	33	33

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

From the results above (9), it's clear that the correlation between the four indicators dimensions of intangible resources (Organizational capital, Human capital, Technological capital, Reputation capital and relationship capital) and Time Control is significant because that all the values of Sig less than α (0.05), which indicates the existence a strong positive correlation between intangible resources dimensions and Time Control.

3.6.5. The fifth Sub hypothesis

H 0: There is no significant relationship between intangible resources and improve the innovation.

H 1: There is significant relationship between intangible resources and improve the innovation.

Table (10) Correlations between innovation and intangible resources

		Organisational capital	Human capital	Technological capital	Reputation capital	relationship capital
Innovation	Pearson Correlation	.935**	.961**	.917**	.957**	.983**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	33	33	33	33	33

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

From the results above (10), it's clear that the correlation between the four indicators dimensions of intangible resources (Organizational capital, Human capital, Technological capital, Reputation capital and relationship capital) and Innovation Improvement is significant because that all the values of Sig less than α (0.05), which indicates the existence a strong positive correlation between intangible resources dimensions and Innovation Improvement.

IV. Conclusion.

From the foregoing it can be concluded that. The intangible resources became really necessary to achieving competitive advantage in the current era. Where its importance appear in high level of competition, where the environment is changing speedily with high-tech and science discovering. Also the tangible resources (traditional based) doesn't any big results in these challenges, where the environment components become more variable over the time. That needs a lot of attention and vigilant from any company works in the modern environment. The nowadays companies try always to gain more through delivering the best and biggest values for make customer satisfaction and loyalty by depending on intangible resources (Organizational capital, Human capital, Technological capital, Reputation capital and relationship capital….). As well as for it's a direct impact on the performance boost, all of the reduce costs, increasing quality, increasing flexibility, reducing time and increasing innovation , thus achieve competitive advantage as a key target of companies nowadays.

Références:

1. *Francesco Perrini, Clodia Vurro ,Corporate Sustainability, Intangible Assets Accumulation and Competitive Advantage, SYMPHONYA Emerging Issues in Management, n. 2, 2010.*
2. *Fouad Ichrakie, Intangible Resources And Organisational Success a Resource-Based Study, The International Journal Of Management, Vol 2 Issue 3 (July, 2013)*
3. *Fouad Ichrakie, Intangible Resources And Organisational Success a Resource-Based Study, The International Journal Of Management, Vol 2 Issue 3 (July, 2013)*
4. *Rose et al, 2010 Raduan Che Rose et al, The Relationship between Organizational Resources and Systems: An Empirical Research, Asian Social Science, Vol. 7, No. 5; May 2011, www.ccsenet.org/ass.*
5. *Qin yang , crystal x. jiang and Sali li, intangible resources, agglomeration effect of FDI intensity , and firm performance : evidence from Chinese semiconductor firms, working paper n°56/2010,globadvantage : center of research in international business and strategy*
6. *Belén Villalonga, Intangible resources, Tobin's q, and sustainability of performance differences, Journal of Economic Behavior & Organization Vol. 54 (2004) 205–230.*
7. *Esteban Fernandez, Jose´ M. Montes and Camilo J. Vazquez, Typology and strategic analysis of intangible resources A resource-based approach, Technovation 20 (2000) 81–92.*
8. *Andrew Atkeson and Patrick J. Kehoe, Modeling and Measuring Organization Capital, Journal of Political Economy, 2005, vol. 113, no. 5] © 2005 by The University of Chicago. All rights reserved. 0022-3808/2005/11305-0004$10.00*
9. *Tsutomu Miyagawa and YoungGak Kim, Measuring Organization Capital in Japan -An Empirical Assessment Using Firm-Level Data-, Japan Center for Economic Research, JCER DISCUSSION PAPER No.112, March 2008.*
10. *Sandra E. Black and Lisa M. Lynch, Measuring Organizational Capital in the New Economy, IZA Discussion Paper No. 1524 March 2005.*
11. *Fiala Roman, Borůvková Jana, The Valuation of Organizational Capital, Journal of Competitiveness, Vol. 4, Issue 4, pp. 123-132, December 2012 ISSN 1804-171X (Print), ISSN 1804-1728 (On-line), DOI: 10.7441/joc.2012.04.09*
12. *Oliver Ludewig/Dieter Sadowski, Measuring Organizational Capital, SBR 61 October 2009 393-412.*
13. *José Emilio Navas Lópeza, Elsa Alama Salazarb, Gregorio Martín de Castroc and Pedro López Sáezd, Organizational capital as competitive advantage of the firm academic track (k).*
14. *Jacob Mincer, Economic Development, Growth of Human Capital, and the Dynamics of the Wage Structure, 1994-95 Discussion Paper Series No. 744, September 1995.*
15. *Esteban Fernandez, Jose´ M. Montes and Camilo J. Vazquez, Typology and strategic analysis of intangible resources A resource-based approach, Technovation 20 (2000) 81–92.*
16. *Halawi L, Aronson J and McCarthy R (2005) "Resource-Based View of Knowledge Management for Competitive Advantage" The Electronic Journal of Knowledge Management Volume 3 Issue 2, pp 75-86, available online at www.ejkm.com*
17. *Simon-Oke O. Olayemi, Human Capital Investment and Industrial Productivity in Nigeria, International Journal of Humanities and Social Science Vol. 2 No. 16 [Special Issue – August 2012], The Special Issue on Commerce and Social Science © Centre for Promoting Ideas, USA*

18. *Kin Gan and Zakiah Saleh, Intellectual Capital and Corporate Performance of Technology-Intensive Companies: Malaysia Evidence, Asian Journal of Business and Accounting, 1(1), 2008, 113-130 ISSN 1985-4064.*

19. *W.R. King (ed.), Knowledge Management and Organizational Learning, 3, Annals of Information Systems 4, DOI 10.1007/978-1-4419-0011-1_1, © Springer Science+Business Media, LLC 2009*

20. *Walid Qassim Qwaider, Integrated of Knowledge Management and E- Learning System, International Journal of Hybrid Information Technology Vol. 4 No. 4, October, 2011*

21. *John Robert Turner, Tekeisha Zimmerman, Jeff Allen, (2012),"Teams as a Process for Knowledge Management", Journal of Knowledge Management, Vol. 16 Iss: 6 (Date online 19/9/2012)*

22. *Rasula, J., Vuksic, V.B. & Stemberger, M.I. (2012). The impact of knowledge management on organizational performance. Economic and Business Review, 14(2), 147-168.*

23. *Esteban Fernandez, Jose´ M. Montes and Camilo J. Vazquez, Typology and strategic analysis of intangible resources A resource-based approach, Technovation 20 (2000) 81–92.*

24. *Richard Florida and Martin Kenny venture capital and high technology , Joumal of Business Venturing 3 , 301-319 0883-9026/88/$3,50 @ 1988 Elsevier Science Publishing Co , Inc., 655 Avenue of the Americas, New York, NY 10010.*

25. *WIPO Economics & Statistics Series, World Intellectual Property Report Brands – Reputation and Image in the Global Marketplace 2013.*

26. *Francesco Perrini, Clodia Vurro ,Corporate Sustainability, Intangible Assets Accumulation and Competitive Advantage, SYMPHONYA Emerging Issues in Management, n. 2, 2010.*

27. *Rajan Varadarajan, Mark P. DeFanti and Paul S. Busch, Brand Portfolio, Corporate Image, and Reputation: Managing Brand Deletions, Journal of the Academy of Marketing Science 2006; 34; 195 DOI: 10.1177/0092070305284988 Copyright © 2006 by Academy of Marketing Science.*

28. *Esteban Fernandez, Jose´ M. Montes and Camilo J. Vazquez, Typology and strategic analysis of intangible resources A resource-based approach, Technovation 20 (2000) 81–92.*

29. *Oliver et al is relationship marketing for everyone? European Journal of Marketing, Vol. 34 No. 9/10, 2000, pp. 1111-1127. # MCB University Press, 0309-0566.*

30. *Mohammad Taleghani et al , The Role of Relationship Marketing in Customer Orientation Process in the Banking Industry with focus on Loyalty (Case Study: Banking Industry of Iran) , International Journal of Business and Social Science , Vol. 2 No. 19 [Special Issue - October 2011]& Christian Grönroos , From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing , Management Decision, Vol. 32 No. 2, 1994, pp. 4-20 © MCB University Press Limited, 0025-1747*

31. *Mohammad Taleghani et al , The Role of Relationship Marketing in Customer Orientation Process in the Banking Industry with focus on Loyalty (Case Study: Banking Industry of Iran) , International Journal of Business and Social Science , Vol. 2 No. 19 [Special Issue - October 2011]*

32. *Nelson Oly Ndubisi Relationship marketing and customer loyalty, Marketing Intelligence & Planning , Vol. 25 No. 1, 2007 pp. 98-106 © Emerald Group Publishing Limited 0263-4503, DOI 10.1108/02634500710722425*

33. *Mustafa karadeniz, the relationship marketing approach and strategies in retailing management to constitute customer and brand loyalty, Journal of Naval Science and Engineering ,2010, Vol. 6 , No.1, Turkish Naval Academy.*

34. *Mohammad Almotairi, a framework for successful CRM implementation, European and Mediterranean conference on information systems, 2009.*

35. *Nelson Oly Ndubisi Relationship marketing and customer loyalty, Marketing Intelligence & Planning , Vol. 25 No. 1, 2007 pp. 98-106 © Emerald Group Publishing Limited 0263-4503, DOI 10.1108/02634500710722425*

36. *Afshin Rahnama et al , Evaluation of Relationship Marketing Dimension Effect on Degree of Customer's Loyalty of Insurance Industry in Iran , Journal of Basic and Applied Scientific Research, ISSN 2090-4304, J. Basic. Appl. Sci. Res., 2(2)1842-1848, 2012 © 2012, Text Road Publication.*

37. *Minyu Wu, Towards a Stakeholder Perspective on Competitive Advantage, International Journal of Business and Management; Vol. 8, No. 4; 2013, Published by Canadian Center of Science and Education.*

38. *Dave Nash, Doug Armstrong, and Michael Robertson, Customer Experience 2.0: How Data, Technology, and Advanced Analytics are taking an Integrated, Seamless Customer Experience to the Next Frontier, Journal of integrated marketing communications, 2013, 37.*

39. *Bulankulama, Khatibi & Herath, Utilization of social media in an organization and competitive advantages development of a conceptual framework, International Journal of Economics, Commerce and Management, United Kingdom Vol. II, Issue 3, 2014*

40. *Diana Bratiæ, Achieving a Competitive Advantage by SCM, IBIMA Business Review, Vol. 2011 (2011), Article ID 957583, 13 pages DOI: 10.5171/2011.957583.*

41. *Miguel, P. L. S., Ledur Brito, L. A. L.: Supply Chain Management measurement and its influence on Operational Performance, Journal of Operations and Supply Chain Management 4 (2), pp 56 – 70.*

42. *David J. Ketchen, Jr, William Rebarick , G. Tomas M. Hult and David Meyer , Best value supply chains: A key competitive weapon for the 21st century, science direct, Kelley school of business, Indiana university, Business Horizons (2008) 51, 235–243.*

43. *Peter T. Ward Deborah J. Bickford G. Keong Leong, Configurations of Manufacturing Strategy, Business Strategy, Environment and Structure, Journal of Management 1996. Vol. 22, No. 4, 597-626*

44. *Basheer Abbas Al-alak, Saeed (M.Z) A. Tarabieh, Gaining competitive advantage and organizational performance through customer orientation, innovation differentiation and market differentiation, International Journal of Economics and Management Sciences Vol. 1, No. 5, 2011, pp. 80-91.*

45. *Cherroun Reguia, Assistant professor, Product innovation and the competitive advantage , European Scientific Journal June 2014 /SPECIAL/ edition vol.1 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431.*

46. *Ahmad Al-Rfou and Khalaf Trawneh, To What Extent Can a Company Achieve a Competitive Advantage Through Job Development?, J Soc Sci, 23(3): 189-196 (2010)*

47. *Diana Bratiæ, Achieving a Competitive Advantage by SCM, IBIMA Business Review, Vol. 2011 (2011), Article ID 957583, 13 pages DOI: 10.5171/2011.957583.*

48. *Shah Moahmmad Tanvir Monsur and Takahashi Yoshi, Improvement of firm performance by achieving competitive advantage through vertical integration in the apparel industry of Bangladesh , Asian Economic and Financial Review 2(6):687-712.*

49. *S.W.G.K. Bulankulama, Ali Khatibi, A Theoretical Approach to the Competitive Advantage Moderating Effects of Strategies; Innovation and IT, International Journal of Science and Research (IJSR) ISSN (Online): 2319-7064 Impact Factor (2012): 3.358.*

50. *Shah Moahmmad Tanvir Monsur and Takahashi Yoshi, Improvement of firm performance by achieving competitive advantage through vertical integration in the apparel industry of Bangladesh , Asian Economic and Financial Review 2(6):687-712.*

51. *Mojtaba Dehghanpour Vahid, Fahimeh Sadat Mirzajani, Shahram Izadi, Mohammad Bagher Honarmandyar and Ali Asghar Negahdary, Evaluation of the relationship between competitive advantage and export performance (Case study: Iranian firms exporting biotech products), European Journal of Experimental Biology, 2013, 3(1):364-370*

52. *S.W.G.K. Bulankulama, Ali Khatibi, A Theoretical Approach to the Competitive Advantage Moderating Effects of Strategies; Innovation and IT, International Journal of Science and Research (IJSR) ISSN (Online): 2319-7064 Impact Factor (2012): 3.358.*

53. *Shah Moahmmad Tanvir Monsur and Takahashi Yoshi, Improvement of firm performance by achieving competitive advantage through vertical integration in the apparel industry of Bangladesh , Asian Economic and Financial Review 2(6):687-712.*

54. *Diana Bratiæ, Achieving a Competitive Advantage by SCM, IBIMA Business Review, Vol. 2011 (2011), Article ID 957583, 13 pages DOI: 10.5171/2011.957583.*

55. *S.W.G.K. Bulankulama, Ali Khatibi, A Theoretical Approach to the Competitive Advantage Moderating Effects of Strategies; Innovation and IT, International Journal of Science and Research (IJSR) ISSN (Online): 2319-7064 Impact Factor (2012): 3.358.*

56. *Diana Bratiæ, Achieving a Competitive Advantage by SCM, IBIMA Business Review, Vol. 2011 (2011), Article ID 957583, 13 pages DOI: 10.5171/2011.957583.*

57. *Shah Moahmmad Tanvir Monsur and Takahashi Yoshi, Improvement of firm performance by achieving competitive advantage through vertical integration in the apparel industry of Bangladesh , Asian Economic and Financial Review 2(6):687-712.*

58. *S.W.G.K. Bulankulama, Ali Khatibi, A Theoretical Approach to the Competitive Advantage Moderating Effects of Strategies; Innovation and IT, International Journal of Science and Research (IJSR) ISSN (Online): 2319-7064 Impact Factor (2012): 3.358.*

59. *Shah Moahmmad Tanvir Monsur and Takahashi Yoshi, Improvement of firm performance by achieving competitive advantage through vertical integration in the apparel industry of Bangladesh , Asian Economic and Financial Review 2(6):687-712.*

60. *Mojtaba Dehghanpour Vahid, Fahimeh Sadat Mirzajani, Shahram Izadi, Mohammad Bagher Honarmandyar and Ali Asghar Negahdary, Evaluation of the relationship between competitive advantage and export performance (Case study: Iranian firms exporting biotech products), European Journal of Experimental Biology, 2013, 3(1):364-370*

61. *Diana Bratiæ, Achieving a Competitive Advantage by SCM, IBIMA Business Review, Vol. 2011 (2011), Article ID 957583, 13 pages DOI: 10.5171/2011.957583.*

Application de la théorie des files d'attente au niveau des Banques commerciales Algériennes - la Banque Extérieure d'Algérie agence de M'sila 047- modèle

FAKHARI Farouk

Université de Mohamed Boudiaf, M'sila; Algérie

farouk_fakhari@yahoo.fr

BOUDIA Mounya

Université de Mohamed Boudiaf ,M'sila; Algérie

boudia_mounya@hotmail.fr

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

Resumé:

Cette étude vise à mettre en évidence le rôle des méthodes quantitatives de la recherche opérationnelle dans la prise de décision au niveau des institutions économiques, le succès de l'une d'elles dépendent de sa capacité à utiliser les ressources disponibles d'une manière optimale, cela nécessite également une grande efficace pour trouver des solutions appropriées aux différents problèmes qui concernent la façon de gérer ces ressources, d'où l'importance accrue de l'utilisation de la RO pour résoudre ces problèmes, surtout après avoir prouvé son efficacité au niveau des différents institutions et administrations. Parmi les problèmes les plus courants et au niveau des institutions de prestation de service, tel que les banques commerciales, par exemple , c'est le problème de la gestion du temps pour offrir un service à leurs clients, à travers cet article, nous avons essayé de traiter ce genre de problème, grâce à l'utilisation de la théorie des files d'attente dans les banques commerciales en Algérie (la Banque Extérieure d'Algérie – agence de Msila047 - modèle), cela est dû au fait qu'elle est considérée comme un moyen très approprié pour déterminer le temps attendu par les clients de la banque dans les files d'attente, et donc trouver des solutions adéquates par les décideurs de manière à améliorer la qualité de leurs services.

Les mots clés: La recherche opérationnelle, la théorie des files d'attente, les banques commerciales.

(JEL) Classification : C44, G21.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور الأساليب الكمية لبحوث العمليات في اتخاذ القرار داخل المؤسسات الإقتصادية، فنجاح أيا منها مرهون بمدى قدرتها على استخدام مواردها المتاحة استخداما أمثلا، وهذا يتطلب منها أيضا كفاءة عالية في إيجاد الحلول المنسابة لمختلف مشاكلها المتعلقة بكيفية تسيير تلك الموارد، من هنا ازدادت أهمية استخدام بحوث العمليات لحل تلك المشاكل خصوصا بعد ثبوت فعاليتها على مستوى مختلف المؤسسات والإدارات. من بين أهم المشاكل الشائعة والموجودة على مستوى المؤسسات ذات النشاط الخدماتي، كالبنوك التجارية مثلا هي مشكلة التحكم في المدة الزمنية لتقديم الخدمة لزبائنها، وبناءا على هذا جاء هذا المقال بمحاولة علاج هذا النوع من المشاكل، عن طريق استخدام نظرية صفوف الإنتظار بالبنوك التجارية في الجزائر (بنك الجزائر الخارجي– وكالة المسيلة 047 نموذجا)، وذلك باعتباره أسلوبا مناسبا جدا في تحديد الوقت الذي يقضيه زبائن البنك في طوابير الإنتظار، وبالتالي إيجاد الحلول المناسبة من طرف أصحاب القرار بالشكل الذي يحسن من نوعية خدماته.

الكلمات المفتاحية: بحوث العمليات، نظرية صفوف الإنتظار، البنوك التجارية.

رموز jel: C44 ، G21.

Introduction :

Les délais d'attente représentent la principale source d'insatisfaction. En effet, étant donné que le client entre dans un système pour recevoir un service, et quitte les lieux qu'après avoir été servi, il est important d'aborder le problème de file d'attente, Le manque de ressources professionnelles peut être la cause ou la source d'insatisfaction ressentis chez les clients , ce sentiment leur donne l'impression d'être mal servis et crée un sentiment d'inconfort voire d'insécurité chez eux, ce qui peut nuire la qualité du service.

A fin d'aider les responsables à prendre des décisions optimales, des modèles mathématiques sont appliqués pour trouver une solution aux problèmes organisationnels et optimiser les techniques économiques.

La théorie des files d'attente est ainsi parmi ces modèles mathématiques qui analysent et traitent les difficultés organisationnelles rencontrés par les organisations ayant des files à gérer et organiser.

1. Problématique de la recherche :

Les méthodes quantitatives de la recherche opérationnelle ont connu une grande habilité dans l'application au niveau de la majorité des pays développés, ce qui a permis à ses administrations et organisations financières d'avoir un bon niveau en termes de qualité des services offerts aux clients, et cela parce qu'ils sont considérés comme des outils importants pour déterminer les problèmes aux décideurs et trouver les solutions les plus appropriées pour y faire face, bien que, ces méthodes reconnaissent moins de popularité au niveau des administrations algériennes, en particulier au niveau des banques commerciales algériennes, qui est restée marquée par son incapacité à résoudre le problème de l'amélioration des services bancaires destinés aux clients, et que l'on retrouve parmi eux le problème des longues files d'attente des clients qui sollicitent des opérations de dépôt et retrait d'argent, conduisant à un mécontentement permanent de ces derniers dans ces banques.

À la lumière de ce qui précède nous pouvons poser la problématique de notre recherche comme suit: **Comment la théorie des files d'attente est utilisée dans l'organisation des files de dépôt et de retrait des banques commerciales en Algérie?**

2. Les sous questions: Afin de répondre à la problématique de notre recherche, nous allons tenter de répondre aux sous-questions suivantes:

• Quels sont les problèmes généraux abordés par la science de la recherche opérationnelle?

•En quoi consiste l'importance de la théorie des files d'attente dans le processus de prise de décision?

•Est ce que la théorie des files d'attente appliquées dans la banque (le lieu d'étude), peut contribuer à l'organisation des files d'attente devant les caisses de dépôt et retrait d'argent, et donc à l'amélioration de la qualité des services bancaires?

3. Objectifs de la recherche: Cette recherche tente de réaliser les objectifs suivants:

• constituer une idée claire sur l'utilisation d'une des méthodes quantitatives de la recherche opérationnelle qui est la théorie des files d'attente, dans le soutien des responsables à prendre leurs décisions.

• identifier la nécessité des banques commerciales algériennes en général, et la Banque Extérieure de l'Algérie –agence M'sila 047- en particulier, à utiliser la théorie des files d'attente dans l'organisation des files d'attente de ses guichets réservés au retrait et dépôt d'argent.

4. Méthodologie de la recherche: Afin d'arriver à une méthode de repères claires pour répondre à la problématique de notre recherche, nous avons opté pour la méthode descriptive et analytique dans le traitement théorique et analytique du sujet de la recherche, alors que le côté pratique s'est reposé sur la méthode d'étude de cas, en essayant d'appliquer la théorie des files d'attente dans la Banque Extérieure de l'Algérie - agence M'sila 047-.

5. Le plan de recherche : pour cerner les différents cotés du sujet, il a été subdivisé comme suit :

Le premier axe : le cadre conceptuel de la recherche opérationnelle.

- la présentation théorique de la recherche opérationnelle.
- Les méthodes les plus importants en recherche opérationnelle.

Le deuxième axe : une introduction générale à la théorie des files d'attente.

- Initiation théorique et économique de la théorie des files d'attente.
- La modélisation mathématique de la théorie des files d'attente.

Le troisième axe : l'application de la théorie des files d'attente au sein de la Banque Extérieure d'Algérie - agence M'sila 047- **.**

- Présentation de la Banque Extérieure d'Algérie - agence M'sila 047-.
- L'application de la théorie des files d'attente dans les opérations de dépôt et retrait.

Le premier axe : Le cadre conceptuel de la recherche opérationnelle:

1- La présentation théorique de la recherche opérationnelle

1-1 Quelque éléments historiques sur la recherche opérationnelle :

On a l'habitude de situer la naissance de la RO lors de la seconde guerre mondiale, au sein de l'armée britannique, qui a commencé à formaliser un certain nombre de problèmes stratégiques, tel l'optimisation du parcours ou de la composition des convois maritimes ou encore celle du positionnement des radars etc.

Pour ce qui nous intéresse, c'est-à-dire la diffusion de la discipline dans les entreprises, on peut néanmoins considérer que cette diffusion s'est opérée, et à un rythme accéléré, dans les années cinquante.

Au cours des années cinquante le développement de la RO dans les organisations s'est transformé en véritable engouement.(1)

La RO devenait un moyen pour étudier les problèmes liés à la gestion des organisations et aide à la prise des décisions. Comme il faut souligner que le développement des ordinateurs dans les années cinquante a participé dans le développement de la RO, puis ce que les solutions scientifiques des problèmes administratifs nécessitent le traitement des opérations complexes et l'enregistrement d'une bonne quantité de données ainsi que de son stockage et sa récupération, en plus de cela, au début des années soixante-dix, un autre développement est
apparu dans des domaines dont la RO est appliquée.(2)

La RO s'est constitué au début des années soixante, avec la mise sur pied des principaux attributs d'une profession : experts spécialisés, création de revues, d'associations savantes, de chaires dans les universités, de congrès etc. En 1978 parait dans la prestigieuse revue américaine « the journal of the OR society » une épitaphe joliment intitulé « the future of operational research is past » d'autant plus perturbante qu'elle est l'œuvre d'un des pionniers de la discipline, Russel L.Ackof.(3)

1-2 Définition de la recherche opérationnelle :

INFORMS considère la RO comme « la discipline d'application des méthodes analytiques avancées pour l'aide à la prise de meilleures décisions ».(4)

« La recherche opérationnelle est une collection de technique, issues du champ des mathématiques appliquées, destinées à représenter des situations où un ou plusieurs acteurs ont un certain nombre de choix à effectuer, et à guider ces acteurs dans leurs décision de façon à ce qu'ils satisfassent au mieux un ou plusieurs critères tout en respectant un ensemble de contraintes prédéfinies ».(5)

La recherche opérationnelle est donc une discipline moderne des mathématiques qui utilise modèles mathématiques, statistiques et des algorithmes pour former un problème o une situation confrontée par les acteurs économiques, sous forme d'un model et le résoudre, en déterminant la solution optimale, améliorant ainsi la prise de décisions.

2- les méthodes les plus importants en recherche opérationnelle:

La Recherche Opérationnelle utilise des modèles mathématiques, statistiques et des algorithmes pour former un problème sous forme d'un model et le traiter, en déterminant la solution optimale, améliorant ainsi la prise de décisions, nous pouvons citer ci-dessous les méthodes de la RO les plus fréquentées :

2-1 La programmation linéaire :

La programmation linéaire est une technique quantitatives qui consiste à optimiser (maximiser ou minimiser) la valeur d'un objectif exprimé en une fonction linéaire dite (la fonction objectif soumise à un ensemble de conditions dites « contraintes » qui prennent la forme d'équation ou d'inéquations linéaires.(6)

Un programme linéaire consiste ainsi, à optimiser l'utilisation des ressources limitées pour fabriquer des produits qui consomment les ressources. la programmation linéaire dans sa définition mathématique: Si nous avons un ensemble de variables et des comportements dans une situation précise, alors le programme linéaire de cette situation se défini mathématiquement suivant le cas comme suit :(7)

- cas de maximisation :

Max: $Z= c_1x_1+c_2x_2+c_3x_3+...x_n$

$$\begin{cases} a11x1 + a12x2 + a13x3 + \cdots + a1nxn \leq b1 \\ a21x1 + a22x2 + a23x3 + \cdots + a2nx \leq b2 \\ \cdots\cdots \\ am1x1 + am2x2 + am3x3 + \cdots + amxn \leq bm \\ x1 \geq 0, x2 \geq 0, x3 \geq 0 \ldots . xn \geq 0 \end{cases}$$

Où Max signifie maximisation, et son intérêt est de rendre la fonction Z dans sa plus grande valeur.

- Cas de minimisation : dans le cas de minimisation le programme linéaire s'écrit de manière générale comme suit :

  Min : $Z= c_1x_1+c_2x_2+c_3x_3+...x_n$

$$\begin{cases} a11x1 + a12x2 + a13x3 + \cdots + a1nxn \geq b1 \\ a21x1 + a22x2 + a23x3 + \cdots + a2nx \geq b2 \\ \cdots\cdots \\ am1x1 + am2x2 + am3x3 + \cdots + amxn \geq bm \\ x1 \geq 0, x2 \geq 0, x3 \geq 0 \ldots . xn \geq 0 \end{cases}$$

Où: Min signifie minimisation et son but est la minimisation de la fonction Z sous un ensemble de contraintes.

2-2 Les modèles des problèmes de transport et de répartition: les questions de transport font parties des sujets les plus importants de la recherche opérationnelle, qui visent à atteindre l'optimum sous un ensemble de contraintes linéaires, et en particulier s'intéressent à rechercher de transporter des marchandises d' une personne physique ou morale au moindre coûts d'un ensemble d'endroit à d'autres , et dans la limite de quantités spécifiques, ou rechercher le profit ou le revenu le plus élevé de ce processus de transport.(8)

Alors que les questions de répartition se résument dans la façon de distribuer un ensemble de fonctions sur un groupe de personnes ou un groupe de machines sur une gamme de tâches, ainsi cela conduit à leur utilisation avec une efficacité aussi élevée que possible, ce qui conduit à supporter moins de coûts ou récolter des bénéfices plus élevés.(9)

2-3 Analyse de réseaux: la méthode d'analyse des réseaux d'entreprises sert à aider un administrateur dans la planification et l'ordonnancement des différentes opérations nécessaires pour effectuer une opération particulière, de sorte que sa réalisation se fait avec un rendement le plus élevé possible.(10)

2-4 Modèles de prise de décision: le gestionnaire ou le décideur est confronté à des difficultés opérationnelles et de gestion et de tarification et ainsi de suite, ce qui peut représenter un obstacle à prendre la bonne la décision, on le trouve alors à la recherche de méthodes ou moyens pour simplifier le processus de prise de décision. Les auteurs de la théorie quantitative dans la gestion estiment que l'introduction mathématique représente la solution optimale pour les problèmes du gestionnaire, et ce sont les modèles mathématiques qui peuvent l'aider à reconnaître et à comprendre les phénomènes qui l'entourent et au mieux.(11)

2-5 Programmation des objectifs: la méthode de la programmation d'objectif a de la capacité à traiter le problème de la prise de décision multi objective contradictoires, et le concept de la programmation de but revient a quatre décennies, en commençant par "Cheers" et "Cooper" en 1961, puis développé par "Ajnysio" en 1971. Parce que nous constatons que dans les postes de prise de décision régulière, l'objectif de l'administration est souvent au détriment d'autres objectifs, il est nécessaire de définir l'ordre d'importance de ces objectifs, de manière à présenter les objectifs les plus prioritaires, suivis par les objectifs les moins importants.(12)

2-6 La théorie des jeux :C'est une approche mathématique de l'économie qui consiste, en étudiant les comportements des individus, à présenter les problèmes économiques sous forme de jeux stratégiques.(13)

2-7 La théorie des files d'attente :C'est une tentative de correspondre un model mathématique à une file, la signification d'une file c'est l'ensemble des individus qui attendent dans une file régulière et ordonnée pour qu'un service leur soit fourni.(14)

Le deuxième axe : Une introduction générale à la théorie des files d'attente

1- Initiation théorique et économique à la théorie des files d'attente :

1-1 L'évolution de la théorie des files d'attente :

La théorie des files d'attente a été définie au début du XXe siècle par Agner Krarup Erlang (1878-1929), mathématicien danois qui a travaillé sur la gestion des réseaux téléphonique et la théorie des files d'attente. Il s'est attelé sur la base des travaux de Poisson dont la loi des événements rares, à élaborer un modèle mathématique pour le dimensionnement des réseaux de télécommunications basé sur les statistiques.(15)

L'honneur revient également au chercheur Conny Plans qui a mit la forme finale de la théorie des files d'attente et qui a émis un ensemble de livres dans la période (1936-1946). Et en 1984, Linda Green a publié son travail concernant la théorie des files d'attente et elle a mentionné les systèmes qui contiennent deux types des clients arrivés et deux types de centre de service.(16)

Cette théorie a été en pleine expansion dans les années 1950 avec des scientifiques comme G.F. O'Dell, Andrei Kolmogorov, C.D Cormellin et David Kendall.(17)

1-2 Définition de la théorie des files d'attente

Elle est défini comme : des modèles mathématique des de la recherche opérationnelle et une des méthodes quantitatives qui la direction ou les responsable de prise de décisions à prendre leurs décisions. Le but de cette théorie est l'étude et l'analyse des attitudes caractérisées par des points de passage ou forment des filles d'attente et delà prendre la décision adéquate pour ces attitudes.(18) C'est aussi un outil probabiliste permettant de modéliser le fonctionnement de serveurs.(19)

Autre définition de de la théorie des files d'attente :

la théorie des files d'attente peut être définie comme un nombre d'unité (voitures, client, messages, matériaux…) réguliers sous forme d'une file qui attend un service précis et cela durant une période de temps déterminée.(20)

La théorie des files d'attente est une théorie mathématique qui vise à optimiser les ressources disponibles et gérer le temps d'attente des clients sollicitant un service précis pour une durée de temps déterminée.

1-3 Les objectifs de la théorie des files d'attente :

L'objectif est de diminuer le temps d'attente du client tout en minimisant les couts de fonctionnement.(21)

Il s'agit de réduite l'impact négatif du temps d'attente des clients et de lui attribuer une perception plus agréable, tout en apportant une valeur ajoutée à l'organisation

La file d'attente aide les managers pour comprendre et prendre la meilleure décision concernant les opérations du système impliquant une file d'attente.(22)

Se dévoile comme un renfort permettant de gérer la file d'attente dans un établissement et garantir la satisfaction de tous les clients pour prendre les meilleures décisions. cette théorie a pour objet l'étude de système où des entités, appelées clients, cherchent à accéder à des ressources, généralement limitées, afin d'en obtenir un service.(23)

Cette théorie est mise en œuvre afin d'optimiser les activités de l'entreprise améliorer la gestion des clients**.** Elle constitue en fait, un des outils clés dans sa gestion.

1-4 Description de la théorie des files d'attente :

La notation de Kendall permet de désigner de manière synthétique un système de fille d'attente : A/S/P/K/D, ses termes sont les suivants : (24)

A : la loi des inter-arrivées ou du processus d'arrivée.

S : la loi de service.

P le nombre de serveurs.

K :la capacité du système, c'est-à-dire la salle.

D :la discipline ou politique de service, c'est-à-dire comment et dans quel ordre les clients sont servis.

La discipline d'attente, est la règle de priorité déterminant l'ordre dans lequel les clients vont accéder à la ressource modélisé par le serveur. Les disciplines d'attente classiques, ainsi que leurs acronymes, sont : (25)

- FIFO : first in first out "premier arrivé, premier servi", c'est la discipline de service employée le plus souvent et c'est celle qui sera admise par défaut ;

- LIFO : last in, first out "dernier arrivé, premier servi" ;
- SIRO : service dans un ordre aléatoire ;
- RR : round robin "les clients sont servi à tour de rôle pendant un intervalle de temps fixe, appelé quantum" .
- PS : processor sharing "cas limite de la discipline RR lorsque le quantum tend vers zéro".
- Ainsi les caractéristiques de la théorie des files sont :
- Le taux moyen d'arrivée des clients(λ) suit la distribution de Poisson.
- Le taux moyen de service (μ) suit la distribution exponentielle.
- $\lambda \langle \mu$.

La discipline du service est sur la base de FCFS (first come first served).(26)

Comme il est nécessaire de définir les paramètres de la théorie des files d'attente :

- n : représente le nombre des individus dans le système (dans la file et au service)

p représente la probabilité de n individus dan le système.(27)

1-5 Analyse économique de la théorie des files d'attente :

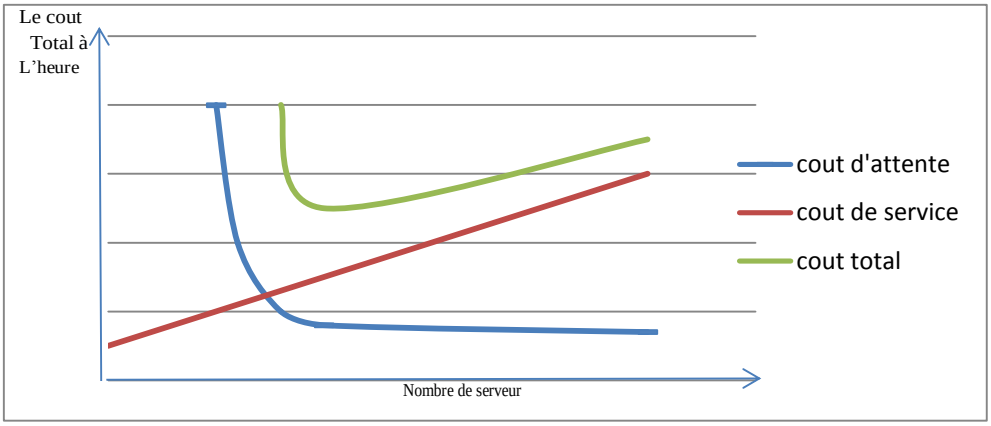
L'objectif de la théorie des files d'attente est de satisfaire aux mieux les clients tout en minimisant ses couts.

Les couts dans les modèles de la théorie d'attente se subdivisent en deux types : (28)

- Les couts de service : c'est les couts résultants du fonctionnement des serveurs des matériaux, appareils, des employés … etc, et c'est évident que ces couts augmentent avec l'augmentation du niveau de service
- Les couts d'attente : ce sont les couts résultants de la diminution de la qualité du service dans le système pour le servir, et elle contient la perte des clients qui quittent la file d'attente pour sa longueur et la perte d'autres clients qui les influencent et leur reportent la mauvaise réputation du système.

La relation du cout total et du nombre des serveurs peut être représenté par le graphe suivant :

Figure 01 : graphe représentant l'évolution du cout total par rapport au nombre de serveur



Source : R. BOUGUERRA, **recherche opérationnelle 2e partie initiation à la prise de décision, op.cit,** p 207

Pour mettre le model de cout total des filles d'attente on pose :(29)

$TC = C_{(w)}L + C_{(s)}K$

En réalité la détermination du cout d'attente est plus difficile que le cout de service, par ce que il n'existe pas de critère évident qui l'explique, et sa détermination reste alors soumise à une

appréciation c'est-à-dire, elle est proportionnel, alors que le cout de service est évident et facilement mesurable résultant du service fourni.

2- La modélisation mathématique de la théorie des files d'attente :

Il existe plusieurs modèles utilisés en files d'attente, nous citrons ci-dessous les modèles les plus utilisés dans les bureaux de prestations de services et les banques dont le taux moyen d'arrivée des clients(λ) suit la distribution de Poisson et le taux moyen de service (μ) suit la distribution exponentielle.

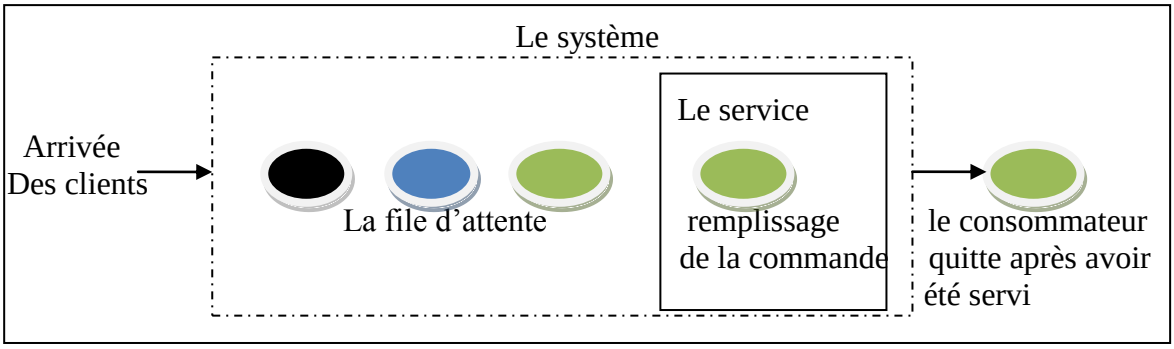
2-1/ la file M/M/1:

Une file d'attente M/M/1 est définie par le processus stochastique suivant. On suppose que les instants d'arrivées des clients sont distribués selon un processus de Poisson d'intensité λ et que les temps de service sont indépendants (et indépendants du processus d'arrivée) et suivent la loi exponentielle de paramètre μ.(30)

C'est le model qui a une seule file pour offrir un service, et suppose la réunion de certaines conditions dans ce système qui sont :(31)

- Les clients sont servis selon la règle du premier venu premier servi, comme il est supposé que chaque client rejoigne la file au moment de son arrivé et qu'il ne le quitte qu'après avoir été servi.
- Le processus d'arrivé des clients est indépendant les uns des autres, mais la taux moyen d'arrivée est constant.
- L'arrivé aléatoire des clients suit la loi de Poisson de paramètre (λ) par unité de temps, ainsi que les autres qui reçoivent le service sont d'une population infinie ou très grande.
- La durée de servir les clients diffère d'un client à un autre, et le temps moyen de service est connu et défini.
- Le temps de service suit la loi exponentielle de taux (μ) dans par unité de temps.
- Le taux d'arrivée est inférieur au taux de service (λ‹ μ).

Figure 02 : schéma représentant la file d'attente M/M/1



Source : David R. Anderson et autres, op.cit, p 682.

Nous pouvons identifier les mesures de l'efficacité de ce modèle à travers le calcul des indicateurs suivants :(32)

- Probabilité qu'aucune unité ne se trouve dans le système :

P (0) = 1- (λ/ μ)

- Le nombre moyen des unités dans la file :

$L(q) = \lambda^2 / \mu(\mu - \lambda)$

- Le nombre moyen des unités dans le système :

$L = L(q) + (\lambda / \mu) = \lambda^2 / \mu(\mu - \lambda) + (\lambda / \mu)$

- Le temps moyen que l'unité passe dans la file :

$W(q) = L(q) / \lambda = (\lambda^2 / \mu(\mu - \lambda)) / \lambda$

- Le temps moyen que l'unité passe dans le système :

$W = W(q) + (1/\lambda) = (\lambda^2 / \mu(\mu - \lambda)) / \lambda + (1/\mu)$

- Probabilité d'attendre l'arrivée d'une unité pour un service, ou probabilité de trouver des unités dans le système :

$P(w) = \lambda / \mu$

- Probabilité de N unités dans le système :

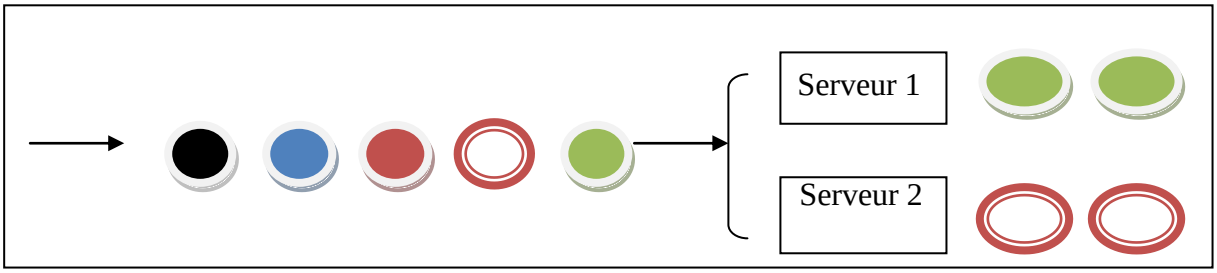
$P(N) = (\lambda / \mu)^N P(0)$

2-2 le model M/M/k (avec un taux d'arrivée de Poisson et taux de service exponentielle):

Dans le cas de ce modèle, il existe plus qu'un centre pour offrir un service, ainsi les clients se présentent dans une seule file puis, chacun se dirige au centre libre pour en recevoir le service.

Les conditions supposées pour ce modèle sont les mêmes que le modèle simple, sauf que, puis ce que les centres de service sont multiples, alors la condition qui stipule que le taux d'arrivée est inferieur au taux de service devient $(\lambda < k\,\mu)$ avec k est le nombre de centre de service.(33)

Figure 03 : schématisation du modèle M/M/k avec k=2



Source: R. BOUGUERRA, **recherche opérationnelle 2e partie initiation à la prise de décision**, **op.cit,** p 200.

Puis que μ est le taux moyen de service pour chaque station, $k\mu$ représente le taux moyen de service pour le système de multiple service: (34)

- Probabilité qu'aucune unité ne se trouve dans le système :

$P(0) = 1/ (\sum_{N=0}^{k-1}(\lambda/\mu) /N ! + ((\lambda/ \mu)^k / k !)(k\mu/(k\mu - \lambda)))^N$

- Le nombre moyen des unités dans la file :

$L(q) = ((\lambda/ \mu)^k \lambda\mu) / (k-1) !(k\mu - \lambda)^2) P(0)$

- Le nombre moyen des unités dans le système :

$L = L(q) + (\lambda/ \mu)$

- Le temps moyen que l'unité passe dans la file :

$W(q) = L(q) / \lambda$

- Le temps moyen que l'unité passe dans le système :

$W = W(q) + (1/ \mu)$

- Probabilité d'attendre l'arrivée d'une unité pour un service, ou probabilité de trouver des unités dans le système :

$P(w) = 1/k!(\lambda/ \mu)^k (k\mu/(k\mu - \lambda)) P(0)$

• Probabilité de N clients dans le système : pour N< k –
$P(N) = ((\lambda/\mu)^N/N!)\ P(0)$
Pour N>k
$P(N) = ((\lambda/\mu)^N/k!k^{(N-k)})\ P(0)$
• Probabilité de N clients dans le système (système rempli):
$P(n) = (\lambda/\mu)^n\ P(0)$

2-3 les autres modèles de la théorie des files d'attente :

• La file M/G/1 :

Une file M/G/1 est caractérisée par un processus d'arrivée Poissonnien et par des temps de service indépendants et identiquement distribués selon une loi de probabilités « quelconque » (mais ne prenant que des valeurs non négatives).(35)

• La file M/G/k :

Parmi les modèles les plus importants et réguliers dans la vie quotidienne, c'est l'absence d'une file d'attente ; l'unité qui arrive au serveur, doit être servie immédiatement, sinon, tous les serveurs sont considérés comme occupés, c'est-à-dire un surplus des unités dépassant le nombre de serveurs, ainsi, cette unité quittera le système sans être servie, ou reviendra pour le service ultérieurement.(36)

Après avoir évoqué les objectifs et les modèles de la théorie des files d'attentes, nous présenterons dans ce qui suit une application sur le terrain.

3- l'application de la théorie des files d'attente au sein de la Banque Extérieure d'Algérie - agence M'sila 047- :

La file d'attente symbolise un problème auprès de tous ceux qui ont une approche fonctionnelle, pragmatique, opérationnelle de leur bureau de poste.(37)

Elle constitue donc un outil très efficace à la résolution de plusieurs problèmes de la gestion bancaire.

Pour appliquer cette théorie nous avons choisi la banque Extérieure de l'Algérie comme siège d'accueil et plus précisément l'agence 047 M'sila.

1- Présentation de la Banque Extérieure d'Algérie - agence M'sila047-

1-1 Définition de la Banque Extérieure d'Algérie: la Banque Extérieure d'Algérie est une des banques algériennes détenu par l'Etat et soumis au droit commercial, elle facilite les relations économiques avec divers pays du monde.

Elle a été créé par le décret 67-204 du 1er Octobre 1967 au capital de 20 millions de dinars Algérien, et elle est l'une des premières banques qui s'est transformée en institutions indépendantes par la loi 88-61 du 12 Janvier 1989, la banque s'est transformée en une société par action au capital de 24 milliards de dinars Algérien(38), et modifié en 2011 à 76 milliards de dinars algériens, puis à 100 milliards de dinars algériens, et en 2015 le capital de la banque ont été soulevé également à 150 milliards de dinars Algérien.

2. Les objectifs de la Banque Extérieure d'Algérie:

La Banque Extérieure d'Algérie cherche à atteindre plusieurs objectifs, les plus importants peuvent être regroupées comme suit:

• Améliorer l'exportation de divers types d'activités économiques dans et en dehors du secteur des hydrocarbures.

- Améliorer les services bancaires à travers la diversification des produits bancaires appropriés aux exigences du marché.
- L'amélioration et le développement des opérations surtout le financement du commerce extérieur.

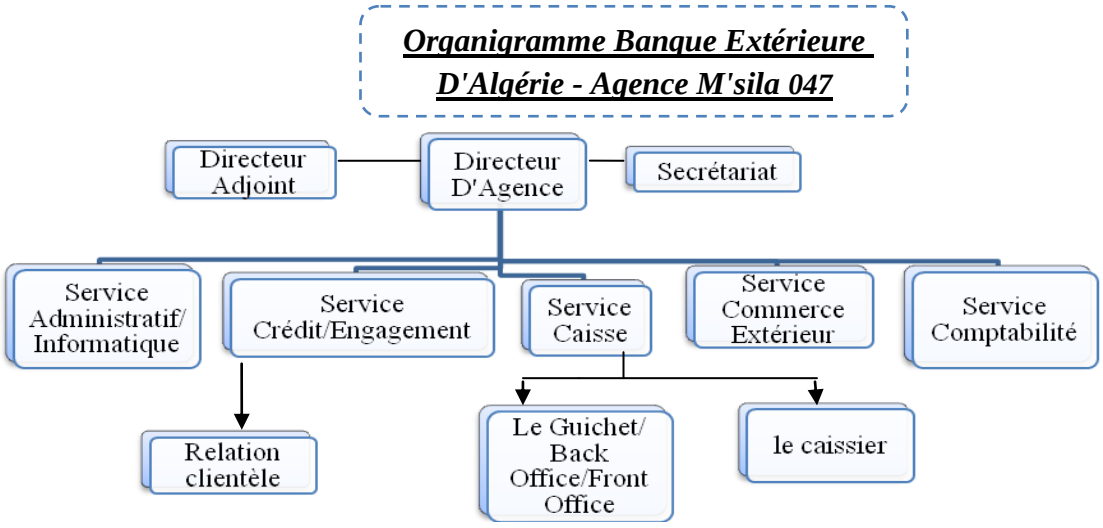
3. création de Banque Extérieure d'Algérie – l'agence M'sila 047-:

Elle a été créé en Mars 1989, et c'est une agence de la Direction régionale de Sétif, située dans le centre-ville de la Wilaya de M'sila, elle vise à atteindre plusieurs tâches et objectifs, on peut citer comme suit:

- Attirer le maximum de clients, en améliorant et en facilitant les services bancaires.
- Fournir une variété de prêts bancaires et de faciliter les procédures d'obtention de ces prêts, et ainsi répondre aux besoins des clients (particuliers et entreprises), (prêts d'exploitation, d'investissement, de consommation, d'immobilier, les prêts visant à soutenir l'emploi des jeunes).
- Améliorer les services au niveau des différents dans l'organisme, et en particulier les intérêts qui se caractérise par l'arrivée d'un grand nombre de clients .

4. La structure organisationnelle de la Banque Extérieure d'Algérie - agence M'sila 047: Il existe 30 employés banquiers répartis en fonction de la structure organisationnelle présentée dans la figure (04):

Figure (04): structure organisationnelle réduite de la Banque Extérieure d'Algérie - agence M'sila 047



Source : élaborée par les deux chercheurs à partir des informations de l'agence bancaire.

2-L'application de la théorie des files d'attente dans les opérations de dépôt et retrait :

La file d'attente n'est pas un phénomène inattendu et soudain, il est prévu et organisé par l'entreprise qui gère l'affluence et l'écoulement des queues.(39)

En effet toute entreprise doit organiser ce phénomène afin de gérer sa file d'attente, perfectionner son système et fidéliser ses clients.

Dans notre application au sein de l'agence BEA M'sila, le modèle M/M/1 est le plus utilisé. Dans un tel cas, nous supposons que la file est organisée selon la discipline FIFO.

Après nous avoir rapproché de l'agence bancaire (lieu d'étude) nous avons procédé au processus d'observation sur chacun des clients qui souhaiteraient effectuer un retrait ou dépôt d'argent et du caissier qui est en charge de l'octroi et réception de l'argent, et après une période de cinq(05) jours, nous avons pu enregistré les points suivants:

- un seul caissier qui fait les deux opérations de retraits et de dépôts des fonds, sachant qu'un autre caissier adjoint est en congé annuel.
- Le nombre de clients qui arrivent à la file d'attente pour retirer ou déposer leurs fonds est de 400 clients durant la période étudiée.
- Nous avons compté le nombre d'arrivées à la file d'attente chaque 15 minutes (et en prenant en considération que la période qui reconnait un grand nombre de clients était entre (09.00 h-14.00 h)). En conséquence, la période de temps de l'étude est de 20 périodes par jour pendant les 05 jours, et par conséquent le nombre de périodes d'étude est estimé de 100 périodes.
- Le nombre moyen de clients arrivant au caissier de banque pour retirer ou déposer de l'argent est de 4 clients.

$\lambda = 400/100 = 4$

- On a enregistré un retard dans l'exécution des retraits et des dépôts de 15 minutes, alors le nombre de périodes étudiées ont étaient réduites à 19, et delà le nombre total de périodes durant les 5 jours d'étude est de 95 (19 X 05 = 95).
- Taux moyen du service pour fournir et recevoir l'argent par le caissier μ est calculé comme suit:

$\mu = 400/95 = 4.21$

L'une des conditions de base pour l'application de la théorie des files d'attente est remplie, en effet $\mu > \lambda$.

- la probabilité de l'inexistence d'un client dans la file d'attente devant la caisse:

$p_0 = 1- (4 / 4,21)$

$p_0 = 0,05$

Cet indicateur montre que la probabilité de n'avoir aucun client en file d'attente est de 5%, tandis que 95% restante indique la probabilité de présence des clients, et qui est connu aussi comme le facteur d'exploitation, calculé comme suit:

$P_w = 4/4.21 = 0,95$

- le nombre moyen de clients dans une file d'attente:

$L_Q = (4)\ 2 / 0,88$

$L_Q = 18.18$

Cet indice montre que le nombre moyen de clients en file d'attente est de 18 clients au plus.

• Le nombre moyen de clients dans le système:

L = 18.18+ (4 / 4,21)

L = 19,13

Cet indicateur montre que le nombre de clients dans la banque sollicitant le service de dépôt ou de retrait est de 19 clients au plus.

• le temps moyen passé par un client dans la file:

W_Q = 18.18 / 4

W_Q = 4,54 m.

Où : 4,54 m X 15 minutes = 68,1 minutes, ce qui signifie que chaque client doit attende une durée de 68,1 minutes devant une file d'attente, ce qui est une période très longue, il faudrait que la la direction de la banque de façon générale et le caissier de manière particulière réduisent cette période au maximum afin que la banque arrive à satisfaire ses clients au plus haut niveau, ce qui améliore le service fourni.

• Le temps moyen qu'une unité passe dans le système:

W = 4,54 / (1 + 4,21)

W = 0,87m.

Ainsi: 0,87 m X 15 minutes = 13.05 minutes, ce qui signifie que chaque client attend 13.05 minutes devant la banque, qui est une durée assez longue et n'aboutit pas à satisfaire les clients du service bancaire fourni.

Après avoir noté le résultat de chacun du temps moyen du système W et taux moyens du temps passé dans la file W_Q, nous pouvons conclure que la durée attendue par le client dans la file d'attente au sein de la Banque Extérieure d'Algérie agence de M'sila est très longue, et la banque devra réagir pour réduire cette durée le maximum possible, et cela par l'ouverture d'une deuxième caisse pour remplacer le caissier durant son absence.

Conclusion:

Le but étant d'obtenir une solution qui correspond aux attentes de la banque ainsi de satisfaire au mieux les clients, la théorie des files d'attente est un moyen qui permettra de prendre les bonnes décisions qui conduiront à une utilisation efficace des ressources avec le moindre cout.

A cet effet il semble opportun de prendre plus en considération le problème des files d'attente, afin d'aider les responsables en la matière à prendre les meilleures décisions.

Les résultats:

• il est possible d'utiliser la théorie des files d'attente au niveau des banques commerciales opérantes en Algérie, aussi facilement, de sorte que la banque bénéficiera des résultats de l'application de ce type de recherche opérationnelle pour prendre les décisions appropriées au temps opportun.

• L'utilisation de la théorie des files d'attente par les banques pourrait être un avantage pour la banque, surtout si cette dernière est en mesure de réduire le temps d'attente de ses clients, et d'être

ainsi en mesure d'attirer d'autres clients, conduisant ainsi à une augmentation des revenus de cette banque.

• la théorie des files d'attente pourrait être utilisée au niveau des autres services ou structures, comme le service de crédit et des relations clientèles, où la durée d'attente des clients peut être déterminée, et donc la banque pourra être en mesure de gérer et traiter un maximum de dossiers de crédit, et ouvrir des comptes bancaires de multiple rendement.

Les suggestions :

Il s'avère important pour toutes les banques d'utiliser les solutions apportées par la théorie des files d'attente pour aider les gestionnaires à prendre les meilleures décisions**, pour y arriver il faut :**

- sensibiliser les directeurs des banques pour agir et réduire le temps d'attente des clients au maximum et ainsi **améliorez l'efficacité des services bancaires et augmentez leurs revenus.**
- prendre en considération le mécontentement des clients et mettre à leurs dispositions des moyens de distraction.
- transformer le temps d'attente dans les files en valeur ajoutée par la diffusion des informations ou de la publicité.
- optimiser l'attente des clients et concevoir des outils électroniques pour traiter leurs opérations (par exemple des caisses automatiques).

Bibliographie:

(1)- J-C. MOISDON et M. NAKHLA, **Recherche opérationnelle: méthodes d'optimisation en gestion**, transvalor presses des mines, France, 2010, p-p 07- 08.

(2)- A.DRIDRI , **Le rôle de l'utilisation des modèles de file d'attente dans l'amélioration de la qualité des services de santé : étude de cas la fondation de la santé publique Rzik Younes**, mémoire de magistère, université de Mohamed Khider, Biskra, Algérie, 2014, p 41. (traduction libre).

(3) - J-C. MOISDON et M. NAKHLA, **op.cit,** p 08.

(4) - W.J YOUGBARE, **Méthodes d'Aide à la Décision Appliquées pour le développement au Burkina Faso : la méthodologie fata envelopment analysis** , l'Harmattan, Paris ,2014, p 20.

(5) - J-C. MOISDON et M. NAKHLA, **op.cit,** p 05.

(6) - A. HEBAL **application de la programmation linéaire à la minimisation de chute relative au processus productifs : étude de cas a ALGAL**, revue des sciences économiques et de gestion, N° 13 , Sétif, Algérie, 2013, p 94.

(7)- M. RATOUL, **Recherche opérationnelle,** office des publications universitaire, 2ème édition, Algérie, 2006, p 12-13 .(traduction libre).

(8)- **IBID**, p 103.

(9)- **IBID**, P 155.

(10) - **IBID**, P 289.

(11) - A. ABDELHAMID BOUKHARI, **Modèle de prise de décision**, conférence en économie administrative 610, université de Malek Abd Alaziz, Emirats Arabes Unis, p 18, cité du site :

www.kau.edu.sa/Files/0002132/Subjects/ME2.pdf , Visité le 03/03/2017, à 18:29 h (traduction libre).

(12)- R.HASSEN et S.HAMOUD, **L'usage des méthodes quantitatives dans la rationalisation et la prise des décisions, accord de crédit dans les banques commerciales**, le 6ème séminaire national sur les méthodes quantitatives et leurs roles dans les décisions de gestion, le 23-24 Novembre, Skikda Algérie, 2008, p-p 7-8, selon :

-ARY RANDAR, NADJRADJ, modélisation des décisions et recherche opérationnelle en utilisant les page de publication électronique, arabisation : MOSTEFA MOSTEFA MOUSSA, Dar El Merikh de la publication, Ryadh, 2007, p 371.(traduction libre).

(13) -http://neocarto.hypotheses.org/731 , visité le 15/02/2017 à 21 :20h..

(14)- R. BOUGUERRA, recherche **opérationnelle , 2ème partie initiation à la prise de décision**, publication de l'université de Msila, 2012, p 192. (traduction libre).

(15) - F. A. MEYER, **Appliquer le ToC Lean Six Sigma dans les services: Déployer et mettre en œuvre les méthodes et outils d'une relation de service performante et durable**, Lexitis éditions, Paris, 2014, p-p 150-151.

(16) - A. DRIDRI, **op.cit**, p 46 .(traduction libre).

(17) - F. A. MEYER, op.cit, p 151.

(18)- A. DRIDRI, **op.cit**, p 47. (traduction libre).

(19) -H MATHE M.DUBOSSON ET M.ROUSSEAU, **Le service global: innovations et stratégies internationales de developpement dans les services**), Maxima, Paris, 1997, p 328.

(20) - S. FATEH, A.HAOUAS et S. BOUCHOUL, **Analyse des files d'attente des services en utilisant les modèles des files d'attente et son rôle dans la prise de décision d'amélioration de la qualité**, p 08 (traduction libre).

(21) - F. A. MEYER, op.cit, p 151.

(22) - David R. Anderson and others, **Méthodes quantitatives du Business**, South-western Cengage learning ,USA, 2013, p 17. (traduction libre).

(23) - J .F. HÊCHE, T.M. LIEBLING et D de WERRA, **Recherche opérationnelle pour ingénieurs II**, 1ère édition, presses polytechniques universitaires et romandes, Lausanne, 2003, p 103.

(24) - F. A. MEYER, op.cit, p 153.

(25) - N. ARRAR , **Problèmes de convergence, optimisation d'algorithmes et analyse stochastique de systèmes de files d'attente avec rappels**, thèse de doctorat en mathématiques appliquées, Université Panthéon Sorbonne - Paris I; Université Badji Mokhtar-Annaba, 2012, p-p 14 - 15.
(26)- R. BOUGUERRA, **op.cit**, p 193. (traduction libre).
(27) -R.BOUGUERRA**, Détermination du niveau d'utilisation des modèles des files d'attente comme l'un des méthodes quantitatives dans l'administration, étude de l'hôpital Zahraoui à M'sila,** revue des sciences économiqes et sciences de la gestion, N° 7, 2007, M'sila, Algérie, p 159. (traduction libre).

(28) - A.FATEH , A. HAOUAS et S . BOUCHOUL, **op.cit,** p10.
(29) - R. BOUGUERRA, **Recherche opérationnelle 2éme partie initiation à la prise de décision**, **op.cit** , p 208. (traduction libre).

(30) - OG Rouge, tp de clôture : **Modélisation de files d'attente,** École Centrale Marseille Année 2008-2009, p1.

(31)- A.FATEH , A. HAOUAS et S . BOUCHOUL, **op.cit,** p08. (traduction libre).

(32) - R. BOUGUERRA, **recherche opérationnelle 2ème partie initiation à la prise de décision**, op.cit, p-p 197- 198 .(traduction libre).

(33) - A.FATEH , A. HAOUAS et S . BOUCHOUL, **op.cit,** p09. (traduction libre).
(34) - R. BOUGUERRA, **Recherche opérationnelle 2ème partie initiation à la prise de décision**, op.cit ,p-p 202- 203. (traduction libre).
(35) - J .F. HÊCHE, T.M. LIEBLING et D de WERRA, op.cit, p125.

(36) - R. BOUGUERRA, **Recherche opérationnelle 2ème partie initiation à la prise de décision, op.cit**, p 211 (traduction libre).
(37)- A. AOUFI, **Organisation des bureaux de poste et gestion de la file d'attente : analyse des interactions guichetier-client**, La Revue des Sciences de Gestion, 5/2011 ,N° 251, France, p 160.
(38) - Ordre 67/204 comportant la loi fondamentale de la Banque Extérieure d'Algérie.
(39)- V.CHESNEAU , **Les supermarchés du loisir** , *Cités,* 3/2001 N° 7, p 105, cité du site :
- https://www.cairn.info/article.php?ID_ARTICLE=CITE_007_0093, Visité le 19/03/2017, à 00:22h.

A Conceptual Overview of Sustainable Entrepreneurship

Dr. SAOUDI Nedjoua
Faculty of economics, university of M'sila; Algeria
nononedjoua@yahoo.fr

Dr. MEDJAHDI Fateh
Faculty of economics, university of Chlef; Algeria
Fmedjahdi@gmail.com

Dr. BRAHIMI Charaf
Faculty of economics, university of Chlef; Algeria
ch.brahimi@gmail.com

Received: April 2017 *Accepted: May 2017* *Published: June 2017*

Abstract:

Nowadays, sustainability and sustainable development is slowly gathering momentum in public speech, but greater attention and reverence in academic research. In today's rapidly changing world of innovation and technology, entrepreneurship is considered as the main driver of economic growth. However, the notion of sustainable entrepreneurship is rather recent and its definition is still emerging. Accordingly, this paper attempts to identify particularly the concept of sustainable entrepreneurship, by illustrate its dimensions and relations with other relevant concepts, and introducing an integrated conceptual model to fully embrace the meanings and practices of sustainable entrepreneurship, to ends the paper with a brief conclusion.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship, Sustainability, Sustainable Entrepreneurship.

(JEL) Classification : Business Economics M2

ملخص:

تعتبر الاستدامة والتطور المستدام في وقتنا الحاضر قوة دافعة بطيئة النمو في الحديث العام، غير أنها تحظى باهتمام ومكانة كبيرة في البحث الأكاديمي. ففي عالم اليوم السريع التغير في الابتكار والتكنولوجيا، تعد المقاولاتية المحرك الأساسي للنمو الاقتصادي. ومع ذلك، فإن مفهوم المقاولاتية المستدامة في الواقع حديث وتعريفه في تطور مستمر. لذلك، تسعى هذه الورقة لتحديد مفهوم المقاولاتية المستدامة بدقة عن طريق شرح أبعاده وعلاقاته مع المفاهيم الأخرى ذات العلاقة، وتقديم نموذج مفاهيمي متكامل ليشمل بالكامل معاني وممارسات المقاولاتية المستدامة، لتختم الورقة بخلاصة مختصرة.

الكلمات المفتاحية: المقاول، المقاولاتية، الاستدامة، المقاولاتية المستدامة.

رموز jel: اقتصاديات الأعمالM2

Introduction

Sustainable entrepreneurship is a concept that combines elements from both sustainability and entrepreneurship, and its emergence has adopted a new attribute to the prediction of entrepreneurship. Enterprises with sustainability-driven approach contribute towards improving the environmental quality and social well-being in ways that are mutually supportive. Sustainable entrepreneurship draws on the long-standing concept of creative destruction in entrepreneurship research so that it becomes the driving force for the establishment of a holistic and sustainable economic–environmental–social system.

Since sustainability shift in societies living conditions, work practices, technology development and the consumption of resources is required to ensure a capacity to endure with greater responsibly regarding environmental, economic and social dimensions, we can argue that an entrepreneurial activity can only be labeled sustainable, and therefore satisfy sustainable development, if there is an equal blending of the 3Ps (People, Planet, Profit) -which called 'triple bottom line'- within the business initiative. Entrepreneurs are considered to be important in the move to a 'global village', and the development of entrepreneurial skills are being encouraged in all sectors of the economy in order to take advantage of the creativity, innovation and job generating attributes entrepreneurs offer to society.

Sustainable entrepreneurship, as known derives from sustainable development, with the aim to approach each 'P' with equal weight and consideration, therefore sustainability, is at the core of sustainable entrepreneurship. So, sustainable entrepreneurship is the blending of People, Planet and Profit. However, sustainable entrepreneurship is a risk-taking Endeavour since most integrated sustainable activities have a long-term scope and return on investments may take some time.

The notion of sustainable entrepreneurship is rather recent and its definition is still emerging. Ultimately, sustainable entrepreneurship is about a combination of economic, social and environmental value creation. Such integrated views of sustainable entrepreneurship are only starting to emerge in the academic literature. The field of sustainable entrepreneurship is in its infancy and it is our hope that this paper helps to both advance scholarly thought and to provide guidance to those entrepreneurs seeking to make triple bottom line impacts in their local and global communities.

The main objective of this paper is to highlight on the concept of sustainable entrepreneurship, through the following sub-objectives:

1. To explore the concept of sustainable entrepreneurship in detail.
2. To determine the dimensions of sustainable entrepreneurship.
3. To recognizing the concept of sustainable entrepreneurship from related concepts.
4. To submitting an integrated model for sustainable entrepreneurship.

According to what has been stated above, the current paper problem can be stated in the following questions:

1. What is the essence of sustainable entrepreneurship?
2. What is the context for sustainable entrepreneurship?
3. What are the conceptual dimensions in sustainable entrepreneurship theory?
4. How can sustainable entrepreneurship be differentiated from related concepts?
5. What is to be sustained in sustainable entrepreneurship?
6. What is to be developed in sustainable entrepreneurship?
7. What is the ideal model for the sustainable entrepreneurship?

This paper begins with theoretical grounding, through presenting the roots of sustainable entrepreneurship and its meaning, then giving its context and exploring its dimensions, as well as its relations with other concepts, in addition to determining what is to be sustained with what is to be developed in sustainable entrepreneurship, the model of the sustainable entrepreneurship, and finally the paper ends with a conclusion.

1. What is sustainable entrepreneurship?

The term 'sustainable entrepreneurship' combines two words, sustainability and entrepreneurship.

Sustainability is a broad and complex concept. For some it speaks to ecology and protection of natural resources. For others it refers to sustained economic progress or, conversely, for social issues and with a focus on development and support of the most disadvantaged. For some researchers, it is a combination of these thoughts. A few see the potential of value creation to contribute toward sustainability. However, sustainability is all this, and more[1].

The word **'Entrepreneur'** derives from French and can be taken to mean 'taking the initiative to bridge'. Entrepreneurs are the catalyst who brings together money, people, ideas…etc to establish value creating networks. The act of entrepreneurship had defined as one of discovering and evaluating opportunity as well as creating new opportunities and possibilities[2]. Thus **Entrepreneurship** can describe various phenomena[3]:

- The process of a startup company, in this view entrepreneurs are actors opening a new company, and entrepreneurship is the process of creating and establishing a new company. As well as entrepreneurs are viewed as actors enlarging companies and expanding businesses.
- Entrepreneurship is a social movement or another kind of environmental or social concern movement, in this perspective, entrepreneurs are actors changing existing consumption and production patterns on basis of individual initiatives.
- Entrepreneurs are sometimes distinguished from traditional companies by their capability to innovate and to create competitive advantage. Entrepreneurship links inventions with market success.
- Finally entrepreneurship is characterized by the personal characteristics of a leader like ambition, leadership, team building personal involvement and commitment.

It has been only recently that entrepreneurship is emerging as a new forum within which sustainability issues are being addressed. Entrepreneurship has the potential to create value within each of the three dimensions of sustainability while boosting innovation though new products, services, and business models[4].

Literature neglected the phenomenon of entrepreneurship for a long time. But, in last years more authors have started to deal with entrepreneurship, and this has partially contributed to the increasing focus on sustainable entrepreneurship as a specific type of entrepreneurship.

Sustainable entrepreneurship is in essence the realization of sustainability innovations aimed at the mass market and providing benefit to the larger part of society. Stakeholder are the ultimate sources of entrepreneurial opportunities for sustainability innovation[5], discovery and exploitation of which is at the core of sustainable entrepreneurship[6]. As well as specific market failures are the underlying root cause for entrepreneurial activities aimed at realizing social objectives as well as environmental improvements[7].

Pascual, et al (2011), have addressed two major questions, and suggested the following[8]:

- **Why sustainability?**

Sustainability aims to do much more than address risky situations. Here are the three main reasons why the development of sustainable models of consumption and production are so important:

- There is limited availability of natural resources;
- Exponential human population growth, and;

- Current and future generations have the right to fulfill their needs.

- **Why sustainable entrepreneurship?**

It is only recently that we are aware of the relationship between certain human activities and the implications for the planet. The subject has reached such a level of maturity than it is only now that all the pieces of the puzzle are beginning to come together.

A new generation of individuals is on the rise that is driven to create an impact in society and leave a heritage of improved environmental and social conditions. Traditionally, environmentalists have focused their attention on established corporations: 'They have created all the problems, and they have to solve them'. The truth is that the ultimate drivers of the current environmental stress are consumers. It is also true that, recently, little was known about the effects of industrialization.

Today large companies are doing much to reduce their sustainability footprint. At the same time it is true that large organizations lack flexibility and often the necessary culture to develop innovative sustainable solutions. That is why the future of sustainability is in the hands of passionate individuals driven to create environmental, social, and economic value. These are the individuals who will create the innovative technologies and business models of tomorrow.

2. Defining sustainable entrepreneurship

Drawing on definition of entrepreneurship as a scholarly field seeks to understand how opportunities to bring into existence future goods and services are discovered, created, and exploited, by whom, and with what, Hockerts (2003, p.50) defines sustainable entrepreneurship as consisting 'of the identification of a sustainability innovation and its implementation either through the foundation of a start-up or the radical reorientation of an existing organization's business model so as to achieve the underlying ecological or social objectives'[9].

Cohen and Winn (2007) have proposed a definition for the concept of sustainable entrepreneurship as 'the examination of how opportunities to bring into existence future goods and services are discovered, created, and exploited, by whom, and with what economic, psychological, social, and environmental consequences'[10].

Dean and McMullen's (2007) focused on market failures in their definition of sustainable entrepreneurship as 'the process of discovering, evaluating, and exploiting economic opportunities that are present in market failures which detract from sustainability, including those that are environmentally relevant'[11].

Tilley and Young (2009) defined sustainable entrepreneurship as 'the continuing commitment by businesses to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life for the workforce, their families, the local and global community as well as future generations'[12].

O'Neill et al (2009) said that **'**Sustainability entrepreneurship is a process of venture creation that links the activities of entrepreneurs to the emergence of value-creating enterprises that contribute to the sustainable development of the social–ecological system. An enterprise resulting from this process can be referred to as a sustainability venture'[13].

Hockerts and Wüstenhagen (2010) defined sustainable entrepreneurship as 'the discovery and exploitation of economic opportunities through the generation of market disequilibria that initiate the transformation of a sector towards an environmentally and socially more sustainable state'[14].

Shepherd and Patzelt (2011) offered the following definition 'sustainable entrepreneurship is focused on the preservation of nature, life support, and community in the pursuit of perceived opportunities to bring into existence future products, processes, and services for gain, where gain is broadly construed to include economic and non-economic gains to individuals, the economy, and society'[15].

Patzelt and Shepherd (2011) also referred that sustainable entrepreneurship is 'the discovery, creation, and exploitation of opportunities to create future goods and services that sustain the natural and/or communal environment and provide development gain for others'[16].

According to Spencen et al (2011) sustainable entrepreneurship is 'An innovative, market oriented and personality driven form of value creation by environmentally or socially beneficial innovations and products exceeding the start-up phase of a company'[17].

More widely, Schaltegger and Wagner (2011) argued that sustainable entrepreneurship can be described as 'an innovative, market-oriented and personality driven forms of creating economic and societal value by means of break-through environmentally or socially beneficial market or institutional innovations'[18].

The definitions presented above provide valuable insights into the development of sustainable entrepreneurship. This definitions provide an overview identifying the various attributes and key traits that have developed. One can note that Sustainable entrepreneurship definitions have developed overtime to encompass four defining attributes of sustainable entrepreneurship: 1) Balancing environmental and social concerns, 2) Economic gains, 3) Market failures and disequilibria, and 4) Transforming sectors towards sustainability.

3. What sustainable entrepreneurship is not?

The proposed definitions of sustainable entrepreneurship help delineate the boundaries of the field of studying entrepreneurial action[19]:

First, researches that investigate what is to be sustained without simultaneously considering what is to be developed are not sustainable entrepreneurship researches. For example, research on sustainability issues such as climate change, that documents a significant change in global temperatures over the last decade, is important but because it does not consider the development of people, economy, or society, it is not sustainable entrepreneurship research.

Second, researches that investigate development without simultaneously considering what is being sustained are not sustainable entrepreneurship researches. For example, research focused exclusively on child survival by the creation of a new antibody for inoculation is very important research but not sustainable entrepreneurship research.

Third, researches that simultaneously consider what is being sustained and what is being developed but the link between the two don't involve the discovery, creation, or exploitation of future goods, processes, or services may be considered as sustainable development researches, but are not sustainable entrepreneurship ones. For example, some government funding or efforts of non-profit organizations may enhance sustainability of biodiversity and simultaneously develop people through education yet does so through actions those are not entrepreneurial. Again, these are worthwhile topics for research but are not studies of sustainable entrepreneurship.

Finally, entrepreneurship researches that focus exclusively on the economic outcomes of entrepreneurial action (individuals, firms, and/or society) and do not also simultaneously consider sustainability outcomes can't be considered sustainable entrepreneurship researches.

4. The context of sustainability entrepreneurship

O'Neill et al (2009) argued that the context of sustainable entrepreneurship cover value creation and cultural considerations[20].

- **Sustainability entrepreneurship and value creation**

Central of entrepreneurship is the notion of value creation which is ultimately the rational end for the existence of the firm. It ties venture performance to economic growth, and by extension sustainable venture performance to sustainable development of the socioeconomic system.

Researchers discussed value in its traditional monetary sense, and show that it must be understood from the perspectives of value creation, capture, and from the perspectives of multiple stakeholders.

Recently, a model of sustainable entrepreneurship within a context of global–local environment had proposed. The centrality of what we call the 'holistic value proposition'. The context in which the existing sustainable venture consists of a set of forces those are beyond its control. This context and its forces are represented by the outer circle of the model, which includes both the public institutional setting (e.g. regulatory, tax, demographics) and other factors characteristic of the culture such as (place, socio-cultural factors, the local environment). Studies suggest that these contextual factors, especially the basic constructs of culture, significantly influence the process of sustainable entrepreneurship.

- **Sustainable entrepreneurship in a cultural context**

Culture consists of basic models of reality, the cultural norms that emanate from them and the behaviors and artifacts that result. The idea that every culture is affected by outside agents was introduced. Given today's global markets and culture, influences from those agents can potentially occur from anywhere in the world. If sustainable entrepreneurship is going to be a primary vehicle by which the world makes a transition towards sustainability, it will occur in many cultural contexts. In the future, this might include the creation of sustainable ventures in settings that are not currently highly entrepreneurial. If and when sustainable entrepreneurship emerges in these cultures, the resultant sustainable ventures will often find themselves in the global marketplace.

Creating and evolving a sustainable venture produces a corresponding sustainable value network. The sustainable venture must mediate among these network influences, determining how to compete in global, national, regional and local markets, while facilitating value trade-off decisions among its stakeholders and moving the venture and the value network in a sustainability direction.

Researchers are beginning to study the instantiation of sustainable value networks around holistic value propositions that address sustainable opportunities and the importance of cultural factors on their formation and success. However, there has been extensive research in the related fields of organizations and management on the impact of culture on organization, leadership and management processes.

Researchers who studied cultural values and practices and leadership identified nine cultural dimensions, including performance orientation, assertiveness, future orientation, human orientation, institutional collectivism, in-group collectivism, gender egalitarianism, power distance and uncertainty avoidance.

5. Conceptual dimensions in sustainable entrepreneurship theory

The reader can summarizes influencing factors that may give rise to the phenomenon of entrepreneurial behavior oriented towards sustainability from the literature, which are[21]:

- The factors suggested within the external dimension are: market choice, structural influences, geography, market, and regulation.
- The factors suggested within the internal dimension are: priority of environmental business goals, orientation of entrepreneurial mindset, entrepreneurs' desires.

6. A positioning matrix of sustainable entrepreneurship

As some product, service and organizational innovations may have a limited effect and success if market conditions are very unfavorable, entrepreneurial activities aiming at sustainable development have to consider market issues and, in addition, aim at influencing market conditions. Thus, the environmental entrepreneurship literature, and to some extent also the social entrepreneurship addresses corporate influence in changing market conditions and regulations as

well as initiating societal change. The ambition to change institutional settings creates links to institutional entrepreneurship (Table 1). Actors who initiate changes that contribute to transforming existing institutions or to creating new institutions are termed institutional entrepreneurs and their effort to change institutions despite pressures towards stasis is discussed as institutional entrepreneurship.

Table 1. Characterization of different kinds of sustainability oriented entrepreneurship.

	Ecopreneurship	**Social entrepreneurship**	**Institutional entrepreneurship**	**Sustainable entrepreneurship**
Core motivation	Contribute to solving environmental problem and create economic value	Contribute to solving societal problem and create value for society	Contribute to changing regulatory, societal and market institutions.	Contribute to solving societal and environmental problems through the realization of a successful business
Main goal	Earn money by solving environmental problems	Achieve societal goal and secure funding to achieve this	Changing institutions as direct goal	Creating sustainable development trough entrepreneurial corporate activities
Role of economic goals	Ends	Means	Means or ends	Means and ends
Role of non-market goals	Environmental issues as integrated core element	Societal goals as ends	Changing institutions as core element	Core element of integrated end to contribute to sustainable development
Organizational development challenge	From focus on environmental issues to integrating economic issues	From focus on societal issues to integrating economic issues	From changing institutions to integrating sustainability	From small contribution to large contribution to sustainable development

Source: Schaltegger, S. and Wagner, M., 2011, Op-Cit.

A framework of sustainable entrepreneurship considers social entrepreneurship, institutional entrepreneurship and social topics as company goals. Thus it provides a substantially extended view of more developments and approaches of sustainability management and entrepreneurship by including various core issues of sustainable entrepreneurship[22]:

- Societal change as a non-market goal and the use of entrepreneurship for societal goals only is addressed by the concept of social entrepreneurship.
- Social issues as inclusive part of corporate sustainability goals in addition to environmental topics constitute a distinct difference to ecopreneurship.
- Institutional change as a 'beyond market' structural goal of sustainable entrepreneurship includes the basic idea and aim of institutional entrepreneurship.

7. Sustainable entrepreneurship and related concepts

The reading of sustainable entrepreneurship definitions presented by research streams, show the overlaps between some concepts, which can explained as follow*:

- **First**, definitions embraces studies on **Ecopreneurship** or Environmental Entrepreneurship, which is defined to be 'the process of discovering, evaluating, and exploiting economic opportunities that are present in environmentally relevant market failures'. This study tries to understand how entrepreneurial actions can contribute to preserving the natural environment including the earth, biodiversity, and ecosystems. Therefore ecopreneurship is part of sustainable entrepreneurship but it is not synonymous because it does not explicitly cover, for example, sustaining communities, and the development of non-economic gains for individuals and societies.
- **Second**, definitions of sustainable entrepreneurship overlaps with the concept of **Social Entrepreneurship** which 'encompasses the activities and processes undertaken to discover, define, and exploit opportunities in order to enhance social wealth by creating new ventures or managing existing organizations in an innovative manner'. Thus, research on social entrepreneurship investigates the development of (noneconomic) gains for individuals or societies, but it does not include sustaining current states of nature, sources of life support, and community.
- **Third**, sustainable entrepreneurship may also include aspects of **Corporate Social Responsibility**, which refers to 'actions that appear to further some social good, beyond the interests of the firm and that which is required by law'. However, corporate social responsibility is not necessarily linked to entrepreneurial action and innovation but often denotes societal engagement of organizations (e.g. funding a sports club or donations to social organizations).
- **Fourth**, **Institutional entrepreneurship** is defined to be 'the process of reducing transactions costs through the development of economic institutions by profit-motivated economic actors'. The specification of this definition then permits to propose entrepreneurial action that follows logically from the existence of the institutional entrepreneurship process.
- **Fifth**, **Political entrepreneurship** is defined to be: the process of motivating changes to subsidies, taxes, or other government incentive structures by profit-motivated economic actors. The specification of this definition then permits to propose entrepreneurial action that follows logically from the existence of the political entrepreneurship process.
- **Finally**, **Customer-focused informational entrepreneurship** is defined to be 'the process of exploiting opportunities by enhancing customer knowledge of product or service attributes'. The specification of this definition then permits to propose entrepreneurial action that follows logically from the existence of the customer-focused informational entrepreneurship process.

8. What is to be sustained in sustainable entrepreneurship?

Shepherd and Patzelt (2011) address factors that had to be sustained for the entrepreneurial domain by saying[23]:

- **Nature Is to Be Sustained:** Nature refers to the phenomena of the physical world and includes the earth, biodiversity, and ecosystems and can have intrinsic value over and above it as simply a life support system. It has been emphasized the need to preserve the 'beauties of the earth' and similarly it has been highlighted the importance of protecting natural resources and open/green space. If these are not sustained, the life of many species living on the earth including humans is threatened. Nature can be sustained if individuals, organizations, and nations can act in ways to preserve the earth, biodiversity, and ecosystems. Sustainable entrepreneurship research is needed to explore the role of entrepreneurial action as a mechanism for sustaining nature.
- **Sources of Life Support Are to Be Sustained:** Sustaining life support refers to the environment as 'a source of resources and services for the utilitarian life support of humankind'. This life support appears to be sustained through preserving the environment, natural resources, and ecosystem

services. If environmental systems are not sustained, life support for humans can be severely threatened. Sustainable entrepreneurship research may provide a more detailed understanding of entrepreneurial action as a mechanism for sustaining life support.

- **Communities Are to Be Sustained:** Communities refer to a complex web of relationships between a set of individuals who share values, norms, meanings, history, and identity. What makes communities distinctive (and therefore contribute to identity) is their culture, groups, and places, and to the extent these are threatened, community might be lost. Culture is a central aspect of communities, and it is believed that 'human beings have a right to culture-not just any culture, but to their own'. By being able to maintain a culture within the larger society, individuals can secure their personal identity. Some recent studies suggest that entrepreneurial action can contribute to sustain communities. Future sustainable entrepreneurship research may help to better understand the entrepreneurial mechanisms for sustaining communities.

9. What is to be Developed in Sustainable Entrepreneurship?

While developing economic profit is central to the definition of entrepreneurship and therefore is also a part of the definition of sustainable entrepreneurship, the literature of sustainable development suggests that besides economic gains, non-economic outcomes (gains to people and society) are also important development goals. The emphasis that sustainable entrepreneurs place on the generation of economic vs. non-economic gains likely differs across individuals and organizations as follow[24]:

- **Economic Gain:** An economics perspective emphasizes the development of economic gains for the actor and/or the society. These economic gains are an important development goal. The development of these economic gains is likely to be readily accepted as a consequence of entrepreneurship and therefore, when combined with a construct of 'what is to be sustained', accepted as sustainable entrepreneurship.
- **Non-Economic Gains to Individuals:** Non-economic gains to be developed in individuals include child survival, life expectancy, education, equity, and equal opportunity. Increasing the likelihood that a child will survive to adulthood is a gain that can be developed. Furthermore, some individuals are exploited such that their 'true' value is not recognized or rewarded. Finally, disadvantaged individuals can profit from innovative and entrepreneurial corporate social responsibility activities. Sustainable entrepreneurship research may help to better understand the entrepreneurial mechanisms for developing non-economic gains.
- **Non-Economic Gains to Society:** While gains to society include gains for individuals living in that society, they differ from individual gains because the latter may only be available to a few individuals while societal gains are available to all (or the vast majority of) societal members. Research on social entrepreneurship and corporate social responsibility highlights the important role of entrepreneurs in developing non-economic gains to society. Sustainable entrepreneurship research may increase our understanding of how and why entrepreneurial action can generate gains for society.

10. The Sustainable Entrepreneurship Model

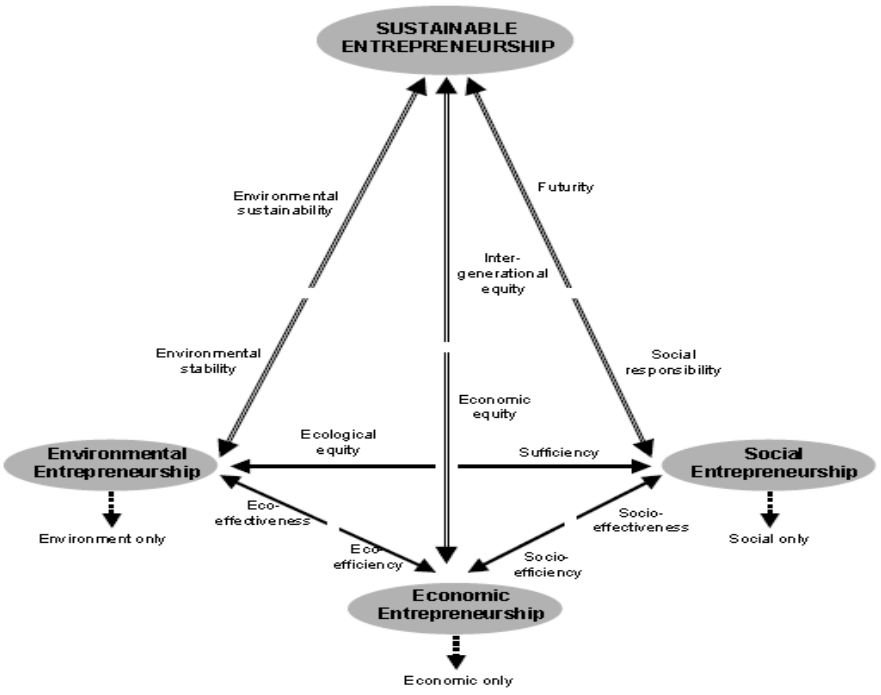
According to Tilley and Young (2009)[25], It can be seen as detailing the elements required of the sustainable entrepreneur. The driving force motivating entrepreneurial behavior and activity is the opportunity to apply their personal value-system in the way they work. The six elements on the base of the model (see figure 1) can initially be seen as the values that build an entrepreneur with social, environmental or economic goals. The point here is that the six elements of the model that project from the base to the top of the pyramid need to be implemented and realized in order for the entrepreneurial activity to be sustainable. This is challenging in the extreme to realize in practice because many of the elements are at best theoretical. However, entrepreneurs have the ideal

characteristics required to experiment, take risks and put into practice these elements of the model and move towards sustainable entrepreneurship. Hence, entrepreneurs should not only be considered as contributors in a successful economy but the driving force of a sustainable society.

The sustainable entrepreneurship model does not represent a 'direct route' from any of the economic, environmental or social entrepreneurship poles to sustainable entrepreneurship but rather the relationship between these three poles and sustainable entrepreneurship. The problem for this model is that while economic, social and environmental entrepreneurs can be found though out the world, the sustainable entrepreneur is still a theoretical abstract. This model suggests that ultimately, sustainable entrepreneurship is a sum of all elements of the model operating in unison. It cannot be achieved by only subscribing to social or environmental entrepreneurship.

figure 1.

The sustainable entrepreneurship model



Source: Tilley, F. and Young, W., 2009, Op-Cit.

The sustainable entrepreneur is the only route to fulfilling sustainable development. An entrepreneur and their enterprise have to be financially sustainable to survive within the current economic and regulatory systems. In addition, concentrating on environmental values causes social damage, that is to say, creating a nature reserve can exclude the local community from resource traditionally harvested from the land the nature reserve now occupies. Similarly, concentrating on the social values can cause financial failure and environmental damage, take a fair trade

organization as an example, it can help bring disadvantaged communities out of poverty but if the organization cannot sell the fair trade products its financial failure stops its good work. Hence only those entrepreneurs that balance their efforts in contributing to the three areas of wealth generation can truly be called a sustainable entrepreneur.

Conclusion

This paper argued for the existence of a new type of entrepreneurship, called 'the sustainable entrepreneurship', which holistically aims to integrate the goals of the economic, social and environmental entrepreneurship into an organization that is sustainable in its goal and sustainable in its form of wealth generation.

A new generation of individuals is on the rise that is driven to create an impact in society and leave a heritage of improved environmental and social conditions. The future of sustainability is in the hands of passionate individuals driven to create environmental, social, and economic value. These are the individuals who will create the innovative technologies and business models of tomorrow.

The context of sustainable entrepreneurship cover value creation and cultural considerations, and the factors suggested within the external dimension are: market choice, structural influences, geography, market, and regulation, while those within the internal dimension are: priority of environmental business goals, orientation of entrepreneurial mindset, entrepreneurs' desires.

We can compare ecopreneurship, social entrepreneurship, institutional entrepreneurship and sustainable entrepreneurship depending on: core motivation, main goal, role of economic goals, role of non-market goals and organizational development challenge. Sustainable entrepreneurship mainly related with corporate social responsibility, political entrepreneurship and customer-focused informational entrepreneurship.

On one hand, nature, sources of life support and communities are factors that had to be sustained for the entrepreneurial domain. On the other hand, economic gains, non-economic gains to individuals, non-economic gains to society, are factors that had to be developed in sustainable entrepreneurship.

The model of sustainable entrepreneurship suggests that ultimately, sustainable entrepreneurship is a sum of all elements of the model operating in unison, so it cannot be achieved by only subscribing to social or environmental entrepreneurship.

References:

[1] Pascual, O.; Klink, A. V. and Grisales, J. A. R., 2011, Create Impact! Handbook For Sustainable intrepreneurship, Enviu–Innovators In Sustainability. Avialable at: http://www.scpcentre.org/fileadmin/content/files/6_Resources/1_Publications_pdfs/60_Creating_impact_full.pdf, page consulted at 15/02/2017.

[2] York, J. G. and Venkataraman, S., 2010, The Entrepreneur–Environment Nexus: Uncertainty, Innovation, and Allocation, *Journal Of Business Venturing*, 25, 449–463.

[3] Schaltegger, S. and Wagner, M., 2011, Sustainable Entrepreneurship And Sustainability Innovation: Categories And Interactions, *Business Strategy and The Environment*, 20, 4, 222-237.

[4] Pascual, O.; Klink, A. V. and Grisales, J. A. R., 2011, *Op-Cit*.

[5] Schaltegger, S. and Wagner, M., 2011, *Op-Cit*.

[6] Dean, T.J. and McMullen, J. S., 2007, Toward a theory of sustainable entrepreneurship: reducing environmental degradation through entrepreneurial action, *Journal of Business Venturing*, 22, 50–76.

[7] Cohen, B. and Winn, M., 2007, Market imperfections, opportunity and sustainable Entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 22, 29–49.

[8] Pascual, O.; Klink, A. V. and Grisales, J. A. R., 2011, *Op-Cit*.

[9] Hockerts, K., 2003, Sustainability Innovations, Ecological and Social Entrepreneurship and the Management of Antagonistic Assets, Bamberg: Difo-Druck, accessed 07/03/2017, available at: http://books. google.dz/books?

[10] Cohen, B. and Winn, M., 2007, *Op-Cit*.

[11] Dean, T. J., McMullen, J. S., 2007. *Op-Cit*.

[12] Tilley, F. and Young, W., 2009, Sustainability Entrepreneurs - Could they be the True Wealth Generators of the Future? *Greener Management International*, 55, 79 - 92.

[13] O'Neill, G. D. ; Hershauer, J. J. C. and Golden, J. S., 2009, The Cultural Context of Sustainability Entrepreneurship, *GMI*, 55, 33-46.

[14] Hockerts, K. and Wüstenhagen, R., 2010, Greening Goliaths versus emerging Davids — Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 25, 481–492.

[15] Shepherd, D. A. And Patzelt, H., 2011, The New Field Of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking "What Is To Be Sustained" With "What Is To Be Developed", *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, 137-163.

[16] Patzelt, H. and Shepherd, D. A., 2011, Recognizing Opportunities For Sustainable Development, *Entrepreneurship Theory and Practice*, July, 631-652.

[17] Spence, M.; Gherib, J. B. B. and Biwolé, V. O., 2011, Sustainable Entrepreneurship: Is Entrepreneurial will Enough? A North-South Comparison, *Journal of Business Ethics*, 99 ,3 , 335-367.

[18] Schaltegger, S. and Wagner, M., 2011, *Op-Cit*.

[19] Shepherd, D. A. and Patzelt, H., 2011, *Op-Cit*.

[20] O'Neill, G. D. ; Hershauer, J. J. C. and Golden, J. S., 2009, *Op-Cit*.

[21] Schlange, L. E., What Drives Sustainable Entrepreneurs?, 3rd Applied Business And Entrepreneurship Association International (ABEAI) Conference, November 16-20-2006, Kona, Hawaii, 1-11.

[22] Schaltegger, S. and Wagner, M., 2011, *Op-Cit*.

*** For more detail see:**

- Shepherd, D. A. and Patzelt, H., 2011, *Op-Cit*.
- Dean, T.J. and McMullen, J.S., 2007, *Op-Cit*.
- Young, C.W. and Tilley, F.J., 2006, Can businesses move beyond efficiency? The shift toward effectiveness and equity in the corporate sustainability debate, *Business Strategy and the Environment*, 15, 6, 402 - 415.

[23] Shepherd, D. A. and Patzelt, H., 2011, *Op-Cit*.

[24] *Ibid.*

[25] Tilley, F. and Young, W., 2009, *Op-Cit*.