

المجلة الجزائرية للإقتصاد والمالية

مجلة علمية دولية، سداسية و محكمة، تصدر عن مخبر الاقتصاد الكلي والمالية الدولية،
جامعة د. يحيى فارس بالمدينة

العدد: 04- سبتمبر 2015

المراسلات والاشترك

كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية
مخبر الاقتصاد الكلي والمالية الدولية
جامعة د. ي. فارس - المدينة ، 26000 ، الجزائر
البريد الالكتروني: rev.lab_mefi@yahoo.com
تلف: 025583286 (00213)

الاتصال والاستعلام

الهاتف الثابت: 025583286 (+ 213)
الهاتف المحمول: 0670414605 / 0662816082 (+213)

اللجنة العلمية

- أ.د. مكيد علي ، ج. ي. فارس، المدية، الجزائر
أ.د. لراني موسى، ج. الإسلامية، ك. لامبور، ماليزيا
أ.د. دباغية محمد، ج. الأهلية، عمان، الأردن
أ.د. محمد صالح، ج. الجزائر03، الجزائر
أ.د. خرباشي حميد، ج.، ميرة، بجاية، الجزائر
أ.د. صوالحي يونس، ج. الإسلامية، ك. لامبور، ماليزيا
أ.د. تبارني ع. القادر، ج. الكبيك، كندا
أ.د. أنتين سرغاي، ج. ج. د. م.، موسكو، روسيا
أ.د. قدي ع. المجيد، ج. الجزائر03، الجزائر
أ.د. صالح صالح، ج. سطيف01، الجزائر
أ.د. خالفي علي، ج. الجزائر03، الجزائر
أ.د. زكان أحمد، م. ع. إ. ت.، الجزائر
أ.د. باشي أحمد، ج. الجزائر03، الجزائر
أ.د. تومي صالح، ج. الجزائر03، الجزائر
أ.د. راتول محمد، ج. الشلف، الجزائر
أ.د. فرحي محمد، م. ع. ت.، الجزائر
أ.د. لعلاوي عمر، م. ع. ت.، الجزائر
أ.د. رزيق كمال، ج. البليدة، الجزائر
أ.د. بوشنافة الصادق، ج. ي. فارس، المدية، الجزائر
أ.د. رميدي ع. الوهاب، ج. ي. فارس، المدية، الجزائر
د. عطيل أحمد، م. ع. ت.، فرنسا
د. موسى سعداوي، ج. ي. فارس، المدية، الجزائر
د. خليل ع. القادر، ج. ي. فارس، المدية، الجزائر
د. بوفاسة سليمان، ج. ي. فارس، المدية، الجزائر
د. سماي علي، ج. ي. فارس، المدية، الجزائر
د. تهتان موراد، ج. ي. فارس، المدية، الجزائر
د. يدو محمد، ج. البليدة، الجزائر
د. جليل نور الدين، م. ج. تيبازة، الجزائر
د. بن عناية جلول، ج. خ. مليانة، الجزائر
د. بوعافية الرشيد، م. ج. تيبازة، الجزائر
د. سالم الرشيد، ج. ي. فارس، المدية، الجزائر
د. حمداني محي الدين، ج. ي. فارس، المدية، الجزائر
د. مزبود إبراهيم، ج. ي. فارس، المدية، الجزائر

الرئيس الشرفي

أ.د. زغدار أحمد / مدير
جامعة المدية

مدير المجلة

أ.د. مكيد علي / رئيس
المجلس العلمي / كلية
العلوم ق. ت. ت.

مدير النشر

د. تهتان موراد

رئيس التحرير

د. مزبود إبراهيم

هيئة التحرير

- د. شوقي قبطان
د. مولوج كمال
أ. بولصنام محمد
أ. غزالي عماد
أ. بوعزيز عبد الرزاق

شروط النشر

1. لغة النشر:

تقبل المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية الأوراق والبحوث العلمية غير المنشورة من قبل، في تخصصات العلوم الاقتصادية، وعلوم التسيير والعلوم التجارية، المكتوبة باللغة العربية واللغات الأجنبية الأخرى الإنجليزية والفرنسية.

2. التحكيم :

- تخضع كل الأوراق والبحوث العلمية المقدمة للنشر للتحكيم، ويتم اعتمادها بشكل نهائي بعد إجراء كافة التعديلات التي يوصي بها المحكمون.
- الأفكار الواردة في المجلة لا تعبر إلا عن آراء أصحابها ولا تتحمل المجلة أية مسؤولية عنها.

3. شروط النشر:

- يشترط في الأوراق والبحوث العلمية المقدمة للنشر في المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية ما يلي :
- أن لا تكون قد نشرت من قبل.
 - أن لا تكون مقدمة للنشر في مكان آخر.
 - يجرى المؤلف تعهد يلتزم من خلاله بعدم نشر أو تقديم المقال للنشر في مجلات أخرى.
 - الالتزام بالتحليل العلمي والتقيد بالمنهجية المتعارف عليها في العلوم الاجتماعية و الإنسانية.
 - ترتيب المقالات في المجلة يخضع لاعتبارات فنية بحتة.

4. شروط الورقة المقدمة للنشر:

- تحرر المادة العلمية العربية وفق برنامج Microsoft word، ويخط arabic traditional و بمقياس 14، أما الملخص بالفرنسية أو الإنجليزية فيكون بخط times new roman مقياس 12.
- يرفق البحث بملخص لا يتجاوز 100 كلمة باللغة التي كتب بها المقال وملخص آخر بلغة غير التي كتب بها المقال بنفس عدد الكلمات.
- الصفحات تكون من شكل: A4 بهامش 2 في كل جهات الصفحة.

- لا يتعدى عدد صفحات المقال 20 صفحة وأن لا يقل عن 15 صفحة بما فيها الهوامش والمراجع.

- تذكر المراجع في آخر الصفحة وان لا يحتوي النص إلا على رقم المرجع الذي يذكر في نهاية الورقة البحثية.

- في حالة احتواء المقال على جداول، صور أو رسوم، يجب أن تكون وفق النص، مرقمة ومعنونة بالخط traditional arabic بمقياس 13 ، وبالخط times new roman بمقياس 11.

- يرفق المقال بمعلومات عن مؤلفه: الاسم واللقب، الدرجة العلمية، المؤسسة، الهاتف/الفاكس، البريد الإلكتروني. بيانية.

5. إرسال المقالات:

تعنون جميع المراسلات إلى:

السيد: أ.د. مكيد علي، مدير المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير - جامعة الدكتور يحيى فارس
حي عين الذهب - المدينة 26000 - الجزائر.
البريد الإلكتروني : rev.lab_mefi@yahoo.com

6. الاستعلامات:

لمزيد من المعلومات يرجى الاتصال :

الهاتف الثابت: 025583286 (+213)
الهاتف الجوال : 0662816082 / 0670414605 (+213)
البريد الإلكتروني للمخبر : lab_mefi@yahoo.com

فهرس المجلة

الصفحة	الكاتب	العنوان	الرقم
32-08	د. طارق قندوز أ. د إبراهيم بلحيمر د. السعيد قاسمي	الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد والتضخم والبطالة	01
47-33	د. قطاف فيروز د. شنافي نوال	دور المهارات في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية	02
69-48	أ. مرابطي عبد الغاني	تموقع المنظمات : بين حتمية التوجه نحو الابتكار وحتمية تجاوب البيئة التسويقية	03
94-70	أ. شرطي نسيمة	التأمين المصرفي كنموذج للابتكار في الخدمات	04
119-95	أ. مراس محمد أ. عيدوني حليلة أ. بن سماعيل مراد	ميزانية الدولة كأداة لضبط الاقتصاد الكلي - حالة الجزائر - دراسة قياسية باستخدام نماذج VAR	05
144-120	أ. طهراوي فريد أ. بن البار محمد	قياس العلاقات السببية السائدة بين التضخم، العرض النقدي والإنفاق العام خلال الفترة 2012-1980	06

إفتاحفة العءء

فسر هفةة ءءرفر المءلة المءزافرة للاقءءءاء والمالة الصاءرة عن مءبر الاقءءءاء الكلف والمالة الءولة أن ءضع بفن أفءفكم العءء الرابع من المءلة ،مواصلة بذلك فف نشر الأءاء والءراساء فف مواضع الاقءءءاء والمالة ،

وفف الأءفر نءمف من ءلال هءه المءلة انه الماءة العلمفة المءاءة ءءمل قفمة علمفة مءافة، كما نناشد الباءفن بكل مسءوفاءهم إن فساهموا باسءمرار فف إءراء المءلة بكل ما هو ممفز من أءاء ءءف ءكون منبرا من منابر المءامعة المءزافرة ،وساعفن فف ذلك بالنهوض والرقف بالعلم والمعرفة.

هفةة ءءرفر

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد والتضخم والبطالة

د. طارق قندوز – جامعة الجزائر 03

أ. د إبراهيم بلحيمر – المركز الجامعي بتيبازة

د. السعيد قاسمي – جامعة المسيلة

المعضلة البحثية

حسب خبراء الرابطة الجزائرية لأرباب العمل CNPA، ومنتدى رؤساء المؤسسات FCE فالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية مقبلة على تحديات كبيرة خلال السنوات المقبلة، وهي مضطرة إلى التكيف مع التحولات الجارية لتفادي أي إنتكاس مستقبلا. وفي نفس الإتجاه، يتمثل التحدي الإستراتيجي والحك الصعب الذي يواجه صناع القرار بالجزائر قضية تنويع وتخصيب البنية الاقتصادية ودفع وتيرة مسلسل النمو الصناعي والزراعي والخدماتي، ومنه بناء إقتصاد منتج وحيوي والتخلص من الإفرازات السيئة الناجمة عن تقلبات إقتصاد الربيع، فهذا الأخير أضحي هاجس حقيقي مزعج ذو نهاية تراجمية على الأمد المتوسط والبعيد، من زاوية العمر الافتراضي لنضوب النفط والغاز، فالجزائر في عنق الزجاجة تعيش مأزق فعلي لحل مشاكل الجبهة الإجتماعية المتنامية (الصحة، السكن، الغذاء، التعليم، النقل،... إلخ)، فيما يتصل بالبحث عن الحلول البديلة لتحقيق فوائض ربحية مستدامة في الحساب الجاري، ومن ثم الحصول على متنفس جديد للعملة الصعبة لتمويل قنوات الإستثمار العام (المؤسسات العمومية) والخاص (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة).

ويعتقد الخبراء أن تراكم مسلسل الإنزلاقات والتجاوزات كسابقة خطيرة في تاريخ الجزائر خصوصا مطلع عام 2011 أعمق من إرتفاع أثمان السكر والزيت أو غلق الطرق والمرافق العامة مثل البلديات والمستشفيات، فهذه الأخيرة كانت بمثابة القطرة التي أفاضت الكأس فقط، بل هي أزمة النظام الإقتصادي والسياسي الجزائري الذي لا يملك مفاتيح الحلول الجذرية ولا يملك مشروعا ذا بعد وطني شامل، في وقت إمتلأت فيه أوعية الخزينة العمومية بملايير الدولارات، فالفساد هو أساس أزمة الجزائر، وليت الصراع في الساحة السياسية بين الأحزاب يقتصر على بناء الدولة العصرية، بل حقيقته المرة أنه صراع إنتهازي حول المناصب البرلمانية في الإنتخابات التشريعية

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي
والمصالح الضيقة والإميازات الفردية ومن يأخذ أكثر من الصفقات العمومية ولو على حساب
المصلحة العامة، ويثير هذا الوضع حفيظة الشارع الغاضب، خاصة لما يقارنه بالسلوك النضالي
والتضحيات الكفاحية التي قدمها المجاهدون والشهداء الحقيقيون في ثورتهم المباركة ضد الإستعمار
الفرنسي.

وفي السياق ذاته، يشكك الخبراء في المنظومة الإحصائية الوطنية، على خلفية منسوب
مصدقية المنهجية المتبعة أو شفافية النموذج المطبق من طرف الديوان الوطني للإحصاء، فهذا
الأخير هيئة غير مستقلة تابعة للسلطات العمومية ما يجعله عرضة للضغوطات الحكومية في الجهاز
التنفيذي، والأرقام الصادرة عنه بعيدة عن المعايير الدولية المعتمدة والمتعارف عليها، وبعيدة عن
الواقع تمهد إلى التهدة وتغطية الجوانب السلبية في الأداء الحكومي وتفادي الغضب الإجتماعي
وتداعياته، فمثلا يجزم الخبراء بأن نسبة التضخم الحقيقية في الجزائر ما بين 10% و 20% أي
تفوق بأزيد من ثلاث مرات الرقم الرسمي المعلن عنه من السلطات المركزية، فالوضعية الحقيقية
للقدرة الشرائية لـ 70% من الأسر محدودة الدخل التي تستعمل أزيد من 80% من مداخيلها
للمواد الغذائية الأساسية فقط. ويرون أن نسب البطالة الفعلية غير المعلنة أكبر من ذلك بكثير
وربما تتجاوز الخطوط الحمراء وتصل إلى أكبر من 20%، خاصة عند الشباب حيث تتجاوز
30% إذا تم إستثناء مناصب العمل غير الدائمة، والتطور السريع للقطاع الموازي الذي يوظف
عدد غير معروف من اليد العاملة، ويعتبر مصدر دخل بالنسبة لهم، وهو ما يجعل إحصائيات
العاطلين عن العمل غير دقيقة تماما .

وفي هذا الإطار، تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة، على إعتبار أنها جاءت في غضون
الجزات العنيفة التي إجتاحت الدول الأكثر تقدما في العالم، والتي تعكف على البحث عن مصادر
أخرى للطاقة، وموجة الإنتقادات اللاذعة شديدة اللهجة من طرف الخبراء الأخصائيين والباحثين
الجامعيين علاوة عن المنظمات الأهمية، بشأن الهوة الجسيمة بين المخزون المالي للبلد من جهة،
وبين ترتيب الجزائر في مراتب متأخرة ضمن حظيرة الدول المتخلفة غير المنتجة للفوائض والمنافع
الحقيقية خارج الركن (تتكون من 60% محروقات و 20% زراعة ونحو 5% صناعة والباقي
15% من الخدمات)، بحيث لا يمكن مقارنة إقتصاد الجزائر باقتصاديات الدول الناشئة أو
الصاعدة وذلك في أعقاب التقارير الدولية الصادرة هنا وهناك. ولعل القرينة البارزة في هذا
الصدد، الإرتفاع الفاحش والمقلق لفاتورة الواردات الغذائية من سنة إلى أخرى بوتائر قياسية

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي
 تعكس تكريس مفهوم التبعية الغذائية للأسواق الخارجية، والقيمة العلمية المضافة في الدراسة أيضا
 تكمن في جودة المقترحات المثمرة والتوصيات المجدية التي يمكن إستخلاصها كدروس مستفادة من
 الدراسات والأبحاث المعتمدة أو تلك المستقاة من قرائح وأذهان الخبراء والمحللين المتابعين لحبايا
 الشأن الإقتصادي المحلي.

المحور الأول: إستشراء آلة الفساد كظاهرة غير صحية تنخر في جسم الإقتصاد الجزائري
 تأسست منظمة الشفافية الدولية كهيئة غير حكومية عام 1943 الكائن مقرها بميونخ
 (ألمانيا)، وتصدر مؤشر قياس مدركات الفساد CPI الذي يعكس مدى تفشي وإستفحال
 جرائم الفساد في الأقطار، وهو مدرج من صفر (فاسد جداً) إلى عشرة (نظيف جداً)، حيث يمثل
 الصفر سيطرة وهيمنة الفساد وتمثل العشرة الخلو من الفساد، ويعتمد هذا المؤشر المهم على تجميع
 المعطيات من رجال أعمال وأكاديميين وموظفين في القطاع العمومي لكل دولة من خلال
 نشاطهم اليومي. ويمكن عرض جدول المؤشر مدركات الفساد في الجزائر كما يلي:

جدول يبرز تطور مؤشر مدركات الفساد في الجزائر للفترة 2003-2011

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
النقاط	2.6	2.7	2.8	3.1	3	3.2	2.8	2.9	2.9
الرتبة	88	97	97	84	99	92	111	105	112

Source: http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2003_2010 (Consulté Le 19-12-2011)

جدول يبرز مركز الجزائر في مؤشر مدركات الفساد لعام 2011

RANK	COUNTRY	SCORE
100	Tanzania	3
112	Algeria	2.9
112	Egypt	2.9
112	Kosovo	2.9
112	Moldova	2.9
112	Senegal	2.9
112	Vietnam	2.9
118	Bolivia	2.8
118	Mali	2.8

Source: <http://www.echoroukonline.com/ara/national/88003.html>
 (Consulté Le 1-12-2011)

من الجدولين أعلاه يمكن إبداء الملاحظات والتوصيفات التالية:

يلاحظ من الجدول تدرج تصنيف الجزائر بـ 24 نقطة في الفترة 2003-2011، حيث إحتلت على سلم مؤشر الشفافية المرتبة 88 عام 2003 بدرجة 2.6 من 10، والمرتبة 112 من أصل 183 بلد شمله المسح عام 2011 لتتحصل على رصيد ضعيف ومنخفض جداً بـ 2.9 من 10 بعدما كانت في المرتبة 105 سنة 2010، ويتكرر هذا السيناريو التراجيدي والوضعية المأساوية للمرة التاسعة على التوالي دون تسجيل أي تطور إيجابي. بمعنى أنها لم تستطع أن تقفز فوق حاجز الـ 3 نقاط، لأنه حسب الهيئة الدولية تعتبر أن حصول أي دولة على أقل من 3 نقاط، دلالة على توسع دائرة ورقة إنتشار الفساد بمنسوب عالي ومرتفع داخل مختلف مفاصل ودواليب الدولة، ومنه نستنتج أن البلاد تؤكد غرقها أكثر في بحر الفساد، حيث تشهد مؤسسات وأجهزة الحكومة معدلات خطيرة وتعاني من مستويات رهيبه منه (عالجت المحاكم الجزائرية خلال الفترة ما بين 2006 إلى 2009 ما يزيد على أربعة آلاف قضية فساد منها 55% إختلاسات و10% رشوة)، إذ تبوء مركز دولي غير مشرف، الأمر الذي يؤشر ويدلل على أن الشركات العاملة بالسوق الوطني سواء العمومية أو الخاصة (محلية وأجنبية) تعيش في بيئة إقتصادية أقل شفافية يُعشش فيها قضية الفساد بكافة مظاهره وأشكاله.

وفي ذات السياق، تأتي هذه الأرقام المفزعة والمرعبة لتدق ناقوس الخطر في توقيت حساس للغاية، أي بالموازاة مع الظروف والعوامل التالية:

➤ تنصيب السلطات العمومية للهيئة الوطنية للوقاية ومحاربة الفساد عام 2011، التي تعد بمثابة مرصد وجهاز مركزي دورها الأساسي بذل الجهود المضنية لمكافحة ومحاصرة بؤر الفساد المستشرية، وكذا تخفيف منابعها وتقويض مشاربها لاسيما الرشوة التي طمّت وعمّت، والشاهد هو تأخر الوصاية في تأسيس هذه الآلية رغم أن قانون 20 فيفري 2006 نص عليها، لذلك لوحظ غياب أي نتائج لعملها، أي لم يقدم أو يؤخر شيئاً في التصنيف الدولي الجديد (فارغة من محتواها بقيت حبر على ورق وجسم بلا روح)، وكذا عدم صدور المراسيم التنظيمية لقانون الصفقات العمومية الجديد، إذن واضح أنه لا توجد إرهافات للإرادة السياسية الحقيقية للتقليل من حدة هذا الأخطبوط الجرثومي الذي ينخر في جسم الإقتصاد الجزائري ؛

➤ وجود هيئة عليا لمراقبة الأموال العمومية (ISCFP) L'Institution Supérieur de Contrôle des Finances Publiques، حيث تأسس مجلس المحاسبة Cour des Comptes في 1980 بإصدار الأمر رقم 05-80 المؤرخ في 1 مارس 1980 والمتعلق بممارسة وظيفته الرقابية. ويخضع حاليا في تسييره للأمر رقم 95-20 المؤرخ في 17 يوليو 1995، المعدل والمتمم بالأمر رقم 10-02 المؤرخ في 26 أغسطس 2010، الذي يحدد صلاحيات تنظيمه وسييره وجزاء تحرياته ؛

➤ نشوب وإندلاع ثورات الربيع العربي التي هزّت أنظمة الحكم في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وهذا درس مستفاد للجزائر من زاوية أن غالبية الدول العربية التي مستتها رياح التغيير تقبع في مراتب ذليلة دنيا في مجال مؤشر الشفافية، مسجلة نتائج سيئة وفي بعض الأحيان كارثية (العراق 175 برصيد 1.8؛ مصر 112 برصيد 2.9؛ المغرب 80 برصيد 3.4؛ تونس 73 برصيد 3.8^{(H)(1)}).

المحور الثاني: إتساع رقعة الفجوة بين دائرتي السوق النقدية والحقيقية (شبح الأمواج التضخمية)

- واقع وأسباب التضخم في الإقتصاد الجزائري

تشكل عملية إستهداف التضخم والسيطرة عليه تحدي صعب ومحك كبير للسياسات الإقتصادية (النقدية والمالية) والإجتماعية في البلاد، إذ يعد أهم المشكلات التي تنال قسطا كبيرا من الإهتمام من طرف الخبراء والحكومات والمنظمات الدولية لما له من آثار بالغة الحساسية ومتعددة على باقي متغيرات الإقتصاد الكلي. ويرى المحللين والخبراء الجزائريين أن الأسباب والمصادر الأساسية التي تسهم في صناعة بؤر الضغوط التضخمية متوفرة ومتعددة، ومن أبرز خصائص التضخم بالجزائر الفجوة بين عدم مرونة جهاز العرض الإنتاجي مقارنة مع إرتفاع وتيرة نمو الطلب الإستهلاكي، وهو ما يدفع نحو إرتفاع مؤشر أسعار الإستهلاك بأخذ منحنى تصاعدي:

* / عدم مرونة جهاز العرض الإنتاجي: أي عجز وجود الجهاز الإنتاجي المحلي المهترئ والمهلهل أصلاً على الإستجابة للإحتياجات الداخلية المتزايدة، رغم ملايين الدولارات التي ضختها الدولة

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي
لترقية وتحسين النجاعة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية كمحرك للإقلاع، وتشجيع القطاع الخاص وتحفيز الإستثمار الأجنبي وعقود الشراكة المبرمة، فالجاميع الصناعية والزراعية الوطنية تعاني من ركود مزمن فيما يتعلق بجوانب الإنتاجية والمردودية، فمثلا وجهت الحكومة خلال العشرية الفارطة أزيد من 180 مليار دولار أمريكي إلى قطاع البنية التحتية دون تحسين القدرات الإنتاجية للشركات التي إستفادت من عمليات إعادة هيكلة وتطهير مالي بقيمة 35 مليار دولار. لذلك فالتبعية الغذائية هي ميزة الإقتصاد الجزائري أدت إلى التضخم المستورد وتضاعف تكلفة فاتورة المشتريات الخارجية التي بلغت حدود 50 مليار دولار، نتيجة جنوح الأسعار إلى الإرتفاع في السوق العالمية بسبب مشاكل الجفاف والفيضانات التي ضربت الكثير من مواطن الإنتاج.

* / إرتفاع وتيرة نمو الطلب الإستهلاكي: ومن جهة أخرى، إرتفاع ضغط الطلب الداخلي نتيجة دفع الأجور للموظفين في إطار الأنظمة التعويضية كمؤخرات، والمطالبة المتواصلة برفعها والتهديد بالتصعيد والدخول في موجة الإضرابات العمالية وشل حركة الإقتصاد، كما أنّ الحكومة ساهمت في تغذية الإرتفاع غير العقلاني لأسعار المواد الأساسية بلجوءها إلى رفع الأجر الوطني الأدنى بقيمة 3000 دينار مرة واحدة، على غرار الإنفاق العمومي الضخم الذي لم يقابله إرتفاع مادي في مستوى الإنتاج الوطني، كما أن تمويل عجز الموازنة يتم من خلال الإفراط في الإصدار النقدي، ولا نغفل على توسع البنوك في منح القروض الإستهلاكية. ينضاف إلى ما سبق، عدم تحكم الحكومة في القطاعات الأساسية خاصة المواد الغذائية والمنتجات الفلاحية وأسعار الأدوية والخدمات الصحية الملحقة، بالموازاة مع محدودية أدوات مراقبة تدفق السيولة النقدية المتداولة في السوق، وأخيراً ضعف الأجهزة الرقابية للدولة على التحكم في حلقات المضاربة وضبط الممارسات الإحتكارية في الإقتصاد الوطني،

- تحليل تطور مؤشر السياسة النقدية (معدل التضخم) في الجزائر 1995-2010

يعتمد الديوان الوطني للإحصائيات Office National des Statistiques في حساب مؤشر أسعار الإستهلاك على صيغة لاسبير في الأرقام القياسية أي المتوسط الحسابي المرجح، وإرتفع معدل التضخم بشكل متسارع خلال الفترة الممتدة بين 1989 إلى 1995 بسبب التحولات العميقة والحذرية التي شهدتها الإقتصاد الجزائري (إلغاء ورفع نظام الإعانات على أسعار مستلزمات الإنتاج لأغراض الزراعة ومشاريع الإسكان وأزيلت الضوابط على أسعار التجزئة وعلى هوامش الربح بالنسبة لمعظم السلع والخدمات)، وقبل هذه المرحلة النوعية كان النهج

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | طارق قندوز / أ.د. إبراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي
الإشترافي هو المرجع في صياغة الخطة السعرية المناسبة أين كانت الأسعار محددة إدارياً من خلال الدعم والحماية التي تأخذ في الحسبان التكاليف الإجتماعية لمعيشة المواطنين (بلغت نسبة الدعم الحكومي لأسعار السلع الإستهلاكية 5% من إجمالي الناتج المحلي عام 1994). وفي هذا المقام سنقوم بتحليل تطور معدلات التضخم في الجزائر في المدة 1995-2010 إستعانةً بالجدول أسفله (سنة الأساس: 1989):

السنة	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
النسبة (%)	28.4	20.3	6.1	6.2	2.1	0.34	3.5	2.2
السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
النسبة (%)	3.5	4.6	1.9	1.8	3.9	4.4	5.7	3.9

المصدر: تقارير مستقاة من مواقع إلكترونية متخصصة

من إستقراء معطيات ومضامين الجدول أعلاه، يمكن إبداء التحليلات والتصورات وزوايا

النظر التالية:

- تحليل سيناريو تغيرات معدل التضخم في الجزائر خلال الفترة 1995-2000

من تقارير بنك الجزائر، نلاحظ أن معدل التضخم في إرتفاع مطرد إلى أن وصل إلى 31.7% كأقصى حد له سنة 1992، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب والمتعلقة بالإجراءات التي اتخذتها السلطات النقدية في إطار برنامج الإستعداد الإئتماني الأول والثاني، ثم عرف إرتفاع سنتي 1994-1995 حيث بلغ أرقام قياسية تضر بالقوة الشرائية للأفراد وصلت إلى 29.04% و 28.4% على التوالي، ويعزى ذلك على الخصوص إلى تخفيض قيمة الدينار بنسبة 40.7%، بالإضافة إلى إرتفاع أسعار البترول سنة 1994 وما نجم عنه من زيادة في الإصدار النقدي، وكذلك ضغوط خدمة المديونية، إذ كانت النتيجة المنطقية والطبيعية لسلسلة الإجراءات الصارمة في إطار الإلتزامات المبرمة مع الهيئات المالية الدولية لمعالجة الإختلالات الهيكلية العميقة بالجزائر، المرتكزة على تحرير الأسعار هو الإرتفاع في معدلات التضخم. أما خلال الفترة 1996-2000 فشهدت معدلات التضخم إنخفاضاً مهماً من 20.3% عام 1996 إلى أن وصلت إلى أدنى معدل لها 0.34% سنة 2000، ويعود ذلك إلى عدة أسباب منها أن برنامج الإصلاح الهيكلي قد بدأ يعطي ثماره بخصوص التحكم في التضخم، زائد تراجع مستوى الطلب الكلي بسبب زيادة معدلات البطالة حيث بلغت 29.8% سنة 2000، وتحرير الأسعار حيث بقي أقل من 15%

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة|د. طارق قندوز/د. ابراهيم بلحيمر/د السعيد قاسمي فقط من المواد المكونة لمؤشر أسعار الاستهلاك خاضعة لنظام التوجيه بداية من عام 1996. والجدير بالتنويه، أن عام 1996 شهد مستويات إيداع سالبة (-34.6 مليار دينار) أي كان الإستهلاك يفوق مستوى الدخل المتاحة، كما عرفت هذه السنة هبوط في مؤشرات الإستهلاك الحقيقي، حيث تم نزع الدعم شبه النهائي على المنتجات الطاقوية (الكهرباء والغاز) عام 1994، ونزع الدعم تدريجياً على مواد إستهلاكية أساسية مثل حليب العبرة والدقيق والطحين الموجه للخبازين عامي 1995 و1996. وتميز عام 1997 بأن عرف المستوى العام للأسعار تحسناً ملحوظاً الذي إنخفض إلى 6.1%، بعد شروع الحكومة في تطبيق سياسة مالية ونقدية صارمة بين سنتي 1994 و1996. وفي هذا الإطار، أعادت الحكومة نظرتها تجاه منظومة الأسعار بداية من عام 1989، ففي عام 1997 تم إلغاء الدعم على كافة المواد الغذائية. ثم إستقرت معدلات التضخم بعد ذلك أي عام 1998 لتصل بزيادة طفيفة جداً إلى 6.2% عام 1998، وفي نفس الوقت حُررت كل أسعار المنتجات المشتقة من البترول والغاز وأصبحت تساير الأسعار في السوق العالمية. ثم تدرج المؤشر العام للأرقام القياسية لأسعار الإستهلاك إلى 2.1% عام 1999، والجدير بالذكر أنّ الإيداع لا يحظى إلاّ على نسبة ضئيلة جداً من الدخل المتاح ففي سنة 1999 قدر الدخل المتاح في الجزائر بـ 1810.5 مليار دينار، 92% منه مخصص للإستهلاك والباقي للإيداع. ومع مطلع الألفية الثالثة سجّل المتوسط السنوي للتضخم إنخفاضاً محسوساً جداً مقارنة بالسنوات السابقة واللاحقة، وهو معدل تجاوز حتى ذلك السائد في دول الإتحاد الأوروبي، ويعزى إلى السياسة المشددة في إدارة الطلب من جهة وضغط العجز الميزاني.

- تحليل سيناريو تغيرات معدل التضخم في الجزائر خلال الفترة 2001-2010

تميزت هذه الكمية الوقتية بعودة الحياة الإقتصادية والراحة المالية للبلد، كنتيجة موضوعية للزيادة في الطلب العالمي على المواد الطاقوية وتسجيل الخزينة العمومية لموارد مالية ضخمة تم ضخ جزء لا يستهان به منها في قوات الإنتاج والإستثمار، بداية من المخطط التنموي الأول، حيث عاد معدل التضخم ليرتفع قليلا بعد ذلك 3.5% بسبب زيادة الإنفاق العمومي، حيث أصبحت ميزانية الدولة تسهم في تكوين الإيداع الوطني من خلال الفائض الذي حققته بدايةً من سنة 2000 بعد العجز المسجل في سنتي 1998 و1999، كما بلغت إيداعات الخزينة العمومية لدى بنك الجزائر 414.1 مليار دينار نهاية سنة 2001، وهذا يمثل سند مهم لمباشرة

برنامج الإنعاش الإقتصادي، ومن جهة أخرى إلى سياسة نقدية تتركز على وضع حدود لنمو الكتلة النقدية وتقييد توزيع القروض للإقتصاد. وفي عام 2002 إنخفض معدل التضخم إلى 2.2% بفضل العوامل الأساسية التي تؤثر على تطور المستوى العام للأسعار وهي التغير في عرض النقود M2 وسعر الصرف الإسمي الفعلي، وتحركات أسعار النفط العالمية الملائمة، أي هناك تباطؤ وتراجع بحوالي ثلاث نقاط رغم إرتفاع الطلب الداخلي وهذا تسويغه يكمن في آثار إصلاح التعريف الجمركية، حيث تم الإنتقال سنة 2002 من نظام ذو أربعة معدلات لحقوق الجمارك (40%، 25%، 15%، 5%) إلى نظام ذو ثلاث معدلات (30%، 15%، 5%)، وإنخفاض الحق الإضافي المؤقت DAP من 60% إلى 48%، إضافة إلى تكييف العرض مع الطلب من خلال الزيادة المعتبرة في الواردات (+20.2% عام 2002 مقارنة مع عام 2001) وهو ما أثر على أسعار الإستيراد وعلى المؤشر العام للأسعار عند الإستهلاك. وفي الصدد ذاته، عرفت مكافحة التضخم في الجزائر نجاحا بارزا من خلال السعي لتحقيق أهداف نقدية تجسّدت في تراجع معدل التضخم بصفة واضحة من حوالي 30% سنة 1994 إلى 3.5% خلال 1995-2003 وذلك رغم إستكمال تحرير الأسعار، ومواصلة تخلص الخزينة من المديونية الداخلية، وهي عوامل دافعة نحو إرتفاع التضخم، وهنا يمكن القول أن تخفيض التضخم إلى مستويات دنيا كانت تكلفته بطالة مرتفعة بلغت في المتوسط 28% من القوة العاملة النشطة (منطق منحى فيليبس) ما بين 1989 و2003. كما شهدت هذه السنة فضائح فساد وإختلاس مالي من العيار الثقيل (إفلاس بنك الخليفة، البنك الخارجي الصناعي). ورغم أنّ عام 2004 يمثل نهاية المخطط الخماسي إلا أنّ حصيلته كان منها إرتفاع معدل التضخم إلى 4.6%، لذلك فمن الصعب القول أن معدل التضخم سيبقى في حدود دنيا، خاصة مع التوسع في الإنفاق العمومي. ثم عرف بين 2005-2006 تقلصا نسبيا مقارنة بالسنوات 2001-2004 بسبب الصرامة في تطبيق السياسة النقدية، ليستقر في حدود 1.8% ما يعني إستقرار الأسعار في مستويات متقاربة مع دول الجوار، وهذا في حد ذاته يعتبر عامل إيجابي توجت به جهود الحكومة. وعرفت سنة 2005 فقرة نوعية في مجال تخصيص غلاف مالي كبير بـ 150 مليار دولار لدعم النمو، أدى إلى عدم قدرة العرض الكلي على مواجهة الطلب الكلي المغذي لسياسة نقدية توسعية، ظهرت في شكل نزعة تضخمية محسوسة بـ 3.9% عام 2007 و4.4% عام 2008، رغم أن بداية سنة 2008 وصل فيها سعر البرميل إلى سقف 150

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي

دولار ثم إنهار إلى حدود 35 دولار نهاية نفس السنة. كما عرف معدل التضخم إرتفاعا بلغ أوجه خلال عام 2009 ببلوغه نسبة تقترب من 6% وهو أعلى معدل يسجله طوال العشرية الأولى من القرن الحالي، وهذا الإنحراف في وتيرة التضخم هو نتيجة حتمية لنسبة النمو خارج المحروقات التي بلغت 10.5% حققتها الجزائر في سنة 2009 مدفوعة بالنفقات العمومية المكثفة في قطاع البناء والأشغال العمومية، كما يعود السبب إلى إرتفاع التضخم المستورد لاسيما في الدول الناشئة حيث تعرّض الإقتصاد العالمي لأزمة ركود حادة ظهرت تداعياتها بشكل واضح إعتبارا من منتصف عام 2008. وفي ذات السياق، وحسب صندوق النقد الدولي يرجع إرتفاع معدلات التضخم في مختلف أنحاء العالم في جانب منه إلى الظروف المناخية إلى جانب الصراع بين اليوان الصيني من جهة والدولار واليورو من جهة أخرى، وكذا تأثير الإرتفاع في أسعار المنتجات الطاقوية والسلع القاعدية خاصة المواد الغذائية الأساسية كالحبوب ومسحوق الحليب والزيوت، إذ شهدت إرتفاعا قويا في البورصات الدولية، بلغ على التوالي 41 و 44 و 18% وانعكست بالسلب على السوق الوطنية. فمثلا إستوردت الجزائر 6.35 مليون طن من القمح بين جانفي وأكتوبر 2011 وهي واردات قياسية إرتفعت بنسبة 40% مقارنة بنفس الفترة من سنة 2010، الأمر الذي جعل السلطات العمومية تصدر تشريعات نابعة من هذه الظروف مع نهاية عام 2009 وبداية عام 2010 كان أهمها المصادقة على قانون المالية التكميلي 2009 القاضي باحتواء ضغوط التضخم من خلال إلغاء كافة القروض الإستهلاكية بما فيها قروض السيارات، أسفر عن تباطؤ المستوى العام للأسعار إلى 3.9% عام 2010، إذ يعزى تراجع الضغوط التضخمية في الجزائر عام 2010 إلى إنكماش مستويات الطلب المحلي وتراجع الأسعار العالمية للسلع الأولية والأساسية والمحاصيل الزراعية والمعادن بدرجة ملحوظة مقارنة بأسعار عام 2008 حيث جاء في التقرير السنوي الصادر عن بنك الجزائر، أن مستوى التضخم المسجل يبقى منخفضا بكثير مقارنة ببلدان منطقة شمال إفريقيا والشرق الأوسط المقدر عند 6% وفي كافة البلدان الناشئة تعادل 6%. وعاودت وتيرة التضخم الإرتفاع بشكل طفيف عام 2011 إلى حدود 4% (3.49% في السداسي الأول، 4.52 في السداسي الثاني) لسببين هما النمو السريع لارتفاع الكتلة النقدية في عام 2011 إضافة إلى المستوى العالي لأسعار المنتجات الفلاحية المستوردة. وفي هذا الإطار، أشار مجمع أكسفورد للأعمال أنه بسبب المستوى المتزايد

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي
لتكاليف برنامج الإستثمار العمومي (زخم السيولة) تبقى احتمالات خطر الموجات التضخمية
واردة إلى غاية أفق عام 2014⁽²⁾.

**المحور الثالث: طغيان المعروض البشري على الطلب في ظل التبعية المفرطة للطاقات
الناضبة (كابوس البطالة)**

إن معدل البطالة Chômage هو نسبة السكان العاطلين إلى القوة العاملة النشطة،
ويحسب كالتالي: معدل البطالة = السكان العاطلين / القوة العاملة النشطة. أما معدل التشغيل
Emploi فهو نسبة السكان العاملين إلى القوة العاملة النشطة، ويحسب كالتالي: معدل
التشغيل = السكان العاملين / القوة العاملة النشطة. إذا من هذه المعادلة يمكن القول، أنّ الحجم
المتزايد للسكان النشطين على محور الزمن، يمثل أحد تحديات سياسة التشغيل في الجزائر كما أن
معدل البطالة يتأثر بكلا من معدل النمو الإقتصادي ومعدل النمو الديمغرافي. والبطالة ظاهرة
عالمية وخطورتها في الجزائر لا تكمن فقط في حجمها بل في تركيبها، فمثلا شهدت الجزائر عام
2010 ما لا يقل عن تسعة آلاف إحتجاج وإضراب من بين مسبباته الرئيسة البحث عن
وظيفة. ومن أبرز سمات سوق الشغل الجزائري الفجوة بين إرتفاع وتيرة نمو العرض البشري مقارنة
مع تباطؤ نمو الطلب على العمالة.

- خصائص سوق العمل في الجزائر

* / إرتفاع وتيرة نمو العرض من العمالة: نتيجة إرتفاع نمو القوة العاملة النشطة بمعدلات أسرع
من النمو الديمغرافي للسكان، وإزدياد نسبة وعدد الأشخاص طالبي العمل والإدماج لأول مرة
لاسيما في أوساط ذوي الكفاءات من حاملي الشهادات (الجامعيين والتقنيين السامين المتخرجين
من معاهد التكوين المهني)، وخاصة الأقل من 30 سنة فهي ظاهرة ضاربة بأطنائها بحوالي 70%
إلى 80%، وطول مدة بحثهم، إضافة إلى نقص مستواهم التأهيلي والتدريبي (عجز في الدراية
الفنية والمهارات الإحترافية).

* / تباطؤ نمو الطلب على العمالة: ضعف معدلات الإستثمار المجدي، وبطء ديناميكية النمو
الإقتصادي خارج المحروقات، وسوء التسيير الإداري (تواضع الكفاءة الإنتاجية، وغياب الفعالية
التنظيمية)، أي بعبارة أدق غياب جهاز عرض إنتاجي مرن قادر على إستيعاب وإمتصاص أكبر

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي
كمية ممكنة من المعروض البشري المتاح، ومن ثم ضعف قدرة النسيج المؤسساتي على توليد فرص
مستدامة للتوظيف.

- ميكانيزمات مكافحة ومحاربة ظاهرة البطالة في الجزائر

وفي خضم ذلك، قامت الحكومة بتأسيس جملة من القنوات والآليات، ترمي في مجملها إلى تحريك عجلة سوق العمل، وتقليص الآثار السلبية للإصلاحات الهيكلية، بتمكين الشباب من إكتساب الخبرة المهنية اللازمة لإدماجهم في عالم الشغل بصفة دائمة مستقبلاً من خلال تكوينهم على المدى القصير لصقل موهبتهم وكفاءتهم التشغيلية (مدة العقد مؤقتة يتم تجديدها ثلاث مرات على أقصى تقدير)، حيث في بداية عقد التسعينات تم تنصيب جهاز الإدماج المهني للشباب DIPJ، وصندوق العمل على تشغيل الشباب FAEJ (عُوض سنة 1996 بالوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ وهو أكبر جهاز حكومي للتوظيف)، ويضم الجهاز ثلاث أصناف من صيغ العمل هي: الوكالة الوطنية لتطوير الشغل ANDE، التشغيل المؤقت المؤجر بمبادرة محلية ESIL، الوكالة الوطنية للتشغيل ANEM. كما تم إنشاء الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC سنة 1994 يمس الأشخاص المسرحين لأسباب إقتصادية، وتأسيس برنامج المساعدة على إنشاء المؤسسات المصغرة سنة 1997، وفي نفس العام أُطلق برنامج أشغال ونشاطات المنفعة العامة ذات الكثافة العالية لزيد العاملة TUPHIMO كإصلاح الطرقات، الغابات، تنظيف المحيط، الري وتطهير القنوات بفتح ورشات كبرى على مستوى الولايات، وبعقد ما قبل التشغيل CPE سنة 1998، إضافة إلى الجهود المبذولة من قبل مديريات النشاط الاجتماعي DAS. والشبكة الإجتماعية لحماية الفئات المحرومة بدعم دخولهم بعد رفع الدعم على الأسعار (تعويضات للأشخاص دون دخل ICSR سنة 1992 ثم إستبدالها سنة 1994 بصيغتين جديدتين: المنحة الجزافية للتضامن AFS والنشاط ذو المنفعة العامة IAIG)، على غرار الإمتيازات الجبائية والتسهيلات الإئتمانية من طرف البنوك (القرض المصغر أنشأ سنة 1999) بالإضافة إلى إنشاء صندوق ضمان مخاطر القروض للشباب المقاول، والوكالة الوطنية لضمان القروض المصغرة ANGEM، ... إلخ.

- تحليل تطور معدلات البطالة في الجزائر 1995-2010

لتوضيح أثر الإصلاحات الاقتصادية المنتهجة على وضعية سوق التشغيل في الجزائر، وبالتالي توضيح حجم الهوة بين المعروض البشري والطلب على العمل، نعرض الجداول التالية، والتي تبرز تطور معدلي البطالة والتشغيل في الجزائر خلال الفترة من 1995-2010:

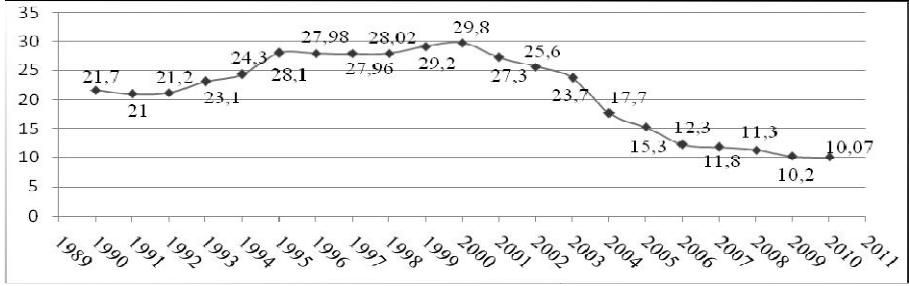
السنوات	حجم القوى العاملة النشطة	إجمالي العاطلين عن العمل	عدد الأفراد العاملين	معدل البطالة	معدل العمالة
1995	7 561 000	2 125 000	5 436 000	28.1	71.9
1996	7 811 000	2 186 000	5 625 000	27.9	72.1
1997	8 072 000	2 257 000	5 815 000	27.9	72.1
1998	8 326 000	2 333 000	5 993 000	28.1	71.9
1999	8 589 000	2 508 000	6 081 000	29.2	70.8
2000	8 153 000	2 430 000	5 723 000	29.8	70.2
2001	8 568 000	2 340 000	6 228 000	27.3	72.7
2002	8 625 000	2 208 000	6 417 000	25.6	74.4
2003	8 762 000	2 077 000	6 685 000	23.7	76.3
2004	9 469 000	1 677 000	7 792 000	17.7	82.3
2005	9 500 000	1 453 500	8 046 500	15.3	84.7
2006	10 109 000	1 244 000	8 865 000	12.3	87.7
2007	9 968 000	1 177 000	8 791 000	11.8	88.2
2008	10 315 000	1 166 000	9 149 000	11.3	88.7
2009	10 544 000	1 076 000	9 468 000	10.2	89.8
2010	10 812 100	1 089 100	9 723 000	10.1	89.9

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء Office National des Statistiques

والشكل يبرز تطور معدلات البطالة في الجزائر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 1990

إلى 2010

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د السعيد قاسمي



المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على البيانات الواردة في الجدول السابق

والجدول يوضح نسبة الفئة العاملة من المجتمع حسب القطاع الإقتصادي والجنس

والموقع سنة 2010

المجموع		الإناث		الذكور		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	
4.5	287	1.7	19	5.1	268	المناطق الحضرية
15.3	974	26.7	301	12.9	673	الزراعة
17.8	1132	1.8	20	21.2	1112	الصناعة
62.4	3968	69.8	786	60.8	3182	أشغال وبناء
100	6360	100	1126	100	5234	تجارة-خدمات
						المجموع
						المناطق الريفية
25.1	849	21.8	76	25.5	773	الزراعة
10.8	363	32.2	112	8.3	251	الصناعة
22.3	754	1.5	5	24.7	748	أشغال وبناء
41.8	1409	44.5	155	41.4	1254	تجارة-خدمات
100	3375	100	348	100	3027	المجموع
						التراب الوطني
11.7	1136	6.5	95	12.6	1040	الزراعة
13.7	1337	28	413	11.2	924	الصناعة
19.4	1886	1.7	25	22.5	1860	أشغال وبناء
55.2	5377	63.8	941	53.7	4436	تجارة-خدمات
100	9723	100	1474	100	8261	المجموع

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء Office National des Statistiques

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي

والجدول يوضح معدل مشاركة القوى العاملة (15 سنة فأكثر) المنقح حسب الجنس

في الجزائر لعام 2007

نسبة الإستخدام في الزراعة (%)			نسبة الإستخدام في الصناعة (%)			نسبة الإستخدام في الخدمات (%)		
ذكور	إناث	الجنسين	ذكور	إناث	الجنسين	ذكور	إناث	الجنسين
18.80	12.07	17.60	9.19	22.18	11.50	72.0	65.75	70.90

المصدر: مصادر وطنية ورسمية ومنظمة العمل العربية مستندة على البيانات الرسمية المتاحة

والجدول يوضح متوسط إنتاجية العامل من الناتج الصناعي للجزائر (بالأسعار الجارية

بالدولار)

2006	2005	2004
26 854	22 604	16 672

المصدر: التقرير الإقتصادي العربي الموحد لعام 2007

من إستقراء معطيات الجداول والأشكال أعلاه، إضافة إلى مضامين التقارير الصادرة عن الهيئات الوطنية والدولية، يمكن إبداء التصورات وزوايا النظر التالية، عرفت نسبة البطالة تراجعاً محسوساً وانحصاراً متتالياً خلال طول السلسلة الزمنية المدروسة 1995-2010، حيث إنتقلت من مستوى قياسي بـ 29.8% عام 2000 لتتدرج بشكل محسوس إلى 10.1% عام 2010 مقابل 28.1% عام 1995. أما معدلات البطالة فالمعدل العام خلال العقود الأربعة السابقة أي الفترة بين 1970-2010 هي 20.23%، وهو معدل بطالة مرتفع نسبياً، حيث شهدت إنخفاضاً معتبر خلال السبعينات إذ تقلص من 22.4% سنة 1970 إلى 11.1% سنة 1979، بسبب البرامج التنموية المطبقة في غضون هذه الفترة كالثورة الزراعية وتطوير الصناعات الثقيلة، ولكن في الفترة من 1980 إلى 1999 بدأ يطرح بإلحاح عميق مسألة إرتفاع معدلات البطالة إلى مستويات رهيبية ومأساوية من 15.7% إلى 28.2%، بسبب مآزق تباطؤ الإقتصاد الجزائري خلال الثمانينات خصوصاً مع أزمة إنخفاض أسعار البترول إلى دون 10 دولار للبرميل وتقلص المداخيل من العملة الصعبة عام 1986، والذي أدى إلى تراجع الإستثمارات العمومية، مما إنعكس على الإنخفاض المحسوس في مناصب الشغل الموفرة سنوياً تبعه تسريح كبير للعمال، إضافة إلى مخلفات ورواسب الفشل الذريع للمخططات السابقة، تلاه مباشرة الغضب الشعبي في أكتوبر 1988. هذا الوضع الإقتصادي المتأزم، جعل صناع القرار يعالجونه

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي

بإتخاذ حزمة من الإصلاحات الراديكالية على غرار الخوصصة والتحول النوعي نحو الإقتصاد الحر التحول للنظام الاقتصادي الحر وتوقف الدولة عن تشغيل الخريجين، التي شرع فيها منذ مطلع عشرية التسعينات التي شهدت وضعاً إجتماعياً خانقاً ممزوج بدوامة العنف الدموية كواقع أمني صعب للغاية عامي 1994-1995. أما سنة 2000 إلى 2009، فشهدت إنخفاض نسبي في معدلات البطالة، نتيجة عودة الإنتعاش في أسعار النفط. حيث بلغت مستويات البطالة أعلى وأوج نسبة لها بـ 29.8% بداية الألفية، وأدنى مستوى 10.1% عام 2010. ويرتقب الطاقم الحكومي أن ترتفع معدلات التشغيل أكثر حيث تكون معدلات النمو الإقتصادي خارج المحروقات مدفوعة بالإنفاق على برنامج الإستثمار العمومي للمخطط الخماسي 2010-2014 وذلك على خلفية العلاقة الطردية التناسبية بين مؤشرات الإنفاق العام ومعدلات البطالة خلال مدة تطبيق المخططين السابقين 2001-2009. وفي ذات الإتجاه التحليلي، شهد حجم السكان النشطين زيادة معتبرة خلال الفترة 1995-2010 تقدر بـ 3251100 شخص يشاركون في النشاط الإقتصادي، وإجمالي عدد المشتغلين فعلا لسنة 2010 فقدر بـ 9723000 عامل، أما عدد البطالين فهو 1089100 عاطل عن العمل. ويتبين من خلال هذه الإحصائيات نستنتج أن عدد السكان النشطين يتزايد أسياً من سنة إلى أخرى بـ 2.68%، وهذا نفس الشيء بالنسبة لعدد الأفراد العاملين فهو أيضاً في تزايد مستمر بـ 4.92%، بالموازاة مع تدرج سنوي لنسبة البطالة بـ -3.04%، وهذا يعتبر مبدئياً إنجازاً ومكسب هام مقارنة بالسنوات الماضية.

- تحليل سيناريو تغيرات معدل البطالة في الجزائر خلال الفترة 1995-2000

بلغ عدد السكان النشطين 7.56 مليون نسمة يترجم معدل بطالة بنحو 28.1% عام 1995، فالقرارات الملزمة لصندوق النقد الدولي والبنك العالمي لا تهدف إلى البحث عن التشغيل الإجتماعي التام وإنما البحث عن التشغيل الإقتصادي التام، والذي يعني أيضاً قبول مستوى من البطالة ونقص في التشغيل، وتكفلت الوكالة الوطنية لتطوير الشغل ANDE بمساعدة الشباب العاطل على إنشاء تعاونيات بلغت سنة 1995 حوالي 10335 تعاونية موزعة على 4 ولايات. وحدث في سنة 1996 هبوط طفيف أين بلغت النسبة 27.9%، وفي هذا السياق فإن المشروطة الخارجية للمؤسسات المالية والنقدية الدولية بشأن التصفية النهائية للمؤسسات العمومية العاجزة والوحدات الإنتاجية المفلسة وإعادة هيكلة تلك التي يمكن إنقاذها،

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي

وبالأخص في القطاع الصناعي الذي سجل معدلات نمو سالبة أدت إلى خفض عدد العمال بمختلف الصيغ: التقاعد المسبق، البطالة التقنية، التسريح لأسباب إقتصادية، ولذلك سجل القطاع تراجعاً بخصوص مناصب الشغل التي يوفرها مقارنة مع القطاع الزراعي أو البناء والأشغال العمومية والإدارة. وبحلول عام 1997 نجم عن الإصلاح العميق وبرامج التقشف المطبقة من مؤسسات بريتن وودز على الإقتصاد الجزائري، تراجع محسوس في مناصب الشغل والتسريح القسري المكثف لليد العاملة سواء كان ذلك في شكل ذهاب مبكر للتقاعد أو في مقابل تعويض عن الخدمة للذين لم يحن موعد تقاعدهم، يفسر لنا إستقرار معدل البطالة في نفس النسبة تؤكد بقاء معدل البطالة مرتفعاً، بالموازاة مع النمو البطيء للتشغيل في القطاع الخاص. وقد شهد عام 1998 إرتفاع هامشي في معدل البطالة ليصل إلى 28% قياساً بالسنة السالفة، رغم الإجراءات التي اتخذتها الدولة في سبيل إسترجاع الإستقرار الأمني، وللعلم فهذه السنة تمثل نهاية برامج الإصلاح (التثبيت والتعديل الهيكليين 1994-1998)، كما عرفت بداية إنتعاش أسعار البترول. وفي تضاعيف هذا الطرح فقد بلغ عدد المؤسسات المصغرة المنشأة سنة 1998 حوالي 3570 مؤسسة توظف 8280 عامل، كما تم غلق 239 مؤسسة و1175 وحدة ما بين 1996 و1998 وتسريح 383 ألف أجير، وإرتفاع متوسط مدة البحث عن الشغل من 30 شهر سنة 1991 إلى 55 شهر، إضافة إلى تزايد بطالة المتعلمين من الجامعيين حاملي الشهادات حيث قدر عددهم بحوالي 100 ألف شخص سنة 1998. وعرفت معطيات سنة 1999 عودة الإرتفاع كإستمرار لنزيف اليد العاملة بسبب مواصلة إعادة الهيكلة للقطاع الإقتصاد العمومي الذي تراهن عليه السلطات ليصبح يتوآكب مع أبعديات العرض والطلب بأن يكون التشغيل يتوافق مع المردودية ليلعب معدل البطالة قرابة 29.2% من عدد السكان الناشطين البالغ مجموعهم 8.6 مليون شخص، وإنطلاقاً من سنة 1999 استعادت الدولة دورها الإقتصادي والذي تجلّى في تسارع معدلات نمو الإنفاق الإستثماري مقارنة بالإنفاق الجاري. ومع مطلع الألفية الثالثة وصلت نسبة البطالة الأوج بنسبة سيئة قاربت حدود 30% وهي أعلى ذروة هرمية تصلها تترجم نسبة 70% من حجم العمالة فقط، والجدير بالذكر ها هنا هو ما يفيد بأن الأولوية خلال هذه الفترة من الإصلاحات إلى غاية عام 2000 لم تعطى للتقليل والتخفيف من حدة البطالة، وتعتبر هذه الأخيرة إنعكاس لمخلفات وتراكمات الخروج من عنق الزجاجة لعقد

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي
التسعينات الذي إتسم بالركود (1986-1999)، وإنما الأولوية منحت للبحث عن الإستقرار الإقتصادي من خلال سياسات خفض الطلب الكلي وتدئنة التضخم، وهناك إتجاه عام لزيادة مناصب الشغل في الإدارة (قطاع غير منتج بل تستفحل فيه البطالة المقنعة)، إذا بلغ عدد العمال المشغلون ما بين 1996 و2000 أكثر من 33% من مجموع السكان النشطين، فهي تسهم بتوفير ثلث مناصب الشغل.

- تحليل سيناريو تغيرات معدل البطالة في الجزائر خلال الفترة 2001-2010:

منذ حلول عام 2001 شكّل منحرج نوعي في سوق الشغل بالجزائر من حيث النتائج المحصل عليها، حيث بدأت الإفرازات الإيجابية للإصلاح تظهر جلياً مدعومة بتأكد التحسن الجيد لمستويات أسعار النفط في الأسواق العالمية، الأمر الذي حفز الدولة على الشروع في صياغة برنامج الإنعاش الإقتصادي يمتد إلى غاية نهاية 2004 سمح بامتصاص جزئي للبطالة المتراكمة خلال الفترة السابقة، وفي هذا الإطار عرف معدّلها إنخفاضاً ضئيلاً ولم يطرأ عليه تقلص ملموس لينزل إلى 27.3% فقط، حيث بلغ عدد حاملي الشهادات الجامعيين البطالين في حدود 140 ألف، مع زيادة دخول المرأة سوق العمل وانتقلت حصة النساء من مجموع القوة العاملة النشطة البالغة من العمر 15 سنة فأكثر 28.2% سنة 2001، كما سمح برنامج TUPHIMO بتوفير حوالي 22 ألف منصب شغل سنويا ما بين 1997 و2001 بتكلفة 99 ألف دينار لكل منصب، وإستهلاك غلاف مالي إجمالي بـ 4.5 مليار دينار. إنّ الوضعية المالية المريحة المحققة، بدأت تؤتي ثمارها على شكل تسجيل إنخفاض في معدلات البطالة حيث تدرجت إلى 25.6% عام 2002، ويلاحظ التطور في القوة العاملة النشطة التي إنتقلت إلى 8.625 مليون نسمة بزيادة قدرها 29% مقارنة بعام 1995 ليعكس الجهود المبذولة في توفير ، إذ تمكنت 190340 مؤسسة صغيرة ومتوسطة من توفير 612818 منصب شغل نصفها دائم خلال سنة 2002. وفي ذات الصدد، تعطي الحصيلة الإقتصادية والإجتماعية للحكومة ما بين 1999 و2003 أرقاما بخصوص توفير 175 ألف منصب شغل في الوظيف العمومي، و905 ألف منصب شغل في القطاع الإنتاجي بواسطة المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة أي في حدود 216 ألف منصب شغل سنويا، وهو ما أدى إلى تراجع معدل البطالة إلى 23.7% نهاية سنة 2003، حيث ارتبط عدد مناصب الشغل المنشأة في هذه السنة أساسا بالنفقات العامة ولاسيما المخطط الوطني لتطوير الفلاحة وأجهزة تشغيل الشباب، فتم إنشاء حوالي 800 ألف

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي
وظيفة، وبلغ عدد المناصب التي تم إنشاؤها في إطار السياسات العمومية خلال السداسي الأول من سنة 2004 حوالي 537930 منصب شغل توزعت كالآتي: أجهزة التشغيل 348676 منصب، مخطط دعم الإنعاش الاقتصادي 98700 منصب والبرنامج الوطني للتنمية الريفية والفلاحة 90554 منصب. وتجدر الإشارة، إلى أن سنة 2004 سجلت أكبر تدنئة في معدل البطالة بـ 17.7% سنة 2004 بفقدانه مقدار ستة نقاط كاملة، ففي الحالة العادية لا يمكن تحقيق ذلك حتى في الإقتصاديات الأكثر تصنيعا في العالم، وذلك يعزى حسب المصادر الحكومية، تم إضافة مهمة أخرى للصندوق الوطني لتأمين البطالة تتمثل في تأسيس جهاز لتشغيل الشباب ما بين 35 و50 سنة ومساعدتهم لإنشاء مؤسسات مصغرة، ومرصد وطني لتشغيل ومحاربة البطالة. حيث تم إنشاء حوالي 405883 منصب شغل في إطار الصيغ المعمول بها، كما خصص لسنة 2004 حوالي 40 ألف عقد توظيف في إطار عقود ما قبل التشغيل، موزعة على الإدارة العمومية بـ 35558 منصب والقطاع الإقتصادي بـ 7386 منصب، وهو ما يدعم الشكوك حول صحة المعطيات الرسمية، في غياب هيئات رقابية مستقلة بإمكانها التأكد من صحة المعلومات. وعرفت سنة 2005 بعث مخطط تنموي ثاني لدعم النمو الإقتصادي خلال الخماسي الممتد ما بين 2005 إلى غاية 2009 لبناء إقتصاد عصري قوي، إضافة إلى توليد مناصب شغل لشريحة الطاقات الشبابية التي تشكل الأغلبية الساحقة من تركيبة المجتمع الجزائري بحوالي 70%، وبالنسبة لمعدل البطالة فقد واصل إتجاهه التنازلي كمؤشر إيجابي لجدوى الخماسي الأول حيث إستقر في 15.3% نهاية عام 2005. وتفيد بيانات عام 2006 إزدياد التشغيل بشكل ملحوظ وتم إنشاء نحو 81 ألف مؤسسة صغيرة ومتوسطة بمساعدة الوكالة الوطنية لدعم توظيف الشباب التي أنشأت أكثر من 213 ألف وظيفة على الصعيد الوطني. وبعد إنشاء أزيد من 4 ملايين منصب شغل دائم ومؤقت خلال الفترة 1999 إلى نهاية 2007 عرفت نسبة البطالة زيادة ضئيلة مقارنة بعام 2006 إنتقلت من 12.3% إلى 11.8%. وتميز تطور المؤشرات الرئيسية لسوق التشغيل خلال نفس الفترة بإرتفاع السكان النشطين بحيث إنتقل عددهم إلى أزيد من 9.97 ملايين أي إرتفاع بمعدل سنوي يقدر بـ 5.6%. وتم في هذا عام 2008 إستحداث نحو عشرة آلاف مشروع، وإستمرار في ضخ ملايين الدولارات لتحقيق الإقلاع الإقتصادي المنشود بإغتنام فرصة البجوحة المالية التي تمر بها البلاد نتيجة تضاعف مخزون الجزائر من العملة الصعبة، وعدم تأثرها كثيرا بتداعيات الأزمة المالية العالمية، والشيء الملاحظ أنه

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفاسد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي

خلال هذا البرنامج عرف حجم الإستثمار العمومي معدلات نمو جد مرتفعة، بلغت في متوسطها حوالي 23% سنويا، هذا ما أدى إلى توفير عدد معتبر من مناصب الشغل، وهو ما يفسر الإتجاه التنازلي لمعدلات البطالة، والتي بلغت 11.3%. إنَّ النسبة الإجمالية للفئة النشيطة في المجتمع كقوة عمل قدر نهاية 2009 بـ 10.544 مليون شخص من مجموع 35.4 مليون نسمة، وقد أعلنت منظمة العمل الدولية (ILO) International Labour Organization أن مستويات البطالة في العالم سنة 2009 هي الأعلى على الإطلاق (حوالي 2300 مليون شخص عاطل عن العمل)، كأحد مخلفات الأزمة المالية العالمية التي تسببت في غلق العديد من المؤسسات وطرد العمال. وأن نسبة البطالة في الجزائر عام 2010 إستقرت في حدود 10.1% لتشكل تراجعا قويا مقارنة بالأعوام الفارطة.

إن التراجع الظاهري الملحوظ لنسب البطالة على مدى الفترة المدروسة لا يعود إلى التنظيم المحكم لسوق العمل بالجزائر، بل قد تحقق تحت أثر البرامج التنموية التي تم إطلاقها في السنوات الأخيرة، لاسيما المشاريع المسجلة في قطاع السكن والمقاولات، حيث يحتل البناء والأشغال عمومية مرتبة مهمة في إمتصاص البطالة (19.4%) بعد قطاعي التجارة والخدمات (55.2%) إلى جانب النقص الفادح في الصناعة (13.7%) والفلاحة (11.7%) عام 2010، ومن أهم نتائج فشل المشروع الإقتصادي، يجب الإشارة إلى بقاء البطالة في مستوى عال رغم الأموال التي تدفقت من أجل إنشاء مناصب شغل في هذين القطاعين الإستراتيجيين المولدين للثروة الدائمة، وتقول الأرقام الرسمية أن البطالة تراجعت إلى 9.8% عام 2011، وهو مستوى أحسن من الوضع في إسبانيا. لكن الحقيقة تختلف، حتى ولو سلمنا جدلا بأن هذه الأرقام الصماء تعكس حقيقة الجهد الحكومي المنجز، إلا أن ما يمكن ملاحظته أن معدلات البطالة في الجزائر تعكس خطورة هذه المشكلة حيث تجاوزت الحد المعقول والمقدر ما بين 5 و7%، ومنه فحتى 10% تعد نسبة مرتفعة، ويشكل الشباب العنصر الأساسي وحجر الزاوية في الإحتجاجات وأعمال الشغب التي تسجل يوميا في الجزائر، ورغم ذلك فإن الحكومة لم تجد المفاتيح التي تسمح لها بامتصاص البطالة التي تمس هذه الفئة بالدرجة الأولى، بسبب تدفق خريجي الجامعات والمعاهد بأعداد تفوق قدرة إستيعاب جهاز الإنتاج الوطني، يضاف إلى ذلك، توجه حاملي الشهادات بعد إستكمال مسارههم الدراسي إلى البحث عن وظائف في قطاع الوظيفة العمومية، بحثا عن الإستقرار ومسار مهني مضمون من النواحي الإجتماعية والمادية، حيث

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي
كشفت إحصاءات رسمية للمديرية العامة للتوظيف العمومية، عن بلوغ عدد الموظفين قرابة 1.7 مليون شخص من دائمين ومتعاقدين، مع عزوفهم عن المهن الحرفية والأعمال الحرة بـ 164 ألف عامل فقط نهاية عام 2010. علاوة على إستمرار المتقاعدين في تقلد المسؤوليات بالإدارات العمومية، حيث كشفت الأرقام أن 12322 موظف تجاوزوا السن القانونية للتقاعد المقدرة بـ 60 سنة ودخلوا سن الشيخوخة، لكنهم ما زالوا يشغلون مناصبهم بحجة ضرورة الإستفادة من خبرات الموظفين القدامى (3).

التوصيات والمقترحات

* / التصدي لظواهر الفساد ومكافحة المفسدين بعزيمة متوقدة تحذو الحكومة، على خلفية أن الإستثمار المثمر يتطلب محيط إداري نزيه وغير ملوث بالفساد، بإرساء قواعد ديناميكية متينة وصلبة لمبادئ الحوكمة الرشيدة (المساءلة، الإئتمان، الإفصاح) في دواليب ومفاصل السلطة، وتشديد الدور الرقابي لغرفتي البرلمان عبر فحصه للقوانين وتمكينه من تشكيل لجان لتقصي الحقائق على إثر فضائح التلاعب بالمال العام. هذا إضافة إلى تعزيز إستقلال القضاء وتمكينه من القيام بدوره كاملاً في التحقيق ومتابعة المتورطين، وإخضاع حركة الأموال لمراقبة قوية، زيادة على إعطاء دور أكثر فاعلية للمنظمات النقابية والأوديت الداخلي ومجلس الإدارة في الشركات الكبرى، مع ضرورة غرس وترسيخ الوازع الديني المنبثق من روح رسالة الشريعة الإسلامية التي تحوي في ثناياها القيم المثلى والأخلاق الفاضلة والآداب السامية، من خلال تطعيم مواد الدستور وتخصيب النصوص التشريعية والأطر القانونية بذلك ؛

* / إنشاء خلايا متابعة وأنظمة يقظة فعالة تراقب تطورات الأوضاع الإقتصادية في الأسواق التي تسجل مبادلات تجارية ومعاملات مالية هائلة مع الجزائر كالولايات المتحدة الأمريكية ودول الإتحاد الأوروبي خصوصا إسبانيا وإيطاليا وفرنسا والبرتغال. حيث تكون بمثابة الشبكات التي تقوم بتجميع المعلومات لصناع القرار لتسطير مخططات المواجهة ورسم سيناريوهات المقاومة لإفرازات الأزمات وإرتدادات التقلبات المرتقبة وغير المرتقبة الحادثة في البورصات العالمية، حيث يجعل الجزائر في منأى ومأمن من المخاوف والهواجس التي تزعزع إستقرار الدول ؛

* / لتقليص الفجوة بين العرض والطلب في سوق الشغل، يستدعي تثبيت شبكة معلومانية وطنية لقياس اليد العاملة المتاحة (المؤهلة وغير المؤهلة)، إضافة إلى تقوية وتحفيز الوساطة في سوق العمل، والأهم من ذلك كله هو ضرورة تحقيق معدلات نمو إقتصادية مستقرة في حدود 6%

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي
فأكثر تكفي لتشغيل أكثر من 280 ألف شاب يفد على سوق العمل سنويا. وبأصالة علمية
وموضوعية منهجية فإن المسؤولية أيضا تقع على عاتق الشباب في تسيير القروض والمشاريع
الممنوحة لهم .

الهوامش والمراجع :

⑥ الالاف للإنتباه هو حصول دول عربية أخرى على مؤشرات أحسن بكثير، حيث جاءت دولة
الإمارات العربية المتحدة في الترتيب 28 والبحرين 46 وسلطنة عمان 50 والكويت 54 والمملكة العربية
السعودية 57 أما قطر فاعتبرت المؤشر الأحسن برصيد 7.2 درجة
(1) عملية تحليل المعطيات وإستنتاج الأرقام تمت من خلال إستقراء المادة العلمية التالية:

- التقارير السنوية الصادرة عن المنظمة العالمية للشفافية بميونخ

(<http://www.transparency.org>)

- الموقع الإلكتروني للمنظمة العربية لمكافحة الفساد

(<http://www.arabanticorruption.org>)

- الموقع الإلكتروني للمحكمة العليا (<http://www.coursupreme.dz>)

- الموقع الإلكتروني لمجلس المحاسبة أو الهيئة العليا للرقابة على الأموال العمومية

(<http://www.ccomptes.org.dz>)

- مجلة الشفافية، العدد 05، المنظمة العربية لمكافحة الفساد، بيروت، لبنان، 2010

- علي خالفي: قياس الفساد وتحليل ميكانزمات مكافحته (دراسة إقتصادية حول الجزائر)، مجلة مركز
البحث الإقتصادي المطبق من أجل التنمية CREAD، العدد 88، بوزريعة، الجزائر، 2009،
ص.103

- عبد القادر خليل: الحوكمة وثنائية التحول نحو اقتصاد السوق وتفشي الفساد (دراسة تقييمية حول
الإقتصاد الجزائري)، مجلة بحوث إقتصادية عربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، العدد 46،
2009، ص.103

http://www.ccomptes.org.dz/documents/plan_strategique_2011_13_ar.pdf
(Consulté Le 7-4-2012)

http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2006
(Consulté Le 26-3-2012)

http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2007
(Consulté Le 26-3-2012)

http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2008
(Consulté Le 26-3-2012)

http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2009
(Consulté Le 26-3-2012)

http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2010
(Consulté Le 26-3-2012)

http://www.arabanticorruption.org/index.php?option=com_content&view=article&id=281A-2010&catid=37A2010-03-31-10-38-37&Itemid=175&lang=ar (Consulté Le 11-12-2011)

<http://www.elkhabar.com/ar/watan/272804.html> (Consulté Le 2-12-2011)

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/62FFA1B7-BF57-4545-BE79-C596DEB53463.htm> (Consulté Le 12-03-2010)

<http://www.alquds.co.uk/index.asp?fname=data\2010\11\11-09\09qpt90.5.htm> (Consulté Le 11-11-2010)

² - عملية تحليل المعطيات وإستنتاج الأرقام تمت من خلال التحميل الرقمي من الروابط الافتراضية وإستقراء المادة العلمية التالية:

- التقارير السنوية حول التطور الإقتصادي والنقدي في الجزائر الصادرة عن بنك الجزائر
(<http://www.bank-of-algeria.dz>)

- الموقع الإلكتروني لوزارة المالية (<http://www.finance-algeria.org>)

- الموقع الإلكتروني للديوان الوطني لإحصاء (<http://www.ons.dz>)

- الموقع الإلكتروني للوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية (<http://www.algex.dz>)

- الموقع الإلكتروني للبنك الدولي (<http://data.albankaldawli.org>)

<http://www.ons.dz/-Prix-a-la-consommation-.html> (Consulté le 5-3-2011)

<http://data.albankaldawli.org/indicator> (Consulté le 5-3-2011)

<http://www.alquds.co.uk/index.asp?fname=data\2010\10\10-21\21x43.htm>
(Consulté le 21-10-2010)

http://www.aenn.tv/evt_keraa.php?id=17 (Consulté le 3-1-2011)

<http://www.aenn.tv/keraa.php?type=1&id=475> (Consulté le 11-3-2011)

<http://www.algerie360.com/ar/55039/> (Consulté le 11-2-2012)

<http://www.algerie360.com/ar/31313/> (Consulté le 4-3-2012)

http://www.radioalgerie.dz/ar/index.php?option=com_content&view=article&id=13040:-2011-&catid=27:2010-04-29-13-18-26&Itemid=82 (Consulté le 18-2-2012)

http://www.radioalgerie.dz/ar/index.php?option=com_content&view=article&id=7697:-2011&catid=27:2010-04-29-13-18-26&Itemid=82 (Consulté le 15-6-2011)

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/2F95EF38-DEF0-4881-932B-0F0E86C27FEC.htm> (Consulté le 12-6-2010)

<http://www.elkhabar.com/ar/economie/250748.html> (Consulté le 11-3-2011)

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة ثالث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي
<http://www.djazairss.com/alfadjr/179895> (Consulté le 8-6-2011)

<http://www.djazairss.com/echorouk/45804> (Consulté le 2-5-2011)

<http://www.algex.dz/content.php?artID=1378&op=141> (Consulté le 9-5-2011)

<http://www.algex.dz/content.php?artID=1373&op=85> (Consulté le 9-5-2011)

³ - عملية تحليل المعطيات واستنتاج الأرقام تمت من خلال التحميل الرقمي من الروابط الافتراضية وإستقراء المادة العلمية التالية:

- الموقع الشبكي للمديرية العامة للوظيفة العمومية (www.concours-fonction-publique.gov.dz)

- الموقع الشبكي للوكالة الوطنية للتنمية الإجتماعية (http://www.ands.dz)

- الموقع الشبكي للمجلس الوطني الإقتصادي والإجتماعي (http://www.cnes.dz)

- الموقع الشبكي للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب (http://www.ansej.org.dz)

- الموقع الشبكي لمنتدى رؤساء المؤسسات (http://www.fce-dz.org)

- الموقع الشبكي لوزارة العمل والتشغيل والضمان الإجتماعي (http://www.mtess.gov.dz)

- الموقع الشبكي لمنظمة العمل العربي، الكتاب الإحصائي (http://www.alolabor.org)

- الموقع الشبكي لصندوق النقد العربي (http://www.amf.org)

- الموقع الشبكي لمنظمة العمل الدولية (http://www.ilo.org)

- Rapport portant Evaluation des dispositifs d'emploi, Conseil National Economique et Social

- Avis Relatif au Plan National de Lutte contre le Chômage, Conseil National Economique et Social

http://www.ons.dz/them_sta.htm (Consulté Le 12-2-2012)

<http://www.ons.dz/-Emploi-et-chomage-.htm> (Consulté Le 12-2-2012)

http://www.cnes.dz_dispositif_emploi/doc (Consulté Le 3-3-2012)

http://www.cnes.dz_Chômage/doc (Consulté Le 3-3-2012)

http://www.aenn.tv/evt_keraa.php?id=17 (Consulté le 11-3-2011)

<http://www.andi.dz/ar/?fc=demographie> (Consulté le 4-3-2011)

<http://www.umc.edu.dz/vf/autre/develop07/ADS/arabe/moukadimat.htm>
(Consulté Le 8-4-2012)

<http://www.umc.edu.dz/vf/autre/develop07/ADS/arabe/moulakhas.htm>
(Consulté Le 8-4-2012)

http://www.mtess.gov.dz/mtss_ar_N/emploi_08.htm

http://www.mtess.gov.dz/mtss_ar_N/salaires_09.htm

الاقتصاد الجزائري تحت رحمة تالوث الفساد، التضخم والبطالة | د. طارق قندوز / د. ابراهيم بلحيمر / د. السعيد قاسمي

http://www.mae.dz/ma_ar/stories.php?story=11/04/12/0624920 (Consulté Le 12-4-2011)

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_166021.pdf (Consulté Le 6-12-2011)

http://www.ilo.org/global/publications/books/global-employment-trends/WCMS_171571/lang--en/index.htm (Consulté Le 6-12-2011)

http://www.alolabor.org/final/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=132&Itemid=85&lang=ar (Consulté Le 8-3-2012)

<http://www.algerie360.com/ar/31313> (Consulté le 30-11-2010)

<http://www.djazairiess.com/elmassa/35656> (Consulté le 13-7-2010)

<http://www.djazairiess.com/alahrar/19613> (Consulté le 20-12-2010)

<http://www.djazairiess.com/aps/98707> (Consulté le 19-12-2010)

<http://www.echoroukonline.com/ara/?news=29280> (Consulté le 1-8-2011)

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/ADF089D8-EF23-4782-807C-A9883B308DAE.htm> (Consulté le 19-3-2011)

<http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/ar/features/awi/newsbriefs/general/2007/01/25/newsbrief-01> (Consulté le 9-4-2011)

<http://www.elwatandz.com/algerie/209.html> (Consulté le 9-4-2011)

<http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/topics/67771/posts/285307> (Consulté le 30-7-2010)

دور المهارات في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية

د. قطاف فيروز - جامعة بسكرة

د. شنافي نوال - جامعة بسكرة

الملخص:

بدخول عصر التكنولوجيا و المعرفة زاد اهتمام المؤسسات الاقتصادية بالبحث عن مصادر المزايا التنافسية التي تتيح لها سبق المنافس خاصة و أن العميل اليوم يرغب في الحصول على المزيد من المنافع التي تحقق له أقصى إشباع. فالمؤسسات التي ركزت في السابق على الأصول المادية التي تملكها ظنا منها أنها المصدر الأمثل للإبداع و تقديم الأفضل نسبة للمنافس، أدركت مع دخول القرن الواحد و العشرين الذي يركز على اقتصاد المعرفة أن العنصر البشري هو المؤثر الحقيقي في نجاحها.

و قد ظهرت مؤخرا الكثير من الدراسات و الأبحاث الجادة حول ما تمتلكه المؤسسات من أصول غير مادية تتمثل في المورد البشري و ما يمتلكه من مهارات يمكن من خلالها صنع الفارق بين مؤسسة و أخرى، و بالتالي ظهرت مقارنة جديدة تركز على المهارات التي تمتلكها المؤسسة باعتبارها المحك الرئيسي في إطالة بقاء أي منظمة ناجحة، أي أن الأفراد ذوي المعرفة و الذكاء و المهارات هم القوة الدافعة للمؤسسة و مصدر مهم جدا في تحقيق الميزة التنافسية.

Abstract:

Pour entrer dans l'ère de la technologie et la connaissance l'intérêt dans les institutions économiques c'est à rechercher des sources d'avantages concurrentiels qui leur permettent de rivaliser avec les concurrents ; surtout quand le client veut aujourd'hui pour obtenir plus d'avantages que c'était le plus satisfaisant. Les institutions dans le passé a porté sur les actifs physiques détenus par la pensée d'entre eux comme la source de la créativité optimale et d'offrir le meilleur que le concurrent, surtout avec l'entrée de la vingt et unième siècle, qui se concentre sur l'économie du savoir qui affecte l'élément humain dans un réel succès.

Et est apparue récemment, un grand nombre d'études et recherches au sujet de ce que possèdent les institutions des ressources humaines et quels sont les attributs des compétences qui peuvent faire la différence entre l'institution et l'autre, et ainsi émergé une nouvelle approche basée sur les compétences possédées par l'institution comme une pierre de touche principale dans la prolongation de la survie de toute organisation réussie, c'est-à-personnes ayant des connaissances et de l'intelligence et les compétences sont la force motrice de l'institution et la source est très important dans la réalisation de l'avantage concurrentiel.

مقدمة:

تعيش المؤسسات في محيط الشيء الثابت فيه أنه غير ثابت، نتيجة التحولات السريعة و التغيرات الكثيفة التي أدت إلى تصاعد حدة التنافس بين المؤسسات في مواجهة تحديات البقاء. إن حالة عدم التأكد و اللاستقرار التي يشهدها المحيط باستمرار فرضت على المؤسسات أن تتميز بالديناميكية و الحركية للتكيف مع التغيرات المحيطة الجديدة بصياغة و إدارة استراتيجيات رابحة تماشى و متطلبات المنافسة الجديدة التي قوامها الجودة، الإبداع و التجديد

لتحقيق التميز عن المنافسين و تعزيز الوضع التنافسي للمؤسسة، و هو ما استوجب البحث عن سلوك يحقق لها ذلك لتكون الميزة التنافسية هي السبيل الأمثل.

فإذا كان امتلاك الميزة التنافسية يسمح للمؤسسة ببلوغ مستويات ريادية و زيادة قدرتها على التنافس و تحقيق سبق مقارنة بالآخرين، فلا بد من الاهتمام بها و الحفاظ عليها و استدامتها و هو ما لن يتحقق إلا بإدراك المصدر الحقيقي لها و المتمثل أساسا في الأصول غير المادية التي تشكل المهارات أهمها.

لقد غدت المهارات دعامة أساسية للتنافسية الجديدة و مصدر التميز لما توفره للمؤسسة من سرعة رد الفعل، الليونة، الإبداع و سبق التغيرات و كلها عناصر تأتي ضمن متطلبات التنافسية الجديدة، و على قدر الأهمية الكبيرة للمهارات جاءت الحاجة الملحة للحصول عليها، تنميتها و الاحتفاظ بها بمعنى العمل على تسييرها تسييرا يسمح بالاستغلال الأمثل لها لتحقيق التميز التنافسي للمؤسسة.

و عليه يتبادر إلينا التساؤل التالي:

" ما هو دور المهارات في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة؟"

و للإجابة على هذا التساؤل، سنحاول تسليط الضوء على العناصر التالية:

- مفهوم الميزة التنافسية.
- أهم نظريات الميزة التنافسية.
- مفهوم المهارات و خصائصها.
- مستويات المهارات.
- تحديد مفهوم تسيير المهارات.
- الأهمية المتنامية للمهارات و دورها في تحقيق الميزة التنافسية.

1- الميزة التنافسية:

استقطب مفهوم الميزة التنافسية اهتمام العديد من الباحثين و المفكرين و رجال الأعمال و الاقتصاد و تعددت آراؤهم حولها.

فمنهم من يعرف الميزة التنافسية على أنها "عامل يسمح للمنظمة أن تميز به منتجاتها أو خدماتها عن منتجات وخدمات المنافسين أملا في زيادة حصتها السوقية." (1)

ومنهم من يعتبرها قدرة المؤسسة على صياغة و تطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط. (2)

أما البعض من الباحثين فيؤكد أنها ميزة على المنافسين كسبها عن طريق تقديمها قيمة أكبر للمستهلكين إما من خلال أسعار أو عن طريق تقديم منافع أكبر و التي تبرر الأسعار الأعلى. (3)

رغم تعدد تعاريف الميزة التنافسية إلا أنها تبقى تعبر عن قدرة المؤسسة على خلق القيمة لزبائنها تمييزها عن غيرها و تحافظ بها على مكانتها السوقية.

ولأن أهم ما تمنحه الميزة التنافسية للمؤسسة هو قدرتها على التنافس و احتلال مواقع الصدارة و تحقيق سبق مقارنة بالمنافسين، انصب الاهتمام أكثر حول كيفية الحفاظ على الميزة التنافسية و استدامتها لأنه أمر يصعب تحقيقه إلا بإدراك المصدر الحقيقي لها، لهذا سنحاول التعرف على أهم نظريات الميزة التنافسية.

1-1- نظرية M.PORTER "النظرية الكلاسيكية للميزة التنافسية":

عندما ارتبط تطور المؤسسة و تمييزها بمحيطها الخارجي اعتبرت الأصول المادية هي المسؤولة عن خلق الميزة و تطويرها و ظهرت نظرية M.PORTER التي أكدت على أن مصادر الميزة التنافسية هي مصادر إنشاء القيمة من طرف المؤسسة ممثلة في الأنشطة المختلفة لها، سواء كانت أنشطة رئيسية و المتعلقة بالإنتاج مثلا أو أنشطة داعمة التي تساهم في الأداء الجيد للأنشطة الرئيسية كأنشطة تسير الموارد البشرية التي تعد من العناصر القاعدية للميزة التنافسية. (4)

التي تنشأ أساسا من القيمة التي باستطاعة مؤسسة ما أن تخلقها لزبائنها حيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين و بمنافع متساوية أو بتقديم منافع متفردة في المنتج بشكل واسع مع الزيادة في السعر. (5)

رغم أن مقارنة PORTER حققت مزايا تنافسية للمؤسسات و دعمت قدراتها التنافسية إلا أنها تجاهلت موارد أخرى للمؤسسة تساهم في تحقيق الميزة التنافسية، ليتواصل البحث عن مصادر الميزة التنافسية الأخرى لتظهر نظرية أخرى للميزة التنافسية.

1-2- نظرية الموارد و المهارات:

أدت موجة التحولات الواسعة و التغيرات التي مست محيط المؤسسات الاقتصادية إلى خلق توجهات جديدة و غيرت الكثير من المفاهيم و المعطيات السائدة من قبل، ليتبين أن تميز المؤسسة و تطورها لا يرتبط بمحيطها الخارجي بقدر ما يرتبط بمحيطها الداخلي من منطلق أن المؤسسة ما هي إلا مجموعة موارد مادية و غير مادية أو كحافضة للمهارات المتميزة التي تساهم بشكل أساسي في تمييز المنتجات. (6)

و بالتالي انطلاقاً من تسعينات القرن الماضي أصبح ينظر لرأس المال الفكري (أو المعرفي) كممثل حقيقي لقدرة المنظمة على المنافسة و تحقيق النجاح بعد أن كان التركيز منصبا على الموارد المادية للمؤسسة الاقتصادية.

إضافة إلى ما تقدم أعلاه فإنه يمكن أن نستعين بوجهة نظر الباحث April الذي وضع حدوداً فاصلة بين الموارد المادية و الموارد المعرفية (الفكرية)، فقد أشار إلى أن الموارد المادية تشمل كل تلك الموارد التي تظهر في ميزانية المنشأة منها على سبيل المثال العقارات و التجهيزات و الآلات و البرمجيات وغيرها، في حين أن الموارد المعرفية تتمثل في ثقافة المنظمة و المعرفة التكنولوجية و العلامات التجارية و براءات الاختراع (للمعمليات و التصاميم) و المعارف العملية التي يتقاسمها العاملون في المنظمة، وكذلك التعليم المتراكم و الخبرة. (7)

و عليه انطلاقاً من هذا الطرح فإن الميزة التنافسية في الأساس تنبع من داخل المؤسسة من خلال الموارد الداخلية التي تملكها، فتزايد الضغوطات التنافسية تطلب بناء استراتيجيات تنافسية راجحة تقوم على ميزة تنافسية ديناميكية و مستمرة تمنح للمؤسسة القدرة على التنافس و تحت أي ظرف، و بالتالي توجه الفكر النظري نحو الأصول غير المادية التي تعتبر مصدراً للتمييز التنافسي خاصة مع ظهور مقارنة الموارد و المهارات التي أرسى دعائمها مجموعة من الباحثين أمثال: RUMELT; BARNEY; WERNERFELT و تبلورت أفكارهم في أن الموارد الداخلية للمؤسسة ممثلة أساساً في المهارات هي المصدر الأساسي للميزة التنافسية، و لقد أكد على هذا الطرح كل من HAMEL و PRAHALAD من خلال مقال لهما بينا فيه أن المهارات الأساسية هي المورد المسئول عن خلق الميزة التنافسية و تحقيق السبق التنافسي.

مما سبق نستنتج أن الفكرة الأساسية لهذه المقاربة تكمن في امتلاك المؤسسة لموارد ومهارات متميزة تكون بمثابة عوائق أمام المنافسين حيث لا يمكنهم تقليدها أو مواجهتها ومن ثم يمكن إستمرار الميزة التنافسية، و من أهم المبادئ الأساسية لهذه المقاربة حسب HAMEL و PRAHALAD ما يلي: (8)

- قلة الموارد في المؤسسة ليس مانعا بالضرورة لأن تنفرد في السوق كما أن وفرة الموارد لا يضمن لها النجاح الأكيد.
- يمكن اعتبار المؤسسة كحفاظة موارد (تقنية، مالية، بشرية...) وفي نفس الوقت كحفاظة منتوجات أو أجزاء إستراتيجية مركزة على سوق معينة.
- إختلاف وتباين المؤسسات فيما بينها لا يتعلق فقط بدرجة اختراق الأسواق، ولكن أيضا بكيفية مزج الكميات والنوعيات المتاحة من الموارد.
- الاستغلال الأمثل للموارد (الاستغلال الذكي) يؤدي إلى زيادة الحصص المنتجة.

و حسب هذه النظرية فالمؤسسة تملك موارد و مهارات متميزة تضع لها الفارق و تعطيلها القدرة على المواجهة و التحدي خاصة إذا ما تميزت بالندرة، صعوبة النقل أو التقليد، الاستمرارية و الدوام إضافة إلى صعوبة حصول المنافسين عليها، لذا فمن الضروري تنمية الموارد الحالية التي تملكها المؤسسة و الاستثمار في عنصر الموارد و المهارات مستقبلا و تسييره تسييرا فعالا.

2- مفهوم المهارات:

رغم استحواد مصطلح المهارات على حيز كبير من الدراسات والأبحاث، إلا أن جهود الباحثين أثمرت على تعريف مختلفة له وذلك حسب التخصص ومحور الاهتمام. بداية يجب وضع حدود فاصلة بين مفهومي المعارف و المهارات، فمصطلح المعرفة يدل على " مزيج من الخبرة و القيم و المعلومات السياقية و بصيرة الخبير التي تزود بإطار عام لتقييم و دمج الخبرات و المعلومات الجديدة، فهي متأصلة و مطبقة في عقل العارف بها، و هي متضمنة في المنظمة و المجتمع ليس في الوثائق و مستودعات المعرفة فحسب و لكنها أيضا في الروتين التنظيمي و الممارسات و المعايير و بعبارة صريحة أكثر إنها معرفة-كيف" (9)

أما إدارة المعرفة فتشير إلى "مختلف الأنشطة المنظمة والمخططة والموجهة إلى الحصول على المعرفة عن طريق الإنتاج أو اقتنائها جاهزة من مصادر خارجية ثم الاستفادة منها، ومن هذا

فإدارة المعرفة تتضمن مجموعة من الأنشطة، وهي البحث عن مصادر المعرفة، والحصول عليها أو تنمية القدرات والمهارات المعرفية ودفعها لإنتاج المعرفة، ثم استعمالها في العمليات الإنتاجية والاستفادة القصوى منها، كما يجب أن تكون هذه الأنشطة مخططة ومنظمة، وفق استراتيجيات وخطط، تهدف إلى تدعيم الأنشطة الأساسية للمنظمة. (10)

إذا انتقلنا الآن إلى المهارات فيرى البعض أنها تعبر عن مجموع المعارف، الممارسات والتحلي (SAVOIR, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-ETRE) (11)، في حين يؤكد آخرون على ضرورة ارتباط هذه الأبعاد بالهدف والموارد لتعرف على أنها "مجموع المعارف، القدرات والسلوكيات الموجهة لتحقيق هدف معين ووفقا لوضعية معينة. (12)

غير أن المهارات بهذا المفهوم تبقى ناقصة لأنها حقيقة ديناميكية تتجسد من خلال المزج والتنسيق بين كل الموارد، بصيغة أخرى المهارات هي "عملية مزج وبناء ديناميكي للمعارف، الممارسات، الخبرات والسلوكيات في إطار محدد" وذلك حسب Le Medef. (13) أما G. Le Boterf فيعرف المهارات على أنها القدرة على المزج وتحريك الموارد الشخصية للفرد وموارد المؤسسة للوصول إلى هدف معين.

وكما لاحظنا مما سبق أن هناك إشارة ضمنية أو صريحة إلى أن المهارة هي توليفة من المعارف أو الموارد المتمثلة في: (14)

أ- المعارف النظرية: وتوافق مجموعة مهيكلة من المعلومات المقارنة والمتكاملة في إطار مرجعي تسمح للمؤسسة أو الفرد بالقيام بأنشطته في سياق خاص.

ب- المعارف العملية (الممارسات): هي القدرة على تسيير عمل بطريقة ملموسة وفق عملية أو أهداف معروفة مسبقا، والمعارف العملية لا تقصي المعارف النظرية، لكن لا تحتاج إليها بالضرورة، وتتكون المعارف العملية بالتحربة.

ج- معارف التحلي (السلوكية): وتمثل مجموع القدرات الضرورية لمعرفة التعامل أو التحرك في وسط مهني معين وتشمل السلوك، الهوية، الإدارة، التحفيز،... وتتجمع الأبعاد الثلاثة السابقة للمهارة في تنسيق ديناميكي مكيف ضمن متطلبات وضعية محددة للوصول إلى أداء متميز يمكن من القول أن الفرد أو المؤسسة تمتلك مهارة في ذلك المجال.

رغم تعدد تعاريف المهارات إلا أن الشرطين الواجب توافرها هما المزج والتعبئة بمعنى آخر أن المهارات هي القدرة على تعبئة ومزج مختلف الموارد (معارف، ممارسات، سلوكيات) مع موارد المؤسسة في وضعية معينة للوصول إلى أداء معين.

2-1- تطور مفهوم المهارات:

يعد مصطلح المهارات من المصطلحات القديمة الحديثة ذلك أنه سبق الاهتمام به منذ خمسينيات القرن الماضي مع تطور الفكر الكلاسيكي، لكنه لم يكن بالمفهوم والمضمون الحالي حيث كان يتطلب في الفرد أن يمتلك مجموعة موارد (معارف، ممارسات و سلوكيات) لشغل المنصب والتي يكتسبها بالتكوين وممارسة الأنشطة الوظيفية وهو ما يعني المؤهلات. (15)

ولأن الواقع يفرض تجسيد هذه المتطلبات في وضعية عمل معينة بمعنى آخر طريقة الاستخدام الفعلي لعلبة الأدوات (la boîte à outils) التي يمتلكها الفرد (16) وهو ما يعني المهارات، ليتضح الاختلاف بين المصطلحين وحلول مصطلح المهارات محل مصطلح المؤهلات. (17)

إن التطور الذي حصل كان على مستوى المفهوم والمضمون ذاك أن التغيرات الاقتصادية الحاصلة في المحيط و حدوث الأزمة النفطية في سنوات السبعينات أثرت على اقتصاديات الدول وتسببت في تسريحات مذهلة للعمال فقدت على إثرها المؤسسات الكثير من المعارف والمهارات لتبدأ هذه الأخيرة في اكتساب أهميتها تدريجياً، غير أن سنوات الثمانينات و التسعينات كانت بمثابة الازدهار الفعلي لهذا المصطلح حيث كثرت استعماله وتجلى تطور مفهومه بظهور المتطلبات الجديدة للتنافسية (الإبداع، الجودة و رد الفعل) تعقد الوضعيات الوظيفية، تطور أنظمة العمل وتلاشي الاستقرار والثبات و بروز تنظيمات مرنة أقل سلمية حيث لم تعد المؤسسة قادرة على مواكبة كل هذا إلا بموارد بشرية ماهرة قادرة على التماشي والتكيف مع التغيرات والتطورات المحيطة، لتبلغ المهارات أوج الاهتمام بها وتأخذ البعد الاستراتيجي لخصائصها المتميزة ودورها المتنامي في المؤسسة.

2-2- خصائص المهارات:

راهنّت المؤسسات على المهارات في حصولها على المزايا التنافسية وتحقيق التميز التنافسي لتمتعها بعدة مميزات مكنتها من تبوؤ الصدارة ضمن موارد المؤسسة وأكسبتها الأهمية الإستراتيجية، خاصة مع الإبهام والغموض الذي يلفها باعتبارها موارد غير منظورة يمكن ملاحظة

نتائجها وآثارها فقط مما يعطيها ميزة عدم الإحلال، الندرة، عدم التقليد وصعوبة الحصول عليها من طرف المنافسين و هو ما يمثل لب الميزة التنافسية.

و عليه فإن أهم خصائص المهارات هي :

- المهارات عملية مزج وتوفيق بين مختلف الموارد.

- تملك المهارات ميزة الغائية (Finalisé).

- ترتبط بوضعيات عمل معينة مما يجعلها ظرفية تتغير بتغير وضعيات العمل.

- منظمة ومهيكلية.

- تتغذى بالتكوين والتعلم الدائمين فهي عملية بناء مستمرة.

إن هذه الخصائص و المميزات هي التي ميزت المهارات عن باقي الموارد الأخرى.

2-3- مستويات المهارات:

يرى A.D'irbarne أن المهارات تحدد حسب ثلاثة مستويات⁽¹⁸⁾:

أ- **مهارات التقليد (Compétences d'imitation)**: أو المحاكاة، وهي المهارات التي تسمح للعامل بإنجاز النشاط بتقليد كفاءات العمل أو التكرار، بحيث يكون العمل أوتوماتيكيا يتم حسب إجراءات خاصة معروفة.

في هذا المستوى يكفي الفرد بإعادة الفعل، و هذا لا يستوجب معارف

واسعة.

ب- **مهارات الإسقاط (Compétences de transposition)**: وتسمى أيضا مهارات التحويل حسب هذا المستوى فإن الفرد يواجه وضعيات عملية غير متوقعة ولكنها تشبه نوعا ما وضعيات سابقة أو معروفة فيقوم بعمليات الإسقاط باللجوء إلى القياس.

ج- **مهارات الإبداع (Compétences d'innovation)**: يواجه الفرد مشاكل أو وضعيات جديدة لم يعرفها من قبل، في هذه الحالة لا يمكنه التقليد أو الإسقاط بل يجب عليه البحث عن حلول مناسبة لهذه التطورات أي عليه أن يبدع، استنادا إلى رصيده المعرفي ومؤهلاته حيث تسمح له بتحديد العناصر أو النقاط الأساسية للوضعيات، وهذا المستوى من المهارات الذي تبحث عنه المؤسسات لأنه يسمح لها بتحقيق مزايا تنافسية طويلة المدى.

2-4- تسيير المهارات: "أحد الأساليب الحديثة في تسيير الموارد البشرية"

عرفت مكانة المورد البشري داخل المؤسسة تغيرات كثيرة و متنوعة بتنوع نظرة المؤسسة إليه، فبعد أن كان ينظر إليه أحد عناصر الإنتاج مقيد باللوائح والأوامر في تنفيذ العمل، أصبح موردا استراتيجيا يمنح الريادة و التفوق للمؤسسة لتتغير معه أساليب تسييره خاصة في ظل الإدارة المعاصرة التي عرفت حركة فكرية سريعة و تطورا حادا يتجه كله نحو الاهتمام بالمورد البشري.

من منطلق أن الاقتصاد التنافسي يستمد قوته من العنصر البشري القادر على الإبداع، الابتكار و مجاراة تحديات التغيير، لهذا أخذت وظيفة الموارد البشرية بعدا استراتيجيا احتلت المهارات فيها مكانة هامة لتميزها بالليونة، سرعة رد الفعل و سبق التغيرات إضافة إلى خصائصها المتفردة التي تشكل لب الميزة التنافسية، و اعتبرت الثروة الحقيقية (Les vrais richesse) للمؤسسة مما حتم ضرورة حيازتها، الحفاظ عليها و تنميتها، بمعنى آخر العمل على تسييرها تسييرا فعالا يسمح بإنشاء القيمة للمؤسسة.

ويشير مفهوم تسيير المهارات إلى تلك الأنشطة والجهود التي تهتم بتوفير تلك الكفاءات والمحافظة عليها وتنميتها وتوفير لها الظروف المناسبة للعمل والمحفزات الضرورية لبقائها ودفعها نحو بذل أقصى جهد ممكن بشكل يدعم تنافسية المؤسسة. (19)

صحيح أن تسيير المهارات مقارنة حديثة في تسيير الموارد البشرية إلا أنه كنموذج يعد من أهم الأساليب التي تساعد على ضمان ليونة كبيرة في العمل من خلال الحركية بين الوظائف التي ترفع من روح الإبداع و الابتكار لتزيد من تنافسية المؤسسة، فتسيير المهارات هو الأسلوب الذي يسمح للمسيرين و في كل الأوقات بعرض وسائل تقييم الانحرافات بين المهارات المكتسبة و المهارات المطلوبة للأعمال الحالية و المستقبلية إضافة إلى الالتزام بأنشطة التكوين، الحركية و التوظيف الضروري و في الوقت المناسب. (20)

معنى ذلك أن تسيير المهارات هو مجموعة الأساليب التي تهدف إلى الاستغلال الأمثل للمهارات من خلال اكتسابها، تنميتها و الحفاظ عليها بمكافأتها لتحقيق الأهداف المتوخاة، و لأنه يجمع بين حاضر المؤسسة و مستقبلها فهو يقوم على مبدأ التسيير التوقعي للشغل و المهارات (GPEC) كطريقة لهندسة الموارد البشرية تتمثل في تصور ووضع في العمل و مراقبة السياسات و التطبيقات لتقليل الانحرافات بين الاحتياجات و موارد المؤسسة ضمن مخطط كمي و مخطط نوعي. (21) أي أنه يسمح بتقدير أفضل المهارات اللازمة للوظائف بتزويد المؤسسة بالحجم و النوعية المناسبة منها.

إن الاعتماد على منطق المهارات في تسيير أنشطة الموارد البشرية يسمح بتمكين الأفراد من تطوير مهاراتهم وتحسين قدراتهم المهنية و تكريس مبدأ الاحترافية أين الفرد يصبح رجل الوضعية (l'homme de la situation) من خلال أخذ المبادرات، إعادة البناء، أخذ المسؤوليات و تسيير المخاطر، بمعنى أن هذا المنطق يعطيه صفة (navigateur) في الوضعية الوظيفية المعقدة.

كما أن الاعتماد على منطق المهارات يسمح بظهور ما يسمى بالتشغيل الخاص (emploi type) و هو عبارة عن تجميع للمناصب و لوضيعات عمل ذات خصائص متقاربة يمكن أن يشغلها نفس الفرد. (22) مما يؤدي إلى تنامي قابلية الشغل ليعطي ليونة كبيرة للمؤسسة و قدرة أكبر على الإبداع و التعلم.

و على قدر أهمية المهارات في المؤسسة إذا ما استغلت بشكل صحيح أتت الحاجة الملحة لتسييرها من خلال مجموعة مجالات تبرز أهميتها، و هي:

أ- اكتساب المهارات: تقوم المؤسسة باكتساب المهارات و حيازتها بالاعتماد على التسيير التوقعي للشغل و المهارات (GPEC) الذي يوفر لها الحجم و النوعية اللازمة من المهارات، إضافة إلى بطاقة مرجعية المهارات و غيرها من الأدوات التي تلجأ إليها المؤسسة للحصول على المهارات و استعمالها و تثبيتها في وضيعات العمل.

ب- تطوير المهارات: حتى تحافظ المؤسسة على ديمومة مهاراتها و ضمان عدم انتقالها تقوم بتطويرها بتوفير كل البرامج و الأساليب التي ترفع من مستواها المعرفي و تزيد في اكتسابها للمهارات و القدرات الجديدة (23) من خلال التكوين، التدريب، مبدأ الحركة الداخلية للمهارات و تهيئة مواقع العمل لتكون حقولا خصبة للتعلم و التواصل.

ج- تقييم المهارات: تهدف المؤسسة من تقييم المهارات إلى تحديد المهارات النادرة و الإستراتيجية لتحديد طرق المحافظة عليها إضافة إلى معرفة النقص في المهارات لدى الأفراد التي تحتاج إلى تطوير.

و تعتمد المؤسسة في تقييم المهارات على مجموعة من الطرق من أهمها:

* طريقة مرجعية المهارات التي تبرز المهارات المطلوبة لكل عمل من خلال قائمة لمختلف الوظائف.

* طريقة مراكز التقييم و يتم فيها وضع طالبي الوظائف في وضعيات أكثر قربا من الحقيقة العملية للتأكد من فاعليتها.

د- مكافأة المهارات: حتى تحافظ المؤسسة على هذا المورد و تضمن عدم انتقاله للغير لابد من الاعتراف به و مكافأته بتعبئته، ترقيته، تنمية مساره الوظيفي، تفويض السلطات... و غيرها من الكيفيات التي تحافظ على استمرارته.

3- الأهمية المتنامية للمهارات و دورها في تحقيق الميزة التنافسية:

تتزايد أهمية المهارات في المؤسسة يوما بعد يوم لتمييزها بالليونة، الإبداع، سرعة رد الفعل و سبق التغيرات، فهي عامل أساسي لنجاح المؤسسة لأنها مورد استراتيجي مسئول عن خلق القيمة و إضافتها. و يتضح دورها المتنامي و الأساسي في تفوق المؤسسة و تميزها أكثر من الموارد الأخرى نظرا لخصائصها المنفردة كالدرة، صعوبة التقليد و النسخ و كلها من الخصائص التي تشكل لب الميزة التنافسية.

و لأن المهارات هي مصدر لتحقيق الميزة التنافسية على المؤسسة الاهتمام بها أكثر و توفير كل السبل و الإمكانيات التي تسمح باستغلالها الاستغلال الأمثل و العمل على تسييرها تسييرا يسمح بخلق مهارات إستراتيجية أو أساسية و التي تعد مفتاح النمو التنافسي، و ذلك من خلال:

- اختيار أفضل الأنماط التنظيمية لتحقيق التعاون و التناسق بين المهارات.
- التشجيع على البناء الجماعي للمهارات لأن المهارات الجماعية هي النواة الأساسية لتميز المؤسسة. (24)
- العمل على تطوير المهارات بتكثيف عمليات التكوين و التعلم.
- ضرورة التركيز على المهارات الجماعية مع عدم إلغاء الاهتمام والاعتراف بالمهارات الفردية لأنها أساس المهارات الجماعية.

إن الاهتمام بالمهارات و تسييرها يساعد على خلق المهارات الإستراتيجية أو الأساسية القادرة على الإبداع، الابتكار و سبق و هو ما يعزز الميزة التنافسية للمؤسسة و يدعم قدراتها التنافسية، و بالتالي فيإمكان المؤسسة الاقتصادية التركيز على اتجاهين، الاتجاه الأول يرتبط بالسبق

في حيازة الموارد النادرة من خلال البحث الحثيث عنها من مصادرها و سبق باقي المؤسسات في استقطابها، أما الاتجاه الثاني فيكون من خلال تركيز بعض المؤسسات على الإنتاج الذاتي أي محاولة المؤسسة إنشاء مهارات إستراتيجية جديدة (Autoproduction) للمهارات انطلاقا من تلك التي تتوفر عليها بالاعتماد خاصة على الأفراد الذين يمتلكون مهارات عالية.

الخاتمة:

إن اشتداد المنافسة بين المؤسسات و اتساع الأسواق وتنامي الطلب على النوعيات الجيدة فرض على المؤسسة تحقيق التميز لمواجهة الهجمات التنافسية والحفاظ على العلاقات مع العملاء وصيانتها، و كانت المهارات الحل الأمثل لتحقيق ذلك.

حيث لم يعد خافيا الدور الكبير الذي تلعبه كعامل حاسم ومهم في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة لخصائصها المنفردة التي اكتسبتها الصدارة ضمن الموارد غير المادية للمؤسسة فهي قادرة على التماشي ومتطلبات الساحة التنافسية التي تفرض قيودا للبقاء من جهة وتنمية القدرات الابتكارية والإبداعية باستمرار من جهة أخرى، والتميز في الأداء لحماية المواقع السوقية لضمان البقاء والاستمرارية في سوق شعاره البقاء للأطول نفسا.

و بالتالي فالمهارات هي الورقة الراجعة للمؤسسة ضمن المتغيرات الحالية إذا ما استغلت

بشكل صحيح.

الهوامش:

- (1) - راوية حسن، "إدارة الموارد البشرية، رؤية مستقبلية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003/2002، ص:8.
- (2) - مصطفى محمد أبو بكر، "الموارد البشرية، مدخل لتحقيق الميزة التنافسية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004/2003، ص:ص: 13،14.
- (3) - فيليب كوتلر، جاري ارسترونج، "أساسيات التسويق"، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2007، ص:434.
- (4) - Michael Porter; "l'avantage concurrentiel; Inber édition; Paris; 1982; p: 55.
- (5) - سمالي بحضيه، سعيدي وصاف، "نحو تسيير استراتيجي للمعرفة و الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، مداخلة في الملتقى الدولي حول المعرفة الركيزة الجديدة و التحدي التنافسي للمؤسسات و الاقتصاديات، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 13/12 نوفمبر 2005، ص: 43.
- (6) - Marc Ingham; "management stratégique et compétitivité"; édition Deboeck; université Bruxelles; 1995; p:53.
- (7) - صالح مهدي العامري، طاهر محسن الغالي، "رأس المال المعرفي : الميزة التنافسية الجديدة لمنظمات الأعمال في ظل الاقتصاد الرقمي"، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لإدارة المعرفة في العالم العربي، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، 26-28 نيسان 2004.
- (8) - بوروبة فهمية، "دور المهارات في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة الصناعية دراسة حالة مؤسسة صناعات الكوابل لبسكرة (EN.I.C.A.B)", مذكرة ماجستير في علوم التسيير غير منشورة، تخصص تسيير المؤسسات الصناعية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة-، 2006/2005، ص: ص: 60،61.
- (9) - عبد الستار العلي، عامر إبراهيم قنديلجي، غسان العمري، "المدخل إلى إدارة المعرفة"، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، الأردن، 2006، ص: 25.
- (10) - قلش عبد الله، "اتجاهات حديثة في الفكر الإداري"، مقالة في مجلة العلوم الإنسانية، السنة الخامسة: العدد 35: خريف 2007، متاح على الموقع: <http://www.ulum.nl>

- (11) -Guy Le Boterf; "construire les compétences individuelles et collectives"; édition d'Organisation; Paris; 2000; p:35.
- (12) - Cécile Déjoux; " les compétences au cœur de l'entreprise"; édition d'Organisation; Paris; 2001; p:141.
- (13) - Philippe Zarifian;" Le modèle de la compétence"; éditions Liaisons; Paris; 2001; p:9.
- (14) - صولح سماح، " دور تسيير الكفاءات في بناء الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب GM Sud بأوماش بسكرة"، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2008/2007، ص، ص: 39، 40.
- (15) - Philippe Zarifian; op.cit; p:9.
- (16) - Ibidem.
- (17) - Guy Le Boterf; op.cit; p:13.
- (18) - بوروبة فهيمة، مرجع سابق، ص: 16.
- (19) - قلش عبد الله، مرجع سابق.
- (20) - Alain Meignant; " ressources; deployer la strategie "; édition d'Organisation; Paris; 1999; p:207.
- (21) -Dimitri Weiss; " les ressources himaines "; les éditions d'Organisation; Paris; 2001; p:388.
- (22) - Guy Le Boterf; " ingenerie et évaluation des compétences "; 4^{ème} édition; édition d'Organisation; Paris; 2002; p:29.
- (23) - Loi Cadin; Francis Guérin; Frédérique Pigeyre; " gestion des ressources humaines: pratique et éléments de théories; édition Dunod; Paris; 2002; p:129.
- (24) - Guy Le Boterf; " ingenerie et évaluation des compétences ";op.cit; p:123.

تموقع المنظمات: بين ضرورة التوجه نحو الابتكار وحتمية تجاوب البيئة التسويقية

أ.مرابطي عبد الغاني - جامعة البويرة

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى محاولة الخوض في المفاهيم المتعلقة بالبيئة التسويقية والابتكار والتموقع، والتعرف أيضا على خيارات التموقع الإستراتيجية في ظل لجوء منظمات الأعمال للتوجه نحو النشاط الابتكاري لإحداث الميزة التنافسية وتفاعل البيئة التسويقية مع هذه المنظمات، حيث أن النجاح التسويقي يعتمد على تطوير المزيج التسويقي الذي يتناسب مع الاتجاهات والتطورات التي تحدث في البيئة التسويقية والتي تشمل على مجموعة القوى الغير المسيطر عليها التي تجعل المؤسسة مضطرة لتكييف مزيجها التسويقي، كما أن مديري التسويق لمنظمات الأعمال يقومون بتحفيز الأنشطة الابتكارية ويحاولون التموقع سوى على مستوى السوق أو العلامة أو المنتج، وقد يختارون إما قبول قوى البيئة كعوامل غير مسيطر عليها تؤثر وتشكل سلوك مؤسساتهم أو يحاولون الاستعداد للتأثير عليها. وقد لمسنا من خلال ما استقيناه من بحثنا هذا هو أنه لا يمكن لأي مؤسسة أن تتموقع مهما مارست نشاطها الابتكاري من غير دراسة البيئة التسويقية التي عادة ما تكون معقدة ومتغيرة، ولهذا فانه ليس من مهمة مديري التسويق في مثل هذه المؤسسات تنمية استراتيجياتهم فقط، بل هم مجبرين على تكييف إستراتيجيتهم التسويقية وتكثيف العمليات الابتكارية وفقا لهذه التغيرات البيئية.

الكلمات المفتاحية: الابتكار، البيئة التسويقية، التموقع، الإستراتيجية.

Abstract:

The study aims to attempt to delve into the concepts related to the environment, innovation and marketing positioning, and try to identify the strategic positioning options in light of the resort business organizations to move towards innovative activity to create competitive advantage and marketing environment interaction with these organizations , Where the success of marketing depends on the marketing mix that fits with the trends and developments that occur in the marketing environment, which includes the non-controlled power group that makes compelled to adapt mix marketing enterprise development, and marketing managers of business organizations are stimulating innovative activities and trying to positioning only on market or brand or product level, and choose to either accept the forces of environmental factors uncontrollably affect and shape the behavior of their institutions or trying to prepare for the impact on them. We have seen through what looked from our research is that it can not be any organization that positioning whatever exercised its innovative is the study of the marketing environment which is usually complex and variable, and that it is not the task of marketing managers in such development institutions strategy only, but they are forced to adapt their marketing strategy and the intensification of innovative processes in accordance with these environmental changes.

Keywords: innovation, marketing environment, positioning, strategic.

مقدمة

لاشك فيه أن البيئة التسويقية تتسم بالتغير باستمرار وعدم الاستقرار رغم أن المؤسسات الرائدة تحاول التأقلم مع البيئة الخارجية وتحاول أيضا أن تكون هي المؤثرة في ذلك، إلا أنه أحيانا تواجه المؤسسات سيطرة كبيرة لمجموعة من العوامل الخارج عن نطاقها ولهذا تصبح هذه الأخيرة مسيطر عليها مما يجبر إدارة التسويق كي تحاول دائما لمواجهة هذه التغيرات التي قد تؤثر على إستراتيجية المؤسسة وعمليات التطوير، فيسعون إلى ملائمة مزيجها التسويقي مع التطورات البيئية المختلفة. ومن الملاحظ أن شركات الأعمال التي تعمل في بيئة متغيرة باستمرار سوف تواجه مجموعة من المخاطر والتهديدات، وتؤكد الدراسات الحديثة على أن التسويق مفتاح النجاح لأي منظمة أعمال ترتبط بدرجات كبيرة بمدى موائمة سياستها مع المتغيرات البيئية المحيطة بها، ولا يتم ذلك

إلا إذا استطاعت إدارة التسويق أن تحلل الفرص والمخاطر المحاطة بها. و للإجابة عن هذه التساؤلات ارتأينا في عملنا هذا التطرق لذلك في المحاور التالية.

محاور البحث

1- أساسيات البيئة التسويقية

2- الابتكار في ظل بيئة تسويقية معقدة

3- خيارات التموقع ومداخل التعامل مع البيئة التسويقية

4- البيئة التسويقية كعنصر أساسي بالنظام المعلومات التسويقي

أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من مجموعة من العناصر نذكر منها:

1_ الدور الذي يلعبه النشاط الابتكاري في تحقيق الأهداف التسويقية للمؤسسة ومحاولة تموقع منظمات الأعمال على جميع المستويات.

2_ الثورة التي عرفتها مختلف المستويات الإدارية في المنظمة بعد تبني مفهوم التسويق الحديث واشتعال المنافسة المحترمة بين منظمات الأعمال من خلال التوجه نحو العمليات الابتكارية.

3_ الدور الذي تلعبه صورة المنظمة في استقطاب اهتمام مختلف المتعاملين والهيئات الضرورية للسير الحسن لنشاط المؤسسة وتوجهها نحو العملية التسويقية في بيئة متشعبة.

4_ نوعية البيانات التي يمكن الحصول عليها من البيئة التسويقية ومدى أهمية دورها في نجاح نظام المعلومات التسويقي فضلا عن أهميتها في تخطيط ومراقبة العمليات التسويقية في المنظمة.

أهداف البحث: تهدف هذه الدراسة لإبراز الأهمية القصوى لدراسة البيئة التسويقية في ظل المفهوم الحديث للتسويق وخيارات التموقع، وفي ظل تنافس المؤسسات لاكتساب الميزة التنافسية من خلال التقنيات الابتكارية اخذين بعين الاعتبار ما يلي:

1_ تعداد وتصنيف مختلف العناصر الجديدة ومكونات البيئة التسويقية والوصول إلى تقييم وتحليل الفرص والتهديدات.

2_ العمل على تكريس الإستراتيجية الابتكارية وتحديد آليات التموقع وكيفية تخطيط والتعامل مع هذه العناصر من أجل بلوغ الأهداف المسطرة.

إشكالية البحث: وعليه نقوم بطرح الإشكالية التالية:

ما هي البيئة التسويقية ؟ وهل هناك إمكانية للتموقع من خلال النشاط الابتكاري في ظل بيئة تسويقية مضطربة؟

لقد قمنا بطرح مجموعة من الإشكاليات الفرعية بما يخدم الإشكالية السابقة، وهي تتمثل فيما يلي:

- 1- ما هي أساسيات البيئة التسويقية ؟ وفي ماذا تتجلى مداخلها ومكوناتها؟
- 2- ما هو المقصود بالابتكار ؟ وهل هناك ضرورات لتحسيد خيارات التموقع في بيئة تسويقية متغيرة ؟

الدراسات السابقة: من بين الدراسات التي عاجلت هذا الموضوع هو:

1- أثر البيئة التسويقية في التخطيط الاستراتيجي للتسويق (بحث تطبيقي في الشركة العامة للصناعات الجلدية) للباحث سناء حسن حلو: مدرس مساعد "هيئة التعليم التقني" معهد الإدارة" الرصافة. هذه الدراسة لم تتناول مكونات البيئة التسويقية بالتحديد والتدقيق، وإنما تطرقت إليها بصفة مختصرة، وفي المقابل، تعرضت هذه الدراسة إلى مختلف الجوانب المتعلقة بالتخطيط الاستراتيجي للتسويق.

2- إدارة الإبداع والابتكار في الميدان التسويقي (ماجستير إدارة الأعمال بكلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا من إعداد الباحث عبد الرحمن دحروج 2009/2008، حيث عاجلت هذه الدراسة المفاهيم الأساسية للإبداع والابتكار في المجال التسويقي ومهارات المبتكرين التسويقيين، حيث تطرق الباحث إلى المناخ المساعد للإبداع والابتكار سوى في بحوث التسويق أو في المزيج التسويقي، وقد توصلت نتائجها إلى أنه ليس بالضرورة أن تطبق الأفكار التي تم التوصل إليها، فما يصلح في مجتمع ما قد لا يصلح في مجتمع آخر، لذلك يجب دراسة الأفكار والاقتراحات التي يتقدم بها المبدعون واختيار منها ما يناسب البيئة الثقافية والاجتماعية المحيطة بالمنظمة حتى لا تكون عرضةً للفشل، فنسبة كبيرة من الأفكار الابتكارية تتعرض للفشل ما لم تتم دراستها بشكل دقيق ومنظم.

3- الابتكار التسويقي وأثره على أداء المؤسسة: دراسة حالة لمؤسسة ملبنة الحصنة بولاية المسيلة- الجزائر للباحث: سليمان محمد 2006-2007 وهي دراسة تدرج ضمن مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص تسويق، حيث تطرقت إلى أنه على المؤسسة الاقتصادية

الجزائرية، ومن خلال ملبنة الحضنة كنموذج تعمل على ابتكار منتجات جديدة من منطلق تسويقي كوسيلة تمكنها من البقاء في الزخم التنافسي الذي أصبح يميز بيئتها لحماية الوضعية السوقية التي تحتلها.

4-النظام التسويقي والبيئة: للأستاذ الدكتور احمد إبراهيم عبد الهادي: تطرقت هذه الدراسة إلى كل من العناصر الأساسية للنظام التسويقي وكذلك مواجهة التهديدات البيئية.

المنهج المستخدم وأدوات الدراسة: تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي ضمن الإطار النظري للدراسة، وقد تم مسح مكتبي لأهم ما يدور حول البيئة التسويقية والابتكار والتموقع.

المحور الأول: أساسيات البيئة التسويقية.

أولاً: مفهوم البيئة التسويقية: في الواقع لا يوجد اتفاق عام حول تعريف محدد للبيئة، وهذا يعكس في الواقع وجهة نظر القائم بالتحليل أو الدراسة، ووفقاً للأهداف التي يسعى لتحقيقها من خلال البحث، ولهذا سنستعرض بعض التعاريف التي تناولت دراسة البيئة وتعريفها (كورتل، 2010: 07). فالبيئة التسويقية هي تلك العناصر والمتغيرات السياسية والثقافية والاقتصادية والتنافسية وكذا ظروف وإمكانيات العمل الداخلية التي تؤثر بشكل مباشر على مستوى كفاءة العمليات التسويقية لمنظمات الأعمال.

كما يمكن تعريف البيئة التسويقية على أنها " كافة القوى الموجودة داخل المنظمة وفي المحيط الخارجي الذي تزاوّل فيه أعمالها وتؤثر على القدرة التسويقية للمنظمة ومدى فاعلية الإدارة في اتخاذ قرارات ناجحة بشأن بناء وتطوير علاقات ناجحة مع السوق كما أنها تتضمن عناصر دفع للمنظمة أو عناصر تعطيل وإعاقة لمسيرتها" (معلا، 2003: 31). و تعرف حسب Kotler على أنها " مجموعة القوى الخارجية التي تؤثر في قدرة الإدارة التسويقية في التطوير والحفاظ على عمليات التبادل مع عملائها المستهدفين (Kotler, 2000: 08)، حيث يركز التعريف على العناصر والمتغيرات البيئية المختلفة التي تؤثر مباشرة على الأنشطة التسويقية للمؤسسة وفعاليتها والتي تكون لها علاقة مباشرة على نشاطات المؤسسة والتي تؤثر على فاعلية الإدارة في اتخاذ القرارات.

فمن خلال التعريفين السابقين يتبين لنا بأن البيئة ما هي إلا عبارة عن مجموعة من العوامل الغير متحكم فيها والتي لها تأثير على نشاطات المؤسسة، ومن الضروري التعامل والاستجابة مع هذه

المتغيرات أو التعامل بجزر ووضع خطط و برامج لذلك.ومن وجهة نظر البروفسور حبيب الله التركستاني من جامعة الملك عبد العزيز: "تعتبر أي شركة أو مؤسسة نظاما مفتوحا يؤثر ويتأثر بالبيئة التي تعمل فيها الشركة وتحقق أهدافها على ضوء مدى التأثير الذي يحدثه التفاعل بين الجانبين" (التركستاني، 2013: 02) ونظرا لأهمية البيئة التسويقية يمكن القول بان البيئة التسويقية هي تلك العناصر والقوى التي تقع داخل أو خارج الشركة ولها تأثير على ضمان قدرتها في المنافسة وعلى رسم وتنفيذ سياساتها وإستراتيجيتها التسويقية.

ثانيا: خصائص البيئة التسويقية: هناك العديد من الخصائص التي تتسم بها البيئة التسويقية ويتفاوت تأثير وأهمية هذه الخصائص من مجتمع لآخر حسب ظروفه ويمكن استعراض تلك الخصائص على النحو التالي (محمود وحسين، 1995).

1- حرية المستهلك في الاختيار: يتمتع المستهلك بحرية اختيار الطريقة التي ينفق بها دخله من حيث نوع السلع والخدمات التي يشتريها، ووقت ومكان شرائها.

2- المنافسة: تتفاوت درجة المنافسة التي تتعرض لها مشروعات الأعمال من مجتمع لآخر فالمنافسة لها مزايا عديدة منها: تحسين الكفاءة، محو الإسراف، عدم رفع الأسعار وترويج الابتكارات وتقديم منتجات جديدة، وتقديم خدمات أفضل للمستهلك.

3- وجود دافع الربح: يمثل الربح الدافع الأساسي لمشروعات الأعمال الخاصة، أما المشروعات العامة فتسعى لتحقيق أهداف قومية لها أولوية ولكن هذا لا يعني إسقاط دافع الربح من بين أهداف المشروع العام ويعني وجود دافع الربح مع درجة من المنافسة.

4- التدخل الحكومي: أصبح التدخل الحكومي حقيقة واقعة حتى في الدول الرأسمالية ويأخذ هذا التدخل صورا مختلفة مثل تحديد مجالات الاستثمار، وتنظيم الاستيراد والتصدير، وممارسة الحكومة هذا التدخل بواسطة طرق مختلفة مثل القوانين والتشريعات والسياسة الضريبية والسياسة النقدية... الخ.

ثالثا: تصنيف البيئة التسويقية وأهميتها

1- تصنيف البيئة التسويقية: أما بخصوص وجهة نظر البروفسور حبيب الله التركستاني في تصنيف البيئة التسويقية فإنها تصنف كالآتي: (التركستاني، 2013: 02)

البيئة التسويقية من حيث المصدر: وتشكل ثلاثة مصادر البيئة الداخلية، الخارجية، البيئة العامة البيئة التسويقية من حيث السيطرة: وتنقسم إلى ثلاثة عوامل يمكن السيطرة عليها بدرجة كبيرة، عوامل يمكن السيطرة عليها بدرجة قليلة وبطريقة غير مباشرة، عوامل لا يمكن السيطرة عليها. البيئة التسويقية من حيث التأثير: يمكن تقسيمها إلى نوعين: عوامل جزئية: مثل الموردین الوسطاء والمنافسين والعملاء وعوامل كلية: تشمل العوامل الاقتصادية والسياسية والتنافسية والتكنولوجية والطبيعية.

رابعا: مكونات البيئة التسويقية

1- البيئة التسويقية الجزئية: تتكون البيئة التسويقية من عنصرين أساسيين:

1-1 البيئة التسويقية الصغيرة: أو قد تسمى البيئة المباشرة للشركة وهي تتمثل في العاملين في الشركة وقنوات التوزيع للشركة وأسواق العملاء والمنافسين والجمهور، وقد تسمى كذلك في بعض المراجع بالبيئة الخاصة.

البيئة الخاصة: هي القوى القريبة للمنشأة والمؤثرة على قدرة المنشأة في خدمة عملاءها.

مكونات البيئة الخاصة: المنشأة - الجمهور - العملاء - المنافسون - الموردون - الوسطاء.

أما بالنسبة للبيئة الداخلية للمنشأة فهي المجالات الوظيفية مثل الإدارة العليا، المالية، التصنيع.... الخ.

1-2 البيئة التسويقية الكبيرة: تتكون من قوى المجتمع الكبيرة التي تؤثر في أعمال الشركة وتتكون من البيئة الديمغرافية والاقتصادية والطبيعية والتكنولوجية والسياسية (هاني، 2008: 110).

أ: الشركة أو (المؤسسة): ربما يكون العامل الأكثر أهمية في نجاح خطة التسويق هو المواقف والمصادقية في الشركة، ويعني ذلك اهتمام ومشاركة كل موظف في الشركة، حيث يجب على الإدارة العليا أن تأخذ التسويق كإستراتيجية لتحقيق أهداف وغايات الشركة، وتضمن هذه الفكرة في صياغة رسالة الشركة ونشرها. وتعتبر مفاهيم التوجه نحو التغيير والتركيز على خدمة الزبون مهمة للغاية خاصة بالنسبة للموظفين الذين يتعاملون مباشرة مع الزبائن، حيث تؤدي هذه التفاعلات الشخصية إلى تقوية وضع الشركة في مواجهة المنافسة (Arab British

Academy.2012;01)

ب: الموردون: هم الأفراد والمؤسسات الذين يقومون بتزويد المؤسسة بمستلزمات أعمالها من موارد وتجهيزات وغير ذلك مما يلزم إنتاج وتجهيز السلع أو الخدمات المنتجة وعلى المؤسسة أن تقوم بدراسة الموردين الذين يشكلون الشركات والأشخاص حيث يزودون المؤسسة بالمنتجات وأية خدمات مرافقة للمنتجات. (كورتل، لحر، 2011: 8). وبصيغة أخرى فالموردين هم عبارة عن مختلف مصادر مدخلات المنظمة من مواد أولية ومعدات طاقوية ومختلف الخدمات والتجهيزات ومستلزمات العملية الإنتاجية، ونجاح المنظمة مرهون على مدى حسن علاقتها مع الموردين. فمن المهم تحليل المزودون وتحليل نوعية العقود بين الشركة وبينهم، فالمؤسسات الكبيرة تمتلك قوة تفاوضية نظرا لحجم المشتريات، ويسمى هذا الموضوع اقتصاديات التدرج، كما يمكن أن يكون حافزا قويا للتعاون الإقليمي.

ج: المنافسون: تفرض الأسواق الحالية على مؤسسة الأعمال منافسة شديدة في مجال أو أكثر من مجالات النشاط التي تزاولها، والمؤسسات الناجحة هي التي تكون اقدر من غيرها على تلبية حاجات المستهلكين ورغباتهم، وتبني استراتيجيات تسويقية أكثر فعالية من تلك التي يتبناها المنافسون في التعامل مع نفس جمهور المستهلكين.

د- الجمهور والوسطاء والعملاء

- **الجمهور العام:** الجمهور العام للمؤسسة هو مجموعة الأفراد والمؤسسات الذين تكون لهم مصلحة حقيقية أو محتملة في نجاح المؤسسة وقدرتها على تحقيق أهدافها ويضم الجمهور العام مجموعات متعددة من الفئات تشمل: الجمهور المالي (البنوك، ومؤسسات الإقراض والمساهمون)، الجمهور الإعلامي (الصحف، الجلات)، الجمهور الحكومي، منظمات حماية المستهلك وجماعات حماية البيئة وهم عامة الجمهور والجمهور الداخلي (الموظفون).

- **الوسطاء:** مساعدة المنشأة على ترويج، بيع، وتوزيع سلعتها للمشتري النهائي.

- **العملاء:** هم الذين يشترون سلع وخدمات المنشأة.

2- البيئة التسويقية الكلية

2-1- دراسة البيئة الخارجية غير المباشرة: تضم البيئة الخارجية غير المباشرة مجموعة من العوامل المؤثرة على المنظمة بصورة غير مباشرة وفي المقابل لا تستطيع المنظمة التأثير عليها، ولذلك فعلى المنظمات أن تحتاط لمتغيرات هذه البيئة والتكيف معها، وتقع عوامل البيئة الخارجية غير

المباشرة خارج حدود المنظمة ونطاق رقابتها، كما أنها لا تقتصر على العوامل المحلية فقط بل تتعداها إلى العوامل الدولية خاصة وأن العالم اليوم أصبح قرية صغيرة بفضل التطور الهائل في مجال الاتصالات (الإنترنت)، وتمثل هذه العوامل في العوامل الاقتصادية، السياسية، القانونية، التكنولوجية، الاجتماعية والثقافية، وأخيرا العوامل الدولية.

إن عناصر البيئة الخارجية: تتشكل من الفرص والتهديدات على المؤسسة، وما عليها إلا أن تراقب بعناية وحذر للاستجابة لتلك القوى والتي تتمثل في:

2-1-1 القوى التنافسية: تعتبر المنافسة من أهم عناصر البيئة الكلية وتعرف المنافسة بأنها العملية المتفاعلة التي تحدث في السوق بين المؤسسات المختلفة المتنافسة للوصول إلى نفس الزبائن في محاولاتهم لزيادة المبيعات، وزيادة الحصة السوقية، وبالتالي تحقيق ربح أكبر لذا فان القرارات التسويقية التي تتخذها مؤسسة ما تسعى من خلالها للتأثير على استجابات المستهلك في السوق، فهي إذن تؤثر على استراتيجيات التسويق للمنافسين، ويجب على رجال التسويق أن يراقبوا وباستمرار أنشطة تسويق المنافسين مثل منتجاتهم وذلك بشراء منتجات بعض المنافسين ودراساتها جيدا، قنوات توزيعهم، أسعارهم وجهودهم الترويجية.

أ- المكونات الأساسية للمنافسة: لا بد على المؤسسة أن تأخذ بعين الاعتبار تلك العوامل التي تدفع الشركات للمنافسة، فعملية المسح البيئي تستلزم من الشركات النظر إلى هذه العوامل لأنها ذات صلة بالقرارات الخاصة بعناصر المزيج التسويقي للشركة، كما يمكن استخدامها لاستحداث حواجز ومعوقات لدخول منافسين جدد. وتمثل هذه العوامل في العناصر التالية: الداخولون الجدد والقوى التفاوضية للمشتريين والموردين وكذلك المنافسون الحاليون والمنافسون للمنتجات البديلة .

2-1-2- العوامل السياسية والقانونية والديموغرافية

أ- العوامل السياسية والقانونية : ويقصد بالبيئة السياسية والقانونية مجموعة القواعد والنظم والتشريعات التي تؤثر على سلوك الأفراد والمنظمات في مجتمع معين. ترتبط هذه العوامل بالنظام السياسي للدولة، والتي تتمثل في القوانين والتشريعات والأنظمة التي تسنها الدولة، مما يتطلب تنظيم الأنشطة والفعاليات المختلفة التي تتم في نطاق حدودها، ولما كان التسويق هو أحد هذه الأنشطة فانه سيتأثر بالتأكيد بالقوانين والتشريعات التي يحددها النظام السياسي القائم. وتؤثر

البيئة السياسية والقانونية السائدة في دولة ما على تكوين الشركات وتنظيمها وإدارتها بالإضافة إلى طبيعة المنافسة بينها.

ب- العوامل الديموغرافية: ويقصد بها خصائص السكان من ناحية العمر، الجنس، الدخل، التعليم، المهنة، الموقع... الخ. ومن أهم الاتجاهات الديموغرافية هي النمو السكاني، التركيبة العمرية للسكان، مستويات التعليم، تركيبة الأسرة، التحولات الجغرافية للسكان، التحول من السوق الشامل إلى الأسواق المجزئة، فعلى سبيل المثال تؤثر التركيبة العمرية للسكان بخلق فرص تسويقية لبعض المنتجات دون غيرها، فالمجتمع الفتى كالمجتمع السعودي يزيد فيه الطلب على المنتجات الخاصة بالمواليد والأطفال في المقابل نجد مجتمع كالمجتمع الألماني والذي يوصف بـ "مجتمع هرم" حيث غالبية السكان من كبار السن. كما انه ينبغي على البنك مثلا كمؤسسة تجارية كذلك أن يأخذ في الحسبان عند رسم الاستراتيجيات والسياسات التسويقية الاتجاهات والتغيرات المتوقعة في الظروف الديمغرافية فيما يتعلق بمعدلات المواليد، حجم السكان وكافة الخصائص الديمغرافية. ولا شك أن دراسة هذه العوامل له دلالات تسويقية بالنسبة لنشاط البنك حيث تظهر أهمية اتجاهات العملاء نحو الادخار والصراف والاقتراض في التأثير على النشاط التسويقي للبنك (بازرة، 1988: 20).

2-1-3- العوامل الاقتصادية والثقافية والاجتماعية

أ- العوامل الاقتصادية: تلعب الحالة الاقتصادية التي تسود السوق (كساد، رواج، تضخم) دورا في تحديد كثير من القرارات التسويقية، فمثلا يعد التدخل القومي محل عوامل اقتصادية التي يجب أن تأخذ في الحسبان عند تقرير السياسة السعرية في المؤسسة وأيضا يمكن إجمال هذه العوامل الاقتصادية والمتغيرات التي تؤثر على المؤسسات وأدائها التسويقي في الدخل ومستويات الأسعار والتضخم، الادخار، الاقتراض والبطالة. الخ (حسن حلو، 2009: 105).

من خلال ما سبق يتبين لنا مدى أهمية دراسة البيئة المحيطة بالمؤسسة سواء كانت بيئة كلية والتي تتعلق بالإطار الكلي الذي يجمع الاتجاهات الكبرى أو بعبارة أخرى تتعلق بالعوامل التي تكون لها علاقة غير مباشرة بالمؤسسة، أو كانت جزئية والتي لها علاقة مباشرة بالمؤسسة. فالعوامل الاقتصادية هي مؤشرات تتصل بمخطط التنمية الوطنية وبالأخص تطوير البنى الارتكازية للاقتصاد، معدل النمو الاقتصادي، معدل الدخل القومي، الناتج القومي الإجمالي، متوسط دخل الفرد،

الميزان التجاري، ميزان المدفوعات، هيكل الاستثمارات المحلية والأجنبية، نضيف أيضا أسعار المواد الأولية المصدرة، والطاقة بالنسبة للدول النفطية.

ومن أهم العوامل الاقتصادية التي لها تأثير على الأداء التسويقي للمنظمة هي الدخل وكذلك مستويات الأسعار والتضخم، وبخصوص هذا العنصر فان نظام المعلومات بصفة عامة يركز على البيانات التي يستمدّها من البيئتين، وهذا لتزويد إدارة التسويق بالمعلومات الكافية لاتخاذ قرارات تسويقية مناسبة ورشيدة

ب- العوامل الثقافية: تتكون البيئة الثقافية من كافة المؤسسات والقوى التي تؤثر على القيم الأساسية للمجتمع، وإدراكات أفرادها، تفضيلاتهم وسلوكهم، والمعروف أن الأفراد ينشئون في مجتمعات تؤثر في تشكيل وصياغة معتقداتهم وقيمهم وطرق تفكيرهم (معلا، 2003: 43).

ج- العوامل الاجتماعية: هي تلك القوى البيئية ذات الطابع الاجتماعي والتي لها تأثير على المنظمات وتتكون البيئة الاجتماعية من مجموعة الأفراد لهم قيم وتقاليد (Pitts, David, 1996: 17). ويمكن تعريف العوامل الاجتماعية على أنها: " تلك القيم الاجتماعية السائدة، التقاليد والأعراف الاجتماعية، القيم المؤثرة في المدينة والريف والمعطيات الناتجة عن تحليل البيئة الاجتماعية وعناصرها الثابتة والمتغيرة ومشاكل المتغير الاجتماعي، ودوافع وحوافز السلوك الاجتماعي "

2-1-4- العوامل السياسية والقانونية

أ-العوامل السياسية: تعتبر البيئة السياسية من العناصر الهامة ذات التأثير الكبير في تصميم الإستراتيجية، وتتكون هذه البيئة من مؤسسات النظام الحكومي وسياسات الدول المالية والنقدية والخارجية وسياسات الدول المتعلقة بالاستثمار الخارجي، كما تشمل أيضا التشريعات والقدرات الإدارية وآراء الحُكْماء والـلـوائـح والإجـراءات إن المنظمات لا تعمل في معزل عن تأثيرات مختلف القوى السياسية القانونية للدولة والمنظمات كبيرة الحجم معنية أكثر بهذا الأمر، وفيما يخص العوامل السياسية فنجد مثلا قرارات سياسية كحضر استيراد بعض المنتجات الأجنبية والتي ينتج عنها توسيع في الطاقة الإنتاجية للمنظمات المحلية وبالتالي زيادة منتجاتها لعدم وجود منافسة أجنبية، لكن لا تخلو هذه القرارات من السلبيات كصعوبة الحصول على مدخلات العمليات الإنتاجية المتوفرة في بلدان أجنبية (المعاملة بالمثل من

طرف الدول الأجنبية). كما نجد القدرات المتعلقة بزيادة نسبة الضرائب والرسوم المفروضة على بعض الواردات وبالتالي ارتفاع تكاليف العملية الإنتاجية للمنظمة، فضلا عن عوامل سياسية تتعلق بتشجيع المستثمرين ورجال الأعمال على إنشاء منظمات جديدة وذلك بالإعفاء من الضرائب لمدة معينة، وتسهيل الحصول على موارد الإنتاج وغيرها من الامتيازات، ولعل العامل الأهم والأكثر تأثيرا ضمن البيئة السياسية هو عامل عدم الاستقرار السياسي، وتمثل في الاختلاف في عناصر البيئة السياسية والقانونية من حيث عدم قدرة النظام السياسي على تحقيق التحولات بانتظام وبصفة عادية وسليمة، وهذا بسبب التغيير السريع في الحكومات وفشلها في تحقيق نتائج مرضية للمجتمع، هذا الأخير يجب على الحكومة امتصاص غضبه، هذه المؤشرات وغيرها تجعل بيئة الأعمال بيئة مخاطر وعدم التأكد والخوف بالنسبة للمستثمرين، وبالتالي تهبط من عزائمهم وقراراتهم حول الاستثمار في ظل هذه الظروف، كما أن التخطيط الحكومي يكون قصير المدى وغير مستدام مما يجعل المستقبل مجهولا أمام رجال الأعمال هذا من جهة، والتمرد والعصيان والتخريب والسلب والسطو من طرف فئات المجتمع.

ب- العوامل القانونية: أما فيما يخص العوامل القانونية فتتعلق بتلك القوانين المؤثرة بصفة مباشرة على عمل المنظمة، حيث نجد القوانين المتعلقة بالبيئة من حيث الحفاظ على نظافتها والحفاظ عليها من التلوث والاستغلال اللاعقلاني للموارد المحلوبة من الطبيعة، كما نجد القوانين المتعلقة بتنظيم العلاقات بين ملاك المنظمات والعاملين فيها بين المنظمة وأفراد المجتمع، وبين المنظمة والدولة.

فأما فيما يخص علاقات ملاك المنظمات بالعاملين فيها، فهناك القوانين والتشريعات التي توفر الحماية القانونية لهؤلاء العاملين من تعسف الملاك وضمان حقوقهم، كما توضح وتحدد وصاياات العاملين اتجاه المنظمة، وفيما يخص علاقات المنظمة بأفراد المجتمع فنجد القوانين الخاصة بحماية المستهلك من مختلف التصرفات الخاطئة لبعض المنظمات كالغش التجاري وتقديم منتجات تضر بصحة المستهلك، أما القوانين المتعلقة بتنظيم علاقة المنظمة بالدولة فهي تلك المرتبطة بالنظام الاقتصادي ككل مثل قوانين إنشاء المنظمات، القوانين المرتبطة بتنظيم العمليات التجارية داخل الدولة، القوانين الخاصة بمنع الأداء الإداري الفاسد في المنظمات... الخ.

2-1-5- العوامل التكنولوجية: إن التغيير السريع في التكنولوجيا يؤدي إلى ضرورة أن تبقى

المنظمة على المستوى المطلوب من حيث الحصول على التكنولوجيا الجديدة لتستطيع الإبقاء على

وضعها التنافسي (القطامي، 1996: 63). إن التقدم التكنولوجي يمثل إحدى القوى الرئيسية المحددة لنمط حياتنا، ويعد التسويق من أكثر المجالات تأثرا بالإنجازات العلمية وهذا لما تنطوي عليه هذه الإنجازات والابتكارات والتطورات، فتؤثر بشكل مباشر على تحسين وتطوير السلع والخدمات الحالية وابتكار منتجات جديدة، وما توفره من فرص تسويقية كثيرة (كورتل، 2010: 14).

وأخيرا يمكن القول بأن بقاء المنظمة مرهون بمدى قدرتها على استعمال التكنولوجيا المتطورة والابتكار والتجديد وحسب " بورتر " فالتكنولوجيا تعتبر من أهم العوامل المحددة للكفاءة التنافسية، وذلك لما لها من آثار على التكاليف وعلى السعر وعلى صورة المؤسسة. إذن العوامل التكنولوجية يمكن لها أن تؤثر على الوضعية التنافسية للمؤسسة، تركيبة قطاع النشاط، الرصيد التكنولوجي، التكنولوجيا المتطورة الحديثة.

1-7 العوامل التقنية: كما يؤثر التغيير التكنولوجي في عدة جوانب أهمها (محمد، 1998: 98): تأثير التغيير التكنولوجي على الطلب، تأثير التغييرات التكنولوجية على العمليات الإنتاجية، تأثير التغيير السريع في التكنولوجيا.

2-1-6-العوامل الدولية والطبيعية:(البيئة الطبيعية)

أ:عوامل البيئة الطبيعية: من أبرز العوامل المؤثرة على البيئة الطبيعية هو تغير دور الحكومات في حماية البيئة، نقص المادة الخام، ارتفاع تكاليف الطاقة وارتفاع مستويات التلوث.

ب:العوامل الدولية: نعني بالعوامل الدولية تلك القوى والمؤثرات الناتجة عن العلاقات والتصرفات التي تقوم بها الدول كالتركيز على حماية الصناعات المحلية ومنع الاستثمارات الأجنبية من الدخول، محاولة الحصول على مركز تنافسي دولي جيد وكذا حصة سوقية كبيرة وهذا من خلال زيادة التمويل للصناعات المحلية، وهناك عوامل كثيرة ومختلفة والتي تتمحور أساسا على ثلاث عوامل هي الاختلافات الحضارية بين الدول، والعلاقات على مستوى الدول فضلا التجمعات الاقتصادية.

المحور الثاني:الابتكار في ظل بيئة تسويقية معقدة

أولا:النشاط الابتكاري

1- مفهوم الابتكار: حسب راوية حسن ترى بأن الابتكار "هو تنمية وتطبيق الأفكار الجديدة في المؤسسة، وهنا كلمة تنمية شاملة فهي تغطي كل شيء من الفكرة الجديدة إلى إدراك الفكرة

إلى جلبها إلى المنظمة ثم تطبيقها" (حسن: 2001، 393)، أما محمد أحمد عبد الجواد يرى بأن "الابتكار هو القدرة على الاختراع" (عبد الجواد، 2000: 12). وهو أيضا: "قدرة الشركة على التوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق" (نجم عبود، 2003: 22). ويعني هذا التعريف أن تكون المؤسسة الابتكارية هي الأولى بالمقارنة مع المنافسين في التوصل إلى الفكرة الجديدة أو المفهوم الجديد، والأولى في التوصل إلى المنتج الجديد والأولى في الوصول إلى السوق. حيث يؤكد أيضا على أن الابتكار هو:

- قدرة الشركة في حالي الفرد المبتكر العامل في المؤسسة أو تداؤب أفرادها كفريق.

- ما هو الجديد وهذا هو جوهر الابتكار بوصفه توليفة جديدة لما هو موجود أو كشفا جديدا غير مسبق.

- يضيف قيمة، أي أن ما هو جديد يكون أكثر قدرة على معالجة المشكلة لم تحل حتى الآن أو تقديم معالجة أفضل من معالجة سابقة.

- أن يكون هذا الابتكار أفضل مما يقدمه المنافسين.

- الابتكار قائم على الزمن بالوصول الأسرع من المنافسين إلى السوق وهذا ما يقلص دورة حياة المنتج.

ومن بين العوامل التي جعلت من الابتكار ذو أهمية خاصة أكثر من أي وقت مضى ومن بين هذه العوامل: (سليماني، 2007: 33): ازدياد المنافسة بين المؤسسات و كبر حجم منظمات الأعمال فضلا عن ارتفاع توقعات المستهلكين و نقص الموارد مع تزايد الطلب على الأفكار الجديدة.

2- أنواع الابتكار: لقد قدمت تصنيفات عديدة للابتكار، وذلك حسب خصائص أو طبيعة أو مجال الابتكار أو دلالاته المختلفة بوصفه ظاهرة معقدة المضامين وواسعة الأبعاد، ومن بين هذه التصنيفات، تصنيف (ستيوارت) نحيث يصنف الابتكار إلى ثلاثة أنواع :

أ- ابتكارات كبيرة: وتتعلق بالسلع الجديدة أو التقنية والتكنولوجية التي من شأنها إحداث تغييرات كبيرة.

ب-ابتكارات أساسية: تتمثل في تطبيق الابتكارات الجزئية التي يتم توحيدها ودمجها في صناعة معينة (الدارات المتكاملة في صناعة الإلكترونيات)

ج-ابتكارات التحسين: ترتبط بالتطور التكنولوجي في مجال معين والتحسينات المختلفة للمنتج أو مكوناته.

3- الابتكار، البيئة التسويقية والتنمية: إن النظرة إلى الابتكار قد تغيرت كثيرا في وقتنا الحاضر على مستوى المؤسسات وأيضا على مستوى الدول، فقد أصبح الابتكار معيارا يحدد على ضوءه درجة تقدم الدول والأمم وقياسها، بل أكثر من ذلك أصبح ينظر إليه على أنه مصدر لتحقيق الثروة وعامل مهم في دفع عجلة التنمية في بيئة تسويقية معقدة على جميع الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية، سوى في الريف أو في القرية أو في المدينة، فعلى سبيل المثال ابتكار طريقة جديدة تمكن من زيادة إنتاجية عوامل الإنتاج في الدول النامية بنسبة أقل من واحد في المائة، قد تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي لهذه الدول بقدر أكبر مما يسهم فيه رأسمال إضافي مقداره 100 بليون دولار ، فالإستراتيجية الجيدة المبتكرة مع التنفيذ الجيد أفضل من مجرد تحويل الموارد. ومن جهة أخرى فإن الابتكار أصبح أحد المؤشرات الهامة التي تساعد إلى حد كبير في الاستدلال على مدى تقدم المنظمات والإدارات المحلية، وبصفة عامة فإن ما يلاحظ اليوم على ما تبذله الشركات المعاصرة من مجهودات على أنشطة البحث والتطوير والتي قد تكلفها مبالغ كبيرة وقد تدوم للسنوات طويلة بالرغم من مخاطرة عالية بسبب ارتفاع معدلات فشل الابتكار خاصة من الناحية التجارية داخل السوق في بيئة تسويقية شديدة التنافس، لدليل على إدراك أهمية الابتكار من طرف هذه المؤسسات.

ويمكن أن نلخص أهمية الابتكار في أنه : (أحمد سيد، 2002:260)

- ينمي ويراكم المهارات الشخصية في التفكير والتفاعل الجماعي من خلال فرق العصف الذهني.
- يزيد من جودة القرارات التي تصنع لمعالجة المشكلات على مستوى المنظمة أو على مستوى قطاعها وإدارتها، في المجالات المختلفة الفنية والمالية والتسويقية وتلك الخاصة ببيئة العمل الاجتماعية.

- يحسن من جودة المنتجات.

-يساعد على تقليل الفترة بين تقديم منتج جديد وآخر مما يساهم في تمييز المنظمة من حيث التنافس بالوقت.

-يساعد على خلق وتعزيز القدرة التنافسية للمنظمة.

-يساعد على إيجاد سبل لتفعيل وزيادة حجم المبيعات.

-يساعد على خلق وتعزيز صورة ذهنية طيبة عن المؤسسة لدى عملائها.

بالإضافة إلى ذلك فإن تقديم المؤسسة للابتكار لم يسبقها إليه أحد من قبل قد يسمح لها باحتكار

جزئي ومؤقت للسوق وذلك حسب درجة كثافة الابتكار.

ثانياً: الابتكار التسويقي كتوجه جديد في المؤسسة: من الملاحظ أن مفهوم الابتكار Innovation Concept الذي سبق ذكره هو مفهوم واسع وشامل لا يقتصر على الابتكار المادي المرتبط بالسلعة أو الخصائص والمكونات المادية أو الجانب التكنولوجي بل يتعداه إلى كل ما هو جديد ومتفرد . ويذكر الباحث (Deven,1985) عدة أشكال من الابتكار ، منها، الابتكار التقني Technical Innovation والذي يركز على الجانب التكنولوجي والاختراعات، وهناك الابتكار في مجال المنتج Product Innovation والذي يهدف إلى التجديد والتطوير للمنتجات ، كذلك الابتكار في العمليات Process Innovation وطرق المعالجة التي تعتمد عليها المنشآت ، ويضيف أيضاً الابتكار الإداري Administative Innovation الذي يشمل كافة أعمال الإدارة وأوجه العملية الإدارية والوظيفية للمنظمة كالمالية والتسويق والأفراد وغيرها.

إن الابتكار التسويقي يركز على النشاط التسويقي وأساليب العمل التسويقي ولا سيما ما يتصل بعناصر المزيج التسويقي وما تقوم به المنظمة من أساليب وطرق وإجراءات او استخدام معدات والآلات تساهم في خلق حالة جديدة تسويقياً سواء في مجال المنتج أم التوزيع أم الترويج وهكذا. إن استحداث طريقة جديدة في تقديم الخدمة هو ابتكار تسويقي ، توزيع المنتج بطريقة آلية هو ابتكار تسويقي ، ابتداء طريقة تسعير تعزز القيمة هو ابتكار تسويقي ، كذلك ابتكار طريقة للاتصال الترويجي من خلال الحفلات الخاصة لعينة من الزبائن هو ابتكار تسويقي ، وهكذا فإن أي فعل مميز ومتفرد في مجال التسويق يجعل المنظمة مختلفة عن الآخرين في السوق يدخل في مجال الابتكار التسويقي.

المحور الثالث: التموقع ومداخل التعامل مع البيئة التسويقية

أولا: التموقع كخيار استراتيجي في قلب البيئة التسويقية

1- التجزئة السوقية: تعتبر عملية التجزئة السوقية من أهم الخطوات المتعلقة بالتسويق الاستراتيجي، كما أنها أداة البحث عن المزايا التنافسية الكامنة وراء اكتشاف الفرص التسويقية في السوق و التي تمهد فيما بعد لعملية اختبار و تقييم مردودية كل قطاع أو استهداف القطاعات الأكثر ربحية، ليختار بذلك التموقع الذي ترغب فيه المؤسسة و الذي على أساسه تحدد المؤسسة مختلف الأبعاد التي من خلالها تميز عروضها السوقية أو علامتها في أذهان المستهلكين (موفوق، 2011: 04)

و يرى فيليب كوتلر أن عملية تجزئة السوق هي "تقسيم السوق إلى مجموعات صغيرة من المشترين والذين لديهم نفس الحاجات أو الخصائص، أو سلوكيات مميزة، والذين من الممكن أن يتطلب أمرهم إلى منتجات مستقلة"، كما تم تعريفها أيضا "تجزئة السوق هي تقسيم السوق إلى مجموعات مختلفة من الزبائن الذين لهم نفس الرغبات الواضحة والمتشابهة من السلع والخدمات" (Paul et autres, 2008 ; 207)

2- ضرورة التوجه نحو التموقع في ظل بيئة تسويقية معقدة: قبل الخوض في هذا العنصر يجب توضيح أن بعد الانتهاء من عملية التجزئة السوقية تأتي المرحلة الثانية ألا وهي مرحلة الاستهداف التي من خلالها تتموقع المؤسسة. وانطلاقا من هذا المدخل فان العمليات التسويقية تمر بعدة مراحل وسميت أيضا بالخطوات والعمليات الخاصة بالتجزئة السوقية (Kotler et :2006 , 299)

autres وهو التعريف بالقطاعات

-دراسة مختلف القطاعات-تقييم مختلف القطاعات - اختيار الهدف-اختيار التموقع- تحضير المزيج التسويقي.

3- التموقع كخيار استراتيجي

التموقع هو "خيار استراتيجي الذي يبحث لإعطاء عرض) منتج-علامة أو مؤشر (وضعية ذات مصداقية، مميزة وحداية على مستوى السوق و في أذهان المستهلكين " (2006,677): **Lendrevie et autres**) كما يراه "Durafour" أن التموقع هو "المكان الذي يشغله المنتج أو الخدمة العلامة أو المؤسسة في ذهن المستهلك بغض النظر عن جودتها الحقيقية و من هذا المنطلق فهو دائما إرباك، ولكن في الكثير من الأحيان يحدد عن طريق الاختيار الذي تقوم به المؤسسة والتي يمكن أيضا أن تقوم ببناءه (27: Daniel, 2000)

التموقع كخيار: الفكرة هنا هو العمل خاصة على زوج جنريك) عرض-سوق (و يميل إلى بعض التجزئات المستهدفة و يتحدد التموقع من خلال الوصول إلى مزيج تسويقي.

4- المثلث الذهبي للتموقع وأبعاده: لاختيار المواصفات المميزة و التي تساهم في خدمة أسس التموقع الخاص بالعرض السوقي على رجال التسويق الأخذ بعين الاعتبار ثلاثة عوامل رئيسية هي: توقعات جمهور المستهلكين معا لأخذ بعين الاعتبار الخدمة أو المنتج المقدم، التموقع الحالي للمنافس مقارنة مع هذه التوقعات وأخيرا الفرص المحتملة والممكنة للخدمة. هذه العوامل الثلاثة يطلق عليها اسم) المثلث الذهبي المحدد للتموقع (وهو أداة ناجحة تسمح بالإجابة على الأسئلة التالية) موفق، 2011، 46) - هل التموقع المختار يستجيب إلى التوقعات الخاصة بالمستهلكين المستهدفين؟

- هل يتناسب هذا التموقع مع الفرص المرتبطة بالعرض المقدم؟

- هل التموقع المختار سيسمح للمؤسسة بالتميز عن منافسيها؟

5- المحاور الممكنة للتموقع: وتسمى أيضا في بعض المراجع بجوانب التموقع وهي عديدة: (49; mohaream, 2006)

أ-تموقع المنتج(الخدمة): المؤسسة تحاول الوصول للشهرة من خلال السعر والتقنيات العالية وكذلك جودة العروض. وهنا المؤسسة تكون قد جربت كل خدماتها المقدمة لجميع فئات الزبائن،

إذن فالمؤسسة تحاول تمييز خدماتها من خلال الخصائص التكنولوجية وكذلك السعر والجودة وقنوات التوزيع والغرض.

ب- التموقع في السوق: أو ما يسمى بالتموقع السوقي، حيث هنا يكون السوق داركا للخدمة بأنها أكثر قيمة.

ج- تموقع صورة المؤسسة: أو تموقع العلامة حيث المؤسسة لا تموقع خدماتها بل تموقع نفسها. كما أن تموقع المؤسسة يبنى على جودة خدماتها.

6- القواعد السبعة للتموقع الناجح: أو ما تسمى بالعناصر الإلزامية (14):

(Cécille, 2012)

يجب أن يكون التموقع 1- بسيطاً: (صورة المؤسسة في ذهن الزبون) 2- جذاباً و في محله 3- موثوق بالنسبة للمنافسة 4- مستداماً 5- مميزاً 6 - مثمراً و مرجحاً 7- مخلصاً وصادقاً

ثانياً: مداخل التعامل مع البيئة التسويقية

هناك مدخلان أساسيان للتعامل والاستجابة مع البيئة التسويقية (كورتل، 2011:7):

1- التفاعل التسويقي: يقتنع رجل التسويق بوجهة النظر القائلة بأن "العوامل البيئية لا سيطرة عليها" وما عليه إلا الاستجابة لتلك القوى ويقوم على ضوء ذلك بتعديل خططه وبرامجه تبعاً لذلك، أي أن فلسفة التسويق هنا هو انتظار ما سيحدث في البيئة ثم التصرف تبعاً لذلك.

2- الاستباق التسويقي: نمط الفلسفة التسويقية هنا استباق التغيرات البيئية، بل إن رجل التسويق يساهم بإحداث التغيرات البيئية لتلاءم خططه. إن اختيار أي من النمطين في التعامل مع البيئة يعتمد بشكل أساسي على أهداف المؤسسة والظروف التي تواجهها. وتأسيساً على ما تقدم فإن البيئة التسويقية تتكون من نوعين: أولاً البيئة الجزئية أو البيئة الداخلية وثانياً البيئة الكلية.

المحور الرابع: البيئة التسويقية كعنصر أساسي بالنظام المعلومات التسويقي

يرتكز نظام المعلومات التسويقية على مجموعة متنوعة من البيانات التي يستمدتها من البيئة التسويقية المحيطة به، حيث تعد هذه البيئة مصدراً هاماً وأساسياً لتلك البيانات من مجموعة من

العناصر (شهيب، 1985: 07)

أولاً: العناصر المكونة للبيئة الخارجية المحيطة بالمنظمة: تتضمن الفئات التالية:

- 1- المستهلكون الحاليون أو المرتقبون 2- الموردون 3- المؤسسات المالية، المحلية والدولية.
- 4- نقابات العمال 5- الحكومة ممثلة في الأجهزة التخطيطية والرقابية والقوانين المنظمة لأعمال
- منظمات الأعمال 6- المؤسسات التعليمية المختلفة.

ثانيا: العناصر المكونة للبيئة التنافسية التي تعمل في ظلها المنظمة

تتمثل هذه العناصر في الشركات المنافسة التي تعمل في نفس مجال عمل المنظمة، يلعب هذا المصدر دورا بالغ الأهمية في إمداد المنظمة بالبيانات الخاصة بالأداء التاريخي والحالي، والبرامج المرتقبة للمنظمات المنافسة، وكذا الفرص والتهديدات المتعلقة بمؤلاء المنافسين، وتعد هذه النوعية من البيانات على درجة عالية من الأهمية فمن خلالها يتم تحديد الأساليب التي سيتم إتباعها لتمييز وتطوير منتجات المنظمة وإضافة منتجات جديدة، وتنوع وتبسيط خطوط المنتجات، وما إلى ذلك من الأمور المؤثرة على تكوين مزيج المنتجات والتي تؤدي إلى التغلب على المواقف التنافسية الحادة في الأسواق المختلفة للمنظمة (عبد العزيز حسن، 2001: 09)

ثالثا: العناصر المكونة للبيئة الداخلية للمنظمة

ونشير هنا إلى مجموعة من المصادر التي تصف العمليات المختلفة التي تؤدي داخل النظم الوظيفية، والإمكانات المادية والبشرية المتاحة لتلك النظم سواء ما يتعلق بطاقة الآلات والمعدات المتاحة، وكفاءة العاملين، وقدرة الإدارة وتفضيلائها، والموارد المالية وأهداف المنظمة. و يتم الحصول على تلك البيانات من خلال قواعد البيانات المتصلة بنظم المعلومات الوظيفية بالمنظمة، والتي لها علاقة بنظام المعلومات التسويقية.

الخاتمة

لا يمكن لأي مؤسسة أن تتخلى عن نشاطها الابتكاري وان فعلت ذلك فمصيرها الزوال، وتبقى البيئة التسويقية هي الفضاء الشاسع لمنظمات الأعمال التي يتم فيها توظيف جميع الاستراتيجيات التنافسية من خلال دراسة مستوفية للسوق المحلي معتمدة في ذلك على عناصر النظام المعلوماتي التسويقي الذي يقيم دائما هو الوحيد الذي يكشف لنا تلك الميزة التنافسية التي من خلالها تحقق منظمات الأعمال أهدافها الإستراتيجية والمتمثلة عموما في تحقيق الأرباح والبقاء في الأسواق والتموقع لفترة أطول. كما أن دراسة البيئة التسويقية وتحليلها سيسمح لكل مؤسسة

تنشط في مجالها بان تحفظ تلك المعلومات من اجل اصطياد الفرص وتفادي التهديدات فضلا عن أنها تؤسس قاعدة بيانات تستخدمها وقت الحاجة أو عند اتخاذ قرارات تسويقية. ولذلك يتوجب على مديري التسويق بمنظمات الأعمال أن يراعوا أكثر عند تصميم استراتيجيات المزيج التسويقي جميع المتغيرات بالبيئة التسويقية لان المؤسسة الصناعية أو التجارية أو الخدمية إما أن تكون فعالة أو متفاعلة مع البيئة التسويقية أو بصيغة أخرى أنها تؤثر أو تتأثر.

المراجع:

- 1- احمد عطا الله القطامين، " التخطيط الاستراتيجي والإدارة الإستراتيجية: مفاهيم ونظريات"، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر، عمان ، الأردن، 1996.
- 2- بازرة محمود صادق، "بحوث التسويق"، مطبعة كلية الزراعة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 1988.
- 3- هاني احمد الضمور " تسويق الخدمات"، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2008.
- 4- حسن أمين عبد العزيز، "إستراتيجيات التسويق في القرن الحادي والعشرين"، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
- 5- حسن حلوم. سناء، "اثر البيئة التسويقية في التخطيط الاستراتيجي للتسويق بحث تطبيقي في الشركة العامة للصناعات الجلدية"، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد السادس والسبعون، العراق، 2009
- 6- حسن راوية، "سلوك المنظمات"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001 .
- 7- ناجي توفيق معلا، "أصول التسويق"، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، الأردن، 2003.
- 8- عيود نجم ن: "إدارة الابتكار: المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة"، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2003.
- 9- فريد كورتل، "نظم المعلومات التسويقية"، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 10- محمود أمينة ومحمود حسين، " نظم المعلومات التسويقية"، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995.

11- موفق ميمون كمال "دراسة تموقع خدمة في الأسواق التنافسية: دراسة حالة"، مذكرة ماجستير في

علوم التسيير، تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بتلمسان، 2010-2011.

12- محمد سليمان "الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة: دراسة حالة: مؤسسة

ملبنة الحضنة بالمسيلة"، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير جامعة

المسيلة 2006-2007.

13- شهاب محمد علي، "دراسات في الفكر الإداري الحديث: إستراتيجيات وسياسات الأعمال"،

مؤسسة روزا اليوسف، القاهرة، 1985

14- Cécille Atcomle, **les 7 règles d'un positionnement efficace**, 27-06-2012

en ligne sur www.mercator-publicitor.fr/MG/pdf/14pdf, le 22-10-2014.

15-Daniel Durafour, **Marketing et action commercial**, ed Dunod, paris, 2000.

16-Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon, Mercator, **Théorie et pratique du Marketing**, 8ed, Ed, Dunod, 2006.

17-Nassim mohaream, **étude de positionnement d'une entreprise dans un environnement concurrentiel**, mémoire de fin d'études pour obtention d'un magister en science de gestion, école supérieure de commerce, Alger, 2006.

18-Paul Baines, Hris Fill and Kelly Page, Marketing, Oxford University Press Inc New York 2008.

19-Philip Kotler Bernard Dubois, Delphine Manceau, **Marketing Management**, 12ed, Pearson Education, Paris, 2006.

20- Philip Kotler, **Marketing Management**, the millennium ed. Prentice-Hall. INC. 2000.

21-Arab British Academy for Higher Education sur le site:

www.abahe.co.uk date de consultation 01-01-2014 a 22.08

التأمين المصرفي كنموذج للابتكار في الخدمات

أ.شراطي نسيمه - جامعة المدية

الملخص:

يهدف البحث إلى تقديم مفهوم الابتكار في الخدمات المصرفية باعتباره من أهم التحديات التي تواجه العمل المصرفي خاصة في ضوء التحولات السريعة التي تشهدها الصناعة المصرفية، الأمر الذي أوجب على المصارف وشركات التأمين التكامل والاشتراك فيما بينها لتقديم بعض المنتجات والخدمات التأمينية، وهنا برز مفهوم التأمين المصرفي.

وسوف نتناول في هذا البحث مفهوم الابتكار ونركز على الابتكار في الخدمات المصرفية، كما سنتطرق إلى نشاط التأمين المصرفي، وأخيرا نسلط الضوء على واقع هذا الأخير في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: الإبداع، الابتكار، الابتكار في الخدمات المصرفية، التأمين المصرفي، بنك التأمين.

Abstract:

The research aims to introduce the concept of innovation in banking services as one of the most important challenges facing the banking business, especially in light of the rapid changes taking place in the banking industry, which is obligatory for banks, insurance companies, integration and participation among themselves to provide some insurance products and services, and here emerged the concept of bancassurance.

We will address in this paper the concept of innovation and focus on innovation in banking services, and we will look into banking activity insurance, and finally shed light on the reality of the latter in Algeria.

Key words: Creativity, Innovation, Innovation in banking services, Bancassurance, Insurance Bank.

مقدمة

في ظل التحولات السريعة التي تفرضها مجموعة من المتغيرات كالتسارع التكنولوجي، عولمة الأسواق، اشتداد المنافسة، سرعة تغير أذواق المستهلكين، الزيادة الهائلة في حجم المعرفة.... أصبح التحدي الرئيس الذي يواجه المنظمات هو كيفية زيادة قدراتها التنافسية والحفاظة عليها لمواكبة تلك التغيرات، فأصبحت في أكثر حاجة إلى الإبداع والابتكار، هذا الأخير أخذ مكانة معتبرة في سياسات المنظمة وأصبح يمثل ميزة تنافسية لها، ومن هذا المنطلق أضحي الإبداع مورد تسعى المنظمات إلى حسن تنظيمه وإدارته.

وقد أدت هذه التطورات إلى تضرر المصارف في أنشطتها التقليدية القائمة أساسا على الودائع والقروض بسبب الضغط التنافسي ونمو وانتشار سبل التمويل المباشر، ونتيجة لهذا بدأت البنوك في تنفيذ إستراتيجية تنمية جديدة للتكيف مع التغيرات التي تشهدها البيئة المالية العالمية، حيث حاولت هي الأخرى الدخول في أنشطة مالية أخرى لضمان البقاء في السوق، فوجدت في توزيع منتجات التأمين عبر شبائيكها إحدى هذه الاستراتيجيات حيث أصبحت المصارف تقدم نوعين من المنتجات المالية في آن واحد، فهي تقدم المنتجات المصرفية المتمثلة أساسا في قبول الودائع وتقديم القروض وبطاقات الائتمان من جهة، وتقديم خدمات تأمينية من جهة أخرى، إذ أصبح بإمكان زبائن المصرف الحصول على منتجات تأمينية ومصرفية من نفس الشباك وقد عرف هذا النوع من الأنشطة ب "التأمين المصرفي".

وحتى تستطيع الارتقاء إلى مستوى التحديات المتباينة التي تواجه العمل المصرفي، سعت البنوك الجزائرية بخطوات متسارعة نحو ابتكار وتطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة، وذلك بغرض زيادة قدرتها التنافسية.

وعلى ضوء ما سبق، جاء هذا البحث كمحاولة لتوضيح أهمية الابتكار في الخدمات المصرفية باعتباره أحد أهم السبل التي تساهم في الرفع من تنافسية المصارف، مع إلقاء الضوء على صناعة لم تدرجها المصارف ضمن نشاطاتها التقليدية وهي التأمين المصرفي، بالإضافة إلى إبراز واقع التأمين المصرفي بالجزائر.

ومنه يمكن طرح الإشكالية التالية:

ماهو نشاط التأمين المصرفي، وما واقع هذا الأخير في الجزائر؟

ولمعالجة هذه الإشكالية يتم تقسيم البحث إلى المحاور التالية:

المحور الأول: الابتكار والإبداع في الخدمات المصرفية.

المحور الثاني: الإطار المفاهيمي للتأمين المصرفي.

المحور الثالث: واقع التأمين المصرفي في الجزائر.

المحور الأول: الابتكار والإبداع في الخدمات المصرفية

أولاً: مدخل للابتكار والمفاهيم المتعلقة به:

قبل الشروع في عرض كل ما يتعلق بمفهوم الابتكار، لابد من إزالة بعض الغموض الناتج عن كثرة المصطلحات المتعلقة بهذا الموضوع، وهكذا سوف نميز بين الإبداع والابتكار والتغيير.

1- الابتكار و الإبداع:

تدل الأدبيات على أن مصطلح الابتكار (innovation) والإبداع (créativité) لهم نفس المعنى في غالبية الأحيان، إلا أن بعض الكتاب المتخصصين يميلون إلى التفريق بين المصطلحين، فالابتكار يتعلق باستكشاف فكرة جديدة مميزة، أما الإبداع فيتعلق بوضع هذه الفكرة موضع التنفيذ على شكل عملية أو سلعة أو خدمة تقدمها المنظمة لزيائنها، وعليه إذا كان الابتكار عام متعلق بالأشخاص فإن الإبداع يتعلق بالمنظمة وبنشاطها الإنتاجي والتسويقي، كما أن التفكير الإبتكاري يمكن تعلمه والتدريب عليه وهو بصفة عامة يسبق الإبداع ويقف كأحد شروط نجاحه¹.

ومن هذا المنطلق يمكن القول أن الابتكار هو عملية خلق أو تقديم فكرة جديدة لغرض تطوير سلعة أو خدمة أو طريقة عمل معينة بغض النظر عن تطبيق هذه الفكرة. أما الإبداع فيشير إلى العملية التي يتم فيها نقل الفكرة الجديدة إلى الواقع العملي بحيث يؤدي ذلك إلى إنتاج سلعة أو تقديم خدمة أو أي نشاط وبشكل فعلي، أي الإبداع هو المرحلة اللاحقة للابتكار².

نما سبق، حتى ولو كان لكل مصطلح مدلوله الخاص، فإننا نعتقد أنهما متلازمان ونعتبر انه من الخطأ فصلهما.

2- الإبداع والتغيير³:

في كثير من الكتب التي تتناول الإبداع، يظهر التغيير، خاصة التغيير التنظيمي كشكل من أشكال الإبداع، لكن لابد من التمييز بينهما، فالتغيير التنظيمي نقصد به التغييرات الإدارية

المخططة بشكل رسمي وتمس المنظمة ككل أو بعض أقسامها، فالملاحظ أن التغيير على عكس الإبداع لا يهتم بالفرد أو مجموعة العمل.

3- تعريف الإبداع:

غالبًا ما يتم تناول الإبداع من جانبه التكنولوجي، إلا أن مفهوم الإبداع يتجاوز هذه الحدود ومن أجل التعرف على مختلف المفاهيم نورد فيما يلي تعريفات مختلفة للإبداع.

"- الإبداع هو تطبيق فكرة طورت داخل المنظمة أو تمت استعارتها من خارج المنظمة سواء كانت تتعلق بالمنتج أو الوسيلة أو النظام أو العملية أو السياسة أو البرنامج أو الخدمة، وهذه الفكرة جديدة بالنسبة للمنظمة حينما طبقتها"⁴.

"- الإبداع في المنظمة هو تقديم منتج جديد على شكل سلعة أو خدمة أو التجديد في عملية الإنتاج أو توزيع هذه السلعة أو الخدمة، ويأخذ الإبداع أشكالًا متنوعة من خلال وظائف المنظمة من إنتاج وتسويق وأفراد، فقد يتم إنتاج أو تطوير سلعة أو خدمة تفي أكثر بحاجة المستهلكين، أو تنتج بتكلفة أقل، وقد يكون الإبداع في شكل السلعة أو الخدمة أو الحجم أو المحتوى، أو طريقة وموعد تقديمها، أو تنوع استخداماتها، أو إطالة عمرها، أو تحسين كفاءة أدائها، أو يكون التغيير في طرق الإنتاج أو النقل والتوزيع أو إيجاد طرق جديدة للتعامل مع الموردين أو المنافسين أو تطوير طرق تنظيم المنظمة أو إدارة الأفراد فيها."⁵

"- الإبداع هو عملية تتضمن النظر إلى الظواهر والأشياء والمشكلات بمنظور وعلاقات جديدة غير مألوفة، يتفاعل فيها الفرد والعمل وبيئة المنظمة والبيئة العامة ويقود الفرد أو الجماعة أو المنظمة بالبحث والاستقصاء والربط بين الأشياء بما يؤدي إلى إنتاج شيء جديد أو أداة جديدة أو عملية مثل أفكار جديدة في القيادة والإشراف والاستراتيجيات واتخاذ القرارات أو طرق جديدة في تصميم العمل أو تصميم الهيكل التنظيمي وغيرها."⁶

4- خصائص الإبداع:

أمام هذا الحجم الهائل من المصطلحات والتعاريف، يصبح من الضروري الاحتكام لمجموعة من الخصائص تساعد على التعرف على الإبداع وتمييزه من دونه، وتمثل في:

- الإبداع عبارة عن منتج ملموس، أو عملية أو إجراء داخل المنظمة.

- لا بد أن يمثل الإبداع شيئًا جديدًا بالنسبة للمجتمع محل تطبيقه (جماعة عمل، إدارة معينة أو المنظمة ككل) حتى ولم يكن جديدًا بالنسبة للأفراد الذين يقومون بإنجازه.
- من صفات الابتكار أن لا يكون روتيني⁷.
- يجب على الإبداع أن يكون مقصودًا وليس عارضًا.
- يهدف الابتكار حتمًا إلى تحقيق فائدة للمنظمة، أو بعض فروعها أو حتى للمجتمع ككل.
- لا بد للابتكار أن يتسم بعمومية آثاره و فوائده. فإذا قام احد الأشخاص بعمل تغيير في طريقة أداء عمله، ولم يكن له أثرًا ملحوظًا على باقي الأفراد في المنظمة، فلا يعتبر ذلك من قبيل الابتكار⁸.

5- أنواع الإبداع:

توجد عدة محاولات لحصر أنواع الإبداع في تصنيفات مختلفة بسبب تعدد المعايير، ويتم تقسيم أنواع الإبداع في الفئات التالية⁹:

- الفئة الأولى تحتوي على تصنيفات الإبداع اعتبارًا لطبيعته، وهكذا يتم التمييز بين الإبداع التجاري، الإبداع التنظيمي، الإبداع التكنولوجي والإبداع المؤسسي، كما يمكن اعتماد التصنيف التالي: الإبداع الإداري والإبداع التكنولوجي، بحيث يحتوي الإبداع الإداري على تغييرات في الهيكل التنظيمي، وتصميم الوظائف، سياسات واستراتيجيات جديدة... بينما يشمل الإبداع التكنولوجي أو الفني تطوير منتجات أو خدمات جديدة أو تغييرات في التقنيات التي تستخدمها المنظمة، وتغييرات في فنون وأساليب الإنتاج.

أما التصنيف الأكثر استعمالًا في هذه الفئة هو ذلك الذي يقسم الإبداع إلى إبداع خاص بالمنتج (بحث وتطوير سواء جزئي أو كلي في المنتجات) وإبداع خاص بالعمليات.

- الفئة الثانية تجمع فيها التصنيفات القائمة على معيار التخطيط للإبداع، وهكذا يتم التمييز بين الإبداعات المبرجة، أي تلك التي تم الإعداد لها وتخطيطها من طرف المنظمة وغالبًا ما تكون مستمرة، وأخرى غير مبرجة والتي تحدث من حين إلى آخر وعند الضرورة فقط.

- الفئة الثالثة تخص التصنيفات التي تعتمد على معيار نتائج الإبداع فتأخذ في الاعتبار درجة وعمق التغييرات التي يحدثها الإبداع في المنظمة، فبعض الإبداعات تحدث تغييرات مهمة وملموسة

في الممارسات التنظيمية للمؤسسة فتدعى بالجذرية، (innovations routinières) على عكس الإبداعات السطحية التي تسمى بالروتينية (innovations radicales).

ثانيا: الإبداع والابتكار في الخدمات المصرفية والعوامل المؤثرة فيه.

لم يعد الإبداع المؤسسي ترفاً بل أصبح عنصراً رئيساً للاستمرار، لأن الحاجة باتت ملحة للتغيير وإعادة صياغة أدوات العمل لضمان تحقيق أفضل نتيجة، كما أصبح الإبداع مدخلاً رئيسياً للمنافسة وأحد المقاييس للحكم على نجاح المصارف وبقائها واستمرارها¹⁰.

1- مفهوم الابتكار المصرفي:

إن مفهوم الابتكار المصرفي لا يختلف عن المفهوم العام للابتكار، وهو تقديم خدمات مصرفية مبتكرة وجديدة، والتألق في تقديم الخدمات الحالية، ويمكن للإبداع المصرفي أن يتجسد في تكوين مزيج مناسب من الخدمات المصرفية تلي احتياجات العملاء وتجعلهم أكثر ولاء للبنك، وهو يعني بل ويتطلب البحث المتواصل عن تطوير المنتجات المصرفية بشكل يحقق فوائد كبيرة للعملاء ويجعل المؤسسة المصرفية متميزة لدى هؤلاء العملاء.¹¹

- الإبداع والابتكار في المنتجات المصرفية يتمثل في قدرة المصرف على ابتكار منتجات جديدة و تقديمها، أو تطوير منتجات موجودة أصلاً بهدف إشباع حاجات الزبائن وذلك باستخدام التكنولوجيا الحديثة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، أو يعود المقصود بالمنتج الجديد إلى تقليد منتجات موجودة في السوق ولكنها جديدة بالنسبة للمصرف.¹²

2- خطوات ابتكار الخدمات المصرفية

هناك خطوات أو إجراءات تقترن بابتكار الخدمات الجديدة يمكن إنجازها كالاتي¹³:

- توليد الأفكار الجديدة، سواء كانت هذه من مصادر داخلية أو خارجية؛
- غربلة الأفكار واستخلاص أفضلها في ضوء إمكانيات البنك؛
- التقييم الاقتصادي للأفكار من نواحي كلفتها والطلب المتوقع والقدرات الإنتاجية والتوزيعية والخدمات المنافسة؛
- اختيار الخدمة: ويتم ذلك من خلال طرحه في السوق من اجل تجربته في نطاق محدود ومحاوله الحصول على ردود أفعال المستهلكين إزاءه؛

-التقييم النهائي : يتم ذلك بعد نجاح الخدمة الجديدة في الاختبار وي طرح بكميات كبيرة تنافسية في السوق؛

ويعتبر نجاح البنك في طرح خدمة جديدة أمرا يتطلب مجموعة من العوامل تتفاعل فيما بينها أهمها:

-تحقيق الكفاءة؛

-تحري الدقة وسرعة الانجاز و التبسيط عن التصميم بما يحقق الأسقيات التنافسية؛

-رفع مستوى الجودة؛

3-أهداف الإبداع والابتكار في الخدمات المصرفية

تهدف عملية الابتكار والإبداع في الخدمات المصرفية إلى تطوير هذه الخدمات وتوسيعها ، حيث أنها عملية شاملة ومتكاملة ترتبط بنشاط البحث والتطوير لدى المصرف، وهي من الضروريات الإستراتيجية والحيوية التي تحقق للمنظمة الميزة التنافسية والاستمرار خاصة في ظل تزايد حدة المنافسة التي تدفع المصرف إلى الابتكار في خدماته المصرفية وتطويرها من أجل إشباع حاجات الزبائن الجديدة، وجذب مزيد من الزبائن الجدد، مع المحافظة على الزبائن الحاليين، وبالتالي تعزيز وضع المصرف التجاري التنافسي الذي من شأنه زيادة ربحيته على المدى الطويل¹⁴.

إن ما يميز الخدمات المصرفية هي أنها متشابهة بين البنوك، لذلك تبرز الحاجة لتمييزها عن البنوك المنافسة الأخرى، وهذا التمييز يتم تحقيقه عندما يستطيع المصرف إقناع زبائنه بأنه مؤسسة مصرفية متميزة، لتمييزها بنوعية خدماته المقدمة وكميتها¹⁵.

4: العوامل المؤثرة على الإبداع والابتكار في الخدمات المصرفية

يمتاز الإبداع والابتكار في المؤسسات المصرفية بخصوصية واضحة مما يجعله يخضع للعديد من العوامل المؤثرة في عملية تحديد الابتكار الملائم للمؤسسة المصرفية.

وعلى الرغم من التباين في مجاميع هذه العوامل المؤثرة على الابتكار من ناحية الكم والكيف، إلا أنه بالإمكان تحديدها بثلاثة عوامل هي:

أ. **العوامل الداخلية:** إن هذه العوامل تتعلق بالقدرات المادية والبشرية التي تتمتع بها المؤسسة المصرفية، والهيكلة التنظيمي، والثقافة التنظيمية، والنمط الإداري السائد، وحجم البنك من عدد

الفروع وتنوع الأنشطة المصرفية ودعم الإدارة العليا للإبداع والابتكار، وهي نقاط تمثل نقاط القوة والضعف التي على أساسها يتم بناء العملية الابتكارية في المؤسسة المصرفية¹⁶.

ب. العوامل الخارجية: وهي مجمل العوامل والمؤثرات البيئية الخارجية والبيئية المهمة، كالمنافسة بين البنوك، والظروف الاقتصادية والمالية، الاجتماعية والثقافية والتشريعية والسياسية.

ج. العوامل الخاصة: وهي مجموعة من العوامل التي تؤثر في الابتكار مثل العوامل الشخصية والإدارية والسلوكية الخاصة بالمدراء والموظفين الذين لديهم اتجاه نحو الإبداع والابتكار، والتي تمثل محددات عوامل الاتجاه نحو الابتكار وهنا يبرز دور الثقافة التنظيمية للمؤسسة في عملية الإبداع والابتكار الذي يكون له تأثير مباشر أو غير مباشر على المخرجات التنظيمية¹⁷.

5-المدخل الرئيسية لدفع الإبداع والابتكار في الخدمات المصرفية:

هناك ثلاثة مدخل أساسية من أجل الإبداع والابتكار في الخدمات المصرفية وهي¹⁸:

أ. المدخل الأول: الذي يتمثل في تكسير الهرمية أي أنه ليس بالضرورة أن يكون اتخاذ القرارات من الإدارة العليا إلى الموظفين المنفذين، ففي ضوء تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يجب أن تكون العلاقات بين مستويات الإدارة البنكية أفقية من أجل تطوير الخدمات المصرفية خاصة إذا علمنا أن "البنكي" الذي له علاقة مباشرة مع الزبائن من بين المصادر الداخلية الرئيسية في تطوير الخدمات المصرفية الذي بإمكانه إبداع وابتكار خدمات مصرفية جديدة.

ب. المدخل الثاني: يتمثل في إضافة خدمة مصرفية جديدة حيث يقوم البنك بتقديم خدمة مصرفية جديدة سواء كانت للأسواق الحالية أم للأسواق الجديدة، أي يتم اعتماد إستراتيجية تنوع الخدمات في اطار ما يسمى بالبنوك الشاملة.

ج. المدخل الثالث: وهو إجراء تعديلات في الخصائص الضمنية للخدمة البنكية القائمة حاليا من خلال إعادة تصميم الخدمة للمستفيدين من الخدمة من حيث خصائصها عناصرها، والمنافع التي سوف يحصل عليها وجعل المستفيد يدرك مكان الخدمة، وتعتبر خدمة مبتكرة جديدة التعديل والتحسين واضح عليها.

المحور الثاني: الإطار المفاهيمي للتأمين المصرفي

عرفت المعاملات المالية والمصرفية عدة مستجدات وتطورات متسارعة، حتمت على المصارف وشركات التأمين التكامل والاشتراك في تقديم بعض المنتجات والخدمات التأمينية، أي اشتراك هذين القطاعين في صناعة خدمة لم تكن موجود من قبل ضمن الخدمات التقليدية، ألا وهي صيرفة التأمين أو خدمة التأمين المصرفي.

1- مفهوم التأمين المصرفي (bancassurance) :

كانت بداية الظهور للتأمين المصرفي في ألمانيا بعد الحرب العالمية الأولى وانتشر بعد ذلك في مختلف دول أوروبا ومن ثم العالم العربي، ونشير إلى أن مصطلح التأمين المصرفي استعمل في فرنسا عام 1980 للتعبير عن بيع منتجات تأمينية عن طريق وساطة شبكة بنكية، واقتصر هذا المفهوم على التوزيع فقط، أي قيام المصارف بدور الموزع والمسوق للخدمات التأمينية لصالح شركات التأمين. وقد تعددت تعاريف التأمين المصرفي بتعدد نماذجه الإستراتيجية وبتعدد جهات نظر الاقتصاديين له¹⁹.

- يعبر التأمين المصرفي عن قيام البنوك ببيع وتسويق منتجات تأمينية يتم تصميمها وإنجازها وتطويرها من قبل البنك وشركة التأمين، بحيث يقوم البنك نيابة عن شركة التأمين بجميع أو بأبي من الأعمال التي تنص عليها التعليمات وذلك فيما يتعلق بنوع وفروع أعمال شركات التأمين المرخص له بممارستها وضمن حدود الاتفاقية.²⁰

- يغطي مصطلح التأمين المصرفي مجموعة كبيرة من الاتفاقيات المبرمة بين البنوك وشركات التأمين والتي في جميع الحالات تضمن توفير المنتجات والخدمات المصرفية والتأمينية من نفس المصدر لنفس العميل، كما يشير إلى الجهود التي تبذلها البنوك لاختراق سوق التأمين.

- كما أن قاموس LIMRA للتأمين (The Life Insurance Marketing and Research Association يعرفه على أنه "تقديم منتجات وخدمات التأمين على الحياة من قبل البنوك ووكالات الائتمان الإيجاري"²¹.

- ويوجد تعريف آخر للتأمين المصرفي، حيث يعرف هذا الأخير على أنه درجة التكامل ما بين المصرف و شركة التأمين، فيطرح ويسوق منتجات تأمينية بصورة مشتركة، هذا النوع من الأنشطة بدأ في شكل تعاون ما بين المصارف وشركات التأمين من خلال تقديم منتجات التأمين على

الحياة، ثم تطورت لتشمل تأمين الحوادث و عممت على كافة المجتمعات خاصة بعد حدوث موجة من التكاملات بين المصارف وشركات التأمين، مع الإشارة إلى أن هذه الأنشطة ما كانت لتحدث لو لم يسبقها عملية تكامل ما بين المصرف وشركة التأمين، وما سهل للمصارف ممارسة أعمال التأمين بالتزواج ما بين عمل كل من المصارف وشركات التأمين هو استحداث ترسانة هامة من التشريعات والتنظيمات مثل قانون (glass steagall act) الذي أصدر في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 2001، والذي أتاح للبنوك الأمريكية هامشا من الحرية ومكنها من اقتحام أنشطة لم يكن مسموحا بمزاولتها من طرف البنوك من قبل، ويندرج ذلك في إطار التحرر المالي والمصرفي الذي أصبح سمة معظم الأنظمة المصرفية في مختلف دول العالم²².

-وكتعريف شامل ومبسط للتأمين المصرفي يمكن تقلص التعريف التالي: التأمين المصرفي في أبسط أشكاله هو توزيع منتجات التأمين من خلال قنوات التوزيع المتوفرة لدى البنك، والذي يصف باقة من الخدمات المالية التي تغطي احتياجات العملاء من المنتجات والخدمات المصرفية والتأمينية، وفي هذه الحالة يسمى البنك ببنك التأمين.

2-مزايا التأمين المصرفي:

إن التعاون بين البنوك وشركات التأمين يتحقق عن طريق القنوات التالية:

-إنشاء شركات تابعة جديدة.

-المشاريع المشتركة.

-تملك البنوك لشركات تأمين.

-اتفاقيات التوزيع.

والجدير بالذكر أن اختيار أية طريقة دون أخرى مرتبط بعوامل مختلفة تتعلق بالجهات المعنية، ذلك أن كل نوع تعاون له خصوصياته وميزاته²³، كما أن هذا التعاون يعود بالفائدة على كليهما وعلى العملاء كذلك، ونورد هذه الإيجابيات في النقاط التالية:

أ - بالنسبة لشركات التأمين:

- ✓ توفير مصدر توزيع جديد للمنتجات التأمينية يعود بالنفع على شركات التأمين.
- ✓ توفير في الوقت وفي تكلفة الخدمات التأمينية من خلال إتباع قنوات جديدة في تسويق المنتجات.

✓ تخفيض تكلفة الخدمات التأمينية مما ينعكس على أسعار التأمين التي تصبح أسعار تنافسية .

✓ في حالة تكوين المشروعات المشتركة والاندماج بين المصارف وشركات التأمين يمكن لشركات التأمين الحصول على مساندة المصرف لمركزها المالي.

✓ توسع فوري لشركات التأمين في شبكة نقاط البيع من خلال شبكة فروع المصرف وقرىها من العملاء دون الحاجة لشبكة واسعة من الوسطاء²⁴.

✓ دخول شركات التأمين في صناعة صيرفة التأمين يعتبر مصدر جديد للأعمال، فمعظم العملاء الذين يتم استقطابهم من خلال المصرف قد لا يمكن لشركة التأمين استقطابهم من دون المصرف، ضف إلى ذلك أن شركات التأمين عادة ما تسعى لاستقطاب الميسورين ولا تقوم بالتركيز على الطبقات الوسطى.

✓ تعود ثقة العميل بالمصرف الذي يتعامل معه إيجابيا على سمعة شركة التأمين وانتشارها، مما يسمح لشركة التأمين الوصول إلى شريحة جديدة من الجمهور.

✓ يمكن لشركات التأمين بيع منتجات لم يكن من المجدي تسويقها لولا صيرفة التأمين، وهذا راجع لاعتبارات التكلفة الإنتاجية للوحدة (تكلفة البيع، إعادة التأمين).

✓ تحديث التغطية التأمينية بما يتوافق مع احتياجات العملاء.²⁵

ب - بالنسبة للمصرف: إن دخول المصرف إلى جانب شركات التأمين لتقديم بعض الخدمات التأمينية لها مزايا بالنسبة له، تتمثل في:

✓ التقليل من حجم المخاطر على القروض الممنوحة للعملاء.

✓ توسيع نطاق الخدمات المالية التي تقدمها البنوك خاصة في ظل تدني عوائد العمل المصرفي التقليدي و تقلص هوامش الربحية.

✓ زيادة دخل البنك من خلال العمولات والأجور التي يتم تحصيلها من نشاط بيع المنتجات التأمينية.

✓ توفير خدمة شاملة لعملاء البنك وتوفير الجهد والوقت وبالتالي تعزيز ثقتهم بالبنك.

✓ القدرة على منح قروض أكثر عند الترويج لمنتجات التأمين لإعطاء القرض، مثلا يقوم المصرف بتسويق التأمين على المسكن مع منح التسليفات العقارية²⁶.

- ✓ استخدام أفضل وأكثر فاعلية لشبكات الفروع وزيادة الإنتاجية، حيث يقوم المصرف بتقديم خدمات جديدة للعميل دون زيادة كبيرة في المصارف القائمة، وبالتالي يتم توزيع التكلفة الثابتة على عدد أكبر من المنتجات التي يستخدمها العميل.
- ✓ زيادة حصة المصرف من السوق واستقطاب العملاء، والحفاظ عليهم من خلال عرض منتجات أكثر تنوعا، وبالتالي زيادة ولاء العملاء للبنك من خلال زيادة عدد المنتجات التي يستخدمها العميل.
- ✓ تحسين القدرات التنافسية للمصارف في سوق الخدمات المالية واكتسابها مهارات جديدة²⁷.
- ✓ عرض منتجات متنوعة وحلول أكثر تكاملا على العميل بالنسبة لاستثماراته المتوسطة وطويلة الأجل، حيث يتجه العملاء إلى الابتعاد عن الودائع لصالح منتجات التأمين وصناديق الاستثمار ذات المردود الأعلى، مما يؤدي إلى الحفاظ على هذه الشريحة من العملاء.
- ✓ تعتبر شكل لإدارة المخاطر، إذ أن الزيادة في الرسوم المحصلة من بيع التأمين ممكن استخدامها لتعويض الخسارة الناجمة عن القروض المعدومة²⁸.
- بالنسبة للعملاء: يعود التأمين المصرفي على العملاء بالمزايا التالية²⁹:
 - ✓ انخفاض التكلفة التأمينية وانخفاض أسعار التأمين.
 - ✓ تطوير المنتجات التأمينية بما يتناسب مع احتياجات العملاء.
 - ✓ الاستفادة من حزمة متكاملة من الخدمات المالية، التأمينية والمصرفية.
 - ✓ إتاحة فرص التسوق للعملاء من خلال تخفيف العناء وإمكانية الاستفادة من الخدمات البنكية والتأمينية في أن واحد.

3-أسباب ظهور ومتطلبات نجاح التأمين المصرفي:

- 3-1-أسباب ظهور التأمين المصرفي: من أهم الأسباب التي دفعت البنوك إلى الاستثمار في السوق التأميني يمكن تلخيصها في النقاط التالية³⁰:
 - ✓ الطبيعة التكاملية للمنتجات المالية للبنك والشركة التأمينية.

✓ البحث عن التخفيض في التكاليف بمختلف أشكالها (تكاليف التوزيع، التكاليف التقنية، بنك المعطيات).

✓ الاستفادة من اقتصاديات الحجم: عن طريق إدخال وتوسيع حجم المنتجات المعروضة، وهنا تستطيع البنوك وشركات التأمين مجتمعة إنتاج منتجات بسعر تنافسي مقارنة بمنتج مقدم من طرف عدة عارضين.

✓ التأمين المصرفي هو إطار مساعد للتقارب بين البنوك والشركات التأمينية وتطور مفهوم ما يعرف بالبنوك الشاملة.

✓ أن درجة التطور التكنولوجي للبنوك أكبر منها في الشركات التأمينية.

✓ تمكين البنوك من زيادة ولاء عملائها عن طريق تقديم خدمة كاملة لهم.

3-2- متطلبات نجاح التأمين المصرفي:

ليس من السهل معرفة لماذا لا ينمو ويتطور التأمين المصرفي بنفس الدرجة من دولة لأخرى، إلا أن الخبراء والمحللين يرجعون نجاح البنك التأميني لعوامل خارجية متعلقة ببيئة البلد الذي يعمل فيه بنك التأمين، وعوامل داخلية متعلقة بنموذج البنك التأميني في حد ذاته.

أ- العوامل الخارجية:

- الإطار التشريعي للبلد: إن القوانين والتشريعات وكذا اللوائح التنظيمية المتعلقة بعملية التأمين المصرفي وموقف السلطات من تنمية هذا النشاط، مع وجود بيئة قانونية ملائمة لا تحدد من إمكانيات البنك في شراء حصص والمشاركة في شركات التأمين الخاصة بها، تعتبر من أهم العوامل التي تسمح لنشاط التأمين المصرفي بالتوسع بسهولة أكبر وبسرعة أكبر. فمثلا كان لصدور قانون AMATO في إيطاليا عام 1990 حافزا للبنوك للاستثمار في شركات التأمين، بينما كان قانون LE GLASS STREAGALL ACT عام 1933 عائقا أمام تطور صيرفة التأمين في الولايات المتحدة الأمريكية.

- المزايا الضريبية: يمكن للمزايا الضريبية تشجيع المستهلكين على الاستثمار في منتج التأمين على الحياة أو التقاعد، فمثلا بوليصات التأمين على الحياة الموزعة عبر خدمة التأمين المصرفي في فرنسا وإيطاليا وإسبانيا عرفت نموا كبيرا والذي يمكن تفسيره من خلال المزايا الضريبية الكبيرة³¹.

- الصورة الجيدة للمصارف لدى العملاء: فالمصارف التي تتمتع بسمعة وصورة طيبة ويكون عملائها علاقات خاصة وجيدة مع مسيرتها، تكون أكثر قدرة على التعامل مع المشاكل المالية للمؤمن، كون أن الاتصال بين هذه البنوك وعملائها يكون بطريقة مباشرة أي عن طريق لقاءات شخصية، وهذا ما لوحظ في فرنسا، إيطاليا، وإسبانيا وبلجيكا والتي عرفت نموا هائلا في التأمين المصرفي.

- الشبكة التوزيعية الكبيرة والمتقاربة للبنك: إن وجود عدد كبير من نقاط البيع يمكن أن يقدم للعملاء والزبائن تقاربا جغرافيا وبشريا والذي من شأنه تسهيل اللقاءات بين المصرفيين والمستهلكين، وبالتالي زيادة حظوظ بيع وتسويق منتجات بنك التأمين.

- انخفاض معدل انتشار التأمين: لقد سعت بعض البنوك الدولية الكبرى إلى استغلال انخفاض معدل انتشار التأمين في بعض الدول، وقامت بعقد تحالفات أو شراكات مع شركات التأمين المحلية وهذا لدرائتها أكثر باحتياجات المستهلكين للتأمين، مما أدى لنجاح كبير في نشاط التأمين المصرفي، وأفضل مثال على ذلك ما حدث في إسبانيا وحتى بعض دول أمريكا اللاتينية³².

ب- العوامل الداخلية المرتبطة بنموذج البنك التأميني: وتتمثل فيما يلي:

- تعريف المنتج وطرق توزيعه: فالمنتج يجب أن يكون معرّف من طرف البنك الذي يميّز جيدا حاجات عملائه، كما يجب أن تكون هذه المنتجات بسيطة لتسهيل فهمها وتقديمها بسهولة بالنسبة لشبكة توزيعية مكونة من عمال غير متخصصين، كما يجب أن تكون الخيارات المطروحة فيها محددة.

- نظام الحوافز الموجه للبائعين: من أجل الرقي بالاهتمامات والرغبات التي يقدمها العملاء، من الضروري وضع نظام تعويضات لتحفيز البائعين، خاصة في حالة بيع المنتجات المعقدة كمنتجات الادخار ذات الطبيعة المالية، ومنتجات تأمين الأضرار مثلا، والتي تتطلب جهدا كبيرا للبيع ومستوى عال من التأهيل، ويمكن أن تأخذ هذه الحوافز الموجهة للبائعين عدة أشكال، كأن تكون على شكل عمولات تدفع على كل بوليصة تأمين جديدة، أو على شكل هدايا توزع على أحسن البائعين (رحلات، هواتف نقاله، حواسيب...) ³³.

- إعطاء الأهمية اللازمة لتكوين شبكة البيع للمنتجات التأمينية: إن تدريب الموظفين في مجال التأمين ضروري لتمكينهم من إتقان أساسيات التأمين حتى يكونوا قادرين على تقديم خدمة جيدة

للعملاء، إذ يمكن للأخطاء التي يرتكبها موظف غير كفء أن تكون له انعكاسات سلبية على صورة البنك مع عملائه، ما قد يؤثر على الثقة الموجودة بين البنك والزبون، وهذا ما يجعل وجود تكوين تام زمنيا وتقنيا لموظفي البنك قبل إطلاق عملية بنك التأمين أمرا لا بد منه، كما أنه من المهم العودة للمتخصصين في الميدان التأميني وإدراجهم في مختلف المستويات والهياكل وهذا لدعم نشاط البنك.

-توفر نموذج إداري متكامل: إن توفير نظام معلومات آلي فعال ومرن موضوع تحت تصرف قوى البيع يساعد على نجاح بنك التأمين، لأن سرعة الرد على الزبون على مستوى الشباك تعتبر عنصرا حاسما في عملية البيع، ولذلك فإن الإدماج الكامل لمعالجة البيانات في الشبكة البنكية تمكنهم من الحساب في عين المكان قسط التأمين وإصدار العقد مباشرة، كما أن بعض الدول عرف بنك التأمين فيها بنجاحا كبيرا في مجموع أنشطته منذ إطلاق اكتتاب عقود التأمين عبر نظام المعلومات الآلي للوكالات البنكية.

إضافة إلى ذلك لا بد من وجود فريق عمل لديه الصلاحيات والقدرة على اتخاذ القرارات وتنفيذها، لأن صناعة التأمين تستدعي تخطيطا متزامنا بين أقسام المصرف وشركة التأمين لضمان نجاحه.

-نموذج بنك التأمين المتبع: تكلمنا سابقا عن طرق تعاون البنك مع شركة التأمين، وكل شركة تأمين وكل بنك يبحث عن الصيغة والنموذج الأكثر ملائمة لأوضاعه، بالإضافة إلى البيئة الثقافية والتنظيمية الخاصة بكل واحد منهما، وعلى قدرة التكامل بينهما، وعليه فوجود نموذج متكامل جزئيا أو كليا يتضمن هياكل قوية سيسمح بتحقيق مزيد من الكفاءة من خلال الوصول إلى نقطة مثلى لتكاليف الإنتاج³⁴.

-ضرورة تفهم واحترام الاختلاف بين ثقافتي البيع المصرفية والتأمينية: تقتضي صيرفة التأمين تفهم واحترام الاختلاف بين ثقافتي البيع المصرفية والتأمينية، وتحديد نظام عمولات ومكافآت عادل ومدروس، يتمتع بالوضوح والشفافية، تفاديا لأي تعارض واحتكاك بين موظفي المصرف وبائع شركة التأمين وهذا في ما يخص رواتب موظفي المصرف وعمولات البائعين للخدمات التأمينية، وكذلك مخافة البنك من أن يأتي الاكتتاب في التأمينات الاستثمارية على حساب الودائع المصرفية أو منتجات المصرف الأخرى³⁵.

المحور الثالث: واقع التأمين المصرفي في الجزائر

يعد قطاع التأمين من أهم القطاعات المالية في الجزائر بعد المصارف، لكن التشريع الجزائري كان يحضر على غير وحدات القطاع المصرفي القيام بالخدمات والأعمال المصرفية، أو منح الائتمان إلا في حدود ضيقة، كما يحضر على البنوك التجارية ممارسة أنشطة التأمين كما هو محدد في المادتين 110 و 114 من قانون النقد والقرض، بحيث هناك فصل واضح في التشريع الجزائري بين مهام ووظائف البنوك التجارية ومهام ووظائف المؤسسات المالية الأخرى وعلى رأسها شركات التأمين.

1- قانون التأمينات الجديد وتدعيمه للعلاقة بين قطاع التأمين والبنوك:

للدعم تطوير التأمين ليكون أداة للتنمية الاجتماعية والاقتصادية في البلاد، باعتبار أن التأمين يسمح بتعبئة موارد التمويل اللازمة لتحقيق النمو على المدى الطويل، وبالنظر إلى الوضع الحالي المتسم بالعمولة والتكتلات والاندماج السريع في السوق العالمية، وجب تقييم جيد للأخطار لتقوية الوضعية المالية لشركات التأمين، الأمر الذي يدعم ثقة المؤمنين، وفي هذا الإطار ولتدارك النقائص والإختلالات التي عرفها القطاع وسعيًا من السلطات الجزائرية لثمين وتنظيم موارد الشركات التأمينية، تمت مراجعة قانون التأمينات من خلال القانون 06/04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للأمر 95/07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 والذي يتمحور حول النقاط التالية لتطوير سوق التأمين في الجزائر:

أ- تحفيز النشاط: عن طريق تنوع المنتجات التأمينية والاستجابة لتطلعات المتعاملين وضمان حماية أكبر لحقوق المؤمنين وشفافية أكبر في التسيير.

ب- تدعيم الأمن المالي لشركات التأمين: من خلال وجوب توفر هذه الأخيرة على صلابة مالية جيدة ومسيرين أكفاء.

ج- إعادة تنظيم الجهاز الرقابي على التأمينات: من خلال إنشاء لجنة مستقلة للإشراف على التأمينات تحل محلّ الدّولة (مديرية التأمينات - وزارة المالية).

د- دعم الحكم الراشد لشركات التأمين: من خلال عقود الأداء للمسيرين، ووضع آليات قانونية من شأنها ضمان تسيير فعّال لمجالس إدارة شركات التأمين.

هـ- تسريع عملية تحرير السوق أمام شركات التأمين الأجنبية.

و- تنوع قنوات التوزيع: لضمان التنوع في القنوات التوزيع يمكن أن تباع المنتجات التأمينية من خلال قنوات أخرى غير شركات التأمين خاصة عن طريق الشبكة البنكية³⁶.

مما سبق نجد أن نشاط التأمين المصرفي أصبح ممكنا ممارسته في الجزائر بموجب المادة 53 من القانون 06-04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المتعلق بالتأمين والتي تنص على أنه: " يمكن لشركات التأمين توزيع منتجات التأمين من خلال البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية، والشبكات الأخرى للتوزيع."

-وقد صدر بعد هذا القانون أمران تنفيذيان لتنظيم هذا النشاط ويتعلق الأمر بالأمر 07-153 الصادر في 22 ماي 2007 والذي وضع الشروط والظروف اللازمة لتوزيع منتجات التأمين من قبل البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية وشبكات التوزيع الأخرى. والأمر 60 الصادر في 06 أوت 2007 والذي يحدد منتجات التأمين التي يمكن توزيعها، وتسمح هذه الترتيبات الجديدة بتكثيف شبكة توزيع التأمين، وتحسين معدل تغطية سوق التأمين وكذا الوصول إلى عملاء البنك³⁷.

2- اتفاقيات بنك التأمين المبرمة بين البنوك الجزائرية وشركات التأمين:

لا بد من القول أن سنة 2008 تمثل نقلة نوعية لقطاع التأمين في الجزائر، في دعم الاتفاق الجزائري-الفرنسي في قطاع التأمين والذي سمح لشركات التأمين الفرنسية بالدخول إلى السوق الجزائري، فالهدف وراء إصلاح قطاع التأمين من خلال الترويج للتأمين المصرفي هو الوصول إلى أفضل مردودية لشبكة الوكالات وكذلك تحفيز النشاط وتقوية الأمن المالي لشركات التأمين، وفيما يلي أهم الاتفاقيات الموقعة بين البنوك الناشطة في السوق الجزائري وشركات التأمين:

أ- اتفاقية الشراكة بين الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP-banque) وشركة كارديف الجزائر (CARDIF-el djazair):

إن فتح سوق التأمين للشركات الأجنبية، أظهر حماسا لتنمية هذا القطاع بما في ذلك الخدمات الأخرى مثل التأمين على الحياة والتأمين ضد الكوارث الطبيعية الذي لا يزال في مراحله الأولى. وفي هذا السياق وقع الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط مع شركة التأمين cardif-el djazair فرع مجمع BNP paribas يوم 25 مارس 2008 في الجزائر العاصمة على اتفاقية شراكة تدخل تحت إطار التأمين المصرفي، يسمح بموجبها ببيع منتجات التأمين الخاصة

شركة كارديف عبر شبكات الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط. ويسعى الطرفان إلى تمديد شراكتهما من خلال إنشاء مشروع مشترك. ولكن كمرحلة أولى، فإن شركة كارديف التزمت بتطوير منتجات مصممة خصيصا لعملاء الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، والمتمثلة أساسا في منتجات التقاعد ومنتجات الادخار و التأمين على الحياة، فقد تم تحديد العديد من المنتجات التي تغطي تأمين القروض الخاصة بالصندوق الوطني للتوفير والاحتياط على الحياة وضد العجز عن العمل أو البطالة، وسوف يتم التوسع إلى منتجات الاحتياط والتوفير والتي تشمل خدمات التأمين على الحياة، حماية الحسابات، تأمين الأضرار والتأمين ضد الكوارث الطبيعية والأخطار المتعددة للسكن، كما وضع الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط شبكة مكونة من 206 وكالة، وعملاءه الذين يقارب عددهم 3 ملايين عميل تحت تصرف شركة كارديف الجزائر، مقابل استفادته من تكوين موظفيه وكذا من خبرات الشركة الفرنسية مع الحصول على تعويض مزدوج من شريكها، متمثل في عمولات تحسب على أساس نسب مئوية من عمليات تحصيل أقساط التأمين من جهة، والمشاركة في الأرباح المحققة من قبل الشركة من جهة أخرى. وبالفعل فقد أطلق الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط في 01 جويلية 2009 منتج يسمى " CNEP total prévoyance" الذي يستهدف عملاء البنك في حالة الوفاة أو العجز "الكلي أو الجزئي"، يضمن للمستفيدين تلقي مبلغ الضمان في غضون 72 ساعة كحد أقصى، كما يضمن إضافة إلى ذلك في حالة العجز المطلق الدائم أو المؤقت دفع رأس مال للمكاتب معفى من الضرائب³⁸.

ب- اتفاقية الشركة الوطنية للتأمين SAA وبنك التنمية المحلية BDL:

لقد تم توقيع اتفاقية تدخل تحت إطار التأمين المصرفي يوم 19 أبريل 2008 بين الشركة الوطنية للتأمين وبنك التنمية المحلية، حيث كانت أول مرة تتمكن من خلالها الشركة الوطنية للتأمين من توزيع منتجاتها عبر شبائيك هذا البنك، وأنه حان الوقت للحاق بها بتوقيع أكبر عدد ممكن من الاتفاقيات بين البنوك وشركات التأمين من أجل النمو بهذا القطاع. وقد تمحور الاتفاق حول توزيع المنتجات المعرفة جيدا " التأمين على الأشخاص، تأمين السكن³⁹.

ج- اتفاقية الشركة الوطنية للتأمين SAA مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR.

وقعت الشركة الوطنية للتأمين SAA مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR يوم 20 أبريل 2008 بمقر الشركة الوطنية للتأمين في الجزائر العاصمة على اتفاقية شراكة تسمح بتوفير

المنتجات المقترحة من قبل الشركة الوطنية للتأمين عبر شبائيك بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وتشمل هذه الاتفاقية توزيع منتجات التأمين المتعلقة بالمخاطر الزراعية كاحتراق المحاصيل والبرد والزراعات الفتية، والأخطار المتعلقة بجني المحاصيل، كما تشمل أيضا توزيع منتجات التأمين على الأشخاص ومنتجات التأمين المتعلقة بالسكن، من خلال عقود تأمين تباع على مستوى شبائيك بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الموزعة عبر كامل التراب الوطني، حيث يستفيد من خلال هذه الاتفاقية بنك الفلاحة والتنمية الريفية من مبالغ تقدمها الشركة الوطنية للتأمين كتعويض عن استعمال شبكته المصرفية في توزيع منتجاتها، وتدفع على شكل عمولات محسوبة بنسب مئوية على الأقساط المحصلة. ومن أجل ضمان أحسن تسويق لمنتجات التأمين فإن أعوان اكتتاب عقود التأمين على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية خضعوا لدورات تكوينية تنقسم إلى قسم نظري يتم على مستوى مراكز التكوين التابعة للشركة الوطنية للتأمين، وقسم تطبيقي يتم على مستوى وكالاتها⁴⁰.

د- اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR مع البنك الوطني الجزائري BNA⁴¹:

لقد وقع كل من الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR والبنك الوطني الجزائري BNA على مشروع شراكة يسمح بتوزيع منتجات التأمين التابعة لهذه الشركة عبر شبائيكه، حيث عرف تجسيد هذه الفكرة تأخرا كبيرا، لكن أطلقت أول تجربة نموذجية يوم 04 أكتوبر 2010.

هـ- اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR مع القرض الشعبي الجزائري CPA

قامت الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR والقرض الشعبي الجزائري CPA بالإمضاء على اتفاق شراكة في ماي 2008، يسمح بإدخال وتسويق منتجات تأمين جديدة إلى السوق وذلك في إطار تنمية وتطوير التأمين المصرفي في الجزائر. إذ اتفق الطرفان على أن يكون 01 جويلية 2009 في الجزائر العاصمة تاريخ إطلاق هذه المنتجات على مستوى ثلاث وكالات نموذجية تابعة للقرض الشعبي الجزائري والمتمثلة في وكالات: وكالات حيدرة، ديدوش مراد، ووكالة باب الزوار. وبموجب هذه الاتفاقية سيتم تسويق أربع منتجات كخطوة أولى والمتمثلة في: "التأمين

ضد الأخطار المتعددة للسكن، والتأمين ضد الكوارث الطبيعية، والتأمين ضد خطر الوفاة المؤقت، وتأمين القروض"، ل يتم توسيع مجموعة هذه المنتجات في مرحلة ثانية بإضافة منتج تأمين السفر إلى الخارج، تأمين الجماعات، وتأمين الحوادث الفردية والجماعية". ووفقا لممثلي المؤسستين، فإنه سوف يتم توسيع نطاق العمل وفق جدول زمني إلى وكالات أخرى ليصل إلى 54 وكالة، مما يتيح تغطية أفضل في أنحاء التراب الوطني.⁴²

و- اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR والشركة الجزائرية للتأمين الشامل CAAT وبنك الجزائر الخارجي BEA :⁴³

لقد وقع بنك الجزائر الخارجي "BEA" في 11 ماي 2008 بالجزائر العاصمة على اتفاقية مع الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين "CAAR" والشركة الجزائرية للتأمين الشامل "CAAT"، والتي تسمح بالوصول إلى مجموعة كبيرة من المنتجات، وقد حدد كمرحلة أولى تسويق منتجات التأمين الكلاسيكية فقط عبر شبائيك البنك والمتمثلة في: "التأمين ضد الكوارث الطبيعية، وتأمين القروض.. الخ". وكمرحلة ثانية سيتم تسويق منتجات التأمين على السيارات، التأمين على الحريق وعلى الأخطار المختلفة الأخرى، كما يمكن للبنك تسويق منتجات التأمين على الأشخاص وتسمح هذه الاتفاقية لشركتي التأمين بتوزيع منتجاتهما عبر شبائيك البنك ما يوفر لهما مزيدا من الأرباح لاستخدامها في تطوير مشاريع أخرى.

ن-اتفاقية بنك البركة مع شركة السلامة للتأمين: بتاريخ 4 أكتوبر 2011 أعلن مدير التسويق على مستوى بنك البركة عن بداية تسويق بعض المنتجات التأمينية الخاصة بشركة السلامة على مستوى شبائيك البنك على مستوى خمس وكالات نموذجية كخطوة أولى لتجسيد الاتفاقية الموقعة بين الطرفين لتسويق منتجات تأمين إسلامية، وتم الوصول إلى 38 وكالة مع نهاية سنة 2012 .

الخاتمة:

خلصنا من خلال معالجة مختلف النقاط المتضمنة في ورقة البحث أن الإبداع والابتكار ضرورة حتمية لمنظمات الأعمال خاصة في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، وعليه لا بد من توفير الظروف الملائمة لاستغلال الطاقات الإبداعية المتاحة، كما أن المستجدات والتطورات التي تشهدها الأنشطة المالية والمصرفية، دفعت بالمصارف والمؤسسات المالية إلى استحداث خدمات جديدة لم تكن من صميم أنشطتها وخدماتها التقليدية، بهدف زيادة قدراتها التنافسية وجذب

عملاء جدد، وقد سمح ذلك بتطور ما يعرف بالتأمين المصرفي، هذا الأخير يتوقف نجاحه على عدد من العوامل المترابطة، ويتطلب تضافر الجهود ما بين المصرف وشركة التأمين. وفي الجزائر وجدنا أن ممارسة نشاط التأمين المصرفي وتوزيع منتجات التأمين عبر الشبائيك البنكية أصبح متاحا بموجب القانون 06-04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للمرسوم 95-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات والإطار القانوني الذي ينظم تسيير البنوك، والذي سمح بالتوقيع على سبع اتفاقيات تجمع بين البنوك وشركات التأمين.

الهوامش:

1C. Carrier & D.J. Garand : « Le concept d'innovation : débats et ambiguïtés » in 5ème Conférence Internationale de Management Stratégique, Lille du 13 au 15 mai 1996, p.3

² نجم عبود نجم، إدارة الابتكار، المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر، عمان، 2003، ص 137.

³ بروش زين الدين، بلمهدي عبد الوهاب، إدارة الابتكار في المنظمة من منظور إدارة الموارد البشرية، مداخلة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 8-9 مارس 2005، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، ص 260.

⁴ حسين حريم، إدارة المنظمات، الحامد للنشر والتوزيع، 2003 ص 303.

⁵ علي عبد الوهاب، العلاقات الإنسانية في الإنتاج والخدمات، القاهرة، مكتبة عين شمس، 1985، ص 118.

⁶ حسين حريم، مرجع سابق، ص 304.

⁷ وفاء صبحي صالح التميمي، أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية، دراسة ميدانية على المصارف التجارية الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد 10، العدد 01، 2007، ص 102.

⁸ الصرن رعد حسن، إدارة الإبداع والابتكار، الجزء الأول، سلسلة الرضا للمعلومات، دمشق، 2000، ص 9.

⁹ C. Carrier & D.J. Garand : « Le concept d'innovation ..., op. cit. pp. 8-11

¹⁰ الإبداع والتحديد، دور المدير العربي في الإبداع والتميز، المؤتمر العربي السنوي الخامس في الإدارة، 27-29 نوفمبر، شرم الشيخ، جمهورية مصر العربية، 2004.

- ¹¹ كنجو عبود كنجو، الإبداع المصرفي في ظل الاقتصاد المعرفي، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، مقال من الانترنت.
- ¹² عامر بشير، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2011-2012، ص 277.
- ¹³ عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة وإدارتها، دار الجامعة، بدون طبعة، الإسكندرية، 2000، ص 40.
- ¹⁴ عامر بشير، مرجع سابق، ص 278.
- ¹⁵ وفاء صبحي صالح التميمي، مرجع سابق، ص 103.
- ¹⁶ ناجي عبده، تسويق الخدمات المصرفية، الأسس والتطبيق العملي في البنوك، اتحاد المصارف العربية، القاهرة، 2003، ص 213.
- ¹⁷ نيجل كينج ونيل أندرسن، إدارة أنشطة الابتكار والتغيير (مترجم)، دار المريخ للنشر، الرياض، 2004، ص 24.
- ¹⁸ عامر بشير، مرجع سابق، ص 279.
- ¹⁹ Romain durand , la bancassurance dans le monde , une réalité très contrastée, newsletter , techniques SCOR N 10 février 2003 ; p :01
- ²⁰ عدنان عقيل سعد، التأمين عبر المصارف في الأردن، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد الواحد والعشرين، العدد الثاني، 2013، ص 14.
- ²¹ LEACH Alan, Bancassurance in Practice, Munich Re Group, Munich, 2001, p2.
- ²² الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق بجامعة بيروت العربية، الجزء الثاني، منشورات الحلبي، لبنان، 2002، ص 455.
- ²³ عدنان عقيل سعد، مرجع سابق، ص 15.
- ²⁴ بريش عبد القادر، محمد حمو، آفاق تقديم البنوك الجزائرية لمنتجات تأمينية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، الشلف، مارس 2008 ، ص 301.
- ²⁵ التأمين البنكي وحماية عملاء التأمين، مقالة منشورة على الموقع :
- <http://www.eisa.com.eg/INSBank.htm>

²⁶ فاروق أبو جديع، محمد عمار معتوق، التأمين عبر المصارف، بحث في الماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2010، ص 9.

²⁷ عدنان عقيل سعد، مرجع سابق، ص 16.

²⁸ فاروق أبو جديع، محمد عمار معتوق، مرجع سابق، ص 09.

²⁹ التأمين البنكي و حماية عملاء التأمين، مرجع سابق.

³⁰ amel Eddine CHICHTI, la bancassurance, banques et assurances : concurrence ou complémentarité, séminaire, IFID , octobre 2002, Tunis

³¹ Bennadj Tahar, les enjeux de la bancassurance et les perspective de son développement en Algérie, mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme supérieure des études bancaires, école supérieure de banque, Algérie 2003, p.25

³² نغماري سفيان، نبيل قبلي، التأمين المصرفي في الجزائر بين النظرية والواقع، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية، الواقع العملي وآفاق التطوير - تجارب الدول-، جامعة حسينية بن بوعلبي بشلف، يومي 3-4 ديسمبر 2012، الجزائر، ص 7-8.

³³ DANIEL Jean Pierre, document séminaire bancassurance, Ecole Supérieure de Banque, Alger, 15 et 16 avril 2003.

³⁴ نغماري سفيان، نبيل قبلي، مرجع سابق، ص 9.

³⁵ بريس عبد القادر، محمد هو، مرجع سابق.

³⁶ وزارة المالية، مشروع القانون رقم 06/04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للأمر 95-07 المتعلق بالتأمينات.

³⁷ نغماري سفيان، نبيل قبلي، مرجع سابق، ص 14-15.

³⁸ http://www.cnepbanque.dz/fr/pdf/nouveau_cnepnews.pdf

³⁹ <http://www.bdl.dz/saa.html> ,

⁴⁰ <http://www.elmoudjahid.com/fr/flash-actu/1557>

⁴¹ <http://www.caar.com.dz/bancassurance.htm>

⁴² <http://www.latribune-online.com/index.php?news=82>

⁴³ -<http://www.latribune-online.com/index.php?news=82>

⁴⁴ نغماري سفيان، نبيل قبلي، مرجع سابق، ص 19.

قائمة المراجع:

-بالعربية:

- نجم عبود نجم، إدارة الابتكار، المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر، عمان، 2003،
- بروش زين الدين، بلمهدي عبد الوهاب، إدارة الابتكار في المنظمة من منظور إدارة الموارد البشرية، مداخلة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 8-9 مارس 2005، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر.
- حسين حريم، إدارة المنظمات، الحامد للنشر والتوزيع، 2003 .
- علي عبد الوهاب، العلاقات الإنسانية في الإنتاج والخدمات، القاهرة، مكتبة عين شمس، 1985
- وفاء صبحي صالح التميمي، أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية، دراسة ميدانية على المصارف التجارية الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد 10، العدد 01، 2007.
- الصرن رعد حسن، إدارة الإبداع والابتكار، الجزء الأول، سلسلة الرضا للمعلومات، دمشق، 2000.
- الإبداع والتجديد، دور المدير العربي في الإبداع والتميز، المؤتمر العربي السنوي الخامس في الإدارة، 27 - 29 نوفمبر، شرم الشيخ، جمهورية مصر العربية، 2004 .
- كنجو عبود كنجو، الإبداع المصرفي في ظل الاقتصاد المغربي، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية،
- عامر بشير، دور الاقتصاد المغربي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2011-2012.
- عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة وإدارتها، دار الجامعة، بدون طبعة، الإسكندرية، 2000.
- ناجي عبده، تسويق الخدمات المصرفية، الأسس والتطبيق العملي في البنوك، اتحاد المصارف العربية، القاهرة، 2003.
- نيجل كينج ونيل أندرسن، إدارة أنشطة الابتكار والتغيير (مترجم)، دار المريخ للنشر، الرياض، 2004.
- عدنان عقيل سعد، التأمين عبر المصارف في الأردن، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد الواحد والعشرين، العدد الثاني، 2013.
- الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق بجامعة بيروت العربية، الجزء الثاني، منشورات الحلبي، لبنان، 2002.

بريش عبد القادر، محمد سمو، آفاق تقديم البنوك الجزائرية لمنتجات تأمينية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، الشلف، مارس 2008

-فاروق أبو جديع، محمد عمار معتوق، التأمين عبر المصارف، بحث في الماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2010 .

-نقماري سفيان، نبيل قبلي، التأمين المصرفي في الجزائر بين النظرية والواقع، مداخلة مقدمة إلى المنتدى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية، الواقع العملي وآفاق التطوير - تجارب الدول، جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف، يومي 3-4 ديسمبر 2012، الجزائر.

-وزارة المالية، مشروع القانون رقم 06/04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للأمر 95-07 المتعلق بالتأمينات.

2- بالأجنبية:

-Amel Eddine CHICHTI, la bancassurance, banques et assurances : concurrence ou complémentarité, séminaire, IFID , octobre 2002, Tunis
 Bennadj Tahar, les enjeux de la bancassurance et les perspective de son développement en Algérie, mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme supérieure des études bancaires, école supérieure de banque, Algérie 2003,

-C. Carrier & D.J. Garand : « Le concept d'innovation : débats et ambiguïtés » in
 5ème Conférence Internationale de Management Stratégique, Lille du 13 au 15 mai 1996

-DANIEL Jean Pierre, document séminaire bancassurance, Ecole Supérieure de Banque, Alger, 15 et 16 avril 2003

-LEACH Alan, Bancassurance in Practice, Munich Re Group, Munich, 2001
 Romain durand , la bancassurance dans le monde , une réalité très contrastée, newsletter , techniques SCOR N 10 février 2003 ;

مواقع الانترنت:

<http://www.eisa.com.eg/INSBank.htm>

http://www.cnepbanque.dz/fr/pdf/nouveau_cnepnews.pdf

- <http://www.bdl.dz/saa.html> ,

- <http://www.elmoudjahid.com/fr/flash-actu/1557>

ميزانية الدولة كأداة لضبط الاقتصاد الكلي - حالة الجزائر -

" دراسة قياسية باستخدام نماذج VAR "

Budget de l'Etat comme un outil pour ajuster la macro-économie - le cas de l'Algérie -

«Une étude empirique en utilisant des modèles de VAR»

أ.مراس محمد -جامعة سعيدة

أ. عيدوني حليلة -جامعة تلمسان

أ.بن سماعيل مراد-جامعة سعيدة

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى قياس تأثير الإيرادات والنفقات العامة في إطار الميزانية العامة للدولة على مؤشرات التوازن الاقتصادي الكلي في الجزائر خلال الفترة (1970-2013)، وذلك باستعمال نماذج متجهات الانحدار الذاتي VAR، وبالاعتماد على مخرجات برنامج « Eviews » و بالتالي تهدف الدراسة إلى الوصول إلى نتيجة مهمة وهي هل يمكن اعتبار السياسة الإنفاقية والجبايئية المعتمدة من طرف الحكومة الجزائرية في الفترة الممتدة من 1970 إلى 2013 كأداة لضبط الاقتصاد الكلي .

الكلمات المفتاح : ميزانية الدولة , السياسة المالية , السياسة النقدية , التوازن الاقتصادي الكلي , الاقتصاد الجزائري , نماذج VAR .

Résumé:

Cette étude vise à mesurer les revenus et l'impact des dépenses publiques sur le budget de l'Etat sur l'équilibre macro-économique en Algérie durant le cadre des indicateurs de la période (1970-2013), en utilisant des modèles vecteurs auto-régression, et se appuyant sur «Eviews» sorties de programme et donc étudier objectifs l'accès à un résultat important que vous pouvez voir la politique comme pouvoir de dépenser et fiscale approuvée par le gouvernement algérien dans la période de 1970 à 2013 comme un outil pour ajuster la

المقدمة :

من أبرز القضايا التي تثير الاهتمام والجدل بين المالىين والاقتصاديين تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية، ويمكن اعتبار أن السياسة المالية أحد المحاور الأساسية لتدخل الدولة في النشاط الاقتصادي، حيث تستخدم مكونات الميزانية العامة للدولة المتمثلة في الإيرادات العامة والنفقات العامة للتأثير على مؤشرات التوازن الاقتصادي الكلي، غير أنّ التنسيق والتكامل بين السياسة المالية والنقدية يعتبر أمراً ضرورياً، وذلك لأن لكل منهما تأثيرات مشتركة على النشاط الاقتصادي وتهدفان إلى تحقيق الاستقرار الاقتصادي، كما أنّ تكامل كل من أهدافهما من شأنه أن يؤدي إلى تحقيق أهداف السياسة الاقتصادية العامة للدولة وبالتالي تحقيق التوازن الاقتصادي الكلي، والجزائر مثل بقية دول العالم الثالث قامت بالتوسع في استخدام أدوات السياسة المالية في إطار ما تسمح به التشريعات المختلفة لوزارة المالية بسياساتها الانفاقية والإيرادية بهدف تحقيق أهداف السياسة الاقتصادية للبلاد. وبالتالي يظهر تساؤل حول التأثيرات لهذه البرامج الانفاقية و السياسات الجبائية على التوازن الاقتصادي الكلي، وبدون إطالة نطرح الإشكالية الجوهرية التالية: هل يمكن اعتبار الميزانية العامة كأداة في يد الدولة تستطيع من خلالها ضبط الاقتصادي الكلي الجزائري؟ وبالتالي لتحقيق هذه الورقة ارتأينا أن نقسم البحث إلى:

1. مسار السياسة المالية في الجزائر في ظل التحول من اقتصاد موجه إلى اقتصاد حر.
2. تأثير الإيرادات والنفقات العامة في إطار الميزانية العامة للدولة على مؤشرات التوازن الاقتصادي الكلي في الجزائر خلال الفترة (1970-2013).

1- مسار السياسة المالية في الجزائر في ظل التحول من اقتصاد موجه إلى اقتصاد حر :

عرف الاقتصاد الجزائري مند الاستقلال تحولات وتغيرات هامة أملتتها الظروف والتحولت التي شهدتها كل من الساحتين الوطنية والدولية وهذا على كافة الأصعدة الاقتصادية، الإيديولوجية والسياسية... الخ، فنجدها غداة الاستقلال قد تبنت استراتيجية وفق نظرة اشتراكية قائمة على أساس التخطيط المركزي وهيمنة القطاع العام على الاقتصاد، إلا أن هذه السياسة باءت بالفشل، وأصبح الاقتصاد الوطني يعاني من اختلالات هيكلية كبيرة على المستويين

الداخلي والخارجي ابتداء من سنة 1986 بفعل الأزمة النفطية المعاكسة وتأثيرها السلبي على الاقتصاد الجزائري الذي دخل في أزمة حادة دفعت بالجزائر إلى تبني خيار اقتصاد السوق كبديل للاقتصاد الموجه.

خلال كل مراحل التنمية الاقتصادية في الجزائر، كان للسياسة المالية الدور البارز في تحقيق الأهداف التنموية كصورة من صور تدخّل الدولة في النشاط الاقتصادي وأداة من أدوات تنفيذ البرامج الحكومية:

السياسة المالية في مرحلة الاقتصاد المخطّط : بعد الاستقلال عملت الجزائر جاهدة على التخلص من كل قيود التبعية الاقتصادية لفرنسا، ولكن هذا لم يكن بالأمر السهل نتيجة عدم توفر القوّة الاقتصادية للقطاع العام، فإنه كان من غير الممكن الشروع في تأسيس نظام مركزي قوي، هذا ما انعكس بشكل مباشر على السياسة الإنفاقية والجبائية للجزائر خلال هذه الفترة:

السياسة الإنفاقية : ارتفاع الإنفاق العمومي خلال هذه الفترة، إذ انتقل هذا الأخير من 25,98% من الناتج المحلي

الخام سنة 1967 إلى حوالي 43% من هذا الناتج سنة 1986.

يمكن تفسير ظاهرة تزايد حجم الإنفاق العام بظاهرة التصنيع وما تتطلبه من ارتفاع في حجم الاستثمارات الصناعية، وهذا إذا نظرنا إلى الاتجاه العام لكل من الإنفاق العام والناتج المحلي الإجمالي، بحيث أنّ زيادة النمو الاقتصادي خلال هذه الفترة أدى إلى زيادة دور الدولة في القطاع الإنتاجي وغير الإنتاجي، كما أدى إلى نمو الدخل الفردي الذي كان للنفقات العمومية الدور الكبير في زيادته، والذي تجلّى في زيادة القدرة الشرائية للأفراد. أنظر في الملحق الشكل رقم 01 :

تميّزت هذه المرحلة بمحضور قطاع عمومي قويّ على الساحة الاقتصادية، خاصة بعد الإعلان الرسمي لاعتماد النظام الاشتراكي سنة 1971 م، والذي اعتمد بدوره على التخطيط المركزي كأسلوب من أساليب التنمية الاقتصادية، والذي استدعى تدخلا قويا للقطاع العام في الأمور الاقتصادية، برز واضحا من خلال ارتفاع الإنفاق العام في الموازنة العامة للدولة ليصل في سنة 1986 م مثالا إلى حوالي 47.65%، بعدما كان يمثل 25.98% سنة 1967 م، وهذا كانعكاس مباشر لنموذج الصناعات المصنّعة المعتمد من طرف الجزائر، وتبنيه كمحرك رئيسي لإستراتيجية التنمية الاقتصادية في البلاد، ومن تم التركيز كان واضحا على الاستثمارات الصناعية

في قطاع المحروقات بعد تأميمها سنة 1971 م، وقد تطلب هذا النموذج للتنمية المبني على نظرية الصناعات الكبرى استثمارات ضخمة حققت معدلات نمو اقتصادي جد إيجابية، إذ بلغت نسبة 9.21% سنة 1978، كما امتصت عددا لا بأس به من اليد العاملة العاطلة، إذ انخفضت نسبة البطالة إلى حوالي 13.28% سنة 1983 حسب البيانات الحكومية.

السياسة الجبائية: خلال هذه الفترة، نرى أن السياسة الضريبية بالجزائر اعتمدت بشكل كبير على الجباية البترولية

التي انتقلت من 24,7% من مجموع الإيرادات سنة 1970 إلى حوالي 50% من هذا المجموع سنة 1985، مع تجاوزها لنسبة 60% سنوات 1981، 1980، 1974 نظرا لارتفاع أسعار النفط خلال هذه السنوات أين بلغت: \$35,93، \$36,83، و\$46,04 على التوالي. بالمقابل، عرفت الجباية العادية نوعا من الانخفاض، إذ انتقلت من 75,3% من مجموع الجباية الكلية سنة 1970 إلى حوالي 50% من هذا المجموع سنة 1985، مع تحقيق أدنى مستوى لها سنة 1981 بنسبة 33,6%. وهذا ما أدى إلى الاحتفاظ بنفس هيكل الجباية خارج قطاع المحروقات، مع الرفع النسبي لنسب الضرائب المطبقة خاصة TUGP وتعديل سلم حساب قيمة ITS، و أيضا تعديل الضريبة على الأرباح الصناعية و التجارية (BIC). غير أن انخفاض أسعار النفط في الأسواق العالمية سنة 1986 (من \$27,56 للبرميل سنة 1985 إلى \$14,4 سنة 1986) أدى إلى انخفاض إيرادات الجباية البترولية بحوالي 20% (من 50% سنة 1985 إلى 30% سنة 1986)، وهذا ما كان له انعكاس مباشر على إيرادات الدولة الكلية بحيث انخفضت هي الأخرى من 38% من إجمالي الناتج المحلي الخام خلال الفترة 1981-1985 إلى 28% من هذا الإجمالي خلال الفترة 1986-1990.

السياسة المالية في مرحلة الإصلاحات: لقد كان للأزمة البترولية لسنة 1986 الوقع الكبير على الاقتصاد الجزائري، حيث ظهرت بوادر الانهيار بعد انخفاض أسعار المحروقات، والتي أظهرت ضعف النظام الاقتصادي خاصة فيما يتعلق بالحصول على الموارد المالية الموجهة لتمويل الاقتصاد، فقد أنتجت سياسات الإنعاش والتنمية المعتمدة في خضم الاقتصاد الموجه فجوات عميقة، خلقت فيه عدة اختلالات أوصلته إلى حد العجز في توفير السيولة اللازمة لدفع أعباء خدمة المديونية الخارجية والتي تحوّلت مع مطلع التسعينات إلى بالوعة ضخمة تلتهم إيرادات البلاد. ومن

تم تأكد للسلطات العليا في البلاد أنّ إخراج الاقتصاد الجزائري من فخ المديونية والركود المتواصل لن يكون إلا بإجراء تعديلات عميقة في هيكله، وهذا ما يستوجب كثيرا من التمويل، ونظرا للضائقة المالية للجزائر في تلك الفترة لم يكن هناك العديد من الخيارات أمام الجزائر إلا التوجه إلى المؤسسات المالية الدولية للحصول على التمويل اللازم والمساعدة التقنية في إطار ما عرف ببرامج التثبيت⁽¹⁾ والتعديل الهيكلي⁽²⁾.

السياسة الإنفاقية : عند تفحصنا لنفقات التسيير خلال فترة الاصلاحات، لاحظنا أنّ هذه النفقات عرفت تفاقما حادا وكان لها الدور الرئيسي في زيادة النفقات العامة إذ استحوذت على نسبة تتراوح ما بين 30,25% كحدّ أدنى سنة 1990 و79% كحدّ أقصى من إجمالي النفقات وهذا سنة 1998، ويرجع التزايد في نفقات التسيير إلى اعتبارات سياسية واجتماعية بالإضافة إلى اعتبارات اقتصادية. أما فيما يخص تطوّر نفقات التجهيز، فقد عرفت تزايدًا مستمرا خلال الفترة (1995-1990) نتيجة تنشيط النمو الاقتصادي وتشجيع الاستثمار الذي يتطلب توفير تجهيزات البنية التحتية، مع إعطاء الأولوية إلى إتمام البرامج الجارية والمقدّرة في نهاية سنة 1994 بـ 330 مليار دج⁽³⁾؛ أما خلال الفترة (1996-1998) عرفت نفقات التجهيز تذبذب حيث انخفضت سنة 1996 نتيجة التدابير السياسية التي اتخذت لخفض الإنفاق وترشيده، غير أنّها عادت للارتفاع مرة ثانية سنة 1997 و 1998 وذلك نتيجة تشجيع الاستثمار وبالأخص في القطاعات الحساسة مثل الري، التربية... إلخ، بالإضافة إلى الاستمرار في البرامج الجارية والمقدّرة نهاية سنة 1997 بـ 449,4 مليار دج⁽⁴⁾، ارتفاع تكاليف الاستثمار الذي تسبب فيه خفض قيمة الدينار الجزائري والإنفاق اللازم لإعادة إصلاح البنية التحتية التي لحق بها الضرر نتيجة للصراع المدني: أنظر الملحق الشكل رقم 02 .

السياسة الجبائية: لقد عرفت الإيرادات العمومية في بداية هذه الفترة نوعا من التحسّن نتيجة ارتفاع أسعار النفط في الأسواق العالمية، حيث ارتفعت من 14,92 \$ للبرميل سنة 1988 إلى 23,73 \$ سنة 1990 بسبب حرب الخليج العربي، وكذلك نتيجة خفض قيمة الدينار الجزائري سنة 1991، أما فيما يخص الجباية العادية نجد أنّها انتقلت من 41,47% من مجموع الجباية الكلية سنة 1993 إلى حوالي 47,54% من هذا المجموع سنة 1998 وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى انخفاض أسعار النفط في هذه السنة (من 19,09 \$ للبرميل سنة 1997 إلى

12,72 \$ سنة 1998) مما كان له الأثر البين على انخفاض حصيلة الجباية البترولية، فإذا تفحصنا هيكل هذه الجباية العادية، فسنجد أن الضرائب غير المباشرة قد أخذت حصة الأسد إذ انتقلت من 2,8% من مجموع الإيرادات الكلية سنة 1992 إلى 16,9% من هذا المجموع سنة 1993، لتبلغ ذروتها سنة 1998 بنسبة 20% من نفس المجموع نظرا للأسباب السالفة الذكر⁽⁵⁾.

السياسة المالية في مرحلة الإنعاش الاقتصادي : إن المتتبع للأوضاع الاقتصادية التي تشهدها الجزائر منذ بداية العقد الأول من القرن الحالي يدرك أنّ البلاد بصدد خوض تجربة تنمية جديدة، اتضحت معالمها من خلال شروع الحكومة في تنفيذ سياسة اقتصادية جديدة تختلف عن تلك التي طبقت سابقا، هذه السياسة التي يمكن تسميتها بسياسة الإنعاش الاقتصادي ذات التوجّه الكينزي تهدف أساسا إلى رفع معدل النمو الاقتصادي عن طريق زيادة حجم الإنفاق الحكومي الاستثماري، وقد تم تجسيد هذه السياسة من خلال تنفيذ ثلاثة برامج تنمية ممتدة خلال الفترة (2001-2014) وهي:

- **المخطط الثلاثي (2001-2004):** يسمى « برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي »: خصص له غلاف مالي بمبلغ 525 مليار دج أي حوالي 7 مليار دولار أمريكي، ليصبح في نهاية الفترة 1.216 مليار دج أي ما يعادل 16 مليار دولار أمريكي بعد إضافة مشاريع جديدة له وإجراء تقييمات لمشاريع سابقة.
- **المخطط الخماسي الأول (2005-2009):** يسمى « البرنامج التكميلي لدعم النمو »: خصصت له مبالغ مالية أولية بمقدار 8.705 مليار دج أي 114 مليار دولار أمريكي، لتصبح في نهاية الفترة 9.680 مليار دج أي حوالي 130 مليار دولار أمريكي، بعد إضافة عمليات إعادة التقييم للمشاريع الجارية ومختلف التمويلات الإضافية الأخرى.
- **المخطط الخماسي الثاني (2010-2014):** يسمى « برنامج توطيد النمو الاقتصادي »: خصصت له مبالغ مالية إجمالية قدرها 21.214 مليار دج أي ما يعادل 286 مليار دولار أمريكي، ويدخل هذا البرنامج ضمن سياسة الإقلاع

الاقتصادي وبعث حركية الاستثمار والنمو من جديد، وتدارك التأخر في التنمية الذي

سببته الأزمة الأمنية خلال فترة التسعينات التي شهدت ركودا في جميع المجالات⁽⁶⁾.

السياسة الانفاقية : إنّ عودة ارتفاع أسعار المحروقات ابتداء من الثلاثي الأخير لسنة 1999 أضفى نوعا من الراحة

المالية على هذه الفترة تم استغلالها في بعث النشاط الاقتصادي من خلال سياسة مالية تمويلية تنموية، عبّر عنها ارتفاع حجم الإنفاق العام ضمن ما سمي بمخطط دعم الإنعاش الاقتصادي، بحيث ارتفعت نسبة الإنفاق العام من الناتج المحلي الإجمالي من 28.31 % سنة 2000 إلى حوالي 34.87 % سنة 2003، فمبلغ 155 مليار دولار الذي تم اعتماده خارج موازنة الدولة لتمويل هذا البرنامج يعبر بوضوح عن رغبة الدولة في انتهاج سياسة مالية تنموية ذات طابع كينزي تهدف إلى تنشيط الطلب الكلي من خلال تحفيز المشاريع الاستثمارية العمومية الكبرى.

في سنة 2001 ارتفع حجم الإنفاق العام (7,55 %) ويعود ذلك إلى زيادة كل من نفقات التسيير ونفقات التجهيز فأما نفقات التسيير فقد ارتفعت بنسبة 25,6 % مقارنة مع سنة 2000، كما أنّ نسبة هذه النفقات من الناتج المحلي الإجمالي شهدت ارتفاعا نسبيا وصل إلى 22,8 %، ونفس المسار عرفته نفقات التجهيز خلال سنة 2001 بحيث ارتفعت بنسبة 45 % مقارنة بسنة 2000، ويعود ذلك إلى بداية تجسيد برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي الذي اعتمده قانون المالية التكميلي لسنة 2001. كما نلاحظ أنه في سنة 2008 فقد تواصل الإنفاق العام في الارتفاع ليصل إلى 414 مليار دج، نتيجة ارتفاع كل من نفقات التسيير (نسبة 52,95% من النفقات العامة) ونفقات التجهيز (نسبة 47,08% من النفقات العامة). أما في سنة 2011، ارتفع الإنفاق العام بـ 3%, 28 مقارنة مع سنة 2010، حيث بلغت نفقات التسيير الجارية حوالي 26,4% من الناتج المحلي الإجمالي، أما نفقات التجهيز فقد بلغت نسبتها 13,4% من نفس الناتج بقيمة قدرها 1934.2 مليار دج.

السياسة الجبائية : شهدت إيرادات الجباية العادية تطورا ملحوظا خلال فترة الإنعاش الاقتصادي، حيث بلغت

مساهمتها في الإيرادات الإجمالية سنة 2002 م 43,25%، وهذا راجع لعدة عوامل نذكر منها تطبيق تقنية الاقتطاع من المصدر فيما يخص الضريبة على الدخل الإجمالي، والإجراءات المتخذة

من طرف الدولة في محاربة الغش والتهرب الضريبي، بالإضافة إلى الأداء الجيد لحصيلة الضرائب الخاصة بالتجارة، كما عرفت بنود الإيرادات الجبائية المتمثلة في الضريبة على المداخيل والأرباح والضرائب على السلع والخدمات، بالإضافة إلى الحقوق الجمركية والتسجيلات والطوابع ارتفاعا ملحوظا، ويعود السبب الرئيسي في الارتفاع إلى الضرائب على السلع والخدمات التي عرفت 37,5% كنسبة مساهمة في إجمالي الإيرادات خارج المحروقات و13,9% كنسبة مساهمة في إيرادات الميزانية العامة للدولة في سنة 2002 م، بالإضافة لتحسن الوضعية المالية للمؤسسات التابعة للقطاع الخاص بفضل التشجيعات التي قدمتها الدولة للقطاع الخاص ومن ثم ارتفاع حصيلة الضريبة على أرباح الشركات IBS. أما بالنسبة للجباية البترولية، حيث انتقلت مساهمتها من 59,33% سنة 2004 إلى 67,95% سنة 2006 م، وهذا راجع بالطبع إلى ارتفاع أسعار البترول ومشتقاته خلال هذه الفترة. كما يمكن ملاحظة التراجع الطفيف في نسبة الجباية البترولية بين سنتي 2006 و 2007، حيث تراجعت بـ 1,31%، وذلك بالرغم من الارتفاع المستمر في أسعار المحروقات وبالتالي يمكن تفسير هذا التراجع الطفيف إلى تحسن قيمة الدينار بنسبة 4,5% مقارنة بالدولار، و ذلك بفعل الانخفاض الخفيف في كمية المحروقات المصدرة بين 2006 و 2007 م.

وفي الختام يمكن القول أن السياسة المالية ساهمت خلال فترة الإنعاش الاقتصادي بشكل ملحوظ في تحسين بعض المؤشرات الاقتصادية الكلية⁽⁷⁾، لعل من أهمها انخفاض حجم المديونية الخارجية إلى حدود 4.88 مليار دولار سنة 2007، وقد مثلت نسبة 1% من الناتج المحلي الإجمالي في سنة 2009 حوالي 486 مليون دولار أمريكي، وارتفاع نسب النمو الاقتصادي إلى مستويات مقبولة، إذ بلغت نسبة 6.8% سنة 2003، نفس الشيء عرفته مستويات التشغيل أين انخفضت نسبة البطالة في الجزائر إلى أكثر من النصف خلال السنوات الستة الماضية، إذ سجلت الأرقام الرسمية لسنة 2007 نسبة 11.8%، أما معدلات التضخم فقد وصلت إلى أدنى مستوياتها حيث بلغت 0.33% سنة 2002 و 1.64% سنة 2005، احتياطي من العملة جد معتبر (140 مليار دولار سنة 2009)⁽⁸⁾.

2- تأثير الإيرادات و النفقات العامة في إطار الميزانية العامة للدولة على مؤشرات التوازن الاقتصادي الكلي في الجزائر خلال الفترة (1970-2013):

2-1- الإطار النظري للدراسة القياسية : عند بحثنا في الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع ،لاحظنا أن هذه الدراسات تنقسم إلى قسمين :المنهجية البحثية الأولى تعتمد على تقدير نماذج قياسية هيكلية ،ويتكون هذا النوع من النماذج على عدد كبير جدا من المعادلات ،التي قد يصل أحيانا إلى 900 معادلة ،وتعد نماذج « IS-LM » شكلا مبسطا من النماذج الهيكلية ،وقد استخدم هذا النوع من النماذج بشكل كبير من قبل مؤيدي المدرسة الكينزية.أما المنهجية البحثية الثانية فهي تعتمد على النماذج القياسية المختصرة التي تربط بين الدخل والسياسة النقدية والمالية بشكل مباشر ،وقد تم بناء أول نموذج قياسي مختصر في عام 1964 م من قبل رائد المدرسة النقدية « Milton Friedman » وزميله « David Meiselman ». وفي عام 1968 م قام الاقتصاديان « Leonall Anderson » و « Jerry Jordan » بتطوير نموذج قياسي مختصر تفادى العديد من الانتقادات التي وجهت للنموذج السابق ،وقد عرف هذا النموذج لاحقا بنموذج « سانت لويس » ،ويتكون هذا النموذج من معادلة واحدة تأخذ الصيغة التالية:

$$\Delta Y_t = a_0 + \sum_{i=0}^n b_i \Delta M_{t-1} + \sum_{i=0}^n c_i \Delta G_{t-1} + \mu_t$$

حيث أن:

Y: الناتج الداخلي الخام.

M: القيمة الاسمية لمتغير السياسة النقدية (عرض النقود أو القاعدة النقدية أو التسهيلات الائتمانية الممنوحة من قبل البنوك التجارية أو الودائع تحت الطلب للقطاع الخاص).

G: القيمة الاسمية لمتغير السياسة المالية (الإنفاق الحكومي بشقيه الجاري و الرأسمالي ،أو الإيرادات الحكومية ،أو رصيد الموازنة العامة).

Δ : الفرق الأول للسلسلة الزمنية.

a: الثابت في المعادلة.

b, c: معاملات النموذج المجهولة.

μ_t : حد الخطأ.

$i (i=1,2,3,\dots,n)$: تشير إلى فترات الإبطاء أو التخلف الزمني.

2-2- الدراسة القياسية : كما أشرنا سابقا نستخدم في الدراسة نموذج سانت لوييس st « Louis model »، حيث أخذ هذا النموذج الإنفاق الحكومي (G) كمتغير يمثل السياسة المالية، عرض النقود (M) كمثل عن السياسة النقدية، وذلك لتبيان طريقة التمويل وأثرها على الفعالية المرجوة لسياسة الإنفاق الحكومي على الناتج، وتقوم الدراسة بتكييف هذا النموذج مع معطيات الاقتصاد الجزائري بإضافة الإيرادات النفطية (R) كمتغير ثالث يمثل القطاع الخارجي⁽⁹⁾، و يأخذ النموذج الشكل التالي:

$$PIB=f(G,R,M)$$

$$PIB=\alpha_0+\alpha_1.G+\alpha_2.R+\alpha_3.M$$

وبالرجوع إلى الدراسة القياسية فسنقوم بتقدير النموذج قيد الدراسة بطريقة المربعات الصغرى MCO ، وذلك خلال الفترة (1970-2011)، والنموذج اللوغاريتمي يأخذ الشكل التالي:

$$\text{Log}(PIB)=c(1)+c(2)*G+c(3)*R+c(4)*M$$

و نتائج التقدير مبينة كالتالي، وذلك بالاعتماد على مخرجات برنامج Eviews: أنظر الملحق مخرجات البرنامج 01

لقد تم تقدير معالم هذا النموذج في الجزائر خلال الفترة (1970-2011)، وبفحص المعلمات المقدرة تبين وجود معلمات غير معنوية إحصائيا، ولا تأخذ إشارتها الصحيحة المتوقعة اقتصاديا، وهي معلمة عرض النقود وباستخدام أسلوب استبعاد المتغيرات غير المعنوية إحصائيا⁽¹⁰⁾، تم إعادة التقدير والتوصل إلى المرحلة النهائية والتي كانت نتائجها كالتالي: أنظر الملحق مخرجات البرنامج 02

■ الدلالة الإحصائية للنموذج : يشير هذا النموذج إلى قوة العلاقة الارتباطية بين الناتج المحلي الإجمالي (PIB) كمتغير تابع وكل من الإنفاق الحكومي (G) والإيرادات (R) كمتغيرات مستقلة، ومن خلال نتائج التقدير نلاحظ أن 96,4% من التغيرات في الناتج راجعة إلى التغيرات في الإنفاق الحكومي والتغير في الإيرادات النفطية، وهذا ما يوضحه معامل التحديد « R-squared »، كما أنّ اختبار « ستودنت » و« فيشر » يبيّن معنوية الدلالة الإحصائية لهذا النموذج، أما بالنسبة لاختبار « Durbin-Watson »

«والذي يسمح بالعثور على الارتباط الذاتي للأخطاء فهو يؤكد عدم وجود هذا الارتباط وبالتالي فالنموذج صالح إحصائيا لاتخاذ القرار.

■ التفسير الاقتصادي لهذا النموذج : يبين هذا النموذج أنّ الإنفاق الحكومي له أثر كبير على الناتج المحلي الإجمالي بالمقارنة مع بقية المتغيرات ويتجلى لنا ذلك من خلال معامل الانحدار الذي بلغ 1,043، وهذا يعني أنه إذا زاد الإنفاق الحكومي بمعدل دينار واحد فإنّ الناتج القومي سيزداد بمقدار 1,043، ونفس التفسير بالنسبة للإيرادات النفطية، كما نلاحظ وجود تقارب بين معامل الانحدار لكل من الإنفاق الحكومي والإيرادات النفطية، وهذا دليل واضح على وجود ارتباط وثيق بينهما، مما يعني أن الجزائر تعتمد بشكل كبير على الإيرادات النفطية في تمويل الإنفاق الحكومي.

بما أننا سنعالج الظاهرة في المدى الطويل فإننا سنعتمد في الدراسة القياسية على نماذج متجهات الانحدار الذاتي (VAR)، تعتبر نماذج متجهات الانحدار الذاتي (Vector Auto regression Models) المختصرة في الرمز VAR كحالة عامة لسببورة الانحدار الذاتي مع تعدد المتغيرات، وقد تم تطوير هذه النماذج من قبل Sims (1980) مقترحا إياها كنماذج بديلة للنماذج القياسية التجميعية المستوحاة من الفكر الكينزي التي كانت تعاني نوعا من القصور، ومن أجل فهم طبيعة سير الاقتصاد الكلي على الاقتصادي أن ينظر إلى هذا الأخير على أنه نموذج ديناميكي احتمالي لمجموعة من المتغيرات يأخذ بعين الاعتبار الصدمات العشوائية الحالية و الماضية، وهذا ما ترجمه حقيقة نماذج VAR التي تعتبر كأداة تجريبية مناسبة جدا لفهم طبيعة تأثير هذه الصدمات.

تقوم هذه الدراسة على قياس مدى تأثير كل من الإيرادات والنفقات العامة للجزائر ضمن الموازنة العامة على الناتج الوطني في المدى الطويل، وذلك باستعمال نماذج متجهات الانحدار الذاتي VAR، وبالاعتماد على مخرجات برنامج EVIEWS 06، مع العلم أنّ إحصائيات الدراسة هي ممتدة من سنة 1970 إلى سنة 2011 مستخرجة من معطيات البنك العالمي بالأسعار الثابتة، ولتطبيق هذه الدراسة يجب تتبع الخطوات التالية:

■ دراسة استقرارية السلاسل الزمنية المستعملة في الدراسة، وسوف نعتمد على

سلسلة الإيرادات

العامية (R) وسلسلة الإنفاق الحكومي (G) وسلسلة الناتج الوطني (PIB) ؛

- دراسة العلاقة السببية بين المتغيرات؛
- حساب عدد التأخرات في نموذج VAR والقيام بتقديره؛
- استخراج دوال الاستجابة الدفعية؛

المرحلة الأولى : نستعمل اختبار جذر الوحدة (Unit Roots test) لمعرفة ما مدى استقرار السلاسل الزمنية المستعملة في البحث و تجنب النتائج المزيفة نتيجة لعدم استقرارها، من خلال استعمال اختبار Augmented Dickey-Fuller (ADF)، اختبار Phillips-Perron (PP)، اختبار Kwiatkowski, Phillips, Schmidt, (KPSS). وبالتالي سوف نعتمد على اختبار جذر الوحدة (Unit Root test) لتحديد الخصائص الغير ساكنة (non-stationary) للمتغيرات السلسلتين الزمنيتين على حد سواء في المستويات (levels) أو في الفرق الأول يستعمل اختبار ديكي فولر (DF)، أو ديكي فولر المطور (ADF) (في هذا البحث سنكتفي بالاختبار الأخير) حيث يستعمل هذا الاختبار باتجاه الزمن (Time trend) أو بدونه، رغم الاستعمال الواسع لهذا الاختبار إلا أنه يعاني مشكلة عدم أخذه بعين الاعتبار عدم وجود مشكلة اختلاف التباين و اختبار توزيع الطبيعي (Test de normalité) الموجودة سلسلة زمنية ما، و لذا يستعمل اختبار آخر إضافي لاختبار جذر الوحدة، و هو اختبار فيليبس و بيرسون ((Phillip-Perron(PP)، لأن لديه قدرة اختباريه أفضل و أدق من اختبار (ADF test) لاسيما عندما يكون حجم العينة صغيرة، وفي حالة تضارب وعدم انسجام نتائج الاختباري DF، في اختبارات جذر الوحدة (عموماً) يستخدم الاختبارين (ADF) و (PP)، بجانب اختبار الاستقرار (KPSS) و هذا الاختبار يعالج بعض أوجه الضعف في فعالية الاختبارين (ADF) و (PP) في حال وجود ارتباط ذاتي للتباين، يمكن القول بأن نتائج هذه الاختبارات تكمل بعضها البعض، وبالتالي في حال اتفاقها على نتيجة واحدة تصبح النتيجة أكثر دقة. أنظر الملحق الجدول رقم 02

بالنسبة لاختبار ADF يلاحظ من الجدول عند المستوى (Level) أن القيمة المطلقة $t\hat{\Phi}$ التي تخضع لتوزيع Student لكل المتغيرات أصغر من القيمة المطلقة و الحرجة الجدولية عند مستوى 1 % و 5 % و 10 % ⁽¹¹⁾، ومنه عدم رفض الفرضية العدمية H_0

، أي وجود جذور وحدية (Unit Root)، وبالتالي عدم استقرار السلاسل الزمنية، بعد ذلك تنتقل إلى اختبار التفاضلات الأولى للمتغيرات، حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أنه عند التفاضل الأول أصبحت القيمة المطلقة $t\hat{\Phi}_j$ لكل المتغيرات أكبر من القيم المطلقة والحرجة الجدولية عند مستوى 1% و 5% و 10%، وبالتالي فإن السلاسل الزمنية مستقرة من الدرجة الأولى حسب اختبار ADF. ونفس الشيء بالنسبة لاختبار PP نلاحظ أن السلاسل الزمنية مستقرة من الدرجة الأولى والعكس بالنسبة لاختبار KPSS.

المرحلة الثانية: اختبار العلاقات السببية لـ Granger (Test des relations causales)، حيث إنّ تحديد العلاقات السببية ما بين المتغيرات الاقتصادية يسمح في العديد من الأحيان بتحديد نوع العلاقة ما بين هذه المتغيرات في المدى القصير، وهذا ما يتيح لنا معلومات تمكننا من الفهم النظري الجيد للظواهر الاقتصادية وبالتالي أصبحت المعرفة السببية كشرط ضروري لتأسيس جيد للسياسة الاقتصادية. (12)

عموما يمكن القول أن المتغير X يتسبب في المتغير Y إذا كان توقع Y الذي يعتمد بشكل كبير على معرفة ماضي المتغيرين X و Y هو أحسن من توقع Y الذي يعتمد فقط على ماضي Y. ويمكن التعبير عن ذلك رياضيا كالتالي:

X يتسبب في Y عند الفترة t إذا كان:

$$E[Y_t / Y_{t-1}, X_{t-1}] \neq E[Y_t / Y_{t-1}]$$

X يتسبب فوريا في Y عند الفترة t إذا كان :

$$E[Y_t / Y_{t-1}, X_t] \neq E[Y_t / Y_{t-1}, X_{t-1}]$$

X لا يتسبب في Y عند الفترة t إذا كان:

$$V_\varepsilon [Y_t / Y_{t-1}, X_{t-1}] \neq V_\varepsilon [Y_t / Y_{t-1}]$$

حيث أنّ V_ε هي مصفوفة تباين التباين المشترك لأخطاء التوقع.

وعليه سنحاول أن نظهر العلاقات السببية ما بين متغيرات الدراسة من أجل تفسير أثر متغيرات السياسة المالية على الناتج الوطني، وذلك من أجل تدعيم التحليل أكثر. والنتائج كانت كالتالي: أنظر الملحق مخرجات البرنامج 03 :

من خلال النتائج الموضحة أعلاه تم التأكد من أنّ الإنفاق الحكومي (G) والإيرادات العامة (R) لهما تأثير على الناتج الوطني (PIB)، و نلاحظ ذلك جليا من خلال مقارنة قيمة F فيشر المحسوبة مع قيمة F الجدولية، أما قيم F المحسوبة فهي مبيّنة أعلاه، أو من خلال مقارنة الاحتمال الموجود في العمود الأخير من الجدول مع القيمة 0,05، فلو نظرنا مثلا إلى السطر الثاني الذي يدرس العلاقة السببية بين الإنفاق الحكومي (G) و PIB فنلاحظ أن قيمة الاحتمال مساوية لـ 0,0301، وهو احتمال أصغر من القيمة 0,05، وبالتالي نقول أن G يؤثر في PIB، ونفس التحليل بالنسبة للفرضيات الأخرى.

المرحلة الثالثة : سنقوم بحساب عدد التأخرات في نموذج VAR والقيام بتقديره وتحديد درجة تأخير المسار P للنموذج VAR بمعاييرين هما: Schwarz و Akaike :
إنّ طريقة اختيار درجة التأخير تعتمد على تقدير كل نماذج VAR من أجل درجة تتغير من "0" إلى "h"، بحيث (h) هو أكبر تأخر مقبول من طرف النظرية الاقتصادية، أو من طرف المعطيات الموجودة)، دوال $AIC(P)$ و $SC(P)$ يحسبان بالطريقة التالية:

$$AIC (P) = \ln \left[\det \left| \sum e \right| \right] + \frac{2 K_p^2}{n}$$

$$SC (P) = \ln \left[\det \left| \sum e \right| \right] + \frac{K_p^2 \ln (n)}{n}$$

AIC: هو معيار Akaike و P: درجة تأخر النموذج.

SC: معيار Schwarz و N: عدد المشاهدات.

K: عدد متغيرات النموذج.

Σe : مصفوفة التباينات والتباينات المشتركة للبواقي ونختار التأخر p على أساس أصغر قيمة تعطي للمعايير AIC و SC

النتائج أعلاه الملحق لمخرجات البرنامج 04 تشير إلى ضرورة أخذ فحوة زمنية واحدة

من خلال جميع المعايير المستخدمة ومنه نعلم على فترة إبطاء واحدة في المرحلة القادمة.

أما نتائج تقدير نموذج VAR(1) هي كما يلي: انظر الملحق لمخرجات البرنامج 05 :

- التفسير الإحصائي لنموذج VAR(1) :

▪ بالنسبة لمعادلة الناتج الوطني الإجمالي (PIB) :

$$PIB = 1.03670616*PIB(-1) - 0.12425002*G(-1) + 0.002285458*R(-1) + 2.82242232$$

لتفسير المعادلة أعلاه إحصائياً نقوم بمقارنة قيمة t ستودنت الجدولية والتي تساوي 1,95 عند مستوى معنوية 5% مع قيم t المحسوبة، فنلاحظ أنّ قيمة الناتج الوطني السابقة بفترة إبطاء واحدة تساهم في تفسير المتغير PIB لأن قيمة t الجدولية أصغر من قيمة t المحسوبة والتي تساوي 14,01، على عكس الإنفاق الحكومي المبطن $G(-1)$ والإيرادات المبطن $R(-1)$ ، حيث نلاحظ عدم مساهمتهما في تفسير PIB، فقد بلغت قيمة t المحسوبة على التوالي :- 1,55 و 0,18. كما تشير النتائج إلى قوة العلاقة الارتباطية بين الناتج المحلي الإجمالي (PIB) كمتغير تابع وكل من الناتج المحلي الإجمالي المبطن بفترة واحدة $PIB(-1)$ والإنفاق الحكومي السابق $G(-1)$ والإيرادات العامة السابقة $R(-1)$ كمتغيرات مستقلة، ومن خلال نتائج التقدير نلاحظ أنّ 99,15% من التغيرات في الناتج راجعة إلى التغيرات في المتغيرات المستقلة السابقة الذكر.

■ بالنسبة لمعادلة الإنفاق العام (G) :

$$G = 0.378235*PIB(-1) + 0.4665687*G(-1) - 0.001453850*R(-1) + 6.5574220$$

نلاحظ أنّ قيمة الناتج الوطني السابق بفترة إبطاء واحدة يساهم في تفسير المتغير G لأنّ قيمة t الجدولية أصغر من قيمة t المحسوبة والتي تساوي 2,62، كما نلاحظ مساهمة الإنفاق الحكومي السابق $G(-1)$ في تفسير المتغير G حيث كانت قيمة t المحسوبة له مساوية لـ 2,99، بينما لم تعمل الإيرادات السابقة $R(-1)$ في تفسير G لأنّ قيمة t ستودنت لها بلغت -0,06 وهي قيمة أصغر من نظيرتها الجدولية، وتشير النتائج كذلك إلى قوة العلاقة الارتباطية بين الإنفاق العام (G) كمتغير تابع وكل من الناتج المحلي الإجمالي المبطن بفترة واحدة $PIB(-1)$ والإنفاق الحكومي السابق $G(-1)$ والإيرادات العامة السابقة $R(-1)$ كمتغيرات مستقلة، فنتائج التقدير تدل على أنّ 95,34% من التغيرات في الإنفاق العام راجعة إلى التغيرات في المتغيرات المستقلة السابقة الذكر.

■ بالنسبة لمعادلة الإيرادات العامة R:

$$R = - 0.3033985*PIB(-1) + 0.384370*G(-1) + 0.874910*R(-1) - 0.233377$$

نلاحظ أن قيمة الناتج الوطني السابق بفترة إبطاء واحدة لا يساهم في تفسير المتغير R لأن قيمة t الجدولية أكبر من قيمة t المحسوبة والتي تساوي -0,47، كما نلاحظ عدم مساهمة الإنفاق الحكومي السابق G(-1) في تفسير المتغير R حيث كانت قيمة t المحسوبة له مساوية لـ 0,56، بينما ساهمت الإيرادات السابقة R(-1) في تفسير R لأن قيمة t ستودنت لها بلغت 8,27 وهي قيمة أكبر من نظيرتها الجدولية. وتشير النتائج كذلك إلى قوة العلاقة الارتباطية بين الإيرادات العامة (R) كمتغير تابع وكل من الناتج المحلي الإجمالي المبطل بفترة واحدة PIB(-1) والإنفاق الحكومي السابق G(-1) والإيرادات العامة السابقة R(-1) كمتغيرات مستقلة فنتائج التقدير تدل على أن 79,79% من التغيرات في الإيرادات العامة راجعة إلى التغيرات في المتغيرات المستقلة السابقة الذكر .

- التفسير الاقتصادي لنموذج VAR(1):

يمكن تفسير عدم مساهمة الإنفاق الحكومي المبطل بسنة واحدة وكذلك الإيرادات المبطلّة في تفسير الناتج الوطني الخام اقتصاديا في كون هذين المتغيرين يظهر تأثيرهما في المدى المتوسط والطويل، وبما أن الجزائر تتبع سياسة مالية توسّعية فهي تقوم بضخ أموال ضخمة في الاقتصاد لكن غالبيتها توجه للقطاع غير الإنتاجي لذلك تأثير الإنفاق الحكومي في الجزائر على النمو الاقتصادي يكون ضئيل نسبيا، أما بالنسبة للإيرادات العامة ونظرا لارتباطها الوثيق بالإنفاق العام، حيث أن الجباية البترولية هي المصدر الأساسي لتمويل النفقات العامة في الجزائر وبالتالي فإن تأثيرها هي الأخرى يكون في المدى المتوسط والطويل.

المرحلة الرابعة: استخراج دوال الاستجابة الدفعية، تعمل هذه الدوال على تتبع المسار الزمني لمختلف الصدمات (Shocks) التي تتعرض لها مختلف المتغيرات المتضمنة في نموذج VAR مع الزمن، وتنعكس كيفية استجابة هذه المتغيرات لتلك الصدمات ويظهر مجموع دوال الاستجابات لردة الفعل من خلال عدد مرات الصدمات وعدد المتغيرات.

■ آثار صدمة في الإنفاق الحكومي : حسب تقديرات دوال الاستجابة الدفعية الممتدة على

10 سنوات ، فإن

حدوث صدمة هيكلية إيجابية واحدة في الإنفاق الحكومي مقدرة بـ 1 % (أو بدينار جزائري) سيكون لها أثر معنوي إيجابي على الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي في المدى القصير، غير أن هذا المضاعف صغير جدا و يقدر بحوالي: 0,024156 % كحد أقصى في السنة الثالثة التي تلي الصدمة. أما في المدى المتوسط و الطويل فسيتولد أثر ضعيف جدا حيث يقدر كأدنى حد في السنة العاشرة التي تلي الصدمة بـ 0,017956 %

ويمكن تفسير النتائج المحصل عليها بأن السياسات الإنفاقية التوسعية المنتهجة بالجزائر تمارس نوعا من الآثار اللاكينية، إذ أن الأثر الإيجابي الضعيف على الناتج المحلي الإجمالي في المدى القصير سيؤدي إلى ارتفاع طفيف في حجم الطلب الكلي (ارتفاع الاستهلاك) في المدى المتوسط و البعيد، مما سينتج عنه نوع من الضغوط التضخمية المصاحبة بارتفاع عام في الأسعار. وفي ظل تفاقم عجز الموازنة الناتج عن ارتفاع الإنفاق و انخفاض الإيرادات، و أيضا ضرورة التخفيض من عرض النقود للحد من الضغوط التضخمية، لا بد لمعدلات الفائدة من الارتفاع كنتيجة حتمية لتطبيق هذه الإجراءات، مما سيؤدي إلى انخفاض في طلب القطاع الخاص و بالتالي ظهور نوع من آثار المزاحمة على الاستثمار الخاص، التي ستمارس تأثيرا ضئيلا جدا على نمو الناتج الإجمالي الحقيقي خلال الفترات المتبقية في فترة الاستجابة، ونتيجة هذا الانخفاض في النشاط الاقتصادي ستنخفض الإيرادات العمومية خاصة منها الجباية العادية⁽¹³⁾.

■ آثار صدمة في الإيرادات العمومية : حسب تقديرات دوال الاستجابة الدفعية الممتدة

على 10 سنوات ، فإن حدوث صدمة هيكلية إيجابية واحدة في الإيرادات العمومية مقدرة بـ 1 % (أو بدينار جزائري) سيكون لها أثر معنوي إيجابي على حجم الإنفاق الحكومي على طول فترة الاستجابة، إذ سيصل إلى حدود 0.1435 % كحد أقصى في الفترة الرابعة. نفس هذا الأثر تمارسه هذه الصدمة على الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي، إذ يقدر هذا المضاعف بحوالي: 0.067636 % كحد أقصى في السنة الأخيرة التي تلي الصدمة.

من خلال هذه النتائج، يبدو بأن الصدمات الإيجابية في الإيرادات العمومية (ارتفاع أسعار النفط مثلا) تمارس نوعا من الآثار الكينية، إذ أن الارتباط الوثيق للإنفاق الحكومي بالإيرادات

العمومية (الجباية البترولية) يجعله يستجيب بشكل مباشر لصدمات هذه الأخيرة، غير أن الزيادة في الإنفاق الحكومي سيكون لها تأثير إيجابي على حجم الاستهلاك و النشاط الاقتصادي في المدى القصير كما رأينا سابقا، وهذا ما سينعكس إيجابيا مرة أخرى في المدى المتوسط على الإيرادات العمومية من خلال ارتفاع الجباية العادية خاصة ضرائب الدخل والضرائب على الاستهلاك، سماحا بذلك بظهور فائض في الموازنة العامة، هذا الفائض من شأنه أن يؤدي إلى التخفيف من حدة الضغوط التضخمية (انخفاض التمويل النقدي للعجز) وأيضا تدني معدلات الفائدة من جراء ارتفاع الادخار العمومي، وبذلك ستكون هذه الوضعية ملائمة ومشجعة لمناخ الاستثمار بظهور نوع من آثار التكامل، مما سينعكس إيجابيا مرة أخرى على نمو الناتج الإجمالي الحقيقي.

خلاصة : خلال قيامنا بالدراسة القياسية لقياس تأثير مكونات الميزانية العامة للدولة (الإيرادات والنفقات العامة) على مؤشرات التوازن الاقتصادي الكلي في الجزائر (الناتج الوطني الخام) استنتجنا أنه رغم الأموال الضخمة الموجهة للاقتصاد إلا أن الإنفاق في الجزائر لا يؤثر إلا بنسبة ضئيلة على الناتج الوطني في المدى المتوسط والطويل، ويمكن إرجاع هذه النتائج إلى ما يلي :

- إن النظرة الكينزية التي أعدت وفقها سياسة الإنعاش الاقتصادي لا تتناسب مع الوضع الاقتصادي الذي تعيشه الجزائر بالنظر لعدم مرونة الجهاز الإنتاجي، إذ أن الزيادة المسجلة في الطلب الكلي بسبب زيادة الإنفاق الحكومي الموجه للاستثمار لم تؤد إلى زيادة العرض الكلي وتنشيط الجهاز الإنتاجي بالنظر للمشاكل الهيكلية والمالية التي يعاني منها القطاع التي حالت دون تجاوبه مع الزيادة المسجلة في الطلب الكلي مما أدى إلى ارتفاع حجم الواردات بنسب معتبرة خلال فترة تطبيق السياسة من أجل الاستجابة للطلب الكلي المتزايد
- إن تأثير سياسة الإنعاش الاقتصادي على معدل النمو الاقتصادي تأثير ضعيف وغير مستدام إذ أن معدل النمو يتحدد أساسا بمستوى أداء قطاع المحروقات بالنظر للمساهمة الكبيرة لهذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي.

ومن النتائج المستخلصة ما يلي:

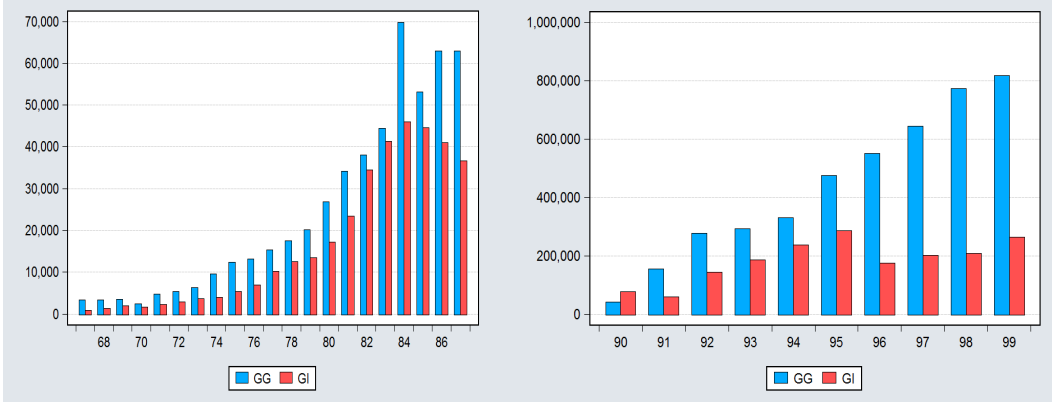
- إن السياسة الاتفاقية تميزت بنمو النفقات العامة وارتفاع معدلاتها من سنة لأخرى وهذا راجع لتوسع نشاط الدولة، وقد مثلت نفقات التسيير فيها أكبر نسبة حيث بلغت في المتوسط 72 %، أما نفقات التجهيز هي الأخرى عرفت نمو متواصل، وهذا راجع لتراكم المشاريع غير المنجزة (الباقية) وخلق استثمارات جديدة
- إن السياسة الإيرادية في الجزائر تعتمد اعتماد شبه كلي على الإيرادات الجبائية بشقيها (العادية والبترولية) وقد عرفت تزايد مستمر وبمعدلات نمو متذبذبة بتذبذب إيرادات الجبائية البترولية، والتي ترتبط هي الأخرى بالتغيرات الخارجية والمتمثلة خصيصا في أسعار النفط.

التوصيات :

- إن تنفيذ أي سياسة اقتصادية في الجزائر يجب أن يتم ضمن إستراتيجية طويلة المدى تهدف إلى تحقيق تنمية اقتصادية شاملة عن طريق تنفيذ مجموعة من البرامج والسياسات الاقتصادية التي لا تتعارض أهدافها، كما أن ضمان نجاح هذه الإستراتيجية يتطلب من الحكومة إعادة تفعيل أسلوب التخطيط الاقتصادي الذي لا يتعارض مع اقتصاد السوق، والذي أثبت نجاحه في عدد كبير من الدول النامية كدول جنوب شرق آسيا.
- إن نجاح أي برنامج تنموي في تحقيق أهدافه يتوقف على طبيعة وحجم هذه الأهداف ومن هذا المنطلق يتعين على الهيئات المكلفة بإعداد السياسات الاقتصادية في الجزائر تحديد أهداف واقعية وقابلة للتحقيق بالإضافة إلى تقليل عدد هذه الأهداف إلى أقل قدر ممكن، باعتبار أن ذلك سيؤدي إلى زيادة كفاءة وفعالية هذه السياسات من خلال تركيز مختلف المشاريع والعمليات ضمن قطاعات محددة.
- يتوقف استكمال تنفيذ أي سياسة تنموية على مدى توفر مصادر التمويل، وعلى هذا الأساس يتعين على الحكومة تنويع مصادر تمويل سياسة الإنعاش الاقتصادي باعتبار أن اقتصر هذه المصادر على إيرادات الجبائية البترولية سيؤدي إلى تعطيل هذه السياسة في حالة انهيار أسعار المحروقات.

ملحق الجداول والأشكال البيانية

الشكل (01): تطور النفقات العامة للجزائر خلال مرحلة التخطيط الشكل (02): تطور النفقات العامة للجزائر خلال مرحلة الإصلاحات



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج Eviews (GG: نفقات التسيير و GI: نفقات التحفيز)

الجدول (01): تطور هيكل الإيرادات العامة خلال الفترة (1998-1993) (10⁹ دج)

السنوات	الجباية التبرولية	ضرائب مباشرة	ضرائب غير مباشرة	حاصل التسجيل والطابع	حاصل الجمارك	إيرادات غير جباية
1993	185	126,1	54,2	6,9	30,0	9,0
1994	257,7	163,2	65,9	6,6	47,9	13,3
1995	358,8	233,2	99,9	6,4	73,3	8,9
1996	519,7	290,5	129,5	9,1	84,4	14,6
1997	592,5	313,9	148,1	10,6	73,5	20,2
1998	425,9	329,8	154,9	11,3	75,5	18,9

Source: Statistical appendix, IMF staff country report 1998.

الجدول (02): اختبار الاستقرار

KPSS		PP		ADF		المتغيرات
الفروق الأولى Ferst Difference	عند المستوى Level	الفروق الأولى Ferst Difference	عند المستوى Level	الفروق الأولى Ferst differenc e	عند المستوى Level	
0,257	0,779	-8,563	-1,977	-2,905	-2,065	PIB
0,146	0,750	-6,158	- 3,510	-5,973	- 3,348	G
0,101	0,394	-6,259	- 2,021	-6,184	- 1,950	R

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Eviews 06.

مخرجات البرنامج 02

Dependent Variable: PIB				
Method: Least Squares				
Date: 04/09/14 Time: 23:36				
Sample: 1970 2011				
Included observations: 42				
PIB=C(1)+C(2)*G+C(3)*R				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	-8.714572	1.100899	-7.915865	0.0000
C(2)	1.043173	0.043106	24.20041	0.0000
C(3)	0.098726	0.021291	4.636962	0.0000
R-squared	0.964773	Mean dependent var	26.03706	
Adjusted R-squared	0.962967	S.D. dependent var	0.409562	
S.E. of regression	0.078836	Akaike info criterion	-2.174157	
Sum squared resid	0.242387	Schwarz criterion	-2.050037	
Log likelihood	48.65729	Hannan-Quinn criter.	-2.128662	
F-statistic	534.0560	Durbin-Watson stat	0.620820	
Prob(F-statistic)	0.000000			

مخرجات البرنامج 01

Dependent Variable: PIB				
Method: Least Squares				
Date: 04/09/14 Time: 23:30				
Sample: 1970 2011				
Included observations: 42				
PIB=C(1)+C(2)*G+C(3)*R+C(4)*M				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	-8.817230	1.173932	-7.510855	0.0000
C(2)	1.062723	0.082842	12.82835	0.0000
C(3)	0.099849	0.021924	4.554370	0.0001
C(4)	-0.017553	0.063232	-0.277597	0.7828
R-squared	0.964845	Mean dependent var	26.03706	
Adjusted R-squared	0.962069	S.D. dependent var	0.409662	
S.E. of regression	0.079705	Akaike info criterion	-2.128563	
Sum squared resid	0.241896	Schwarz criterion	-1.963071	
Log likelihood	48.69983	Hannan-Quinn criter.	-2.067904	
F-statistic	347.6373	Durbin-Watson stat	0.627326	
Prob(F-statistic)	0.000000			

مخرجات البرنامج 04

مخرجات البرنامج 03 :

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	8.038159	NA	0.000155	-0.258367	-0.130401	-0.212454
1	150.5199	255.7365*	1.65e-07*	-7.103586*	-6.591721*	-6.919934*
2	157.8286	11.99372	1.82e-07	-7.016851	-6.121088	-6.695459
3	165.5084	11.42125	1.99e-07	-6.949149	-5.669486	-6.490017

* indicates lag order selected by the criterion
LR: sequential modified LR test statistic (each test at 5% level)
FPE: Final prediction error
AIC: Akaike information criterion
SC: Schwarz information criterion
HQ: Hannan-Quinn information criterion

Null Hypothesis:	Obs	F-Statistic	Prob.
PIB does not Granger Cause G	38	6.37143	0.0008
G does not Granger Cause PIB		3.11430	0.0301
R does not Granger Cause G	38	1.77830	0.1602
G does not Granger Cause R		2.91845	0.0382
R does not Granger Cause PIB	38	1.15259	0.3519
PIB does not Granger Cause R		2.56927	0.0589

مخرجات البرنامج 05 :

	PIB	G	R
PIB(-1)	1.036706 (0.07397) [14.0149]	0.378236 (0.14405) [2.62567]	-0.303399 (0.63378) [-0.47872]
G(-1)	-0.124250 (0.08007) [-1.55185]	0.466569 (0.15592) [2.99235]	0.384370 (0.68599) [0.56031]
R(-1)	0.002285 (0.01233) [0.18529]	-0.001454 (0.02402) [-0.06053]	0.874910 (0.10558) [8.27878]
C	2.822422 (0.84015) [3.35941]	6.557422 (1.63612) [4.00792]	-0.233378 (7.19828) [-0.03242]
R-squared	0.991576	0.953477	0.797908
Adj. R-squared	0.990893	0.949705	0.781522
Sum sq. resids	0.048401	0.183554	3.552977
S.E. equation	0.036168	0.070434	0.309881
F-statistic	145.1820	252.7677	48.69499
Log likelihood	80.03067	52.70434	-8.037862
Akaike AIC	-3.708813	-2.375921	0.597213
Schwarz SC	-3.541635	-2.208644	0.754391
Mean dependent	26.06274	30.63381	28.59606
S.D. dependent	0.379009	0.314063	0.662967

الهوامش :

(1) - برامج التعديل هدفها ضمان استمرارية الأداء و الفعالية الاقتصادية في المدى الطويل و الناتجة عن برامج التثبيت من خلال رفع كفاءة تخصيص الموارد المتوفرة و زيادة معدلات الادخار و التراكم من أجل زيادة حجم الإنتاج ، و من تم فهي تركز على جانب العرض من خلال تحرير الأسعار و تشجيع الخوصصة و تحرير التجارة الخارجية و التوجه نحو زيادة الصادرات.

(2): تقرير عن تنفيذ المخطط الوطني لسنة 1994 - جانفي 1996 ص 2.

3) Ministère des finances, **Rapport Sur La Situation Economique Et Sociale En 1997**(ONS), Edition Septembre, 1998, P 39.

(3)-أ.شبيبي عبد الرحيم و أ.د.بن بوزيان محمد و أ.شكوري سيدي محمد ، الآثار الاقتصادية الكلية لخدمات السياسة المالية بالجزائر -دراسة تطبيقية - جامعة أبي بكر بلقايد بتلمسان ، الجزائر ، بدون تاريخ ، ص 08.

(4)-أ.د.دريال عبد القادر و أ.سدي علي و أ.ستي حميد ، محاولة نمذجة العلاقة بين الإنفاق الحكومي و تنافسية الاقتصاد الجزائري (2004-2011) ، أبحاث المؤتمر الدولي : تقييم آثار برامج الاستثمارات العامة و انعكاساتها على التشغيل و الاستثمار و النمو الاقتصادي خلال الفترة (2001-2014) ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة سطيف 1 ، الجزائر ، 12/11 مارس 2013 ، ص 10-11.

(5)-اقتباس من كلمة رئيس الجمهورية الجزائرية « عبد العزيز بوتفليقة » في اجتماع مجلس الوزراء يوم الإثنين 24 ماي 2010 : « على امتداد عشر سنوات قمنا بتحسين الظروف اليومية للمواطنين في جميع الميادين ومكنا البلاد بفضل الإنفاق العمومي أساسا من دحر البطالة والحفاظ على نسبة نمو معتبرة من دون المحروقات .ويتعين علينا الآن القيام بوثبة نوعية أخرى بطبيعة الحال من خلال مواصلة التنمية الاجتماعية وتحديث الهياكل القاعدية لكن كذلك من خلال تنمية أوفى لقدراتنا الإنتاجية وإمكاناتنا الاقتصادية .»

(6)-شبيبي عبد الرحيم ، الآثار الاقتصادية الكلية للسياسة المالية والقدرة على استدامة تحمّل العجز الموازي والدين العام حالة الجزائر ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية

تحت إشراف أ.د. بن بوزيان محمد، جامعة أبو بكر بلقايد بتلمسان، الجزائر، 2012/2013، ص 240.

(7) - وليد عبد الحميد عايب، الآثار الاقتصادية الكلية لسياسة الإنفاق الحكومي، مكتبة الحسين العصرية للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2010، ص 295.

(8) - تتضمن إدخال المتغيرات واحد بعد الآخر بخطوات متسلسلة إلى النموذج و استبعاد المتغيرات التي تصبح غير مؤثرة بوجود باقي المتغيرات .

(9) - القيم الجدولية بالنسبة لاختبار ADF :

- عند المستوى (Level) : عند مستوى 1 % : -4,198503- و عند مستوى 5 % : -3,523623- و عند مستوى 10 % : -3,192902-
- عند التفاضل الأول (1st Difference) : عند مستوى 1 % : -2,625606- و عند مستوى 5 % : -1,949609- و عند مستوى 10 % : -1,611593- .

القيم الجدولية بالنسبة لاختبار PP :

- عند المستوى (Level) : عند مستوى 1 % : -4,198503- و عند مستوى 5 % : -3,523623- و عند مستوى 10 % : -3,192902-
- عند التفاضل الأول (1st Difference) : عند مستوى 1 % : -4,205004- و عند مستوى 5 % : -3.526609- و عند مستوى 10 % : -3,194611- .

القيم الجدولية بالنسبة لاختبار KPSS :

- عند المستوى (Level) : عند مستوى 1 % : 0,739000 و عند مستوى 5 % : 0,463000 و عند مستوى 10 % : 0,347000-
- عند التفاضل الأول (1st Difference) : عند مستوى 1 % : 0,739000 و عند مستوى 5 % : 0,463000 و عند مستوى 10 % : 0,347000- .

13) - Régis bourbonnais, **Econométrie**, édition DUNOD, Paris, 7^{ème} édition, 2009, P 273.

(11) - أ. شيبني عبد الرحيم و أ.د. بن بوزيان محمد و أ. شكوري سيدي محمد، مرجع سبق ذكره، ص 19.

12)- شيببي عبد الرحيم، الآثار الاقتصادية الكلية للسياسة المالية والقدرة على استدامة

تحمل العجز الموازي والدين العام حالة الجزائر، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم

الاقتصادية، تحت إشراف أ.د.بن بوزيان محمد، جامعة أبو بكر بلقايد بتلمسان، الجزائر

2012/2013، ص 240

13)- وليد عبد الحميد عايب، الآثار الاقتصادية الكلية لسياسة الإنفاق الحكومي، مكتبة

الحسين العصرية للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2010.

قياس العلاقات السببية السائدة بين التضخم ، العرض النقدي والإنفاق العام خلال الفترة (1980-2012).

أ.طهراوي فريد- جامعة البويرة

أ.بن البار محمد- جامعة المسيلة

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر الإنفاق الحكومي وعرض النقود بالمفهوم الواسع على التضخم النقدي في الجزائر، ولهذا الغرض تم تقدير نموذج قياسي يتضمن ثلاث متغيرات : متغيرين مستقلين يمثلان: الإنفاق العام أو النفقات العامة للدولة بالإضافة إلى عرض النقود ، ومتغير تابع وهو معدل التضخم مقاسا بالرقم القياسي لأسعار المستهلكين للفترة الزمنية (1980-2012)، وكما هو معلوم فأن بيانات السلاسل الزمنية غالبا ما تعاني من مشكلة الارتباط الذاتي لذلك أخضعت على التوالي إلى اختبار السكون والتي بينت نتائجه إلى أن المتغيرات التي تمثل كل من الإنفاق العام، معدل التضخم وعرض النقود غير ساكنة في مستوياتها وأن حالة السكون للمتغيرات محل الدراسة تتحقق عند الفرق الأول. ومن ثم انتقلت الدراسة إلى إجراء اختبار التكامل المشترك بين المتغيرات محل الدراسة والتي أشارت نتائجه إلى وجود علاقة توازنية بين المتغيرات في المدى الطويل، كما أظهرت نتائج تطبيق اختبار نموذج تصحيح الخطأ (ECM) عدم وجود مشكلة ارتباط ذاتي.

كلمات مفتاحية: الإنفاق العام ، عرض النقود، معدل التضخم، نموذج ECM.

Abstract:

This study aims to investigate the effect of public spending and the money supply in the broad sense on inflation in Algeria, and for this purpose has been estimated standard model includes three variables: variables independents represent: public spending or public expenditures of the state in addition to the money supply, and the dependent variable which is the rate of inflation as measured by the number CPI for the time period (1980-2012), and as is well known, the time-series data often suffer from the problem of autocorrelation so subjected respectively to test dormancy, which showed the results to be variables that represent both public spending, inflation and money supply is static levels and sleep variables under study realized at first difference. And then moved the study to test co-integration between the variables under study, which indicated its results to a relation equilibrium between the variables in the long term, and showed the results of the test Granger causality and a causal relation between variables, each relation one-way, and others are correlated, as shown by the results of the application of the test the results of a test application error correction model (ECM) there is no problem link self.

Keywords: public spending, money supply, inflation and ECM.

مقدمة

من المواضيع ذات التأثير المباشر والقوي على الاقتصاد الوطني ألا وهو «معدل التضخم والعوامل المؤثرة فيه» ولا يكاد يختلف اثنان وخصوصاً في الوقت الحالي فكثير من الاقتصاديين يعزو مشكلة ارتفاع معدل التضخم في الاقتصاد إلى زيادة الإنفاق الحكومي في الاقتصاد التي من شأنها أن ترفع من عرض النقود حيث أن هذين الأخيرين يعتبران من أهم مسبباته. إذ تتجه هذه التدفقات النقدية الحكومية نحو مصارفها المختلفة لينتهي بها الحال في مكونات عرض النقود المتعددة من الودائع أو النقد المتداول خارج المصارف، ومن أبرز أمثلة ذلك زيادة الإنفاق الحكومي على بند الرواتب والأجور، وبالتالي يجدر بنا قبل التعرض لهذه الأسباب المختلفة التي

تؤدي إلى زيادة النفقات العامة أن نفرق بين الأسباب الظاهرية والأسباب الحقيقية ويقصد بالأسباب الظاهرية تلك التي تؤدي إلى تضخم الرقم الحسابي للنفقات العامة دون أن يقابلها زيادة في التكلفة الحقيقية أي في كمية السلع والخدمات المستخدمة لإشباع الحاجات العامة. أما الأسباب الحقيقية فتعود لتلك العوامل التي تؤدي إلى زيادة فعلية في القيمة الحقيقية للنفقات العامة في إقليم معين إذا ظل سكانه ومساحته بدون تغيير. وبالتالي فإن خفض الإنفاق العام وخصوصاً الإنفاق المتعلق بالسلع الاستهلاكية والكمالية والحد من الإسراف والتبذير في القطاعات الحكومية وفي تنفيذ المشاريع التي تقوم بها الحكومة مع عدم المساس بأوجه الإنفاق الذي يتعلق بزيادة الطاقة الإنتاجية للاقتصاد يعتبر احد أهم السياسات المالية التي تهدف إلى كبح جماح التضخم، وعند استخدام متغيرات السيولة في نموذج لدراسة التضخم لا نستطيع مقارنة أدائه بنموذج بديل يعتمد متغيرات الاقتصاد الحقيقي. ولكن هذا لا يعني أن التضخم يقع في النطاق المجهول. إذ توجد الكثير من الدلائل مع إمكان تنسيقها والتوصل الى الترحيح أو التحفظ على هذه الفرضية أو تلك، إضافة على تحليل العلاقة بين تغيرات السيولة (العرض النقدي) وحجم النفقات العامة من جهة والتضخم من جهة أخرى، وهو ما يقوم به هذا البحث من خلال جانبين:

المحور الاول: مفاهيم حول التضخم، الانفاق العام والعرض النقدي.

المحور الثاني: الدراسة القياسية لأثر الانفاق العام والعرض النقدي على التضخم.

1- مشكلة الدراسة

مما سبق ذكره، ومن خلال تزايد الاهتمام بظاهرة التضخم ومع ازدياد حدة المنافسة بين الدول المتقدمة والدول النامية على حد سواء، من أجل إيجاد الحلول الكفيلة لمعالجة هذه الظاهرة كان لا بد لمعرفة أهم العوامل التي تؤثر على التضخم وعليه يمكننا صياغة إشكالية البحث كما يلي:

- ما هو أثر الإنفاق العام و عرض النقود على التضخم في الجزائر خلال الفترة (1980-

2012) ؟

2- هدف الدراسة

تهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء على العلاقة بين معدل التضخم و النفقات العامة، بالإضافة إلى عرض النقود في الجزائر .

3- الأسئلة الفرعية:

- من خلال ما سبق يمكن طرح التساؤلات التالية.
- 1 - ما المقصود بالتضخم ،الانفاق العام وعرض النقود؟
 - 2- كيف يتم التأثير على التضخم بواسطة حجم المعروض النقدي؟
 - 3- كيف تتحدد العلاقة بين التضخم و حجم الانفاق العام خلال الفترتين: قصيرة وطويلة المدى في الجزائر؟
 - 4- فرضيات الدراسة
- التضخم النقدي ظاهرة نقدية أكثر منها مالية وهذا حسب رأي اقتصاديي المدرسة النقدية.
- يتم استخدام الإنفاق العام بغرض التأثير على الاقتصاد القومي بزيادة النمو وتجنب الأزمات الاقتصادية (التضخم والركود)، ويكون بالتأثير المباشر على الاستهلاك الادخار والمستوى العام للأسعار.
- هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الزيادة في المعروض النقدي وحجم الانفاق العام من جهة والتضخم في الجزائر .
- 5- منهج الدراسة
- استخدمنا في هذه الدراسة منهج الأسلوب الوصفي التحليلي، والأسلوب الإحصائي القياسي، من خلال تحليل السلاسل الزمنية Time Series Analysis، ونموذج تصحيح الخطأ (ECM) Error-Correction Model. كما استُخدم المنهج الإحصائي القياسي الكمي لمحاولة قياس العلاقات السببية السائدة بين التضخم ، العرض النقدي والإنفاق العام خلال الفترة (1980-2012).

المحور الأول: مفاهيم حول التضخم، الإنفاق العام و العرض النقدي.

يجدر بنا اعطاء مفهوم عام للتضخم ومدى ارتباطه بكل من الإنفاق العام والعرض النقدي

الفرع الأول: تعريف التضخم وأنواعه.

تعددت تعريفات التضخم في الفكر الاقتصادي، وذلك من خلال العديد من الكتابات التي تناولت هذه الظاهرة فالبعض ركز على مظهر التضخم والبعض الآخر ركز على الأسباب المنشئة للتضخم.

أولاً: التعاريف المبنية على الأسباب المنشأة للتضخم.

من الأمثلة على ذلك نجد أنصار النظرية النقدية عرفوا التضخم بأنه "كل زيادة في كمية النقد المتداول تؤدي إلى زيادة في المستوى العام للأسعار"⁽¹⁾ ، بمعنى أنه كلما زادت كمية النقود المتداولة في السوق بمعدل أكبر من نمو الناتج القومي الحقيقي كلما زادت الأسعار بالتالي حدث التضخم. وهذا ما توضحه المعادلة التالية لفيشر:

$$P = MV/T \quad MV = P \cdot T$$

أي الزيادة في M تؤدي إلى زيادة في P حيث:

M : كمية النقود المتداولة؛

V : سرعة التداول و هي ثابتة؛

P : المستوى العام للأسعار؛

T : معدل التبادل وهو ثابت في الأمد القصير .

كما عرف أنصار نظرية الدخل والإنفاق بأنه: "الارتفاع في مستوى العام للأسعار الذي ينتج عنه فجوة بين السلع الحاضرة وحجم الدخول المتاحة للإنفاق"⁽²⁾ ، أما أنصار نظرية العرض والطلب فعرفوا التضخم على أنه "زيادة الطلب التي لا يقابلها زيادة في حجم الإنتاج"⁽³⁾ . أما بالنسبة لكينز: فالتضخم هو "زيادة المقدرة الشرائية التي لا يقابلها زيادة في حجم الإنتاج" أو هو "زيادة الطلب الحقيقي في جو استخدام كامل."⁽⁴⁾

ثانياً: التعاريف المبنية على مظاهر التضخم

يعرف روبنسن التضخم بأنه: "ارتفاع غير المنتظم للأسعار" و يعرفه مارشال "بأنه ارتفاع الأسعار"⁽⁵⁾ وعرف G

OLIVE - التضخم "بأنه الارتفاع في المستوى العام للأسعار وليس ارتفاع بعض السلع (ارتفاع يولد ارتفاعات أخرى)⁽⁶⁾ . و بصفة عامة يطلق مصطلح التضخم على الظواهر التالية:

- الإفراط في إصدار الأرصدة النقدية وهي التضخم النقدي؛
- زيادة المداخيل النقدية بشكل غير عادي وهو التضخم بالمداخيل؛
- ارتفاع تكاليف الإنتاج وهو التضخم بالتكاليف؛

• الارتفاع في المستوى العام للأسعار وهو التضخم بالأسعار.

ومن هنا فنقول أنه لا شك أن علاقة النقود بالمستوى العام للأسعار وكذلك التضخم من الناحية النظرية، وحتى من وجهة نظر النقوديين، لا توضحها معادلة كمية النقود لوحدها، على فرض أنها معادلة طلب على النقود. فالعبارة ليست بالطلب لوحده بل يعزى التضخم من وجهة نظرهم الى العرض الزائد من النقود، والذي يصعب قياسه مباشرة.

ثالثا: أنواع التضخم

وهنا يجدر الإشارة ولو سريعا إلى أنواع التضخم السائدة في الدول النامية حيث أنه يأخذ أنواع عديدة هي كما يلي:

1 التضخم المتدرج أو الزاحف:

يتمثل هذا النوع من التضخم في الارتفاع البطيء للأسعار حيث لا يكون هذا الارتفاع عنيف إذ تشير الأبحاث والدراسات الاقتصادية أن هذا النوع من التضخم هو ظاهرة عامة تخضع لها مختلف دول العالم، قد ينجم هذا النوع من التضخم بسبب الطلب أو التكاليف⁽⁷⁾.

2 التضخم الماشي:

عندما يكون الارتفاع مستمر للأسعار في حدود 5 إلى 10 % سنويا، يجب الحد منه، لأنه يوجد شيء من الخطورة، بحيث تدخل حركة تزايد الأسعار في حلقة مفرغة قد تصل إلى معدلات كبيرة.

3 التضخم الراكض:

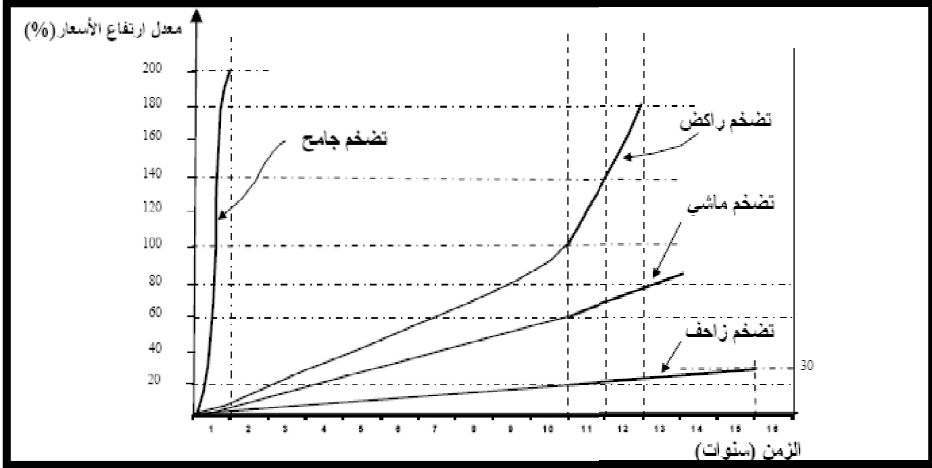
في هذا الصنف تكون نسبة الارتفاع الأسعار أكبر بكثير من سابقه مثل حالات التضخم كالتالي واجهتها الهند في سنوات: 1974، 1979 1993، حيث ارتفعت الأسعار بنسب % 26 ، % 25، 19 % على الترتيب.

4 التضخم الجامح(المفرط):

يحدث هذا النوع من التضخم عندما تتزايد الأسعار بمعدلات مرتفعة خلال فترة قصيرة من الزمن، قد تصل فيها إلى حدود 40 % أو 60 % حتى 200 % وتوقف فيه النقود كمستودع للقيم، فإذا استمر هذا الوضع سوف يؤدي إلى انهيار النظام النقدي وتنهيار معه قيمة الوحدة النقدية، كما حدث في ألمانيا سنة 1921 و 1923⁽⁸⁾. حيث يقترن هذا النوع من التضخم

بالحروب وعدم الاستقرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي. والشكل الموالي يلخص الأنواع المختلفة للتضخم:

شكل رقم (01) يبين أنواع التضخم حسب حدته⁽⁹⁾



المصدر: ضياء مجيد الموسوي، مرجع سابق، ص: 216.

الفرع الثاني: الإنفاق العام والعرض النقدي .

نتناول مفاهيم نظرية لكل من الإنفاق العام والعرض النقدي

المطلب الأول : مفهوم وأقسام العرض النقدي.

1-1 مفهوم العرض النقدي :

يعرف العرض النقدي أو كما يسمى أيضا بالكتلة النقدية بأنه مجموع وسائل الدفع المتداولة في المجتمع خلال فترة زمنية معينة، أي أنه يضم جميع وسائل الدفع المتاحة في التداول والتي بحوزة الأفراد والمشروعات والمؤسسات المختلفة، ويعرف أيضا بأنه " كمية النقود أو مجموع الوحدات النقدية المتواجدة في حوزة الأشخاص (المجتمع) خلال فترة زمنية معينة"⁽¹⁰⁾. وتجدر الإشارة هنا إلى أن عرض النقد يعد بمثابة دينا على الجهاز المصرفي أو الجهة التي تتولى عملية الإصدار إذ إنه التزاما عليها وحقا لحائزيه على التصرف بالمبالغ التي بحوزتهم .

1-2 تركيب عرض النقد في الجزائر:

تتكون الكتلة النقدية في الجزائر من المتاحات النقدية M_1 التي تضم الأوراق النقدية والودائع تحت الطلب، وأما الكتلة M_2 فهي عبارة عن M_1 مضافا إليها أشباه النقود.

أ- الموجودات (المتاحات) النقدية M_1 :

تتكون من الأوراق النقدية والقطع النقدية بالإضافة إلى الودائع الجارية كالحسابات البريدية الجارية.

ب - الكتلة النقدية M_2 :

وتعني عرض النقود بالمفهوم الواسع للنقود والذي تأخذ به المؤسسات المالية والنقدية الدولية مثل صندوق النقد الدولي، وتشمل بالإضافة إلى الموجودات النقدية M_1 الموجودات شبه النقدية التي تتمثل في الودائع لأجل في الجزائر.

ج- سيولة الاقتصاد M_3 :

تتمثل في السيولة الإجمالية التي تدخل في عين الاعتبار الودائع لأجل لدى المؤسسات المالية غير المصرفية مثل مراكز البريد، شركات التأمين، صناديق الادخار، السندات الصادرة عن الخزينة العمومية والودائع لأجل لدى المؤسسات غير المصرفية بالإضافة إلى M_2 .

1-3 مكونات العرض النقدي :

يحتوي العرض النقدي على كل أنواع وسائل الدفع الفورية التي هي بحوزة الأعوان الاقتصاديين داخل التراب الوطني وتتكون أساسا من النقود الورقية والبنكية والأنواع الأخرى من النقود والودائع عند المؤسسات: (المالية والمصرفية، وبالنسبة لدولة الجزائر فالعرض النقدي يتكون من العناصر التالية⁽¹¹⁾):

* النقود الورقية :

تتمثل في تداول النقود الورقية من بنكوت والقطع النقدية وتعتبر من المكونات الأساسية للكتلة النقدية في الجزائر.

* النقود الكتابية :

تتمثل في النقود المتداولة عن طريق الكتابة من حساب بنك إلى حساب بنك آخر وتتكون أساسا من ودايع تحت الطلب لدى المصارف وودائع مراكز الحساب الجاري وصناديق التوفير.

* أشباه النقود :

وتتكون من الودائع المودعة لغرض الحصول على فوائد وودائع لأجل، والودائع الخاصة المسيرة من قبل مؤسسات القرض وهي تمثل الأموال الموظفة للأعوان الاقتصاديين وهذه العناصر يطلق عليها اسم السيولة المحلية.

المطلب الثاني : الإنفاق العام (النفقات العامة).

تطورت النفقات العامة في مفهومها الذي اختلف في ظل الدولة المتدخلية عنها في ظل الدولة المنتجة فيعرف الإنفاق العام بأنه مبلغ من المال ينفق من خزانة الدولة بواسطة إدارتها ومؤسساتها وهيئاتها المختلفة لإشباع حاجات عامة⁽¹²⁾. بمعنى أنه مبلغ من النقود يدفعه شخص من أشخاص القانون العام لإشباع حاجة عامة⁽¹³⁾ ويتبين من هذا التعريف أن النفقة العامة تتكون من ثلاث عناصر، والتي تمثل أركان النفقة وهي : النفقة العامة مبلغ نقدي، العنصر الثاني هو صدور النفقة العامة من الدولة أو أحد الأشخاص العامة، والعنصر الثالث هو أن النفقة العامة تهدف إلى تحقيق نفع عام.

عند نقطة التوازن في اقتصاد ما إذا ارتفع الطلب أو الإنفاق القومي الاستهلاكي والاستثماري والحكومي وصافي المبادلات التجارية عن العرض فإن ذلك يعرف بالتضخم أو اعتقد بأنه يعرف بالطفرة . وكلما كان هذا التباعد أكبر بين نقطة التوازن والطلب فإنه تزيد حدة هذا التضخم وهنا يأتي دور السياسة المالية لحفظ التوازن والاستقرار في الاقتصاد كأداة مثلها مثل السياسة النقدية وقد يكون الاستخدام لأداة واحدة أحيانا من أدوات السياسة المالية ومثلها في السياسة النقدية. ومن أكثر الأدوات المستخدمة كسياسة مالية هي الإنفاق العام الحكومي والضرائب كأداتين فعالتين.

هناك أسباب مختلفة تؤدي إلى زيادة النفقات العامة، منها الأسباب الظاهرية والأسباب الحقيقية ويقصد بالأسباب الظاهرية تلك التي تؤدي إلى تضخم الرقم الحسابي للنفقات العامة دون أن يقابلها زيادة في التكلفة الحقيقية أي في كمية السلع والخدمات المستخدمة لإشباع الحاجات العامة. ويقصد بالأسباب الحقيقية تلك العوامل التي تؤدي إلى زيادة فعلية في القيمة الحقيقية للنفقات العامة في إقليم معين إذا ظل سكانه ومساحته بدون تغيير. ومن هنا فإن أغلب الحكومات تقوم بسياسة تسمى سياسة الرقابة على الإنفاق العام هذه السياسة تؤدي إلى التحكم في الإنفاق الحكومي سواء كان استهلاكي أو استثماري وهذا راجع لكون النفقات العامة

(الاستثمارية) تؤدي إلى زيادة القدرة الإنتاجية للاقتصاد القومي من خلال تنمية وتطوير عناصر الإنتاج أما النفقات العامة (الاستهلاكية) حال توجيهها إلى الجوانب الاجتماعية (التعليم، الصحة، الثقافة...) فتؤدي إلى رفع مستوى العمالة وهو دور النفقات المخصصة للإعانات والدعم وكذلك الأمن والقضاء.

ففي حالة التضخم تقوم الحكومة بتخفيض هذا الإنفاق باستحداث فائض في الميزانية للتأثير في الإنفاق الاستثماري أو الاستهلاكي والعكس صحيح.

المحور الثاني: الدراسة القياسية لأثر الإنفاق العام والعرض النقدي على التضخم (التقدير، تحليل و تفسير النتائج):

1 العينة وفترة الدراسة:

النطاق المكاني للدراسة هو الجزائر من خلال فترة (1980-2012) ، وعليه فإن هذه الدراسة تتم بواسطة اختبار التكامل المشترك وذلك باستخدام طريقة أنجل جرانجر.

2 النموذج المستخدم:

من أجل اختبار أثر عرض النقود والإنفاق العام على التضخم في الجزائر، والنموذج المستخدم في هذه الدراسة يأخذ الشكل التالي:

$$\ln l_t = \beta_0 + \beta_1 m 2_t + \beta_2 g_t + u_t$$

حيث أن:

t : يمثل الزمن (1985م-2012م).

$\ln l_t$: معدل التضخم مثلا بالرقم القياسي لأسعار المستهلك.

$m 2_t$: معدّل عرض النقود بمفهومه الواسع.

g_t : إجمالي الإنفاق العام كنسبة من الناتج المحلي.

u_t : بواقي تقدير المعادلة.

نقوم بإدخال اللوغاريتم وهذا نتيجة لعدم تجانس بيانات السلاسل الزمنية للمتغيرات سوف نتعامل مع اللوغاريتم النييري لهذه السلاسل، فيصبح النموذج كالتالي:

$$\ln \inf l_t = \beta_0 + \beta_1 \ln m 2_t + \beta_2 \ln g_t + u_t$$

3 نتائج التقدير:

يتناول في هذه الورقة استخدام أساليب السلاسل الزمنية، واختبارات السكون، وأسلوب التكامل المشترك.

أولاً: نتائج اختبار سكون السلاسل الزمنية:

تعتبر دراسة الإستقرارية أحد الشروط المهمة عند دراسة التكامل المتزامن لأن غيابها يسبب عدة مشاكل قياسية، وتكمن أهميتها في التحقق من استقرار أو عدم استقرار السلسلة الزمنية ومعرفة نوعية عدم الاستقرار ما إذا كان من نوع (Stationary) Trend TS أو (Differency Stationary) DS وتعد اختبارات جذر الوحدة The unit root، أحد الأنواع الكفيلة بإجراء اختبارات الإستقرارية test of Stationarity، ونقوم بهذه العملية من أجل تفادي الانحدار الزائف والنتائج المضللة، ويجب أن تكون السلاسل الزمنية مستقرة من نفس الدرجة، ويعد هذا أحد الشروط الضرورية لإجراء اختبار التكامل المشترك وإلا فلن تكون هناك علاقة بين المتغيرات في المدى الطويل.

و هناك العديد من الطرق التي تستخدم في اختبار سكون السلسلة الزمنية وهي إما كيفية أو كمية:

3-1. الاختبارات الكيفية⁽¹⁴⁾:

ومنها الرسم البياني الذي قد لا يعطي نتائج قاطعة بشأن طبيعة وخصائص السلسلة الزمنية، كما يمكن الاستدلال على سكون السلسلة الزمنية لأي متغير حيث تقترب الدالة، " بفحص دالة الارتباط الذاتي ACF " Auto Corrélation Function من الواحد إذا كانت السلسلة غير ساكنة، وتتناقص بالتدرج مع زيادة الفجوة الزمنية، وتعتمد هذه الطريقة على الفحص النظري ولكنها قد لا تؤدي إلى نتائج قاطعة.

3-2. الاختبارات الكمية: وهي أكثر دقة في تحديد الإستقرارية للسلسلة الزمنية، ومن أهم هذه الاختبارات نجد اختبار ديكي فولر (Dickey-Fuller)DF، (ديكي فولر الموسع " ADF، (Augmented Dickey-Fuller)، فيليبس بيرون (PP) Philips (Perron) حيث تثبت هذه الاختبارات طبيعة وخصائص السلاسل الزمنية للمتغيرات محل الدراسة، و يمكن تناول هذه الاختبارات كما يلي (15):

يوضح الجدول التالي نتائج اختبار السكون لجميع متغيرات الدراسة، وذلك بتطبيق اختبار ديكي فولر (ADF) وفيليبس بيرون (pp) على السلاسل الزمنية.

جدول رقم (01): نتائج اختبار جذر الوحدة (Unit Root Test) لمتغيرات الدراسة.

المتغيرات	ADF		pp	
	المستوى	الفرق الأول	المستوى	الفرق الأول
<i>lninfl</i>	-0.9073	-7.9765	-0.8768	-7.9715
<i>Lnm2</i>	0.0031	-3.9478	-0.8090	-23.674
<i>lng</i>	-0.1870	-5.8705	-0.2717	-6.5423

* Significant at the 1% level (-2.63). ، ** Significant at the 5%

level (-1.95).، *** Significant at the 10% level (-1.61).

المصدر: إعداد الباحثان باستخدام برنامج (Eviews 7).

حيث يتضح لنا من الجدول رقم (01) أن جميع متغيرات الدراسة غير ساكنة في المستوى في حين أن جميع المتغيرات وصلت لمرحلة السكون والاستقرار عند مستوى معنوية 1% و5% و10%، بعد اخذ الفرق الأول لها، ونستنتج من ذلك أن السلاسل الزمنية متكاملة من الدرجة الأولى (1)~ CI .

ثانياً: نتائج اختبار التكامل المشترك باستخدام طريقة أنجل جرانجر وطريقة جوهانسن:

* اختبار التكامل المشترك باستخدام طريقة أنجل جرانجر :

نقوم باختبار انجل-قرانجر :

تقدير العلاقة على المدى الطويل أعطى النتائج التالية:

1. نموذج المدى الطويل:

سندرس تأثير عرض النقود والإنفاق العام على التضخم في الجزائر، ويمكن كتابة النموذج القياسي بشكل دالة قياسية، وبذلك تكون المعادلة على النحو الآتي:

*تقدير النموذج:

باستخدام برنامج EViews تحصلنا على تقدير نموذج المدى الطويل.

--

جدول رقم (02): نتائج تقدير نموذج دالة التضخم في المدى الطويل (16).

Variable	coefficient	SE	t-statistics	P.value
constant	-27.986	6200	-4.2923	0.0002
Lnm2	0.2402	2282	1.0524	0.3010
Ing	6.4391	811	4.6621	0.0001
(R ² =0.42 ، Adj R ² = 0.38، dw=0.86)،F= 11.129				

المصدر: إعداد الباحثان باستخدام برنامج (Eviews 7).

نقوم باختبار التكامل المشترك انطلاقا من بواقي التقدير السابق، وذلك بتطبيق اختبار ديكي فوللر (ADF) وفيليس بيرون (PP) على البواقي. وكانت نتائج اختبار ديكي فوللر على سلسلة البواقي موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (03) : نتائج اختبار التكامل المشترك بطريقة أنجل وجرانجر.

القرار	فرض جذر الوحدة	PP	ADF	سلسلة البواقي
CI~(0)	رفض	-2.8762	-2.8762	resid01

* Significant at the 1% level (-2.63). ، ** Significant at the 5% level (-1.95).، *** Significant at the 10% level (-1.61).

المصدر: إعداد الباحثان باستخدام برنامج (Eviews 8).

يتضح لنا من الجدول رقم (03) أن سلسلة البواقي الناتجة عن تقدير نموذج المدى الطويل كانت ساكنة في المستوى، ويتضح ذلك من خلال رفض فرض العدم الذي ينص على وجود جذر

وحدة للسلاسل الزمنية والاستنتاج بأن البواقي متكاملة من الدرجة صفر $CI(0)$ وهذا يعني وجود تكامل مشترك من نفس الدرجة لمتغيرات الدراسة.

نموذج المدى القصير: نموذج تصحيح الخطأ (ECM Estimation) ⁽¹⁷⁾ :

بعد التأكد من السلاسل الزمنية لمتغيرات نموذج الدراسة أنها غير ساكنة في المستوى وساكنة في الفرق الأول، ومن ثم التحقق من أنها جميعا متكاملة تكاملا مشتركا، يتضح أن هناك علاقة توازنية طويلة الأجل بين متغيرات الدراسة، وبالتالي فهي التي تحقق التكامل المشترك وتعكس علاقة توازنية طويلة الأجل، وعليه ينبغي أن تحظى بتمثيل نموذج تصحيح الخطأ (ECM)، والذي ينطوي على إمكانية اختبار وتقدير العلاقة في المدى القصير والطويل بين متغيرات النموذج، كما انه يتفادى المشكلات القياسية الناجمة عن الارتباط الزائف (Spurious).

(correlation) ولتقدير نموذج تصحيح الخطأ نستعمل طريقة أنجل وجرانجر كالآتي :

المرحلة الأولى: تقدير العلاقة في المدى الطويل وحساب البواقي:

*العلاقة في المدى الطويل:

*البواقي e_t :

المرحلة الثانية: تقدير العلاقة في المدى القصير:

*العلاقة في المدى القصير:

جدول رقم (04) : نتائج تقدير نموذج تصحيح الخطأ⁽¹⁾ (ECM Estimation)⁽¹⁸⁾
(18)

Variable	coefficient	S.E	t-statistics	P. value
Constant	-23.930	8.9500	-2.6738	0.0124
$\Delta \ln m2$	0.3051	0.1482	2.0592	0.0489
$\Delta \ln g$	6.5354	1.8189	3.5929	0.0012
resid01(-1)	-0.4276	0.1598	-2.6757	0.0123
(R ² =0.39 , Adj R ² = 0.32 , Prob=0.002),F=6.0195,dw=1.95				

المصدر : إعداد الباحثان باستخدام

برنامج (Eviews 8).

- تقييم نموذج قصير المدى (نموذج تصحيح الخطأ):

من خلال نموذج تصحيح الخطأ نلاحظ ما يلي:

أن معامل (e_{t-1}) سالب ومعنوي عند مستوى المعنوية ($\alpha = 5\%$) ، وبالتالي فنموذج تصحيح الخطأ مقبول.

الإشارة السالبة لمعامل البواقي ومعنويته، ويفسر ذلك بقوة الإرجاع نحو التوازن.

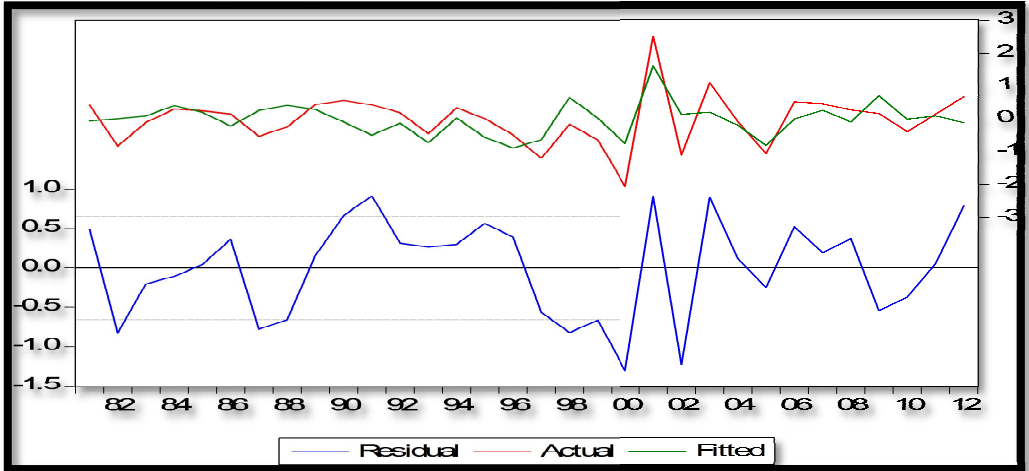
الإشارة الموجبة لمعامل عرض النقود توافق منطوق النظرية الاقتصادية ، وذا معنوية عند مستوى 5%، مما يعني أن الزيادة في عرض النقود ب 10% يؤدي إلى ارتفاع التضخم ب 30.5% .

كما نقبل الإشارة الموجبة للإنفاق العام ، وذا معنوية عند مستوى 5%، أي انه عند زيادة الإنفاق العام ب 10% يؤدي إلى زيادة التضخم ب 65.3% . ويرجع هذا في الغالب إلى تخصيص الحكومة مبالغ للنفقات العامة أكبر من المبالغ التي تحصل عليها من الإيرادات المالية العادية، أي التي تحصل عليها من الضرائب إذ تؤدي النفقات الحكومية الإضافية إلى توزيع قوة شرائية إضافية ترفع الطلب الكلي وتدفع الاقتصاد كله في حركة توسعية. فيكون لذلك زيادة مباشرة للتضخم .

يتضح لنا من معامل تصحيح الخطأ (-0.42)، أنه عندما ينحرف معدل التضخم *inf* في المدى القصير في الفترة (t-1) عن قيمته التوازنية في المدى الطويل، فإنه يتم تصحيح ما يعادل 42% من هذا الانحراف في الفترة (t). كما انه يأخذ مايعادل 2.38 سنة للرجوع إلى التوازن في حين حصول أزمات أو صدمات اقتصادية تبعد النموذج عن التوازن .
أما قيمة معامل التحديد R^2 ، فبلغت 0.39 وهي قيمة مقبولة في حالة اختبار تصحيح الخطأ، فالمتغيرات المستقلة فسرت 39% ، والباقي راجح إلى متغيرات أخرى لم تدرج في هذا النموذج والتي لها التأثير أكثر في التضخم.

تظهر إحصائية (DW)، إلى عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي بين المتغيرات المستقلة. قيمة إحصائية فيشر (F)، بلغت قيمتها 6.01، وبالتالي النموذج جيد ومعنوي كليا. وللتأكد من خلو نموذج تصحيح الخطأ من المشاكل القياسية، فقد تم استخدام عدة اختبارات ومنه نجد أن النموذج قد تجاوز كافة إحصائيات فحص البواقي، مثل:

مقارنة القيم الحقيقية بالقيم المقدرة باستخدام النموذج من خلال الشكل البياني التالي:
شكل رقم(02): القيم الحقيقية والمقدرة وبواقي النموذج.



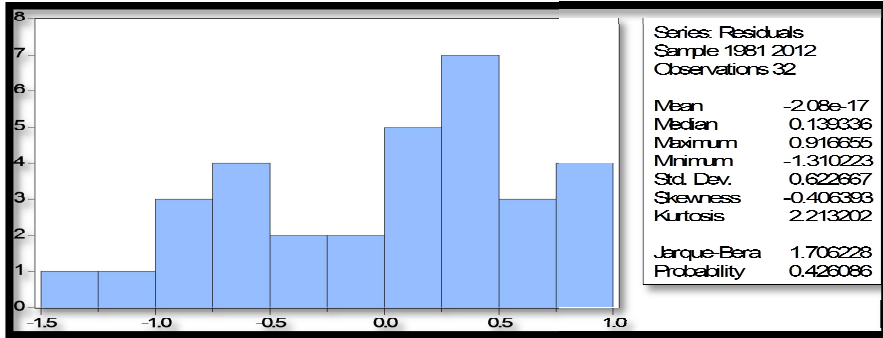
برنامج (Eviews 8).

حيث يلاحظ من خلال الشكل رقم(01) تقارب القيم المقدرة من القيم الحقيقية مما يشير لجودة النموذج المقدر، لذا يمكن الاعتماد عليه في تفسير وتحليل النتائج.
نموذج تصحيح الخطأ لا يعاني من مشكلة ارتباط خطي لعدم وجود ارتباطات ذات قيم عالية بين المتغيرات المستقلة في النموذج كما موضح في جدول مصفوفة الارتباطات البسيطة أدناه:
جدول رقم (05):مصفوفة الارتباطات البسيطة لمتغيرات النموذج قصير المدى.

	DLNINFL	DLNM2	DLNG
DLNINFL	1	0.101467	0.379717
DLNM2	0.101467	1	-0.44847
DLNG	0.379717	-0.44847	1

المصدر: إعداد الباحثان باستخدام برنامج (Eviews 8).

تحقق شرط التوزيع الطبيعي للبقايا باستخدام (Jarque-Bera) : وجد أن نتيجة الاختبار كانت غير معنوية وهذا يدعم صحة فرض إتباع بقاقي النموذج التوزيع الطبيعي، ومن خلال قيمة $J-B=1.706$ أقل من $X^2_{0.95}=5.99$ ، والشكل الموضح أدناه يوضح ذلك:
شكل رقم (03): التوزيع الطبيعي للبقاقي لنموذج قصير المدى.



المصدر: إعداد الباحثان باستخدام برنامج (Eviews 8).

كما يجب الإشارة هنا لشرط استقلالية المتغيرات المستقلة عن بعضها البعض لكي لا تحدث مشكلة الازدواج الخطي، والتي لها تأثير سلبي على نتائج التقدير، وللتحقق من عدم جدوى هذه المشكلة قمنا باستخراج قيمة معامل تضخم التباين (VIF) والذي عادة ما يشير للقيمة التي تقل عن 10 لهذا المعامل على ضعف التأثير السلبي لهذه المشكلة على النموذج بمعنى تقريبي عن النموذج خالي من المشكل، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (06): يوضح نتائج التحقق من عدم وجود مشكلة الازدواج الخطي

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
DLNM2	0.021966	1.252553	1.251774
DLNG	3.308707	1.281307	1.280461
RESID01(-1)	0.025548	1.029737	1.28965
C	0.013453	1.002878	NA

المصدر: إعداد الباحثان باستخدام برنامج (Eviews 8).

نلاحظ من خلال رقم (05) أن قيمة تضخم التباين (VIF) لجميع المتغيرات اقل من القيمة 10 وبالتالي يعبر ذلك عن غياب التأثير السلبي لمشكلة الازدواج الخطي وبذلك يتم الاعتماد على نتائج النموذج المقدر.

حتى يتم التأكد من عدم وجود مشاكل قياسية سوف يتم استخدام اختبار LM الارتباط الذاتي واختبار ARCH ، كما مبين في الجدول أدناه:

جدول رقم (07): اختبار *Br - God* واختبار *ARCH* للنموذج قصير المدى (نموذج

	Obs*R-squared	Probability
Breusch- Godfrey Serial Correlation LM Test	2.3979	0.3633
ARCH Test	5.1324	0.0768

تصحيح الخطأ)⁽¹⁹⁾.

المصدر: إعداد الباحثان باستخدام برنامج (Eviews 8).

- من الجدول (06)، واختبار مشكلة الارتباط التسلسلي، نستخدم اختبار *Br - God* ، أي أن:

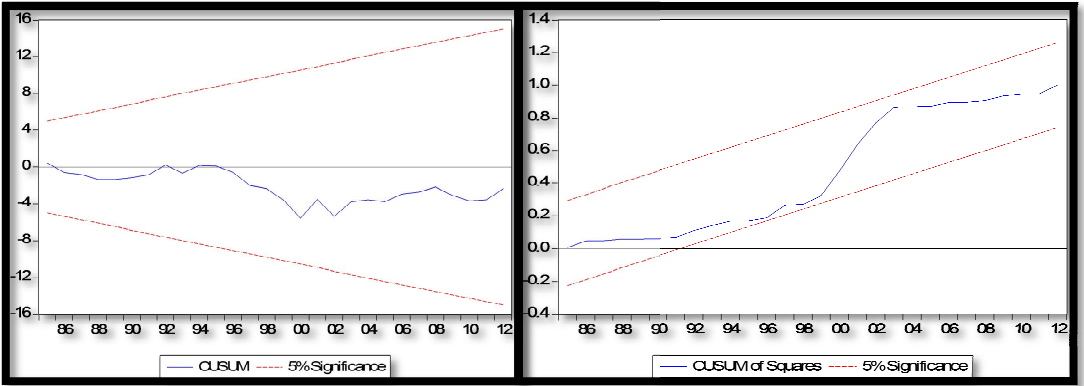
$LM = nxR^2 = 32 \times 0.0749 = 2.397$ ، حيث أن n : عدد المشاهدات المستعملة في النموذج، ومقارنتها بإحصائية X^2_K الجدولية بدرجة حرية $K=2$ ومستوى معنوية 5%،

وتساوي 5.99 ومنه لدينا : $2.397 < 5.99$ ، وبالتالي نقبل فرضية العدم القائلة بأن النموذج لا يعاني من مشكلة ارتباط ذاتي .

- أما فيما يخص ثبات التباين أو عدمه (Heteroscedasticity) فيمكن استخدام اختبار ARCH :

المهدف منه هو معرفة إذا كان هناك ارتباط بين مربعات البواقي وهو يعتمد على مضاعف لاغرانج وهو في هذه الحالة معطى كمايلي : $LM = nX R^2 = 30X0.1710 = 5.132$ ، و مقارنتها بإحصائية X^2_K الجدولية بدرجة حرية $K=2$ ومستوى معنوية 5%، وتساوي 5.99 ومنه لدينا : $5.132 < 5.99$ ، وبالتالي نقبل فرضية العدم القائلة بثبات التباين لحد الخطأ.

- لاختبار مدى ثبات النموذج تم استخدام اختبار CUSUM TEST و CUSUMT OF SQUARES TEST اختبار وأتضح أن النموذج يتصف بالثبات في معظم فترات الدراسة حيث ان المنحنى كان ضمن مجال الخطئين الذين يحددان الاستقرار الهيكلي للنموذج كما يوضح شكل الاختبار الموضح بالشكل أدناه:
شكل رقم (04): اختبار ثبات النموذج قصير المدى.



المصدر: إعداد الباحثان باستخدام برنامج (Eviews 8).

النتائج والتوصيات:

1- الاستنتاجات:

استهدفت هذه الدراسة تقديراً أثر عرض النقود والإنفاق العام على التضخم في الجزائر خلال الفترة (1980-2012) باستخدام تقنيات قياسية حديثة في تحليل التكامل المشترك ونماذج تصحيح الخطأ، وتوصلت إلى النتائج التالية:

- * أظهرت الدراسة وجود تأثير واضح لعرض النقود والإنفاق العام على التضخم في الجزائر.
- * بالنسبة لاختبار لاستقرارية السلاسل الزمنية المستخدمة في الدراسة ، يلاحظ بأنها كانت غير مستقرة في المستوى ومستقرة في الفرق الأول.
- * لقد بين اختبار التكامل المشترك بين (عرض النقود، الإنفاق العام والتضخم) في الجزائر وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بينهما طبقاً لاختبار التكامل المشترك بطريقة أنجل وجرانجر.
- * دلت اختبارات نموذج تصحيح الخطأ على أن معامل حد تصحيح الخطأ يحمل إشارة سالبة ومعنوي حيث أن الانحراف الفعلي التضخم عن التوازن يصحح بمقدار (42%)، وبأخذ ما مقداره 1.38 سنة للعودة الى التوازن في حالة الصدمات الاقتصادية .

2- خلاصة وتوصيات :

يرجع سبب التضخم الى كتلة نقدية كبيرة تطارد سلع قليلة أي زيادة بالطلب عن العرض، أو بمعنى آخر زيادة الكتلة النقدية دون الكتلة السلعية الذي يرافقه ارتفاع في مستوى الأسعار وانخفاض في قيمة العملة، لذلك فإننا نعالجه عن طريق تخفيض الكتلة النقدية أو زيادة العرض هذا وتختلف سبل المعالجة باختلاف السبب الذي أدى إلى التضخم فقد تكون هذه الأسباب:

1- إرتفاع مستوى الطلب (أي فرضية جذب الطلب) فتكون في هذه الحالة سبل العلاج على النحو التالي:

* تقوم الدولة بزيادة ضريبة الدخل على الشرائح العليا في المجتمع وذلك من أجل تخفيض الطلب واقتصاص جزء من السيولة النقدية وبالتالي تحقيق توازن أفضل بين الكتلة النقدية وحجم الإنتاج ولكن هذه العملية تكون مفيدة في البلدان المتقدمة، أما في البلدان النامية فإن هذه العملية لا تفيد بسبب التهرب الضريبي والغش والتلاعب بالحسابات.

* تقوم تقليص الإنفاق الحكومي بكافة أشكاله ورفع معدل الضريبة على ربحية الأنشطة التي لا تعكس آثار إيجابية على الاقتصاد الوطني كالإنفاق الحكومي الإداري مع التركيز على المشاريع الإنمائية التي تزيد من طاقة القطاعات الإنتاجية المختلفة وبالتالي يزيد العرض بما يوافق الطلب. * عدم الرفع من المعروض النقدي في الأسواق والبنوك إلا بما يتناسب مع الزيادة المتوقعة في الإنتاج، حيث هناك إرتباطاً وثيقاً بين الزيادة في الكتلة النقدية والارتفاع في مستوى الأسعار.

2- السبب الثاني هو إرتفاع كبير في مستوى الأجور أي (فرضية زيادة التكاليف والنفقات) فتكون سبل العلاج في هذه الحالة بتجميد الزيادة في الأجور إلى فترة زمنية معينة قد تمتد عدة شهور أو سنة أو أكثر وربط بالإنتاجية، فيجب ألا تتجاوز الزيادة في الأجور الزيادة في إنتاجية العمال.

بالإضافة الى ضبط الزيادة في حجم الكتلة النقدية ضمن نسب مئوية معينة تتناسب مع الزيادة المرتقبة في حجم الناتج الوطني.

الهوامش :

1. غازي حسين عناية، التضخم المالي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2003 ، ص: 32.
2. مجدي عبد الفتاح سليمان، علاج التضخم و الركود الاقتصادي في الإسلام، دار غريب للطباعة والنشر و التوزيع، القاهرة، 2003 ، ص: 13
3. Bali Hamid، inflation et mal-développement en Algérie، OPU، Alger, 1993, p: 70.
4. غازي حسين عناية، مرجع سابق، ص: 20.
5. غازي حسين عناية، مرجع سابق، ص: 22
7. ضياء مجيد الموسوي، الاقتصاد النقدي: قواعد، نظم، نظريات، سياسات مؤسسات نقدية، مطبعة النخلة، دار الفكر، الجزائر، 1993 ، ص: 21.
8. حسين بن هاني، اقتصاديات النقود و البنوك، دار الكندي للنشر و التوزيع، الأردن، 2002 ، ص: 167.
9. حربي محمد موسى عريقات، مبادئ الاقتصاد، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2006 ، ص: 163.
10. ضياء مجيد الموسوي، مرجع سابق، ص: 216.

11. عوض فاضل الدليمي، النقود والبنوك، دار الحكمة للطباعة والنشر، الموصل، العراق، 1990، ص 106.
12. بلعوز بن علي، محاضرات في النظريات والسياسات النقدية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص 167.
13. الحاج طارق، المالية العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الاولى 2009، ص 122.
- عبد الفتاح عبد المجيد، اقتصاديات المالية العامة، جامعة المنصورة، مصر 1990، ص 43.
14. GEORGE BRESSON - ALAIN PIROTTE : "Econométrie des séries temporelles ", 1ere édition, Presses universitaires de France, 1995. pp 221.
15. ATSUSHI INOUE, " Tests of cointegrating rank with a trend break" , Journal of Econometrics, 90-1999, pp. 215-237
16. أنظر الملحق رقم (01).
17. Régis bourbonnais, économétrie, 6e édition, 2005, p 291.
18. أنظر الملحق رقم (02).
19. أنظر الملحقين : (03) و (04).

المراجع

أ-الكتب باللغة العربية:

- الحاج طارق، المالية العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى 2009.
- بلعوز بن علي، محاضرات في النظريات والسياسات النقدية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
- ضياء مجيد الموسوي، الاقتصاد النقدي: قواعد، نظم، نظريات، سياسات مؤسسات نقدية، مطبعة النخلة، دار الفكر، الجزائر، 1993.
- عبد الفتاح عبد المجيد، اقتصاديات المالية العامة، جامعة المنصورة، مصر 1990.
- عوض فاضل الدليمي، النقود والبنوك، دار الحكمة للطباعة والنشر، الموصل، العراق، 1990.
- غازي حسين عناية، التضخم المالي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية-مصر 2003.
- مجدي عبد الفتاح سليمان، علاج التضخم و الركود الاقتصادي في الإسلام، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 2003.
- حربي محمد موسى عريقات، مبادئ الاقتصاد، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2006.
- حسين بن هاني، اقتصاديات النقود و البنوك، دار الكندي للنشر و التوزيع، الأردن، 2002

ب- اللغات الأجنبية:

- ATSUSHI INOUE, " Tests of cointegrating rank with a trend break" , Journal of Econometrics, 90-1999, pp. 215-237.
- BERNARD BERNIER. YVES SIMON : " Initiation à la macro économie ", 8ème édition, DUNOD, 2001.
- Bali Hamid, inflation et mal-développement en Algérie, OPU, Alger, 1993.
- BOURBONNAIS REGIS, " économétrie", 6e édition, dunod, paris 2005.
- CATHRINE BRUNEAU, "Analyse économétrique de la causalité", Revue d'économie politique n° 106, Mai-Juin 1996, pp. 324-353 .
- GEORGE BRESSON - ALAIN PIROTTE : "Econométrie des séries temporelles ", 1ere édition, Presses universitaires de France, 1995 .
- GREGORY N. MANKIWIW : « Macro économie », traduction de la 4ème édition américaine par Jean – Houard : 2ème édition, De Boeck Université. 2001.
- JEAN-LOINS BRILLET : " Modélisation économétrique ", édition ECONOMICA, 1994.
- WILLIAM GREENE, "économétrie", 5e édition, pearson, paris 2005.

الملاحق:

الملحق رقم(01): نتائج التقدير في المدى الطويل.

Dependent Variable: LNINFL				
Method: Least Squares				
Date: 06/10/14 Time: 23:51				
Sample: 1980 2012				
Included observations: 33				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LN2	0.240271	0.228290	1.052480	0.3010
LNG	6.439138	1.381139	4.662193	0.0001
C	-27.98620	6.520070	-4.292316	0.0002
R-squared	0.425940	Mean dependent var		1.894465
Adjusted R-squared	0.387670	S.D. dependent var		0.982059
S.E. of regression	0.768476	Akaike info criterion		2.397693
Sum squared resid	17.71665	Schwarz criterion		2.533739
Log likelihood	-36.56193	Hannan-Quinn criter.		2.443468
F-statistic	11.12969	Durbin-Watson stat		0.866203
Prob(F-statistic)	0.000242			

الملحق رقم(02): نتائج التقدير في المدى القصير.

Dependent Variable: DLNINFL				
Method: Least Squares				
Date: 06/10/14 Time: 23:45				
Sample (adjusted): 1981 2012				
Included observations: 32 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DLN2	0.305199	0.148210	2.059233	0.0489
DLNG	6.535431	1.818985	3.592900	0.0012
RESID01(-1)	-0.427689	0.159839	-2.675748	0.0123
C	0.008033	0.115986	0.069255	0.9453
R-squared	0.392080	Mean dependent var		-0.002116
Adjusted R-squared	0.326946	S.D. dependent var		0.798606
S.E. of regression	0.655176	Akaike info criterion		2.108642
Sum squared resid	12.01915	Schwarz criterion		2.291859
Log likelihood	-29.73828	Hannan-Quinn criter.		2.169374
F-statistic	6.019565	Durbin-Watson stat		1.950764
Prob(F-statistic)	0.002682			

الملحق رقم(03): اختبار LM للارتباط الذاتي.

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:				
F-statistic	1.053075	Prob. F(2,26)	0.3633	
Obs*R-squared	2.397937	Prob. Chi-Square(2)	0.3015	
Test Equation:				
Dependent Variable: RESID				
Method: Least Squares				
Date: 06/11/14 Time: 00:02				
Sample: 1981 2012				
Included observations: 32				
Presample missing value lagged residuals set to zero.				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DLNM2	-0.010184	0.148291	-0.068673	0.9458
DLNG	0.404013	1.839870	0.219588	0.8279
RESID01(-1)	-0.548468	0.482003	-1.137894	0.2655
C	0.015467	0.116357	0.132929	0.8953
RESID(-1)	0.543334	0.523462	1.037962	0.3088
RESID(-2)	0.489869	0.338375	1.447709	0.1597
R-squared	0.074936	Mean dependent var	-6.94E-18	
Adjusted R squared	0.102961	S.D. dependent var	0.622667	
S.E. of regression	0.653937	Akaike info criterion	2.155751	
Sum squared resid	11.11849	Schwarz criterion	2.430576	
Log likelihood	-28.49201	Hannan-Quinn criter.	2.246847	
F-statistic	0.421230	Durbin-Watson stat	1.920573	
Prob(F-statistic)	0.829627			

الملحق رقم(04): نتائج اختبار ARCH.

Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	2.786266	Prob. F(2,27)	0.0794	
Obs*R-squared	5.132422	Prob. Chi-Square(2)	0.0768	
Test Equation:				
Dependent Variable: RESID^2				
Method: Least Squares				
Date: 06/11/14 Time: 00:04				
Sample (adjusted): 1983 2012				
Included observations: 30 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.188024	0.108410	1.734380	0.0943
RESID^2(-1)	0.316131	0.190135	1.662667	0.1079
RESID^2(-2)	0.169485	0.192286	0.881422	0.3859
R-squared	0.171081	Mean dependent var	0.370176	
Adjusted R-squared	0.109679	S.D. dependent var	0.430120	
S.E. of regression	0.405848	Akaike info criterion	1.128961	
Sum squared resid	4.447229	Schwarz criterion	1.269081	
Log likelihood	-13.93441	Hannan-Quinn criter.	1.173786	
F-statistic	2.786266	Durbin-Watson stat	1.840249	
Prob(F-statistic)	0.079417			