جامعة عباس لغرور خنشلة

ISSN 2571-9866
EISSN 2661-7854

الإيداع القانوني مارس 2017

مجلة الأصيل

للبحوث الإقتصادية و الإدارية

مجلة علمية دولية محكمة نصف سنوية
تصدر عن كلية العلوم الإقتصادية و التجاريةو علوم التسيير

المجلد :08
العدد : 01
أفريل 2024

مجلة الأصيل للبحوث الإقتصادية و الإدارية

EL ACIL

ABBÈS LAGHROUR UNIVERSITY OF KHENCHELA

Legal deposit : march 2017

ISSN 2571-9866
EISSN 2661-7854

EL ACIL Journal

for Economic and Administrative Research

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

Volume : 08
Number : 01
April 2024

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
Legal Deposit March2017
EISSN:2661-7854
ISSN:2571-9866

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية

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

المدير الشرفي للمجلة
أ.د. عبد الواحد شالة مدير الجامعة

رئيس التحرير
أ.د.ليليا بن منصور

أمانة المجلــة:
السيدة: رزيقة سلامي
السيدة: محبوبة سعيدي

***Volume*: 8** **المجلـد:8**
***Number*:1** **العـدد:1**

أفريــل2024
April 2024

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
Legal Deposit March2017
EISSN:2661-7854
ISSN:2571-9866

فريق تحرير المجلة

رئيس التحرير

أ.د.ليليا بن منصور

المحررون المساعدون

د.عجالي دلال جامعة خنشلة-الجزائر	**أ.د. رابح خوني** جامعة بسكرة-الجزائر	**أ.د. طارق الصدراوي** جامعة المهدية-تونس
د. شامية بن عباس جامعة خنشلة-الجزائر	**أ.د. نعيمة غلاب** جامعة قسنطينة2-الجزائر	**د.ايمان الصالجين احمد بوذهب** جامعة عمر المختار-ليبيا
د. وهيبة قحام جامعة سكيكدة-الجزائر	**أ.د زبير عياش** جامعة أم البواقي-الجزائر	**عبد القادر محمد منصور منصور** جامعة الأقصى غزة -فلسطين
أ.د. وسيلة السبتي جامعة بسكرة-الجزائر	**د.نوفل سمايلي** جامعة تبسة-الجزائر	**د.ماجد قاسم السياني** جامعة العلوم والتكنولوجيا - اليمن
د.فضيلة بوطورة جامعة تبسة-الجزائر	**ا.د. كايا سيد علي كمال** جامعة تولوز-فرنسا-	**د. مصطفى محمود عبد السلام** جامعة أم القرى -العربية السعودية
د.جبريل و ائل محمد جامعة عمر المختار- ليبيا	**د.القوصي همام** جامعة حلب - سوريا	**د.ولد حام الطالب مصطفى** جامعة نواكشوط العصرية
د.جمال لعمارة جامعة طيبة -السعودية	**د.سملالي يحضيه** جامعة الملك فيصل - السعودية	**د.اوكيل عمار** جامعة السلطان قابوس -عمان
د. مونيا بن عبد الله جامعة تولون-فرنسا-	**د. محمد كنوش** الجامعة التركية-تركيا	**د.سمية محمد مصطفي محمد الامين** جامعة كسلا - السودان
د . يوسف ناصري الجامعة الإسلامية العالمية ماليزيا	**د. فيصل فرحي** جامعة مونريال-كندا-	**د.أميرة السيد عبد الحميد الجندي** جامعة الازهر -مصر

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
Legal Deposit March2017
EISSN:2661-7854
ISSN:2571-9866

تقديم المجلـة

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية:مجلة علمية دولية ، محكمة نصف سنوية مجانية لا تهدف إلى الربح، ذات وصول مفتوح، تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة عباس لغرور خنشلة منذ سنة**2017**،ذات الترقيم الدولي **EISSN:2661-7854**،**ISSN:2571-9866**وإيداع قانوني: **مارس2017** ، تهتم بنشر البحوث والدراسات العلمية الأكاديمية الأصيلة التي لم يسبق نشرها في ميدان العلوم: الاقتصادية، التجارية، التسييرية الإدارية، وكل العلوم ذات الصلة، باللغات: العربية، الفرنسية والإنجليزية .

تنشر أعداد المجلة في وقتها بشكلي الكتروني وورقي وهي متاحة للتحميل.

موقع المجلة على البوابة الجزائرية للمجلات العلمية

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

الموقع الالكتروني للمجلة:

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

البريد الالكتروني للمجلة:

revue.elacil2017@gmail.com
revu.eco@univ-khenchela.dz

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
Legal Deposit March2017
EISSN:2661-7854
ISSN:2571-9866

أخلاقيـات النشــر

تنشر **مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية** المقالات العلمية الأصيلة والمحكمة، بهدف توفير جودة عالية لقرائها من خلال الالتزام بمبادئ مدونة أخلاقيات النشر ومنع الممارسات الخاطئة.

تصنف المدونة الأخلاقية ضمن لجنة أخلاقيات النشر وهي الأساس المرشد للمؤلفين والباحثين والأطراف الأخرى في نشر المقالات بالمجلة، بحيث تسعى المجلة لوضع معايير موحدة للسلوك وتسهر المجلة على ان يقبل الجميع بقوانين المدونة الأخلاقية اتفاقا، وبذلك فهي ملتزمة تماما بالحرص على تطبيقها في ظل القبول بالمسؤولية والوفاء بالواجبات والمسؤوليات المسندة لكل طرف:

1. مسؤولية الناشر:

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

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

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

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

2. مسؤولية المحكم:

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

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

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

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

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

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

3. مسؤولية المؤلف:

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

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

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

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

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

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

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

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

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
Legal Deposit March2017
EISSN:2661-7854
ISSN:2571-9866

دليل المؤلفين

1. تقديم المقالات:

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

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

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

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

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

2. المبادئ التوجيهية للمؤلف:

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

3. عملية تقييم وتحكيم المقالات:

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

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

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

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

4. فترة تقييم المقال:

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

5. إعداد مقال:

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

6. الاطلاع على دليل المؤلف:

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

7. إرسال المقال:

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

8. متابعة عملية تقييم المقال عبر المنصة:

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

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

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

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

9. نشر المقال على المنصة:

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

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
Legal Deposit March2017
EISSN:2661-7854
ISSN:2571-9866

10. خطوات إدراج المراجع عبر المنصة:

لإدراج المراجع عبر المنصة يجب إتباع الخطوات الآتية:

- أدخل على حسابك بالمنصة ثم إضغط على أيقونة المقالات؛
- ثم أدخل على قائمة المقالات المقبولة؛
- لبدء عملية إدخال المراجع إضغط على أيقونة مراجع ؛
- تظهر لك شاشة، إضغط على أيقونة"إضافة مرجع"؛
- يجب تحديد نوع المرجع حسب قائمة الخيارات الممنوحة لك(مقال، ملتقى، أطروحة، كتاب، فصل كتاب، صفحة ويب)؛
- بعد الضغط على نوع المرجع، يجب إستكمال جميع المعلومات الخاصة به التي تظهر على الشاشة، بعده قم بالضغط على أيقونة" أضف"، وهكذا حتى إستكمال جميع المراجع المدرجة في المقال؛
- إذا أكملت عملية إدراج جميع المراجع وكنت متأكدا من ذلك وبطريقة صحيحة، إضغط على أيقونة" إنهاء"؛
- في هذه المرحلة تكون قد أنهيت العملية ويكون الرمز الموضوع على أيقونة مراجع قد تغير :من إلى

وبهذا يظهر لرئيس التحرير أنك أكملت عملية إدراج المراجع من أجل التأكد من صحتها ومطابقتها للمراجع الموجودة في المقال؛

- بعد قبولها من طرف رئيس التحرير يمكن برمجت المقال للنشر، وإن كانت غير صحيحة وغير مطابقة لما هو موجود في المقال ، يقوم رئيس التحرير برفضها، وتعاد العملية من جديد.

11. سياسة الانتحال:

تشكل السرقة العلمية، بجميع أشكالها سلوكًا غير أخلاقي للمجلة .ولا يتم قبول أي خرق لهذه القاعدة .ولن يتم قبول أي مقال آخر للمؤلف الذي قام بالانتحال.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
Legal Deposit March2017
EISSN:2661-7854
ISSN:2571-9866

مخطط توضيحي لمراحل تقييم ونشر مقال

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

1- يجب التسجيل في المنصة وفتح حساب على الموقع: https://www.asjp.cerist.dz/signup

2- الدخول إلى موقع المجلة في المنصة على الموقع : https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/462

3- إرسال المقال على شكل word من الخانة المخصصة لذلك.

4- يتابع مراحل استلام وتقييم مقالة عبر حسابه في المنصة .

5- تمر عملية استلام وتقييم المقالات بالمراحل الآتية:

استقبال المقال عن طريق المنصةASJP

مقال مطابق لشروط وقواعد النشر

مقال غير مطابق لشروط وقواعد النشر

إرجاع المقال إلى صاحبه وإعلامه بسبب عدم قبوله، لتعديله وفق الشروط وإعادة إرساله

تحذف كل المعلومات المتعلقة بصاحب المقال ويعطى رقم سري للمقال

يرسل المقال إلى مراجع 2 سريا ، وتمنح له مدة شهر لإبداء رأيه النهائي

يرسل المقال إلى مراجع 1 سريا ، وتمنح له مدة شهر لإبداء رأيه النهائي

مقال مقبول

مقال مرفوض

مقال مرفوض

مقال مقبول

برفض نشر المقال ويعلم صاحبه

برسل المقال إلى مراجع 3 سريا ويكون رأيه الفاصل

مقال مقبول للنشر إما:

- مقال مقبول للنشر دون تعديل؛
- مقال مقبول للنشر بتحفظ: ترسل التعديلات المطلوبة لصاحب المقال وتعطى له مدة محددة لتعديل المقال.

لنشر المقال لابد من :

إدراج المراجع المعتمدة من طرف المؤلف وفقا للإطار المحدد على المنصةASJP
في حالة عدم إدراج المراجع لا يمكن نشر المقال المقبول.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
Legal Deposit March2017
EISSN:2661-7854
ISSN:2571-9866

كلمة العدد

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

يسر هيئة التحرير أن تقدم لكم المجلد:8،العدد:1 أفريل2024من مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية،

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

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

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

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

هيئة التحريـر

فهرس المحتويات

الصفحة	عنوان المقال	
(16. 28)	**The knowledge economy and the interaction between ist components** **Khebbache Nawal** University of Bejaia	**01**
(29. 46)	**The Impact of work-family balance on occupational well-being** **ElTahir Ahmed Mohammed Ali** n *University, Applied College, Department of Administrative and Human Sciences, Marketing Program, Saudi Arabia*	**02**
(47. 72)	**The impact of marketing information systems on improving the quality of banking services - a case study of the Bank of Agriculture and Rural Development** **Athmani Bachir** **Mahdi Mourad** University of,Tebessa, Algeria	**03**
(73. 92)	**The impact of brand identity on new products adoption: a field study of a sample of consumers of electronic product brands** ***Hassani Abdelakrim*** *University of Oum El bouaghi, Algeria*	**04**
(93. 110)	**The experience of adopting social responsibility by the French Caisse d'Épargne** **Khalfallah Houssameddine** Faculty of Economics and Management Sciences, **Tunis El Manar**	**05**
(111. 130)	**L'Algérie face au défi du développement économique : quelle leçon à titre de l'expérience Sud Coréenne ?** **Kehri Samir** **Ouotmane Ahmed** *Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou- Algérie*	**06**
(131 .150)	**Germany crowdfunding experience: Showcase in field of sports** **Bouafia Mostafa** *Higher School of Sports Sciences and Technologies (ES/STS), Algeria,*	**07**

(151 .171)	**Bibliometric Review of Organizational Conflict Managemen based on Scopus Data Base (52 years of research)** **Mouna Boutamine Sarah Benlaharche** University of Oum El Bouaghi	**08**
(172 . 187)	**Analyse de la congruence événement-ville : le cas de la ville d'Oran et des Jeux méditerranéens de l'année 2022.** **Yasmine Ait challal Kamila Ait -yahia Ghidouche** Laboratoire : Marketic EHEC, P.U Koléa, Algérie	**09**
(188 .208)	**A cross-sectional econometric study of the impact of administrative corruption on GDP per capita for a sample of 166 countries, during the year 2021** **Nabil bahouri** University of khmis milliana(algeria) **Sihem mouffok** centre university of el bayadh(algeria) **Imad maouchi** University of Médéa (algeria)	**10**
(209 .228)	**The role of international marketing in entering international markets** **Hamla Aissa , Tahtah Ahmed** University of Akli Mohand Oulhadj Bouira(algeria)	**11**
(255.229)	**الانفتاح التجاري في العراق بين الإيجابيات والسلبيات للمدة 2014– 2020** **سونيا يغيازاريان** مركز دراسات البصرة والخليج العربي ، جامعة البصرة– **العراق**	**12**
(276.256)	**التجربة الماليزية... كنموذج لترقية التجارة الخارجية في ظل النظام التجاري العالمي** **ملال شرف الدين** جامعة خنشلة– الجزائر	**13**
(295.277)	**مساهمة الصكوك الخضراء في تعزيز مستويات الشمول المالي بإندونيسيا** **صوار مروة، عياش زبير** جامعة أم البواقي–الجزائر	**14**
(315.296)	**أهمية التجارة عبر الحدود في ترقية الصادرات الجزائرية نحو إفريقيا في إطار منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية** **سعيد بوراس، أحمد خليلي** جامعة محمد بوضياف بالمسيلة_الجزائر	**15**
(335.316)	**أثر الاستغراق الوظيفي على الأداء الوظيفي دراسة استطلاعية بالمدرسة الوطنية للغابات – باتنة–** **بلولة سعيدة** المركز الجامعي سي الحواس بريكة_الجزائر **لطرش محمد** جامعة الحاج لخضر باتنة 1_الجزائر	**16**

17	**أثر الابتكار التسويقي على صورة العلامة التجارية الفندقية –دراسة تحليلية لآراء عينة من زبائن الفنادق المصنفة (4 نجوم) بولاية سطيف الجزائرية–** **شيدخ عماد الدين، بخاخشة موسى** جامعة 8 ماي 1945 قالمة_الجزائر	**(356.336)**
18	**أثر هيكل التمويل على مردودية المؤسسة الاقتصادية دراسة تحليلية للمؤسسة الوطنية للدهن وحدة سوق أهراس** **صيد صابرة** جامعة محمد الشريف مساعدية سوق اهراس _الجزائر **بن رجم محمد خميسي** جامعة محمد الشريف مساعدية سوق اهراس_الجزائر	**(378.357)**
19	**الإدارة الرقمية وأثرها في تحسين مستوى الخدمات الصحية من وجهة نظر إداريي المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف – المدية –** **مقبي ميمونة ، سي أحمد نذير ، خليل صبرينة** جامعةالبليدة 2 –الجزائر	**(396 .379)**
20	**المقاولاتية الاجتماعية:دراسة ببليومترية للفترة(1983–2023)** **إسماعيل بن ديلمي** جامعة باتنة1–الجزائر **كريمة بوقرة** جامعة أم البواقي–الجزائر	**(412.397)**
21	**تحديات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية –دراسة استطلاعية تحليلية–** **نابتي هند ، لفايدة عبد الله** جامعة قسنطينة2–الجزائر	**(430.413)**
22	**آثار آلية التمويل غير التقليدي على أهم المتغيرات الاقتصادية في الجزائر (2017–2021)** **بوعزة علي، بيبي وليد** جامعة عباس لغرور خنشلة_الجزائر	**(447.431)**
23	**موقع العولمة من التعليم المحاسبي في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر** **مازون محمد أمين** جامعة الجزائر 3 _ الجزائر	**(462.448)**
24	**مساهمة الإبتكار المفتوح في تعزيز التعاون بين المؤسسات الناشئة والشركات الكبرى – قراءة في نماذج عالمية–** **سريدي أنفال ، عابدي محمد السعيد** جامعة سوق أهراس_الجزائر	**(482.463)**
25	**دور العدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين –حالة مؤسسة اتصالات الجزائر–باتنة–** **سامي مرازقة ، سهيل زغدود** جامعة باتنة1–الجزائر	**(501.483)**

26	**دور الإدارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر.** **أمينة يوسفي ، بن علية بن عيسى** جامعة الجلفة_الجزائر	**(521.502)**
27	**دراسة العلاقة التوازنية الطويلة والقصيرة الاجل للنمو الاقتصادي والاستثمار الأجنبي المباشر والصادرات في الجزائر خلال الفترة 1980–2022 باستخدام اختبار الحدود لنموذج ARDL** **رفيق بودربالة** جامعة عباس لغرور خنشلة_الجزائر **بشير لعصامي** جامعة صفاقس_تونس **مجيد هوادفي** جامعة أم البواقي _الجزائر	**(539.522)**
28	**تطور الائتمان المصرفي و دوره في تحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة تحليلية خلال الفترة 2000–2022** **نوري منيرة** جامعة باتنة 1_الجزائر	**(553.540)**
29	**تعزيز إدارة الزكاة من خلال تقنيات التكنولوجيا المالية** **معاندي أمينة** جامعة عنابة–الجزائر **بن عامر زين الدين** جامعة قسنطينة 2–الجزائر	**(571.554)**

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research

ISSN:2571-9866
EISSN: 2661-7854

المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024،ص ص 463-482

مساهمة الإبتكار المفتوح في تعزيز التعاون بين المؤسسات الناشئة والشركات الكبرى –قراءة في نماذج عالمية–

Contribution of Open Innovation in Enhancing Collaboration between Startups and Large Companies - Insights from Global Models

سريدي أنفال*
SERIDI Anfel
مخبر البحوث والدراسات الاقتصادية
جامعة سوق أهراس_الجزائر
a.seridi@univ-soukahras.dz

عابدي محمد السعيد
ABDI Mohamed Said
مخبر البحوث والدراسات الاقتصادية
جامعة سوق أهراس_الجزائر
ms.abdi@univ-soukahras.dz

تاريخ الاستلام: 2024/03/25 *تاريخ القبول: 2024/04/28* *تاريخ النشر: 2024/04/30*

الملخص :

تهدف هذه الورقة البحثية الى إبراز أهمية تبني الشركات للإبتكار المفتوح، وحاجتها الى المصادر الخارجية الابتكار، وهذا من خلال عقد علاقات تعاونية فيما بينها للاستفادة من الأفكار والمعارف والمهارات.حيث تستعرض هذه الورقة البحثية قراءة في نماذج عالمية تبرز أهمية تعاون المؤسسات الناشئة والشركات الكبيرة المتبنيةللإبتكار المفتوح كتوجه جديد، بالاعتماد على المنهج الوصفي خلصت الدراسة إلى نتيجة أساسية مفادها أن الإبتكار المفتوح بعمل على خلق وضعية رابح رابح لكل من المؤسسات الناشئة والشركات الكبيرة من خلال الاستخدام الأمثل لمخرجات البحث والتطوير.

الكلمات المفتاحية:الإبتكار؛الإبتكار المفتوح؛ المؤسسات الناشئة.
تصنيف جال:O13, M13

Abstract :

This paper underscores the importance of companies adopting open innovation and collaborating with external sources for ideas, knowledge, and skills. It reviews global models emphasizing cooperation between startups and large companies in open innovation trends. Through a descriptive approach, it concludes that open innovation benefits both startups and large companies by maximizing research and development outputs.

Key words: innovation, open innovation, start-ups
JEL classification codes : M13, O13

***المؤلف المرسل**

1. مقدمة:

أضحت الشركات الناشئة جزءًا أساسيًا من البيئة الاقتصادية والتكنولوجية الحديثة، حيث يمكن للشركات الكبرى الاستفادة من الأفكار الجديدة والتقنيات المبتكرة التي تساهم في تحسين منتجاتها وعملياتها. وبدورها تقوم بدعم المؤسسات الناشئة من خلال تقديم الخبرات والموارد المالية والتكنولوجية، مما يعزز من فرص نجاحها في السوق الدولية، حيث تتميز بقدرتها على التجديد والابتكار بشكل سريع وفعال. يعود ذلك إلى طبيعة تكوينها، حيث تسعى إلى تقديم حلول جديدة ومبتكرة للمشاكل الموجودة في السوق. تتمثل قوة هذه الشركات في قدرتها على التكيف مع المتغيرات السريعة في السوق واستيعاب التحديات بسرعة ومرونة، مما يسمح لها بالتنافس بشكل فعال رغم حداثة نشأتها. في الجانب الآخر فإن الشركات الكبرى تواجه تحديات في عمليات الابتكار وتقديم المنتجات الجديدة نظرًا لتعقيدات هياكلها البيروقراطية.

بالنسبة للشركات الناشئة، فإنها تواجه صعوبات في بناء قاعدة عملاء متينة بسبب عدم خبرتها وحداثة نشأتها. في هذا السياق، تُعَدُّ الشركات الكبرى ذات المنتجات والخدمات المتنوعة وقواعد العملاء الكبيرة ذات تأثير قوي في السوق، حيث تتمتع بقدرات مالية وتسويقية تزيد من مكانتها في الصناعة. ومع ذلك، يمكن أن يعيق التعقيد البيروقراطي لهذه الشركات القدرة على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق ومتطلبات العملاء المتغيرة. من هنا يكمن أهمية الابتكار المفتوح كوسيلة لتبادل المعرفة والخبرات بين الشركات المختلفة، سواء الناشئة أو الكبرى، بهدف تعزيز قدرتها على التكيف والتطور في بيئة الأعمال المتغيرة باستمرار.

يأتي الإبتكار المفتوح كوسيلة فعَّالة لمشاركة الأفكار والتكنولوجيا والخبرة بين الشركات المختلفة. يمكن أن يسهم هذا الأخير في تعزيز التعاون بين الشركات الناشئة والكبرى، وبالتالي يمكن أن يؤدي إلى تحسين عمليات الإبتكار وتقديم المنتجات والخدمات الأكثر تميزًا وفعالية إلى السوق.

الإشكالية:

تعد مسألة تعزيز التعاون بين المؤسسات الناشئة والشركات الكبرى من خلال الإبتكار المفتوح أمرًا حيويًا في بيئة الأعمال والبحث العلمي في الوقت الحالي. تعتمد هذه الإشكالية على فهم كيفية استفادة المؤسسات الناشئة من تقنيات الإبتكار المفتوح لتحسين أداءها وتوسيع نطاق عملها،

وكيفية يمكن للشركات الكبرى أن تستفيد من روح الإبتكار والحركية التي تمتلكها المؤسسات الناشئة. وعليه يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف يساهم الإبتكار المفتوح في تعزيز العلاقة بين المؤسسات الناشئة والشركات الكبرى؟

تتفرع من إشكاليتنا السابقة مجموعة من الأسئلة نجملها كما يلي:

- ما المقصود بالإبتكار المفتوحفي الشركات الكبرى؟
- الى أي مدى يمكن أن تعتمد الشركات الكبرى على المؤسسات الناشئة في إبتكاراتها؟

فرضيات الدراسة

وطبقا لها نضع الفرضيات التالية:

-تعتمد الشركات الكبرى على الإبتكار المفتوح؛

-توجد علاقة تبادلية بين المؤسسات الناشئة والشركات الكبرى في مجال الإبتكار.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الورقة البحثية الى تشريح الإبتكار المفتوح في الشركات الكبرى بدلالة الواقع المعاش، وكذا محاولة الوقوف على طبيعة العلاقة بينها وبين المؤسسات الناشئة في هذا المجال.

منهج البحث:

لتحليل ومعالجة إشكالية البحث قمنا باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، بهدف استنباط المفاهيم والأسس المكونة لإطار البحث. حيث تم التركيز على ضرورة انفتاح المؤسسات الناشئة والشركات الكبرى على بعضها البعض من اجل تحقيق الاستمرارية والبقاء في المنافسة.

الدراسات السابقة

هناك بعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الابتكار المفتوح والشراكة بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الكبيرة وقد تم وتناول من زوايا مختلفة، وسيتم استعراض جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز ملامحها:

المؤلف	عنوان الدراسة	مضمون الدراسة
2023 Carlo Giglio	Cooperation between large companies and start-ups: An overview of the current state of research	تمت دراسة التعاون بين الشركات الكبيرة والشركات الناشئة بشكل شامل في هذا البحث العلمي، حيث يهدف إلى فهم دور هذا التعاون في دفع عمليات الإبتكار والتطوير في ساحة الأعمال. بعد مراجعة الأدبيات وتحليل 103 مقالة من المجلات المعترف بها، تم تحديد عدة جوانب أساسية تحتاج إلى توضيح وتحليل. أحد النقاط الرئيسية التي تم استكشافها هي العوامل المؤثرة على ديناميكيات الشراكة وأدائها، وكيفية تأثيرها على مسار الابتكار والتطوير، بالإضافة إلى تحليل العواقب السلبية المحتملة للشركاء في حالة فشل المشاريع التعاونية.
Weiblen, C. a. (2015).	Engaging with Startups to Enhance Corporate Innovation	تتناول هذه الورقة البحثية كيف بدأت الشركات الكبيرة في صناعة التكنولوجيا من خلال استغلال الابتكار الريادي الذي يأتي من الشركات الناشئة. قامت الدراسة بتحليل أربعة نماذج شائعة تستخدمها الشركات الكبيرة للتفاعل مع الشركات الناشئة، من خلال الأخذ بعين الاعتبار خصائصها وتحدياتها والمبررات وراءها.
Nicolas Jullien. (2013).	Innovation ouverte : vers la génération 2.0.	الدراسة تناولت مفهوم الابتكار المفتوح في سياق علوم الإدارة، من خلال الإشارة إلى أهمية التعاون والتبادل في عمليات الابتكار للشركات. حيث تم تقسيم مفهوم الابتكار المفتوح إلى نمطين رئيسيين: النمط 1.0 والنمط 2.0، يتسم النمط الثاني بإنفتاح أكبر وتفاعل أكثر، وذلك بفضل التقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.باختصار، تبرز الدراسة أهمية الابتكار المفتوح كاستراتيجية أساسية للشركات، وتؤكد على ضرورة تكييف الممارسات وفقًا للسياق والأهداف الفردية لكل منظمة.

Laursen, K. S. (2006).	Open for innovation: the role of openness in explaining innovation	تتناول هذه الدراسة مدى تأثير انفتاح الشركات على البحث الخارجي على أدائها الابتكاري. مستلهمين من نموذج الابتكار المفتوح لـ تشيسبرو، يستكشف الباحثون كيفية تأثير استراتيجيات البحث الخارجي على قدرة الشركات على الابتكار. استنادًا إلى تحليل إحصائي لاستطلاع الابتكار في المملكة المتحدة لعينة من 2707 شركة تصنيعية، تشير النتائج إلى أن الشركات التي تعتمد استراتيجيات بحث خارجي مفتوحة هي الأكثر ابتكارًا.

2. الإبتكار المفتوح

1.2. تعريف الإبتكار المفتوح

الباحث المعروف في ميدان الإبتكار المفتوحChesbrough، قام بتطوير وتشكيل مفهوم "الإبتكار المفتوح" كنموذج جديد لإدارة الإبتكار. تشدد أفكاره على أهمية التعاون وتبادل المعرفة بين الشركات والمؤسسات الأكاديمية لتعزيز قدرتها على الابتكار والتطور. يرىChesbroughأن"الشركات قادرة ومطالبة بالاستفادة من الأفكار الداخلية والخارجية، بالإضافة إلى استكشاف المسارات الداخلية والخارجية للسوق، بهدف تطوير تقنياتها. يركز هذا النموذج على تطلعات الشركات للتطوير التكنولوجي وتعزيز قدراتها الابتكارية. (Chesbrough, 2003, p. 5). بمعنى آخر، الإبتكار المفتوح هو وسيلة للشركات للاستفادة من نطاق أوسع من المعرفة والخبرة من داخل وخارج مؤسساتها من أجل دفع الإبتكار والنمو.يوضح التعريف وجهة نظرChesbrough أن نموذج الإبتكار التقليدي المغلق، حيث تعتمد الشركات بشكل رئيسي على مواردها الداخلية للبحث والتطوير، أصبح غير كاف في ساحة الأعمال الحالية المعقدة والمتغيرة بسرعة.

نقطة البداية لفكرة الانفتاح هي أن منظمة واحدة لا تستطيع الإبتكار بمعزل عن غيرها. يجب أن تتعامل مع مختلفأنواع الشركاء لاكتساب الأفكار والموارد من الخارجالبيئة لمواكبة المنافسة(Laursen, 2006, p. 146).

وفي تعريف أخر يرى WimVanhaverbeke: الإبتكار المفتوح هو عملية ابتكار موزعة تستند إلى تدفقات المعرفة المدارة بشكل هادف عبر الحدود التنظيمية، باستخدام الآليات المالية وغير المالية بما يتماشى مع نموذج أعمال المنظمة. (Vanhaverbeke، 2014، صفحة 10)

كما يرىJoel Westالإبتكار المفتوح هو عملية تدمج عن قصد مصادر خارجية للابتكار من أجل جعل عملية الإبتكار أكثر فعالية وخلق فرص عمل جديدة.(West, 2014, p. 2)

وأخيرا، يمكن القول إنالإبتكار المفتوح هو نموذج يعزز تبادل المعرفة والموارد والقدرات الخارجية، بهدف تسريع وتعزيز عمليات الإبتكار وتعزيز القدرة التنافسية. تسعى الشركات في هذا السياق إلى إطلاق منتجات وخدمات وعمليات ونماذج أعمال جديدة من خلال التعاون مع شركاء خارجيين مثل العملاء والموردين والمؤسسات البحثية مثل الجامعات ومراكز الأبحاث، وحتى المنافسين. لم تعد الشركات تقتصر على الاعتماد على أقسام البحث والتطوير الداخلية والموارد لتوليد الأفكار، بل أصبحت تفتح أبوابها للتنوع والإبداع في البيئات الخارجية، مما يمكنها من الاستفادة من مجموعة واسعة من الكفاءات والخبرات والمعرفة من مصادر متنوعة.

2.2 الإبتكار المغلق والإبتكار المفتوح

الابتكار المفتوح يشدد على التعاون والشراكات الخارجية للابتكار، بينما الابتكار المغلق يعتمد على البحث والتطوير الداخلي والسيطرة الحصرية على الملكية الفكرة.يوضح الجول التالي الفرق بين النموذجين:

الجدول الرقم (01): مبادئ الإبتكار المغلق والمفتوح

الإبتكار المغلق	الإبتكار المفتوح
1-يعمل جميع الأذكياء في مؤسستنا. 2-للاستفادة من البحث والتطوير علينا أن نكتشف تطوير وتوريد كل شيء بأنفسنا. 3-فقط إذا اكتشفناها سنتمكن من الحصول عليها للتسويق أولاً. 4-إذا كانت منظمتنا هي الأولى في تسويق ابتكاراتها سوف نتغلب على منافسينا. 5-إذا أنشأنا أكثر وأفضل الأفكار في صناعتنا سوف نفوز. 6 إذا كان لدينا سيطرة كاملة على الإبتكار لن يتمكن منافسونا من الاستفادة منها أفكارنا المبتكرة.	1-لا يعمل كل الأذكياء في مؤسستنا. 2-البحث والتطوير الخارجي يمكن أن يخلق قيمة لمنظمتنا. 3-هناك حاجة إلى البحث والتطوير الداخلي لفهم هذه القيمة. 4-علينا أن نشارك في البحوث الأساسية للاستفادة منه، ولكن لا يجب أن يكون الاكتشاف ملكنا. 5-إذا استفدنا بشكل أفضل من الأفكار الخارجية والداخلية ونوحد المعرفة التي تم خلقها سننتصر. 6-يجب علينا تحسين نتائج منظمتنا والجمع بين بيع أو ترخيص ابتكاراتنا مع شراء عمليات الإبتكار الخارجية في كلما كانت أكثر كفاءة واقتصادية.

المصدر: Closed vs open innovation: evolution or combination?, Joao P.C Marques 2014, p199

في النهاية، سيعتمد الاختيار بين الإبتكار المفتوح والمغلق على أهداف الشركة وقدراتها وثقافتها. قد تستفيد بعض الشركات من نهج أكثر انغلاقًا يسمح لها بحماية ملكيتها الفكرية والتحكم في عملية الإبتكار كما هو الحال بالنسبة لشركة Apple، بينما قد تستفيد شركات أخرى من السرعة وخفة الحركة وتنوع الأفكار التي تأتي مع الإبتكار المفتوح كما جرى الحال بالنسبة لشركة Samsung.

2.3أنواع الإبتكار المفتوح

يمكن أن تتخذ ممارسات الإبتكار المفتوحة للمؤسسة أشكالًا عديدة، ويمكن اعتمادها بدرجات متفاوتة وتتمثل غالبا في:(Nicolas Jullien, 2013, pp. 11-13)

أ–الإبتكار المفتوح الصادر Outbound:يتضمن نقل تكنولوجيا الشركة أو الملكية الفكرية إلى شركات أو مؤسسات أو أفراد آخرين خارج الشركة. فيما يلي بعض الأمثلة على الإبتكار المفتوح الصادر:

- الترخيص؛
- رأس المال الاستثماري joint venture؛
- مفتوح المصدر:Open sourceيمكن للشركة أن تفتح المصدر لتقنيتها أو ملكيتها الفكرية، مما يسمح للآخرين باستخدامها وتعديلها بحرية. كما هو الحال بالنسبة لشركة Microsoft.

ب– الإبتكار المفتوح الوارد Inbound: يتضمن اكتساب أو الحصول على المعارف والأفكار والتقنيات الخارجية لتطوير منتجات أو خدمات أو نماذج أعمال جديدة. فيما يلي بعض الأمثلة على الإبتكار المفتوح الصادر:

- **الكشافة التكنولوجية**: تقوم بالبحث عن تقنيات أو أفكار جديدة طورتها شركات أو منظمات بحثية أخرى؛
- **الإبتكار التعاوني**:الدخول في شراكة مع أصحاب المصلحة الخارجيين، مثل العملاء والموردين والشركات الناشئة والشركات الأخرى، للمشاركة في إنشاء منتجات أو خدمات جديدة والمشاركة في تطويرها؛
- **التعهيد الجماعي**: يتم ذلك من خلال منصة عبر الإنترنت حيث يمكن الشركة من الاستفادة من الذكاء الجماعي والإبداع لمجموعة كبيرة من الأشخاص، لحل مشكلة أو إنشاء أفكار جديدة أو تصميم منتجات أو خدمات جديدة؛

- مسابقات الإبتكار؛
- **الشراكات الأكاديمية:** الدخول في شراكة مع الجامعات أو المنظمات البحثية للوصول إلى أحدث الأبحاث والخبرة في مجال معين.

ج-عملية الإبتكار المقترنة: يجمع هذا النوع بين الأبعاد الواردة والصادرة: بدلاً من مشاركة الموارد والخبرات، تعمل الشركات معًا لتطوير المعرفة والحلول الجديدة. يشتمل هذا النوع من التعاون على تكامل وثيق بين الطرفين في مجال البحث والإبتكار.

في الأخير، يمكن القول أنالإبتكار المفتوح، سواء صادرًا أو واردًا، يوفر فرصًا للشركات للوصول إلى المعرفة والموارد الخارجية بتكاليف منخفضة وتحقيق العوائد المالية، ولكنه يتطلب إدارة دقيقة للملكية الفكرية والمخاطر والعلاقات الشراكة.

3.التعاون مع المؤسسات الناشئة

3.1مفهوم المؤسسات الناشئة:

لقد دخلت كلمة "شركة ناشئة" الآن إلى اللغة اليومية، ولا تزال تثير خيالًا مشبعًا بقوة بالأسطورة الأمريكية التي تقول إن العمل الجاد وإظهار القليل من الإبداع يكفي لتكوين ثروة. (FLÉCHER, 2022, p. 57)، اما لغوياكلمة "Start-up" هي كلمة انجليزية من اصل امريكي وهي تتألف من "Start" وتعني "بدأ" و "Up" والتي تعني "أعلى" وعليه فهي حرفيا شركة انطلقت في نشاطها للتو. (mbdconsulting, 2023). فقد عرفها Eric Riesفي كتابه Lean Start-up على انها: "مؤسسة مصممة لانشاء منتوج او خدمة جديدة في ظل ظروف عدم اليقين القصوى. (Eric, 2011, p. 17)

وعليه يمكن القول ان المؤسسة الناشئة، هي مؤسسة حديثة النشأة يتم تأسيسها من شخصين او اكثر، تعمل على تطوير خدمة او منتج فريد وتقديمه الى السوق. حيث تبحث المؤسسة الناشئة عن تنمية متزايدة من خلال مساهمة الإبتكارات وتحقيق الارباح.

3.2مميزات المؤسسات الناشئة:

تختص المؤسسات الناشئة بمجموعة معينة من الخصائص التي تميزها عن المؤسسات النمطية والتي تخولها الى تقديم مبادئ تشغيل جديدة والتي تتمثل غالبا في:

الإبتكار: تتعلق بالمنتجات او الخدمات التي تقدمها المؤسسة الناشئة ولكن أيضا في بعض الحالات، بنموذجها الاقتصادي او طريقة وصولها الى السوق (نموذج التوزيع على سبيل المثال)(Boston Consulting, 2021)

مرحلة مؤقتة: ليس المقصود من الشركة الناشئة أن تظل شركة ناشئة طوال حياتها. إن كونك شركة ناشئة ليس هدفًا في حد ذاته.الشركة الناشئة هي مرحلة خاصة، والهدف الرئيسي هو الخروج منها.(Djekidel, 2021, p. 419)

النمو الاسي والسريع: من احد الخصائص التي تميز المؤسسة الناشئة عن المؤسسات النمطية هي قدرتها على النمو السريع. كلما زاد عدد العملاء، زادت الهوامش وبالتالي ستكون الشركة قادرة على النمو بسرعة كبيرة والتطور بسهولة تامة.(Djekidel, 2021, p. 420)

3.3تعاون المؤسسات الناشئة والشركات الكبرى:

غالبًا ما يكون لدى الشركات الناشئة أفكار وتقنيات ومنتجات مبتكرة يمكن أن تكون ذات قيمة للشركات الكبرى. في المقابل، يمكن للشركات الكبرى أن تقدم للشركات الناشئة إمكانية الوصول إلى الموارد والتمويل وقاعدة عملاء أوسع.

أ-إيجابيات تعاون المؤسسات الناشئة والشركات الكبرى

في ساحة الأعمال يظهر التعاون بين الشركات الكبيرة والشركات الناشئة كقوة محركة للتطور. حيث يجتمع اثر هذه الشراكة، المبتكرون، الخبراء والموارد المتنوعة، مما يدفع بعملية التغيير التحولي وتشكيل مستقبل الصناعات بشكل فاعل.فيما يلي اهم النقاط الإيجابية للتعاون بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الكبيرة:(Akanksha, 2019, p. 2)

***بالنسبة للمؤسسات الناشئة**

- توفير تمويل أولي: الشركات الكبرى توفر تمويلًا أوليًا للشركات الناشئة، مما يقلل من الحاجة إلى جلب تمويل خارجي.
- قاعدة عملاء مضمونة: توفر للشركات الناشئة قاعدة عملاء محتملة تبدأ من الشركة الأم نفسها.
- التوسع الدولي: يمكن للشركات الناشئة التوسع في أسواق أخرى بسهولة من خلال الشراكات.
- اختراق السوق: يساعد التعاون مع الشركات الكبرى الشركات الناشئة في اختراق السوق بسهولة.

***بالنسبة للشركات الكبرى**

-معرفة أحدث الإبتكارات التكنولوجية في السوق: تتعرف الشركات على تحولات السوق الناتجة عن الإبتكارات والتغيرات التكنولوجية وهذا يساعدها على تأمين ميزة تنافسية مستقبلية؛

-مزيد من التركيز على احتياجات العملاء: تبتكر الشركات الناشئة عمومًا المنتج بالقرب من متطلبات السوق / العملاء. ومن ثم فإن التعاون معهم يساعد في خدمة العملاء بشكل أفضل ومنع فقدان العملاء لشركات أخرى؛

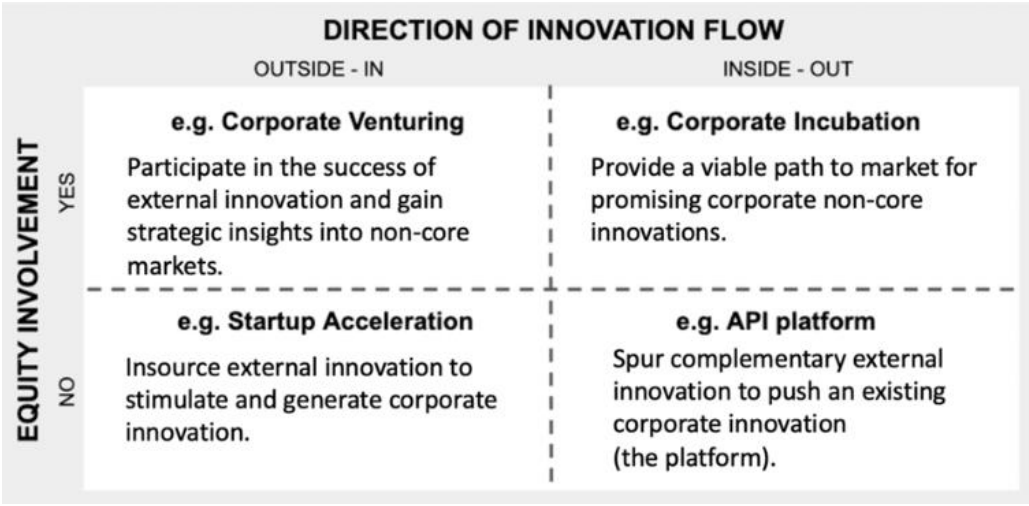
-الانفتاح علىإحداث تغييرات وريادة الأعمال الداخلية.

ب-نماذج التعاون بين المؤسسات الناشئة والشركات الكبرى

الإبتكار اليوم، يقوده بشكل متزايد الشركات الناشئة نظرًا لأن الشركات الناشئة غير مثقلة بالأنظمة القديمة والبنية التحتية وحجم الشركات الكبرى، فهي ذكية ومتمردة سواء بطبيعتها أو بالضرورة. فهي ببساطة في وضع أفضل لتسخير التكنولوجيا لإعادة معايرة نماذج الأعمال الحالية واختراع نماذج جديدة تماما. (Mocker, 2015, p. 5) ولقد شجع هذا الإدراك الأكاديميين والشركات على تحديد طرق مختلفة حول كيفية تفاعل الشركات بشكل أفضل مع الشركات الناشئة لسد الفجوة بين الطرفين. لذلك هناك العديد من النماذج التقليدية التي تستخدمها الشركات للتعامل مع الشركات الناشئة. وتشمل هذهالنماذج(Weiblen، 2015، صفحة 70):

- رأس المال الاستثماري للشركات Corporate venture capital (CVC): يتيح للشركات الناشئة الحصول على تمويل وتوجيه استراتيجي بالإضافة إلى الوصول إلى موارد الشركة وشبكتها؛
- برامج التسريع Accelerator programs: يمكن للشركات تنظيم برامج التسريع أو المشاركة فيهاوالتي تقدم تمويلًا للشركات الناشئة، في المقابل يمكن للشركة اكتساب رؤى حول التقنيات الناشئة ونماذج الأعمال.
- حاضنات الشركاتCorporateincubators: على غرار برامج التسريع، تزود حاضنات الشركات الكبرى الشركات الناشئة بالموارد والتوجيه.حيث تلعب الشركة المحتضنة دورًا هاما في تشكيل تطور الشركة الناشئة.
- واجهات المنصات الرقمية API'sPlatforms:أصبحت واجهات برمجة التطبيقات الرابط بين الأعمال والتكنولوجيا. إنها تمكن الشركات من الوصول إلى البيانات والخدمات الخاصة بها ودمجها في سلسلة القيمة الرقمية.

الشكل رقم(01): النماذج الأربعة الرئيسية التي حددها Chesbrough & Weiblen



المصدر: Engaging with startups to enhace corporate innovation, Weiblen &Chesbrough 2015, p81

كل من هذه النماذج له فوائده وتحدياته الخاصة، وتحتاج الشركات إلى النظر بعناية في أهدافها ومواردها قبل تحديد النموذج الذي يجب استخدامه.

ج-عوامل نجاح التعاون بين المؤسسات الناشئة والشركات الكبرى

يلخص هذا الجزء الأفكار حول العوامل المساهمة في التعاون الناجح بين الشركات والشركات الناشئة، والتي حددها الباحثون والممارسون والأطراف المتعاونة في مختلف الصناعات. والتي تتمثل أساسا في(Liliia، 2021، صفحة 30):

- العوامل البيئية: تحدد العوامل البيئية سياق عملية التعاون، والتي، إما تشكل عقبات غير مباشرة أو تفتح فرصًا أفضل للتعاون الناجح؛
- الغرض والأهداف من التعاون: تتضمن الدوافع والأهداف لكل طرف. تختلف دوافع الشركات والشركات الناشئة. فالشركات الكبيرة ترغب في التعاون لتعزيز الإبتكار وتعزيز ثقافة الريادة، بينما الشركات الناشئة تسعى للوصول إلى عملاء جدد والموارد وفهم السوق؛
- عمليات وهيكلة التعاون: يعد إعداد الهيكل المناسب للتعاون جزءًا هاما من التعاون الناجح. يعتمد اختيار نموذج التعاون الصحيح إلى حد كبير على دوافع وأهداف التعاون؛
- الاتصال الفعال.

في نهاية المطاف، يعتمد نجاح الشراكة بين المؤسسات والشركات ناشئة، على رغبة كلا الطرفين في العمل معًا والتواصل الفعال والمرونة في مواجهة التحديات. فمن خلال النهج والعقلية الصحيحة، يمكن للشركات الناشئة والشركات الاستفادة من نقاط القوة لدى بعضها البعض وإنشاء حلول مبتكرة تفيد كلا الطرفين.

4.عرض تجارب عالمية ناجحة

سيتم التطرق الى تجارب دولية اجنبية ناجحة متعلقة بالتعاون بين الشركات الناشئة والشركات الكبرى من خلال الإبتكار المفتوح.

الجدول رقم(02) : تجربة عالمية ناجحة في مجال التعاون بين الشركات الناشئة والشركات الكبرى من خلال الإبتكار المفتوح

أ- برنامج IKEA BOOTCAMP	
إيكيا هي شركة تأسست في السويد عام 1943، تختص في بيع أثاث التجزئة والإكسسوارات المنزلية وأدوات المطبخ. تشتهر بتصميماتها الحديثة والأسعار المعقولة، وتتميز بطريقة التغليف المسطحة التي تسهل عملية النقل والتخزين. بالإضافة إلى ذلك، تدير إيكيا مطاعم وأسواق طعام داخل متاجرها، حيث تقدم مجموعة متنوعة من المأكولات السويدية والعالمية. توجد متاجر إيكيا في أكثر من 50 دولة، وتشتهر الشركة بالتزامها بالاستدامة والممارسات الأعمال المسؤولة.(IKEA ABOUT US, 2023)	**شركة IKEA**
برنامج IKEA Bootcamp هو برنامج تسريع للشركات الناشئة في مجال أثاث المنزل والديكور يديره ايكيا. يهدف البرنامج إلى دعم الشركات الناشئة ذات الأفكار المبتكرة التي تتماشى مع رؤية ايكيا وتساهم في حل تحديات مثل التكلفة، والتواصل العالمي، والاستدامة. يسعى البرنامج للعثور على الشركات الناشئة التي تحقق فوائد للجميع وتعزز الاستدامة والتأثير الإيجابي على المجتمع والبيئة. " IKEA BOOTCAMP, 2023)	**IKEA BOOTCAMP**

بعض المؤسسات الناشئة المتعاون معها	1. Fernish: خدمة اشتراك للمفروشات المنزلية تقدمها للعملاء بنموذج دائري للأعمال وإدارة أصول متقدمة. 2. Circadia (المملكة المتحدة): قامت بتطوير مستشعر صحي بدون تلامس وعلاجات مخصصة لتحسين النوم والمزاج والطاقة. 3. Liquiproof LABS (المملكة المتحدة): تقدم حلولًا متقدمة للعناية بالأزياء تحمي وتنظف الأحذية والملابس. 4.BFrame: تقدم حلول اتصال مبتكرة للخيزران لإنشاء منتجات مستدامة منخفضة التكلفة. 5. **Freemi**: تطوير "اقتصاد حر" لمساعدة الأشخاص على إعادة تدوير متعلقاتهم المستعملة. . (18 startups invited to the second IKEA Bootcamp programme, 2023)
النموذج المتبع من طرف IKEA	Startup accelerator برنامج تسريع للمؤسسات الناشئة.حيث تعمل ايكيا على اختيار مؤسسات ناشئة تتشارك معها في نفس الرؤية وحلول تتوافق مع المشاكل التي تطرحها ايكيا في أثاث المنزل والديكور حيث تستفيد ايكيا من الأفكار المبتكرة في حين تستفيد المؤسسات الناشئة من قاعدة عملاء ايكيا لتسويق أفكارها ومنتجاتها.
ب–تجربة Samsung & SmartThings	
شركة SAMSUNG	Samsung هي شركة تكتل متعددة الجنسيات مقرها في كوريا الجنوبية، أسسها Lee Byung-chul في عام 1938 كشركة تجارية. تعد Samsung Electronics الفرع الرئيسي للشركة ومن أكبر منتجي الأجهزة الإلكترونية في العالم، حيث تشمل منتجاتها الهواتف الذكية والتلفزيونات والأجهزة المنزلية وأشباه الموصلات. تلعب أيضًا دورًا رئيسيًا في صناعة أشباه الموصلات، حيث تنتج شرائح ومعالجات ذاكرة.(SAMSUNG ABOUT US, 2023)
شركة SMARTTHING	SmartThings هي شركة تقنية تأسست في عام 2012. تقدم سحابة SmartThings نظامًا أساسيًا مفتوحًا يمكن أن يتوافق مع الأجهزة المحمولة والمنزلية والتلفزيون وأجهزة الاستشعار لتوفير تجربة متكاملة. يتميز هذا النظام بوجود سحابة موحدة وقوية يمكن الوصول إليها من خلال تطبيق SmartThings واحد.(SmartThings, 2023)

مجالات التعاون فيها	SmartThings هو نظام شامل للمنزل الذكي يتضمن عدة عناصر: 1. SmartThings Hub: يعمل كمحور مركزي يربط جميع الأجهزة الذكية في المنزل معًا، ويدعم مجموعة واسعة من البروتوكولات مثل Wi-Fi وZigbee وZ-Wave. 2. تطبيق SmartThings: يوفر واجهة للمستخدم للتحكم في الأجهزة المنزلية الذكية وإدارتها، ويسمح بإعداد إجراءات روتينية وأتمتة المهام وتلقي الإخطارات. 3. أجهزة Samsung SmartThings: تشمل مجموعة متنوعة من الأجهزة المنزلية الذكية مثل التلفزيونات والثلاجات والغسالات والمكانس الكهربائية التي يمكن التحكم فيها من تطبيق SmartThings. 4. تكامل مع أجهزة الجهات الخارجية: يدعم SmartThings التكامل مع العديد من أجهزة الجهات الخارجية مثل Amazon Alexa وGoogle Assistant وPhilips Hue، مما يتيح للمستخدمين التحكم فيها وإدارتها من تطبيق SmartThings. (SmartThings, 2023).
النموذج المتبع من طرف SAMSUNG	النموذج: واجهات المنصات الرقميةAPI's Platforms تعاون Samsung مع SmartThings يُعتبر نموذجًا رائعًا لنهج الابتكار المفتوح. من خلال الشراكة مع SmartThings، تمكنت Samsung من الاستفادة من خبرة شركة رائدة في سوق المنازل الذكية، ودمجت تقنيتها ومعرفتها في منتجاتها وخدماتها الخاصة. هذا النموذج يظهر كيف يمكن للشركات العمل مع الشركات الأخرى والاستفادة من خبراتها وتقنياتها لتطوير منتجات وخدمات متقدمة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل.
ج-تجربة AstraZeneca BioVentureHub	
شركة AstraZeneca	AstraZeneca هي مجموعة صيدلانية بيولوجية دولية تتميز بالتزامها بالعلم والتركيز على البحث والتطوير والإنتاج والتسويق للأدوية الموصوفة. تعمل في أكثر من 100 دولة، وتستخدم ملايين المرضى أدويتها المبتكرة حول العالم. تركز نشاطاتها على البحث والابتكار في مجالات علاجية مهمة مثل علم الأورام والمستحضرات الصيدلانية الحيوية (مثل القلب والأوعية الدموية والكلى والتمثيل الغذائي والجهاز التنفسي والمناعة واللقاحات والعلاجات المناعية) والأمراض النادرة.(AstraZeneca، 2023)

برنامج AstraZeneca BioVentureHub	AstraZeneca VentureHub هي ذراع رأس المال الاستثماري لشركة الأدوية البيولوجية العالمية AstraZeneca. يستثمر BioVentureHub في شركات المرحلة المبكرة التي تطور تقنيات وحلول رعاية صحية مبتكرة لديها القدرة على تحسين نتائج المرضى وتحويل صناعة الرعاية الصحية. يركز VentureHubBioعلى الاستثمار في الشركات التي تعمل على اكتشاف الأدوية وتقنيات الصحة الرقمية وتقنيات النظام الأساسي التي يمكن تطبيقها لتطوير علاجات وعلاجات جديدة. كما أنهم يسعون إلى الاستثمار في الشركات التي تطور تقنيات يمكنها تحسين تقديم وإدارة الرعاية الصحية، مثل الأجهزة الطبية والتشخيصات.(AstraZeneca, 2023)
برامج التعاون	-تمتلك AstrazenecaVentureHub 450 تعاونًا عبر 40 دولة وتقومبمنح المتعاونون أكثر من 75 مليون دولار من المنح الخارجية. -أبرز تعاون هو برنامج AstraZeneca BioVentureHub بتوقيع شراكة مع شركة IBM من اجل دعم المبادرات في الصناعة البيوصيدلية من خلال منح المؤسسات الناشئة المتصلة بشركة IBM السويد أو BioVentureHub التابعة لشركة AstraZeneca إمكانية الوصول إلى منصة الإبتكار المفتوحة للشريك الآخر. يهدف التعاون إلى تحفيز نمو الشركات الناشئة، ودعم تبادل المعرفة بين علوم الحياة وصناعات التكنولوجيا الرقمية، وتعزيز الخبرة الصحية الرقمية. (open innovation astrazeneca, 2023)
النموذج المتبع من طرف AstraZenecaBioVentureHub	النموذج: حاضنات الشركات.Corporate incubators

من إنجاز الباحثين بالاعتماد على تقاريرحول التجارب

تحليل التجارب السابقة:

- برنامج Ikea Bootcamp يمثل فرصة استثنائية للشركات الناشئة للوصول إلى خبرة وموارد IKEA، بما في ذلك شبكتها وخبراء الصناعة. من خلال المشاركة في هذا البرنامج، يمكن للشركات الناشئة تسريع نموها وتطوير حلول مبتكرة تؤثر إيجابيًا على صناعة تأثيث المنازل. يستفيد IKEA من الحلول الإبتكارية التي تقدمها الشركات الناشئة، حيث يُخفّف هذا النهج من تكاليف البحث والتطوير، ويساهم في إيجاد حلول فعّالة للتحديات المعقدة التي تواجهها الشركة في مجال صناعة التأثيث أو سياستها فيما يخص التنمية المستدامة.

- توفر الشراكة بين Samsung وSmartThings فرصة للفائدة المتبادلة بين الطرفين. من خلال هذه الشراكة، تستفيد SmartThings من الوصول إلى قاعدة عملاء واسعة لدى Samsung، مما يمكنها من توسيع نطاق وصولها وزيادة حصتها في سوق الأتمتة المنزلية. بفضل هذا التعاون، يمكن لـ Samsung تحسين مجموعة منتجاتها المتعلقة بالمنازل الذكية وتعزيز رضا العملاء عمومًا، مما يعزز مكانتها في السوق ويزيد من قدرتها على تلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل.
- **برنامج Astrazeneca Bio Venture Hub**قد قدم فرصًا مهمة للشركات الناشئة في مجال الصناعات الحيوية، حيث استفادت هذه الشركات من عدة مزايا:

– الوصول إلى المعرفة والخبرة: الشركات الناشئة المشاركة في AstraZeneca BioVenture Hub تمتلك الفرصة للاستفادة من المعرفة الشاملة والخبرة التي تتمتع بها شركة AstraZeneca في مجال الرعاية الصحية. هذا يشمل الوصول إلى مرافق البحث والتطوير التابعة لشركة AstraZeneca، بالإضافة إلى شبكتها العالمية من الموردين والمصنعين والعملاء، مما يساعد الشركات الناشئة على تقليل الجهد والوقت والتكاليف في مراحل نموها الأولى.

–الإرشاد والتدريب: تقدم AstraZeneca BioVenture Hubالإرشاد والتدريب في مجالات بحوث السوق وإعداد مخططات الأعمال واختيار نماذج الأعمال، مما يساعد الشركات الناشئة على تطوير استراتيجياتها وتحقيق النجاح في السوق.

–التمويل والموارد: توفر الشركات الناشئة المختارة من خلال هذا البرنامج التمويل والوصول إلى موارد إضافية، مما يمكنها من تطوير منتجاتها وتسويقها بفعالية أكبر وتحقيق النمو المستدام.

–فرص التعاون: يقوم AstraZeneca BioVenture Hub بتوفير فرص التعاون بين الشركات الناشئة وخبراء الصناعة والمديرين التنفيذيين في AstraZeneca، مما يمكن أن يؤدي إلى إنشاء شراكات وتعاونات جديدة، وبالتالي يمكن أن تساعد الشركات الناشئة على توسيع نطاق عملياتها وتحقيق النجاح في السوق.

5. تجربة الجزائر

في السياق المحلي، يظل مفهوم الإبتكار المفتوح كأداة لتعزيز التعاون بين الشركات والمؤسسات الناشئة في مراحله الأولى، نظرًا لعدم نضوج البيئة الريادية في الجزائر، خاصة فيما يتعلق بالإطار القانوني الذي ينظم ويؤطر مثل هذا النوع الشراكات. تعمل الجزائر حاليًا على سد هذا الفجوة، وقد تم اتخاذ خطوات أولية من خلال وضع إطار قانوني يحدد مفهوم المؤسسات الناشئة والحاضنات، بالإضافة إلى المصطلحات المتعلقة بهذا المجال، وذلك وفقًا لقانون رقم 20-254.

منصة Soolvitفي الجزائر

SOOLVIT هي منصة رقمية مفتوحة للابتكار تربط المؤسسات الناشئة والمبتكرين بالمؤسسات الكبرى، مما يتيح لهم التعامل مع التحديات من خلال تصميم تجربة تعاونية تشمل تحديات وهاكاثونات وقضايا أعمال عبر الإنترنت وغير المتصلة بالإنترنت. تم تصنيف شركة SOOLVIT كشركة ناشئة من قبل اللجنة الوطنية لتصنيف الشركات الناشئة والمشاريع المبتكرة والحاضنات التابعة للوزارة المنتدبة المسؤولة عن اقتصاد المعرفة والشركات الناشئة. يتمثل نشاط منصة SOOLVIT في عدة جوانب:

- تعزيز مصادر الابتكار من خلال إطلاق التحديات؛
- تسريع عمليات التحول الرقمي بشكل متناغم؛
- تشجيع الإمكانيات الداخلية من خلال تعزيز روح ريادة الأعمال الداخلية؛
- تشكيل تحديات الموارد البشرية لاختبار وتوظيف المرشحين بكفاءة.

المهمة الرئيسية لهذه المنصة هي تنظيم مجموعة من التحديات في مجالات متعددة مثل GreenTech والذكاء الاصطناعي، مع التركيز على القطاعات التي تواجه تحديات محددة، وربطها بالشركات الناشئة والمبتكرين الجزائريين الذين يقدمون حلولًا مبتكرة.

تطورت هذه المنصة عبر مجموعة من المراحل الرئيسية التي شهدتها في الفترة الزمنية المحددة كما يلي:

-في عام 2018، تم إطلاق أكبر برنامج مخصص لريادة الأعمال المبتكرة في الجزائر، والمعروف باسم "تحدي الشركات الناشئة الجزائرية"، الذي تم تنظيمه من قبل مؤسسي المؤسسة.

-خلال الفترة من عام 2018 إلى عام 2021، تم تنظيم أكثر من عشرين تحدياً في عدة قطاعات مختلفة، بهدف تعزيز روح الابتكار ودعم ريادة الأعمال في الجزائر.

-تم ربط أكثر من 30 شركة ومنظمة بالشركات الناشئة ومقدمي الابتكار المفتوح، بهدف تعزيز التعاون وتوفير فرص جديدة للشركات الناشئة.

-تم إنشاء "Leancubator"، وهي حاضنة مصنفة تعمل كمركز للابتكار ومصنع للمؤسسات الناشئة، وذلك بهدف توفير بيئة داعمة لتطوير الأفكار الجديدة وتحويلها إلى مشاريع ناجحة.

-في عام 2021، حصلت المنصة على جائزة أفضل برنامج في التنقل ودعم المهارات على مستوى غرب البحر الأبيض المتوسط في مدينة روما، مما يعكس التقدير الدولي للجهود المبذولة.

-تم إطلاق "Soolvit" في عام 2021، وهي أول منصة مفتوحة للابتكار والتعهيد الجماعي في الجزائر وأفريقيا، والتي تهدف إلى تعزيز التعاون وتسهيل عمليات التعهيد والابتكار في المنطقة.(SOOLVIT, 2023)

بهذه الطريقة، تعكس المنصة مسارًا متطورًا ومتنوعًا في دعم ريادة الأعمال وتعزيز الابتكار في الساحة الجزائرية وما وراءها

تتمثل إحدى المزايا الرئيسية لمنصة SOOLVITفي الإبتكار المفتوح بأنها تسمح للمؤسسات بإلقاء شبكة أوسع عند البحث عن حلول لتحديات الإبتكار الخاصة بها. وهذا من خلال ربط المؤسسات الناشئة المبتكرة والتي تقدم حلول متنوعة وفي مجالات عدة للمؤسسات الكبرى التي تعتمد فقط على فرق البحث والتطوير الداخلية أو شركاء الصناعة الراسخين عبر طرق مختلفة، حيث تمكّن SOOLVIT المؤسسات من الانخراط في نظام بيئي أوسع للمبتكرين.

مؤسسة موبيليس

فرع من مجمع اتصالات الجزائر وأول متعامل للهاتف النقال بالجزائر، وبعد تحقيقها 144 مليار دينار، عاماً استثنائياً في تاريخ الهواتف المحمولة في الجزائر، حيث أظهرت تطوراً بلغ أكثر من 18٪ مقارنة بالسنة المالية 2021، صرحت أنها ستخصص 1٪ من حجم أعمالها سنويا (1.4 مليار دينار لهذا العام) للمساهمة في تطوير الشركات الناشئة والرقمنة(Mobilis, 2023) كنوع من الإبتكار المفتوح والمتمثل في رأس المال الاستثماري للشركات Corporate venture capital.

5. خاتمة:

في الختام، الابتكار المفتوح يشجع التعاون والتبادل بين الشركات الكبيرة والناشئة، مما يسمح للشركات الكبيرة بدعم التطوير التكنولوجي والتوسع في الأسواق الجديدة، ويمنح الشركات الناشئة الفرصة للوصول إلى الموارد والتوجيه اللازمين. هذا النهج يسهم في زيادة نطاق الشركات الناشئة وتوسيع فرص التسويق والتوزيع، ويعزز الثقافة التعاونية والمشاركة في المعرفة، مما يعزز الابتكار في جميع مجالات العمل.علاوة على ذلك، يسهم الابتكار المفتوح في بناء ثقافة عمل تشجع على التعاون ومشاركة المعرفة، مما يعزز التفاعل الإبداعي ويعزز الابتكار في جميع مجالات العمل. وبالتالي، فإن الابتكار المفتوح يمثل ليس فقط استراتيجية تجارية فعّالة، بل يشكل أيضًا إسهامًا إيجابيًا في تعزيز التنمية المستدامة وتحقيقالتقدم الاجتماعي والاقتصادي.

نتائج الدراسة:

نتائج الدراسة توضح أن البرامج والشراكات التي تم تحليلها، مثل برنامج Ikea Bootcamp وشراكة Samsung وSmartThings وبرنامج Astrazeneca Bio Venture Hub، قد أسهمت بشكل كبير في تعزيز الابتكار وتعزيز النمو في كل من الشركات الناشئة والمؤسسات الكبيرة. يمكن تلخيص النتائج على النحو التالي:

✓ تعزيز الوصول والتوسع في السوق: جميع البرامج والشراكات المحللة فتحت أبوابًا جديدة للشركات الناشئة للوصول إلى شبكات وخبرات جديدة وواسعة، مما ساعد في توسيع نطاق وصولها وتحسين وجودها في السوق.

✓ دعم الابتكار وتطوير الحلول: ساهمت هذه البرامج والشراكات في تعزيز الابتكار وتقديم حلول جديدة ومبتكرة في مجالات متعددة، مما ساعد في تحسين المنتجات والخدمات المقدمة وتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل.

✓ تقديم الدعم المالي والموارد: تمثلت إحدى المزايا الرئيسية في توفير الدعم المالي والموارد للشركات الناشئة، مما ساعد في تطوير منتجاتها وتسويقها بشكل أكبر وتحقيق النمو المستدام على المدى الطويل.

✓ فرص التعاون والشراكات: تمثلت قيمة كبيرة في توفير فرص التعاون والشراكات بين الشركات الناشئة والمؤسسات الكبيرة، مما ساهم في تبادل الخبرات والمعرفة وتعزيز التعاون لتحقيق أهداف مشتركة.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن الابتكار المفتوح يعزز الشراكة من خلال توفير منصات للتفاعل بين الشركات الناشئة والمؤسسات الكبيرة، مما يسهم في تبادل الخبرات والأفكار وتطوير حلول جديدة لكلا طرفي الشراكة.

6. قائمة المراجع.

–المؤلفات:

- Eric, R. (2011). *The lean start-up*. USA: Crown publishing group.

-المقالات :

- Akanksha, G. (2019). Collaborationbetweencorporatesandstart-ups: benefitsandrisksanalysis. *Open Access Journal of Interdisciplinary Studies* , 1-5.
- Boston Consulting, G. (2021). Qu'est ce qu'une start-up à succés? *BCG*, 7.
- Chesbrough. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*.Boston, Massachusetts: Harvard Business School Publishing.
- Djekidel, Y. (2021). La startup en Algérie : Caractéristiques et Obligations. *Revue d'excellence pour la recherche en economie et en gestion*, 419.
- FLÉCHER, M. (2022, Février 17). Le monde des start-up, le nouveau visage du capitalisme ? Enquête sur les modes de création et d'organisation des start-up en France et aux États-Unis. Paris, France: HAL open science.
- Laursen, K. S. (2006). Open for innovation: the role of openness in explaining innovation performance among UK manufacturing firms. *Strategic Management journal*, 131–150.

- Liliia, D. (2021). Success factors for corporatestartup collaboration . *LBS Working Paper*.
- Mocker, V. (2015). Winning Together: A guide to successful corporate-startup collaborations.
- Nicolas Jullien. (2013). Innovation ouverte : vers la génération 2.0. 11-15.
- Vanhaverbeke, W. (2014). Explicating Open Innovation: Clarifying an Emerging Paradigm for Understanding Innovation. *Oxford: Oxford University Press, Forthcoming*, 3-28.
- Weiblen, C. a. (2015). Engaging with Startups to Enhance Corporate Innovation. *CALIFORNIA MANAGEMENT REVIEW*, 66-90.
- West, J. (2014). Open Innovation: The Next Decade. *Reaserch Policy*, 805-811.

-مواقع الانترنيت:

- *18 startups invited to the second IKEA Bootcamp programme*. (2023). Retrieved from IKEA: https://about.ikea.com/en/newsroom/2019/03/07/18-startups-invited-to-the-second-ikea-bootcamp-programme*(consulté le15/03/2023)*
- *AstraZeneca*. (2023). Retrieved from AstraZeneca: https://www.astrazeneca.fr/notre-groupe/a-propos-d-astrazeneca.html*(consulté le18/03/2023)*
- (2023, 02). Retrieved from mbdconsulting: https://www.mbdconsulting.ch/publications/start-up-reussite*(consulté le10/02/2023)*
- *IKEA ABOUT US*. (2023). Retrieved from IKEA: https://about.ikea.com/en/about-us*(consulté le15/03/2023)*
- *IKEA BOOTCAMP*. (2023). Retrieved from IKEA BOOTCAMP: https://ikeabootcamp.rainmaking.io/*(consulté le10/02/2023)*
- *open innovation astrazeneca*. (2023). Retrieved from open innovation astrazeneca: https://openinnovation.astrazeneca.com/*(consulté le 18/03/2023)*
- *Mobilis*. (2023). Retrieved from Mobilis: https://www.mobilis.dz/communique_presse.php?Id_Communique=985*(consulté le 15/02/2023)*
- *Samsung about us*. (2023). Retrieved from SAMSUNG: https://www.samsung.com/fr/*(consulté le 10/04/2023)*
- *SmartThings*. (2023). Retrieved from SmartThings: https://www.smartthings.com/*(consulté le 12/04/2023*
- *SOOLVIT*. (2023, MARS). Retrieved from SOOLVIT: https://soolvit.com/about_us*(consulté le 31/03/2023)*

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024، ص ص 448-462

موقع العولمة من التعليم المحاسبي في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر

The impact of globalization on accounting education in higher education institutions in Algeria

* مازون محمد أمين
Mazoun Mohamed Amine
جامعة الجزائر 3 _ الجزائر
mazoun.mohamed@univ-alger3.dz

تاريخ الاستلام: 2024/01/29 تاريخ القبول: 2024/04/23 تاريخ النشر: 2024/04/30

الملخص :

هدفت هذه الدارسة إلى البحث في وجود انعكاسات للعولمة الاقتصادية على التعليم المحاسبي في الجامعات الجزائرية من عدمه، فتناولت في فحواها مخرجات الإصلاحات التي شهدها برنامج التعليم المحاسبي في الجامعات الجزائرية ومدى ارتباطها بالعولمة، كما بحثت مدى توافق هذا البرنامج مع مجالات الكفاءة الفنية ضمن معايير التعليم المحاسبي الدولي. ومن بين ما توصلت إليه الدراسة أن برنامج التعليم المحاسبي في الجامعة الجزائرية وإن عالج جوانب المحاسبة الدولية في صورة معايير المحاسبة الدولية، إلا أنه افتقر لمحاور تحُلَِلُ البيئة العالمية المؤثرة على التجارة الدولية والتمويل وتُعَرِفُ بِسِمات العولمة.

الكلمات المفتاحية: التعليم المحاسبي؛ معايير التعليم المحاسبي الدولي؛ الجامعات الجزائرية.

تصنيف جال: A2؛ I23؛ M41.

Abstract:

The aim of this study was to investigate the impact of economic globalization on accounting education in Algerian universities. It examined the outcomes of the reforms implemented in the accounting education program in Algerian universities and their relationship with globalization. The study also explored the extent to which this program aligns with the areas of technical competence within international accounting education standards. Among the findings of the study was that while the accounting education program in Algerian universities addresses aspects of international accounting through the adoption of international accounting standards, it lacks the dimensions of analyzing the global environment that influences international trade and finance, and fails to incorporate the characteristics of globalization.

Key Words: Accounting education; International Accounting Education Standards; Algerian universities.

JEL classification codes: A2 ; I23 ; M41.

* المؤلف المرسِل

1. مقدمة:

يتكون النظام التعليمي المحاسبي من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والمناهج والموارد*التي يتم دمجها بانسجام وكفاءة لتلبية الاحتياجات التعليمية لمجتمع معين. قد لا يخدم النظام التعليمي الفعال في بلد ما الاحتياجات التعليمية لبلد آخر إذا كان لدى البلدين أنظمة اقتصادية أو إعدادات اجتماعية وثقافية مختلفة بشكل كبير، غير أن الترابط في الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية بين الدول في العقود الأخيرة، جعل من فهم الاختلافات بين البلدان ومحاولة تنسيق هذه الاختلافات من القضايا المهمة للغاية التي يتعين على التعليم المحاسبي أن يعالجها (Agami & Alkafaji, 1989, pp. 145-152).

والجزائر في العقد الأخير، وبتبنيها لنظام محاسبي مستوحى من معايير محاسبية عالمية جاءت كنتاج للعولمة الاقتصادية، واصلت إصلاحاتها التي مست مناهجها التعليمية للمحاسبة في مؤسسات التعليم العالي والتي كان آخرها سنة 2022.

فما مدى مواكبة برامج التعليم المحاسبي في الجامعات الجزائرية للمتطلبات الجديدة للمهنة المحاسبية الناجمة عن العولمة الاقتصادية؟

في سبيل الإجابة على هذا التساؤل، تم صياغة الإشكاليات الفرعية الموالية:

- ما حجم الأثر الذي قد يلحق ببرامج التعليم المحاسبي بالتزامن مع تنامي العولمة الاقتصادية؛
- هل تلبي معايير التعليم المحاسبي الدولية متطلبات التكوين في المهنة المقابلة للعولمة الاقتصادية؛
- إلى أي مدى وفقت الجزائر في إصلاحاتها للتعليم العالي المحاسبي والمقابلة لتنبني نظام محاسبي يستند للمرجع الدولي.

بغية الإجابة على التساؤل الرئيسي والإشكاليات الفرعية سالفة الذكر، يمكننا الانطلاق من الفرضيات الموالية:

- تأثير العولمة الاقتصادية على التعليم المحاسبي كان بحجم الأثر الذي تسببت فيه العولمة الاقتصادية على الأساليب والممارسات المحاسبية؛

* المكتبة وأجهزة الكمبيوتر والمرافق والموارد المالية والابتكارات والتكنولوجيا.

- بصدورها عن الهيئة المحاسبية الأولى في العالم، وبقبولها من عديد الدول، يمكن القول بأن معايير التعليم المحاسبي الدولي لبت متطلبات التكوين في المهنة المقابلة للتطورات الاقتصادية العالمية؛
- برامج التعليم المحاسبي في الجامعات الجزائرية وفي أعقاب الاصلاحات المتوالية عليها، أصبحت تستوفي المتطلبات التي تجعلها تساير التطورات الناجمة عن العولمة الاقتصادية.

1.1. أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في تعدد الإصلاحات على برامج التعليم المحاسبي في الجامعات الجزائرية في العقدين الأخيرين، وارتباطها في أجزاء كبيرة منها بالتحولات الاقتصادية والتحولات في المهنة المحاسبية وممارستها على الصعيد العالمي.

2.1 أهداف الدراسة:

الهدف من هذه الدارسة البحثية الوقوف على التغيرات التي مست برامج التعليم المحاسبي في الجامعات الجزائرية، ومدى تجاوبها مع متطلبات المهنة المحاسبية في زمن العولمة.

3.1. منهج الدراسة:

اتبعنا المنهج الوصفي عند عرضنا للأطر النظرية للتعليم المحاسبي والعولمة الاقتصادية، واستعنا بالأداة التحليلية لتبيان أثر هذه الأخيرة على مقررات التعليم المحاسبي في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر.

4.1. الدراسات السابقة.

اهتمت عديد الدراسات بموضوع التعليم المحاسبي، لكن الدراسات البحثية التي عملت على الجمع بينه وبين العولمة الاقتصادية كانت في حدود علم الباحث:

أ. دراسة Belverd E. Needles Jr بعنوان:
"Accounting Education: The Impact of Globalization"

هدفت الدراسة إلى تبيان تأثيرات العولمة على التعليم المحاسبي، فتناولت عمل الاتحاد الدولي للمحاسبين (IFAC) ومجلس معايير التعليم المحاسبي الدولي (IAESB) في سبيل تنسيق التعليم

المحاسبي عالميًا. خلصت الدراسة إلى أن العولمة لها تأثير مهم على تعليم المحاسبة ومعلميها، فهي لا تؤثر على المنهج الدراسي فحسب، بل تفرض أيضًا متطلبات على كل من المعلمين والطلاب، ومع دمج المعايير والممارسات الدولية بشكل كامل في تعليم المحاسبة، فإن الموضوع المتخصص "تعليم المحاسبة الدولية" لن يبقى موجودًا.

ب. دراسة Ezeani Nneka بعنوان:

"The place of globalization on accounting education in Nigerian tertiary institutions"

هدفت الدراسة إلى تبيان مكانة العولمة في تعليم المحاسبة في مؤسسات التعليم العالي النيجيرية، فدرست دمج العولمة لاقتصاديات دول العالم بما في ذلك نيجيريا، وإدخال معايير المحاسبة العالمية من قبل الإتحاد الدولي للمحاسبين وما شكلته من تحد لمعلمي المحاسبة ومحتوى التدريس ومنهجيته. خلصت الدراسة إلى أن هناك حاجة فورية لإعادة تدريب أساتذة المحاسبة، ومراجعة المناهج المحاسبية على مستوى مؤسسات التعليم العالي عبر دمج المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية حتى يكون المحاسبون والمدققون على دراية بالمبادئ التوجيهية والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية.

دراستنا هذه وإن اتفقت مع الدراسات السابقة في محاولتها إيجاد العلاقة التأثيرية بين العولمة والتعليم المحاسبي، فإنها اختلفت عن سابقاتها في كونها تناولت بيئة مغايرة ممثلة في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر.

4.1. هيكل الدراسة:

بغية تحصيل الهدف من البحث، واعتبارا لطبيعة الموضوع وإشكالياته، كان مناسبا تقسيمه إلى المحاور الآتية:

- ماهية التعليم المحاسبي؛
- عولمة بيئة الأعمال والتعليم المحاسبي؛
- معايير التعليم المحاسبي الدولي ضمن مساعي التقارب الدولي؛
- برامج التعليم المحاسبي في الجامعات الجزائرية في زمن العولمة.

2. ماهية التعليم المحاسبي.

التعليم وفق ما جاء من مجلس معايير التعليم المحاسبي الدولي (IAESB) هو "عملية منظمة ومنهجية تهدف إلى تطوير المعرفة والمهارات والقدرات الأخرى، وهي عملية يتم إجراؤها عادةً وليس حصريًا في البيئات الأكاديمية".(IAESB, 2019, p. 11)

أما بالنسبة للتعليم المحاسبي، فيمكن القول بأنه يتمثل في الأنشطة التي تُعَلِمُ استخدام المسارات والأساليب والتقنيات المتبعة في عملية جمع البيانات التي تعتبر مهمة جدًا للأعمال (ويمكن أن تؤثر على القرارات) ومراقبتها وتصنيفها وإعداد التقارير عنها وتقييمها. (Rabia, Yücenurşen, Apak, & Polat, 2015, p. 1850)

ويخضع التعليم المحاسبي للعديد من الضغوط سواء الداخلية للمؤسسة الأكاديمية أو الخارجية من مختلف الأطراف، فهناك من جهة رغبة في تلبية احتياجات هيئات المحاسبة المهنية وأصحاب العمل والحكومات ووكالات التمويل والمؤسسات التعليمية وأعضاء هيئة التدريس، وبالطبع الطلاب وفي بعض الحالات أولياء أمورهم، ومن جهة أخرى يُطْرَحُ التساؤل عما إذا كان القيام بذلك ضمن نوع واحد من برامج المحاسبة ممكنا. أصبح التعليم المحاسبي الآن تكلفة كبيرة يتحملها الأفراد والمجتمع على حد سواء، ومع ذلك يتم التأكيد في كثير من الأحيان على أن المحاسبين المبتدئين ليسوا متعلمين جيدًا ولا مستعدين بشكل كافٍ لدخول هذه المهنة. (Mathews, 2001, p. 380)

فالهدف من التعليم المحاسبي لم يبق مقتصرا على المطلب القديم الذي يستند على تطوير المهارات الفكرية للطلبة وفقط، وإنما يتعدى ذلك إلى تمكينهم من العمل بشكل فردي أو العمل في شكل مجموعات، وإتقانهم لأدوات المعلوماتية، فضلا عن تزويدهم بمهارات اتخاذ القرار. وفي سبيل ذلك، لا بد من إضافة مناهج جديدة في التدريس، باستراتيجيات تهدف إلى جعل المحتوى المدَرَسْ يتناغم وتجارب العالم الحقيقي (Kwarteng, 2013, pp. 34,35) . مسعى تكلل في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1989 بتشكيل "لجنة تغيير التعليم المحاسبي"* والتي أسست من خلال مقترحاتها لمنهج حديث للتعليم المحاسبي يؤكد على حصول خريجي المحاسبة على تعليم أوسع، ولا يغفل في الوقت نفسه طرق التدريس .(Theodore & Ping, 2013, pp

* Accounting Education Change Commission

(Wet & Niekerk, 137-139. ويمكن تبيان أهم مميزات التعليم المحاسبي الحديث في ما يأتي :2001, pp. 95-97)

- التركيز على الطالب والتعلم مدى الحياة: من خلال تحويل اهتمامات الأساتذة من المحتوى المعَلَمُ من قبلهم إلى ذلك المتَعَلَمُ من الطلبة، إذ ينظر قادة منظمات الأعمال إلى المعارف والمهارات المكتسبة من قبل الباحثين عن التوظيف، فضلا عن قدرتهم على التعلم المستمر التي تخول لهم مواكبة المنافسة في كل القطاعات؛
- أسبقية المفاهيم على القواعد والتركيز بشكل أكبر على المهارات: تتيح المناهج التي ترتكز على المفاهيم للطلبة إمكانية فهم أحسن للقواعد وتمكنهم من تذكرها لفترات أطول؛
- تعليم يرتكز على حل المشاكل والتدريب على العمل في جماعات: يمكن تدريب الطلبة على حل المشكلات من خلال اشتغالهم على دراسة الحالة مثلا، في حين يمكن تنمية مهارات العمل كعضو في فريق واحد عبر التعلم التعاوني الذي يعزز من مهارات الطالب في الاتصال وبناء الفريق؛
- التركيز بشكل أكبر على التعليم المحاسبي الدولي: القبول المتزايد من الدول والشركات متعددة الجنسيات لمعايير المحاسبة الدولية يجعل من تضمين مواضيع المحاسبة الدولية في دورات المحاسبة ضرورة.

3.عولمة بيئة الأعمال والتعليم المحاسبي.

العولمة هي عملية تصبح من خلالها اقتصاديات العالم أكثر تكاملا بما يؤدي إلى اقتصاد عالمي، ومن ثم صنع السياسات الاقتصادية العالمية من خلال الهيئات الدولية على غرار منظمة التجارة العالمية. (Todaro & Smith, 2015, p. 601).

وفرت عولمة الاقتصاديات والشركات وأسواق رأس المال إلى جانب اتفاقيات التجارة الحرة قوة دافعة كبيرة لتوسيع نطاق التعليم والممارسات المحاسبية الدولية، فهناك حاجة لمعرفة كافية بالأعمال التجارية الدولية والمحاسبة لفهم التقارير المالية للشركات المتعددة الجنسيات في بيئة أعمال عالمية متزايدة (Rezaee, Szendi, & Elmore, 1997, pp. 99,100).

في السياق، أعد فريق العمل المعني بالأعمال التجارية والتعليم الدولي الذي تم انشاؤه سنوات السبعينات من القرن الماضي تقريره الذي نشره المجلس الأمريكي للتعليم، والذي شدد فيه على أن نسبة عالية جدًا من الأفراد يصبحون رؤساء لشركات متعددة الجنسيات دون أن تكون لديهم خبرة عمل دولية، وأضاف بأن العديد من المديرين ذوي المسؤوليات الدولية لم يحصلوا على دراسات دولية أثناء وجودهم في الجامعة، مع غياب تام لبرامج تعمل على تطوير مهاراتهم أثناء توظيفهم للقيام بمثل هذه المسؤوليات الدولية، وألح التقرير على وجوب بذل الجهود في اتجاهات عديدة لتدويل المناهج الدراسية (Foroughi & Reed, 1989, p. 71).

واستجابت ولا تزال عديد كليات الأعمال في دول العالم لاحتياجات بيئة الأعمال العالمية الديناميكية والمتطورة باستمرار، من خلال إعادة النظر في محتوى مناهجها الدراسية لتقديم تعليم محاسبي دولي مناسب، فالتفكير العالمي والمعرفة بالمحاسبة الدولية هما ضروريين لإعداد طلاب المحاسبة لمواجهة التحديات الجديدة التي تنتظرهم، الأمر الذي جاء على لسان* Arthur Wyatt حين قال "يتعين على البرامج الأكاديمية المحاسبية أن تولي اهتمام آني وجوهري بالساحة الدولية" (Rezaee, Szendi, & Elmore, 1997, pp. 99,100).

فتواجد محاسبين دوليين يعد ضرورة لعولمة المحاسبة، كما أن تدويل المحاسبة هو أيضًا دافع مباشر لتدويل المحاسبين. غير أن الأكيد هو أن توفير محاسبين دوليين ذوو تعليم عالي يتلاءم وتعقيدات المهنة يمر عبر: (Lu, 2022, pp. 169,170)

- تحسين المناهج الدراسية: من الضروري إصلاح وابتكار مناهج دراسية تتناسب مع الجودة التي ينبغي أن يتمتع بها المحاسبين الدوليين. إذ ينبغي تحسين وتبسيط المناهج ليس بالاكتفاء بإضافة مقاييس المحاسبة الدولية ومعايير المحاسبة الدولية، ولكن عبر دمج المناهج المحاسبية الحالية لتجنب ازدواجية المحتويات، فضلا عن زيادة المعرفة بالتخصصات ذات الصلة مثل الاقتصاد والإدارة، وإيلاء المزيد من الاهتمام بالتدريب العملي؛
- تحسين المواد التعليمية: باعتبار أن المواد التعليمية تعتبر الناقل الرئيسي للمعرفة، فإن تعزيز بناء المواد التعليمية يعد أولوية قصوى في تدريب المحاسبين الدوليين، إذ يتعين تحديث

* رئيس سابق لجمعية المحاسبة الأمريكية (AAA).

المحتويات القديمة في الوقت المناسب لمواكبة التدويل، عبر تحديث محتوى الكتب المدرسية وزيادة محتوى المحاسبة الدولية فيها، حتى يتمكن الطلاب من فهم معايير المحاسبة الدولية والممارسات الدولية ذات الصلة وإتقان أحدث الاتجاهات العالمية في الوقت المناسب؛

- تحسين طرق التدريس: إن تدويل الأساتذة هو المفتاح لتدويل تعليم المحاسبة، إذ يمكن تحسين مؤهلات أعضاء هيئة التدريس من خلال إنشاء آلية منتظمة لتدريب وتبادل ومواصلة دراسة الأساتذة، واعتماد خطة طويلة الأجل لتدريب الأساتذة بالتعاون مع الكليات والجامعات المهنية الأخرى في العالم.

ونظرًا لأن تدويل التعليم المحاسبي يعد ظاهرة حديثة نسبيًا، فإن الأكاديميين ما زالوا يبحثون عن الطرق المناسبة لإدراج موضوعات المحاسبة الدولية في المناهج الدراسية (Foroughi & Reed, 1989, p. 72).

4. معايير التعليم المحاسبي الدولية ضمن مساعي التقارب الدولي.

ساهم ظهور مجال المحاسبة الدولية في العقود الأخيرة كمجال مهم في ممارسة المحاسبة وتعليمها في زيادة التعاون الدولي بين معلمي ومحترفي المحاسبة من جهة، وخلق من ناحية أخرى وعياً جديداً بالاختلافات المنهجية والمفاهيمية والمؤسسية والقانونية والبيئية في عالم المحاسبة، أي أن تطور مجال المحاسبة الدولية أصبح قوة موحدة بين ممارسي المحاسبة والعلماء والطلاب والأساتذة لدعم تنسيق معايير المحاسبة وتطوير مناهج محاسبية دولية أفضل وأكثر ملاءمة (Foroughi & Reed, 1989, p. 72).

وإذ تحتاج الدول الساعية لتبني المعايير المحاسبية الدولية إلى تنفيذها والتدريب عليها حتى تكون جزءًا من التقارب الدولي، فإن الأمر يشكل تحديًا مباشرًا لأساتذة المحاسبة الذين يتعين تدريبهم من أجل مراجعة مناهجهم الدراسية وتحديث موادهم التعليمية ونقل هذه المعرفة والمهارات إلى طلابهم. كما يتعين عليهم في سبيل ذلك حضور الدورات التدريبية وورش العمل والندوات ذات العلاقة لاكتساب المعرفة والمهارات المتعلقة بالمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية (Nnek, 2012, p. 50).

وكإجراء عملي يهدف إلى تقليل الاختلافات الدولية في متطلبات أن يصبح المحاسب محترفًا عطفا عن التطوير المهني المستمر له، أصدر الاتحاد الدولي للمحاسبين (IFAC) معايير التعليم

المحاسبي الدولية (IESs) في عام 2003، والتي استحوذ عليها مجلس معايير التعليم المحاسبي الدولي (IAESB) في عام 2008 (Sugahara & Boland, 2011, p. 382).

وتساعد المعايير الثمانية (أنظر الجدول 01) الصادرة عن (IAESB) على التعلم المحاسبي العالمي، عبر إيجاد إطار عالمي للتعليم يحدد نطاق المعرفة والمهارات والقيم المهنية والأخلاقيات المطلوبة، ويغرس موقف التعلم مدى الحياة، ويوفر الأساس لتطبيق المعايير المهنية التقنية (Belverd & Needles, 2010, p. 602).

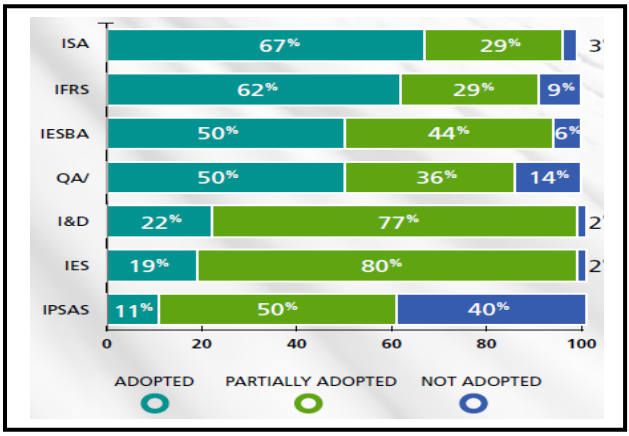
الجدول 01: معايير التعليم المحاسبي الدولي

رمز المعيار الدولي	اسم معيار التعليم المحاسبي الدولي	تاريخ سريان المعيار
IES 1	متطلبات القبول في برامج التعليم المحاسبي المهني	01 جويلية 2014
IES 2	التطوير المهني الأولي – الكفاءة الفنية	01 جانفي 2021
IES 3	التطوير المهني الأولي — المهارات المهنية	01 جانفي 2021
IES 4	التطوير المهني الأولي — القيم المهنية والأخلاق والمواقف	01 جانفي 2021
IES 5	التطوير المهني الأولي — الخبرة العملية	01 جويلية 2015
IES 6	التطوير المهني الأولي — تقييم الكفاءة المهنية	01 جويلية 2015
IES 7	التطوير المهني المستمر	01 جانفي 2020
IES 8	الكفاءة المهنية للشركاء المسؤولين عن تدقيق القوائم المالية	01 جانفي 2021

المصدر: (IAESB, 2019, p. 110)

أظهرت الأرقام في التقرير الصادر سنة 2019 عن الإتحاد الدولي للمحاسبين (IFAC) بأن (19%) من دول العالم تتبنى معايير التعليم المحاسبي الدولية (IES) كاملة كما هي، في حين أن النسبة الأكبر (80%) كانت لدول تبنت المعايير بشكل جزئي، أما النسبة المتبقية (2%) تخص الغير متبنين لها من الدول (أنظر الشكل 01) (IFAC, 2019, p. 14)

الشكل 01: نسب تبني معايير الإتحاد الدولي للمحاسبين عبر دول العالم



المصدر: (IFAC, 2019, p. 14)

والملاحظ مما ورد في التقرير هو أن معايير التعليم المحاسبي الدولية هي أكثر المعايير انتشارا وتبنيا في العالم من بين المعايير التي يشرف الإتحاد الدولي للمحاسبين عليها، في صورة المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية (IFRS)، والمعايير الدولية للتدقيق (ISA)...

5. برامج التعليم المحاسبي في الجامعات الجزائرية في زمن العولمة.

يُدَرَسُ تخصص المحاسبة في الجامعات الجزائرية على مستوى كليات العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، يتطلب حصول المتخرجين على شهادة الليسانس إتمامهم لثلاث مستويات يقابل الواحد منها عاما دراسيا كاملا (سداسيين لكل سنة).

وعن البرنامج التعليمي لطلبة ليسانس "محاسبة"، فقد كان القرارين رقم 581 ورقم 640 المؤرخين في 23 و 24 جويلية 2014 تواليا هما المحددان له في السنة الأولى والثانية، في حين تُرِكَتْ في السنة الثالثة حرية اقتراح المقاييس الاستكشافية والمنهجية والأفقية دون المواد الأساسية لهيئات التدريس بالجامعات.

ليأتي بعد ذلك القرار رقم 811 والمؤرخ في 07 جويلية 2022 المحدد لبرنامج التعليم لنيل شهادة الليسانس تخصص محاسبة، ويلغي أحكام القرار رقم 581 والقرار رقم 640، فأصبح برنامج التعليم للسنوات الثلاثة (ستة سداسيات دائما) كما هو مبين في الجدول رقم 02.

الجدول 02: البرنامج التعليمي لنيل شهادة ليسانس* في المحاسبة بعد سنة 2022

السنة الاولى	محاسبة مالية – مدخل للاقتصاد – اقتصاد جزئي – اقتصاد المؤسسة – تاريخ الفكر الاقتصادي – إحصاء – رياضيات – اعلام آلي – مدخل لعلم اجتماع المنظمات – مدخل للقانون – قانون تجاري – لغة أجنبية
السنة الثانية	محاسبة التسيير – المعايير المحاسبية الدولية– اقتصاد كلي – اقتصاد نقدي – مدخل لإدارة الأعمال – ريادة الأعمال – أخلاقيات الأعمال – مالية عمومية – مالية المؤسسة – تسيير المؤسسة – رياضيات مالية – إحصاء – إعلام آلي– أساسيات بحوث العمليات – منهجية – لغة أجنبية
السنة الثالثة	المحاسبة المالية المعمقة – نظرية المحاسبة – محاسبة الشركات – محاسبة عمومية – تدقيق محاسبي – جباية المؤسسة – التسيير المالي – مراقبة التسيير – قانون الشركات – تحليل البيانات – تقنيات الاستقصاء – مشروع التخرج ليسانس – لغة أجنبية

المصدر: (MESRS، 2022)

من خلال الجدول رقم 02 يمكن ملاحظة الآتي:

- ما يجعل برنامج التعليم المحاسبي في السنة الأولى يبدو غير متخصصا (يطغى عليه الطابع الاقتصادي رغم أهميته لطلبة المحاسبة) هو كونه مشترك مع شعب العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير؛
- يتلقى طلبة المحاسبة في السنة الثانية تعليما مشابها لباقي التخصصات إذا ما استثنينا بعض المقاييس الأساسية في صورة مقياس المعايير المحاسبية الدولية مثلا والذي تنفرد به شعبة "علوم مالية ومحاسبة" مقارنة بباقي الشعب والتخصصات؛
- تم إلغاء التخصصات المحاسبية المتفرعة في صورة "المحاسبة والمراجعة"، "المحاسبة والجباية"، "المحاسبة والمالية" والعودة للتخصص الوحيد بمسمى "المحاسبة" الذي يحوي في برنامجه فضلا عن مقاييس المحاسبة، محاور ذات علاقة بالجباية والتدقيق والمالية.

أما عن مدى استجابة المنهج التعليمي لمخرجات العولمة الاقتصادية، فيمكن لنا هنا مقارنة برنامج المسار التعليمي المحاسبي في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر مع مجالات الكفاءة الفنية حسب معايير التعليم المحاسبي الدولي، كون هته الأخيرة وكما سبق القول من مخلفات تدويل المحاسبة الذي هو نتاج لعولمة الاقتصاد العالمي (أنظر الجدول 03).

* اكتفينا بالبرنامج التعليمي لمستوى الليسانس كون الشهادة تتيح لحامليها مزاولة المهنة المحاسبية.

الجدول 03: برنامج التعليم المحاسبي في الجزائر المقابل لمجالات الكفاءة الفنية الواردة في IES2

مجالات الكفاءة الفنية حسب IES2	مقاييس التعليم المحاسبي في الجامعات الجزائرية
المحاسبة المالية وإعداد التقارير	المحاسبة المالية - المحاسبة المالية المعمقة – المعايير المحاسبية الدولية
المحاسبة الإدارية	محاسبة التسيير
المالية والإدارة المالية	مالية المؤسسة – التسيير المالي
الضرائب	جباية المؤسسة
التدقيق والتوكيد	التدقيق المحاسبي
قوانين ولوائح الأعمال	مدخل للقانون – قانون تجاري – قانون الشركات
تكنولوجيات المعلومات والاتصالات	إعلام آلي
علم الاقتصاد	مدخل للاقتصاد– تاريخ الفكر الاقتصادي– اقتصاد جزئي وكلي – اقتصاد نقدي
استراتيجية وإدارة الأعمال	مدخل لإدارة الأعمال – اقتصاد المؤسسة – ريادة الأعمال – أخلاقيات الأعمال

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى (IAESB, 2019, pp. 120,124) و (MESRS، 2022)

الملاحظ من خلال الجدول 03 أن البرنامج التعليمي المحاسبي في الجامعات الجزائرية لم يكتف بتدويل التعليم عبر إدخال مقاييس المحاسبة الدولية فحسب، بل تعداها إلى مطابقة شبه كلية مع المحاور التعليمية التي حددها المعيار IES2 ولو مع اختلاف مخرجات التعلم تبعا ربما لقصور طرق ووسائل تقديمها. غير أن الملاحظ كذلك افتقاد نفس البرنامج التعليمي لمحاور الحوكمة والرقابة الداخلية من جهة وبيئة الأعمال والتنظيم من جهة أخرى (أنظر الجدول 4)

الجدول 04: مخرجات التعلم لمجالات الحوكمة وإدارة المخاطر وبيئة الاعمال والتنظيم حسب IES2

الحوكمة وإدارة المخاطر والرقابة الداخلية	شرح مبادئ الحوكمة الرشيدة بما في ذلك حقوق ومسؤوليات المالكين والمستثمرين والمسؤولين عن الحوكمة ودور أصحاب المصلحة في متطلبات الحوكمة والإفصاح والشفافية – تحليل مكونات إطار الحوكمة للمؤسسة – تحليل مخاطر وفرص المنظمة باستخدام إطار إدارة المخاطر – تحليل مكونات الرقابة الداخلية المتعلقة بإعداد التقارير المالية – تحليل مدى كفاية الأنظمة والعمليات والضوابط لجمع البيانات والمعلومات أو توليدها أو تخزينها أو الوصول إليها أو استخدامها أو مشاركتها
بيئة الأعمال والتنظيم	وصف البيئة التي تعمل فيها المؤسسة بما في ذلك الجوانب الاقتصادية والقانونية والتنظيمية والسياسية والتكنولوجية والاجتماعية والثقافية الأساسية – تحليل جوانب البيئة العالمية التي تؤثر على التجارة الدولية والتمويل – التعرف على سمات العولمة بما في ذلك دور الشركات المتعددة الجنسيات والأسواق الناشئة.

المصدر: (IAESB, 2019, pp. 122,123)

من خلال مخرجات التعلم الواردة في الجدول 04 والمقابلة لمجالات الحوكمة والرقابة الداخلية وكذا بيئة الأعمال، يتضح لنا أنه وبإضافة مقاييس للبرنامج التعليمي المحاسبي في مؤسسات التعليم العالي في صورة حوكمة الشركات، القانون الدولي للأعمال، تجارة ومالية دولية، استراتيجيات الشركات متعددة الجنسيات...وغيرها، والتي يتلقاها أصلا طلبة بعض التخصصات الأخرى بنفس المؤسسات يكون البرنامج التعليمي المحاسبي أكثر تجانسا مع متطلبات العولمة وأكثر قربا من مجالات الكفاءة الفنية الواردة في المعيار المحاسبي التعليمي الدولي الثاني.

6. خلاصة.

حاولنا من خلال دراستنا هذه الوقوف على مدى مواكبة برامج التعليم المحاسبي في الجامعات الجزائرية للمتطلبات الجديدة للمهنة المحاسبية الناجمة عن العولمة الاقتصادية، وتوصلنا في سياق ذلك إلى عديد النتائج ندرج أهمها في النقاط الآتية:

- توفير محاسبين ذوو تعليم عالي متلائم وتطورات المهنة دوليا يمر عبر تحسين مؤهلات معلميهم بإتقانهم لأحدث التوجهات العالمية وفي الوقت المناسب، فضلا عن تكييف المناهج التعليمية بالشكل الذي يتناسب مع الجودة المطلوبة في المهنيين الدوليين؛
- تعدد تخصصات التعليم المحاسبي في الجزائر سابقا جعل من مناهجها التعليمية المعتمدة ذات اهتمام بالفروع بدل التركيز على المستجدات الدولية للمهنة ومتطلباتها التعليمية، الأمر الذي تم تداركه عبر الاكتفاء بتخصص وحيد يمكن دمج برنامجه مع آخر التطورات؛
- برنامج التعليم المحاسبي في الجامعة الجزائرية وفق الاصلاحات الأخيرة ينسجم بشكل كبير مع محاور مجالات الكفاءة الفنية التي أقرها المرجع الدولي؛
- البرنامج التعليمي المحاسبي في الجامعات الجزائرية وإن ضُمِنَ مقاييس تعالج جوانب المحاسبة الدولية في صورة معايير المحاسبة الدولية، إلا أنه يفتقد محاور لا تقل أهمية عن سابقاتها، تُحَلِّلُ جوانب البيئة العالمية المؤثرة على التجارة الدولية والتمويل، وتُعَرِفُ بِسِمات العولمة.

من خلال محتوى الدراسة والنتائج المستخلصة بعد ذلك، أمكن لنا صياغة المقترحات الآتية:

- مثلما يقترب البرنامج التعليمي المحاسبي في الجامعات الجزائرية من أغلب مجالات الكفاءة المهنية الواردة في المرجع الدولي، يتعين المضي قدما في تقريب مخرجات التعلم بنفس القدر على الأقل، الأمر الذي قد يمر عبر تحسين طرق ووسائل تقديم هذه البرامج؛
- يتعين العمل على تدويل أساتذة التعليم المحاسبي في الجزائر وتوسيع معارفهم بالتعاون مع مؤسسات التعليم العالي في مختلف بلدان العالم.

7. قائمة المراجع.

- Agami, A. M., & Alkafaji, Y. A. (1989). Accounting Education in Selected Middle Eastern Countries. *The International Journal of Accounting , 23* (01), 145 – 152.
- Belverd, E., & Needles, J. (2010). Accounting Education: The Impact of Globalization. *Accounting Education: an international journal , 19* (06).
- Foroughi, T., & Reed, B. (1989). A Survey of the Present and Desirable International Accounting Topics in Accounting Education. *The International Journal of Accounting , 23* (01).
- IAESB. (2019). *Handbook of International Education Pronouncements.* New York.
- IFAC. (2019). *International Standards: 2019 Global Status Report.* the International Federation of Accountants.
- Kwarteng, J. T. (2013). quality in senior high school accounting education in Ghana. *submitted in accordance with the requirements for the degree of doctor of education* .
- Lu, H. (2022). Research on International Education Mode of Accounting Talents. *Advances in Social Science Education and Humanities Research , 635*, 169,170.
- Mathews, M. (2001). Whither accounting education in the new millennium. *Accounting Forum , 25* (04).

- MESRS. (07 جويلية, 2022). القرار رقم 811 المحدد لبرنامج التعليم لنيل شهادة الليسانس تخصص محاسبة.

- Nnek, E. (2012). The Place Of Globalization On Accounting Education In Nigerian Tertiary Institutions. *Singaporean journal of business economics and management studies , 01* (04), 50.
- Rabia, Ö., Yücenurşen, M., Apak, İ., & Polat, Y. (2015). A comparative analysis of accounting education's effectiveness with the balanced scorecard method: A case study of KMU. *Procedia - Social and Behavioral Sciences , 174*.
- Rezaee, Z., Szendi, J., & Elmore, R. (1997). International Accounting Education: Insights from Academicians and Practitioners. *The International Journal of Accounting , 32* (01).
- Sugahara, S., & Boland, G. (2011). Effects of exposure to the International Education Standards on perceived importance of the global harmonization of accounting education among Japanese accounting academics. *Advances in Accounting* (27).
- Theodore, T. Y., & Ping, K. F. (2013). Review Of The Initiatives Of The Accounting Education Change Commission From The Perspective Of Curriculum Orientation. *Pan-Pacific Management Review , 16* (02).
- Todaro, M., & Smith, S. (2015). *Economic Development* (éd. Twelfth). Pearson.
- Wet, D., & Niekerk, V. (2001). An innovative approach to accounting education at the first-year level. *Meditari Accountancy Research , 9*.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research

ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854

المجلد: 8 العدد: 1/افريل2024، ص ص-229-255

الانفتاح التجاري في العراق بين الإيجابيات والسلبيات للمدة 2014- 2020

Trade openness in Iraq between the pros and cons for the period 2014-2020

*سونيا يغيازاريان
Sonia Yeghiazaiyan
مركز دراسات البصرة والخليج العربي ، جامعة البصرة– العراق
sonia.arzrony@gmail.com

تاريخ الاستلام : 2023/09/26 تاريخ القبول: 2024/04/29 تاريخ النشر: 2024/04/30

الملخص :تهدف الدراسة الى التعرف على مؤشرات الانفتاح التجاري الثلاث(نسب مساهمة كل من الاستيرادات والصادرات والتجارة الخارجية الى الناتج المحلي الإجمالي) في العراق للمدة(2014- 2020) الذي يعد اقتصاده منكشفاً للخارج، لان نسبة كل منها قد جاوزت الحد المسموح به، وما يزيد من خطورته ،كونه يتركز في سلعة قابلة للنضوب والناجم عن (الاختلال في هيكله الإنتاجي وبنية الانفاق العام الى الناتج المحلي الإجمالي،،الخ.)، وما لها من آثار إيجابية ضئيلة"(زيادة الإنتاجية وجودتها وانخفاض الأسعار في الأسواق المحلية،،الخ.) والسلبية وهي الغالبة(تدهور قدرة الأمن الغذائي وعجز الموازنة العامة للدولة،،الخ.)، وتوصلت الدراسة الى نتائج عدة، أهمها(إقامة الدراسات والندوات والمؤتمرات العلمية الدولية/ توفير حماية كمركية للسلع الاستهلاكية المستوردة/ تنويع قاعدة الصادرات،،الخ.).

الكلمات المفتاحية:الانفتاح التجاري، درجة التركز السلعي والأهمية النسبية لـ الصادرات– الاستيرادات، نسبة مساهمة التجارة الخارجية الى الناتج المحلي الإجمالي.

تصنيفJEL:F13,F41

Abstract : The study aims to identify the three indicators of trade openness the ratios of both imports, exports and foreign trade to Iraq's gross domestic product (GDP), for the period (2014- 2020),whose economy is exposed abroad;because the proportion of each exceeded the allowable limit.What increases its danger is that it is concentrated in a commodity that is subject to depletion resulting from imbalance in its production structure and public expenditure structure to GDP, etc.It has few positive effects :an increase in productivity and quality, as well as lower prices in domestic markets, etc.The negative is predominant :deterioration of food security capacity, state budget deficit, etc.,The study produced several results, the most important of which are : international scientific studies, symposiums and conferences, royal protection of imported consumer goods, diversification of the export base, etc.).

Key words : Business openness, the degree of commodity concentration and relative importance of exports and imports, ratio of contribution of foreign trade to GDP.

JEL classificationcodes:F13,F41

*المؤلف المرسِل

1. مقدمة:

ان ظاهرة الانفتاح "الانكشاف" التجاري ليست بحديثة، فقد تناولتها العديد من النظريات الاقتصادية منها الكلاسيكية (الميزة المطلقة لـ(آدم سمث)-الميزة النسبية(ديفيد ريكاردو)- الطلب المتبادل لـ (جون ستيوارت ميل)) والنيوكلاسيكية (وفرة عوامل الانتاجل هيكشير— أوهلين)، والفكر الحديث(الفجوات التكنولوجية ودورة المنتج بمراحله الثلاث و وفورات الحجم)، وفي العراق، ومن خلال تحليل مؤشرات التجارة الخارجية من البنية السلعية لصادراته واستيراداته على وفق مؤشري درجة التركز السلعي وأهميته النسبية الى التجارة الخارجية، كانت الصادرات النفطية هي السمة الغالبة مقابل تدني صادراته غير النفطية، في حين اتسمت السلع المستوردة الاستهلاكية الجزء الأكبر من هيكل استيراداته،وعلى وفق مؤشرات الانفتاح التجاري الثلاث(نسب مساهمة الاستيرادات والصادرات والتجارة الخارجية الى الناتج المحلي الإجمالي)، يعد اقتصاده منفتحاً على العالم الخارجي، لاسيما ان نسب الأخيرة، قد تجاوزت الحدود المسموح بها، ويعزى الى اختلالاته الهيكلية المتمثلة بـ(هيمنة مساهمة القطاع الاستخراجي في الناتج المحلي الإجمالي مقابل تراجع قطاعاته الإنتاجية" الزراعة والصناعة"، وبنية انفاقه العام من ارتفاع نسبة مساهمة الانفاق الاستهلاكي على حساب الانفاق الاستثماري،،الخ.)، وما له من آثار إيجابية على الرغم من انها ضئيلة وسلبية وهي الغالبة التي تستدعي معالجتها.

1.1. أهمية البحث: تكمن في دراسة مشكلة انكشاف الاقتصاد العراقي على العالم الخارجي من حيث اعتماده على تغطية حاجاته الاستهلاكية خلاله"تعكس نوعية النشاط الاقتصادي القائم"، مما يتطلب وضع العديد من الإجراءات للحد منه.

2.1. إشكالية البحث:تنطلق من صياغة السؤالين الآتيين:

- ما هي مؤشرات الانفتاح التجاري وأسبابه في العراق للمدة(2014- 2020)؟
- *ما هي الآثار الإيجابية والسلبية الناجمة عن أعلاهللمدة المذكورة في العراق؟

3.1.فرضية البحث: ان للانفتاح التجاري في العراق،آثار ما بين "الإيجابية-الضئيلة" و"السلبية-الغالبة".

4.1. هدف البحث:بيان مؤشرات الانفتاح التجاري وأسبابه وما له من آثار إيجابية وسلبية في العراق على حد سواء.

5.1. منهجية البحث: تضم الدراسة الآطار النظري للانفتاح التجاري من النظريات المفسرة والمفهوم، والتحليلي من حيث مؤشرات الانفتاح التجاريوالأسباب الناجمة عنه، وما يترتب عليهمن آثار إيجابية وسلبية في العراق، وختمت بعدد من الاستنتاجات والمقترحات.

2. الآطار النظري" المفاهيمي" للانفتاح التجاري

1.2. النظريات المفسرة للانفتاح التجاري:

1.1.2.الانفتاح التجاري في الفكر الكلاسيكي: ظهر الفكر الكلاسيكي في التجارة الدولية في الربع الأخير من القرن(الثامن عشر) وأوائل القرن(التاسع عشر)، ومن أهم روادها(آدم سمث وديفيد ريكاردو وجون ستيوارت ميل)، كرد فعل لمذهب التجاريين المؤيد لفرض الدولة قيوداً على التجارة الخارجية من أجل الحصول على المعادن النفيسة "الذهب والفضة"، لاسيما ان الأخيرة كانت مقياساً لقوة الدولة الاقتصادية آنذاك.(حاتم، 1995: 9) ومنها:

أ– الانفتاح التجاري ونظرية (النفقات" الميزة"المطلقة_ فروق التكاليف المطلقة):تعبرعن مفهوم الإنتاجية " مقدار ما ينتج في ساعة عمل واحدة من السلع " والوجه الآخر(المعاكس) للإنتاجية هو (الكلفة)، فكلما ارتفعت الانتاجية – انخفضت الكلفة بالقدر نفسها، والعكس بالعكس، لذا يمكن التعبير عن مبدأ(الميزات المطلقة) بـ(الكلف المطلقة)، للمزيد في ذلك، أنظر في: (أمين ، 2008: 47). يعد المفكر الاقتصادي(آدم سمث (1723 – 1790) أول من قام بتفسير التجارة الدولية والتخصص الدولي تفسيراً علمياً، فالمتاجرة بين دولتين تتم على أساس الاختلاف في التكاليف المطلقة "وجود فوارق" في تكاليف انتاج السلع والخدمات الناشئة عن توفر عوامل الإنتاج الضرورية كـ (المناخ والموارد العاملة والأيدي العاملة،،الخ.)، إذ تتخصص الدولة في انتاج السلعة التي تستطيع انتاجها بكلفة أقل وتبادلها بسلعة أخرى كلفتها أقل في الدول الأخرى(أبو شرار،2007: 37)، بمعنى آخر، ان حرية التجارة على وفقه يتمثل في: "ان التصرف المنطقي والرشيد هو: ان يتخصص كل بلد في انتاج السلعة أو السلع التي له في انتاجها منفعة مطلقة على الآخرين، ثم يبادل ما زاد عن حاجته من هذه السلع بما فاض عن حاجة البلدان الأخرى من السلع"(عبد الرضا، 2012: 125)، وهذا بدوره يؤدي الى التخصص وتقسيم العمل الدولي" وهما حجر الزاوية عند(آدم سمث)، وتم تطبيقه على التجارة الخارجية"(الحسناوي، 1987: 47)،الى جانب تقليل الاحتكارات المحلية، وفي توفير فرص

العمل مع استغلال الموارد الاقتصادية لكل بلد بطريقة فعالة وزيادة الإنتاج، ومن ثم اتساع نطاق السوق من محلية ضيقة الى دولية واسعة" كلما أتسعت السوق، ازدادت امكانية تقسيم العمل وارتفعت الإنتاجية تبعاً لذلك"(أبو عيده وشعبان، 2009: 187)، إلا من الانتقادات الموجهة اليها:

* أهملت ظروف الدول التي لا تتمتع بميزات نسبية، ومن ثم، فأنها سوف تستورد كل شيء دون قدرة على التصدير، وهو أمر غير واقعي.(الكواز، 2009: 3)
* تفسيرها لقيام التجارة الدولية على وفق اختلاف النفقات المطلقة، لا يغطي إلا بعض الحالات كـ التجارة بين الدول المتقدمة والنامية على حد سواء.(أبو شرار، 2010: 36).

ب-الانفتاح التجاري ونظرية (النفقات"الميزة" النسبية) لـ ديفيد ريكاردو (1772 – 1823):

تعد نظرية (النفقات النسبية) من أهم النظريات التي أصبحت منذ ظهورها في كتابه (مبادى الاقتصاد السياسي والضرائب) في(1827) النظرية التقليدية المعتمدة في بيان التخصص الدولي(عجمية، 1978: 26)، على وفقها وفي ظل ظروف التجارة الحرة، تتخصص كل دولة في انتاج السلع التي يمكن انتاجها بنفقات نسبية أرخص نسبياً "السلع التي لديها ميزة نسبية فيها"، وستقوم باستيراد السلع التي تتمتع دول أخرى بميزة نسبية فيها.(السمان وآخرون، 2009: 363)،أي ان الشرط الضروري والكافي للتجارة الدولية" تبادل تجاري بين دولتين تنتجان مجموعة من السلع ذاتها" ان تقوم عند اختلاف النفقات النسبية للسلع وليس عند تساويها.(الحسناوي، 1987: 57)، ومن مميزاتها، في حال تخصص كل دولة في انتاج السلعة التي تحرز فيها ميزة نسبية، فأن الناتج العالمي سوف يزداد، إلا انها تعرضت لانتقادات في ظل الفروض التي اقتضتها، كـ(ان التبادل التجاري يتم بين دولتين وسلعتين" تتوافر عناصر انتاجهما في الدولتين معاً " دون ان يكون هناك تحديد لنوعية السلع وصفاتها "يعد افتراضاً غير واقعياً، لان التبادل الدولي لا يقع بين دولتين ولسلعتين فقط، بل بين دول عدة وبسلع عديدة(الحسناوي،1987: 55)، فضلا" عن ذلك، ركز(ريكاردو) على قياس نفقات السلع" كلف الإنتاج" بوحدات من العمل على وفق نظرية "القيمة للعمل" وهو أمر غير واقعي، لوجود عوامل أخرى تحدد هذه الكلف، منها عنصر(رأس المال)، ناهيك عن الصعوبة في تقدير كمية العمل المبذول في انتاج السلع في دول أخرى، وافتراضها انعدام نفقات النقل والتعريفة الكمركية، فأن كانت مرتفعة، فأنها ستلغي الميزة النسبية التي يتمتع بها البلد المنتج لهذه السلعة، مما يؤدي

الى وقف عملية التصدير، لان تكلفة انتاج السلعة في بلد المصدر تصبح أعلى منها في بلد المستورد.(أبو شرار، 2010 : 43).

ج- الانفتاح التجاري ونظرية القيم الدولية(الطلب المتبادل) لـ جون ستيوارت ميل(1806- 1873): لم يوضح (ريكاردو) مقدار الكسب بفعل التخصص، وهذا ما قام به صاحب هذه النظرية من اضافته لنظرية(ريكاردو) التفسير الخاص بنسبة التبادل في التجارة الدولية مع ابراز أهمية طلب كل من البلدين في تحديد النقطة التي تستقر عندها نسبة التبادل الدولي(معدل التبادل-المقايضة الدولي)(السمان وآخرون،2009: 366)، فالتبادل التجاري ما بين السلعتين يعتمد على الإنتاجية النسبية في الدولتين(نسبة الكميتين المنتجتين من السلعتين الى وحدة العمل المستخدمة في انتاجهما في كلا الدولتين)، أضف الى ذلك، ان التبادل التجاري يحدث عند(معدل مقايضة) يقع بين السعرين النسبيين في الدولتين، الذي يتحدد على وفق مقابلة حجم الطلب في الدولتين أو الطلب المتبادل، ويتحقق التوازن عند النقطة التي تتساوى فيها قيمة الصادرات والواردات لكل دولة(الكواز، 2009: 4)، وان أي معدل آخر سوف ينتج عنه "اختلال في الميزان التجاري" ومن ظهور "الفائض أو العجز" في أحد البلدين. على الرغم من ان آراء (جون ستيوارت ميل) له الفضل في تقوية النظرية الكلاسيكية للتجارة، إلا انها لا تخلو من انتقادات، أبرزها: ان النفع الأكبر من تحرير التجارة الدولية يعود الى صاحب الطلب الصغير والنفع الأقل لصاحب الطلب الأكبر (في ظل ان معدل التبادل يعتمد على قوة طلب الدولتين على السلعتين ومرونة هذا الطلب). الجدير بالذكر، ان نظريات التجارة الدولية الكلاسيكية تتمثل في نظرية (الميزات النسبية) بينما اتسمت(النظرية المطلقة) بأنها فاتحة التنظير لأسباب قيام التجارة والعتبة التي اعتلتها نظرية(الميزات النسبية) لتقديم رؤيتها في تفسير أسباب قيام التبادل التجاري الدولي.(أمين، 2008: 53).

2.1.2.الانفتاح التجاري في الفكر النيوكلاسيكي:

أ – الانفتاح التجاري والنظرية الحديثة(النظرية السويدية "هيكشير- أوهلين" نظرية وفرة عوامل الانتاج): يرجع ظهور فكرة هذه النظرية الى الاقتصادي السويدي (هيكشير)، إلا ان تلميذه (برتل أوهلين) قد رسم الخطوط التفصيلية لها في(1933)، إذ رفض الأخير نظرية(فروق التكلفة النسبية) كأساس للتخصص والتبادل الدولي، وان اختلاف أسعار عناصر الإنتاج هو الأساس(السمان وآخرون،2009: 374)، لاسيما ان التجارة الخارجية بين الدول، تكمن في

اختلاف أو وفرة الموارد الاقتصادية بينهم، وعليه، ان الدول التي تقوم بتصدير السلع التي يستخدم في انتاجها عنصراً متوفراً (رأس المال)، فأنها تستطيع أن تستورد سلعة تستخدم عنصراً نادراً (العمل) في ذات الدولة، إلا ان العنصر الأخير يعد متوافراً في الدولة الأخرى المستورد منها(النجفي، 2000: 286)، فالتكوين السلعي للتجارة بين دول العالم، يكون حسب الكميات المختلفة التي تملكها هذه الدول من عناصر الإنتاج، بالمقارنة مع بعضها البعض "قائمة صادرات أي دولة تضم: السلع التي يحتاج انتاجها الى استخدام كثيف للموارد الوافرة لديها"، و"قائمة استيراداتها: سلعاً يحتاج انتاجها الى كثافة في استخدام المورد الإنتاجي النادر لديها"(أمين، 2008: 102)، ويؤخذ عليها، ان صحتها تتوقف على ما توصلت إليه من تساوي أسعار عناصر الإنتاج في الدول محل التبادل التجاري، ومن ثم، لا تثبت في حال تدخل عوامل أخرى تؤدي الى اختلاف تكاليف الإنتاج عند التوازن كـ(النقل والسياسات التجارية) (الكواز، 2009: 5)، وسيادة المنافسة التامة "عدم أخذها بنظر الاعتبار انتاج وتبادل السلع في الأسواق الاحتكارية")، وتباين(التقنيات) التي تؤدي الى تفاوت تكاليف الإنتاج والاسعار، وعليه، لا ينتج من هذه النظرية توازن عام، بل توازن جزئي.

.3.12.الانفتاح التجاري في الفكر الحديث:

أ-الانفتاح التجاري ونظرية الفجوات التكنولوجية ودورة المنتج: يعد النموذجين المذكورين ذو طبيعة حركية،لأن عامل(الزمن) مستخدم فيهما، وهو عكس نموذج(هيكشير-أوهلين) ذو طبيعة ساكنة.(أبو شرار، 2010: 145)، وحسب نموذج- نظرية(الفجوة التكنولوجية) التي وضعها (بوسنر) في(1961)، تتم التجارة بين الدول الصناعية وفق تقديم(سلع- خطوط إنتاجية) جديدة، لاسيما ان الدول ذات التشابه في عوامل الإنتاج، تقوم بالتبادل التجاري فيما بينها، وهذا يتناقض مع النظرية الكلاسيكية لـ هيكشير أوهلين، وذلك بابتكار طرق جديدة في الإنتاج وسلع جديدة، بحيث يعطي التفوق التكنولوجي للدولة المخترعة، الحق في الاحتكار الموقت" يقوم على أساس حق النشر والتأليف وبراءة الاختراع" على السلع الجديدة في الأسواق الدولية، ونزول هذه الميزة الاحتكارية بشيوع التكنولوجيا الجديدة، وقيام الدول الأخرى بإنتاج سلع مقلدة،و استند (بوسنر) في تفسيره لنموذج الفجوة التكنولوجية على:(الطائي، 2017 :34 – 35).

- فجوة الطلب: الفترة الزمنية بين اللحظة التي يقدم فيها الابتكار الجديد لأول مرة، والفترة التي يتعرف فيها المنتجون في الدول الأخرى على حاجتهم للاستجابة مع المتغيرات الحديثة.
- فترة التقليد: الفترة الزمنية بين انتاج السلعة الجديدة لدولة وانتاج الدولة الأخرى.

ومن ثم، تعد فترة إبطاء التقليد أطول من فترة إبطاء الطلب، والفجوة الزمنية بينهما يطلق عليها (الفجوة التكنولوجية)، وهي بذلك تفتح المجال أمام التجارة الدولية في هذه السلعة.

وبالنسبة الى نموذج –نظرية (دورة المنتج) الذي طوره (ريموند فارنون) في (1966)، فيعد امتداداً لنظرية(بوسنر) لاعتمادها على المبدأ ذاته (الفارق التكنولوجي)، وفي الوقت نفسه، يعد نموذج أوسع من نموذج (الفجوة التكنولوجية) من خلال تفسيره لدورة حياة منتج جديد في الولايات المتحدة الى ان يستقر على صورة معيارية في أنحاء العالم، ووفقاً لذلك، يمر انتاج منتج معين بثلاث مراحل هي:(الكواز، 2009: 5)

* **البدء بإنتاج منتج جديد:** يتركز انتاجه محلياً (في الأسواق الامريكية)، ويترافق ذلك مع إدخال تعديلات على المنتج، ليتماشى مع أذواق المستهلكين دون السعي للتصدير خارجياً.

***النضج:** مرحلة استقرار مواصفات المنتج، فيبدأ الإنتاج على نطاق أوسع، بما في ذلك التصدير لدول أخرى "مرتفعة الدخل"، إذ يعمد المنتجون الى نقل جزء من انتاجهم خارجياً بهدف الاستفادة من انخفاض (الأجور وتكاليف الإنتاج الأخرى)، فضلا" عن القرب من (الأسواق والمواد الأولية).

***الوصول الى المنتج المعياري"مرحلة النمطية الشديدة":** تعود المستهلكين على المنتج وانتشار أساليب انتاجه من خلال المشروعات المشتركة واتفاقيات التراخيص والتجسس الصناعي.

أي ان هذه النظرية "دورة المنتج" تسمح بانتقال عناصر الإنتاج عبر الحدود، عكس نظرية "هيكشير–أوهلين"، وهي تعد خطوة متقدمة عليها، من أخذها بنظر الاعتبار كل من حركة الاستثمار الدولي ووفورات الحجم، وبذلك تعد صيغة ديناميكية لنظرية المزايا النسبية لـ "ديفيد ريكاردو".

ب–الانفتاح التجاري ونظرية وفورات الحجم: ان التبادل التجاري المفيد بين الدولتين، تقوم على أساس تزايد غلة الحجم وباستقلالية تامة عن الميزة النسبية حتى لو كانتا متشابهتين في النواحي كافة، بمعنى، ان تزايد غلة الحجم في العمليات الإنتاجية الكبيرة الحجم تسهم في (تقسيم

العمل والتخصص" يتخصص كل عامل في عمل بسيط يكرره بعدة مرات في اليوم، فضلا" عن اتقانه للعمل ورفع إنتاجية العمل" وادخال ماكينات أكثر تخصصاًوانتاجية) (أبو شرار، 2007: 149)، و قد تكون وفورات غلة الحجم على نوعين هما:

- داخلية: تعتمد على حجم المنشأة الذي يساعد في خفض متوسط تكلفة الإنتاج من حيث انتشار التخصص وإدخال الآت متطورة وغير ذلك.
- خارجية: تستند على حجم القطاع الصناعي الذي تنتمي اليه المنشأة.

2.2.مفهوم الانفتاح التجاري: للانفتاح أو الانكشاف التجاري مفاهيم عدة، منها:

على وفق المعهد العربي للتخطيط، يفهم:" تلك السياسة التي تؤدي الى التخلي عن السياسات المنحازة ضد التصدير واتباع سياسات حيادية بين التصدير والاستيراد والتخفيض من قيمة التعريفة الكمركية المرتفعة، فضلاً عن تحول القيود الكمية الى تعريفة كمركية والاتجاه نحو نظام موحد للتعريفة الكمركية، ومن ثم يكون مضمون برنامج تحرير التجارة شاملاًللعديد من الإجراءات فيما يتعلق بسياسات(الاستيراد وتشجيع الصادرات وسعر الصرف وإدارة الاقتصاد الكلي والسياسات التنظيمية والتجارية تجاه الشركاء التجاريين)."(تواتي،2001: 4).

يعرفه، صندوق النقد الدولي:"تحرير القطاع التجاري الذي يتكون من ميزان المعاملات التجارية الجارية وميزان المعاملات الرأسمالية: الانفتاح على تدفقات السلع والخدمات ورؤوس الأموال من والى الخارج من كافة القيود والعقبات المتمثلة في(الضرائب الكمركية/القيود الكمية والإدارية والفنية)".(محمد،2018: 20).

يشير الانفتاح التجاري الى: "السياسة التي تتبعها الدولة والحكومات عندما لا تتدخل في التجارة بين الدول من خلال(التعريفات الكمركية والحصص وغير ذلك)".(الصرن، 2000: 286)

ويمكن تعريفه على انه: ذات مغزى سياسي، يقصد به إقامة علاقات مع دول العالم كافة، سياسية واقتصادية وغيرها، رغم انه يحمل في طياته تحول في طبيعة النظام الاقتصادي المتبع.

ويحسب إحصائياً: (السواعي، 2006: 63)

درجة الانفتاح التجاري= قيمة (الصادرات الوطنية والمستوردات) السلعية × 100

قيمة الناتج المحلي الإجمالي

3.الإطار التحليلي لمؤشرات الانفتاح التجاري:

1.3.مؤشرات الانفتاح التجاري في العراق للمدة(2014– 2020)

ان مؤشرات الانفتاح التجاري، تشير الى مدى أهمية مستوى كل من الصادرات والاستيرادات على حد سواء من الناتج المحلي الإجمالي مع إعطاء صورة واضحة عن حالة الاقتصاد المعني(العراقي) مع العالم الخارجي، ومن ثم، يعد اقتصاد الدولة منكشفاً للخارج، اذا تجاوزت نسبة الاستيرادات(20%) من الناتج المحلي الإجمالي على وفق(هنريكس)(عبد الرضا وحسن، 2016: 80)، إلا مع ذلك، ان الباحثين العرب ركزوا في دراسة الانكشاف الاقتصادي على مؤشرات أخرى منها(نسبة التجارة الخارجية "الصادرات والاستيرادات الى الناتج المحلي الإجمالي") و(درجة أهمية الصادرات" الأهمية النسبية للصادرات في تكوين الناتج المحلي الإجمالي) دون تحديد نسبة مئوية للانكشاف أو الانغلاق على حد سواء، بل اكتفوا بارتفاع هذه النسب، واتجاهها للتزايد عبر الزمن، وعليه، سيتم التطرق الى الفقرات الآتية:

1.3.أ.تحليل مؤشرات التجارة الخارجية من حيث البنية السلعية: يعكس البنية السلعية للتجارة الخارجية لأي بلد، مدى التطور الحاصل في القاعدة الإنتاجية وتنوعها، وبدوره، يتطلب التطرق الى البنية السلعية لكل من الصادرات والاستيرادات، وكما يلي:

1.3.ب.البنية السلعية للصادرات: تعد الصادرات من أهم مصادر الحصول على النقد الأجنبي التي تخفف من قيود الضغط على ميزان المدفوعات، لاسيما ان استراتيجية تطوير الصادرات لأي بلد، تهدف الى إمكانية زيادة السلع والخدمات التي لها القدرة على المنافسة في الأسواق العالمية، إذان هيكل الصادرات العراقية تتكون من صادرات(النفط الخام ومنتجات نفطية وسلعية)، وسيتم دراسة البنية السلعية لصادراته، من حيث المؤشرين الآتيين، وهما:

- **درجة التركز السلعي للصادرات:** يقيس مدى تركيز صادرات الدولة على سلعة أو عدد قليل من السلع، ويعد من مقاييس التبعية، فعندما تبلغ نسبته في الدولة أكثر من (60%)، فان اقتصادها يصبح في وضع لا يسمح لها بمقاومة أي إجراءات تقوم بها الدول المستوردة في حال ان كانت السلعة المصدرة من النوع الذي يغلب عليه طابع التقلبات الحادة في أسعارها، مما ينعكس سلباً على حصيلة تلك الدولة من العملات الأجنبية اللازمة لعملية التنمية، فكلما كانت قيمة المؤشر مرتفعة، دل ذلك على الاعتماد على سلعة واحدة، والعكس صحيح، ويحسب احصائياً: (السواعي،2006: 59)

$$\text{درجة التركز السلعي للصادرات} = \frac{\text{قيمة أهم السلع المصدرة}}{\text{إجمالي قيمة الصادرات}} \times 100$$

من بيانات الجدول (1)، يتضح، ان إجمالي قيمة الصادرات قد شهدت تذبذباً للمدة (2014- 2020) بين الانخفاض والارتفاع، إلا ان السمة الغالبة لطبيعتها، وعلى وفق درجة التركز السلعي، تكمن في تصدير صادرات النفط الخام بنسب (99,4%) و (99,1%) و(99,3%) و(99,2%) و(99,3%) و(96,0%) و(94,6%)على التوالي للمدة المذكورة، و الجزء المتبقي "صادرات سلعية غير نفطية كـ المواد الغذائية والكيمياوية والمواد الخام غير الغذائية وسلع مصنعة ومصنفة حسب المادة ومكائن ومعدات النقل،،الخ." لا يتعدى (1 %)، فقد سجلت ما بين(0,8%) مكرر في(2014 و2015 و2016) و(0,2% في 2017 و2019) و(0,1% في 2018) و(0,3% في 2020)(البنك المركزي العراقي،التقارير الاقتصادية السنوية(2014- 2020)، الفصل السادس: تطورات القطاع الخارجي وميزان المدفوعات العراقي: صفحات متفرقة)، وفي الجدول ذاته، بلغت قيمة صادرات النفط الخام (83538,8) مليون دولار وبمعدل تصدير يومي(2,5) مليون برميل في(2014)، إلا إنها انخفضت الى(43058,6) مليون دولار بنسبة(48,4-%) وفق انتاج -تصدير يومي بمعدل(3) مليون برميل، وبنسبة(6-%) وبمعدل(3,3) برميل يومياً في(2015 و2016) على التوالي، وسبب ذلك يرجع الى انخفاض أسعار النفط عالميا"من(96,8) دولار/ برميل في(2014) الى(44,7) دولار/ برميل في(2015) و(36) دولار/ برميل في(2015 و2016) على التوالي بنسب(53,8-% و62,8-%)على التوالي، ويعزى الى دخول إنتاج(النفط "الزيت" الصخري) في الولايات المتحدة الأمريكية الى السوق النفطية، ومن ثم خفض الطلب في أمريكا الشمالية على نفط منظمة أوبك، بما في ذلك "النفط من العراق".(صندوق النقد الدولي، التقرير القطري، 2015: 4)، إلا مع ذلك، وعند مقارنة قيمة صادرات النفط الخام لـ(2017) وبمعدل تصدير مكرر مع قيمته في(2016)، يلاحظ، انه شهد ارتفاعاً بنسبة(41,0%) لارتفاع أسعار النفط بزيادة قدرها(37%) وبدرجة تركيز سلعي(99,2%)، وارتفاعها بـ(50,1% في 2018) وأسعار النفط بـ(14,8%) وبمعدل تصدير يومي(4,0) مليون برميل وبدرجة تركز سلعي(99,3%)،بينما شهدت قيمة صادراتها انخفاضا" بنسب(8,6-% و43,4-% في 2019 و2020)على التوالي لانخفاض أسعار النفط بنسب(8,4-% و32,6-%)لظهور أول إصابة بفيروس(كورونا) في مدينة(ووهان) الصينية في(كانون الأول أو ربما أواخر تشرين الثاني 2019) ليتحول بعدها الى جائحة ضربت دول العالم كافة، ومن ثم اعلان الصين عن اغلاق وعزل للمناطق التي ظهرت فيها الإصابات

وتوقف المصانع وحركة النقل والطيران ليشهد الربع الأول من(2020) انخفاضا" في الطلب على النفط الخام بالتزامن مع تخفيض المصافي(الحكومية والمستقلة) لعمليات التشغيل بسبب ضعف الطلب على المنتجات، وأدى ذلك الى امتلاء الخزانات، الى جانب تحول الولايات المتحدة الأمريكية من مستهلك للنفط الى مصدر(هيئة أبحاث السوق والتخطيط الاستراتيجي، كيف استفادت الصين من انخفاض أسعار النفط بالرغم من جائحة كورونا، 2:2020)، وفي العراق، بأول إصابة مؤكدة في النجف لطالب دين إيراني الجنسية، ثم ظهور(4) حالات في كركوك،وقد استمرت عددها بالظهور والارتفاع لتصل(13) محافظة وتسجيلها(15414) حالة في(2020/6/10) ونحو(426) حالة وفاة(جبير،2020: 48)، وبدوره، يعكس هيمنة سلعة واحدة "النفط" على صادراته مع ضعف بنية هيكل الصادرات ومدى ارتباطه بالأسواق الخارجية.

الجدول(1) : التركز السلعي لصادرات العراق وسعر النفط ومعدل تصديره للمدة(2014– 2020)(مليون دولار / (%))

المرجع: البنك المركزي العراقي، النشرة الإحصائية السنوية(2020-2014)، مؤشرات ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية،

السنة	إجمالي الصادرات	صادرات النفط الخام	صادرات منتجات نفطية	صادرات سلعية	درجة التركز السلعي	سعر النفط المصدر (دولار/برميل)	معدل تصدير النفط (مليون برميل/يوم)
2014	83,980,9	83,538,8	259,2	182,9	99,4	96,8	2,5
2015	43,441, 5	43,058,6	191,8	191,1	99,1	44,7	3
2016	40,759,1	40,493,8	175,1	90,2	99,3	36	3,3
2017	57,559,1	57,129,8	213,5	215,8	99,2	49,3	3,3
2018	86,359,9	85,798,7	436,0	125,2	99,3	65,6	4,0
2019	81,585,2	78,364,7	2,735,3	485,2	96,0	60,38	4,0
2020	46,810,7	44,287,4	2,367,1	156,2	94,6	40,69	3,5

بغداد: دائرة الإحصاء والأبحاث: صفحات متفرقة. *درجة التركز السلعي: استخرجت من الباحثة. *سعر النفط+ معدل تصدير النفط: البنك المركزي العراقي، التقارير الاقتصادية السنوية (2014– 2020)، بغداد: دائرة الإحصاء والأبحاث: أ.

* **نسبة الصادرات الى الناتج المحلي الإجمالي(الأهمية النسبية للصادرات)**: ذلك الجزء في الناتج الذي لا يتم استهلاكه محلياً، لسببين هما:* أن يكون فائض عن حاجة الطلب الداخلي"المحلي".* يكون على هيئة مادة خام لا يمكن تصنيعها تكنولوجياً، ويحسب إحصائياً:(عبد الرضا وحسن،2016: 81)

مؤشر الأهمية النسبية للصادرات= قيمة أهم السلع المصدرة / إجمالي قيمة التجارة الخارجية × 100

من أرقام مؤشر أهمية الصادرات من التجارة الخارجية الموضحة في الجدول(2)، يلاحظ ارتفاع نسبة صادرات النفط في هيكل التجارة الخارجية بتسجيلها(60,9%) من إجمالي التجارة الخارجية في(2014)، لتغير هيكل الصادرات لصالح النفطية منها، مما يعكس أهمية الطلب الخارجي على منتجاته النفطية، الذي بدوره يؤثر في تمويل الموازنة العامة للدولة من حيث الإيرادات المتحصلة بالعملة الأجنبية المتأتية من تصدير النفط الخام في تغطية نفقات الأنشطة الاقتصادية، إلا قد انخفضت الى(52,2% في 2015)، و عاودت الارتفاع لتشكل(59,3% و68,5% و59,8% في 2017 و2018 و2019)على التوالي، علماً، ان أسباب الانخفاض والارتفاع في المؤشر المذكور، يرجع الى انخفاض- ارتفاع أسعار النفط في الأسواق العالمية(الجدول(1)).

الجدول(2): الأهمية النسبية لصادرات العراق للمدة(2014– 2020)

(مليون دولار/ (%))

السنة	صادرات النفط الخام	إجمالي التجارة الخارجية	الأهمية النسبية للصادرات
2014	83,538,8	137,157,5	60,9
2015	43,058,6	82,486,6	52,2
2016	40,493,8	75,038,9	53,1
2017	57,129,8	96,324,8	59,3
2018	85,798,7	125,235,6	68,5
2019	78,364,7	131,002,8	59,8
2020	44,287,4	104,949,0	42,1

المرجع: البنك المركزي العراقي، النشرة الإحصائية السنوية(2020-2014)،مؤشرات ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية، بغداد: دائرة الإحصاء والأبحاث: صفحات متفرقة. * استخرج العمود الأخير من الباحثة.

1.3.ج.البنية السلعية للاستيرادات: ان طبيعة هيكل الاستيرادات لأي دولة يتحدد على وفق:(سلمان،2000: 60)

*علاقة الدولة السياسية والاقتصادية بالخارج: كلما ارتفعت درجة التبعية مع السوق الرأسمالية، دل على ارتفاع درجة الاختلال في هيكل تجارتها الخارجية(ترتفع نسبة واردات السلع الاستهلاكية والضرورية) مقابل(انخفاض نسبة واردات السلع الرأسمالية)، ويتنافى ذلك مع سياسة التنمية الاقتصادية.

* الوضع الاقتصادي: كلما كان متخلفاً، أدى الى ارتفاع نسبة الواردات "للسلع الاستهلاكية" على حساب انخفاض نسبة واردات "السلع الرأسمالية"، والعكس بالعكس.

الجدير بالإشارة، تتمثل المؤشرات الخاصة بالاستيرادات التي تعتمد على أساس التعاقد سيف(CIF) في:

* **درجة التركز السلعي للاستيرادات:** وجود مجموعة واسعة من السلع والخدمات المستوردة التي تندرج ضمن القطاعات الممثلة للنشاط الاقتصادي والاجتماعي،"يعكس حالة من التنوع النسبي"، ويقاس من خلال المعادلة الآتية:(عبد الرضا وحسن، 2016 : 88)

مؤشر درجة التركز السلعي للاستيرادات = إجمالي قيم أهم سلع مستوردة × 100

إجمالي قيمة الاستيرادات

أتسمت قيم الاستيرادات في الجدول(3)، بالتذبذب ارتفاعاً وانخفاضاً للمدة(2014-2020)، بتسجيلها(53176,6) مليون دولار في (2014)، ومن ثم انخفاضها الى(39,045,1 و34,279,8) مليون دولار وبنسب(26,5-% و 12,2-% في 2015 و2016) على التوالي، وارتفاعها بـ(13,0% و0,2% و27,1% و17,6% في 2017 و2018 و2019 و2020)على التوالي، لكون تغطية تكاليف الاستيراداتتتم من الإيرادات المتأتية من الصادرات النفطية التي تتسم بالتذبذب"عرضه للتقلبات الخارجية"، ومن ثم يعد بلداً مستورداً "على وفق أساس "سيف"، إذ يتحمل مبالغ من النقد الأجنبي بنسبة(15%) من إجمالي قيمة الاستيرادات "خدمات الشحن والتامين"، مما يسهم في رفع تكاليف السلع المستوردة، وتأثير ذلك على أسعارها في الداخل، وبالنسبة الى درجة التركز السلعي للاستيرادات، شكلت السلع الاستهلاكية، الحيز الأكبر في هيكل استيراداته، وبنسب(33,5% و36% و37,3% في 2014 و2017 و2019) على التوالي لسببين:* ارتفاع الميل الحدي للاستهلاك "للفرد العراقي" لزيادة الرواتب والأجور من (28,437,6 مليار دينار في 2014) الى (32,866,5 مليار دينار في 2017) ليسجل(40,633,5 مليون دولار في 2019) وبنسب زيادة قدرها(15,5% و23,6%) على التوالي(البنك المركزي العراقي،التقارير الاقتصادية السنوية(2014- 2017- 2019)،الفصل الرابع: تطورات قطاع المالية العامة: صفحات متفرقة).* قصور جهازه الإنتاجي عن تلبية الطلب المحلي .

الجدول(3): التركز السلعي للاستيرادات للعراق للمدة(2014 – 2020)

(مليون دولار/ (%))

السنة	الاستيرادات الاستهلاكية	إجمالي الاستيرادات	درجة التركز السلعي
2014	17,848,2	53,176,6	33,5
2015	12,129,3	39,045,1	31
2016	10,088,6	34,279,8	29,4
2017	13,826,4	38,765,7	36
2018	13,126,0	38,875,7	33,7
2019	18,459,9	49,417,6	37,3
2020	14,401,1	58,138,3	24,7

المرجع: البنك المركزي العراقي، النشرة الإحصائية السنوية(2020-2014)، مؤشرات ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية، بغداد: دائرة الإحصاء والأبحاث: صفحات متفرقة. *العمود الأخيراستخرج من الباحثة.*الاستيرادات الاستهلاكية= الاستيرادات الاستهلاكية+ استيرادات المنتجات النفطية+ استيرادات القطاع الخاص الاستهلاكية.

* (**الأهمية النسبية للاستيرادات**): مدى اعتماد الدولة في انتاجها المحلي على الاستيرادات، ان كانت سلع رأسمالية أو وسيطة أو أي سلع تسد احتياجات الإنتاج، ويحسب إحصائياً:(عبد الرضا وحسن، 2016: 89)

مؤشر الأهمية النسبية للاستيرادات= إجمالي قيم أهم سلع مستوردة × 100

إجمالي قيمة التجارة الخارجية

سجلت قيمة الاستيرادات(الجدول 4) ما نسبتها(39% و47,3% في 2014 و2015)على التوالي وارتفاعها الى(55,3% في 2020) من إجمالي قيمة تجارة العراق الخارجية، مما يعكس الاعتماد الكبير على الاستيرادات لتغطية الطلب المحلي .

الجدول(4): الاهمية النسبية للاستيرادات في العراق للمدة(2014– 2020)

(مليون دولار / (%))

السنة	إجمالي الاستيرادات	إجمالي التجارة الخارجية	الأهمية النسبية للاستيرادات
2014	53,176,6	137,157,5	39
2015	39,045,1	82,486,6	47,3
2016	34,279,8	75,038,9	45,6
2017	38,765,7	96,324,8	40,2

31,0	125,235,6	38,875,7	2018
37,7	131,002,8	49,417,6	2019
55,3	104,949,0	58,138,3	2020

المرجع: البنك المركزي العراقي،النشرة الإحصائية السنوية(2020-2014)، مؤشرات ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية، بغداد: دائرة الإحصاء والأبحاث: صفحات متفرقة. * تم استخراج العمود الأخير من الباحثة.

ومما سبق، وعند النظر الى الجدول(5) و((6) الذي يبين حجم التجارة الخارجية الى الناتج المحلي الإجمالي(العلاقة الوثيقة بين التجارة الخارجية وهيكل الاقتصاد المحلي)، فالصادرات تمثل "قوة شرائية إضافية" كأحد مكونات الدخل القومي، باعتبارها مصدر "حقن"، مما يترتب عليها زيادة الانفاق الاستهلاكي وتحريك عجلتي الإنتاج والاستثمار بموجب الكفاية الحدية لرأس المال(الكناني، 2013: 104)، و الاستيرادات مصدر" تسرب خاصة" للسلع الرأسمالية الضرورية" من أجل زيادة الطاقة الإنتاجية للاقتصاد المحلي لـ "ضعف الطاقة الإنتاجية المحلية لمثل هذه السلع"، يعد اقتصاده "منفتحاً" – منكشفا" للخارج، في ظل مؤشراته الثلاث

الجدول(5):نسبة مساهمة الاستيرادات والصادرات الى الناتج المحلي الإجمالي في العراق للمدة (2014 – 2020)

(مليون دولار/ (%))

السنة	الاستيرادات	الصادرات	الناتج المحلي الإجمالي	نسبة الاستيرادات الى الناتج المحلي الاجمالي	نسبة الصادرات الى الناتج المحلي الإجمالي
2014	53,176,6	83,980,9	228,490,9	23,2	37
2015	39,045,1	43,441, 5	171,136,0	23	25,3
2016	34,279,8	40,759,1	172,478,7	20	24
2017	38,765,7	57,559,1	191,197,3	21,2	30,1
2018	38,875,7	86,359,9	212,406,5	18,3	40,6
2019	49,417,6	81,585,2	225,203,5	21,9	36,2
2020	58,138,3	46,810,7	137,085,7	42,4	34,1

المرجع: البنك المركزي العراقي،النشرة الإحصائية السنوية(2020-2014)، مؤشرات ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية،*الناتج المحلي الإجمالي:البنك المركزي العراقي،النشرة الإحصائية السنوية(2014-2017 و 2019-2020)،مؤشرات القطاع الحقيقي،بغداد: دائرة الإحصاء والأبحاث: صفحات متفرقة.*استخرج العمودين الأخيرين من الباحثة.

(نسبمساهمة الاستيرادات والصادرات وإجمالي التجارة الخارجية الى الناتج المحلي الإجمالي)، قد تجاوزت الحدود المسموح بها وهي(20%) و(25%) و(45%) على التوالي(مراد، 2013: 65، 67)، إذ سجلت كل منها النسب الأعلى في(2014: (23,2%) و(37%)

و(60,0%))على التوالي و(2020:(42,4%)و(34,1%) و(76,5%)) على التوالي، باستثناء تسجيلها (نسبة الاستيرادات الى الناتج المحلي الإجمالي(20% و18,3% في 2016 و2018) و(نسبة الصادرات الى الناتج المحلي الإجمالي(24% في 2016) و(التجارة الخارجية الى الناتج المحلي الإجمالي (42,9% في 2016) وهي ضمن الحدود المسموح بها، إلا إنها قد عاودت الارتفاع لمؤشر(الاستيرادات الى الناتج المحلي الاجمالي في(2015 و2017 و2019: 23% و21,2%و21,9%) ولمؤشر(الصادرات الى الناتج المحلي الإجمالي في(2015 و2017 و2018 و2019: 25,3% و30,1% و40,6% و36,2%)على التوالي، والحال ذاته لمؤشر(إجمالي التجارة الخارجية الى الناتج المحلي الإجمالي في(2015 و2017 و2018 و2019: 48,1% و49,6% و58,9% و58,1%)على التوالي، وعليه، ان الارتفاع أو الانخفاض في المؤشرات الثلاث يستند على ارتفاع أسعار النفط وانخفاضها في الأسواق العالمية(الجدول(1)) وكتحصيل حاصل، ارتفاع أو انخفاض في الإيرادات الكلية و النفطية"يذكر لاحقا"، وما يترتب عليها من زيادة الانفاق العام"ارتفاع أسعاره" من الدولة والمستهلك المحلي في ظل الاعتماد على المستورد الخارجي لسد الطلب المحلي، مع عدم وجود عرض من المنتج المحلي والعكس بالعكس، بالإضافة الى ذلك، ان ما يزيد من خطورة الانفتاح ،كونه يتركز في سلعة تصديرية واحدة قابلة للنضوب "النفط" الذي يتأثر بعوامل خارجية تارة، وارتباطه بتقلبات الإنتاج والاسعار في السوق الخارجية تارة أخرى، مما يجعل اقتصاده أسير للمتغيرات الدولية المتمثلة بأسعار النفط التي تتأثر بظروف الطلب والعرض العالميين، وحالة النشاط الاقتصادي الدولي من رواج وانكماش، وفي حال الاستمرار في انتاج وتصدير المواد الأولية، قد يحرم الدول المصدرة" ومنها العراق" القيمة المضافة التي ينالها، فيما لو أدخل عليها عمليات تحويلية، مما يساعد في تقليل مخاطر التبعية للخارج، مما لو كانت الصادرات متنوعة(مراد، 2013: 65).

الجدول(6): مؤشر الانفتاح التجاري في العراق للمدة(2014 – 2020)

(مليون دولار / (%))

السنة	الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية	إجمالي التجارة الخارجية	درجة الانفتاح التجاري
2014	228,490,9	137,157,5	60
2015	171,282,7	82,486,6	48,1
2016	174,845,4	75,038,9	42,9
2017	193,820,9	96,324,8	49,6
2018	212,406,5	125,235,6	58,9
2019	225,203,5	131,002,8	58,1
2020	137,085,7	104,949,0	76,5

المرجع: بالاعتماد على بيانات الجدولين(2 و 5).* العمود الأخير استخرج من الباحثة.

2.3. أسباب الانفتاح التجاري في العراق للمدة(2014– 2020)

1.اختلال الهيكل الإنتاجي:أي الأهمية النسبية للقطاعات الاقتصادية في الناتج المحلي الإجمالي. يعد اقتصاده ريعيا"من هيمنة القطاع النفطي بنسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي(46,1%/32%/40,30%/
37,7%/46,4%/42,8%/30,2%)في(2014/2015/2016/2017/2018/
2019/2020)على التوالي"(البنك المركزي العراقي،التقارير الاقتصادية السنوية(2014–2020):صفحات متفرقة) مقابل تراجع القاعدة الإنتاجية على المستويين الزراعي والصناعي من نسبة مساهمتهما، فسجلت "الزراعة"(4,1%/4,7%/5,1%/
3,3%/1,9%/3,3%/5,8%)و"الصناعةالتحويلية"
(2,9%/2,0%/2,2%/2,3%/1,8%/2,0%/3,0%) على التوالي للأعوام المذكورة(البنك المركزي العراقي، التقارير الاقتصادية السنوية(2014– 2020): صفحات متفرقة)، الأمر الذي يعكس واقع الاختلال الهيكلي والابتعاد عن التنويع الاقتصادي في آن واحد، سيما وان القطاع الزراعي لا يزال ضعيف الإنتاجية لأسباب عدة، تتمثل في: زيادة الطلب على الغذاء بفعل التزايد السكاني بمعدل سنوي (3%:مليون نسمة سنويا") مقابل محدودية الأرض القابلة للزراعة المقدرة بـ (42) مليون دونم، المتاح منها للزراعة(114) مليون دونم منها(6) مليون في" المنطقة الديمية التي تتصف بتذبذب انتاجها على وفق كمية الامطار"(خليل، 2017: 7)، لانتشار ظاهرة التصحر مع ارتفاع نسب الملوحة بسبب تدهور شبكات الري والبزل، وما لهما من أثر في انخفاض انتاجيته، فقد يفقد(5%) من الأراضي الزراعية سنوياًلتشبعها بالإشعاع والاملاح(البغدادي، 2014: 171) مع النقص الواضح في توفير مدخلات الإنتاج الزراعي كـ"المكننة واستخدام البذور المحسنة ،،الخ".، وبذلك يسهم الإنتاج الزراعي في تحقيق الأمن الغذائي بنسبة لا تزيد عن(30%) كمعدل للسلع الزراعية المختلفة "عجز الأمن الغذائي" واعتماده على الاستيرادات لتلبية الطلب المحلي، والحال ذاته للقطاع الصناعي، الذي يفتقر الى البنية التحتية الداعمة له من العجز الكبير في انتاج وتوفير الطاقة الكهربائية "ارتفاع معدل الطلب على الطاقة الكهربائية بنسبة تفوق معدل الإنتاج" بمقدار(3, 3394-)/(4672,7-
)/(4577,6-)/(5642,4-) ميكاواط في(2014/2015/2016/2017)على التوالي(البنك المركزي العراقي،التقارير الاقتصادية السنوية(2014–2017)،الفصل الثاني، تطورات القطاعات

الاقتصادية المحلية: صفحات متفرقة) نتيجة قدم بعض المحطات الكهربائية وما يرافقها من اعمال التخريب التي تطول المنظومة الكهربائية.

2.الاختلال في بنية الانفاق العام الى الناتج المحلي الإجمالي: من حيث ان نسبة مساهمة الانفاق الجاري الى الانفاق الاستثماري كانت هي الأعلى بـ(22,5 /%78,1/%26,7/%26,1/%26/%27,5/% 95,8%) مقابل (%4,2/%21,9/%5,5/%7,3/%8,1/%9,7/%9,6)في (2020/2019/2018/2017/2016/2015/2014) من إجمالي الناتج المحلي الإجمالي على التوالي(البنك المركزي العراقي،التقارير الاقتصادية السنوية(2014- 2020)،الفصل الرابع، تطورات قطاع المالية العامة: صفحاتمتفرقة) في ظلزيادة الانفاق الحكومي الجاري بهدف سد الأعباء المالية الإضافية كـ(الرواتب والأجور) التي سجلت ما نسبتها(%48,5/%63,0/%62,2/%55,7/%53,4/%46,5/%55) من إجمالي الانفاق العام في الأعوام المذكورة على التوالي(البنك المركزي العراقي،التقارير الاقتصادية السنوية(2014- 2020)،الفصل الرابع، تطورات قطاع المالية العامة:صفحات متفرقة)، ناهيك عن الدعم المقدم للمناطق "الشمالية" التي تعرضت للعمليات العسكرية، وكل ذلك يشير الى ان هنالك تفاوت كبير بين جانبي الانفاق الاستثماري والاستهلاكي لصالح الأخير، ومن ثم تزايد الفجوة في العرض الكلي.

3.الاعتماد على الايرادات النفطية في تمويل الموازنة العامة للدولة بهدف تغطية النفقات العامة. تراوحت نسبة مساهمة الإيرادات النفطية(%92,1/%77,1/%81,4/%84,1/%89,7/%92,2/%86,2) في(2020/2019/2018/2017/2016/2015/2014)على التوالي مقابل المساهمة الضئيلة للإيرادات غير النفطية، ومنها الضرائب الكمركية بـ(5, 0%/0,6%/1,2%/ 2,3%/2,1%/1,5%/2,2%) في الأعوام المذكورة على التوالي(البنك المركزي العراقي،التقارير الاقتصادية السنوية(2014- 2020)،الفصل الرابع، تطورات قطاع المالية العامة:صفحات متفرقة)، مما يدل على عدم المرونة فيما يخص التأثير في آليات تدفق موارد الموازنة، ومن ثم نفقاتها، وبصفة خاصة، ان اقتصاده ينمو عندما يحقن بالإيرادات النفطية "في حال ارتفاع أسعاره"، ويتقلص عندما "تفوق التسربات الانفاقية مستوى الحقن".

3.3.الآثار المترتبة على الانفتاح التجاري في العراق بين (الإيجابيات والسلبيات) للمدة(2014– 2020)

ان الانفتاح التجاري كأي ظاهرة اقتصادية، لها آثار ايجابية وأخرى سلبية، يذكر البعض منها، وهي:

1.3.3. الآثار الإيجابية:

1.زيادة الإنتاجية وجودتها ورفع مستواه مع تحسين جودة السلع المنتجة لمنافسة المنتجات الأخرى.

2. إضعاف الاحتكار المحلي: ان توفر مبدأ الحرية في قطاعي الاعمال والمال، سيؤدي الى اضعاف قوة الاحتكار المحلي في ظل ان تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر الى البلد المستقبل، سينجم عنه، ظهور منافسون جدد للشركات المحلية، و زيادة الإنتاج مقترناً بخفض الأسعار "في تلك الصناعة".(أبو شرار، 2007: 262).

3.انخفاض الأسعار في الأسواق المحلية: ان فتح الأسواق المحلية أمام السلع المستوردة والحصول على أصناف أو أنواع مختلفة وبأسعار تنافسية، قد تسهم في انخفاض أسعار السلع والمنتجات المستوردة "التي لا يمكن انتاجها محلياً إلا بنفقات مرتفعة لصالح المستهلكين والمنتجين على حد سواء، ومن ثم، تعاظم "فائض المستهلك"، فالأخير يختار أجواد أنواع السلع وبأنسب الأسعار، في حين، ان "المنتج" يوجه موارده الى انتاج السلع التي يتميز في انتاجه، والانتفاع من مزايا التخصص باستغلال موارده الاقتصادية على أكمل وجه.

2.3.3.الآثار السلبية:

1.فقدان السيادة الاقتصادية من خلال انتقال مقوماتها من سلطة الدولة الوطنية "المحلية" الى سلطة القرار الاقتصادي "المعولم" الناجم عن المؤسسات الاقتصادية العالمية أو الشركات المتعددة الجنسيات.(ساكر، 2006: 187)

2.زيادة عجز الموازنة العامة للدولة: الناجم عن ارتفاع درجة الحرية التجارية، فقد سجلت عجزا" ماليا" تقدر بـ(8086,5- و3927,2-و12658,16-) مليار دينار في(2014 و2015 و2016) على التوالي، لتعرض البلاد الى أزمتين مزدوجتين هما:*انخفاض الإيرادات النفطية بنسب(47,1-% و13,7-% في2015 و2016) لانخفاض اسعار النفط دوليا" بـ(53,8-% و19,4-% في 2015 و2016)(الجدول(1))، ومن ثم، انخفاض الإيرادات

الكلية "من(105386,6 مليار دينار في 2014 الى 66470,3 مليار دينار في 2015 لتنخفض الى 54409,27 مليار دينار في 2016) وهي بدورها تشكل(40,4% و34,7% و27,7%) من الناتج المحلي الإجمالي" بنسب(36,9-% و18,1-%)، و المكون الرئيس لتمويل الموازنة من خلال استحواذها على(92,1% و77,1% و81,4%) على التوالي من أجمالي الإيرادات في الأعوام الثلاث المذكورة (البنك المركزي العراقي،التقارير الاقتصادية السنوية(2014- 2016)،الفصل الرابع: تطورات قطاع المالية العامة:صفحات متفرقة).*سيطرة التنظيمات الإرهابية(داعش)في(حزيران2014) على(نينوى والانبار وديالى وبابل وصلاح الدين ومناطق من كركوك)، وما نجم عنها من زيادة الانفاق على الأمن والدفاع بنسبة(49%) من(16,5) تريليون دينار في(2014) الى(24,6) تريليون دينار في(2015)(عبد الرزاق،2018: 467)، وبتسجيلها عجزا" بقيمتي(1116,6-) و(7601,9-) مليار دينار في(2019 و2020) على التوالي لـ(انخفاض أسعار النفط دوليا" بـ(33,1-%) من(60,83 دولار/برميل في 2019 الى 40,69 دولار/برميل في 2020)(الجدول(1))، وما يصاحبها من انخفاض الايرادات الكلية بـ(66,3-%) من(107,567 مليار دينار في 2019 الى 63,199,7 مليار دينار في 2020)،والإيرادات النفطية بـ(45,1-%) من(99,216,3 مليار دينار في 2019 الى 5,448,54 مليار دينار في 2020) لاسيما وانهما تستحوذان على(92,2%و 86,2%) على التوالي من إجمالي الإيرادات في العامين المذكورين،وبالنسبة الى نفقات كل منهما، فقد بلغت(111723,6 و7602,4 مليار دينار: على الرغم من انخفاضهما بـ(93,1-%)، إلا مع ذلك، تعد (نفقاتها أكبر من إيراداتها في العام ذاته لكل منها) لجائحة(كورونا) الآنفة الذكر، ومن ثم، انخفاض الطلب العالمي على النفط من جهة، والتزام العراق بتخفيض الإنتاج حسب مقررات(أوبك+) من جهة أخرى.(البنك المركزي العراقي، التقريرين الاقتصاديين السنويين(2019- 2020)،الفصل الرابع: تطورات قطاع المالية العامة:صفحات متفرقة).

3.تدهور قدرة الأمن الغذائي: يسهم زيادة الانفتاح التجاري في تراجع قابلية الاقتصاد المحلي على مواجهة منافسة السلع المستوردة الزراعية التي تمتاز بانخفاض اسعارها مقارنة بالأسعار المحلية، وما يترتب على ذلك، زيادة اعتماد الدولة على الأسواق الخارجية في تحقيق الأمن الغذائي.(صالح،2004: 104)، وفي العراق، انخفض الناتج الزراعي بنسبة(73,1-%)

من(999,6) مليون دولار في(2015) الى(268,6) مليون دولار في(2017)، و ما يتبعه انخفاض نصيب الفرد منه بـ(9,5-%) من (189) دولار الى (171) دولار للعامين المذكورين(صندوق النقد العربي وآخرون، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ،2017: 308)، فقد أسهم كل من انخفاض نسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي والنمو السكاني المتزايد"الآنفتا الذكر"، وضعف مساهمة الانفاق الاستثماري بـ(3,4%) و(4,9%) و(1,5%) و(0,3%) على التوالي من اجمالي الانفاق للأعوام(2014 – 2017)(البنك المركزي العراقي،التقارير الاقتصادية السنوية(2014- 2017)،الفصل الرابع: تطورات قطاع المالية العامة: صفحات متفرقة) في ارتفاع الفجوة الغذائية بـ(2,54) و(6,68) و(6,79) مليون دولار في(2014 و2015 و2016)على التوالي،(صندوق النقد العربي وآخرون،التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2017: 314)، فضلا" عن ذلك، ان ما يقرب(22,7%) من السكان يعانون قصور التغذية للمدة(2015- 2017)(كاظم، 2020 :8).

4.أثره على القطاع الصناعي: ان الصناعة في العراق غير قادرة على المنافسة دولياً بسبب ضعف قدراتها التنافسية، لاسيما مع انخفاض عدد المنشاءات الكبيرة بـ(-6%: من 600 منشأة في 2015 الى 566 منشأة في 2016)على التوالي (وزارة التخطيط، إحصاءات المنشاءات الصناعية الكبيرة، 2016: 5)، ومن ثم، انخفاض قيمة انتاجها بـ(9,1-%: من 5469 الى 4969) مليار دينار في العامين المذكورين على التوالي، ويرجح ذلك الى تدعيم جوانب تحرير التجارة الخارجية المتمثلة بإلغاء الرسوم الكمركية، ورفع القيود غير الكمركية على الاستيراد ما عدا فرض رسم كمركي موحد "رسم إعادة الاعمار" بـ(5%) على السلع المستوردة باستثناء "اعفاء" المواد الغذائية والأدوية منها"(وزارة التخطيط، تقرير الاقتصاد العراقي لعام 2009، 2010: 48)، وما تبعه من سياسة الإغراق، وزيادة الفجوة بين الحاجة الفعلية والإنتاج الفعلي من السلع الصناعية.

5.ارتفاع معدل الفقر: يفهم الفقر على انه: "الافتقار الى الدخل المادي وموارد الإنتاج الكافية لضمان اشباع الحاجات الأساسية والضرورية لمواجهة متطلبات الحياة، وتجنب الجوع وسوء التغذية والحرمان من الخدمات الأساسية كـ "الصحة والتعليم"، وعدم الحصول على مصادر المياه النقية والسكن الملائم، إضافة الى عدم المشاركة في صنع القرار في الحياة المدنية

والسياسية"(المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 2009: 6). إذارتفعت مستوياتها الى(22,5%) و(41%) في المحافظات المتأثرة بالتنظيم الإرهابي" السابقة الذكر" في(2014).(وزارة التخطيط، خطة التنمية الوطنية(2018- 2022)،الفصل السابع:التخفيف من الفقر،2018: 137): 49)، علما"، قبل جائحة كورونا، بلغ عدد الفقراء(6,9) مليون شخص، ونسبتها على وفق المحافظات(37,1% في الوسطى تليها الشمالية 26,2% والجنوبية 20,9% وإقليم كردستان 15,8%)، ونسب عدد الفقراء القدماء "كانوا فقراء وظلوا فقراء" أعلاها في(الجنوبية 36,1% تليها الشمالية 35,3% ثم الوسطى 23,8% وأقلها في إقليم كردستان 4,8%)، مقابل ذلك، سجلت نسب الفقراء الجدد"لم يكونوا فقراء في الأساس، إلا انهم اصبحوا فقراء بعد الجائحة، وضمن السيناريوهات الثلاث(الحضر الشامل "الاقفال التام والفعاليات الاقتصادية محدودة جدا":أعلاها في الوسطى 44,4% تليها الشمالية والجنوبية 27,0% و18,9% على التوالي وأقلها في إقليم كردستان 9,8%)و(الحظر الجزئي المنخفض"مستوى منخفض من الأنشطة الاقتصادية":43,4%و27,3%و20,1% و9,3%)على التوالي و(الحظر الجزئي المرتفع""مستوى عال من الأنشطة الاقتصادية: 42,3%و30,9%و16,5%و10,3%)على التوالي(وزارة التخطيط، تقويم أثر جائحة كورونا على الفقر والهشاشة في العراق،2020: 18)، ناهيك عن ذلك، ان ما يقارب(31,7%) من سكانها تحت خط الفقر و(68%) من الأسر الفقيرة لا تتلقى مساعدات حكومية ونحو(37,9%) من الأطفال هم فقراء، وبين كل(5) أطفال يوجد(2) فقراء، وعلى وفق ابعاد الحرمان المتمثلة في(التعليم /الصحة/الظروف المعيشية/ الأمن المالي) ان(48,8%) من الأطفال محرومين في أكثر من بعد.(العاني،2022: 20).

6.ارتفاع معدل البطالة: ان تحرير التجارة في مضمونها، تعني عدم تدخل الدولة " تقليص دورها الاقتصادي والاجتماعي على حد سواء لاسيما في مجال توفير التوظيف للخريجين، ومن ثم، زيادة معدلات البطالة " في ظل ارتفاع النمو السكاني وما يصاحبه من زيادة عدد الداخلين الجدد الى سوق العمل" ارتفعت معدلاتها من (10,6% في2014) الى(10,8% في 2016)(وزارة التخطيط: خطة التنمية الوطنية(2018- 2022)،الفصل الثاني: السكان والقوى العاملة، 2018: 52)، في حين تشير مصادر أخرى، الى ارتفاعها بين الشباب للفئة العمرية(15- 24) سنة من(20,0% في 2014) الى(22,7% في2016)(وزارة

التخطيط، مؤشرات التشغيل والبطالة، 2016: 2) لتصل(27,5% في 2018) وأقصاها(40% في2020)(كوران،2020 : 2) لتفشي فيروس(كورونا) وما تبعه من حظر التجوال بنوعيه الشامل(2020/3/15) والجزئي(2020/4/21) من الحكومة العراقية، وكتحصيل حاصل، إيقاف التعيينات الجديدة وتجميد الاستحقاقات المالية للموظفين الحاليين(الترفيعات السنوية/العلاوات/احتساب الشهادات).(كاظم،2020: 3-4).

4. الخاتمة

1.4. الاستنتاجات

1.عند تحليل مؤشرات التجارة الخارجية على وفق البنية السلعية للصادرات والاستيرادات، وبمؤشريه (درجة التركز السلعي والاهمية النسبية من التجارة الخارجية)، تبين ان درجة التركز السلعي(للصادرات للمدة(2014–2020) يكمن في تصدير صادرات النفط الخام مقابل تدني الصادرات السلعية غير النفطية"ضعف بنية هيكل صادراته ومدى ارتباطه بالأسواق الخارجية) و(للاستيرادات: شكلت الاستهلاكية منها الحيز الأكبر، وبذلك، لم تسهم في رفع القدرة الإنتاجية لاقتصاده، بل رفع الميل الحدي للاستهلاك)، وبالنسبة لمؤشري(الأهمية النسبية للصادرات: ارتفاع نسبة صادرات النفط في هيكل التجارة الخارجية للمدة المذكورة على الرغم من تذبذبها بين الانخفاض والارتفاع، مما يدل أهمية الطلب الخارجي على منتجاته النفطية) و(الأهمية النسبية للاستيرادات: سجلت نسب مرتفعة، أي الاعتماد الكبير لاقتصاده على الاستيرادات من أجل تغطية الطلب المحلي).

2. ووفقا" للنقطة الأولى، يعد اقتصاده "منكشفا" للخارجلكون نسبمساهمة مؤشرات (الاستيرادات والصادرات والتجارة الخارجية الى الناتج المحلي الإجمالي) قد تجاوزت الحدود المسموح بها)، باستثناء في(2016 و2018)" و(2016) مكرر على التوالي، هي ضمن الحدود المسموح بها، وخطورتها يتركز في سلعة تصديرية واحدة "النفط" بوصفه من أحد الموارد الناضبة، وتأثره بعوامل خارجية، مما يجعل اقتصاده أسير للمتغيرات الدولية.

3.يعود أسباب الانفتاح التجاري فيه الى اختلال كل من(الهيكل الإنتاجي: هيمنة القطاع النفطي على الناتج المحلي الإجمالي مقابل تراجع القاعدة الإنتاجية (الزراعة والصناعة) و(بنية الانفاق العام الى الناتج المحلي الإجمالي لصالح الانفاق الجاري)، ناهيك عن(اعتماد اقتصاده على الايرادات النفطية في تمويل الموازنة العامة للدولة).

4.بالنسبة الى آثاره، فقد تأرجحت بين الإيجابية" ضئيلة"(زيادة الإنتاجية وجودتها مع اضعاف الاحتكار المحلي،،الخ.)، والسلبية هي الغالبة(زيادة عجز الموازنة العامة وتدهور قدرة الأمن الغذائي وعدم قدرة الصناعة على المنافسة دولياً وزيادة معدلات الفقر والبطالة).

2.4. المقترحات

1.إقامة الدراسات والندوات والمؤتمرات العلمية الدولية التي تهتم بقطاع التجارة الخارجية.

2.من الضرورة، توفير حماية كمركية للسلع الاستهلاكية المستوردة من ناحية، ووضع سياسة استراتيجية لاستيراد مستلزمات الإنتاج الرأسمالي على وجه الخصوص من ناحية أخرى.

3.تنويع قاعدة الصادرات، بوضع خطط استراتيجية" متوسطة أو طويلة الأمد" من أجل استغلال العوائد النفطية "في حال ارتفاع أسعار النفط" بغية الاستثمار في القطاعات الإنتاجية غير النفطية(الزراعية والصناعية) ورفع قدراتها الإنتاجية من خلال تحسين القدرة التنافسية، وإنتاج ما يمكن انتاجه محلياً و الحد من استيراده.

4.على وفق النقطة الثالثة، التقليل من درجة التركيز السلعي للصادرات "النفطية" والاستيرادات "الاستهلاكية"، مقترناً بتوفير المناخ الاستثماري الملائم بهدف جذب الاستثمار "المحلي والاجنبي" على حد سواء.

5.للحد من عجز الموازنة العامة للدولة، يتطلب إعادة ترتيب أولويات الانفاق العام لصالح الانفاق الاستثماري مقابل الحد من الانفاق الجاري، مع احياء القطاعات الإنتاجية، مما تسهم في زيادة الإنتاج وتشغيل الايدي العاملة وزيادة الواردات الحكومية.

6.يترتب على النقاط (3 و4 و5)، الحد من الفقروالبطالة أو تقليصهما عن طريق تشجيع المستثمرين في محاولة خلق فرص عمل بصفة خاصة للخريجين على وفق مؤهلاتهم مع الاهتمام بالقطاع الزراعي كونه يستوعب أكبر قدر من الأيدي العاملة.

5. قائمة المراجع

1. أبو شرار، علي عبد الفتاح (2007) و(2010)، الاقتصاد الدولي-نظريات وسياسات، الطبعة الأولى والثانية، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

2.أبو عيده وشعبان، د.محمد عمر و د. عبد الحميد محمد(2009)، تاريخ الفكر الاقتصادي، القاهرة: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة.

3.أمين، د.هجير عدنان زكي(2008)،الاقتصاد الدولي—النظرية والتطبيقات،الطبعة الأولى، دمشق: دار الفكر للتنفيذ الطباعي والتوزيع.

4.البغدادي، حسين سلمان جاسم(2014)، تحليل واقع الأمن الغذائي في العراق وإمكانات تحقيقه، مجلة القادسية، جامعة القادسية: كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد (16)، العدد(3).
5.البنك المركزي العراقي، التقارير الاقتصادية السنوية(2014- 2020)،الفصل الثاني: تطورات القطاعات الاقتصادية المحلية، الفصل الرابع: تطورات قطاع المالية العامة، الفصل السادس: تطورات القطاع الخارجي وميزان المدفوعات العراقي، بغداد: المديرية العامة للإحصاء والأبحاث.
6.البنك المركزي العراقي، النشرة الإحصائية السنوية(2020-2014)، مؤشرات القطاع الحقيقي، مؤشرات ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية، بغداد: دائرة الإحصاء والأبحاث.
7.توانى، ناجي(2001)،السياسات التنظيمية لقطاع الخدمات،الكويت: المعهد العربي للتخطيط.
8.جبير،علي سعدي عبد الزهرة(2020)، تداعيات جائحة فيروس كورونا على الاقتصاد العراقي، مجلة حمورابي للدراسات، بغداد:مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية،العدد(35)،السنة(الثامنة).
9.حاتم، د.سامي عفيفي(1995)، دراسات في الاقتصاد الدولي، الطبعة الرابعة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
10.الحسناوي، د. كريم مهدي(1987)،المدخل الى الاقتصاد الدولي،جامعة بغداد: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بدون طبعة.
11.خليل، شذى(2017)،التصحر في العراق ومعوقات الحلول،مركز الروابط للبحوث والدراسات الاستراتيجية، 19/ 11. www.faceiraq.org
12. ساكر، د. محمد العربي (2006)، محاضرات في الاقتصاد الكلي، الطبعة الأولى، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
13.سلمان،هيثم عبد الله (2000)، دراسة وتحليل التجارة الخارجية لدولة الامارات العربية المتحدة للمدة(1987- 1997)، رسالة ماجستير، جامعة البصرة: كلية الإدارة والاقتصاد.
14. السمان وآخرون، د. محمد مروان(2009)، مبادى التحليل الاقتصادي (الجزئي والكلي)، الطبعة الأولى، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
15.السواعي،خالد محمد (2006)، التجارة والتنمية،الطبعة الأولى،عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
16-. صالح، د. صالحي(2004)، دور المنظمات الدولية في إدارة التحولات الاقتصادية العالمية، الطبعة الأولى، مصر- المنصورة: دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع.

17. الصرن، رعد حسن (2000)، أساسيات التجارة الدولية المعاصرة من الميزة المطلقة الى العولمة والحرية والرفاهية الاقتصادية،الطبعة الأولى، القاهرة: دار الرضا للنشر والتوزيع.
18.صندوق النقد الدولي، التقرير القطري(2015)، العراق- قضايا مختارة، واشطن، أغسطس.
19.صندوق النقد العربي وآخرون،التقرير الاقتصادي العربي الموحد(2017)، أبوظبي: الامارات العربية المتحدة.
20. الطائي، هند سلمان الياس(2017)،(أثر الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الدولية على الاقتصاد العراقي، وآخرون، سلسلة باحثين في (وقائع مؤتمر البيان السنوي الأول: التخطيط لرسم سياسة اقتصادية ومالية جديدة في العراق)، مركز البيان للدراسات والتخطيط، بغداد: دار الكتب والوثائق.
21. العاني، طه(2020)، حرمان وعمالة وتعنيف... هذا ما يواجه الطفل العراقي في يومه العالمي، في 11/20..www.alajazeera.net
22.عبد الرزاق، د. مصطفى حسين(2018)، التوظيف الاقتصادي للأنفاق العسكري العراقي ما بعد داعش، مجلة لارك للفلسفة والانسانيات والعلوم الاجتماعية، جامعة واسط: كلية الآداب، ج(3)، العدد (30).
23.عبد الرضا، د. نبيل جعفر(2012)، تطور الفكر الاقتصادي من افلاطون الى فريدمان، الطبعة الأولى، بيروت: مؤسسة التاريخ العربي.
24.عبد الرضا وحسن، د. نبيل جعفر وباسمة كزار(2016)، سياسات تحرير التجارة الخارجية وانعكاساتها في الاقتصاد العراقي،2016،الطبعة الأولى، البصرة: شركة الغدير للطباعة والنشر المحدودة.
25.عجمية، د.محمد عبد العزيز(1978)،الاقتصاد الدولي، الإسكندرية: دار الجامعات المصرية.
26.كاظم،حسن لطيف(2020)،التداعيات الاقتصادية والاجتماعية لجائحة كورونا في العراق، قطر: المركز العربي للأبحاث والسياسات.
27. الكناني،كامل كاظم(2013)، أرجوحة التنمية في العراق بين أرث الماضي وتطلعات المستقبل- نظرة في التحليل الاستراتيجي، الطبعة الأولى، بغداد: دار الدكتور للعلوم.
28.الكواز، د. احمد (2009)، التجارة الخارجية والتكامل الاقتصادي الإقليمي، سلسلة جسر التنمية،الكويت: المعهد العربي للتخطيط، العدد(81)، السنة(8).
29. كوران،مصطفى(2020)،(40% من سكان العراق يعانون البطالة وشهادات عليا بدون تعيين)، في 8/8..www.rudawarabia.net

30. مراد، صاولي(2013)، الانفتاح التجاري وأثره في السياسات المالية والنقدية–دراسة قياسية، مجلة المستقبل العربي،بيروت:مركز دراسات الوحدة العربية،العدد (417)،السنة (36).
31. المنظمة العربية للتنمية الزراعية(2009)، دراسة اتجاهات ومؤشرات الفقر في الدول العربية، الخرطوم: جامعة الدول العربية.
32.النجفي، د. سالم توفيق (2000)، أساسيات علم الاقتصاد، الطبعة الأولى، القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.
33.هيئة أبحاث السوق والتخطيط الاستراتيجي(2020)، كيف استفادت الصين من انخفاض أسعار النفط بالرغم من جائحة كورونا، في www.somooil.gov.iq..1/19
34. وزارة التخطيط، إحصاءات المنشاءات الصناعية الكبيرة السنوي لسنة (2016)، بغداد: مديرية الإحصاء الصناعي.
35.وزارة التخطيط(2010)، تقرير الاقتصاد العراقي لعام" 2009"، بغداد: دائرة السياسات الاقتصادية والمالية.
36. وزارة التخطيط(2020)، تقويم أثر جائحة كورونا على الفقر والهشاشة في العراق: دراسة معدة بالشراكة مع البنك الدولي(WB) ومنظمة الأمم المتحدة(UNIEF).
37. وزارة التخطيط(2018)،خطة التنمية الوطنية(2018– 2022)،الفصل الثاني: السكان والقوى العاملة، الفصل السابع: التخفيف من الفقر، بغداد.
38.وزارة التخطيط(2016)، مؤشرات التشغيل والبطالة، بغداد: الجهاز المركزي للإحصاء.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research

ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854

المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024،ص ص 483-501

دور العدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين–حالة مؤسسة اتصالات الجزائر–باتنة–

The role of Organizational Justice in enhancing Organizational Citizenship Behaviors among employees- the case of Algeria Telecom Corporation - Batna -

سامي مرازقة*
Sami MERAZGA
جامعة باتنة1–الجزائر
Sami.merazga@univ-batna.dz

سهيل زغدود
Souhil ZEGHDOUD
جامعة باتنة1–لجزائر
Souhil.zeghdoud@univ-batna.dz

تاريخ الاستلام: 2024/02/26 تاريخ القبول: 2024/04/28 تاريخ النشر: 2024/04/30.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على دور العدالة التنظيمية في تعزيز وتنمية سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين في مؤسسة اتصالات الجزائر باتنة. ولغرض معالجة الموضوع تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، مع استخدام استبيان تم توزيعه بطريقة عشوائية على عمال وموظفي المؤسسة، بالاستعانة ببرنامج التحليل الاحصائي من أجل التأكد من النتائج المتحصل عليها، حيث تم التوصل الى ان للعدالة التنظيمية دور ضعيف في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين.

الكلمات المفتاحية:العدالة التنظيمية، سلوكيات المواطنة التنظيمية.

تصنيف جال:M37 –M31

Abstract :

This study aims to shed light on the role of Organizational Justice in promoting and developing Organizational Citizenship Behaviors among employees at the Algeria Telecom Corporation in Batna. For the purposeof addressing the issue, we relied on the descriptive analytical approach, with the use of a questionnaire that wasdistributed randomly to the workers and employees of the organization, with the help of a statistical analysisprogram in order to confirm the results obtained, as it was concluded that organizational justice has a weak role in enhancing organizational citizenship behaviors among employees.

Key words: Organizational Justice ،Organizational Citizenship Behavior.

JEL classificationcodes : M37 –M31

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

في مناخ اعمال شديد التنافسية وفي إطار مساعيها الرامية لضمان البقاء وتعزيز صورتها والحفاظ على مكانتها، تركز المنظمات جهودها في إيجاد السبل والاليات المناسبة التي تمنحها القدرة على التأقلم مع الواقع ومواجهة التحديات المفروضة.

من هذا المنطلق، وإدراكا منها للدور المميز والمحوري للمورد البشري في تحقيق أهدافها، تعمل المنظمات على تعزيز سلوكيات العاملين بها مستهدفة بدرجة كبيرة السلوكيات الغير رسمية التي من شانها تعزيز قدراتهم ومهاراتهم، كما تمكنهم من اكتساب التقنيات والاليات اللازمة للتعامل مع الظروف والمواقف الغير متوقعة، ولعل من اهم الشروط الواجب توافرها لدى الافراد لتبني وممارسة سلوكيات المواطنة التنظيمية بكفاءة وفعالية ان تكون لديهم القناعة بتحقق العدالة التنظيمية في بيئة عملهم، الامر الذي يشعرهم بالرضا ويرتقي بأدائهم ويحقق اهداف المنظمة ككل.

أ- الإشكالية:

- هل هناك دور للعدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى عمال المديرية العملية لاتصالات الجزائر-باتنة-؟

فيما جاءت التساؤلات الفرعية المندرجة ضمن هذه الإشكالية على النحو التالي:

- هل هناك قناعة لدى العاملين بتطبيق العدالة التنظيمية في المديرية العملية لاتصالات الجزائر-باتنة-؟

ماهي مستويات سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين في المديرية العملية لاتصالات الجزائر-باتنة-؟

ب- الفرضيات:

تتضمن الدراسة جملة من الفرضيات التي سنحاول التأكد من صحتها أو العكس.

- الفرضية الصفرية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تبين دور العدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر –باتنة-عند مستوى معنوية 0.05.

- **الفرضية البديلة:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تبين دور العدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر –باتنة-عند مستوى معنوية 0.05.

ضمن هذا الإطار يمكن التطرق الى الفرضيات الفرعية التالية:

– ضعف تطبيق العدالة التنظيمية بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر –باتنة– من وجهة نظر العاملين.

– ممارسات سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين بالمديرية العملياتية لاتصالات الجزائر – باتنة– تسجل مستويات مرتفعة.

جـ– أهداف الدراسة:

نستهدف من خلال هذه الدراسة معرفة مدى قناعة العاملين بالمؤسسة محل الدراسة بتطبيق العدالة التنظيمية فيها من جهة، ومستويات ممارساتهم لسلوكيات المواطنة التنظيمية من جهة أخرى، كما سنحاول دراسة دور العدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين بذات المؤسسة.

د– أهمية الدراسة:

تعتبر العلاقة بين العدالة التنظيمية وسلوكيات المواطنة التنظيمية من المواضيع البالغة الأهمية التي شكلت محور اهتمام عديد الباحثين والأكاديميين على اختلاف تخصصاتهم مع تسجيل ندرة في الاعمال والأبحاث التي تناولت الموضوع في المنظمات الاقتصادية، لهذا السبب ارتأينا القاء الضوء على هذا الموضوع من خلال دراسة شملت عمال المديرية العملية لاتصالات الجزائر– باتنة–

هـ– منهجية الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي للإلمام بالإطار النظري للموضوع، واستخدامنهج دراسةالحالةالميدانيةفيالإطارالتطبيقياعتماداعلىالاستبانةكأداةلجمعالمعلومات.

– الإطار المفاهيمي للعدالة التنظيمية:

1–1– تعريف العدالة التنظيمية:

تعود أصول العدالة التنظيمية إلى نظريةAdamsللعدالة والتي ربطت العدالة بالجانب الاقتصادي وحقّ الفرد في حرية التملك، حيث يقوم العاملون بمقارنة مخرجاتهم المتمثلة في المهارات والجهد المبذول بمدخلاتهم المتمثلة في المكافآت والحوافز، كما تتم نفس المقارنة مع نظرائهم في ذات المنظمة او في المنظمات الاخرى. الامر الذي يكون له تأثير مباشر على سلوكهم، من خلال تعزيز شعورهم بالرضا والإنصاف والذي يحفزهم على العمل بجد وكفاءة، كما تنمي صفة الانتماء لديهم وهوما يُشجعهم على البقاء في المنظمة والالتزام بأهدافها.

فالعدالة التنظيمية تعتبر دعامةً جوهريةً للهيكل الاجتماعي والنفسي للمنظمة، حيث تُساهم في خلق بيئة عملٍ إيجابيةٍ تُعززُ التعاون والثقة بين أعضاء المنظمة،كما تُمثل قيما وانماطا اجتماعيَّة في التعامل تُنظمُ وتؤطر سلوكيات الافراد وتُحددُ توقعاتهم ، و يقود غيابها إلى ممارسة سلوكياتٍ منحرفة من طرف الافراد في المنظمة تُؤدي إلى تآكل الثقة بين الإدارة والأعضاء وتدهور الأداء التنظيمي فيها. (احمد جودة، 2010، صفحة 307)

كما تعرف العدالة التنظيمية على انها إدراك العاملين في المنظمة للسياسات المنتهجة والمعتمدة بخصوص المعاملة والمكافئات التي يتلقونها، والتي تحفزهم على العمل والاجتهاد أكثر في سبيل تحقيق اهدافهم واهداف المنظمة ككل. (جواد العبيدي، 2012، صفحة 8)

وعليه يمكن القول ان العدالة التنظيمية هي إحساس العاملين في المنظمة بالإنصاف والعدالة في التعامل معهم، سواء من حيث توزيع المخرجات، أو اتباع قواعد واضحة في تقييم أداءهم واتخاذ القرارات المتعلقة بهم وكذا التزام الاحترافية في معاملتهم.

1-2- أبعاد العدالة التنظيمية: هناك أربع ابعاد أساسية وهي:

أ- العدالة التوزيعية:تعتبر من أهم ابعاد العدالة التنظيمية، حيث انها تعنى بمدى اقتناع و ادراك الفرد العامل ان ما يحصل عليه من مكاسب يتناسب مع ما يبذله ويقدمه من مجهودات من جهة، وان منظمته تتبنى العدالة في عملية توزيع المخرجات على افرادها بناءا على أدائهم ونتائجهم المحققة (نواف الشنطاوي و ريما العقلة، 2013، صفحة 75) .فقد حدد ORGAN1988 للعدالة التنظيمية ثلاث قواعد اساسيه تمثلت في:

- قاعدة المساواة: اين يتم مكافأة الفرد على أساس الجهد المبذول أو طبيعة العمل الذي يقوم به.

- قاعدة النوعية: فالمنظمة ملزمه بتوزيع المكافأة وتقديم الخدمات على جميع الافراد المنتمين اليها على حد سواء دون تفرقه فيما بينهم ورغم اختلاف خصائصهم.

- قاعدة الحاجة: والتي ركزت على فكرة الاخذ بعين الاعتبار لتفاوتات واختلافات الحاجات المادية من عامل الى اخر حسب الظروف والخصائص المعيشية لكل فرد.

ب- عدالة الإجراءات: تعد العدالة الإجرائية عنصرًا هامًا لضمان رضا العاملين وشعورهم بالإنصاف، الامر الذي من شانه ان يعزز ممارساتهم الإيجابية التي تؤثر على أدائهم وإنتاجيتهم، فهي عبارة عن مجموعة من الإجراءات والعمليات التي تعتمد عليها المنظمة في اتخاذ القرارات

المتعلقة بالمنتمين اليها، وهي كذلك تبيان لمدى إحساس الفرد بعدالة الإجراءات المستخدمة في تحديد المخرجات، حيث تعتبر تصور ذهني لعدالة الآليات المنتهجة في اتخاذ القرارات المرتبطة بالأفراد، فاذا سلمنا ان عدالة التوزيع تترجم العدالة المعتمدة في توزيع المخرجات فإن العدالة الإجرائية تبين مدى عدالة الإجراءات المستخدمة في ذات العملية. (محارمة، 2000، صفحة 36).

فحسب liventhal 1980 هناك قواعد إجرائية تبين متى توافر العدالة التنظيمية في المنظمة (داسة و شبيلي، 2020، صفحة 425)و هي:

– **قاعدة الدقة:** حيث تتم عملية جمع وتحليل المعلومات والأفكار لغرض التخصيص بعناية فائقة وتركيز شديد تفاديا للأخطاء التي قد تؤثر على الافراد.

– **الاستقامة:** والتي تمثل الثبات في عمليه اتخاذ القرارات على جميع الافراد دون استثناء او تعديل.

– **قاعدة عدم التمييز:** يتم من خلالها وضع الاهواء والميول وكل أشكال الانحياز جانبا بالنسبة للمسؤول لحظة اتخاذه للقرارات.

– **قابلية التصحيح:** والتي تتيح للفرد الغير راضي بالقرار المتخذ بحقه الاستئناف رغبة منه في تغييره جزئيا أو كليا لذلك.

– **التمثيل:** والتي يمنح من خلالها الحق للعاملين في المشاركة في اتخاذ القرارات حال توزيع المخرجات.

– **قاعدة الأخلاق:** والتي تشترط ضرورة تطابق وتناسب القرارات المتخذة في المنظمة مع ثقافة وأعراف وتقاليد العاملين المعنيين بتلك القرارات.

ج- **عدالة التفاعلات:** تعرف أيضا بعدالة التعاملات والتي تهتم بجانب المعاملات واساليب التواصل المنتهجة من طرف الإدارة اثناء تعاطيها مع العاملين في المنظمة، والتي يكون أساسها الشفافية والاحترام والتقدير، لذلك فقد اعتبرت امتدادا وتكملة لعدالة الإجراءات من خلال تعامل الرؤساء مع مرؤوسيهم في مختلف المواقف، حيث تم تحديد مكونين أساسيين لعدالة التفاعلات وهما:

– العدالة المرتبطة بالعلاقات الشخصية من خلال التزام الرؤساء في معاملاتهم مع مرؤوسيهم بالتأدب والاحترام وتفادي التصرفات المهينة لهم اوتلك التي فيها مساس بكرامتهم.

- العدالة المرتبطة بالمعلومات والتي تترجم عمل الإدارة على توفير المعلومات اللازمة والشروحات الكافية للعاملين بغرض توضيح ممارساتها وقراراتها تجاههم.(شنطاوي و ريما العقلة، 2013، صفحة 76)

د- **العدالة التقييمية:** وهي عبارة عن نظام محدد يتضمن مجموعة من العمليات والاجراءات تمنح للأفراد اليقين بأن الإدارة تهدف الى حماية حقوقهم وتضمن لهم عدالة وشفافية اثناء عملية تقييم أدائهم، بعيدا عن التحيز او المحاباة، الامر الذي يولد لديهم الشعور بالطمأنينة والاستقرار ويعزز لديهم الولاء والانتماء لمنظمتهم، فالإدارة ومن خلال درجة الارتباط بين العدالة التقييمية وتعزيز أداء العاملين تعتمد جملة من الاليات والميكانيزمات الغرض منها تحديد نقاط القوة والضعف في أداء أفرادها، حيث تمنحهم دفعا وتحفيزا من اجل تصحيح وتعزيز اداءهم انطلاقا من ثقتهم في عدالة تقييمها لهم.

2- الإطار المفاهيمي لسلوكيات المواطنة التنظيمية:

2-1- تعريف سلوكيات المواطنة التنظيمية:

تستلزم التحديات التي تواجه المنظمات في مساعيها لتحقيق أهدافها تعبئة شاملة لجميع مواردها خاصة البشرية منها، معتمدة في ذلك على آليات تتجاوز الممارسات والعلاقات الرسمية من بينها العمل على تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية حيث يعود الفضل في الظهور الفعلي لمصطلح سلوكيات المواطنة التنظيمية للعالم 1977ORGAN الذي عرفه على أنه سلوك اختياري وطوعي يتعدى حدود الأدوار الوظيفية الرسمية للأفراد، أساسه مبني على التعاون فيما بينهم دون انتظار مقابل مادي أو أي شكل من أشكال التحفيزات، كما أن له التأثير المباشر على أداء المنظمة.(Organ & Konovsky, 1989, p. 157).

أيضا تعتبر سلوكيات المواطنة التنظيمية ممارسات تلقائية من العاملين مردها الى مكتسباتهم القبلية سواء الأخلاقية او الدينية..... تتجاوز وظائفهم الرسمية و لا يبتغون مقابلا من القيام بها . (بن عودة ، 2018، صفحة 543)

وكتعريف اجرائي يمكن القول ان سلوكيات المواطنة التنظيمية هي عبارة عن ممارسات الافراد الطوعية التي تتجاوز حدود وظائفهم التعاقدية، يستهدفون من خلالها اشباع فضولهم والمساهمة في تحقيق اهداف منظمتهم دون توقع مقابل لذلك، ويكون لها الأثر الايجابي على المنظمة ككل.

2-2- أبعاد سلوكيات المواطنة التنظيمية:

تجمع الدراسات والأبحاث العلمية التي اهتمت بهذا الموضوع على تحديد خمس أبعاد أساسية لسلوكيات المواطنة التنظيمية جاءت على النحو التالي:

أ-**الإيثار**: وهو سلوك من خلاله يقدم الفرد على المساعدة الطوعية لأعضاء المنظمة سواء رؤساء او موظفين او حتى العملاء دون توقع مقابل لذلك.

ب-**الكياسة**: وتعرف ايضا باللباقة واللطف، حيث يبدي الفرد رفضه لوقوع المشاكل محاولا صدها ومنع حدوثها إدراكا منه لمدى تأثير هذا السلوك على المحيطين به، كما يجتنب كل اشكال التذمر او معارضه القرارات الفوقية مقابل تركيز الاهتمام على تحقيق الاهداف العامة للمنظمة (حواطي و طعيبة ، 2020، صفحة 119).

ج-**الروح الرياضية**: والتي تشير الى قدرة الفرد على العمل في الظروف والمواقف الصعبة دون شكوى او تذمر، بالإضافة الى تقبله لنتائج مساهماته في منع الصراعات والجدالات التي تقع بين زملائه ومحاولة تسوية النزاعات التي تحدث بينهم.

د-**وعي الضمير**: عبارة عن سلوك شخصي يقوم من خلاله الفرد بأعمال تطوعية تتعدى الحدود الوظيفية له في المنظمة. (بن يحي، 2017، صفحة 250).

هـ-**السلوك الحضاري**: يترجم ولاء الفرد لمنظمته من خلال مساهماته الفعالة والبناءة في الحفاظ عليها والعمل على بقائها ورقيها، كالتزامه حضور الاجتماعات والمشاركة في التظاهرات والفعاليات المنظمة من قبل مؤسسته.

3- منهجية الدراسة الميدانية:

3-1 مجال الدراسة:

أ-المجال الجغرافي :أجريت الدراسة على مستوى المديرية العملية لاتصالات الجزائر لولاية باتنة.

ب- المجال البشري :شملت الدراسة العاملين بالمديرية العملية لولاية باتنة والبالغ عددهم 115 موظف. تم توزيع استبانة، استرجع منها 84 واستبعدت استبانة واحدة لعدم صلاحيتها.

ج- المجال الزمني :امتدت الدراسة في الفترة الممتدة بين 02 جانفي و20 مارس 2024.

3-2 متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل والمتمثل في العدالة التنظيمية من خلال ابعادها الاربعة: التوزيعات، الإجراءات، التفاعلات، والعدالة التقييمية.

- المتغيرالتابع والمتمثل في سلوكيات المواطنة التنظيمية بأبعادها التي تشمل الإيثار، الكياسة (اللطف واللباقة)، الروح الرياضية، السلوك الحضاري ووعي الضمير.

4- النتائج ومناقشتها:

تم إعداد الاستبيان في صيغته النهائية بالاعتماد على بعض الدراسات السابقة، مع إضافة بعض التعديلات بناءا على توجيهات مجموعة من الأساتذة المحكمين، حيث تم تقسيمه الى المحاور التالية:

المحور الأول: والمتعلق بالمعلومات العامة التي شملت البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد العينة.

المحور الثاني: والمتعلق بالعدالة التنظيمية ويضم 22عبارة موزعة على ابعاده الأربعة على النحو التالي: عدالة التوزيعات (6 عبارات) عدالة الإجراءات (6 عبارات) عدالة التفاعلات (4 عبارات) والعدالة التقييمية (6 عبارات).

المحور الثالث: والمتعلق بسلوكيات المواطنة التنظيمية ويتكون من 19عبارة موزعة على ابعاده الخمسة على النحو التالي: الايثار(3عبارات) الكياسة(5عبارات) الروح الرياضية (4 عبارات) السلوك الحضاري (3 عبارات) ووعي الضمير (4 عبارات).

ولتحليل الاستبيان تم الاعتماد على سلم ليكرت الخماسي للإجابة على الاسئلة التي وزعت على خمس درجات كالآتي(بوزورين، 2017، صفحة 206) :غير موافق تماما=1، غير موافق=2، محايد=3، موافق=4، موافق تماما=5.

وبحساب طول الفئة وجدنا ما يلي:

طول الفئة = (أكبر قيمة – أصغر قيمة) ÷ عدد الفئات= (5-1) ÷5 =0.8

عرض النتائج يكون من خلال ما توصلنا إليه من إجابات أفرادمجتمعالدراسةعلى الأسئلة، حيث يتم تحليل البيانات المتحصل عليها للتعرف على مستويات العدالة التنظيمية وسلوكيات المواطنة التنظيمية في المديرية العملية لاتصالات الجزائر-باتنة-،وكهدف أساسي من اجل معرفة دورالعدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين في المؤسسة محل الدراسة بالاعتماد على البيانات المعتمدةفي الدراسة للتحليل والمناقشة.وبناء على ما سبق فإن فئات المقياس والمجالات المقابلة لرأي أفراد عينة الدراسة ودلالة الفئات تكون على النحو المبين في الجدول التالي:

الجدول رقم 01: اتجاهات أفراد عينة الدراسة حسب قيم المتوسط المرجح

الوسط المرجح	المستوى	دلالة الفئات
من 1.00 الى 1.79	غير موافق تماما	منخفضة جدا
من 1.80 الى2.59	غير موافق	منخفضة
من 2.60 الى 3.39	محايد	متوسطة
من 3.40 الى 4.19	موافق	مرتفعة
من 4.20 الى 5.00	موافق تماما	مرتفعة جدا

المصدر: من إعداد الباحثان

4-1 اختبار صدق وثبات أداة الدراسة: وذلك بالتركيز على صدق الاتساق الداخلي للتأكد من تجانس عبارات الاستبيان مع كل محور تنتمي إليه عن طريق حساب معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية التي تنتمي إليه هذه العبارات عند مستوى معنوية إحصائية0.05.

أ-دراسة صدق الاتساق الداخلي لعبارات العدالة التنظيمية:

- **دراسة صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد عدالة التوزيعات:**

الجدول التالي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد عدالة التوزيعات والدرجة الكلية للبعد.

الجدول رقم 02: الاتساق الداخلي لبعد عدالة التوزيعات

عبارات بعد عدالة التوزيعات	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
المقابل المادي الذي اتقاضاه اراه مناسبا مقارنة بزملائي في العمل.	0.668**	0.000
متطلبات الوظيفة التي اشغلها تتناسب مع قدراتي الذاتية.	0.507**	0.000
هناك عدالة وتوازن في توزيع الأعباء و المهام بين الموظفين.	0.802**	0.000
تأخذ الإدارة في الحسبان خبرتي المهنية عند مكافاتي.	0.774**	0.000
تلتزم الإدارة بتوزيع الحوافز المادية حسب درجة استحقاق كل موظف.	0.688**	0.000
الامتيازات التي احصل عليها اراها اقل من تلك التي يتحصل عليها من يعادلونني وظيفيا.	0.053	0.000

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

من خلال نتائج الجدول رقم 02 تم حذف العبارة رقم 6 لعدم دلالتها الإحصائية، كما يتضح أن معاملات الارتباط بين باقي العبارات المتعلقة ببعد عدالة التوزيعات والدرجة الكلية للبعد محصورة بين 0.507 و0.802 أي انها دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.05، ما يعني أنها متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي إليه، وهذا ما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات هذا البعد.

- **دراسة صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد عدالة الاجراءات:**

الجدول التالي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد عدالة الاجراءات والدرجة الكلية للبعد.

الجدول رقم03: الاتساق الداخلي لبعد عدالة الاجراءات.

عبارات بعد عدالة الاجراءات	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
أرى ان الإجراءات الإدارية المعتمدة في المؤسسة عادلة.	0.811**	0.000
تشرك الإدارة موظفيها بآرائهم الخاصة بالعمل قبل اتخاذ القرارات .	0.851**	0.000
قرارات رؤسائي الخاصة بعملي اراها مناسبة و مبنية على أسس منطقية.	0.760**	0.000
تأخذ الإدارة بعين الاعتبار مقترحات العمال المتعلقة بالكفاءة و تقييم الأداء.	0.866**	0.000
يلتزم المسؤول بالنزاهة و العدالة عند تدخله لفك النزاعات و الخلافات التي تحدث بين الموظفين.	0.787**	0.000
تقدم الإدارة للعامل التوضيحات و التفسيرات الخاصة بالقرارات المتخذة.	0.851**	0.000

الارتباط بين المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

نتائج الجدول رقم 03 تبين أن معاملات عبارات بعد عدالة الإجراءات والدرجة الكلية للبعد محصورة بين 0.760 و0.866 دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية0.05، مما يعني أن العبارات متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي إليه، وهذا ما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات هذا البعد.

- **دراسة صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد عدالة التفاعلات:**

الجدول التالي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد عدالة التفاعلات والدرجة الكلية للبعد.

الجدول رقم 04: الاتساق الداخلي لبعد عدالة التفاعلات

عبارات بعد عدالة التفاعلات	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
أناقش مع رؤسائي في العمل القرارات المتعلقة بوظيفتي.	0.521**	0.000
تتفادى الإدارة في معاملاتها كل اشكال المحاباة و التمييز و التفرقة بين العمال.	0.829**	0.000
يأخذ رؤسائي في الحسبان مصلحتي الشخصية عند اتخاذ القرارات المرتبطة	0.782**	0.000
تلتزم الإدارة بشرح الأسباب المتعلقة بالقرارات المتخذة في حقي والتي ترتبط	0.826**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

نتائج الجدول رقم 04 توضح أن معاملات الارتباط بين عبارات بعد عدالة التفاعلات والدرجة الكلية للبعد محصورة بين 0.521 و0.829 وهي دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.05، ما يعني أن العبارات متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي إليه، وهذا ما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد عدالة التفاعلات.

- **دراسة صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد العدالة التقييمية:**

الجدول التالي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد العدالة التقييمية والدرجة الكلية للبعد

الجدول رقم05: الاتساق الداخلي لبعد العدالة التقييمية

عبارات بعد العدالة التقييمية	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
تقييم ادائي من طرف الإدارة موضوعي و بعيد عن العلاقات الشخصية.	0.803**	0.000
يتم تقييم أداء الموظفين في المؤسسة على حد سواء وبدون تمييز.	0.886**	0.000
أملك تصورا و دراية بالمعايير المعتمدة من طرف الإدارة في تقييم الأداء الخاص	0.754**	0.000
تتميز المعايير المعتمدة من طرف المؤسسة في تقييم الأداء بالموضوعية والعدالة	0.880**	0.000
أملك الحق في التحفظ و التظلم لدى الإدارة ضد أي تقييم في حقي اراه مجحفا وغير عادل.	0.679**	0.000
أرى ان تقييم ادائي يكون استشرافا لمدى استحقاقي و جدارتي بالترقية او العكس.	0.744**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

من خلال نتائج الجدول رقم 05 يتضح أن معاملات الارتباط بين عبارات بعد العدالة التقييمية والدرجة الكلية للبعد محصورة بين 0.679 و0.886 وهي دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.05، مما يعني أن العبارات متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي إليه، وهذا ما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات هذا البعد.

ب-دراسة صدق الاتساق الداخلي لعبارات سلوكيات المواطنة التنظيمية:

- **دراسة صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد الايثار:**

الجدول التالي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد الايثار والدرجة الكلية للبعد.

الجدول رقم 06: الاتساق الداخلي لبعد الايثار

عبارات بعد الايثار	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
أبادر الى القيام بمهام و اعمال إضافية.	0.730**	0.000
أقوم بإنجاز الاعمال و المهام المتعلقة بزملائي في العمل في حالة تغيبهم.	0.769**	0.000

أقدم المساعدة و الدعم للزملاء الجدد.	0.714**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

نتائج الجدول رقم 06 تبين أن معاملات الارتباط بين عبارات بعد الايثار والدرجة الكلية للبعد محصورة بين و0.714 و0.769 وهي دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.05، ما يعني أن العبارات متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي إليه، وهذا ما يثبت صدق الاتساق

الداخلي لعبارات هذا البعد.

- **دراسة صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد الكياسة:**

الجدول التالي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد الكياسة والدرجة الكلية للبعد.

الجدول رقم07: الاتساق الداخلي لبعد الكياسة

عبارات بعد الكياسة	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
أحرص على التنسيق مع الزملاء عند القيام بالأعمال و المهام المطلوبة	0.715**	0.000
أقدم المعلومات المتعلقة بالعمل اللازمة للزملاء.	0.627**	0.000
أتفادى الدخول في صراعات او مشاكل مع الزملاء في العمل.	0.674**	0.000
أتوسط لدى الزملاء لإيجاد حلول للمشاكل التي تحدث بينهم حال	0.623**	0.000
أحرص على عدم الخوض في حوارات و نقاشات خارجة عن نطاق العمل في الأوقات المخصصة للعمل.	0.685**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

نتائج الجدول رقم 07 توضح أن معاملات الارتباط بين عبارات بعد الكياسة ودرجاته الكلية والمحصورة بين0.623 و0.715 ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05، ما يعني أن العبارات متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي إليه، وهذا ما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات هذا البعد.

- **دراسة صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد الروح الرياضية**

الجدول التالي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد الروح الرياضية والدرجة الكلية للبعد

الجدول رقم08: الاتساق الداخلي لبعد الروح الرياضية

عبارات بعد الروح الرياضية	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
أقوم بالأعمال و المهام الخارجة عن نطاق المهام المتعلقة بي خدمة المؤسسة	0.643**	0.000
لا ابدي أي انزعاج او تذمر من الأعمال المطلوب مني اداءها.	0.759**	0.000
أحاول ان اتفادى وان أتغاضى عن مضايقات الزملاء في مجال العمل.	0.626**	0.000
أهتم للنصائح و التوجيهات التي اتلقاها من الزملاء في العمل .	0.471**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

من خلال نتائج الجدول رقم 08 يتضح أن معاملات الارتباط بين عبارات بعد الروح الرياضية والدرجة الكلية للبعد محصورة بين 0.471 و0.759 وهي دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.05، ما يعني أن العبارات متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي إليه، وهذا ما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات هذا البعد.

- **دراسة صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد السلوك الحضاري:**

الجدول التالي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد السلوك الحضاري والدرجة الكلية للبعد

الجدول رقم 09: الاتساق الداخلي لبعد السلوك الحضاري

عبارات بعد السلوك الحضاري	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
ألتزم حضور ومتابعة الاجتماعات والفعاليات التي تعقدها المؤسسة.	0.724**	0.000
أساهم بالمقترحات و الحلول اللازمة من اجل تحقيق اهداف المؤسسة.	0.744**	0.000
لدي دراية تامة بالقوانين الداخلية الساري المفعول بها في المؤسسة.	0.755**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

نتائج الجدول رقم 09 تبين أن معاملات الارتباط بين عبارات بعد السلوك الحضاري والدرجة الكلية للبعد محصورة بين 0.724 و0.755 وهي دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.05، ما يعني أن العبارات متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي إليه، وهذا ما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات هذا البعد.

- **دراسة صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد وعي الضمير:**

الجدول التالي يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد وعي الضمير والدرجة الكلية للبعد.

الجدول رقم 10: الاتساق الداخلي لبعد وعي الضمير

عبارات بعد وعي الضمير	معامل الارتباط	قيمة الدلالة
أحترم مواعيد العمل و التزم بها.	0.744**	0.000
أحترم واتقيد بفترات الراحة النظامية ولا استغل الفترات المخصصة للعمل لذات	0.772**	0.000
أطلب الاذن و التصريح للغياب مسبقا .	0.736**	0.000
أقدم اقتراحات واراء و افكار من شانها تحسين أداء المؤسسة .	0.699**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

من خلال نتائج الجدول رقم 10 يتضح أن معاملات الارتباط بين عبارات بعد وعي الضمير والدرجة الكلية للبعد محصورة بين 0.699 و0.772 وهي دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.05، ما يعني أن العبارات متسقة داخليا مع المحور الذي تنتمي إليه، وهذا ما يثبت صدق الاتساق الداخلي لعبارات لهذا البعد.

4-2 اختبار ثبات أداة الدراسة:

يعبر ثبات الاستبيان على حالة الاستقرار في نتائجه حتى لو وزع مرة أخرى على أفراد العينة وفي الظروف نفسها، ومن اجل التحقق من ثبات الأداة يتم الاعتماد على معامل الفاكرونباخ. (رزواوي، 2017، صفحة 160).

أ- نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة:الجدول التالي يبين نتائج معامل ألفا كرو نباخ لأداة الدراسة

الجدول رقم 11: نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة

المحور	الفاكرونباخ	الثبات
العدالة التنظيمية	0.852	%85.2
سلوكيات المواطنة التنظيمية	0.949	%94.9
معامل الثبات العام	0.935	%93.5

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

يتضح من خلال الجدول رقم 11 أن قيم ألفا كرو نباخ لكل من العدالة التنظيمية وسلوكيات المواطنة التنظيمية ومعامل الثبات العام قد تجاوزت النسبة المقبولة إحصائيا والمقدرة بـ 0.60،

وهذا يدل على أن معاملات الثبات مرتفعة لمحاور الاستبيان، وهوما يؤكد تمتع أداة الدراسة بدرجة عالية من الثبات وصالحيتها للتطبيق على عينة الدراسة.

ب-اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات أفراد الدراسة:

من المهم التأكد فيما إذا كانت بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي من اجل تحديد الأدوات الإحصائية المناسبة في عملية تحليل واختبار بيانات الدراسة وفرضياتها، حيث نستدل بمخرجات اختبارTests de normalité()المتعلقة باختبار Kolmogorov-Smirnov الذي يتم الاعتماد عليه إذا كانت العينة تساوي او تفوق 50 فردا.

الجدول رقم 12: اختبار التوزيع الطبيعي (Kolmogorov-Smirnov)

اختبار نوع التوزيعات لبيانات الاجابات	Kolmogorov-Smirnov	
	Statistiques	Sig
العدالة التنظيمية	0.52	0.200
سلوكيات المواطنة التنظيمية	0.68	0.200

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

نتائج الجدول رقم 12 تبين ان مستوى المعنوية Sig بالنسبة للمتغيرين بلغ 0.200 أي أكبر من 0.05 بالإضافة الى ان العينة فاقت الخمسون فردا الامر الذي يبين ان بيانات العينة تتبع توزيعا طبيعيا.

ج-تحليل نتائج الاستبيان واختبار الفرضيات:

من خلال هذا المطلب سنقوم بدراسة واقع العدالة التنظيمية وسلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر –باتنة– إضافة إلى اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.

✓ **دراسة واقع تطبيق العدالة التنظيمية بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر –باتنة–** :

يوضح الجدول التالى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه واقع تطبيق العدالة التنظيمية بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر –باتنة–

الجدول رقم13: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد العدالة التنظيمية

ابعاد العدالة التنظيمية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
عدالة التوزيعات	3.05	0.852	متوسط
عدالة الإجراءات	2.94	0.900	متوسط
عدالة التفاعلات	3.05	0.771	متوسط

العدالة التقييمية	3.08	0.889	متوسط
العدالة التنظيمية	3.04	0.729	متوسط

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

من خلال الجدول رقم 13 يتبين لنا أن أفراد العينة يقبلون بمستويات متوسطة فكرة تطبيق العدالة التنظيمية في المؤسسة، ذلك لان قيمة المتوسط الحسابي لإجاباتهم حول هذا المحور بلغت 3.04 بانحراف معياري 0.729، وهي نفس المستويات بالنسبة للأبعاد المشكلة للمحور ككل.

✓ **دراسة واقع ممارسات سلوكيات المواطنة التنظيمية بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر –باتنة–:** يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه واقع سلوكيات المواطنة التنظيمية بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر –باتنة–

الجدول رقم14: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد سلوكيات المواطنة التنظيمية

ابعاد سلوكيات المواطنة التنظيمية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
الايثار	4.14	0.510	مرتفع
الكياسة	4.19	0.514	مرتفع
الروح الرياضية	3.84	0.554	مرتفع
السلوك الحضاري	4.03	0.569	مرتفع
وعي الضمير	4.18	0.521	مرتفع
سلوكيات المواطنة التنظيمية	4.08	0.398	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

من خلال الجدول رقم 14 يتبين لنا أن أفراد العينة يعتبرون مستويات ممارسات سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين بالمؤسسة مرتفعة، لان قيمة المتوسط الحسابي لإجاباتهم حول هذا المحور بلغت 4.08 بانحراف معياري 0.398، وهي نفس المستويات بالنسبة لجميع الأبعاد المشكلة للمحور ككل.

✓ **اختبار الانحدار الخطي البسيط لدور العدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية:**

من خلال هذا العنصر سنعمل على دراسة دور المتغير المستقل (العدالة التنظيمية) في تعزيز المتغير التابع (سلوكيات المواطنة التنظيمية) بالاعتماد على تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث نقترح النموذج الرياضي المفسر لمعادلة الانحدار البسيط بين المتغيرين.

الجدول رقم15: نتائج اختبار الانحدار البسيط لدور العدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية.

تحليل تباين خط الانحدار		القدرة التفسيرية		جدول المعاملات			
قيمةFالمحسوبة	مستوى المعنويةSig	R	R^2		B	T	مستوى المعنويةSig
13.655	0.000	,380[a]	0.144	الثابت	3.488	21.000	0.000
				العدالة التنظيمية	0.196	3.695	0.000

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS V22

انطلاقا من نتائج الجدول رقم 15 يتبين لنا ما يلي:

- قيمة F المحسوبة بلغت 13.655بمستوى معنوية 0.000 وهي اقل من 0.05 مما يوضح صحة نموذج القياس.

- قيمة معامل الارتباط R بين العدالة التنظيمية وسلوكيات المواطنة التنظيمية بلغت 0.380 بمستوى معنوية 0.000 وهي اقل من 0.05 مما يوضح وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة.

- كما بلغت قيمة معامل التحديد R^2: 0.144 وهو ما معناه ان تطبيق العدالة التنظيمية من وجهة نظر العاملين في المؤسسة يفسر ما نسبته14.40 % من ممارساتهم لسلوكياتالمواطنة التنظيمية، وتبقى نسبة 85.60 % مرتبطة بعوامل أخرى لا علاقة لها بدراستنا.

-معامل الانحدار B قدرت قيمته ب0.196 وهو ما معناه ان التغير في تطبيق العدالة التنظيمية في المؤسسة محل الدراسة يؤدي الى التغير في ممارسات سلوكيات المواطنة التنظيمية بمقدار 0.196.

- كما بلغت قيمة (T) 3.695 بمستوى معنوية 0.000 وهي اقل من 0.05 مما يبين معنوية معامل الانحدار، اما بالنسبة للثابت فقد بلغت قيمته 3.488، وعليه يمكن تحديد معادلة خط الانحدار البسيط كما يلي:

$$Y=3.488+0.196X.$$

حيث: (Y) تمثل سلوكيات المواطنة التنظيمية، (X) العدالة التنظيمية،3.488يمثلالثابت، 0.196 يمثل ميل معادلة الانحدار البسيط.

وانطلاقا مما سبق فإننا نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على انه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية يبين دور العدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر –باتنة-عند مستوى معنوية0.05.

في حين نقبل الفرضية البديلة التي تنص على ان هناك أثر ذو دلالة إحصائية يبين دور العدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر –باتنة-عند مستوى معنوية0.05.

5. خاتمة

من خلال هذه الورقة البحثية التي اعتمدنا فيها على دراسة تطبيقية كانت المديرية العملية لاتصالات الجزائر-باتنة-ميدانا لها، توصلنا الى ان درجات تطبيق العدالة التنظيمية كانت متوسطة، في حين ان مستويات ممارسات لسلوكيات المواطنة التنظيمية كانت مرتفعة، كما اثبتت النتائج ان هناك علاقة ارتباط ضعيفة بين المتغربين محل الدراسة، وان دور العدالة التنظيمية ضعيف في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية لدى العاملين. وعليهيمكن عرض اهم النتائج التي تم التوصل اليها على النحو التالي:

أ – قناعة العاملين بتطبيق العدالة التنظيمية على مستوى المنظمة مستوياتها متوسطة بشكل عام، الامر الذي يشكل تحديا كبيرا للإدارة من اجل الارتقاء بالعدالة التنظيمية فيها.

ب –ممارسات العاملين في المؤسسة لسلوكيات المواطنة التنظيمية مستوياتها عالية، ما يبرز مبادرة العاملين لأداء أدوار إضافية تعبرعن ولاءهم وارتباطهم بمنظمتهم وحرصهم على تحقيق اهدافها.

ج – دور العدالة التنظيمية في تعزيز سلوكيات المواطنة التنظيمية يتميز بمستويات متدنية تفسره علاقة الارتباط الضعيفة بين المتغيرين.

المقترحات:

أ – ينبغي على الإدارة إيجاد الحلول ووضع الاليات اللازمة والكفيلة بتقوية شعور العاملين فيها بتوفر العدالة التنظيمية، عن طريق فتح نقاشات جادة وبرمجة ورشات عمل موسعة بمشاركة الجميع وبالاستعانة بمكاتب استشارية مؤهلة، الغرض منها الاستماع لانشغالات العاملين وفهم وجهات نظرهم من اجل حلحلة الموضوع.

ب –بالنسبة للمستويات المرتفعة لممارسات العاملين لسلوكيات المواطنة التنظيمية فهو امر إيجابي، يحتم على الإدارة تثمينه وتوفير الظروف والتحفيزات اللازمة من اجل الحفاظ عليه والارتقاء به بالنظر لانعكاساته الإيجابية على مردودية الافراد والمنظمة ككل.

6.قائمة المراجع.

1- ثامر محمد محارمة، (2000)،" مدى احساس موظفي الدوائر الحكومية الاردنية في محافظتي الكرك و القيلية بالعدالة التنظيمية –دراسة حالة –"، *مجلة الاداري معهد الادارة العامة،الأردن، المجلد 4* ،العدد 2.

2- خالصة رزواوي،(2017)،" *تأثير الادارة الالكترونية للموارد البشرية على تطوير رأس المال الفكري دراسة حالة بعض المؤسسات الاقتصادية بسطيف"، اطروحة دوكتوراه*، كلية العلوم الاقتصاديةوعلوم التسيير قسم علوم التسيير.تخصص إدارةاعمال المؤسسات. سطيف: جامعة فرحات عباس،الجزائر.

3–ربيحة حواطي و احمد طعيبة ،(2020)،" مساهمة المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في تنمية سلوك المواطنة التنظيمية –دراسة ميدانية بمؤسسات قطاع الاتصالات لولاية الجلفة"، *مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال،الجزائر، المجلد 6* ،الرقم 4.

4–عزالدين بن يحي. (2017). اثر العدالة التنظيمية على سلوك المواطنة التنظيمية –دراسة ميدانية بمؤسسات الشباب لولاية قسنطينة،الجزائر، *المجلد 4* ،العدد10 .

5–فيروز بوزورين. (2017). *أثر ممارسات ادارة الموارد البشرية في بناء المزايا التنافسية للمؤسسات المتوسطة الجزائريةدراسة ميدانية في بعض املؤسسات اطروحة دكتوراه.* كليةالعلوم الاقتصادية والتجاريةوعلوم التسيير. سطيف:جامعة فرحات عباس سطيف1،الجزائر.

6–محفوظ احمد جودة. (2010). *ادارة الموارد البشرية*، دار وائل للنشر و التوزيع. الأردن.

7–مصطفى داسة، و بلقاسم شبيلي. (2020). العدالة التنظيمية في قراءة سوسيولوجية. *مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية و الانسانية المعمقة*،الجزائر.

8–موسى نواف الشنطاوي، و محمود ريما العقلة. (2013). العدالة التنظيمية في جامعة اليرموك و علاقتها باداء اعضاء هيئة التدريس فيها و سبل تحسينها. *مجلة العلوم التربوية و النفسية،الأردن، المجلد 14* ،العدد 4.

9–نماء جواد العبيدي. (2012). اثر العدالة التنظيمية و علاقتها بالالتزام التنظيمي. *مجلة تكريت للعلوم الادارية و الاقتصادية،العراق، المجلد 8* ،العدد 24.

10–مصطفى بن عودة. (2018). أثر الثقافة المتكيفة على محددات سلوك المواطنة التنظيمية. دراسة ميدانية على عينة من مؤسسات دباغة الجلود بالجزائر مجلةاقتصاديات المال والاعمال، الجزائر، العدد8.

المراجع باللغة الأجنبية

-1D Organ،M Konovsky." (1989) ، Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behavior".*journal of applied psychology ،V 74*،N 1.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - AcilJournal forEconomic and Administrative Research

ISSN:2571-9866
EISSN:2661-7854

المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024،ص ص 397-412

المقاولاتية الاجتماعية:دراسة ببليومترية للفترة(1983-2023)

Social entrepreneurship: A bibliometricstudy of the period(2023-1983)

إسماعيل بن ديلمي*
Ismail bendilmi
جامعة باتنة1-الجزائر،
مخبر LEEGA
Ismail.bendelmi@univ-k batna.dz

كريمة بوقرة
Karima bouguerra
جامعة أم البواقي-الجزائر
k.bouguerra@centre-univ-mila.dz

تاريخ الاستلام: 2024/02/16 تاريخ القبول: 2024/04/25 تاريخ النشر:2024/04/30

الملخص:
هدفت هذه الدراسة إلى مراجعة الأدبيات للجامعة المقاولاتية واستكشاف توجهاتها الحديثة، حيث تم القيام بالتحليل الببليومتري لبيانات 2610 دراسة مدرجة بقاعدة البيانات Scopus، من اجل تحديد الفجوة البحثية لاتجاهات البحث المستقبلي مع كشف التقاطع بين الأعمال والأثر الاجتماعي، توصلت الدراسة إلى أن الجامعة المقاولاتية موضوع جد حديث، يدور جوهره حول إحداث تغيير إيجابي في المجتمع، وعلى الرغم من أن العديد من العلماء قد تناولو القضايا المتعلقة بالجامعة المقاولاتية على مر السنين، إلا أن وجهات النظر المشتركة بشأن الموضوع لا تزال مفقودة، وأن موضوعات البحث المستقبلية يجب أن تركز بشكل أكبر على المشكلات والعوامل التي تؤثر على المقاولاتية الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية:المقاولاتية الاجتماعية، ريادة الأعمال، التحليلالببليومتري.

تصنيف جال: M13 , Q2

Abstarct:
This study aimed to review the literature on the entrepreneurial university and explore its modern trends. A bibliometric analysis of the data of 2610 studies included in the Scopus database was carried out, in order to identify the research gap for future research directions while revealing the intersection between business and social impact. The study concluded that the entrepreneurial university is a very recent topic. At its core, it is about creating positive change in society, and although many scholars have addressed issues related to the entrepreneurial university over the years, common perspectives on the topic are still missing, and future research topics should focus more on the problems and factors Which affects social entrepreneurship.

Keywords: Social Entrepreneurship, Entrepreneurship, BibliometricAnalysis,
JEL classification codes :M13, Q2.

***المؤلف المرسِل**

1. مقدمة:

برزت المقاولاتية الاجتماعية بشكل متزايد كقوة مهمة لحل المشكلات الاجتماعية وتعزيز الابتكار الاجتماعي، وأصبحت قضية ناشئة، ومن أهم مجالات الأعمال التي تزايد الاهتمام بها في جل دول العالم، حيث ارتبط

ظهورها بتطور الاقتصاد التضامني المبني على التكافل والتآزر بين الشركاء الاقتصاديين والاجتماعين في العقدين الآخرين وارتباطا بالأزمة التي عرفها العالم منذ 2008-2009، والتي شملت النظام والبنية الاقتصادية للدول خاصة في أوربا فعجزت المخططات الاقتصادية في إيجاد حلول ناجعة لها ما دفعها الدول إلى البحث عن سبول جديدة للنهوض بالوضع التنموي تمثل هذا الأسلوب في المقاولاتية الاجتماعية التي قدمت حلولا ملموسة ومبتكرة وفاعلة لتلبيات الحاجيات الاجتماعية التي عجزت الدولة عن تأمينها في السابق. حيث أصبحت اليوم منبع للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على حد السواء، واضحت من القضايا الاجتماعية والبيئية التي تشكل أهمية كبيرة في الآونة الأخيرة نظرا للأدوار التنموية التي تضطلع بها ومن أجل أن تزيد هذه الأخيرة من إمكانياتها وفرص نجاحها في المجتمع فهي بحاجة لتفعيل برامج ذات تأثير اجتماعي وتنموي مستدام. هذا الطرح يقودنا الإشكال الآتي:

ماهي الآفاق البحثية الحديثة لموضوع المقاولاتية الاجتماعية؟

☜ ومن أجل الإجابة على هذا التساؤل الرئيسي نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- كيف تطورت الأدبيات التي تناولت المقاولاتية الاجتماعية؟
- ماهي الاتجاهات المستقبيلة للبحث المقاولاتية الاجتماعية؟

أهمية البحث:

تستمد الدراسة أهميتها منتكمن أهمية الدراسة في اكتشاف الفجوة البحثية للمقاولاتية الاجتماعية، من خلال الغوص في الإنتاج العلمي المنشور حتى الآن، والبحث عن أهم المؤلفين الرائدين في هذا المجال، مع تحديد التوزيع الجغرافي للإنتاج المعرفي، والدراسات الأكثر تأثيرا، والتعرف على التطور التاريخي لها، لتسهيل البحث في دراسات أخرى مماثلة.

منهجية الدراسة:

نظرا لطبيعة الموضوع محل الدراسة والإشكالية المطروحة، ستستخدم هذه الدراسة نهجا متعدد الأساليب، **حيث اتبعنا المنهج الاستقرائي و بالضبط الأسلوب الوصفي والتحليلي**

لغرض لمراجعة شاملة للأدبيات وجمع الأفكار المتعلقة بالمقاولاتية الاجتماعية، مع محاولة منا اكتشاف الاتجاهات المستقبيلة لها.

2.مراجعة الأدبيات:

المقاولاتية الاجتماعية أو ريادة الأعمال الاجتماعية هي طريقة جديدة لممارسة الأعمال التجارية تركز على معالجة التحديات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية التي تواجهها المجتمعات في جميع أنحاء العالم. إنه شكل من أشكال المشاريع التي تعتمد على أفضل ممارسات قطاع الأعمال والحكومة لإيجاد حلول مبتكرة للمشاكل الاجتماعية. حيث تسعى الشركات والمنظمات إلى تحقيق قيمة اجتماعية واقتصادية من خلال استخدام مبادئ وممارسات ريادة الأعمال، تدور ريادة الأعمال الاجتماعية في جوهرها حول إحداث تغيير إيجابي في المجتمع. يتعلق الأمر بإيجاد حلول مبتكرة للمشاكل الاجتماعية وإحداث فرق في حياة الناس والمجتمعات , Apex). 2023)

لقد كانت المقاولاتية مجالا محددا جيدا في النظرية الاقتصادية منذ أن نشر شومبيتر عمله الأساسي في عام 1911، ولكن المقاولاتية لم تكن عنصرا أساسيا في نظرية ريادة الأعمال العامة، ولم يتم تناولها أو حتى ذكرها إلا نادرا في الكتب المدرسية أو المقالات المراجعة حول ريادة الأعمال، حيث اكد ستيارتوهيورثفي عام 2006 على أن الأبحاث حول المقاولاتية الاجتماعية وتطويرها كانت تتم في السنوات الأخيرة من قبل باحثين وخبراء لا ينتمون عادة إلى مجال ريادة الأعمال، ولكن رغم ذلك فإن نمو الاهتمام بهذا المجال يرتبط ارتباطا وثيقا بحقيقة أن المؤسسات الاجتماعية التي تشكل الفئة الأسرع، وإلى حقيقة أن الجامعات وكليات إدارة الأعمال في جميع أنحاء العالم تشارك حاليا في برامج تعليمية مختلفة في مجال ريادة الأعمال الاجتماعية والمشاريع الاجتماعية. وبالتالي، هناك اهتمام سريع النمو بهذا المجال بين الأكاديميين والممارسين (Pontus & Ulrika , 2009)

تعتمد المقاولاتية الاجتماعية على التركيز على الإرضاء الإدراك النفسي والكفاءة الذاتية، والحاجة إلى اكتساب الهوية الاجتماعية من أجل مواصلة استكشاف وتحفيز سلوك ريادة الأعمال الاجتماعية، لذلك ظهرت نظريات عديدة مثل نظرية السلوك المخطط ونية رائد الأعمال غالبا ما يتم استخدام النموذج، ونموذج هوكرت الموسع، ونظرية الهوية الاجتماعية،

حيث أن المقاولاتية الاجتماعية تعمل على تعزيز نية الأفراد في أن يصبحوا رواد أعمال اجتماعيين، وتعتبر أهم مؤشر على بناء المجتمع.(Kai , 2017)

في عملية تنظيم المشاريع الاجتماعية، مثل تحديد الفرص والحصول على الموارد، يكون رواد الأعمال أكثر حساسية لمواردهم الخاصة لضمان استدامة أعمالهم، وهكذا رأس المال الاجتماعي. حيث تبين نظرية الشبكة الاجتماعية والنظرية المؤسسية ونظرية المنطق المؤسسي دورا مهما في عملية ريادة الأعمال الاجتماعية. ولهذه النظريات أيضا تأثير على تطور المقاولاتية الاجتماعية. (Aiwen & Cheok , 2023)

على الرغم من أن مفهوم المقاولاتية الاجتماعية يكتسب شعبية، إلا أنه يعني أشياء مختلفة لأشخاص مختلفين. يرتبط حصريا بالمنظمات غير الربحية التي تبدأ مشاريع ربحية أو ذات دخل مكتسب، ويستخدمه آخرون لوصف أي شخص يبدأ منظمة غير ربحية، حيث لا يزال البعض الآخر يستخدمه للإشارة إلى أصحاب الأعمال الذين يدمجون المسؤولية الاجتماعية في عملياتهم.(Dees, 2001)

أي بشكل عام، تعتبر ريادة الأعمال الاجتماعية مشروعا تجاريا جديدا ومبتكرا يؤثر على التغيير لدى رائد الأعمال الاجتماعي قضية محددة يهتم بها، ويقوم بتطوير نموذج عمل حول إحداث تأثير إيجابي .الهدف الرئيسي هو إحداث تغيير اجتماعي دائم من خلال الأعمال التجارية.

3.الفرق بين المقاولاتية الاجتماعية والمقاولاتية:

تعتبر المقاولاتية الاجتماعية (SE)مصطلح شامل يشير إلى جميع الأنشطة والعمليات المتخذة لاكتشاف وتحديد واستغلال الفرص لتعزيز الثروة الاجتماعية من خلال إنشاء مشاريع جديدة أو إدارة المنظمات القائمة في إطارإبداعي .Shaker A & Gedajlovic, 2009, p) (520تطبق خلالها المبادئ والإرشادات التي يستخدمها مؤسسو الشركات الناشئة ورجال الأعمال على الأعمال التجارية التي تولد تغييرا اجتماعيا بشكل مباشر أو تؤثر على قضية اجتماعية. حيث يتم تحفيز رائد الأعمال الاجتماعي في المقام الأول من خلال الرغبة في التخفيف من نوع ما من المشاكل الاجتماعية أو الثقافية النظامية.

يهدف رواد الأعمال الاجتماعيون إلى إنشاء أعمال مستدامة تتمتع بقوة البقاء، في حين أن هدف رائد الأعمال هو تعظيم الأرباح، فإن الاهتمام الرئيسي لرجل الأعمال الاجتماعي هو التأثير في معظم الاختلافات الأخرى بين نوعي ريادة الأعمال تنبع من تلك النقطة المحورية.فيما يلي مقارنة بين الاثنين جنبا إلى جنب:

الجدول (01): الفروقات الرئيسية بين المقاول الاجتماعي والمقاول

أوجه الاختلاف	مقاول	مقاول اجتماعي
الموضوع	بناء الأعمال التجارية المستدامة	بناء أعمال مستدامة ومؤثرة اجتماعيا
الدافع	مدفوعا ماليا	مدفوعة بالمهمة
الركز	المستهلكين الافراد	مجموعات اجتماعية
الارتباط بالقضايا الاجتماعية	غير مباشر	مباشر
المنافسة/ التعاون	المنافسة مع الشركات ذات صلة	التعامل مع الشركات ذات صلة
النجاح	على أساس الأرباح المستدامة	على أساس التأثير الاجتماعي المستدام

المصدر: (Coursera Staff, 2023)

4.الأدوات المستخدمة في التحليل الببليومتري:

لمعالجة إشكالية الدراسة تم الاعتماد على التحليل الببليومتري (BibliometricAnalysis)، الذي يقوم بالتحليل الإحصائي للكتب أو المقالات أو المنشورات الأخرى، يستخدم لتتبع مخرجات المؤلف أو الباحث وتأثيره، كما يستخدم أيضا لحساب عوامل تأثير المجلة(UIC, 2023) .حيث تم الاعتماد في دراستنا على برنامج VOSviewer (نسخة 1.6.18)، والذي هو عبارة عن برنامج تنقيب نصي يستخدم أوجه التشابه بين العناصر المختلفة، تشمل الأمثلة على هذه العناصر البلدان، الكلمات الرئيسية، المجلات، المؤلفين والمعلومات الببليومترية الأخرى المستخرجة من قواعد البيانات الأكاديمية(Wong, 2020, p. 03)، يحلل البيانات ويعرض الخرائط الببليومترية كما يتضمن ثلاث أنواع من التصورات: تصور الشبكة، تصور التراكب وتصور الكثافة، والتي توضح الجوانب الهيكلية والديناميكية للبحث العلمي. كما تم توظيف مخرجات برنامج VOSviewer في إنشاء الجداول والرسومات البيانية للمنشورات.

تم الاعتماد على قاعدة البيانات Scopus التابعة لدار النشر الهولندية Elsevier، واستخدام الكلمة الرئيسية "المقاولاتية الاجتماعية " كموضوع بحث وفي العنوان والملخص والكلمات المفتاحية. أجري البحث بتاريخ 2024/01/05ليتم الحصول على 2610 مقالا بحثيا على مدار أكثر من 30 سنة، باللغة الإنجليزية في ثلاثة مجالات معرفية: الأعمال، العلوم الاجتماعية، الاقتصاد والمالية. حيث نلخص من خلال الجدول الموالي مراحل استخراج البيانات وفق معايير الإدراج والاستبعاد:

الجدول (02): المراجعة المنهجية وفق معايير الإدراج والاستبعاد

المراحل	البيانات	
المرحلة 1	قاعدة البيانات	Scopus
	التاريخ	2024-01-05
	موضوع البحث	المقاولاتية الاجتماعية
	السنوات	(1983-2023)
	النتائج الأولية	4736 وثيقة
المرحلة 2	المجلات	الأعمال(3102)، العلوم الاجتماعية (2071)، الاقتصاد والمالية (1805)،
	المستندات	مقالات (3015)
	اللغة	الإنجليزية
	النتائج النهائية	2610مقالا

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على قاعدة البيانات Scopus.

5.نتائج التحليل الببليومتري:

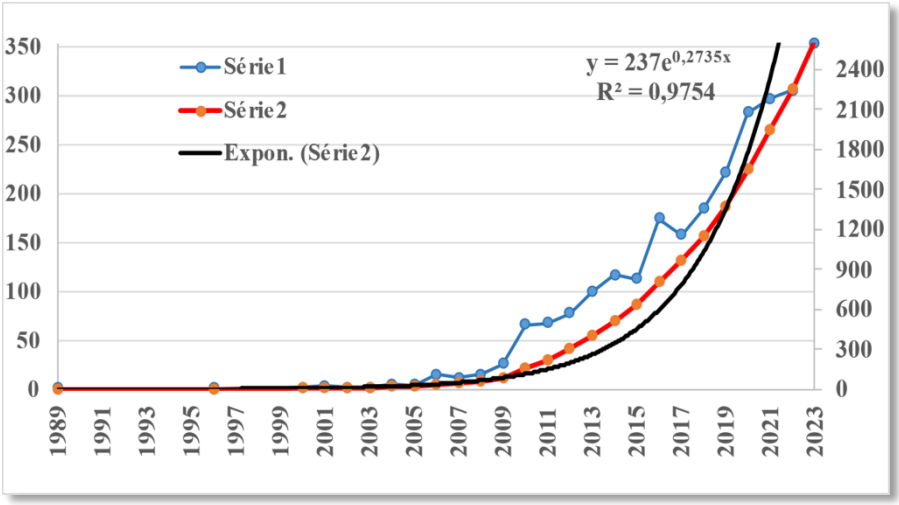
يعرض هذا القسم نتائج التحليل الببليومتري، والتي تمكن من الإجابة على أسئلة البحث، ومن المهم ملاحظة أن البيانات التي تم جمعها من قاعدة البيانات **Scopus**للفترة (1983-2023)تعكس نتائج البحث بتاريخ التقييم.

1.5التطور الزمني للمنشورات واتجاه النمو:

تمت دراسة خط الاتجاه للعدد التراكمي للمنشورات بين سنتي 1983و2023بمزيد من الدقة والتفصيل (الشكل1)، ففي حالة النمو الأسي لوحظ ارتباط كبير بين العدد التراكمي

لمنشورات المقاولاتية الاجتماعية خلال فترة الدراسة، ومع معامل التحديد (R=0,97)، حيث تتيح معادلة خط الاتجاه رؤية مستقبلية لتطور البحث حول موضوع الجامعة المقاولاتية:

الشكل (01): تطور المنشورات والعدد التراكمي للمقاولاتية الاجتماعية خلال الفترة (1983–2023)



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على قاعدة البيانات Scopus.

بدأت الدراسات حول المقاولاتية الاجتماعية سنة 1889، عندما نشر (Bernard 1989), دراسته الأولى التي أدرك فيها لا يمكن اعتبار الابتكار مجرد ظاهرة تكنولوجية .إنها أيضا ظاهرة اجتماعية، وفي منطقة رون ألب في فرنسا، تطورت مبادرة "القطب التكنولوجي" بمعزل عن النسيج الصناعي للمنطقة .ومن الناحية العملية، ينبع الابتكار من أنواع جديدة من التنظيم والعلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشركات نفسها.تم تقديم ثلاثة أمثلة على المقاولاتية الاجتماعية والابتكار والشبكات، من ثم بدأمعدل الانتاج العلمي في مجال المقاولاتية الارتفاع اكتسب معدل الانتاج العلمي أهمية متزايدة من سنة 2006ب 15مقالا الى 66مقالا سنة 2010و184مقالسنة 2018 ثم الى أن وصل إلى ذروته الأولى سنة 2023 بـ 354 مقالا بحثيا، يمكن تفسير هذه الزيادة في السنوات الأخيرة، هو ازدياد الاهتمام بالمقاولاتية الاجتماعية بشكل كبير حول العالم. كذلك زيادةالوعي بالتحديات الاجتماعية والبيئية التي تواجهها

المجتمعات، ورغبة العديد من الأفراد والمؤسسات في تقديم حلول مستدامة وفعالة لهذه التحديات.

2.5 تعاون المؤلفين:

وفقا لبيانات القاعدة Scopus، تم نشر ما مجموعه 2610مقالا بحثيا بواسطة 92مؤلفا، كانت نسبة عدد المؤلفين لكل مقال 28,36% من المقالات، وهومايثبت التعاون البحثي الكبير في مجال أبحاث المقاولاتيةالاجتماعية. حيث يبين الجدول الموالي المؤلفين العشرة الأكثر إنتاجيه:

الجدول (03): المؤلفين الأكثر إنتاجا في مجال المقاولاتية الاجتماعية

الرتبة	اسم المؤلف	المنشورات	الاستشهادات
1	.ratten v	10	538
2	barinaga e	6	62
3	.luc p.t	5	98
4	.nicholls a	5	1363
5	.arendr.j	4	51
6	jr	4	138
7	.pathak s.;muralidharan e	4	144
8	.turpin a.;shierm.l	4	22
9	.williams c.c.;nadin s	4	78
10	.chandra y	3	130

المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى بيانات قاعدة Scopus ونتائج برنامج VOSviewer.

من خلال معطيات الجدول أعلاه التي تم استخراجها من قاعدة البيانات Scopusمن خلال مجموعه 2610 مقالا بحثيا. يحتل Ratten. المرتبة الأولى بـ 10مقالا لذا هو المؤلف الأساسي في هذا الموضوع، يليهBarinagaبـ 6 مقالات، في المقابل تتراوح إنتاجيه المؤلفين الآخرين بين 4و5 مقالا بحثيا حسب عدد الاستشهادات والاقتباسات والتي تعد عامل تأثير وتعكس جودة المقالات،كما نلاحظ أنNicholls.هو المؤلف الأكثر

استشهادا به بـ 1363 ، يليه Rattenبـ 538 وPathakب144 استشهادا على التوالي، لكن رغم هذه المشاهدات الكبيرة لكنNicholls هو المؤلف الوحيد من بين هؤلاء المؤلفين الذي تجاوزعتبة 1000 استشهادا، حيث تناول موضوع المقاولاتية الاجتماعية بشكل موسع.

3.5تعاون الدول

ساهمت مجموعة من دول العالم في نشر 2610مقالا بحثيا، حيث يشير الجدول الموالي إلى الدول العشرة الأولى التي ساهمت في النشر من إجمالي عدد المنشورات:

الجدول (04): أكثر 10 دول نشرا للبحوث في مجال المقاولاتية الاجتماعية

الرقم	الدولة	عدد المنشورات	عدد الاستشهادات
1	**الولايات المتحدة**	650	25667
2	**المملكة المتحدة**	312	17382
3	**الهند**	193	2865
4	**إسبانيا**	141	7298
5	**أستراليا**	132	5387
6	**المانيا**	130	4491
7	**كندا**	116	9169
8	**إيطاليا**	109	2824
9	**جنوب إفريقيا**	92	723
10	**ماليزيا**	91	1108

المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى بيانات قاعدة Scopus ونتائج برنامج VOSviewer.

يشير الجدول أعلاه إلى الدول العشرة الأولى التي ساهمت في النشر من بين 92دولة من إجمالي عدد المنشورات. أثبتت الولايات المتحدة أنها رائدة من حيث الإنتاجية في مجال المقاولاتية الاجتماعية بـ 650 مقالا بحثيا وتتصدر الترتيب من ناحية الاستشهادات بـ 25667 استشهاد، تليها الولايات المتحدة بـ 312 مقالا، وهذا دلالة على أهمية وجودة بحوثها، في حين احتلت الهند،إسبانيا،أستراليا، ألمانيا،، كندا إيطاليا، جنوب إفريقيا، ماليزيا،المراتب الموالية، وهو ما يمكن ملاحظتهأنهناك مبادرات وجهود مستمرة لتعزيز المقاولاتية الاجتماعية في الدول العالم، لكن أغلب الدول الأكثر إنتاجا هي الاقتصاديات المتقدمة، حيث

يرجع ذلك الى الوعي وثقافة أكبر بشأن القضايا الاجتماعية والبيئية، بالإضافة الى تطور وتوسع المشروعات الاجتماعية فيها خاصة في الآونة الأخيرة.

5.5تحليل الاستشهاد:

حسب طبيعة المقاولاتية الاجتماعية وتعدد المجالات التي يمكن أن تغطيها، يمكن تحديد العشرة مقالات الأكثر استشهادا في هذا المجال بدقة، حيث يقدم الجدول الموالي مجموعة من المقالات المعروفة والمؤثرة في مجال المقاولاتية الاجتماعية الأكثر استشهادا:

الجدول (05): مقالات استشهادا في مجال المقاولاتية الاجتماعية

الرقم	عنوان المقال	الكاتب	اسم مجلة النشر	سنة النشر	عدد الاستشهادات
1	social entrepreneursh ipresearch	mair j, martii	journal of world business	2006	479
2	social and commercial entrepreneursh ip:same, different, or both?	austin j, stevenson h wei-skillern j.	journal of entrepreneu rshiptheory and practice	2006	310
3	atypology of social entrepreneurs: motives, searchprocesse s and ethical challenges	zahras.agedaj loviceneubau md.oshulman j.m.	journal of business	2009	258
4	social entrepreneursh ip:acriticalrevi ew of the concept	peredoa.mmc lean m	journal of world business	2006	235
5	a positive theory of social entrepreneursh ip	santosf.m	journal of business ethics	2012	192
6	research in social entrepreneursh ip:past contributions and future opportunities	short j.c moss t.wlumpkin g.t	strategicentr epreneurshi p journal	2009	192
7	social	dacinm.t.daci	journal of	2011	192

		organizatio n science	np.a tracey p	entrepreneursh ip: a critique and future directions	
131	2014	journal of managemen t reviews	doherty b. haugh h lyon f	social enterprises as hybridorganiza tions	**8**
130	2006	journal of world business	weerawarden aj., mort g.s	investigating social entrepreneursh ip	**9**
127	2010	journal of social entrepreneu rship	millert.l., grimes m.gmcmullen .j.svogust.j	venturing for otherswithhear t and head	**10**

المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى بيانات قاعدة Scopus ونتائج برنامج VOSviewer.

يلخص الجدول أعلاه أكثر عشرة مقالات استشهادا في مجال المقاولاتية الاجتماعية حيث أن عدد الاستشهادات دلالة على قيمة وجودة المنشورات،نلاحظ أن عام 2006 كان عامًا مهمًا في مجال المقاولاتية الاجتماعية، حيث تصدرت مقالتان القائمة بأعلى عدد من الاستشهادات في تلك السنة، كما أنهناك تنوع في مصادر النشر، حيث تم نشر المقالات في مجلات مختلفة مثل Journal of World Business وJournal ofEntrepreneurshipTheory and Practice و Journal of Business Ethicsوغيرها. كما يوجد تركيز على مفهوم المقاولاتية الاجتماعية ودراسة أبعادها المختلفة، حيث ناقشت معظم هذه المقالات التعريفات والنظريات والتصنيفات المختلفة للمقاولين الاجتماعيين.

كما بينت انهناك اهتمام بدراسة دور المقاولين الاجتماعيين في تحقيق التغيير الاجتماعي والتنمية المستدامة، وذلك من خلال استكشاف دوافعهم وعملية البحث عن فرص جديدة والتحديات الأخلاقية التي يواجهونها.يظهر أيضا اهتمام بدراسة طبيعة المؤسسات الاجتماعية الهجينة والتحولات التي تحدث في الهوية والهيكل التنظيمي لهذه المؤسسات. كما نلاحظ أيضا انمقالsocial entrepreneurshipresearch الذي نشره سنة 2006، احتل المرتبة الأولى بـ 479استشهادا (Mair & Martí, 2006) ، بينما المنشور الأحدث من بين

المقالات العشر تم نشره كان سنة 2014 بعنوان social enterprises as hybridorganizations (Doherty, Helen, & Fergus , 2014) ب 131استشهاد.

5.6تحليل المصطلحات:

من خلال شبكة المصطلحات وبإعتماد على المجموعات الأساسية حول موضوع المقاولاتية الاجتماعية، ومن خلال النظر للتكرارات المشتركة للكلمات الرئيسية، يمكن تحديد مصطلحات أكثر دقة وتكرارا في مختلف الدراسات التي تناولها المؤلفون على مر السنين وكذا الاتجاهات المختلفة في الإنتاج البحثي. والجدول رقم يوضح الكلمات المفتاحية المكررة بكثرة.

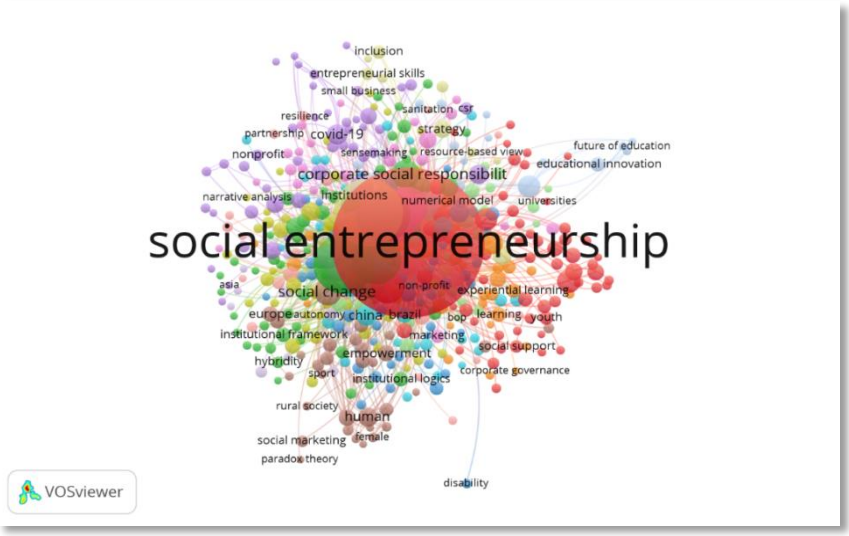
الجدول (06): الكلمات المفتاحية المرددة بكثرة في مجال المقاولاتية الاجتماعية

الرتبة	المصطلحات	التردد	اجمالي قوة الارتباط
1	المقاولاتية الاجتماعية	1698	4820
2	مؤسسة اجتماعية	350	1172
3	مقاول	270	1796
4	ريادة الاعمال	217	782
5	ابتكار اجتماعي	181	677
6	الرأسمالية الاجتماعية	81	362
7	تاثير اجتماعي	66	356
8	المسؤولية الاجتماعية	62	270
9	التغيير الاجتماعي	57	283
10	مقاول اجتماعي	56	187

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج VOSviewer.

يوضح الشكل رقم (02) التمركز المشترك للكلمات الرئيسية على الخريطة تصور الشبكة في مجموعات رئيسية بحيث تشير الألوان إلى تداخل العلاقات المتواجدة بينهما، بينما حجم الدائرة فهي دلالة على وجود المصطلح، أما المسافة تحدد قوة الترابط بينم.أما الكلمات الواردة في الجدول أعلاه تظهر قوة توزيع الشبكة الببليومترية للمقاولاتية الاجتماعية، حيث تصدرت "المقاولاتية الاجتماعية " المرتبة الأولى، وهذا لأهميتها هذا المجال البحثي في الوقت الراهن، حيث تهادف الباحثين في دراسة هذه الإشكالية، في الثمانينات، ثم بدأت الأبحاث في هذا المجال تزداد وتتوسع، وذلك نتيجة للتحولات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية التي شهدتها العديد من الدول والمناطق، ثم توسعت أهميتها في السنوات الأخيرة في ظل تزايد التحولات الاقتصادية والتنموية في العديد من البلدان، التي أدت إلى زيادة البحوث والدراساتالتي تركز أغلبها على أثر المقاولاتية الاجتماعية، هذه المصطلحات تعكس أهمية المقاولاتية الاجتماعية وتركيزها على تحقيق التغيير الاجتماعي والاقتصادي الإيجابي من خلال الابتكار والمشاريع الريادية.

الشكل (02): شبكة الكلمات المفتاحية



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج VOSviewer

6.الخاتمة:

من خلال ما تم عرضه حول المقاولاتية الاجتماعية و الدراسة الببليومترية لها من خلال تحليل بيانات لعدد كبير من الدراسات والربط بينهما من خلال عدة مؤشرات خلال الفترة الممتدة من 1983 إلى 2023، تبين لنا أن معالجة مهل هذه المواضيع ليس سؤالا عاديا، وإنما هو بحث واسع، سواء من حيث الشكل أو المضمون أي أنالمقاولاتية الاجتماعية تعتبر مجالا واسعا وخصبا للبحث والإنتاج العلمي، كما يتبين لنا كذلك أنها ليس مجرد تمرين بسيط، بل أن المقاولاتية الاجتماعية هو مفهوم يستحق البحث والتدقيق، تتداخل فيه مجموعة من الفروع العلمية النظرية ذات الطابع القانوني والاقتصادي، الاجتماعي والتجاري، فهي عبارة عن نموذج حداثي يتجلى في خلق أنشطة اقتصادية تلبي الاحتياجات الاجتماعية والبيئية.وبناءا على التحليل الببليومتري تم توصل إلى مجموعة من النتائج:

- برزت المقاولاتية الاجتماعية بشكل متزايد كقوة مهمة لحل المشكلات الاجتماعية وتعزيز الابتكار الاجتماعي، تدور في جوهرها حول إحداث تغيير إيجابي في المجتمع؛
- ازدادت شعبية المقاولاتيةالاجتماعية في السنوات الأخيرة، حيث أصبحت جزءا مهما من الحركة الأكبر للتغيير الاجتماعي والابتكار. وعلى هذا النحو، فقد أصبح جزءا متزايد الأهمية من الاقتصاد العالمي؛
- بدأت الدراسات حول المقاولاتيةالاجتماعية تنتشر سنة 1889، عندما نشر (Bernard , 1989)دراسته الأولى التي أدرك فيها لا يمكن اعتبار الابتكار مجرد ظاهرة تكنولوجية، إنما هي أيضا ظاهرة اجتماعية؛
- سنة 2006 كان عاما مهما في مجال المقاولاتية الاجتماعية، حيث تصدرت القائمة بأعلى عدد من الاستشهادات، كما أن هناك تنوع في مصادر النشر في هذه السنة؛
- ناقشت معظم المقالات التي تناولت المقاولاتيةالاجتماعية التعريفات والنظريات والتصنيفات المختلفة للمقاولين الاجتماعيين، كما بينت أن هناك اهتمام بدراسة دور المقاولين الاجتماعيين في تحقيق التغيير الاجتماعي والتنمية المستدامة؛
- أثبتت الولايات المتحدة أنها رائدة من حيث الإنتاجية في مجال المقاولاتية الاجتماعية بـ 650 مقالا بحثيا وتتصدر الترتيب من ناحية الاستشهادات بـ 25667 استشهاد ، تليها الولايات المتحدة بـ 312 مقالا، وهذا دلالة على أهمية وجودة بحوثها؛

- يحتلالباحث (Ratten) المرتبة الأولى بـ 10مقالا لذا هو المؤلف الأساسي في هذا الموضوع، يليه الباحث(Barinaga)بـ 6 مقالات؛
- دراسة (Mair & Martí, 2006) بعنوان(social entrepreneurshipresearch) كانت الأكثر استشهادا وتأثيرا في مجال المقاولاتية الاجتماعية بينما دراسة (Doherty, Helen, & Fergus , 2014) كانت الأحدثبعنوان(enterprises as hybridorganizationssocial)؛
- من خلال شبكة المصطلحات، وباعتماد على المجموعات الأساسية حول موضوع المقاولاتية الاجتماعية، ومن التكرارات المشتركة للكلمات الرئيسية، تصدرت "المقاولاتيةالاجتماعية " المرتبة الأولى، بتردد 1698وقوة ارتباط4820، وهذا لأهميتها هذا المجال البحثي في الوقت الراهن.

7.قائمة المراجع:

1. Aiwen , W., & Cheok , M. (2023). A Literature Review of Social Entrepreneurship. Journal of Business and Management, 12(01), 2232-2246.
2. Apex , H. (2023, 03 13). Social Entrepreneurship: An Introduction to the New Way of Doing Business. Consulté le 01 08, 2024, sur linkedin: https://www.linkedin.com/pulse/social-entrepreneurship-introduction-new-way-doing-business/
3. Bernard , G. (1989). Regional dynamics of innovation: A look at the Rhône. ENTREPRENEURSHIP & REGlONAL DEVELOPMENT, 147-154.
4. Coursera Staff. (2023, 11 29). What Is Social Entrepreneurship? A Guide. Consulté le 01 06, 2024, sur coursera: https://www.coursera.org/articles/social-entrepreneurship
5. Dees, J. (2001). The Meaning of Social Entrepreneurship. Récupéré sur https://centers.fuqua.duke.edu/case/knowledge_items/the-meaning-of-social-entrepreneurship/
6. Doherty, B., Helen, H., & Fergus , L. (2014). Social Enterprises as Hybrid Organizations: A Review and

Research Agenda. Journal of Management Reviews, 16(04), 417–436.

7. Kai , H. (2017). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. Entrepreneurship theory and practice, 41(01), 105-130.

8. Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. Journal of World Business, 41(01), 36-44.
9. Pontus , B., & Ulrika , S. (2009). Social entrepreneurship – a survey of current research. Working Papers Series from Swedish Entrepreneurship Forum.

10. Shaker A, Z., & Gedajlovic, E. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. Journal of Business Venturing, 14(05), 519-532.
11. UIC. (2023, 01 16). Bibliometric Analysis and Visualization. Consulté le 01 20, 2024, sur UNIVERSITY OF ILLINOIS CHICAGO: https://researchguides.uic.edu/bibliometrics#:~:text=Bibliometrics%20are%20the%20statistical%20analyses,visualized%20to%20understand%20publication%20relationships

12. Wong, S. (2020). Microplastics and nanoplastics in global food webs: A bibliometric analysis (2009-2019). Marine Pollution Bulle, 158(111432), 1-15.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research

ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854

المجلد: 8 العدد: 1/ أفريل2024، ص ص316-335

أثر الاستغراق الوظيفي على الأداء الوظيفي دراسة استطلاعية بالمدرسة الوطنية للغابات – باتنة–

The effect of job engagement on job performance An exploratory study at the National School of Forestry - Batna –

بلولة سعيدة*
Beloula saida
المركز الجامعي سي الحواس بريكة_الجزائر
saida.beloula@cu-barika.dz

لطرش محمد
Latreche mohamed
جامعة الحاج لخضر باتنة 1_الجزائر
mohamed.latreche@univ-batna.dz

مخبر: آفاق الحوكمة للتنمية المحلية المستدامة

تاريخ الاستلام: 2024/01/21 تاريخ القبول: 2024/04/21 تاريخ النشر: 2024/04/30

الملخص :

يهدف البحث بدراسة الاستغراق الوظيفي للعاملين في وظائفهم وأثره على أدائهم الوظيفي. ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي بالاعتماد على استبانة وزعت على عينة عشوائية من الموظفين تضم (60 شخصا). وقد توصل البحث إلى عدد من الاستنتاجات من أهمها أنّ مستوى الاستغراق الوظيفي يتواجد بشكل متوسط لدى العاملين بالمؤسسة محل الدراسة، كما أنه يؤثر على أدائهم الوظيفي وعدد من التوصيات من أهمها: تعزيز شعور الاستغراق لدى الموظفين بالمدرسة الوطنية للغابات، من خلال مشاركتهم في اتخاذ القرارات والاستماع لأفكارهم، مما يسمح بطرح حلول إبداعية للتحديات التي تواجههم.

الكلمات المفتاحية:الاستغراق الوظيفي،الأداء الوظيفي، المدرسة الوطنية للغابات.

تصنيف جال: L2، D2، Q23

Abstract :

The research aims to study the effect of job engagement on job performance. To achieve the aim of the study, the descriptive approach was relied upon, based on a questionnaire distributed to a random sample of employees (60 people).The research reached that the level of job engagement is moderate among employees of the institution, and it also affects their job performance.recommendations are: enhance the feeling of engagement amongemployees, through their participationto make decisions and listening to their ideas, which allows for creative solutionsto the challenges they face.

Key words: Jobengagement; Jobperformance ; National ForestrySchool.

JEL classification codes :L2 ،D2 ،Q23

*المؤلف المرسِل

1. مقدمة:

يعد موضوع الاستغراق الوظيفي وتأثيره على الأداء الوظيفي من الموضوعات الجوهرية التي حظيت باهتمام العديد من الباحثين والمفكرين خاصة في جزء الأداء الوظيفي، كونه يلعب دورا محوريا في تحقيق أهداف المنظمة، كما يحتل مكانه خاصة لدى المنظمات باعتباره وسيلة مهمة تساعدها على قياس مستويات انجاز أعمالها، ونظرا لكون الأداء الوظيفي الناتج النهائي لمحصلة جميع الأنشطة داخل المنظمة، فهو يرتبط بالعديد من الجوانب الإدارية المتعلقة بنجاحها وتميزها مقارنة بمنافسيها.وقد أجمع أغلب المفكرين على أن الموظفين المستغرقين في المنظمة هم الأفراد الذين لديهم استعداد لاستثمار جهودهم في وظيفتهم وإدراكهم لسياق الأعمال وواجباتهم، ويعملون بشكل جيد مع زملاء العمل إلى جانب سعيهم لتجديد المعرفة ذات الصلة والمهارة اللازمة لتنفيذ أعمالهم، بما يتجاوز مستوى توقعات الأداء الوظيفي، كما يمكن أن يتطوعوا لتأدية مهام أخرى وذلك لشعور الموظفين بالاعتزاز والفخر اتجاه وظائفهم، لذافالاستغراق الوظيفي يعد واحد من أهم مداخل الالتزام التنظيمي إذ يجعل الأفراد مندمجين بفاعلية في وظائفهم، متفانين في أداء واجباتهم برغبة وانغماس بالوظيفة.ولغرض توضيح تأثير الاستغراق الوظيفي على الأداء الوظيفي جاءت هذه الدراسة.

1.1. مشكلة الدراسة

تهتم المدارس الوطنية بتحسين جودة مخرجاتها من الطلبة الخرجين لذا فهي لا تكتفي باستقطاب موارد بشرية كفؤة، وإنما تسعى جاهدة لتحقيق رضاهم وولائهم ومنه ضمان استغراقهم الوظيفي من أجل رفع مستوى أداء المورد البشري، مما سبق يمكن صياغة إشكالية الدراسة على النحو الآتي:" **ما أثر الاستغراق الوظيفي على تحسين الأداء الوظيفي لموظفي المدرسة الوطنية للغابات باتنة؟"**

2.1. فرضيات الدراسة

أ. **الفرضية الرئيسية:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha<=0.5$) للاستغراق الوظيفي على الأداء الوظيفي لموظفي المدرسة الوطنية للغابات باتنة،

ب. **الفرضيات الفرعية:**وتندرج عنه الفرضية الرئيسية الفرضيات التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha<=0.5$) للاستغراق المعرفي على الأداء الوظيفي.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha<=0.5$) للاستغراق الشعوري على الأداء الوظيفي.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha<=0.5$) للاستغراق الجسدي على الأداء الوظيفي.

3.1. أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مستوى الاستغراق الوظيفي للموظفين في المدرسة الوطنية للغابات؛
- تحديد مستوى الأداء الوظيفي في المدرسة الوطنية للغابات؛
- قياس علاقة الارتباط بين الاستغراق الوظيفي والأداء الوظيفي في المدرسة الوطنية للغابات؛
- قياس أثر الاستغراق الوظيفي على الأداء الوظيفي في المدرسة الوطنية للغابات؛

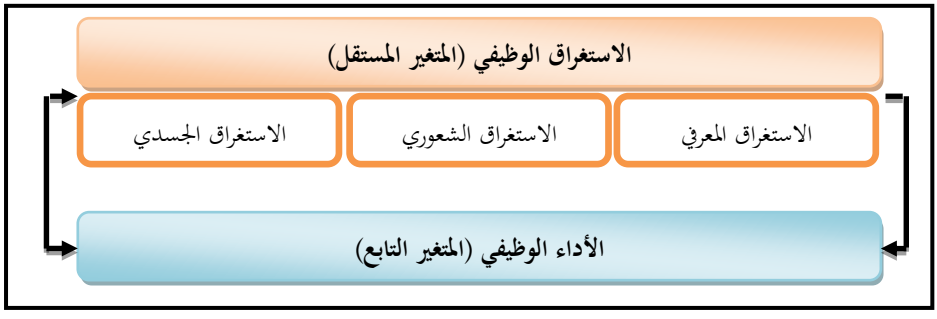
4.1. أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة في التعريف بالاستغراق الوظيفي كمتغير مستقل وكذلك أبعاده الثلاثة (الاستغراق المعرفي، الاستغراق الشعوري، الاستغراق الجسدي) والربط بينه وبين الأداء الوظيفي كمتغير تابع، ومعرفة مستويات الاستغراق الوظيفي والأداء الوظيفي لدى المورد البشري للمؤسسة محل الدراسة.

5.1. المخطط الفرضي للدراسة

النموذج مقترح بناءً عن مضمون مشكلة الدراسة وأهدافها الذي يوضح علاقة الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة الرئيسية والفرعية، كما يوضحه الشكل رقم(1)

شكل1: نموذج الدراسة المقترح



المرجع: من اعداد الباحثين

6.1. منهج الدراسة

تماشيا مع طبيعة وأهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي في جمع البيانات والمعلومات اللازمة، باعتبار أنه يقوم على استطلاع أراء عينة الدراسة وتوجهاتهم، ووصف متغيرات البحث وتحليل النتائج الإحصائية لإجابات عينة الدراسة والوصول إلى استنتاجات على أساسها.

7.1. حدود الدراسة

تشمل الحدود المكانية، الزمانية والبشرية ويمكن توضيحها كما يلي:

أ. **الحدود المكانية**: تتمثل الحدود المكانية للدراسة في المدرسة الوطنية للغابات بولاية باتنة.

ب. **الحدود الزمانية**: تضمنت فترة إجراء الجانب العملي والتي تتمثل في الزيارات الأولية الميدانية وتوزيع الاستبانة واسترجاعها.

ت. **الحدود البشرية**:

- **مجتمع البحث**: جميع الموظفين بالمدرسة الوطنية للغابات والبالغ عددهم (75) موظف.
- **عينة البحث**: تتمثل في عينة عشوائية، وزعت(60) استمارة وتم استرجاع (54)منها.

8.1. أساليب جمع البيانات

لتحقيق أهداف الدراسة يستوجب توافر عدد من الأساليب والأدوات لجمع البيانات والمعلومات من أجل التأصيل النظري، فضلا عن جمع البيانات لتطبيق الجانب العملي والتأكد من صحة الفرضيات واختبارها كالآتي:

أ. **الجانب النظري**: اعتمد الجانب النظري من الدراسة على المصادر من الرسائل والأطروحات والمقالات العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع البحث.

ب. **الجانب التطبيقي**: اعتمد الجانب التطبيقي من الدراسة في جمع البيانات على الاستبانة كأداة رئيسة في جمع البيانات والمعلومات الخاصة بمتغيري الدراسة (المستقل والتابع)، لأنها تساهم في إعطاء تشخيص دقيق لآراء العينة والمتعلق بالاستغراق الوظيفي والأداء الوظيفي على المصادر الموضحة حول كل منهم كما هو موضح في الجدول(1)

جدول(1) هيكل استمارة الدراسة

المتغير الرئيسي	المتغير الفرعي	عدد الفقرات	المصادر	تدرج المقياس
الاستغراق الوظيفي	الاستغراق المعرفي	06	(rich,2010)	(موافق بشدة، موافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) (1،2،3،4،5)
	الاستغراق الشعوري	06		
	الاستغراق الجسدي	06		
الأداء الوظيفي	أداء المهمة	07	(Koopmans,2015)	
	الأداء السياقي	10		

المرجع: من اعداد الباحثين

9.1. اختبار الصدق والثبات

تم حساب قيم معامل الصدق والثبات باستخدام معامل ألفا كرومباخ في الجدول(2)

جدول(2) معامل الصدق والثبات لمقياس الاستبانة

متغيرات البحث	قيمة ألفا كرومباخ	عدد المجاميع
الاستغراق المعرفي	,932	06
الاستغراق الشعوري	,920	06
الاستغراق الجسدي	,912	06
الاستغراق الوظيفي	**,952**	**18**
أداء المهمة	,851	07
الأداء السياقي	,886	10
الأداء الوظيفي	**,909**	**17**

المصدر: من اعداد الباحثين

يوضح من الجدول(2) ثبات وصدق مقياس البحث، إذ أن هناك إجماع على أن القيمة تكون مقبولة إذا بلغت (0.6) وكلما زادت ذلك دليل على صدق وثبات أداة القياس. وقد بلغت قيمته (0,952) بالنسبة للمتغير الاستغراق الوظيفي وقيمة (0,909) بالنسبة لنتغير الأداء الوظيفي، وعليه يمكن القول أن أداة القياس تتصف باتساق جيد.

10.1. الدراسات السابقة

أ.دراسة (الساعدي، عكار.2014) بعنوان: "دور الاستغراق الوظيفي في الأداء العالي"

هدفت الدراسة بالبحث عن متغيري الاستغراق الوظيفي بأبعاده الفرعية (الاستغراق الجسدي، الاستغراق الشعوري، الاستغراق المعرفي، الاستغراق التنظيمي) والأداء العالي، ، وبغرض جمع

البيانات تم الاعتماد على أداة الاستبانة وفق منهج وصفي تحليلي، ووزعت على عينة عشوائية مكونة من55 فرد من موظفي كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة كربلاء، وتوصلت الدراسة للنتائج التالية: أن الاستغراق الوظيفي يتفاعل ويؤثر بقوة الأداء العالي.

ب.دراسة (العبادي، الجاف.2012) بعنوان: "استراتيجيات تعزيز الاستغراق الوظيفي ودورها في تحقيق الأداء العالي لمنظمات الأعمال". هدفت الدراسة بالبحث لاختبار استراتيجيات الاستغراق الوظيفي كمنهج لتحقيق الأداء العالي على عينة من موظفي القطاع المصرفي بلغ عددها 105 فرد، من خلال توزيع أداة الاستبانة بغية جمع البيانات، وتوصلت الدراسة للنتائج التالية: يعد الاستغراق الوظيفي واستراتيجياته أحد السبل لتحقيق الأداء العالي وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية على المصارف الأخرى.

ت.دراسة (Alaa Abu Aleinein, 2016) بعنوان: " The impact of job involvement on Job Performance at UNRWA Gaza Feild Office"، هدفت الدراسة إلى معرفة أثر الاستغراق الوظيفي الممثل بالاستغراق العاطفي والاستغراق المعرفي والاستغراق الجسدي على الأداء الوظيفي في المكتب الإقليمي للأنروا في غزة وبغرض جمع البيانات تم الاعتماد على أداة الاستبانة وفق منهج وصفي تحليلي، ووزعت على عينة عشوائية مكونة من 183 فرد من الموظفين الإداريين، أظهرت نتائج الدراسة: أنّ هناك تأثير للاستغراق المعرفي والسلوكي على الأداء بينما لا يوجد تأثير للاستغراق العاطفي على الأداء الوظيفي.

ث.دراسة (ضيف، صدوق.2020) بعنوان:" دور الاستغراق الوظيفي في تعزيز الأداء التنظيمي دراسة مقارنة بين البنوك العامة والخاصة". هدفت الدراسة إلى معرفة أبعاد الاستغراق الوظيفي ومستوى الأداء التنظيمي في كل من بنك الفلاحة والتنمية الريفية وبنك الخليج، وبغرض جمع البيانات تم الاعتماد على أداة الاستبانة وفق منهج وصفي تحليلي، ووزعت على عينة عشوائية مكونة من 50 فرد من البنكين، أظهرت نتائج الدراسة: أنّ هناك تأثير للاستغراق الوظيفي يساهم في تعزيز الأداء التنظيمي ووجود فوق بين البنوك العامة والخاصة في مستوى كلا متغيري الدراسة.

2.الاطارالمفاهيمي للاستغراق الوظيفي:

1.2.مفهوم الاستغراق الوظيفي JobEngagement:

ترجع بداية المصطلح سنة 1921 إلى الأبحاث التي أُجرِيت حول معنويات أو استعداد مجموعة من الأفراد على تحقيق الأهداف التنظيمية. وقد أسهم الجيش الأميركي في نضوج فكرة القيمة المعنوية للمنظمات خلال الحرب العالمية الثانية للتنبؤ بقابلية واستعداد قوات الجيش للذهاب وإلى أي مدى يمكن أن يبذل جهده من أجل رفاهية المنظمة (Riipinen, 1997, p. 83). وكانت هناك حاجة إلى العثور على مصطلح لتوضيح شعور ارتباط الأفراد اتجاه منظماتهم، وزملائهم والوظيفة بشكل خاص، مما أسفر عن ظهور مصطلح "الاستغراق الوظيفي". حيث يكون الموظفون المهتمين بمستقبل المنظمة مستعدين لاستثمار كامل جهودهم لصالحها (العابدي و الجاف، 2012). وقد عُرّف الاستغراق الوظيفي بأنه الاندماج الداخلي للفرد في العمل، أو التطابق والتجاوب النفسي مع العمل بما ينعكس في صورة تحقيق لذاتية الفرد أو التزامه نحو عمله، فهو يعني أن يحب الفرد عمله أو أن يكون مهتما بالعمل المرتبط به (Pollock, 1997, p. 10). ويرتبط الاستغراق بالنواحي العاطفية والعقلية معا؛ حيث يتأثر الاستغراق بالنواحي العاطفية مثل مشاعر الرضا والسعادة والقلق والضيق والإحساس باليأس (المغربي، 2004، صفحة 48) . ويختلف مفهوم الاستغراق عن كل من الرضا الوظيفي والالتزام التنظيمي، حيث أنّ الرضا يعبر عن مشاعر العامل اتجاه وظيفته، وأن الالتزام يُبيّن علاقة الفرد بالمنظمة، بينما يُعبّر الاستغراق عن أهمية العمل في حياة الفرد. ويرتبط الاستغراق الوظيفي بالمعتقدات الفكرية للفرد اتجاه وظيفته. (عريشة، 1995، صفحة 59)

2.2.أهمية الاستغراق الوظيفي:

تبرز أهمية الاستغراق الوظيفي على كلا المستويين الفرد والمنظمة، حيث أظهرت الدراسات أنّ الاستغراق الوظيفي يساهم في تحسين جودة حياة العمل بالمنظمة ومن ثم تحسين معيشة العاملين وبالتالي زيادة رغبتهم في العمل والبقاء في المنظمة (Hafer & Martin , 2006, p. 6)، قد ربط الباحثان (Lamberts & Paoline, 2012, p. 268)الاستغراق الوظيفي بنتائج العمل، إذ نلاحظ على العاملين الرضا المتزايد والجهد المبذول في العمل، وزيادة في سلوكيات المواطنة التنظيمية للعاملين، فالاستغراق الوظيفي يعمل على تحقيق مستوى أعلى من الأداء المتوقع، وفي الوقت نفسه يقلل من معدل دوران العمل، والأفراد المستغرقين في وظائفهم هم الأكثر رضا وإنتاجية والأقل تسربا من العمل مقارنة بزملائهم الأقل منهم استغراقا.(الطويل، 2006، صفحة 53)، كما يساعد الاستغراق الوظيفي في خفض

مستويات السلوكيات السلبية كالتسرب الوظيفي وانخفاض نسبة الغياب والحد من مشكلة التأخير عن العمل، فضلا عن انخفاض معدل دوران العاملين، مما يضمن استقرار العمالة والانتظام في العمل، وهذا من شأنه تخفيض في تكلفة العمل. (الشنواني، 2015، صفحة 92)

2.3.أبعاد الاستغراق الوظيفي:

اعتمد البحث الحالي على مقياس ريتش rich 2010 والذي حدد ثلاث أنواع من الاستغراق في الوظيفة تتمثل فيما يلي:

أ.الاستغراق الإدراكي/ المعرفيCognitiveengagement:استغراق الأفراد معرفيا يُشير إلى اليقظة الفكرية ومنطق الإدراك المتزايد والاهتمام بالعمل. يعرّف بأنه "الاستغراق الذهني أو الالتزام الفكري للعاملين تجاه العمل". أي أنّ الاستغراق المعرفي يتمثل بالتركيز في أنشطة ومهام وأهداف المنظمة والتي تُحدِث اندماجا كاملا مع العمل ومقاومة تحدياته(العابدي و الجاف، 2012، صفحة 169)

ب.الاستغراق الشعوريEmotionalengagement:استغراق الأفراد شعوريًا/ عاطفيًا معناه وجود علاقة قوية بين عواطف، مشاعر وأفكار الأفراد وبين وظائفهم، مما يولد مشاعر الحماس والفخر لديهم. فالرقابة الرشيدة مهما كانت فاعلة فلن تأخذ منه إلا بقدر ما يجنّبه المساءلة، ولكي يستثمر الفرد موارده الشخصية لابد أن يعمل بناءً على ما يرغب ويستمتع به في العمل (العابدي و الجاف، 2012، صفحة 169)

ت.الاستغراق الجسديPhysical engagement:يتمثل الاستغراق المادي للأفراد في الاندماج العالي لتفعيل طاقات الفرد الجسدية في أداء المهام والأهداف التنظيمية. لكن متطلبات العمل العالية تستنزف موارد الأفراد الجسدية والذهنية وتؤدي إلى انخفاض طاقتهم وتزيد من التوتر لديهم والذي يوصل إلى نتائج عكسية وهو ما يُعرف بالاحتراق الوظيفي، كما يختلف الأفراد العاملين في قدراتهم على تلبية هذه المتطلبات الجسدية للوظيفة وفقا لقدرتهم على التحمل والمرونة في الأداء. (Bakker & Demerouti, 2007, p. 312)

3.الاطارالمفاهيمي للأداء الوظيفي:

1.3مفهوم الأداء الوظيفي JobEngagement:أصل هذه الكلمة تأتي من الفعل الإنجليزي Toperformومثله من الفعل الفرنسيPerformerومعناه الإنجاز، وبهذا يمكن تعريفه على أنه

محصلة أو نتيجة فعل (GILLES, 2000, p. 15)، يُشير الأداء إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد، وهو يعكس الكيفية التي تحقق أو يشبع بها الفرد متطلبات الوظيفة، وغالباً ما يحدث التباس وتداخل بين مفهومي الأداء والجهد، فالجهد يشير إلى الطاقة المبذولة أما الأداء فيقاس بناءً على النتائج المحققة (راوية، 2000، صفحة 215). معناه أن الأداء يعبر عن سلوك الفرد داخل المنظمة واشتراكه في تحقيق أهدافها والالتزام بها. وفقا لتعريف (Schermerhorn 1989)فإن الأداء الوظيفي هو الجودة والكمية التي يحققها الأفراد أو المجموعة بعد إنجاز المهمة(Perera & Weerakkody, 2016, p. 5)، أين عرفته هاينز(Haynes) بأنه النتيجة التي يحققها الموظف عند قيامه بأي عمل من الأعمال داخل المنظمة.(ابراهيم، 2004، صفحة 53)

2.3 أبعاد الأداء الوظيفي:

تتلخص أهم أبعاده في: أداء المهمة، الأداء السياقي، فالتكامل بين مختلف هذه السلوكيات يعتبر أمرا ضروريا للتأثير بمساهمات المورد البشري في تحقيق التميز للمنظمة ومواجهة التحديات في بيئتها،

أ.أداءالمهمة performanceTask:يعتبر أداء المهمة حسب كل من Befortو Hattrup بأنه: " الأداء الذي يتضمن جانبين، يعكس الأول الأنشطة الأساسية كإتمام الواجبات المتعلقة بالعمل، والثاني يتعلق بالاتصالات المكتوبة والشفوية".(العنز ي و العطوي، 2012، صفحة 6). يشتمل أداء المهمة على المؤشرات التقليدية للمهارة ككمية الأداء والوقت المحدد للإنجاز، وهذه المؤشرات فعالة في توقع الأداء في القطاع السلعي، أما في المنظمات الخدمية فإنها لا تفي بالقياس، لذا تم اخذ بالاعتبار بعض المؤشرات غير التقليدية كإلمام بجوانب الوظيفة، حسن إصدار القرارات والإبداع. كما أنه يتميز باعتماده في قائمة وصف المنصب ومتطلباته(جبيرات، 2015، صفحة 165).

ب.الأداءالسياقي Contextualperformance:تنطلق أهمية هذا البعد من إشارة Katz إلى أن المنظمات غالبا ما تحتاج إلى قيام الأفراد بمهام تتجاوز دورهم الرسمي، وهو ما أطلق عليه الباحثون بـ "الأداء السياقي" أو كما يسمى أيضا بـ "الأداء خارج الدور". وهو يعبر عن العلاقات التفاعلية– التفاعل الاجتماعي– ما بين الأفراد، فهو لا يساهم بشكل مباشر في

الأداء التنظيمي ولكنه يساهم في ثقافة ومناخ المنظمة والالتزام بالقواعد والإجراءات وتقديم الدعم الكامل لها.(جبيرات، 2015، صفحة 165).

4.عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

سيتم عرض نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات، باستخدام قيمة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لأبعاد متغيري الدراسة، مع الأخذ بعين الاعتبار أن تدرج المقياس وقيم المتوسطات الحسابية قد تم على أساس مقياس (Likert) ليكرت الخماسي الذي يتضمن خمسة مستويات، أدناها(1) وأعلاها(5). وقد تم حساب طول الخانة في المقياس وذلك بحساب المدى بين درجات المقياس، والحدود العليا والدنيا للفئات (5-1=4)، ثم تقسيمه على(5) ليصبح طول الخلية (5÷4=0.8)، ثم يتم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في التدرج الخماسي (بداية المقياس هو العدد1). (الفوزان، 2002، صفحة 107) الجدول (03).

الدرجة	5	4	3	2	1
المتوسط الحسابي	[5-4.20]	-3.40] [4.19	-2.60] [3.39	-1.80] [2.59	[1.79 -1]
الاهمية النسبية	مرتفعة جدا	مرتفعة	متوسط	قليلة	قليلة جدا

المرجع: الفوزان،2002،ص107

1.4.المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

أ.المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الاستغراق الوظيفي

يبين الجدول الموالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الاستغراق الوظيفي

جدول(3) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير الاستغراق الوظيفي

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول
الاستغراق المعرفي	4,067	,634	مرتفعة
الاستغراق الشعوري	3,895	,645	مرتفعة
الاستغراق الجسدي	4,108	,583	مرتفعة
الاستغراق الوظيفي	**4,023**	**,544**	**مرتفعة**

المرجع: مخرجات البرنامج الإحصائي**SPSS**.

حقق أبعاد الاستغراق الوظيفي الثلاثة (المعرفي، الشعوري، الجسدي) متوسطات حسابية أعلى من المتوسط الحسابي المعياري البالغ قدره (3)، حيث جاء الاستغراق الجسدي في المرتبة

الأولى بمتوسط حسابي مرتفع قدره (4.108) بانحراف معياري (,583) مشيرا إلى تفاوت في الإجابات عن متوسطها الحسابي مؤكدا على بذل الموظفين أقصى جهدهم لإنجاز أعمالهم بشكل جيد، يليه الاستغراق المعرفي بمتوسط حسابي مرتفع قيمته (4,067) بانحراف معياري (,634) مشيرا إلى تفاوت في الإجابات عن متوسطها الحسابي مشيرا الى تركيز انتباه الموظفين في انجاز أعمالهم ، ليأتي الاستغراق الشعوري في الأخير بمتوسط حسابي مرتفع قدره(3,895) بانحراف معياري يبلغ مقداره (,645) مشيرا إلى تفاوت في الإجابات عن متوسطها الحسابي يؤكد على امتلاك الموظفين روابط قوية بوظيفتهم.

وقد حقق متغير الاستغراق الوظيفي بشكل إجمالي متوسط حسابي مرتفع قيمته (4,023)، انحراف معياري (,544) مشيرا إلى تشتت متوسط في إجابات العينة، ويوضح ارتفاع مستوى الاستغراق الوظيفي لدى الموظفين بالمدرسة الوطنية، والذي يبين مثابرة الموظفين لإنجاز أعمالهم بالمستوى الأفضل والسعي لاكتساب المهارات والمعارف التي تعزز أهداف المدرسة الوطنية للغابات، وشعورهم بالسعادة والفخر اتجاه بوظائفهم وحرصهم على تكريس طاقتهم الذهنية والجسدية في تأدية أعمالهم.

ب.المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير لأداء الوظيفي

جدول(4) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير الأداء الوظيفي

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول
أداء المهمة	3,762	,515	مرتفعة
الأداء السياقي	3,860	,538	مرتفعة
الأداء الوظيفي	**3,815**	**,470**	**مرتفعة**

المرجع: مخرجات البرنامج الإحصائي**SPSS**.

حقق بعدي الأداء الوظيفي (أداء المهمة، الأداء السياقي) متوسطات حسابية أعلى من المتوسط الحسابي المعياري البالغ قدره (3)، حيث جاء الأداء السياقي في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مرتفع قدره (3.860) بانحراف معياري (,538) مشيرا إلى تفاوت في الإجابات عن متوسطها الحسابي مؤكدا على تولي الموظفين لمسؤوليات إضافية خاصة تلك التي تتميز بتحديات مما يستدعي على الموظفين تحديث معارفهم ومهارتهم جهدهم الوظيفية، يليه أداء المهمة بمتوسط حسابي مرتفع قيمته (3,762) بانحراف معياري (,470) مشيرا إلى تفاوت في

الإجابات عن متوسطها الحسابي مشيرا إلى تمكن الموظفين من ترتيب أولوياتهم من خلال فصل المشاكل الرئيسة عن المشاكل الجانبية في العمل.

وقد حقق متغير الأداء الوظيفي بشكل إجمالي متوسط حسابي مرتفع قيمته (3,815)، انحراف معياري (,470) مشيرا إلى تشتت متوسط في إجابات العينة، ويوضح ارتفاع مستوى الأداء الوظيفي لدى الموظفين بالمدرسة الوطنية، والذي يبين مواظبة الموظفين على تأدية أعمالهم بالمستوى الأفضل

2.4.اختبار علاقات الارتباط والتأثير بين الاستغراق الوظيفي والأداء الوظيفي

أ.**اختبار الفرضية الرئيسية والتي تنص على:** توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق الوظيفي والأداء الوظيفي لدى موظفي المدرسة الوطنية للغابات. نحتاج إلى وضع فرضيتين هما: فرضية العدم والفرضية البديلة، على اعتبار أن فرضية العدم خاضعة للاختبار أي أنها قد تكون غير صحيحة، مما يتطلب وضع الفرضية البديلة.

– **فرضية العدمH0**:لا توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق الوظيفي والأداء الوظيفي للمؤسسة محل الدراسة.

– **فرضية البديلةH1**: توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق الوظيفي والأداء الوظيفي للمؤسسة محل الدراسة.

جدول(6): تحليل تباين (ANOVA) للمتغيرين الاستغراق الوظيفي والأداء الوظيفي

المتغير	الأداء الوظيفي			
	معامل الارتباط(R)	معامل التحديد(R^2)	F	مستوى الدلالة.
الاستغراق الوظيفي	,659a	,434	39,821	,000b

المرجع: مخرجات البرنامج الإحصائي**SPSS**.

جدول(7): اختبار معنوية معاملات الانحدار وفقا لإحصائية – T– بين الاستغراق الوظيفي والأداء الوظيفي

النموذج	معاملات غير قياسية	معاملات قياسية	T	مستوى الدلالة
	B	Beta		
(الثابت)	1,522		4,150	,000
الاستغراق	,570	,659	6,310	,000

القيم الجدولية لكل من (t وF)هي (1.645 ، 3.84) عند مستوى (0.05)

يتضح من الجدول(6) أن قيمة F المحسوبة البالغة 39,821 أكبر من قيمتها الجدولية، وقيمة مستوى المعنوية(.Sig) المقابلة لها بلغت 0.00 أصغر من مستوى المعنوية(0.05)،

وهو ما يؤكد على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي ، كما بلغ معامل الارتباط 0,659 مما يدل على وجود ارتباط متوسط الشدة بين الاستغراق الوظيفي والأداء الوظيفي، وقد بلغت معامل التحديد (R^2) قيمة(0,434)، وهذا يعنى أن المتغير المستقل يفسر ما نسبته 43.4% من التباين في المتغيرات التابعة أما النسبة المتبقية فتعود إلى عوامل أخرى غير مدروسة.ومن الجدول (7) نلاحظ أنّ قيمة معامل الانحدار0.570، وقيمة t المحسوبة المقابلة لهذه الأخيرة 6.310 أكبر من قيمتها الجدولية، وبلغت قيمة المعنوية 0.00 وهي أقل من قيمة المستوى المعنوية المعتمد0.05 وهي معنوية إحصائيا.

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق الوظيفي والأداء الوظيفي عند مستوى معنوية (0.05).

يمكن التعبير عن علاقة التأثير بين المتغيرين بالمعادلة الآتية: (**الأداء الوظيفي= 0.57+1.522 الاستغراق الوظيفي**). أي أنّ تغيرا مقداره (1) في الاستغراق الوظيفي سيؤدي إلى تغيرا في الأداء الوظيفي مقداره (0.57).

ب.اختبار الفرضيات الفرعية:

ب.1.اختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على: توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق المعرفي والأداء الوظيفي لدى موظفي المدرسة الوطنية للغابات.

– فرضية العدمH0:لا توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق المعرفي والأداء الوظيفي للمؤسسة محل الدراسة.

–فرضية البديلةH1: توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق المعرفي والأداء الوظيفي للمؤسسة محل الدراسة.

جدول(8): تحليل تباين (ANOVA) للمتغيرين الاستغراق المعرفي والأداء الوظيفي

المتغير	الأداء الوظيفي			
	معامل الارتباط(R)	معامل التحديد(R^2)	F	مستوى الدلالة
الاستغراق المعرفي	,595a	,354	28,532	,000b

المرجع: مخرجات البرنامج الإحصائي**SPSS**

جدول(9): اختبار معنوية معاملات الانحدار وفقا لإحصائية T بين الاستغراق المعرفي والأداء الوظيفي

النموذج	معاملات غير قياسية	معاملات قياسية	T	مستوى الدلالة

		Beta	B	
,000	5,921		2,017	(الثابت)
,000	5,342	,595	,442	الاستغراق المعرفي

القيم الجدولية لكل من (tوF)هي (1.645 ، 3.84) عند مستوى (0.05).

يتضح من الجدول(8) أن قيمة F المحسوبة البالغة 28,532 أكبر من قيمتها الجدولية، وقيمة مستوى المعنوية(.Sig) المقابلة لها بلغت 0.00 أصغر من مستوى المعنوية(0.05)، وهو ما يؤكد على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي، كما بلغ معامل الارتباط 0,595 مما يدل على وجود ارتباط متوسط الشدة بين الاستغراق المعرفي والأداء الوظيفي،وقد بلغت معامل التحديد (R^2) قيمة (0,354)، وهذا يعنى أن المتغير المستقل يفسر ما نسبته 35.4%من التباين في المتغيرات التابعة أما النسبة المتبقية فتعود إلى عوامل أخرى غير مدروسة. ومن الجدول (9) نلاحظ أنّ قيمة معامل الانحدار0.442 وقيمة t المحسوبة المقابلة لهذه الأخيرة 5.342 أكبر من قيمتها الجدولية، وبلغت قيمة المعنوية 0.00 وهي أقل من قيمة المستوى المعنوية المعتمد0.05 وهي معنوية إحصائيا.

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق المعرفي والأداء الوظيفي عند مستوى معنوية (0.05).

يمكن التعبير عن علاقة التأثير بين المتغيرين بالمعادلة الآتية: (**الأداء الوظيفي= 0.442+2.017 الاستغراق المعرفي**). أي أنّ تغيرا مقداره (1) في الاستغراق المعرفي سيؤدي إلى تغيرا في الأداء الوظيفي مقداره (0.442).

ب.2.اختبار الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على: توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق الشعوري والأداء الوظيفي لدى موظفي المدرسة الوطنية للغابات.

– فرضية العدمH0:لا توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق الشعوري والأداء الوظيفي للمؤسسة محل الدراسة.

– فرضية البديلةH1: توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق الشعوري والأداء الوظيفي للمؤسسة محل الدراسة.

جدول(10): تحليل تباين (ANOVA) للمتغيرين الاستغراق الشعوري والأداء الوظيفي

المتغير	الأداء الوظيفي

الاستغراق الشعوري	معامل الارتباط(R)	معامل التحديد(R^2)	F	مستوى الدلالة
	,618a	,382	32,148	,000[b]

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي**SPSS**

جدول(11): اختبار معنوية معاملات الانحدار وفقا لإحصائية Tبين الاستغراق الشعوري والأداء الوظيفي

النموذج	معاملات غير قياسية	معاملات قياسية	T	مستوى الدلالة
	B	Beta		
(الثابت)	2,058		6,556	,000
الاستغراق الشعوري	,451	,618	5,670	,000

القيم الجدولية لكل من (tوF)هي (1.645 ، 3.84) عند مستوى (0.05)

يتضح من الجدول(10) أن قيمة F المحسوبة البالغة 32,148 أكبر من قيمتها الجدولية، وقيمة مستوى المعنوية(.Sig) المقابلة لها بلغت 0.00 أصغر من مستوى المعنوية(0.05)، وهو ما يؤكد على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي ، كما بلغ معامل الارتباط 0,618 مما يدل على وجود ارتباط متوسط الشدة بين الاستغراق الشعوري والأداء الوظيفي، وقد بلغت معامل التحديد (R^2) قيمة (0,382)، وهذا يعنى أن المتغير المستقل يفسر ما نسبته 38.2%من التباين في المتغيرات التابعة أما النسبة المتبقية فتعود إلى عوامل أخرى غير مدروسة. ومن الجدول (11) نلاحظ أنّ قيمة معامل الانحدار0.451، وقيمةt المحسوبة المقابلة لهذه الأخيرة 5.670 أكبر من قيمتها الجدولية، وبلغت قيمة المعنوية 0.00 وهي أقل من قيمة المستوى المعنوية المعتمد0.05 وهي معنوية إحصائيا.

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق الشعوري والأداء الوظيفي عند مستوى معنوية (0.05).

يمكن التعبير عن علاقة التأثير بين المتغيرين بالمعادلة الآتية: **(الأداء الوظيفي= 0.451+2.058 الاستغراق الشعوري)**. أي أنّ تغيرا مقداره (1) في الاستغراق الشعوري سيؤدي إلى تغيرا في الأداء الوظيفي مقداره (0.451).

ب.4.اختبار الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على: توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق الجسدي والأداء الوظيفي لدى موظفي المدرسة الوطنية للغابات.

– **فرضية العدمH0**:لا توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق الجسدي والأداء الوظيفي للمؤسسة محل الدراسة.

– **فرضية البديلةH1**: توجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الاستغراق الجسدي والأداء الوظيفي للمؤسسة محل الدراسة.

جدول(12): تحليل تباين (ANOVA) للمتغيرين الاستغراق الجسدي والأداء الوظيفي

المتغير	الأداء الوظيفي			
	معامل الارتباط(R)	معامل التحديد(R^2)	F	مستوى الدلالة
الاستغراق الجسدي	,512a	,262	18,426	,000b

المرجع: مخرجات البرنامج الإحصائي**SPSS**

جدول(13): اختبار معنوية معاملات الانحدار وفقا لإحصائية T بين الاستغراق الجسدي والأداء الوظيفي

النموذج	معاملات غير قياسية	معاملات قياسية	T	مستوى الدلالة
	B	Beta		
(الثابت)	2,120		5,318	,000
الاستغراق الجسدي	,413	,512	4,293	,000

القيم الجدولية لكل من (Fوt)هي (1.645 ، 3.84) عند مستوى (0.05).

يتضح من الجدول(10) أن قيمة F المحسوبة البالغة 18,426 أكبر من قيمتها الجدولية، وقيمة مستوى المعنوية(.Sig) المقابلة لها بلغت 0.00، أصغر من مستوى المعنوية(0.05)، وهو ما يؤكد على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي ، كما بلغ معامل الارتباط 0,512 مما يدل على وجود ارتباط متوسط الشدة بين الاستغراق الشعوري والأداء الوظيفي، وقد بلغت معامل التحديد (R^2) قيمة (0,262)، وهذا يعنى أن المتغير المستقل يفسر ما نسبته 26.2%من التباين في المتغيرات التابعة أما النسبة المتبقية فتعود إلى عوامل أخرى غير مدروسة. ومن الجدول (11) نلاحظ أنّ قيمة معامل الانحدار0.413، وقيمة t المحسوبة المقابلة لهذه الأخيرة 4.293 أكبر من قيمتها الجدولية، وبلغت قيمة المعنوية 0.00 وهي أقل من قيمة المستوى المعنوية المعتمد0.05 وهي معنوية إحصائيا.

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة أي توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الاستغراق الجسدي والأداء الوظيفي عند مستوى معنوية (0.05).

يمكن التعبير عن علاقة التأثير بين المتغيرين بالمعادلة الآتية: (**الأداء الوظيفي= 2.120+0.413 الاستغراق الجسدي**). أي أنّ تغيرا مقداره (1) في الاستغراق الجسدي سيؤدي إلى تغيرا في الأداء الوظيفي مقداره (0.413).

مما سبق يتضح أن مستوى الاستغراق الوظيفي يؤثر إيجابا ومعنويا على مستوى الأداء الوظيفي للعاملين في المدرسة الوطنية للغابات ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (الساعدي، عكار.2014)، (العبادي، الجاف.2012)، (AlaaAbuAleinein, 2016) ودراسة (ضيف، صدوق.2020) والتي توصلت إلى أن هناك علاقة وتأثير ايجابي ومعنوي بين الاستغراق الوظيفي وأداء العاملين.

كما فسّر(Kanungo et al,1990) هذه النتيجة بأن زيادة الشعور بالاستغراق الوظيفي يجعل العاملين منهمكين في عملهم ومنسجمين معه بشكل كامل مما يخلق جو عمل مُحبب لديهم ، من شأنه أن يؤثر بالإيجاب على توجهاتهم وسلوكياتهم نحو واجباتهم ومهام أعمالهم وأحيانًا يتجاوزونمهامهم الرئيسية المطلوبة منهم لممارسة السلوكيات التطوعية (المواطنة التنظيمية). إن هؤلاء العاملين يكونون في حالة استمتاع عند تأديتهم للعمل ومنغمسون في العمل ويضعون العمل في سلم أولوياتهم مما ينعكس على الإنتاجية والكفاءة في العمل.(Rahmawaty, Ahamed, & Rokhman, 2022)

5. خاتمة:

نظرا لكون الاستغراق الوظيفي يمثل أعلى درجات انغماس العاملين بوظائفهم، من خلال تقديم مجهود (عضلي/ فكري) أكثر مما هو متوقع. ويظهر نتائج هذا السلوك في تحسين جودة أداء العاملين وصورة المنظمة بصفة عامة، لذا نجد أن كبرى المنظمات تسعى لتعزيز سلوك الاستغراق لدى عمالها. ومن خلال الدراسة المعروضة نستخلص جملة من الاستنتاجات:

– تؤكد نتائج متغير الاستغراق الوظيفي المتمثلة في مؤشري المتوسط الحسابي وانحراف معياري(4,023 – 0,544)، أنّ أفراد العينة يتمتعون بمستوى مرتفع من الاستغراق الوظيفي؛

– تثبت نتائج متغير الأداء الوظيفي المتمثلة في مؤشري المتوسط الحسابي وانحراف معياري(3,815 – 0,470)،أنّ أفراد العينة يتمتعون بمستوى مرتفع من الأداء الوظيفي؛

– وجود أثر لاستغراق الموظفين معرفيا على أدائهم الوظيفي إشارة على انجازهم لأعمالهم دون الحاجة الى الإرشاد والتوجيه من طرف المسؤول المباشر، وإعطاء الوظيفة الانتباه والتركيز اللازم لإنجاز العمل؛

– وجود أثر لاستغراق الموظفين شعوريا (العاطفي) على أدائهم الوظيفي يوضح ووجود علاقة قوية تربطهم بوظيفتهم وشعورهم بالفخر والاعتزاز اتجاه وظيفتهم ومؤسستهم بشكل عام ويمكن إرجاع ذلك لحصولهم على دخل كافي وأوضاع مهنية مستقرة؛

– وجود أثر لاستغراق الموظفين جسديا (سلوكيا) على أدائهم الوظيفي من خلال تكريس الموظفين الكثير من الطاقة في لإنجاز وظيفتهم بشكل جيد وتنفيذها في أقل وقت، وقد يتطوع الموظفين لتحمل مسؤوليات إضافية؛

– وجود علاقة ارتباط بين الاستغراق الوظيفي بأبعاده (المعرفي– الشعوري– الجسدي) والأداء الوظيفي في المدرسة الوطنية؛

– تأثير الاستغراق الوظيفي إجمالا وأبعاده (المعرفي– الشعوري– الجسدي) على الأداء الوظيفي في المدرسة الوطنية، وبالتالي قبول الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية المنبثقة منها؛

التوصيات:

بناء على ما سبق يمكن الخروج بجملة التوصيات التالية:

- يستوجب على المدرسة الوطنية للغابات الاهتمام بمفهوم الاستغراق الوظيفي لما له من تأثير هام وفعال على الأداء، من خلال جذب واستقطاب الموظفين المستغرقين؛
- منح الموظفين المستغرقين مكافئات وتحفيز معنوي لدعم هذا السلوك الايجابي والذي ينعكس من خلال أدائهم الوظيفي.
- العمل على توفير بيئة تنظيمية صحية بعيدا عن ضغوط العمل والتوتر مما يشجع الموظفين على القيام بأعمالهم بكفاءة ودقة، والذي يرفع من مستوى الاستغراق الوظيفي لديهم؛
- يجب منح الموظفين المعلومات اللازمة والاستقلالية لتمكينهم من أداء وظائفهم، وتشجيعهم على التعبير عن مشاعرهم واهتمامهم وبالتالي تحقيق الاستغراق خصوصا الاستغراق الشعوري.

- دعم مشاركة الموظفين في اقتراح تحسينات على العمل عند الضرورة، حيث يشجع ذلك على الابداع والابتكار ويعزز الكفاءة والأداء الوظيفي.

6. قائمة المراجع.

– انصر محمد ابراهيم. (2004). المناخ التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي، رسالة ماجستير في العلوم الادارية، جامعة تايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.

– سعد علي العنز ي، عامر علي العطوي. (2012). فهم الهيكل الكامن لمحددات تقييم الأداء الوظيفي الشامل، العدد 8 ،المجلة العراقية للعلوم الادارية، جامعة كربلاء، العراق.

– سناء جبيرات. (2015). تقييم أثر نظم معلومات الموارد البشرية في تحسين الأداء البشري بالمؤسسة الاقتصادية من منظور المستعملين –دراسة عينة من امؤسسات الاقتصادية– . *أطروحة دكتوراه تخصص تسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.*

– عبد الحميد المغربي. (2004). جودة حياة العمل وأثرها في تنمية الاستغراق الوظيفي: دراسة ميدانية، مجلة الدراسات والبحوث، جامعة الزقازيق، كلية التجارة التجارية. (العدد2).

– محمد حسن راوية. (2000). *إدارة الموارد البشرية*. الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.

– محمد عريشة. (1995). تحليل علاقة الخصائص الفردية والرضا الوظيفي على الاستغراق الوظيفي وأثره على جهد الفرد في العمل– دراسة تطبيقية. *المجلة العلمية لكلية الادارة والاقتصاد*(العدد 6، 53–91).

– مروة الشنواني. (2015). تأثير العطالة التنظيمية كمتغير وسيط على العلاقة بين تمكين العاملين والاستغراق الوظيفي، لاسالة ماجستير كلية التجارة، جامعة المنصورة.

– ناصر الفوزان. (2002). خصائص العمل ومستوى الاجهاد الوظيفي: دراسة ميدانية على الاجهزةالحكومية في المملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الملك سعود، المجلد(14)، العدد(2).

– هاشم العابدي، ولاء الجاف. (2012). استراتيجيات تعزيز الاستغراق الوظيفي ودورها في تحقيق الأداء العالي لمنظمات الأعمال دراسة استطلاعيةلعينة من العاملين في القطاع المصرفي العراقي – أربيل. *مجلة جامعة الكوفة، كلية الادارة والاقتصاد، المجلد 5*(العدد 2)، 106–73.

– هاشم محمد الطويل. (2006). اتجاهات الطلبة العرب في الجامعات الأمريكيةنحو الدراسة، العمل والدخل والمستقبل. *مجلة الدراسات: العلوم الاجتماعية والانسانية، 33(2).*

المراجع باللغة الأجنبية

- Bakker, A., & Demerouti, E. (2007). The job demands–resources model. *Journal of Managerial Psychology, Vol.22, No.3, PP. 309-328.*
- GILLES, F. e. (2000). Dialogue autour de la performance en entreprise : les enjeux , France, larmattan.
- Hafer, J., & Martin , T. (2006). Job Involvement or Affective. *Commitment A Sensitivity of A Study Of Apathetic Employee Mobility*.

- Lamberts, E., & Paoline, E. (2012). Explring Potential Antecedents of Job Involvement;An Exploratory Study Among Jail Staff. *Criminal Justic and Behavior ,Vol.12, No 21, 264-286*.
- Perera, M., & Weerakkody, W. (2016). IMPACT OF JOB SATISFACTION ON JOB PERFORMANCE OF NON EXECUTIVE EMPLOYEES IN HOTEL INDUSTRY:WITH REFERENCE TO KALUTARA DISTRIVT INSRILANKA,DOI:10.4038/kihm.v11i1.27.https://www.researchgate.net/publication/311913200.
- Pollock, T. (1997). Building Employee's Interest in their work. *Automotive Manufacturing & Production, 109(10)*.
- Rahmawaty, A., Ahamed, F., & Rokhman, W. (2022). Rahmawaty Interrelationship among Quality of Work-Life, Islamic Work Ethics, and Employee Performance: Employee Engagement as Mediator. *Rahmawaty, A., Ahamed, F., & Rokhman, W. (2022). Interrelationship among Quality of Work-Life, Islamic W. EQUILIBRIUM, 10(1), 71-90.*
- Riipinen. (1997). The Relationship between Job involvement and well-being. *The Journal of psychology , 131 (1),* 81-89.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research

ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854

المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024،ص ص 540-553

تطور الائتمان المصرفي و دوره في تحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة تحليلية خلال الفترة 2000-2022

Evolution of Banking Credit and Its Role in Achieving Economic Growth in Algeria: An Analytical Study during the Period 2000-2022

* نوري منيرة
Nouri mounira
جامعة باتنة 1_الجزائر
mounira.nouri@univ-batna.dz

تاريخ الاستلام:2024/01/24 تاريخ القبول: 2024/04/30 تاريخ النشر: 2024/04/30

الملخص :

يهدف البحث بشكل أساسي إلى تحليل اتجاهات إجمالي الائتمان المصرفي والناتج المحلي الإجمالي في الجزائر وتحري اتجاه العلاقة بينهما بالاستناد إلى البيانات السنوية للمدة 2000 -2022، إن دراسة تطور إجمالي الائتمان المصرفي وتحليل اتجاهاته ومعرفه مدى تأثيره في المتغيرات الاقتصادية لا سيما النمو الاقتصادي يعد من الموضوعات التي تحتاج للبحث والتقييم الدائم وتوصل البحث إلى أن نسبة إجمالي القروض المصرفية إلى الناتج المحلي الإجمالي خلال فترة الدراسة منخفضة نسبيا مقارنة بما هو مسجل في الاقتصاديات المتطورة ما يعبر عن عدم الاعتماد على القرض المصرفي في تمويل النشاط الاقتصادي.

الكلمات المفتاحية: الائتمان المصرفي؛ الناتج المحلي؛ القروض؛ القطاع العام؛ القطاع الخاص

تصنيف جال:L20 ; H11 ; G24 ; E01 ; G21

Abstract :

The research aims primarily to analyze the trends of total bank credit and gross domestic product and investigate the direction of the relationship between them based on annual data for the period 2000-2022. Studying the development of total bank credit, analyzing its trends, and knowing the extent of its impact on economic variables, especially economic growth, is one of the topics that It needs constant research and evaluation. the research concluded that the ratio of total bank loans to GDP during the study period is small compared to what is recorded in developed economies, which expresses the lack of reliance on bank loans to finance economic activity

Key words: bank credit, domestic product, loans, public sector, private sector

JEL classificationcodes : G21 ; E01 ; G24 ; H11 ; L20

*المؤلف المرسِل

1.مقدمة:

يشكل الائتمان المصرفي جزءًا أساسيًا من النظام المالي الحديث، حيث يوفر للأفراد والشركات والحكومات الفرصة لتلبية احتياجاتهم المالية. يعتبر الائتمان عاملاً محفزًا للنمو الاقتصادي، ويعتبر بعض الاقتصاديين بأن الائتمان دم الحياة للأعمال وعدم توفره بالقدر المناسب يعتبر عائقا للنمو، ويؤدي إلى آثار سيئة على الإنتاج والتوظيف، إن متابعة تطور حجم القروض التي يقدمها القطاع المصرفي للاقتصاد وتوزيعها على مختلف القطاعات يمكننا من معرفة قدرته على ابتكار قنوات لتوزيع الموارد المالية المتاحة على جميع قطاعات الاقتصاد الوطني بطريقة منتجة.

تتمحور إشكالية البحث في السؤال الرئيسي التالي: **ما مدى تأثير الائتمان المصرفي في النمو الاقتصادي في الجزائر للفترة 2000– 2022؟**

للإجابة على هذه الإشكالية اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف الأدبيات النظرية واتجاهات كل متغيرات البحث فيما بينها خلال مدة الدراسة وصولا لنتائج يمكن من خلالها الخروج بمقترحات وتوصيات مهمة، وقد تم تقسيم الدراسة إلى محورين، المحور الأول حددنا من خلاله المفاهيم النظرية لكل من الائتمان المصرفي والنمو الاقتصادي، وفي المحور الثاني قمنا بدراسة تطور الائتمان المصرفي في الجزائر ونسبته إلى إجمالي الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة 2000-2022 من خلال الإحصائيات التي يوفرها البنك المركزي الجزائري.

2.الإطار المفاهيمي للائتمان المصرفي و النمو الاقتصادي:

1.2. تعريف الائتمان المصرفي:

يقصد به تزويد القطاعات الاقتصادية المختلفة في المجتمع من أفراد، ومنشآت ومؤسسات بالأموال اللازمة لمباشرة نشاطها، على أن تلتزم هذه الجهات في المستقبل بعد أجل متفق عليه بسداد تلك الأموال وفوائدها والعمولات المستحقة عليها دفعة واحدة أو على دفعات محددة، ومن هنا يكتسي الائتمان المصرفي دورا هاما في الحياة الاقتصادية، إذ لا يمكن لعملية الإنتاج والتوزيع أن تعمل بشكل فعال دون توافر التمويل الكافي (حمودة السائح،

2006-2007، صفحة 35) وتدعم تلك العملية بتقديم مجموعة من الضمانات التي تكفل للبنك استرداد أمواله في حالة توقف العميل عن السداد.

2.2. أهمية الائتمان المصرفي :

يلعب الائتمان المصرفي دورا محوريا في عملية التنمية الاقتصادية فهو يعتبر حلقة وصل بين أصحاب الفائض المالي وأصحاب العجز المالي، ويمكن توضيح أهمية الائتمان المصرفي فيما يلي: (حميد جابر الحلو و سوداي شنبارة، 2021، صفحة 121)

- يعد الائتمان المصرفي مصدرا هاما من مصادر تمويل القطاعات الاقتصادية إذ يساعد المشاريع في الحصول القروض اللازمة لتمويلها وكذلك يساعد على تمويل العائلات وتلبية احتياجاتها ومشترياتها الاستهلاكية لاسيما السلع المعمرة.
- يعمل الائتمان المصرفي على زيادة حجم التجارة الدولية من خلال فتح الاعتمادات المستندية، حيث يقوم بتسهيل وتوسيع التبادل الخارجي.
- يحقق الائتمان المصرفي اقتصادا متوازنا عبر توزيع الموارد النقدية الائتمانية على مختلف القطاعات لتأمين انسيابها للمشاريع كافة، ويفترض أن يكون مقدار الائتمان متوافق مع حاجات النشاط الاقتصادي وخطط التنمية الاقتصادية حتى يؤمن تحقيق التوازن.
- يساهم الائتمان في خلق فر ص العمالة وزيادة القوة الشرائية للأفراد وتحسين مستوى المعيشة لهم من خلال مساهمته في توسيع النشاط الاقتصادي وبالتالي زيادة الدخل الوطني.
- يقوم الائتمان المصرفي من خلال أدواته كالعقود والسندات والكمبيالات بوظيفة تسوية المبادلات التي تتيح اختصار وقت عملية تبادل السلع والخدمات.
- إن النشاط الاقتصادي الكبير يعد مؤشرا على نجاح المؤسسات المصرفية إذا ما اعتمدت تلك المؤسسات سياسة ائتمانية سليمة في منح القروض ومتابعة تحصيلها.

3.2. أثر الائتمان المصرفي على النمو الاقتصادي:

أكدت العديد من الدراسات على وجود علاقة بين الائتمان المصرفي والنمو الاقتصادي ممثلا بالناتج المحلي الإجمالي حيث ركزت هذه الدراسات على الطريقة التي يؤثر بها الائتمان المصرفي في النمو الاقتصادي، والذي اهتم بالأساس النظري لهذه العلاقة هو الاقتصادي

"شومبيتر" (Schumpeter, 1934) الذي يرى بأن الخدمات التي تقدم من قبل مؤسسات الوساطة المالية والتي يتلخص عملها في تعبئة المدخرات وتوجيهها نحو الاستثمارات، مما يؤدي إلى تصاعد الأعمال للقطاعات الحقيقية ومن ثم تصل لتحفيز النمو الاقتصادي. (موفق نوري و إسماعيل عزيز، صفحة 476) وتظهر العلاقة بين الائتمان والنمو واضحة فالاقتصاديات التي تتمتع بأنظمة ائتمانية متطورة وفعالة تنمو بوتيرة أسرع في حين الأنظمة الائتمانية الغير كفؤة تحمل مخاطر الفشل المصرفي.

4.2. تعريف النمو الاقتصادي:

يعرف النمو الاقتصادي بأنه عملية مستمرة وواعية لزيادة إجمالي الناتج المحلي الحقيقي للبلد بمرور الزمن، فلا يحدث النمو نتاج صدفة بل هو ثمرة جهد مستدام، ومن المهم التنبيه إلى أن النمو لا يحدث بمجرد زيادة الناتج الحقيقي فحسب، فزيادة الناتج الحقيقي بمعدل يقل أو يساوي معدل النمو السكاني لن يؤدي إلى زيادة متوسط نصيب الفرد من الناتج وبالتالي لا يتحقق النمو الاقتصادي (حسن عبد الحميد احمد، 2009، صفحة 126) ويمكن أن تحدث زيادة في حجم الناتج عن طريق زيادة الموارد المستخدمة، أو عن طريق تحسين إنتاجية هذه الموارد، والتي تتحقق نتيجة تحسين نوعية العمالة أو نتيجة لاستخدام آلات أو تكنولوجيا جديدة أو بتطوير نظم إدارية أفضل وسياسات حكومية أكثر مرونة وفاعلية. (مرداسي، 2018-2019، صفحة 161)

5.2. مقومات النمو الاقتصادي:

تتمثل مقومات النمو الاقتصادي فيما يلي: (ساموبلسون، 2006، صفحة 578)

حجم ونوعية الموارد البشرية :تمثل مجموع القدرات الفيزيائية والفكرية التي يمكن للإنسان استخدامها في إنتاج السلع والخدمات الضرورية لتلبية حاجياته، حيث يعتبر من العناصر المهمة في زيادة الإنتاج وبالتالي زيادة معدلات نمو الناتج الوطني.

حجم ونوعية الموارد الطبيعية ورأس المال :يعتمد الإنتاج وكذلك النمو الاقتصادي في أي اقتصاد على كمية ونوعية موارده الطبيعية، مثل درجة خصوبة التربة ووفرة المعادن ومصادر المياه ومساحة الغابات وغير ذلك، فالإنسان يستغل الموارد الطبيعية لتحقيق الأهداف الاقتصادية

والاجتماعية. كما يعتمد النمو الاقتصادي على رأس المال الذي يمثل مجموع الاستثمارات والتجهيزات والبنى التحتية التي يمتلكها الاقتصاد في لحظة زمنية معينة.

التطور التكنولوجي :يعد هذا العامل أهم محدد لحجم ومعدل النمو الاقتصادي، ويمثل مجموع النظم والتقنيات الحديثة التي تستعمل في الإنتاج بغية إنتاج كمية أكبر من السلع بنفس الكمية من المدخلات، أي أن التطور التقني يعمل على زيادة إنتاجية عوامل الإنتاج والاستغلال الأمثل لكل عنصر من عناصر الإنتاج، فحتى إن بقيت عناصر الإنتاج على حالها وحدث هناك تقدم تقني سيؤدي ذلك إلى زيادة حجم الإنتاج وبالتالي يرتفع النمو الاقتصادي، ويتولد التطور والتقدم في التكنولوجيا من خلال الاكتشافات الجديدة والاختراعات الحديثة التي يبتكرها رأس المال البشري.

تلعب هذه المقومات دورا حاسما في تحديد مسار النمو الاقتصادي لأي بلد وتجتمع هذه العوامل لتشكل بيئة اقتصادية تساهم في تعزيز الإنتاجية وتحفيز الاستثمار والابتكار.

3. تطور حصيلة الائتمان المصرفي في الجزائر خلال الفترة 2000-2022 وتأثيره على النمو الاقتصادي:

يشكل الائتمان المصرفي جزءًا أساسيًا من النظام المالي الحديث، حيث يوفر للأفراد والشركات والحكومات الفرصة لتلبية احتياجاتهم المالية، ويعتبر الائتمان عاملاً محفزًا للنمو الاقتصادي، إذ يؤثر على الاستثمار والإنتاج والتوظيف، وفيما يلي تتبع لتطور حصيلة الائتمان المصرفي في الجزائر وأثره على النمو الاقتصادي من خلال تتبع نسبة القروض المقدمة للاقتصاد إلى إجمالي الناتج المحلي في الفترة الممتدة من 2000 إلى 2022.

1.3. توزيع القروض للاقتصاد حسب الآجال:

يعكس توزيع القروض حسب آجال الاستحقاق الزمن الذي يستغرقه المقترض لسداد القرض بالكامل وتنقسم إلى قروض قصيرة الأجل، قروض متوسطة الأجل وقروض طويلة الأجل ويمكن تتبع تطور القروض المصرفية حسب آجال الاستحقاق من خلال الجدول رقم (01).

الجدول رقم (01): يوضح تطور القروض الممنوحة للاقتصاد حسب الآجال للفترة 2000-2022

الوحدة: مليار دينار جزائري

	قروض قصيرة الأجل			قروض متوسطة الأجل			قروض طويلة الأجل			إجمالي القروض
	القيمة	النسبة من الإجمالي	معدل النمو	القيمة	النسبة من الإجمالي	معدل النمو	القيمة	النسبة من الإجمالي	معدل النمو	
2000	467.0	47	-15.4	492.9	49.6	-12.8	33.8	3.4	0.6	993.7
2001	513.3	47.6	9.9	529.5	49.1	7.4	35.6	3.3	5.3	1078.4
2002	628.0	49.6	22.3	602.8	47.6	13.8	36.0	2.8	1.1	1266.8
2003	773.6	56.0	23.2	559.1	40.5	-7.2	47.5	3.4	31.9	1380.2
2004	828.3	54.0	7.1	617.6	40.2	10.5	89.1	5.8	87.6	1535.0
2005	923.3	51.9	11.5	747.5	42.0	21.0	109.0	6.1	22.3	1779.8
2006	915.7	48.1	-0.8	786.4	41.3	5.2	203.3	10.7	86.5	1905.4
2007	1026.1	46.5	12.1	828	37.5	5.3	351.1	15.9	72.7	2205.2
2008	1189.4	45.5	15.9	910.0	34.8	9.9	516.1	19.7	47.0	2615.5
2009	1320.5	42.8	11.0	852.1	27.6	-6.4	913.9	29.6	77.1	3086.5
2010	1311.0	40.1	-0.7	820.4	25.1	-3.7	1136.7	34.8	24.4	3268.1
2011	1363.0	36.6	4.0	847.9	22.8	2.0	1515.6	40.7	34.6	3726.5
2012	1361.6	31.8	-0.1	978.1	22.8	15.4	1949.9	45.4	28.5	4287.6
2013	1423.4	27.6	4.5	1227.9	23.8	25.5	2505.0	48.6	28.6	5156.3
2014	1608.7	24.7	13.0	1413.4	21.7	15.1	3482.5	53.5	39.0	6504.6
2015	1710.6	23.5	6.3	1641.8	22.6	16.2	3908.5	53.9	12.7	7277.2
2016	1914.2	24.2	11.9	1810.8	22.9	10.3	4205.9	52.9	6.6	7909.9
2017	2298.0	25.9	20.1	1844.4	20.8	1.8	4737.6	53.4	13.2	8880.0
2018	2687.1	26.9	16.9	1683.3	16.9	-8.7	5605.9	56.2	18.3	9976.3
2019	3011.1	27.7	12.1	1665.9	15.4	-1	6180.9	56.9	10.3	10857.4
2020	3203.7	28.6	6.1	1654.5	14.8	-0.7	6324.1	56.6	2.3	11182.3
2021	3563.8	36.4	11.2	1484.3	15.1	10.3-	4746.6	48.5	-24.9	9794.7
2022	4097.1	38.6	9.5	1474.4	14.5	0.9-	4742.2	46.9	-0.1	10313.6

المصدر: تم إعداد الجدول اعتمادا على المصادر الآتية:

-(Banque d'Algérie, Rapports annuels de la Banque d'Algérie, 2022, p. 122)

-(Banque d'Algérie, Rapports annuels de la Banque d'Algérie , 2017, p. 150).

- (Banque d'Algérie, Rapports annuels de la Banque d'Algérie, 2014, p. 161)

- (Banque d'Algérie, Rapports annuels de la Banque d'Algérie , 2004, p. 174)

- (بنك الجزائر، التطور الاقتصادي والنقدي، 2013، صفحة 225)

- (بنك الجزائر، 2010، صفحة 216)

الملاحظ من الجدول رقم (01) أن حجم القروض المصرفية الممنوحة للاقتصاد في ارتفاع مستمر خلال الفترة قيد الدراسة حيث قدرت سنة 2000 بـ 993.7 مليار دينار جزائري لترتفع بشكل مستمر حتى سنة 2020 حيث بلغت 11182.3 مليار دينار جزائري، لتنخفض في 2021 إلى 9794.7 مليار دينار جزائري بسبب الاوضاع الاقتصادية الناجمة عن أزمة كوفيد 19 لترتفع مجددا في 2022 إلى 10313.6 مليار دينار جزائري وتتوزع هذه القروض حسب مدة الاستحقاق إلى قروض قصيرة ومتوسطة وأخرى طويلة الأجل، ويتضح من خلال الجدول أن نسبة القروض القصيرة الأجل إلى إجمالي القروض الممنوحة للاقتصاد في تزايد خلال الفترة 2000 إلى 2003 حيث تجاوزت 50% في السنوات 2003، 2004 و 2005، لتشهد بعد ذلك تراجعا حتى سنة 2015 أين أصبحت تمثل 23.5% من إجمالي القروض، ثم عرفت هذه النسبة ارتفاعا مستمرا ابتداء من سنة 2016الى غاية 2022 لتصل إلى 38.6%.

أما من حيث الحجم فقد شهدت القروض القصيرة الأجل ارتفاعا متواصلا في معظم سنوات الدراسة باستثناء السنوات 2000، 2006 و 2012 حيث سجلت انخفاضا طفيفا نفس الملاحظة تسجل بالنسبة للقروض المتوسطة الأجل، التي عرفت ارتفاعا متواصلا في قيمتها حيث انتقلت من 92.9 مليار دينار جزائري سنة 2000 إلى 1844.4 مليار دينار جزائري سنة 2017 (ما عدا في السنوات 2000، 2003، 2009 و 2010 أين شهدت انخفاضا بمعدل 12.8%، 7.2% و 6.4% و 3.7% على التوالي) وشهدت بعد ذلك انخفاضا مستمرا حتى سنة 2022 أين قدرت بـ 1474.4 مليار دينار جزائري، ومن حيث نسبة القروض المتوسطة الأجل إلى إجمالي القروض الموزعة فقد سجلت انخفاضا متواصلا على طول فترة الدراسة، وحققت أعلى نسبة سنة 2000 وتقدر بـ 49.6% حيث استحوذت القروض المتوسطة الأجل على الجزء الأكبر من القروض المقدمة للاقتصاد، وحتى سنة 2006 بقيت هذه النسبة تمثل أكثر من 40% من إجمالي القروض وإذا ما قورنت بنسبة القروض الطويلة الأجل التي لم تتجاوز 11% فهي مرتفعة جدا، وترجع أساسا إلى ارتفاع حجم القروض الرهينة والقروض الاستهلاكية الموجهة لتمويل السلع المعمرة لفائدة الأسر. (الجزائر، التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر، 2008، صفحة 126)

وإذا أخذنا في الاعتبار أهمية نسبة القروض القصيرة الأجل إلى إجمالي القروض والتي تجاوزت 45% خلال الفترة 2000 إلى 2006 يمكن القول أن سياسة تمويل الاقتصاد كانت

موجهة لتمويل جانب الطلب وليس العرض، وهذا يعبر عن ضعف السياسة النقدية في توجيه الموارد المالية المتاحة نحو القطاعات المنتجة.

بعد سنة 2006 ظهر اتجاه جديد يتعلق بالارتفاع المهم في القروض الطويلة الأجل الموجهة أساس لتمويل الاستثمارات المنتجة خصوصا في قطاعي الطاقة والمياه. (بنك الجزائر، 2010، صفحة 103)

وتتضح هذه الأهمية من الارتفاع الواضح في القروض الطويلة الأجل منذ سنة 2006 حيث قدر معدل النمو السنوي بـ 86.5% واستمر هذا الارتفاع حتى سنة 2020 حيث بلغ حجم القروض الطويلة الأجل 6324.1 مليار دينار جزائري مقابل 33.8 مليار دينار جزائري سنة 2000.

وفيما يتعلق بنسبة القروض الطويلة الأجل إلى إجمالي القروض الممنوحة للاقتصاد فقد سجلت هذه النسبة ارتفاعا متواصلا منذ سنة 2000 حتى سنة 2019 حيث انتقلت من نسبة 3.4% سنة 2000 إلى 56.9% سنة 2019 مسجلة بذلك فارق يقدر بـ 53.5%.وعرفت بعد ذلك تراجعا حيث أصبحت تمثل 46.9% من إجمالي القروض الممنوحة للاقتصاد في 2022 وهذا الانخفاض الحاد يرجع أساسا إلى قيام الخزينة العمومية في نهاية 2021 بإعادة شراء مبلغ 1977.1 مليار دينار جزائري من القروض المشتركة الطويلة الأجل من المؤسسات العمومية مقابل سندات بآجال استحقاق تتراوح بين 10 و15 عاما. (بنك الجزائر، التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر، 2021، صفحة 57)

2. توزيع القروض المصرفية حسب القطاع للفترة 2000-2022:

إن متابعة تطور حجم القروض التي يقدمها القطاع المصرفي للاقتصاد وتوزيعها على مختلف القطاعات يبين قدرة القطاع المصرفي على ابتكار قنوات لتوزيع الموارد المالية المتاحة على جميع قطاعات الاقتصاد بطريقة منتجة. (رايس، 2012، صفحة 78)

ويتم توزيع القروض المصرفية على القطاعين العام والخاص، وكلما كان نصيب القطاع الخاص كبير دل ذلك على التعبئة الفعالة للمدخرات المحلية والتخصيص الكفء للموارد، حيث أكدت العديد من الدراسات التجريبية أن القروض المقدمة للقطاع الخاص تعزز الاستثمار ونمو الإنتاجية على نحو أكبر بكثير مما تحققه القروض المقدمة للقطاع العام. (بوغزالة، 2015،

صفحة 135) والجدول الموالي يوضح توزيع القروض على القطاعين العام والخاص وتطور نصيب كل قطاع من إجمالي القروض الممنوحة للاقتصاد.

الجدول رقم (02): توزيع القروض المصرفية حسب المتعامل الاقتصادي للفترة 2000-2022

البيان	القطاع العام*			القطاع الخاص			إجمالي القروض
	القيمة	النسبة من الإجمالي	معدل النمو	القيمة	النسبة من الإجمالي	معدل النمو	
2000	702	70.6	-24.5	291.7	29.4	32.00	993.7
2001	740.5	68.6	5.5	337.9	31.3	15.8	1078.4
2002	715.8	56.5	-3.3	551.0	43.5	63.1	1266.8
2003	791.7	57.3	10.6	588.5	42.6	6.8	1380.2
2004	859.6	56	8.6	675.4	44	14.8	1535.0
2005	882.5	49.6	2.7	897.3	50.4	32.9	1779.8
2006	848.4	44.5	-3.86	1057.0	55.5	5.2	1905.4
2007	989.2	44.8	16.6	1816.0	55.1	15.0	2205.2
2008	1202.2	46	21.5	1413.3	54	16.2	2615.5
2009	1485.9	48.1	23.6	1600.6	51.9	13.3	3086.5
2010	1461.4	44.7	-1.6	1806.7	55.3	12.9	3268.1
2011	1742.3	46.7	19.2	1984.2	53.2	9.8	3726.5
2012	2040.6	47.6	17.1	2247.0	52.4	13.2	4287.6
2013	2434.4	47.2	19.3	2721.9	52.8	21.1	5156.3
2014	3382.9	52	38.9	3121.7	48	14.7	6504.6
2015	3688.9	50.7	9	3588.3	49.3	14.9	7277.2
2016	3952.8	50	7.2	3957.1	50	10.3	7909.9
2017	4311.8	48.6	9.1	4568.3	51.4	15.4	8880.0
2018	4944.2	49.6	14.7	5032.2	50.4	10.2	9976.3

10857.8	3.8	48.1	5221.3	14	51.9	5636.6	2019
11182.3	3.2	48.2	5389.0	2.8	51.8	5793.3	2020
9794.7	4.9	57.7	5650.5	28.5-	42.3	4144.2	2021
10313.6	2	57	5826.2	5	43	4487.5	2022

المصدر: تم إعداد الجدول اعتمادا على المصادر التالية:

- (Banque d'Algérie, 2022, p. 151).

- (Banque d'Algérie, Rapports annuels de la Banque d'Algérie , 2017, p. 123).

- (Banque d'Algérie, Rapports annuels de la Banque d'Algérie, 2014, p. 162).
- (Banque d'Algérie, Rapports annuels de la Banque d'Algérie, 2007, p. 203).
- (Banque d'Algérie, Rapports annuels de la Banque d'Algérie , 2004, p. 175).

- (بنك الجزائر، التطور الاقتصادي والنقدي، 2013، صفحة 226).

- (بنك الجزائر، 2010، صفحة 217).

*- القطاع العام يشمل كذلك القروض الممنوحة للإدارة المحلية.

لقد حظي القطاع العام في السنوات الأولى من الدراسة بالحصة الأكبر من إجمالي القروض، حيث فاقت في المتوسط 60% خلال الفترة الممتدة من 2000 إلى 2004، لتتراجع ابتداء من سنة 2005 حيث انخفضت إلى 49.6%، وبقي نصيب القطاع العام من إجمالي القروض أقل من 50% حتى سنة 2014 حيث انتقل إلى نسبة 52%، ليشهد بعد ذلك انخفاض حيث بقيت حصة القطاع العام من اجمالي القروض المقدمة للاقتصاد اقل من 50% للسنوات 2015، 2016، 2017 و 2018 ثم ارتفعت تلك النسبة إلى 51.9% و51.8 % في 2019 و 2020 على التوالي،ثم تراجعت بعد ذلك في 2021 لتبلغ 42.3% و2022 قدرت بـ 43%، بينما القطاع الخاص فقد ارتفعت حصته في سوق القروض ابتداء من سنة 2005 حتى سنة 2013، وأكبر حصة حضي بها كانت سنتي 2021 و2022 بنسبة 57.7% و 57% على التوالي من إجمالي القروض، إن ارتفاع

نصيب القطاع الخاص من حجم الائتمان المقدم للاقتصاد مؤشر على زيادة الخدمات المالية وتحسن الوساطة المالية ودليل على الدور الكبير الذي تلعبه البنوك في عملية النمو الاقتصادي.

يتكفل بتوزيع هذه القروض البنوك العمومية والبنوك الخاصة (Banque d'Algérie, Rapports annuels de la Banque d'Algérie, 2022) حيث تستحوذ الأولى على الجزء الأكبر من سوق القروض، وتصل حصتها من إجمالي القروض الممنوحة خلال فترة الدراسة أكثر من 85% وتعطي الأولوية في منح القروض للمؤسسات العمومية أكثر من المؤسسات الخاصة حيث قامت بتمويل مشاريع الاستثمار الكبرى للمؤسسات العمومية في قطاع الطاقة والمياه على وجه الخصوص.

وتبقى للبنوك الخاصة الحصة الأصغر من إجمالي القروض حيث لم تتجاوز 10% في السنوات الأولى من الدراسة، لترتفع هذه النسبة سنة 2007 إلى 11.5%، واستمرت في الارتفاع في الفترة 2008 إلى 2022، حيث بلغت في سنتي 2021 و2022 نسبتي 14.42% و14.54% وتبقى مساهمة البنوك الخاصة في سوق القروض ضئيلة خلال فترة الدراسة حيث لم تتعدى نسبة 15%.

وهذا التطور الحاصل في حجم القروض الموزعة من طرف البنوك الخاصة وإن كان يتم ببطء إلا أنه يبقى مهم لأنه يخص تمويل المؤسسات الخاصة والأسر وهو القطاع الذي عرف ارتفاعا محسوسا في الادخار المالي في السنوات الأخيرة، وجزء كبير من هذا الادخار يتمتع بالاستقرار، مما يعزز من الموارد المستقرة للبنوك.

3. تطور نسبة القروض إلى الناتج المحلي الإجمالي:

شهد حجم القروض الموجهة للاقتصاد خلال الفترة قيد الدراسة ارتفاعا متواصلا، لكن بمعدل نمو متذبذب من سنة 2000 حتى سنة 2020، وعرفت تراجعا في سنة 2021 حيث قدر معدل التغير السنوي 12.4- %، لتشهد بعد ذلك ارتفاعا طفيفا بنسبة 3.3 %، وأعلى معدل نمو سنوي تم تسجيله خلال فترة الدراسة 26.1 % سنة 2014 كما هو موضح في الجدول الموالي رقم (03).

الجدول رقم (03): تطور نسبة القروض المصرفية إلى الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر للفترة 2000-2022

البيان	إجمالي القروض المصرفية بمليار دينار	معدل النمو السنوي للقروض	الناتج المحلي الإجمالي PIB بمليار دينار	نسبة القروض إلى PIB
2000	993.7	-13.6	4123.514	24.9
2001	1078.4	8.5	4277.113	25.21
2002	1266.8	17.5	4522.773	28.00
2003	1380.2	9.0	5252.773	26.27
2004	1535.0	11.2	6150.400	24.95
2005	1779.8	15.9	7561.984	23.53
2006	1905.4	7.1	8501.636	22.41
2007	2205.2	15.7	9352.886	23.57
2008	2615.5	18.6	11043.704	23.68
2009	3086.5	18.0	9968.025	30.96
2010	3268.1	5.9	11991.564	27.25
2011	3726.5	14.0	14519.808	25.66
2012	4287.6	15.1	15843.023	27.06
2013	5156.3	20.3	16569.27	31.11
2014	6504.6	26.1	17730	36.68
2015	7277.2	11.9	16702.1	43.6
2016	7909.9	8.7	17406.7	45.4
2017	8880	12.3	18906.6	47.00
2018	9976.3	12.3	20452.3	48.8
2019	10857.8	8.8	20500.2	53.0
2020	11182.3	3	18476.9	60.8
2021	9794.7	-12.4	22079.3	44.4
2022	10115.2	3.3	27688.8	36.5

المصدر: تم إعداد الجدول اعتمادا على:

- (Banque d'Algérie, Rapports annuels de la Banque d'Algérie, 2022, p. 110).
- (Banque d'Algérie, Rapports annuels de la Banque d'Algérie , 2017, p. 139)
- معطيات الجدول رقم (01).
- (نشرة الإحصاءات الاقتصادية للدول العربية 2015).
- (نشرة الإحصاءات الاقتصادية للدول العربية 2011).
- (التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2015)

لم تتعدى نسبة إجمالي القروض المصرفية إلى الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية 40% خلال الفترة 2000- 2014 ، ثم شهدت هذه النسبة ارتفاعا خلال الفترة 2015-2021 حيث بلغت في المتوسط ما يقارب 50% ، وأعلى نسبة سجلت خلال فترة الدراسة كانت سنة 2019 بـ 60.8% ، ولكن تبقى نسبة إجمالي القروض المصرفية إلى الناتج المحلي الإجمالي ضئيلة مقارنة بما هو مسجل في الاقتصاديات المجاورة*، ما يعبر عن عدم الاعتماد على القرض المصرفي في تمويل النشاط الاقتصادي على الرّغم من الموارد المالية المهمة المجمعة لدى الجهاز المصرفي، وهذا ما يفسر ضعف هذا الأخير وعدم استقراره، ووظيفة البنك المركزي في هذه الحالة العمل على تفعيل السياسة النقدية بكل أدواتها وتعزيز الوساطة المصرفية من خلال وضع سياسة نقدية تساهم في جمع الموارد المالية وفي الوقت نفسه توجيه هذه الموارد للوجهة التي تحسن استخدامها وتضمن حمايتها من الضياع خدمة للاقتصاد الوطني.

4.خاتمة:

إن توفير الائتمان يعتبر أمرا حيويا للحفاظ على استقرار الاقتصاد وتعزيز النمو الاقتصادي، وقد اتضح من خلال الدراسة اتجاه كل من الائتمان المصرفي والناتج المحلي نحو الارتفاع مما يعبر عن العلاقة الطردية بين المتغيرين لكن تبقى نسبة مساهمة القروض المقدمة للاقتصاد في الناتج المحلي الإجمالي ضئيلة مما يعكس عدم الاعتماد على القرض المصرفي في تمويل الاقتصاد الوطني لذلك نقترح:

- ترشيد منح القروض المصرفية وتوجيهها نحو القطاعات الإنتاجية الفعالة وذلك بتشجيع البنوك على تقديم تسهيلات ائتمانية للمشروعات الاستثمارية التي تعزز البنية التحتية وتعزز الابتكار وتحسين الإنتاجية لتحفيز النمو الاقتصادي.
- تعزيز دور الائتمان المصرفي من خلال توسيع دائرة المقرضين والمقترضين .
- نشر ثقافة الوعي المصرفي بين أفراد المجتمع.
- تنظيم ورقابه الائتمان ومنع ممارسات الإقراض السلبية وتسهيل الوصول إلى الائتمان من خلال تطوير آليات تمكن الأفراد والمشروعات من الوصول إلى الائتمان بشكل عادل وفعال.

(*) تصل نسبة القروض المصرفية في تونس مثلا إلى ما يزيد عن 70% من الناتج المحلي الإجمالي.

5. قائمة المراجع.

- إسراء موفق نوري، و خليل إسماعيل عزيز. تحليل واقع الائتمان المصرفي ودوره في تطوير النمو الاقتصادي في العراق للمدة 2004-2021. *مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية* ، *19* (63).
- *التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2015*.
- الهادي حمودة السائح. (2006-2007). دور الائتمان المصرفي في تنمية الاقتصاد الليبي1985-2003. *أطروحة دكتوراه* . جامعة الجزائر.
- أمحد عبد الكريم بوغزالة. (2015). التطور المالي في بلدان المغرب العربي في ظل الانفتاح والتحرير المالي خلال الفترة 1990-2013. *مجلة أداء المؤسسات الاقتصادية* (8).
- بنك الجزائر. (2008). *التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر*. التقرير السنوي.
- بنك الجزائر. (2010). *التطور الاقتصادي والنقدي*. التقرير السنوي.
- بنك الجزائر. (2013). *التطور الاقتصادي والنقدي*. التقرير السنوي.
- بنك الجزائر. (2021). *التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر*.
- حمزة مرداسي. (2018-2019). التعليم والنمو الاقتصادي دراسة مقارنة. *أطروحة دكتوراه*. جامعة باتنة.
- رشوان حسن عبد الحميد احمد. (2009). *التنمية (اجتماعيا، ثقافيا، اقتصاديا، سياسيا، إداريا، بشريا)*. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
- عقيل حميد جابر الحلو، و فاطمة سوداي شنبارة. (2021). تطور حجم الائتمان المصرفي وتأثيره في بعض المتغيرات الاقتصادية في العراق للمدة من 2004-2018. *مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية* ، *11* (3).
- فضيل رايس. (2012). تحولات السياسة النقدية في الجزائر خلال الفترة 2000-2009. *مجلة الباحث* (10).
- *نشرة الإحصاءات الاقتصادية للدول العربية 2011*.
- *نشرة الإحصاءات الاقتصادية للدول العربية 2015*.
- نور هاوس ساموبلسون. (2006). *علم الاقتصاد* (الإصدار 1). بيروت: مكتبة لبنان.
- Banque d'Algérie. (2004). *Rapports annuels de la Banque d'Algérie* .
- Banque d'Algérie. (2017). *Rapports annuels de la Banque d'Algérie* .
- Banque d'Algérie. (2007). *Rapports annuels de la Banque d'Algérie.*
- Banque d'Algérie. (2014). *Rapports annuels de la Banque d'Algérie.*
- Banque d'Algérie. (2022). *Rapports annuels de la Banque d'Algérie.*
- Schumpeter, J. (1934). *The Teory of Economic Development*. Cambridge Mass: Harverd University Press.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal forEconomic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
Volume:8/N°1 /April 2024, PP 209-228

The role of international marketing in entering international markets

دور التسويق الدولي في الدخول إلى الأسواق الدولية

* **Hamla Aissa** **Tahtah Ahmed**
University of Akli Mohand Oulhadj Bouira, Algeria
Laboratory of development alpolicies and oriontal studies
aissa.hamla@univ-bouira.dz a.tahtah@univ-bouira.dz

Received:*06/02/2024* ***Accepted***:*21/04/2024* ***Published***: *30/04/2024.*

Abstract :

the study aimed to identify the importance and role that international marketing plays in entering international markets due to its important place in promoting the country's exports by focusing on identifying the needs of consumers in various foreign markets and working to meet those needs that suit them by focusing on the elements of product development; pricing; distribution and promotion. Through this study, it can be said that international marketing has a very effective role in conquering and accessing international markets as a tool that reveals consumer needs in addition to finding solutions to adapt to different tastes and desires while working to enter new markets after saturation in the local market.Given this status of international marketing, countries, especially developing ones, should strengthen the field of international marketing in institutions and prepare human resources for this.

Key words: International marketing; International market, competition; international companies; International Trade.

JEL classification codes: M300, M310, F10, F200.

****Corresponding author***

1. INTRODUCTION

Marketing is considered a fundamental key to achieving the goals of organizations by identifying the needs and desires of customers in the target market and effectively ensuring customer satisfaction that surpasses competitors in the market. This has led to the necessity of paying attention to marketing in general, and international marketing in particular, as well as the need for marketing information. This is a pursuit to penetrate international markets, which of course is only possible after developing and improving the organization's products while providing effective and comprehensive means for various other functions, ensuring the flow of its products abroad. Considering that international marketing is related to various markets around the world where consumers with their diverse and varied cultures exist, which have a strong influence on consumer behavior in many instances in those markets.

International marketing is of utmost importance as a significant determinant of the success of organizations entering international markets. Therefore, organizations whose marketing activities are highly developed can effectively and efficiently compete in their target markets. This is evident through the significant success achieved by advanced countries' institutions such as Japanese, German, and American institutions. However, similar to these countries and the importance of marketing activities, developing countries have not given sufficient attention to these activities, whether at the official or private level.

Statement of the Problem:

Through our previous presentation and the nature of the topic, the following question arises:

What is the role of international marketing as a contributing and effective tool in entering international markets ?

Sub-questions:

- What is international marketing and what are its key principles?
- What is the international market and what are its main classifications?
- What are the main methods of international marketing for entering international markets?
- What is the international marketing strategy to overcome

barriers to enter international markets?

Study Objectives:

- Understand the concept of international marketing.
- Understand the international market and its classifications.
- To get Familiar with methods of international marketing for entering international markets.
- Understand the role of international marketing as a tool to overcome barriers and obstacles to entering international markets.

2.Theoretical Framework of International Marketing

Regardless of the organization's goal, its economic justification for existence lies in its survival and growth in the market. This primarily depends on the organization's ability to direct itself in the markets it serves, irrespective of whether marketing is done at the local or international level. The latter represents an opportunity for many organizations to grow and expand through operating within its framework, as international marketing is characterized by its broad and complex nature.

2.1 Definition of International Marketing:

The definition of international marketing has been varied and diverse in the writings that have addressed this branch of knowledge. Some definitions include:

Abdelsalam Abu Qahf defines international marketing as: Discovering customer needs and satisfying them internationally at a level better than international and local competitors, while coordinating marketing efforts in the face of international environmental variables and constraints (Abu Qahf, 2003, p. 20).

Allain Ollivier defines international marketing as a set of methods and techniques that allow an organization to gain significant customers and retain them by penetrating new international markets. To achieve this, the organization must follow several basic steps, such as: good knowledge of markets through observation and analysis of demand and competition, defining the commercial purpose or defining it as a chosen and targeted business, and marketing products and services effectively by relying on good communication and distribution policies (Ollivier, 1990, p. 4).

It is defined as an economic and social mechanism that enables individuals and groups to achieve their desires and needs through the creation and exchange of products (Kotler & Bernard, 2000, p. 40).

Kotler defines it as a dynamic, innovative activity aimed at finding the satisfied consumer in a market characterized by complexity and diversity and reaching this consumer to satisfy his desires (Nouri, 2015, p. 44).

The American Marketing Association (AMA) defines international marketing as An international process of planning, pricing, promoting goods, services, and ideas to create an exchange that achieves the goals of individuals and institutions (Sak& Shaw, 2004, p. 3).

Cateora defines it as: The performance of business activities that directs the flow of an organization's goods and services to users or consumers in more than one country (Sweidan&Shafeeq, 2009, p. 359).
Based on the definitions presented for international marketing, we can define it as: a set of activities and processes that facilitate the flow, movement, and direction of products and ideas from their producers to end-users in more than one country, according to their desires and needs. This is achieved through an exchange process that aims to achieve the goals of all parties involved.

Studying the differences between local marketing and international marketing is among the important methods and techniques used in understanding the concept of international marketing. Therefore, the observation from the previous definitions of international marketing indicates that the fundamental nature of marketing does not change whether it is local or international marketing. However, the latter occurs beyond national borders, which means its activities are conducted in more than one country, and therein lies the essence of the difference between them. The difference lies in the environment in which marketing activities are practiced.

2.2 Activities of International Marketing:

International marketing involves the following activities (Nouri, 2015 p.47):

- Studying the needs and desires of current and potential customers in global markets.

Planning, developing, and innovating products that satisfy the needs and desires of customers in various global markets.

- Selecting the best international distribution channels and making them most suitable.
- Developing promotional campaigns that reach customers in global markets.
- Ensuring that the product indeed satisfies the required needs by following up with customers after purchase and providing all necessary services.
- Determining various pricing methods that reflect the values and benefits the product provides to consumers, while aiming to achieve a suitable return on investment for the institutions in that industry (Al-Sheik, 2012 p.190).

2.3 Levels of International Marketing:

The levels of international marketing refer to the extent to which an organization aims to reach within its available capabilities. There are four levels of international marketing:

A- Opportunistic Marketing: This represents the lowest level of commitment towards the international market, where some products may be sold in limited quantities to customers from other countries, whether through trade or local or foreign distributors.

B- Active Marketing: This level seeks acceptance for the organization's products in international markets without making fundamental changes to the products or the organization's operations, often involving the institution's commitment to export to a specific market.

C- Integrated International Marketing: This level requires dividing the foreign market into groups based on similarities in political, economic, cultural, social, and technological factors. Therefore, the institution needs to develop specific strategies to serve targeted and defined markets, which means a difference in the marketing mix according to the differences between countries.

D- Global Marketing: At this level, the institution produces products

with uniform specifications and exports to all countries it deals with. The institution attempts to make its marketing mix global whenever possible by using high product specifications, effective pricing and promotion policies, along with efficient distribution channels. Alternatively, there might be a single marketing mix for all markets, where the marketing strategy is developed to deal with international or global markets as a large market, and the institution can assess whether its operations are local or international (Al-Meghrebi, 2018 p.36).

2.5 Motives for International Marketing:

The motives for international marketing refer to the reasons and justifications that drive the institution to make decisions related to expanding its operations into foreign markets(Nouri, 2015 p.47). Some of these motives include:

- Seeking new market opportunities and potential growth.
- Exploiting comparative advantages in production or resources.
- Increasing sales and revenue by diversifying markets.
- Spreading risk by operating in multiple markets.
- Enhancing the organization's reputation and brand image globally.
- Accessing resources, technology, or skills not available domestically.
- The organization may not have any opportunity to sell its products in the local market, prompting it to seek more receptive foreign markets for its products.
- Companies face multiple environmental obstacles that may prevent them from operating at the local level, such as legal restrictions or high taxes.
- Foreign markets are often larger in size than the local market.
- Competition in foreign markets may sometimes be less intense than in the local market.
- Economic recession or decline in demand in the local market may lead the organization to seek outlets to market its products.
- Economic liberalization and changes in economic systems may lead to the emergence of new markets. Additionally, facilitations provided by economic blocs push companies

towards more mobility within the bloc in order to achieve more sales and expand their market share.

- The issue of overcoming financial problems facing the organization may represent a pressing matter. (Sweidan, Contemporary Marketing, 2012, p. 393)

2.5 The importance and effectiveness of international marketing are evident at the global, national, and organizational levels. This importance can be elucidated in the following points: (Bayoumi, 2009, p. 10)

- International marketing enables each country to obtain goods and services that are not available domestically.

- It contributes to strengthening human solidarity and fostering human relations on a global scale in all fields.

- The primary goal behind accessing international markets is a marketing objective, aimed at maximizing the surplus in the trade balance and balance of payments for countries. Many countries, especially developing ones, adopt a strategy directed towards foreign markets to achieve success.
- International marketing works on developing local products to meet the needs, desires, and tastes of customers in foreign markets.
- It helps achieve the goals of continuity, growth, survival, and stability, as well as supporting the competitive position of the organization.
-It aids in discovering new markets and innovative uses for local products.
-It helps the organization escape intense competition or declining demand in the domestic market for its products.
-It creates significant opportunities by contributing to encouraging production on a wide scale.
Moreover, one of the most apparent and positive gains is the opening up of opportunities and providing a conducive environment for industries in which the country has advantages over its counterparts in the world. (Afifi, 2003, p. 22)

2.6 General Principles of International Marketing:

International marketing is a branch of knowledge that has emerged recently in response to the trend towards entering global markets. International marketing has evolved according to several key

principles, including: (Nouri, 2015, p. 56)

A- Specialization and Division of Labor: According to this principle, each country specializes in producing products whose import costs are greater than their local production costs, while importing other products from foreign countries. This principle is one of the fundamental pillars upon which foreign trade is based.

B- Product Competitive Advantage: According to this principle, a country does not only produce products whose production costs locally are less than their import costs. Rather, it extends further, as the country selects products that give it a relative advantage in facing competitive products in foreign markets.

C- Balance of Payments Equilibrium: This principle is one of the most important principles governing international marketing activities, given what it enables the country to benefit from export advantages primarily focused on obtaining foreign currency, which the country benefits from in financing imports and covering deficits in the balance of payments. Sometimes, foreign investment is also used to settle the surplus.

D- Purchasing Power in the Importing Country: International marketing is linked to the purchasing power of the importing country, as it determines to what extent entering foreign markets is viable in the long term. Purchasing power refers to the importing country's ability to pay with its local currency and the conversion rate of this currency into other foreign currencies.

E- Balance of Marketing Mix: This refers to focusing on all four elements of the marketing mix (product, price, promotion, distribution) without concentrating on one at the expense of the others. From the perspective of international marketing, it is essential to tailor the marketing mix to the forces of foreign markets and the tastes and purchasing power of consumers in foreign countries, and to be competitive with the marketing mix offered by competitors. (Al-Rabiaawi& Abbas, 2015, p. 534)

3. Forms of International Markets and the Nature of Their Decisions

International markets contribute to providing possible

opportunities for local goods and services to continue gaining acceptance by consumers, reflecting on the product life cycle by prolonging the presence of goods and services in new markets for as long as possible. This may exceed the period of goods and services staying in local markets. Therefore, international marketing is linked to international markets where consumers with their diverse and varied cultures often influence consumer behavior in those markets.

3.1 Forms of International Markets:

Dealing with foreign markets requires continuous consideration and vigilance from the institution's side, as well as understanding the nature of the targeted foreign market (Ramas, 2012, p.114). International market forms are classified based on the income level of individuals in that market, and these markets have been categorized into three types:

A- Developed Markets with High Income: This type of market is characterized by a strong economy and economic capacity to deal with products. Within these markets are the markets of developed countries such as the United States, European markets, and Japanese markets. These markets are among the best in the world, possessing the infrastructure and economic elements.

B- Markets with Middle Income: These markets witness progress in their production operations and growth in their economy. They strive to achieve better economic levels through distributing their national economy. Among these markets are Arab markets and some Asian countries' markets such as Singapore and Malaysia.

C- Low-Income Markets: These are markets that do not witness economic growth due to limited financial resources and weak income. However, these markets experience a decrease in individuals' income level, reaching less than a hundred dollars per month, thus lacking sufficient capacity to deal with various goods and services.

3.2 Nature of the Decision to Enter International Markets:

When considering foreign marketing and before making the decision to penetrate international markets and expand international marketing activities, the institution's marketing management faces

several important decisions that need to be known by international marketing management. These decisions include:

A- Decision Regarding Foreign Marketing: This refers to the extent of the institution's management's conviction to expand its service to foreign markets in addition to serving local markets. The decision here focuses on how to expand and the necessary strategies to enter foreign markets.

B- Decision to Test Foreign Markets: Institutions wishing to enter international markets face several options, as making the decision related to the targeted international market is one of the most significant challenges facing the institution as a whole, and marketing management in particular. This involves determining the most appropriate and available methods to enter foreign markets, such as the decision for direct or indirect export and the nature of the goods or services.

C- Decision on the International Marketing Mix: Institutions wishing to enter foreign markets must determine the extent of modification needed in their marketing mix to suit the needs and desires of consumers in the target markets, considering the impact of cultural, political, economic, and competitive differences on international marketing activities.

D- Decision on Goods and Services: This entails the management's identification of the type of goods and services the institution intends to compete within foreign markets, whether it pertains to the nature of the existing product or new and unprecedented products.

E- Nature of Opportunities and Challenges: This involves identifying the volume of opportunities available for goods and services at the international market level and the ability to confront the challenges present in the foreign market environment and the possibility of controlling or mitigating their effects at least.

F- Nature of Foreign Markets: Entry into foreign markets is determined by the number of existing markets, their flexibility, the size of opportunities and challenges in those markets, as well as the quality and development of markets, and the population density therein in determining entry into foreign markets.

G-Flexibility of Foreign Markets: The marketing management of the institution prefers markets that are characterized by flexibility in dealing with foreign products, as well as ease of obtaining licenses for entry and operation in foreign markets. The availability of flexibility in foreign markets determines the possibility of considering entry into these markets.

H- Expected Profits: The expected profit margin is one of the most important factors that assist the institution in entering foreign markets. The method of entry into foreign markets is influenced by its profitability.

K- Political and Security Stability: The decision to enter foreign markets is greatly influenced by the level of risks faced by institutions. Therefore, institutions usually analyze the risks of the target market and choose the appropriate method for entering this market.

3.3 Barriers to Entry into International Markets:

Newly entering firms face many challenges and obstacles in competition. Some of these include: (Ramas, 2012, p. 119)

A- High Costs: New entrants into new markets encounter the problem of high economic costs for their products compared to competitors. This may be due to the increase in prices of raw materials used by the firm or increased management costs, placing the firm in a non-competitive position that prevents entry.

B- Investment Capital: Newly entering firms into foreign markets face an increase in their invested capital in the industry, necessitating the need to invest amounts exceeding or equal to what incumbents or competitors invest in the targeted market.

C- Limited Distribution Channels: Due to the novelty of the period in which new firms enter international markets, they lack widespread distribution channels similar to competing firms that entered the markets before them, hindering the entry of the new firm into international markets.

D- Lack of Marketing Experience: Marketing experience is one of the most important factors associated with marketing activity, especially if the experience is long-term. Most new firms suffer from

a lack of marketing experience in international markets, presenting a significant challenge and requiring more time to gain international experience in the field of international marketing.

E- Government Procedures: Government procedures act as barriers to new firms, especially those from importing countries. They impose obstacles to foreign products, and the suitable investment climate may not be available, leading new firms interested in entering these markets to refrain from doing so.

4. International Marketing as a Tool for Entry into International Markets

The term international marketing refers to exchange operations that take place across international borders with the aim of satisfying various human needs and desires. International marketing represents the discovery of consumer needs and their satisfaction at the international level amidst the constraints and variables of the international environment. International marketing assumes responsibility for foreign marketing, where marketing activities are carried out within foreign countries. There has been increasing interest from institutions and others in international marketing issues, especially regarding strategies, exploiting marketing opportunities in international markets, and the possibility for the firm to achieve survival and continuity in international markets, requiring an effective strategic vision for the entire firm and international marketing management in particular.

4.1 Axes of Interest for International Marketing Management in Entering Foreign Markets

Markets have become open to everyone internationally, and the institution that can offer the best is capable of achieving success and reaching customers, especially if it adopts the correct approach in studying how to reach customers, meet their needs accurately, and achieve their satisfaction. In terms of international marketing, the decision to transition the marketing operation of institutions from the local level to the international level is not simple and easy. Rather, it must go through a series of steps and decisions. Practically, international marketing management faces the following fundamental decisions: (Al-Maghribi, 2018, p. 40)

A- Considering the International Marketing Environment: Any institution must understand and have a clear and accurate understanding of the international marketing environment and the numerous changes that occur within it before making any decision to engage in activities in foreign markets. Each country has its own distinctive system, and the task of a marketer is to understand and perceive this system.

B- Decision on Expanding Business Abroad: The activities of institutions extend to international markets due to several factors. For example, the institution may have a surplus in its production operations or there may be marketing opportunities in foreign markets. Whatever the case, it becomes imperative for the institution, before heading into international markets, to weigh numerous risks and to define its marketing objectives, including:

- Identifying the portion of the market that the institution wishes to cover.
- Determining the type of market in which sales are made, with adoption based on various criteria including income, political climate, population, transportation availability, proximity to the product, and geographic factors.
- Weighing between market options, where the institution weighs the possibility of operating in a limited or large number of markets.

C- Decision on Selecting International Markets: The objective of arranging the markets that the institution intends to enter is to obtain a suitable return on investment for the institution. Therefore, the international marketer must choose markets where long-term investment returns are possible. Therefore, the decision to choose the international market and define it requires taking a series of steps to exclude markets with low attractiveness.

D- Decision on the International Marketing Mix: Institutions wishing to operate in international markets must determine the modifications required to be made to the marketing mix of the institution to align with the needs and desires of customers in the target market. Institutions in this field face three alternatives to the international marketing mix strategy, namely (Al-Maghribi, 2018, p. 47):

- Standardization of the international marketing mix.
- Adaptation of the international marketing mix.
- Formulation of a different marketing mix.

4.2 The Role of International Marketing in Choosing Market Entry Modes:

After deciding on the foreign market to enter and defining the targeted market share, the institution begins to identify the best methods for entering those markets. The degree of commitment of the institution to working in international markets varies according to the form of entry into international markets. Here is an overview of the most important forms: (Al-Damour, 2004, p. 26)

A- Exporting: Exporting is the simplest form used to enter foreign markets because it involves the smallest percentage of risk compared to other entry alternatives. Exporting can be indirect through local intermediaries who purchase the product, and sell it in foreign markets, or through local export agencies or specialized export companies. Exporting can also be direct, with the institution entering sales operations directly and bearing the investment costs and risks.

B- Foreign Licensing: In this form, institutions enter international markets by entering into agreements with international marketing institutions to produce or market the institution's products abroad in exchange for a percentage of profits.

C- Joint Venture: Joint venture is a collaboration in investment between two or more institutions in production or the establishment of distribution systems to access foreign markets. This form represents a more committed participation in entering international markets.

D- Direct Investment: This form of investment occurs when the local institution establishes production branches abroad. This method requires a high level of commitment in terms of the required investment amounts and management time and is considered a risky form (Al-sheik, 2012, p.193).

4.3 International Marketing Strategy to Overcome Barriers to Enter International Markets

International marketing, as a global economic activity, means the ability to understand business opportunities in foreign markets to ensure success and face external competition. The importance of international marketing is undeniable, especially in the current stage,

where it serves as a useful framework for institutions seeking to penetrate international markets and achieve competitive advantages. This is based on:

- International marketing involves discovering and satisfying consumer needs at the international level.
- International marketing provides solutions to adapt to different and changing tastes and preferences across time and space.
- Working to enter new markets after saturating and complying with local markets.
- Understanding government procedures and regulations in international markets that affect business operations, whether related to entry into international markets or conducting marketing activities within them.

A-Steps of International Market Entry Strategies:

Entering international markets requires precision in following the entry steps, along with the necessity of choosing the appropriate timing for entering these markets. The steps of international market entry strategies are determined by the following: (Abu Alfa, 2003, pp. 230-231)

- Market Demand Study: This involves collecting as much data as possible about both current and prospective consumers, identifying their types and entry, and determining the demographic characteristics of consumers in each marketing segment, whether individuals or institutions.
- Supply Study: This stage includes collecting data about competing institutions in the international market, such as the number of competing institutions offering the same product, the marketing mix strategies followed by each competing institution within each marketing segment. These strategies include product development, shaping and diversification strategy, pricing strategy, product distribution strategy, and promotion strategy.
- Identifying the Marketing Segment to Deal with: This stage aims to select the marketing segment to which the institution will offer its product. This choice must be made within two main points:

The product must be compatible with the desires and needs of the

chosen marketing segment.

The marketing mix offered by the institution must be able to compete with competitors offering products to the same marketing segment.

The reasons for the failure of institutions to enter international markets, face competition, and withdraw early from international markets can be attributed to two main reasons (Boultif, 2015, p. 79):

-Entering international markets without a specific strategy.

-Choosing the wrong timing to enter these markets.

B-The Importance of International Marketing Strategies

The importance of international marketing strategies lies in the following points: (Ben Abdullah & Ben Abdullah, 2019, p. 10)

- International marketing strategy enables the institution to create a competitive advantage over other institutions in the markets.
- International marketing strategy plays a crucial role in guiding and leading the institution towards success, growth, and progress in international markets.
- Following an effective marketing strategy and plan helps the institution to invade international markets by forming a strong and long-lasting relationship with consumers and expanding its consumer base, thereby achieving high sales and increasing the market value of the institution's shares.
- International marketing strategy enhances public awareness of the institution's products and services.
- International marketing strategy improves the institutional image globally.
- International marketing strategy enhances the institution's competitive position, especially if the institution has multiple branches in different parts of the world.
- International marketing strategy provides the institution's perspective and vision to audiences beyond national borders.

5. CONCLUSION

Through this study, we have concluded that international marketing represents an opportunity for many organizations for growth and expansion. International marketing allows the sale of surplus products abroad and creates employment opportunities. It also helps escape intense competition or declining demand in the local market and contributes to encouraging production on a large scale, creating significant opportunities. Consequently, international

marketing has evolved from local practices to international ones due to the emergence of global markets, international alliances, and the communication revolution. Thus, international marketing has replaced local marketing, leading businesspeople to desire knowledge of foreign markets, study them, and explore various export opportunities. Consequently, international marketing plays a crucial role in entering and penetrating international markets by discovering and satisfying consumer needs globally. Additionally, international marketing provides solutions for adapting to different and evolving tastes and preferences across time and space, along with understanding governmental procedures and regulations in international markets that impact business operations, whether related to entering international markets or conducting marketing activities within them.

Study Findings:

- International marketing contributes to expanding the activities of organizations by flowing goods and services outside the country's borders.
- International marketing activity requires alignment with the social environment of consumers and the culture of foreign societies.
- International marketing requires good marketing skills in addition to effective planning and significant risk-taking in entering international markets.
- International marketing includes important strategies for entering international markets, the most important of which is allowing the creation of a competitive advantage for the organization over others in international markets.
- Following the basic steps of international marketing enables organizations seeking access to international markets to adopt accurate and sound policies to achieve that.
- Selecting the international market is one of the most important steps in international marketing, so organizations should pay great attention and focus to it, as this step has a significant impact on all subsequent decisions for entering international markets.
- International marketing effectively contributes to providing exporting organizations with various information about foreign markets, such as shipping costs, insurance, customs duties, import and export laws, and taxes.

- The international marketing mix serves as the frontline through which targeted international markets are served, and it is one of the key elements of the marketing strategy pursued by the organization in the international business sector.
- International marketing contributes significantly to expanding foreign trade, thus significantly enhancing the value of the country's exports and subsequently improving the economic situation of the country.
- International marketing presents organizations with the best available alternatives, facilitating decision-making processes to access international markets.

Study Suggestions:

- The necessity of having a national database about international markets that provides organizations with available opportunities, threats, and risks they may face in these markets.
- There should be diversity in the strategies used in the marketing process so that organizations can adapt to the competition conditions present in foreign markets.
- Developing marketing activities related to market changes and meeting consumer desires, whether domestic or foreign.
- Due to the high costs of marketing information at the level of foreign markets, efforts should be focused on the quality and timeliness of information dissemination. The focus should not be on the abundance of information but on its compatibility and suitability for the international marketer.
- Conducting studies on consumer preferences and working to meet them promptly and with appropriate quality.
- Focus on markets that have trade agreements between their countries and our government, as well as focus on larger and closer markets.
- Attention should be given to the administrative field of the organization regarding the importance of marketing interest, along with providing appropriate training for those working in this field.
- The necessity of accelerating the process of qualifying national institutions to enable them to compete in international markets.
- Efforts should be made to enhance partnership methods with

foreign institutions, especially leading ones in the same field, to maximize the benefit for organizations from technological knowledge and modern management methods possessed by these institutions.

6. Bibliography List:

- Abu Qahaf,Abdul Salam (2002/2003).*Principales of International Marketing*. 2nd édition, Egypt :Dar Al Jamaa.
- Ollivier,Allain. (1990).*International Marketing*, Paris,France University Press.
- Abu Alfa, Amin,&Essam, El-Din, (2003).International Marketing.Egypt: Horus International Publishing and Distribution Foundation, Taiba Publishing and Distribution Foundation, 1st edition, Egypt.
- Kotler, Philip (2000)*Bernard Dubois, Marketing and Management*. 10th edition, Paris: Publique Union.
- Nouri,Mounir (2015), *International Marketing*, Ben Aknoun, Algeria: Diwan of University publications.
- Sak,Onkvisit, John J. Shaw (2004), *International Marketing: Analysis and Strategy*, 4th edition, FrancePsychology Press.
- Suydan, Nizam Musa, &Shafiq Ibrahim, Haddad (2009).*Contemporary Marketing Concepts*, 2nd edition, Dar Al-Hamid for Publishing and Distribution, Jordan:Dar Al-Hamid for Publishing and Distribution.
- Al-Sheikh, Mahmoud (2012), *International Marketing*, 1st edition, Jordan:Dar Osama for Publishing and Distribution.
- Al-Maghribi, &Mohammed, Ahmed Mohammed (2018).*Marketing Strategy and Challenges of International Competition*,1st edition, Amman, Jordan: Dar Ghaydaa for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
- Sanusi, Ali,& Elias Salem (2016), International Marketing and its Role in Developing Foreign Direct Investment, a Study in the Light of Marketing Internationalization Theories, *North Africa Economics Magazine*,Issue 14, Chlef: University of Hassiba Ben Bouali.
- Suydan, Nizam, Musa (2012).*Contemporary Marketing*, 1st edition, Jordon: Dar Al-Hamid for Publishing and Distribution, Jordan.
- Amara,Biome Mohamed (2009).*International Marketing*, Tanta, Egypt: Open Education Center, Benha University, Faculty of Commerce, Fourth Semester.
- Afifi, Sadiq Mohamed (2003), *International Marketing, Export and Import Systems*, 10th edition, Egypt: Ain Shams Library.
- Al-RubaieSaadoun, Hamoud, Jathir, Hussein Walid, & Hussein

Abbas (2015), *Marketing: A Contemporary Approach*, 1st edition, Jordon: Dar Ghaydaa for Publishing and Distribution.

- Ramas, Mohamed Amin (2011-2012).*Study of Penetration of the Algerian Enterprise into International Markets, Case of the National Enterprise-ALZINC*. Master's Thesis, Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences, University of AbiBakrBelkaid, Tlemcen, Algeria.
- Al-Damour,Hani Hamed (2003), International Marketing, 3rd edition, Jordon: Dar Weal for Publishing.
- Boultif, Bilal (2014-2015).*International Marketing Strategies as an Approach to Enhance the Competitiveness of Economic Enterprises, Case Study of Beva Food Industry and Turkish Biscuit Industry in the Algerian Market*, PhD Thesis, Faculty of Economic and Commercial Sciences and Management Sciences, Mohammed Khider University of Biskra.
- Khairallah,Adel, & Nasser bin Abdullah, (2019). International Marketing Strategies and their Role in Building the Competitive Distinction of International Business Organizations, *Scientific Journal of Financial and Administrative Studies*, Issue 02, Volume 04 Egypt: City University, Sadat City.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024،ص ص277-295.

مساهمة الصكوك الخضراء في تعزيز مستويات الشمول المالي بإندونيسيا

The contribution of greensukuks to enhancing levels of financial inclusion in Indonesia

صوار مروة
Souar maroua
مخبر المحاسبة المالية، الجباية والتأمين،
جامعة أم البواقي–الجزائر
souar.maroua@univ-oeb.dz

*عياش زبير
zoubeir ayache
zoubeirayache@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2024/02/23 تاريخ القبول:2024/04/11 تاريخ النشر: 2024/04/30

الملخص:

تهدف الدراسة إلى إبراز دور الصكوك الإسلامية الخضراء كأحد البدائل الحديثة لتعزيز مستويات الشمول المالي، من خلال تمويل المشاريع التي تعمل على تحسين الحياة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وتُعَدُ إندونيسيا واحدة من الدول الرائدة عالميًا في مجال الصكوك الخضراء، حيث تجمع بين المتطلبات الشرعية والعدالة الاجتماعية والحفاظ على البيئة. وتوصلت الدراسة أن برنامج الصكوك الخضراء في إندونيسيا يحظى بالأولية من خلال مساهمته في جذب التمويل بوجود مستثمرين وشركات وأفراد مهتمين بالقضايا البيئيةوتوفير الفرص الاقتصادية والمالية للشرائح غير المشمولة وتعزيز البنية التحتية. كما تعتبر وسيلة لتطوير وتوسيع قاعدة المستثمرين عن طريق تعزيز الوصول إلى الخدمات المالية الأساسية وتحقيق أهداف الشمول المالي.

الكلمات المفتاحية:الصكوك الخضراء، الشمول المالي، التنمية المستدامة

تصنيف جال:O53. G32. G24. G21. G2

Abstract :

The study aims to shed light on the role of green Islamic sukuks as a modern alternative to enhance financial inclusion by financing projects that improve economic, social and environmental life. Indonesia is one of the leading countries in the field of green sukuks. The study concluded that green sukuks in Indonesia are a priority through their contribution to attracting financing for investors interested in environmental issues, providing economic and financial opportunities for the disadvantaged, and a means to develop and expand the investor base by enhancing access to financial services and achieving the goals of financial inclusion..

Key words : financial inclusion،Green sukuks،Green economy.

JEL classificationcodes : G2 G21, G24, G32,O53

*المؤلف المرسِل

1. مقدمة:

تعتبر صناعة الصكوك الخضراء واحدة من الأدوات المالية المبتكرة التي استطاعت أن تعزز مكانتها في الأسواق المالية العالمية خاصة بعد أزمة 2008. حيث تعتبر حل مالي وبديل شرعي لأدوات الدين التقليدية،تعمل على جذب الاستثمارات في المشاريع البيئية والتنموية التي تعزز الاستدامة البيئية والاقتصادية فينفس الوقت، وتلتزم بمجموعة من المتطلبات والمعايير الخاصة بالاستدامة، مثل تقليل انبعاثات غازات الاحتباس الحراري وحماية البيئة وتعزيز الطاقة المتجددة. وتنص الصكوك الخضراء على أن عائداتها يجب أن تستثمر في مشاريع تتوافق مع المعايير البيئية والاجتماعية. ويعد الشمول المالي أحد أهم الأهداف التي تسعى إليها الدولة والمؤسسات المالية لتحقيق توزيع عادل للثروة وتعزيز التنمية الاقتصادية المستدامة، وفي الآونة الأخيرة أصبحت الصكوك الخضراء شائعة في دول جنوب شرق آسيا، ولا سيما في اندونيسيا. التي تعد من أكبر الأسواق الناشئة في العالم، وتتمتع بواحدة من أكثر الاقتصادات نموًا في المنطقة ومع ذلك، لا تزال هناك نسبة كبيرة من السكان في البلاد يعانون من الاستثمارات المالية المحدودة وصعوبة الوصول إلى الخدمات المالية التقليدية والحديثة. وعدم المساواة في الدخل، حيث تجذب الصكوك الخضراء اهتمام المستثمرين والشركات التي ترغب في دعم المشاريع البيئية والاجتماعية. ومن هنا يمكن طرح الاشكال التالي: **ما مدى مساهمة الصكوك الاسلامية الخضراء في تحقيق الشمول المالي بإندونيسيا؟**

–فرضية الدراسة: تفترض الدراسة أن صناعة الصكوك الخضراء تساهم بشكل إيجابي في تعزيز مستويات الشمول المالي بإندونيسيا.

–أهمية الدراسة: ترتبط أهمية الدراسة التي نقدمها بأهمية الموضوع والذي يتعلق بالصكوك الخضراء. وتُسمى الصكوك الخضراء بهذا الاسم نظرًا لطبيعتها الصديقة للبيئة. وهي عبارة عن إصدارات مالية تهدف إلى دعم أهداف التنمية المستدامة الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية، وتعزيز مستويات الشمول المالي، في العديد من الدول الرائدة مثل إندونيسيا ويمكن تحقيق ذلك من خلال استخدام الصكوك الخضراء كأداة لتمويل المشاريع التي تعزز البيئة وتحافظ على الموارد الطبيعية.

–أهداف الدراسة: يسعى هذا البحث لتحقيق الأهداف التالية:

– التعرف على مفهوم الصكوك الخضراء وأهم التطورات التي مرت بها؛

– إبراز دور الصكوك الإسلامية الخضراء كأحد البدائل الحديثة لتمويل المشاريع البيئية وقدرتها على تعزيز مستويات الشمول المالي؛

– الاطلاع على تجربة إندونيسيا في تعزيز مستويات الشمول المالي من خلال الصكوك الإسلامية الخضراء.

–منهج الدراسة: نظرا لطبيعة الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لتفسير مختلف المفاهيم الأساسية التي تخص الصكوك الإسلامية الخضراءومدى مساهمتها في تعزيز الشمول المالي،ولفهم تطور وانتشار الصكوك الخضراء على مستوى العالم وخصوصا في إندونيسيا، بالإضافة إلى تحليل العوامل التي ساهمت في جذب التمويل للمشاريع الصديقة للبيئة ودورها في تعزيز التنمية البيئية في إندونيسيا.

–الدراسات السابقة:

–دراسة بن علي سمية، حمدوش وفاء. (2021). الصكوك الخضراء، خيار تمويلي مستحدث لدعم المشاريع الصديقة للبيئة: دراسة لبعض النماذج عن تجربة اندونيسيا. Revue des Réformes Economiques et Integration En Econoomie Mondial.المجلد 15. العدد 02.هدفت هذه الدراسة إلى ابراز دور الصكوك الخضراء كأداة من أدوات التمويل الإسلامي المبتكرة في تمويل المشاريع البيئية وتوفير بنية تحتية تتلاءم مع تغيرات المناخ في إندونيسيا، وتوصلت الدراسة إلى أن الصكوك الخضراء ستلعب دورا كبيرا في تمويل الاقتصاديات المعتمدة على الطاقة المتجددة والتي تلتزم بخفض انبعاثات الكربون على سبيل المثال،و استخدمت إندونيسيا هذه الأداة لمواجهة تأثيرات التغيرات المناخية واتخاذ إجراءات فعالة لتحقيق التنمية المستدامة، و خلال السنوات الخمسة الأخيرة ركزت حكومتها على تنفيذ مخططات للتنمية تدعم البيئة وتعزز الاستدامة بشكل عام.

–دراسة حمادي موراد، واخرون. (2022). دراسة التجربة الماليزية في تبني الصكوك الخضراء كآلية للتحول الى الاقتصاد الأخضر. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية. المجلد 09. العدد 01. تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية الصكوك الإسلامية الخضراء كبديل حديث لتمويل المشاريع البيئية، حيث تمتاز هذه الصكوك بقدرتها على جذب الموارد المالية وتوجيهها نحو الاستثمارات الاقتصادية الصديقة للبيئة والمسؤولة اجتماعيًا. وتوصلت الدراسة إلى أن الصكوك الخضراء تعد آلية مبتكرة يمكن من خلالها المساهمة في التحول نحو الاقتصاد الأخضر والمحافظة على البيئة.يعتبر قطاع الاستثمار الأخضر في ماليزيا الأكثر تقدمًا على

مستوى العالم، حيث تحتل المالية الماليزية موقعًا رياديًا في تقديم الصكوك الإسلامية الخضراء ضمن صكوك الاستثمار المستدام والمسؤول.

– دراسة Erwinsyah,(2022), Sukuk Financing For Forest Protection In Indonesia.International Journal Of Business, Economics And Low.Vol 26. Issue 01

يهدف هذا البحث إلى دراسة سياسة إندونيسيا والعمليات والتحليلات والفجوات في ممارسة صكوك الدولة لتمويل إدارة الغابات. كما تم استخدام التحليل الإحصائي لتحليل بيانات السلاسل الزمنية من عام 2018 إلى عام 2021. وأظهرت النتائج عدم توافق إصدار صكوك الدولة مع الترتيبات والإجراءات الفنية للمشاريع الخضراء بشكل دائم. ولا يستحوذ تنفيذ مشاريع البنية التحتية لإدارة الغابات إلا على نسبة تتراوح بين 0.2% إلى 1% من مشاريع الصكوك الخضراء الحكومية، وتتنوع مشاريع إدارة الغابات بين الحفاظ على الحيوانات، والدراسات حول البيئة والغابات، والسياحة، والتعليم، والحفاظ على النظام البيئي بنسب مختلفة تتراوح بينها.كما تساهم الصكوك الخضراء بقيم اقتصادية مباشرة وغير مباشرة لتحقيق منافع اقتصادية وخدمات بيئية.

2. عموميات حول الصكوك الخضراء

تزايد الاهتمام بالتنمية المستدامة والتحول نحو اقتصاد أخضر في العالم عن طريق ظهور آليات مالية مستحدثة كالصكوك الخضراء المستدامة التي تهدف إلى تمويل المشاريع ذات الطابع البيئي والمتوافقة مع المعايير البيئية والاجتماعية.

1.2.مفهوم الصكوك الخضراء:

في السنوات الأخيرة شهدت السوق المالية تطورًا ملحوظًا في مجال الصكوك الإسلامية، حيث تم تكييفها وتوجيهها لتلبية متطلبات التنمية المستدامة، وخصوصًا فيما يتعلق بحماية البيئة. ومن هنا جاءت فكرة إطلاق الصكوك الإسلامية الخضراء، والتي تعرف على أنها الأوراق المالية الإسلامية التي تتماشى مع أحكام الشريعة الإسلامية وتهدف إلى استثمار الأموال في المشاريع الخضراء المستدامة اجتماعيا، (عرقوب و كورتل، 2016، صفحة 264).

–كما تقوم الصكوك الإسلامية الخضراء على المبادئ التالية:(لقوي و بورنان ، 2021، صفحة 162)

-**تمويل الطاقة المتجددة:** حيث يتم توجيه الاستثمارات نحو المشاريع التي تعمل بالاعتماد على الطاقة المتجددة مثل الطاقة الشمسية والرياح.

-**تشجيع كفاءة استخدام الطاقة:** وذلك من خلال دعم المشاريع التي تستخدم تقنيات وأساليب توفير الطاقة وتعتبر المباني ذات الكفاءة العالية أحد الأمثلة على ذلك.

-تعزيز الإدارة المستدامة للأراضي: وذلك عن طريق دعم المشاريع الزراعية المستدامة والحفاظ على الغابات والتنوع البيولوجي.

-الحفاظ على التنوع الحيوي: حيث يتم استثمار الأموال في المشاريع التي تهدف إلى حماية الأنواع المهددة بالانقراض والحفاظ على التنوع الحيوي.

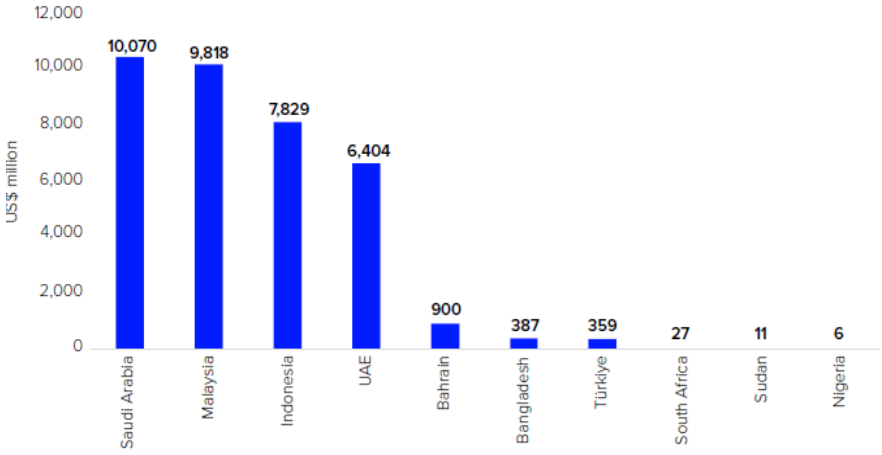
-التشجيع على النقل النظيف: حيث يتم دعم المشاريع المتعلقة بتحسين وسائل النقل العام وتحسين نظام النقل بشكل عام.

-تحقيق الإدارة المستدامة للمياه: حيث يستثمر الأموال في مشاريع التي تهدف إلى توفير المياه النظيفة والمستدامة والتكيف مع تغير لمناخ.

2.2.نشأة الصكوك الخضراء تطور صناعة الصكوك الخضراء: برزت للوجود الصكوك الإسلامية الخضراء عام 2012 فيفرنس الأول باسم صكوك أورازيس (orasis) من قبل شركة " legendre patrimoine" وهي شركة استثمارية متخصصة في الطاقة الشمسية والاستثمارات العقارية، وشركة التمويل الإسلامي" Anouar Hassoune" فياتجاه جديد للتمويل الإسلامي أمام الإقبال الذي تشهده من قبل الدول في مختلف القارات. (ابتهاج إسماعيل و أخرون، 2022، صفحة 13). وفي نفس السنة أيضا قامت كل من الشركتين الأستراليتين "Solar Guys International" و "Mitabu" بإصدار صكوك بقيمة 100 مليون دولار لتمويل مشروع الطاقة الكهروضوئية بقدرة 50ميغاواط في اندونيسيا، وهي المرحلة الأولى من البرنامج الإندونيسي " **طاقة شمسية واحدة لكل شخص**". كما تم إنشاء مجموعة عمل الصكوك الخضراء في دولة الإمارات العربية المتحدة عام 2012من قبل كل من مبادرة سندات المناخ "CIB" ومجلس أعمال الطاقة النظيفة للشرق الأوسط وشمال إفريقيا وجمعية الخليج للسندات والصكوك، والتي تهدف إلى تصميم المعاملات وتوحيدها والتوعية بها بما يتوافق مع معايير السندات المناخية وتسهيل تطوير سوق الصكوك الخضراء.(منزري ، 2023، صفحة 392)

-كما وضعت هيئة الأوراق المالية الماليزية في عام 2014 إطارا لصكوك الاستثمار المستدام والمسؤول (SRI) التي تشمل العناصر البيئية والاجتماعية لتسهيل تمويل مختلف مبادرات الاستثمار المستدامة والمسؤولة، ويتناول خمسة مجالات: الاستفادة من العائدات، ومشاريع الاستثمار المستدام والمسؤول (SRI) المؤهلة، ومتطلبات الكشف، وتعيين خبراء مستقلين، وإعداد التقارير، تشمل المشاريع المؤهلة في إطار مبادرة الاستثمار الخاص الموارد الطبيعية والطاقة المتجددة وكفاءة الطاقة والتنمية المجتمعية والاقتصادية والملكية، والأصول الوقفية. (حمادي و واخرون، 2022، صفحة 873)

الشكل 1: لإصدار التراكمي للصكوك الخضراء والمستدامة حسب الدولة عام 2023



Source:LSEG. Geen and sustainability sukuk report. (2023). P 06.

قادت المملكة العربية السعودية حتى الآن إصدار الصكوك الخضراء والمستدامة مقارنة بماليزيا وإندونيسيا، اللتان جمعتا مجتمعتين 77.4% من قيمة الإصدار التراكمي بحلول الربع الثالث من عام 2023. ومثلت المملكة العربية السعودية أكبر قاعدة إصدار للصكوك البيئية والاجتماعية والحكومة، حيث بلغ إجمالي الإصدار التراكمي 10.1 مليار دولار. كما بلغ إجمالي إصدارات الصكوك البيئية والاجتماعية والحكومة من الكيانات في دول مجلس التعاون الخليجي 6.1 مليار دولار أمريكي، وهو ضعف مستواها لعام 2022 بأكمله، مدعومة بارتفاع الإصدارات خلال الأشهر التسعة الأولى من عام 2023. وفي الفترة التي تسبق مؤتمر الأمم المتحدة المعني بتغير المناخ (COP28)، الذي ستستضيفه دولة الإمارات العربية المتحدة. حيث قام العديد من

المصدرين في البلاد بتسريع أو إطلاق أطر التمويل البيئية والاجتماعية وسط زيادة التركيز في المنطقة على أجندة تحول الطاقة. وأصدرت الشركات التي تتخذ من دولة الإمارات العربية المتحدة مقرا لها رقما قياسيا بقيمة 3.9 مليار دولار من هذه الصكوك، وهو ما يمثل 38٪ من الإجمالي العالمي، مما يجعل دولة الإمارات العربية المتحدة أكبر قاعدة لإصدار الصكوك البيئية والاجتماعية والحكومة في عام 2023.

3.2.أسباب نمو الصكوك الخضراء: هناك عدة أسباب لنمو وتطور الصكوك الخضراء في الأسواق المالية العالمية باعتبارها أداة تمويل إسلامية أكثر شبها بالسندات التقليدية وقابلة للاستمرار أكثر من أشكال التمويل الأخرى، من بين هذه الأسباب ما يلي:(بن زيدان و وآخرون، 2020، صفحة 96)

-الاهتمام المتزايد بالاستدامة وزيادة الوعي بالقضايا البيئة والاجتماعية حيث دفعت بالعديد من الحكومات والشركات إلى تمويل مشاريع تتوافق مع معايير الاستدامة وهذا الابتكار المالي الجديد وسيلة لتحقيق ذلك.

-تتسم البنوك بحجمها الكبير وقدرتها على تمويل مشاريع البنية التحتية التقليديةومع ذلك، بدأت البنوك في التراجع عن تقديم هذه التمويلات بسبب صرامة متطلبات رأس المال وتقليص رغبتها في تحمل المخاطر طويلة الأجل. وهذا ما خلق الفرصة للمستثمرين في الأسواق المالية أن يحلوا محل البنوك كممولين لديون مشاريع البنية التحتية، نظرًا لوجود مشاريع تحقق عائدات مرتفعة بشكل نسبي وترتبط بشكل ضعيف بأدوات الدخل الثابت الأخرى.

-زيادة في عدد المستثمرين والمهتمين الذين يرغبون في الاستثمار المستدام الذي يدعم النشاطات غير المضرة بالبيئة. لذا يزداد الطلب على الصكوك الخضراء التي تدعم المشاريع البيئية، وتحقيق عوائد مالية مستدامة وفوائد اجتماعية.

3.عموميات حول الشمول المالي

كشفت الازمة المالية العالمية عن الدور الكبير الذي يلعبه الشمول المالي في تطوير المجتمع عبر تسهيل تقديم الخدمات المالية إلى فئات المجتمع كافة، عن طريق المصارف ومكاتب البريد والمؤسسات المالية الأخرى. حيث اهتمت العديد من المنظمات الدولية والمصارف المركزية بمصطلح الشمول المالي.

1.3.تعريف الشمول المالي: حسب تعريف منظمة (OECD) و (INFE) الشمول المالي هو عملية تهدف إلى تعزيز استخدام والوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المالية الرسمية بشكل مناسب في الوقت وبالتكلفة المناسبة، وتوسيع نطاق استخدامها بواسطة شرائح مختلفة من المجتمع من خلال تبني نهج تثقيفي وتوعوي مبتكر بهدف تعزيز الرفاه المالي والاندماج الاجتماعي والاقتصادي.(خضير، 2021، صفحة 453)

–كما يمكن تعريف الشمول المالي بأنهمفهوم يعبر عن توفير الخدمات المالية لجميع فئات المجتمع، بغض النظر عن الدخل أو الموقع الجغرافي، ويهدف إلى تمكين الأفراد والشركات من الوصول إلى الحسابات البنكية والتمويل، ووسائل الدفع الرقمية وغيرها من الخدمات بسرعة وجودة عالية وأقل تكلفة، هذا التوجه نحو الشمول المالي يسهم في تعزيز التنمية الاقتصادية وتقليل الفجوة بين مختلف أفراد المجتمع.

2.3.أبعاد التي يقوم عليها الشمول المالي: يتم تقييم مستويات الشمول المالي في الأنظمة المالية من خلال مؤشرات تضم ثلاثة أبعاد رئيسية، وهي كالتالي:(غربي و اخرون، 2021، صفحة 373).

أ–الوصول للخدمات المالية: يشيرإلى القدرةعلى استخدام الخدمات الماليةمن المؤسسات الرسمية،حيث يتطلب تحديد مستويات الوصول إلى تحليل العوائق المحتملة لفتح و استخدام حساب مصرفي مثل التكلفة والقرب من نقاط الخدمات المصرفية.

ب–استخدام الخدمات المالية:يشير استخدام الخدمات المالية إلى مدى استخدام العملاء للخدمات المالية المقدمةبواسطة مؤسسات القطاع المالي المصرفي،من خلال تحديد مدى استخدام الخدمات المالية والذي يتطلب جمع بيانات حول مدى انتظام وتواتر الاستخدام عبر فترة زمنية معينة.

ج–جودة الخدمات المالية:تعتبرجودةالخدمات المالية مقياس يعكس أهمية الخدمة المالية بالنسبة للعملاء، وتشمل الجودة آراءومواقف العملاءاتجاه طلب الخدمةالمالية.

4.مساهمة الصكوك الخضراء في تعزيز مستويات الشمول المالي: تعتبر الصكوك الخضراء وسيلة تمويل إسلامية مستدامة تهدف إلى تعزيز مستويات الشمول المالي من خلال:

أ–توسيع قاعدة المستثمرين: تساهم الصكوك الخضراء في تعزيز الشمول المالي بشكل رئيسي عن طريق تمويل المشاريع التي تركز على تحسين الحياة الاجتماعية والاقتصادية للفقراء والضعفاء

في المجتمع. من خلال جذب فئات متنوعة من المستثمرين بما في ذلك الأفراد ذوي الدخل المحدود وأولئك الذين قد لا يتعاملون مع القطاع المالي لأسباب دينية أو لعدم إمكانية الوصول، فهي تعمل على توفير الفرص الاقتصادية والمالية للأفراد والجماعات التي غالبًا ما تكون خارج نطاق الاقتصاد الرسمي. إلا أن هناك تحديات تواجه هذه الأداة المالية. أبرزها هو قلة الوعي بالصكوك الخضراء وتحتاج المشاريع الخضراء إلى المزيد من الدعم والتعزيز للوصول إلى المستثمرين. كما أنه يجب تطوير المعايير الدولية ووضع آليات رقابية فعالة لضمان الامتثال المالي والبيئي والاجتماعي؛

ب–تعزيز الوعي بالاستدامة: تساعد الصكوك الخضراء في فتح أبواب التمويل للمشاريع البيئية والاجتماعية والتجارية التي تعمل على الحفاظ على البيئة وتعزيز الاستدامة. وهذا يشجع على زيادة الاستثمارات في مشاريع البنية التحتية الخضراء والمتجددة، مما يعزز فرص العمل ويحسن الظروف المعيشية للشرائح المهمشة. وتتيح فرصة للشركات والمؤسسات للوصول إلى أسواق التمويل العالمية. وهذا يساهم في توسيع قاعدة المستثمرين وزيادة الاستثمارات في الدول النامية والأسواق الناشئة. مما يعزز فرص العائد المستدام على الاستثمار. وبالتالي، يمكن أن تكون هذه الصكوك جاذبة للمستثمرين الذين يبحثون عن توازن بين العائد المالي والعوائد البيئية والاجتماعية؛

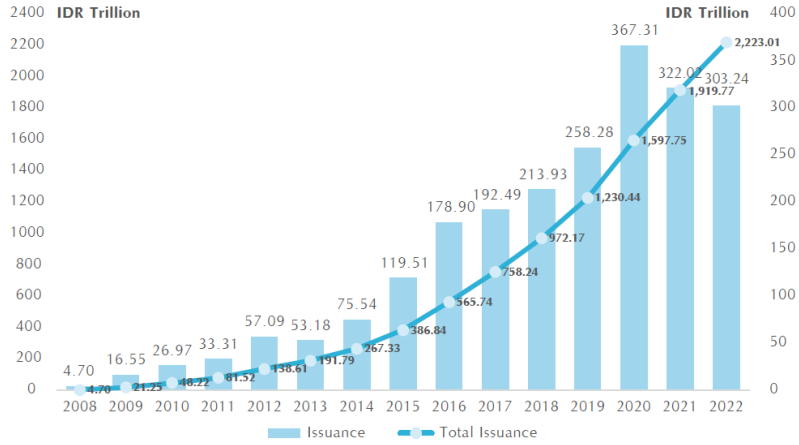
ج–تمويل المشاريع البيئية: تعمل الصكوك الخضراء على تمويل مشاريع متنوعة تشمل الطاقة المتجددة والتنمية الزراعية المستدامة والبنية التحتية البيئية والتكنولوجيا النظيفة وغيرها من المشاريع البيئية. وبسبب اهتمام الشركات والمستثمرين بتلك المشاريع، فإن هناك طلبًا متزايدًا على الصكوك الخضراء، مما يؤدي إلى زيادة عدد المشاريع المستدامة والتي تعزز الشمول المالي، باعتبارها أداة لتنمية البنية التحتية البيئية في المناطق الحضرية والريفية. فتمويل مشاريع النقل العام الخضراء مثل تحسين وسائل النقل العامة وتوسيع شبكات الدراجات الهوائية وتنفيذ نظام النقل الذكي، يساهم في تحسين جودة الحياة وتوفير خدمات مريحة ومستدامة للمجتمعات.بدلاً من الاعتماد على المنح والمساعدات الحكومة.

5.تجربة إندونيسيا في تعزيز الشمول المالي من خلال الصكوك الخضراء الإسلامية

1.5.تطور الصكوك الخضراء في اندونيسيا: شهدت سوق الصكوك الاندونيسية نموا مستمرا وأداء إيجابي، في مقابل تبطئ نمو الاقتصاد العالمي وتأثيره على السوق المالية الإسلامية. و

بفضل مواصلة الحكومة الاندونيسية في إصدار سلسة متنوعة من الصكوك حيث تنقسم إلى قسمين: صكوك الدولة (السيادية) وصكوك الشركات، وتم إصدار صكوك الدولة أو السيادية لأول مرة في أكتوبر 2008، أطلق عليها (SBSN) أو ما يسمى بالأوراق المالية الإسلامية للدولة ،على أساس الاجارة (sale and lease back)، تمثل ملكية الدولة (BMN) بشكل أراضي ومباني وفي بداية إصدارها تم استخدام صكوك الدولة لتوفير أدوات الاستثمار للأفراد والشركات التي تتطلب أدوات استثمارية قائمة على الشريعة الإسلامية. (Ghifary Duyufur, 2023, p. 161)

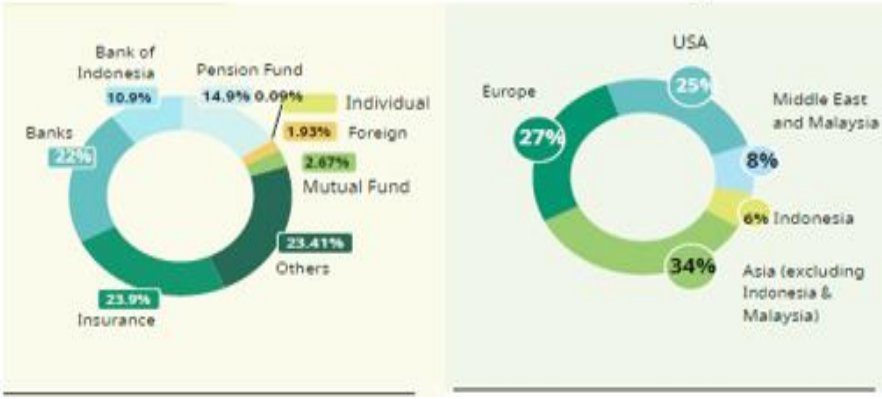
الشكل 2: إجمالي إصدار الصكوك نيجارا من سنة (2008–2022)



Source: IIFM. (2023). Sukuk Report. P174.
https://www.iifm.net/sukuk-reports

نلاحظ نمو في قيمة اصدار الصكوك بإندونيسيا بشكل مستمر من سنة 2008 إلى 2020 حيث وصلت اعلى مستوىلها بقيمة 367.31 تريليون روبية في سنة 2020، وانخفضت في السنوات الأخيرة من 2021 إلى 2022 بقيمة 322.2 و303.24 تريليون على التوالي، تحت اجمالي 2.223.01 تريليون روبية اندونيسية، منها الصكوك القائمة على المشاريع (PBS) بنسبة 52%و58% من الصكوك عن طريق المزاد، و31% بناء على سجل الأوامر، 11% عن طريق الاكتتاب الخاص، و16% من اجمالي الإصدارات بالعملة الأجنبية و84% بالعملة المحلية.

الشكل 3:موقع اندونيسيامن إصدارات الصكوك الخضراء خلال سنة 2023



Source: Green Sukuk (2023) Allocation and impact report of the ministry of finance of the republic. P 04

وكجزء من التزام الحكومة بمكافحة تغير المناخ،أصدرت صكوك نياجرا أيضاًصكوكاًخضراءفي الأسواق الدولية والمحلية، وأصبحت إندونيسيا أو لمصدر سيادي للصكوك الخضراء في العالم،حيث حصلت على سبع جوائز دولية للصكوك الخضراء وأربعة وأربعين جائزةدولية للصكوك السيادية .وفي عام2018 ،أصدرت الحكومة أو لصكوك خضراء سيادية عالمية بقيمة 1.25ملياردولار أمريكي، وستستمر في إصدار صكوك خضراءفي سوق الصكوك العالمية سنوياً حتى عام 2021 وفي عام2019 ،تم إصدار الصكوك الخضراء المحليةلأولمرةللمستثمرين الأفراد عبر منصة على الانترنت. في عام2022 ،أتمت الحكومة بنجاح صفقة بيع صكوك عالمية بقيمة 3.25 ملياردولارأمريكيتت ألف من 1.75 ملياردولارأمريكيلأجل. (IIFM , 2023, p. 180)

2.5.مساهمة الصكوك الخضراء في تعزيز مستويات الشمول المالي في اندونيسيا: تعد إندونيسيا من أكبر الاقتصادات في جنوب شرق آسيا وتواجه تحديات كبيرة فيما يتعلق بالتنمية المستدامة والتغيير المناخي. ومع ذلك، فإن البنك المركزي الاندونيسي والحكومة الاندونيسية توليان اهتماماً كبيراً لتعزيز الشمول المالي من خلال دعم الاستثمارات المستدامة وتمويل المشاريع الخضراء. ومن بين الآليات المالية المستدامة التي تم تبنيها الصكوك الخضراء التي تسهم في تعزيز مستويات الشمول المالي في البلاد. من خلال توفير التمويل للمشاريع المستدامة، فعندما يتم

توفير التمويل للشركات الصغيرة والمتوسطة والجمعيات التعاونية والمشروعات الزراعية الصغيرة التي تعمل على تنمية الموارد والتوظيف، يمكن أن تساهم في تحسين مستويات الشمول المالي في إندونيسيا وتعزيز النمو الاقتصادي. حيث يتم اصدار الصكوك الخضراء في إندونيسيا على ثلاثة أشكال: الصكوك الخضراء العالمية، الصكوك الخضراء بالتجزئة، الصكوك الخضراء بالجملة في المزاد

3.5.مساهمة الصكوك الخضراء العالمية (السيادية) في تعزيز الشمول المالي

الجدول1: إصدارات الصكوك العالمية الخضراء في اندونيسيا من (2018–2022)

السنوات	2018	2019	2020	2021	2022
العائد	3.75% سنويا	3.90% سنويا	2.30% سنويا	3.55 % سنويا	4.70 % سنويا
مدة السداد	5 سنوات	5 سنوات	5 سنوات	30 سنة	10 سنوات
قيمة الإصدار	1.25 مليار دولار أمريكي	750 مليون دولار	750 مليون دولار	750 دولار	1.5 مليار دولار
عدد الصكوك الخضراء	%29	% 29	% 34	% 57	%36
عدد الصكوك غير الخضراء	%71	% 71	% 66	% 43	%64

Source: Luky Alfirman. (2022). How esg factors are impacting retall debt programs : Indonesia experlence on issulng retall green sukuk. Kementerian keuangan republik indnesia. P 07.

نلاحظ أن إندونيسيا حققت نموا مستمرا في اصدار الصكوك الخضراء العالمية في جنوب شرق أسيا في السنوات الخمس الأخيرة من سنة 2018إلى سنة 2022، حيث ارتفع العائد على هذه الصكوك من 3.75% بقيمة 1.25 مليار دولار أي ما يعادل 16.75 تريلون وربية، واعتبرت كأول دولة تصدر صكوك خضراء سيادية إلى 4.70 % بقيمة 1.5 مليار دولار في سنة 2022، وبهذا لاقى اصدار الصكوك الخضراء استجابة إيجابية في السوق المالي الإندونيسي واعتبرته الدولة كمصدر تمويل بديل للتمويل القصير والمتوسط، وتعزيز الشمول المالي ودعم التنمية الوطنية وخاصة الأصول الخضراء . كما ارتفعت حصيلة الصكوك الخضراء مقارنة بأنواع الصكوك الأخرى من 29% إلى 57% وهي أعلى نسبة وصلت لها عدد الصكوك الخضراء في اندونيسيا سنة 2021، أما سنة 2022 فكانت النسبة 36% والسبب راجع لجائحة كورونا وتأثيرها على الاستثمار.

4.5.مساهمة الصكوك الخضراء بالتجزئة والجملة في تعزيز الشمول المالي

الجدول رقم 02: أنواع الصكوك الخضراء بالتجزئة (صكوك الافراد)، وصكوك الجملة

نوع الإصدار	ST006	ST007	ST008	صكوك الجملة (PBSG001)
سنة الإصدار	2019	2020	2021	2022
حجم الإصدار(IDR)	1.4 تريليون روبية	5.4 تريليون روبية	5 تريليون روبية	5.66 تريليون روبية
مدة الاستحقاق	سنتين	سنتين	سنتين	7 سنوات
العائد	% 6.57	% 5.5	% 4.8	% 6.625

Source: Luky Alfirman. (2022). How esg factors are impacting retall debt programs : Indonesia experlence on issulng retall green sukuk. Kementerian keuangan republik indnesia. P 07

بعد النجاح الأول الذي حققته اندونيسيا في اصدار الصكوك الخضراء السيادية العالمية في 2018، وطرحها في بورصتي سنغافورة ودبي، قامت الدولة في سنة 2019 بإصدار سلسة من أدوات التجزئة للصكوك الخراء (ST006، ST007،،ST008،ST009) من سنة 2019إلى سنة 2022 على الترتيب مدة استحقاقها سنتين، وصكوك الجملة التي تباع في المزاد(PBSG001) حيث وصل حجم إصدارها في سنة 2022 إلى 399 مليون دولار أي ما يقابل 5.66 تريليون روبية اندونيسية بعائد يقدر ب 6.625% مدة استحقاقها 7 سنوات تستهدف الصكوك الخضراء بالتجزئة باعتبارها أدوات مالية إسلامية المستثمرين المحليين أو كما يطلق عليها صكوك الأفراد حيث تتميز بالمرونة ويمكن شرائها بالتجزئة قابلة للتداول في السوق الثانوية، يتم بيعها للأفراد أو المستثمرين عبر قنوات التوزيع للتجزئة حيث تمكنهم من المشاركة في تمويل المشاريع البيئية بطريقة مباشرة عن طريق استثمار مبالغ مالية صغيرة يمكن أن تشمل هذه المشاريع مجموعة واسعة من القطاعات المختلفة، حيث تمكن هذه الصكوك من تعزيز الشمول المالي عن طريق توسيع قاعدة المستثمرين وتشمل شرائح أوسع من المجتمع مما يعزز المشاركة في الأسواق المالية، وتعمل على تعزيز التوعية المالية للأفراد والفهم الأفضل للمستثمرين حيال مفهوم الاستثمار المستدام والبيئي. (Eka & Gemala , 2022, p. 6).

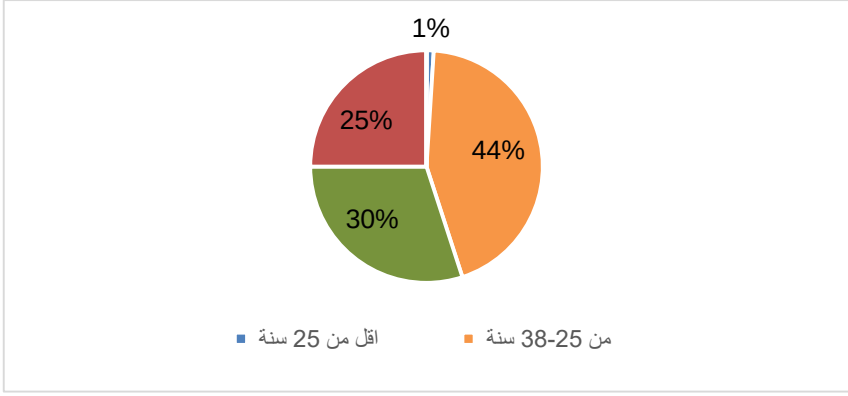
-تم تنفيذ حملة توعية قوية منذ خمس سنوات من قبل الحكومة لتعزيز الوعي لدى الجمهور بشأن الصكوك الخضراء للتجزئة مما زاد من معرفة الناس حول هذه الأداة الاستثمارية بالنسبة للمستثمرين المحتملين. و استخدام المنصات عبر الانترنت يعتبر أحد العوامل التي تدعم زيادة

شراء الصكوك الخضراء للتجزئة ويمكن لأي شخص شراء الصكوك باستخدام الهاتف في أي وقت وقد قامت الحكومة بالترويج لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتدعو شركاء التوزيع الخاصة بها لتسويقها عبر الانترنت هناك مجموعة متنوعة من طرق الدفع المتاحة الآن من صرافات البنوك وخدمات البنك عبر الانترنت والمصرفية المتنقلة والتجارة الالكترونية، لذلك نمت وتطورت الصكوك في اندونيسيا بشكل جيد، ولزيادة عدد المستثمرين الأفراد وتحسين السوق المحلية،أصدرت حكومة إندونيسيا صكوك التجزئة، وهي سلسلة من صكوك نيجارامصممة خصيصاً للمستثمرين الأفراد .وتواصل الحكومةتنويع مستثمري الصكوك النيجيريةفي السوق المحليةمن خلال عدةمبادرات،منها:(IIFM , 2023, p. 178)

أ–تطوير المنصة الالكترونية لبيع الصكوك الخضراء بالتجزئة لتعزيز الشمول المالي:

بدأ إصدار صكوك التجزئة عبرالإنترنت في عام2018 عبر منصة "e-SBN"حيث تعاونت الحكومة مع ثلاثين شريك وموزع يشمل البنوك التقليدية والبنوك الإسلامية وشركات الأوراق المالية وشركات التكنولوجيا المالية .وقامت الحكومة هذا العام في 2023 بإضافة 4 شركاء من الشركات المصرفية وشركات الأوراق المالية وتطوير عدة قنوات إضافية للمعاملات مع شركاء الموزعين الحاليين، يؤديتنفيذهذهالاستراتيجيةعبرالإنترنتإلىزيادة كبيرةفيمشاركةمستثمريالألفية . باستخدام "e-SBN"تتوفر آلية الدفع برمز الفتورةعبر أجهزة الصراف الآلي،والخدمات لمصرفية عبرالإنترنت والخدمات المصرفية عبرالهاتف المحمول،والمحفظة الإلكترونية (e-wallet) والتحويل المصرفي والحساب الافتراضي، ومؤسسات التجارةالإلكترونية،وشركات التكنولوجيا المالية التي لديها بالتعاون مع وزارة المالية

الشكل رقم03: نسبة الشمول المالي بسبب المنصة الالكترونية للصكوك الخضراء للبيع بالتجزئة من 2018–2021



Source: Luky Alfirman. (2022). How esg factors are impacting retall debt programs : Indonesia experlence on issulng retall green sukuk. Kementerian keuangan republik indnesia. P 07

زادت مشاركة المستثمرين من جيل الالفية بشكل ملحوظ منذ طرح المنصة الالكترونية عبر الانترنت للصكوك الخضراء للبيع بالتجزئة. عام 2018، حيث ارتفعت نسبة استخدام الصكوك من 13% عام 2016 (نظام غير متصل بالأنترنت) إلى 44% في عام 2021.

ب.تعديلال حد الأقصى لأوامرالمستثمر: لضمان أن يكون إصدارصكوك التجزئة متاحاً في كافة الدولة وكجزء من استراتيجية تعميق السوق،أصدرت الحكومةعدداً من التعديلات، بمافي ذلك تغيير الحدود القصوى و الدنيا لطلبات صكوك التجزئة لكل مستثمر .اعتباراًمن عام2019، وتم تحديد الحد الأدنى للطلب بمبلغ مليون روبيةإندونيسية وبحدأقصى 5 ملياررروبية إندونيسية .وهذا أقل ب كثير من طرح صكوك التجزئة الأول في عام 2009، والذي كان الحدالأدنى للطلبفيه 5 ملايين روبيةإندونيسية ولم يكنهناكحدأعلى –نظرا لطبيعة هذا النوع من الاستثمار في التأثير الاجتماعي يمكن للمستثمرين أن يتمتعوا بالمزيد من الشفافية التي توفرها الصكوك الخضراء لأنه يجب تحديد الأصول الأساسية للصكوك منذ البداية ومن المرجح أن يزيد النمو في الصكوك الخضراء جنبا الى جنب مع زيادة الطلب على الطاقة الخضراء ومنتجات الطاقة الخضراء.

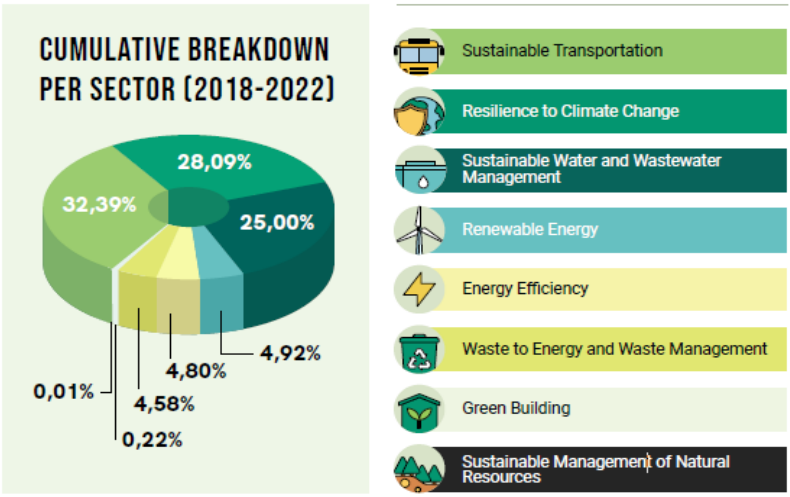
ج–محوالأمية والتعليم: تعمل الحكومة وشركاء التوزيع على تثقيف الجمهور حول إصدار صكوك التجزئة من خلال أنشطة مختلفة بمافي ذلك وسائل التواصل الاجتماعي و الندوات عبر الإنترنت ووسائل الإعلام .ومن ثم يمكن العثور على مستثمري صكوك الأفراد في كل مقاطعة إندونيسية

5.5.طبيعة القطاعات والمشاريع التي يغطيها برنامج أو الإطار العام لإصدار الصكوك الخضراء بإندونيسيا:

يحظى برنامج الصكوك الخضراء في إندونيسيا بالأولية لتمويل المشاريع بشكل كبير والمساهمة في تحقيق أهداف الشمول المالي ويمكن تصنيف العديد من المشاريع المحتملة على أنها بنية تحتية خضراء. حيث تمول الصكوك الخضراء تسعة قطاعات:الطاقة المتجددة؛ الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية؛ السياحة الخضراء؛ إدارة النفايات والطاقة؛ مثل تمويل الطاقة المتجددة طاقة الرياح والطاقة الشمسية والطاقة الحرارية الأرضية النقل الجماعي دعم البنية التحتية لتمويل التنمية كما تعتبر وسيلة لتطوير وتوسيع قاعدة المستثمرين في الأسواق المالية بوجود مستثمرين وشركات وأفراد مهتمين بالقضايا البيئية. باعتبار أن اندونيسيا من البلدان ذات المستوى العالي

للتعرض للكوارث الطبيعية والكوارث مائية والتي تؤدي إلى التغير المناخي وتأثيرها على الاقتصاد.(yulitasari, 2024, p. 487)

الشكل 04: نسبة تمويل الصكوك الخضراء لكل قطاع



Source: Green Sukuk (2023) Allocation and impact report of the ministry of finance of the republic. P 08.

حيث يحتل قطاع النقل المستدام، والمناخ والإدارة المستدامة للمياه ومياه الصرف الصحي على أكبر نسبة من الإصدار التراكمي من سنة 2018–2022، لقيمة التمويلات لعائدات الصكوك الخضراء بنسبة (32.39%، 28.09%، 25%) على التوالي أما قطاع الطاقات المتجددة وكفاءة الطاقة وإدارة النفايات فقدحازة على نسبة 4% من قيمة اصدار الصكوك الخضراء، وكانت أقل نسبة من حصة البنايات الخضرا والإدارة المستدامة للموارد الطبيعية بنسبة 0.02 % و0.01% على التوالي.

6.الخاتمة

أصبحت مساهمة الصكوك الإسلامية الخضراء في تعزيز الشمول المالي جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية تنمية الاقتصاد الإسلامي وتحقيق التنمية المستدامة. وذلك من خلال توفير وسائل لجمع التمويل بطرق تتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية وترتكز على المبادئ البيئيةفي سوق الصكوك الإسلامية حيث شهدت في السنوات الأخيرة نمواً ملحوظاًوباعتبار إندونيسيا واحدة من أكبر الأسواق المالية الإسلامية في العالم وسوقاً مناسبًا لتطبيق الصكوك الخضراء التي تساهم

في تحفيز ونمو القطاعات الاقتصادية المستدامة وتعزيز الشمول المالي في البلاد. كما تهدف إلى تمويل المشاريع البيئية والاستدامة، الشيء الذي أدى إلى توسيع قاعدة المستثمرين وسهولة الوصول واستخدام الخدمات المالية وزيادة الوعي بأهمية الاستثمار في المشاريع البيئية. حيث توفر الصكوك الخضراء الفرص الاقتصادية والمالية للشرائح غير المشمولة وتعزيز البنية التحتية والخدمات الأساسية للمستثمرين المحليين والدوليين للاستثمار في مشاريع مستدامة،الشيء الذي يحقق الشمول المالي من خلال جذب تمويل وتحفيز النمو الاقتصادي. بالإضافة إلى ذلك، تساهم الصكوك الخضراء في تعزيز الوعي بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية للشركات والحكومة، مما يعزز الاستدامة الاقتصادية والبيئية على المدى الطويل.

النتائج:

-تعد الصكوك الإسلامية الخضراء واحدة من أحدث منتوجات الصكوك الاسلامية وابتكاراتها والتي يمكن الاعتماد عليها في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة، فهي تهدف الى تمويل المشاريع المسؤولة بيئيا واجتماعيا؛

-ركزت إصدارات الصكوك الخضراء على مشاريع الطاقة المتجددة وكفاءة استخدام الطاقة والنقل النظيف في حافظة المشاريع المستحقة للصكوك الخضراء؛

-تعد تجربة اندونيسيا من بين التجارب الناجحة في مجال اصدار الصكوك الاسلامية الخضراء وتداولها والتي يمكن الاستفادة منها على مستوى الدول الأخرى؛

-يمكن للصكوك الخضراء بالتجزئة الصادرة عن الحكومة أن تصل إلى مجموعات جديدة من العملاء حتى يتمكنوا من توسيع قاعدة المستثمرين المحليين ويكون لها تأثير ايجابي على الشمول المالي.

- الصكوك الخضراء تعد وسيلة للوصول ليس فقط إلى مجموعة واسعة من المستثمرين التقليديين المهتمين بالمشاريع الخضراء لكن أيضا بالمستثمرين الإسلاميين والواقع ان المستثمرين التقليديين قد أعادوا بالفعل صياغة مبادئهم التوجيهية المتعلقة بالاستثمار لإدراج مستوى من المسؤولية الاجتماعية.

- تشمل الصكوك الخضراء تمويل الوصول إلى البنية التحتية الأساسية (المياه والصرف الصحي والطاقة) والوصول إلى الاحتياجات الأساسية (الصحة والتعليم والضمان الاجتماعي والخدمات المالية)، والاسكان وتمكين المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة والأمن الغذائي الذي

يستهدف الوصول إلى السكان المهمشين واللاجئين من الكوارث الطبيعية والأشخاص ذوي الإعاقة والمهاجرين

التوصيات:

-يمكن أن تتخذ الحكومات والدول إجراءات لتحسين البيئة التنظيمية والتشريعية المتعلقة بالصكوك الخضراء وتعزيز الوعي بأهميتها. كما يمكن للبنوك المركزيةتوفير تسهيلات للمصارف والمؤسسات المالية من خلال وضع نظام ضريبي خاص، وتوفير بيئة ملائمة لتطبيق سليم ينظم عملية إصدار وتداول وإطفاء الصكوك الإسلامية الخضراء.

-يمكن أن تختلف التحديات البيئية من دولةإلى أخرى،لذلك يمكن استخدام سياسة الحوافز لدعم سوق الصكوك الخضراء، كما قد يجد المستثمرون الدوليون صعوبةفي الوصول إلى بعض الأسواق المحلية،وقدتتطلب بعض هذه الأسواق تعريفات ومتطلبات الإفصاح التي تختلف من سوق إلى آخر.

-لا تزال أداة الصكوك الخضراء جديدة نسبيا وغير معروفة على نطاق واسع، ويمكن أن يكون الافتقار إلى التنشئة الاجتماعية وتثقيف الجمهور حول الصكوك الخضراء عقبة أمام فهم هذه الأداة، ومن الضروري زيادة الأنشطة الاجتماعية من خلال التعاون مع أصحاب المصلحة في سوق رأس المال.

-يجب على إندونيسيا السعي إلى تنويع السوق من خلال تشجيع المزيد من الإصدارات بمجموعة أوسع من المشروعات البيئية؛

-تستطيع الصكوك الخضراء أن تلعب دورًا هامًا في تمويل مجموعة واسعة من الاستثمارات والمشاريع المختلفة، ليس فقط في مجال الطاقة المتجددة والعقارات الخضراء، مثل مشاريع التكنلوجيا والبنى التحتية.

-يمكن للجزائر أن تتبنى الصكوك الإسلامية الخضراء كجزء من هيكل التمويل الحكومي، وذلك لمعالجة المشاكل البيئية وتمويل المشاريع الخضراء. والعمل على تهيئة مناخ اقتصادي مناسب من خلال تقديم التشريعات والقوانين الداعمة لتطبيق سليم لعملية الاصدار والتداول.

7–قائمة المراجع

-بن زيدان فاطمة الزهراء، وآخرون، (2020)، الصكوك الخضراء: صناعة مستدامة–نظرة عالمية Revue des Réformes Economiques et Integration En Econoomie Mondial. المجلد 14، العدد 01، الصفحات 88–99؛

–حمادي موراد، واخرون،(2022)،دراسة التجربة الماليزية في تبني الصكوك الخضراء كآلية للتحول إلى الاقتصاد الأخضر،مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، المجلد 09، العدد 01، الصفحات 869–888

–عقبة خضير، (2021)، النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية ودورها في تعزيز الشمول المالي. مجلة النهل الاقتصادي، المجلد 04، العدد 02، الصفحات 449–458؛

–عرقوب خديجة، فريد كورتل، (2016)، دور الصكوك الخضراء في تحقيق التنمية المستدامة في ماليزيا، رماح للبحوث والدراسات. الصفحات 257–303؛

–غربي ناصر صلاح الدين، (2021)، سبل تعزيز الشمول المالي في المنظومة المصرفية الجزائرية مجلة،المجلد 17، العدد04، الصفحات 370–382؛

– منزري ابتسام،(2023)، استخدام الصكوك الخضراء الإسلامية في تمويل المشاريع المستدامة: واقع وآفاق وتحديات، مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة، المجلد 08، العدد 01، الصفحات 384–413؛

– لقوي سعيدة، بورنان مصطفى، (2021)، الصكوك الإسلامية الخضراء وأهميتها في تمويل المشاريع الصديقة للبيئة: الصكوك الخضراء لماليزيا نموذجا، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 05، العدد 02، الصفحات 155–171؛

-Eka Septiana، Gemala Dewi. (2022). Défis et opportunités pour le développement du Sukuk vert en Indonésie. Journal de l'Institut international de recherche et de critique de Budapest (BIRCI-Journal). Volume 5, No 3, p 18488-18500

-Ghifary Duyufur. (2023). Ijarah Sukuks in the Andalusian capital market: their development and jurisprudential problems in their application. Al-Azhar Journal of Islamic Economics., Volum 5. No 2.

Green Sukuk (2023) Allocation and impact report of the ministry of finance of the republic.

-Luky Alfirman. (2022). How esg factors are impacting retall debt programs : Indonesia experlence on issulng retall green sukuk. Kementerian keuangan republik indnesia.

-LSEG. (2022).Geen and sustainability sukuk report.

Lis yulitasari، And others، (2024)، Development of state green sukukas part of creative and lnnnovative financing in the islamic financing market.RIICSHAW 1st Raden Intan International Conference on Sharia and Law.

-IIFM . (2023). Sukuk Report. https://www.iifm.net/sukuk-reports

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal forEconomic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
Volume:8/N°1 /April ,2024, PP 131-150

Germany crowdfunding experience: Showcase in field of sports

تجربة التمويل الجماعي في ألمانيا: عرض في مجال الرياضة

*** Bouafia Mostafa**
Higher School of Sports Sciences and Technologies (ES/STS), Algeria,
bouafiamostafa7@gmail.com

Received:*02/02/2024* ***Accepted:***28/04/2024 ***Published***: *30/04/2044*

Abstract :

This study aims to highlight the role of sports crowdfunding in Germany by studying and analyzing the case of sports websites in Germany and also mentioning some sports campaigns that succeeded in obtaining the required funding. The descriptive analytical method was used to answer the problem of the study, and some statistics that serve the subject of the study were relied upon.

The study found that, in addition to the financial support provided by crowdfunding, it provides other additional services such as advertising and sponsors, which are of great importance in Germany, and the platforms have also contributed to financing many athletes, sports teams, and sporting events.

Key words: Crowdfunding; sports platforms; sports campaigns; Germany; sport crowdfunding.
JEL classification codes: D14; D26; G18; Z23.

****Corresponding author***

1. Introduction

Athletes and many sports clubs and organisations are faced with the challenge of presenting a balanced budget each year, which forces them to explore new financing options. One of these emerging forms of financing is crowdfunding. Nevertheless, the majority of German sports clubs stick to traditional financing methods such as membership fees, donations, sports events, and grants from the sports promotion of the district, city, or municipality. In professional sports, these sources of income are expanded to include sponsorship and ticketing.

Due to the novelty of the topic, there are hardly any sources or statistics available on the German sports crowdfunding market. In addition, statistics from recent years only consider categories such as film, real estate, social causes, music, green energy, and startups when it comes to successfully funded projects, while the sports sector is found in minimal proportions at the bottom of the list.

1.1. Research Questions:

Under the light of what was presented above, the characteristics of our study are formulated as follows:

- What is the reality of sports crowdfunding in Germany?

We shall look at the details in the following sub-section:

- Is the German sports crowdfunding market growing or declining?
- To what extent is the sports sector in Germany relied on crowdfunding?

1.2. Hypothesis/hypotheses:

Based on the problem, we can put forward the following hypotheses:

- Sports crowdfunding in Germany is considered one of the widely used sectors.

Sub-answers:

- There is an overall notable growth of the sports crowdfunding market in Germany.
- Sports in Germany depend on crowdfunding platforms to an acceptable extent.

1.3. Significance of the Study:

This study is considered a scientific contribution to highlighting and defining crowdfunding in general, as well as in Germany in particular, and in the German sports field specifically. It helps to pay attention to the financing process and know how to use it for sports.

1.4. Objectives of the Study:

- Generalities about crowdfunding,
- Clarifying and understanding the role of crowdfunding in financing the sport sector,
- Highlighting the possibility of relying on crowdfunding to support and finance sports activities in Germany,
- Showcasing the best sports crowdfunding platforms in Germany with examples of successful campaigns locally.

1.5. Methodology of the Study:

The descriptive-analytical approach was relied upon in this study for its suitability in presenting and clarifying concepts related to crowdfunding in general, as well as sports crowdfunding, and reviewing the most important platforms, models, and successful applications in Germany.

1.6. Organization of the Study:

The study is divided into three parts:

- The first part, articulated on the literature review of crowdfunding,
- The second part is about Crowdfunding in Germany,
- The third part of this work is a logical deduction from the previous two. It is dedicated to the practical phase of our case study of Crowdfunding Application to Sports Field.

1.7. The plan of study:

The plan of our study is divided into three parts:

- The first part, articulated on the literature review of crowdfunding,
- The second part is about Crowdfunding in Germany,
- The third part of this work is a logical deduction from the previous two. It is dedicated to the practical phase of our case study of Crowdfunding Application to Sports Field.

2. Literature of crowdfunding

2.1. Concept:

Crowdfunding is based on the idea that there are people with money who want to support others who present interesting projects or ideas. Being collective financing, small amounts are collected from many people instead of relying on a single lender for the entire investment. (Echenique, 2018, p. 11)

Crowdfunding Also defined as a collective effort of many individuals who network and pool their resources to support efforts

initiated by other people or organizations. This is usually done via or with the help of the Internet. (KHODHEIR & OUGUENOUNE, 2021, p. 418) It is a tool for raising funds through platforms dedicated to this growing activity. (Sansri & Cheurfa, 2020, p. 348)

2.2. The Crowdfunding Participants:

In essence, focusing on the characteristics of crowdfunding networks makes it impossible to define crowdfunding succinctly; this objective is met by drawing distinctions between crowdsourcing and conventional fundraising mechanisms.

The following parties are involved in crowdfunding:

- **Fundraiser/Creator:** is the individual or organization that seeks to collect funds via crowdfunding.
- **Funders/Contributors/Backers:** refers to any individual or organization that finances the fundraising efforts of a particular campaign and/or disseminates the information about the campaign.
- **Crowdfunding campaign:** includes all of the public information regarding a funding effort by a individual or organization that is intended to raise money or goods, the campaign also includes all of the associated goals, plans, conditions, and expected returns of the project or business. (Prince, 2023, p. 02)
- **Crowdfunding platform:** The platform's central role in the crowdfunding process is fulfilled by crowdfunding platforms, which serve as a meeting place for the two parties involved: the beneficiaries and the participants. They describe the length of the service offered via crowdfunding. (Szczepan, 2024, p. 39)

Crowdfunding Platforms are of three main types in terms of the types of initiatives supported:

Table 1. Types of Crowdfunding Platforms

General-purpose platforms	Specialized platforms
General platforms are intended for a variety of industries and individuals. These platforms are not limited by what they can show. They have campaigns that range from individuals who seek support for a medical procedure to artists who seek to financially support their creative	Specialized platforms are dedicated crowdfunding services that specialize in specific industries, such as video games, sports, music, or independent television.

endeavors, to technology start-ups that seek to support the development of a new innovative product.	

Source: own elaboration.

2.3. Crowdfunding Types:

There are different aspects of crowdfunding, which differ among them due to the rewards or considerations that investors receive, whether intangible, tangible, payment of the principal with interest or return on investment in the form of dividends and capital gains. Furthermore, the motivation on the part of the investor is not in all forms financial, sometimes it is social. These four modalities are the following: donation, reward, lending and Equity.

2.3.1. Donation-based crowdfunding:

It known as charitable crowdfunding, were individuals donate small amounts to meet the broader funding aim of a specific charitable project whilst receiving no financial or material return in exchange. There is no legally binding financial obligation incurred by a recipient to a donor; no financial or material returns are expected by the donor. (Zhao, 2019, p. 37) Moreover, because donation-based crowdfunding is associated with public goods, it occupies a niche market. (Zhijian, 2022, p. 75)

In the current stage, where technology is highly developed and part of everyday life, it can be observed that it has played a very important role in the dissemination of this type of projects; through social networks and the power of digital media. (Candela, 2021, p. 20)

2.3.2. Reward-based crowdfunding:

The most common type, reward-based crowdfunding, provides a comparatively risk-free means for business owners to raise awareness of their new product, connect with a large number of eager early adopters, and gauge possible market reactions (Brochado, 2017, p. 69) and when people give money to a project or company hoping to receive something in return, such as goods or services, rather than cash. (Agata & Wilczyńska, 2018, p. 57)

In addition to creative commercial ventures, the reward crowdfunding section frequently includes cultural or sporting endeavors.

2.3.3. Lending-based crowdfunding:

Known as peer-to-peer lending; Loans are involved in P2P lending. Investors provide capital on a short term basis with the expectation of return. Investors are sometimes guaranteed interest on

the capital they lend, in other situations; they are merely eligible to receive their principal's return. (Zhijian, 2022, p. 81)

This type of crowdfunding eliminates the complexity and costs associated with traditional banking by passing services offered by banks or other financial institutions, obtaining credit through individuals.

2.3.4. Equity-based crowdfunding:

It provides an extra means of raising capital for any business; sometimes known as crowdinvesting, it aims to raise capital for a particular project by enticing a large number of backers to contribute a comparatively small sum of money. (Novak, Knežević, & Petra, 2017, p. 97) In exchange for their contributions funders obtain either a participation in the company, or part of its future cash flows; the expected return is based on some form of medium term exit. This type of Crowdfunding is generally dedicated to finance early growth of companies and usually bridges the gap between rewards Crowdfunding and business angels' contributions. (Carmen, 2017, p. 67)

Table 2. Crowdfunding Types

	Form of contribution	**Return**	**Motivation of the financier**
Donation CF	Donation	Intangible benefits (satisfaction)	Intrinsic and social motivation
Reward CF	Donation	Rewards and intangible products or services	Combination of social motivation and desire for reward
Lending CF	Loan	Amount of the investment plus interests	Social motivation and investment profitability
Equity CF	Investment	Return on investment (Participation of the company)	Return on investment

Source: own elaboration.

2.4. Crwodfunding Models:

Crowdfunding platforms are sociotechnical systems that enable users on the network to learn, innovate, collaborate, and coordinate to fund projects. (Almeer, 2019, p. 29)

There are two main fundraising models used by crowdfunding platforms:

- **All-or-Nothing (AON):** If the project is successful in generating the required funds, backers will receive their money;

using this form obligates the project owner to refrain from taking over the project in the event that the whole amount is not raised. The financing public is less at risk thanks to this warning. It is important to note that financing operations based on total financing (AON) are more well-liked by financiers, enabling project owners to set higher expectations for capital and increasing the likelihood that they would meet those expectations.

- **Keep-it-All (KIA):** This option lets project owners keep the money they raise, even if they fall short of their target amount. (KIA) initiatives typically have lower success rates because the public assumes the risk that the corporation will embark on underfunded initiatives, which are more likely to fail after the campaign. This model is used by entrepreneurs for scalable initiatives, or ones that can still be carried out even with only half the funding. (Bouafia, 2023, p. 56)

2.5. What Makes Crowd funding Special:

- It is a way for innovators to harness the potential of online communities and social networks to solve many new venture problems because they can't convince traditional funding sources.
- It is a creative way for individuals to use technology to advertise and fund projects and increase the relevance of online communities and social networks through crowdfunding.
- It is a democratic method of raising money because the public must assess and determine funding, as opposed to depending on established middlemen. Participants in this setting pay to participate in addition to giving their time and ideas. (Arshad, 2021, p. 33)

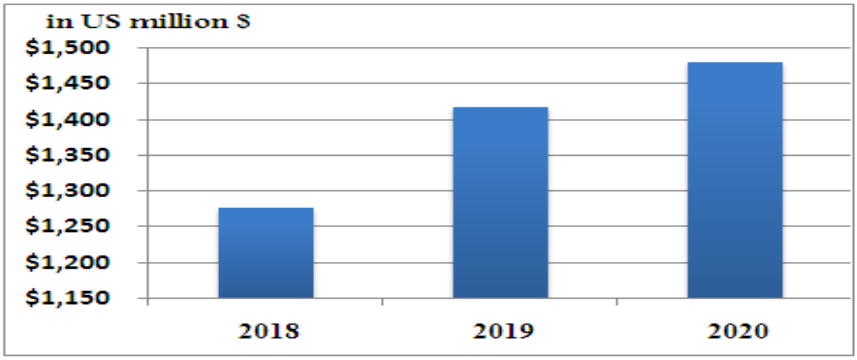
3. Crowdfunding in Germany

Germany is considered as one of the largest crowdfunding markets in the European Union, as it contains 112 crowdfunding platforms for the year 2023, a significant increase compared to the year 2020, when there were 56 platforms.

These platforms offer all major types of funding to fundraisers and investors in Germany. All types of crowdfunding are very well developed, so it will be easy to invest in startups, real estate and provide loans to companies and people starting from a few hundred euros, it also takes a unique approach to donation and reward crowdfunding by linking collaboration between banks and crowdfunding platforms.

3.1. Germany crowdfunding market value from 2018 to 2020:

Fig 1. Crowdfunding market 2018-2020



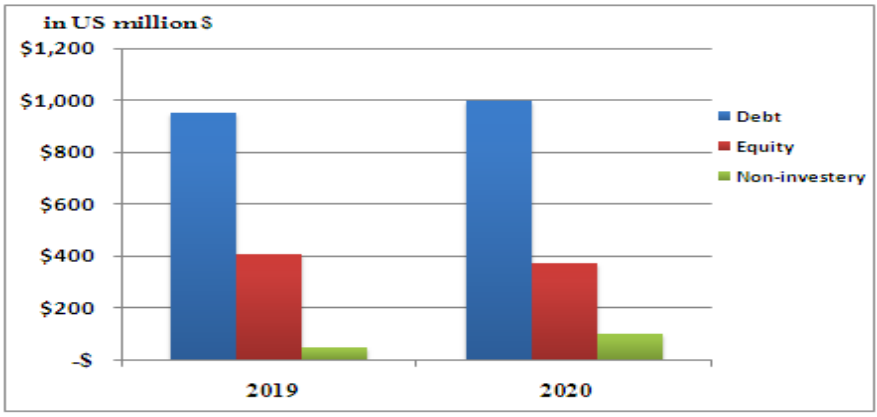
Source: own elaboration.

The total volume of crowdfunding in Europe for the year 2020 in terms of value is 19.8%. Also the United Kingdom is the most leading country in the field, as it represented 56% of the European market in terms of volume in 2020, followed by the Benelux countries and Germany third.

Crowdfunding in Germany is witnessing great development and increasing growth from year to year, as it has become one of the most important means of crowdfunding ideas and projects in various fields. In 2018, the market value was 1.276 billion US dollars, and then to 1.417 billion dollars in 2019, until it reached 1.480 billion dollars in 2020, it is the highest value reached.

3.2. Germany crowdfunding market value in 2019-2020 by segment:

Fig 2. Crowdfunding market segment 2019-2020



Source: own elaboration.

In Germany, as the debt models held the highest market value with an estimated amount of $953 million in 2019 constituting a percentage of 67.25% of total value; and $1.01 billion in 2020 with 67.64% of the total value.

Equity model raised a $410 million in 2019 constituting a percentage of 28.94% of total value; in 2020 it raised $375 million of the money with 25.35%, the drop in equity-based activity from 2019 to 2020 came from real estate crowdfunding. However, this was not due to the impact of COVID-19, but instead due to a drop that can be traced to changes in regulation which made it more difficult for real estate project developers to obtain co financing from traditional banks.

As for the non-investment models (reward and donation crowdfunding), they raised $54 million in 2019 or 3.81% of the value; it doubled in 2020 compared to the previous year $103 million with 7.01% of yearly total value, largely because of the interaction of the German government with the reward crowdfunding platforms for COVID-19 relief measures.

3.3. Crowdfunding Regulation in EU:

3.3.1. Overview of the Regulation:

The fact that local governments have historically regulated crowdfunding operations in Europe and that these regulations differ from nation to nation has made it difficult for crowdfunding platforms to advertise their investment possibilities to investors outside of their area of registration.

The European Harmonized Crowdfunding Regulation (EU 2020/1503 Regulation, ECSP Regulation) was enacted by the European Council on October 7, 2020, and it came into effect in November of 2021. A sizable European single market for crowdfunding is being created by the new EU Crowdfunding Directive, which replaces the current disjointed national crowdfunding regulations with standardized and exactly applicable regulations.

For an extended period, the primary hindrance to crowdfunding platforms' ability to provide their services has been the absence of uniform regulations and disparate licensing prerequisites within the European Union. Due to the substantial expenses associated with compliance and operations, crowdfunding platforms are unable to efficiently scale their service delivery.

The new regulations specifically restrict reward and donation crowdfunding.

3.3.2. Current crowdfunding models in Germany Regulation:

- **Lending-based crowdfunding:**

Because crowdlending platforms currently provide a variety of design alternatives, it's always necessary to ascertain whether and which licenses they require. These include a credit broker under the German Trade Regulation Ordinance (GewO) and a German Investment Firm Act (WpIG) or German Banking Act (KWG) MiFID license.

In the future, crowdlending platforms will just need to apply for licenses from the ECSPR. As a result, creating and approving crowdlending platforms will be much simpler.

- **Equity crowdfunding:**

In contrast to crowdlending, crowdinvesting divides profits, debt instruments, or shares among project owners rather than providing loans. Additionally, licenses under the German Investment Firm Act (WpIG), German Banking Act (KWG), and German Trade Regulation Ordinance (GewO) are usually required for crowd investment platforms. In this sense, future crowdinvesting platforms will only need an ECSPR license.

Furthermore, it is typically required to draft a prospectus in compliance with the German Securities Prospectus Act (WpPG) or the Asset Investment Act (VermAnlG); going forward, investors will be educated by the Key Investment Information Sheet (KIIS). Another thing that makes the operation of the crowdinvesting platform easier is crowdfunding. (Jünemann, Wirtz, & Förster, 2023, p. 06)

All crowdfunding platforms will benefit from this new European rule, which will enable them to become stronger and carry out their objectives in better circumstances.

4. Crowdfunding application to sports field

In the sports world, from a financial perspective, there is a need to update to serve the numerous logistics services. The vast majority of sports suffer from a lack of funding, which affects results. To date, there have been countless successful cases of sports crowdfunding. Every project has its own story. The special ingredients for success are often similar but the ingredients vary.

Sometimes advertising through social media works better and sometimes special incentives work especially well.

The range extends from professional to recreational sports, from niche sports to mass sports, and from small projects to large projects.

4.1. Germany Specialized platforms in sports:

4.1.1. Fairplaid: at fairplaid, athletes, associations, clubs, teams or organizations can collect funds for the realization of a wide variety of projects such as new jerseys, flights to the world championship or training camp or the expansion of the clubhouse.

Basic informations:

- Year founded: 2013,
- Model: Donation,
- Principle: All-or-nothing,
- Campaign Duration: 30 days,
- Payment Methods: Credit card, direct debit, advance payment,
- Transaction Costs: 4% including VAT,
- Languages: German,
- Location: Stuttgart,

Features:

- Free online resources for project starters (manual, video, etc.),
- Project video is supported,
- Projects can be supported by fairplaid partners through sponsored bonuses or sponsorship funds,
- Individual full-service project consulting,
- Various funding pots.

4.1.2. KAM on: crowdfunding platform specializes in sport and thus acts as an intermediary between any projects that are related to sport (athletes, club projects, sport start-ups, non-profit sport initiatives, sporting events or sports facilities, etc.) and the public in order to bring these parties together to lead and to successfully promote the projects.

Basic informations:

- Year founded: 2018,
- Model: Donation,
- Principle: All-or-nothing,
- Campaign Duration: 1 to 45 days,

- Payment Methods: advance payment, direct debit, credit card, instant transfer, Giropay,
- Transaction Costs: 11% of the total funding amount plus VAT,
- Languages: German,
- Location: Munich,

Features:

- Network in the sports business,
- Free creation and upload of the project page,
- Professional, personal and individual advice from experts on project creation including project guidelines,
- 10% start-up funding (up to a maximum of €500).

4.1.3. FUSSBALL CROWD: is a crowdfunding platform based in Germany, specifically catering to the sport industry. Founded in 2020, it provides a unique opportunity for amateur football teams and clubs to raise funds and bring their football projects to life.

Basic informations:

- Year founded: 2020,
- Model: Donation,
- Principle: All-or-nothing,
- Campaign Duration: You determine the duration of your project,
- Payment Methods: Credit Direct debit, credit card (Visa, Mastercard), Advance payment or bank transfer, Instant transfer (Klarna),
- Transaction Costs: Project fees 7% plus Transaction fees 4%,
- Languages: German,
- Location: Stuttgart,

Features:

- Clarify any open questions quickly, directly and personally at anytime,
- Benefit from the diverse, successfully implemented projects,
- Their service is completely free for the supporters: they do not transfer any costs,
- Providing you with an experienced and specialized project coach as well as our platform technology from the start.

4.1.4. TOYOTA CROWD: is a sports crowdfunding platform, Toyota Crowd specifically supports sports projects

by athletes and clubs from Olympic and Paralympic sports who want to finance for a variety of projects, for example, sports equipment, training camps, coaching or participation and travel expenses to competitions.

Basic informations:

- Year founded: 2019,
- Model: Donation and Reward,
- Principle: All-or-nothing,
- Campaign Duration: 30 days,
- Payment Methods: Credit Direct debit, credit card (Visa, Mastercard), Advance payment or bank transfer, Instant transfer (Klarna),
- Transaction Costs: 2-7% for the platform service plus 4% for processing of payments,
- Languages: German,

Features:

- Additional funding without long funding applications,
- Free rewards for your project shop,
- Partners of the Olympic Games at your side,
- Team Toyota athletes as role models and ambassadors.

4.2. Sports Germany Specialized platforms Statistics:

Information was collected and analysis was conducted during the period from January 11 to January 17, 2024.

Table 3. Total funds raised in the 4 Germany Specialized platforms in sports

	Successful campaigns	Total funds raised	Supporters	Average funds raised per campaign
Fairplaid	3,626	22,017,570 €	275.918	6,072 €
KAM on	9,358	620,658 €	4465	66 €
Fussball Crowd	51	208,901 €	-	4,096 €
Toyota Crowd	454	2,738,225 €	35,368	6,031 €
TOTAL	13,489	25,585,225 €	315,751	4,066 €

Source: own elaboration.

Through our analysis of sports platforms in Germany, we notice the following from the table 3 above:
(KAM on) platform occupies first place among the platforms in terms of the number of successfully funded campaigns, far ahead of the rest. As for the total funds raised, (Fairplaid) platform sits at the top, with a very large difference from the rest of the platforms combined.

In terms of the average funds raised, there is a closeness in value between the two platforms (Fairplaid) with an amount of 6072 euros and (Toyota Crowd) with an amount of 6031 euros according to the funds raised, then thirdly (Fussball Crowd) with an amount of 4096 euros, which is a very good number for a new platform in the market, and finally (KAM on) the average was 66 euros, which is a very small number for each campaign.

Sports crowdfunding platforms in Germany made a great average funds raised per campaign of 4066 euros. While the total funds raised of €25,585,225 can be considered a relatively good amount, as more than 13,400 successful campaigns have been carried out in the sports field.

The total number of supporters to the success of these sports campaigns can also be considered a very new number, as the average supporters for each campaign is 23 people, with the average support for each person being 177 euros, which shows the extent of interest in the sports field in Germany, especially since the motives for supporting such projects are not profitable. For supporters, it is all related to altruistic motivation and love of sports.

4.3. Sports Successful campaigns:

4.3.1. Crowdfunding use for Athletes:

Not all athletes have the financial means to pay for the best coaches. Without proper guidance and training techniques, their talents may not be properly utilized. If an athlete has talent but no money to train, he or she can launch a crowdfunding campaign to raise budget for training. Athletes also often need to travel abroad to receive training from more experienced coaches. This requires additional funding as athletes must take into account the cost of living in the country.

Through crowdfunding, athletes can seek financial help from sports fans around the world. When a well-known international sports organization raises funds on behalf of athletes, it can reach more people and raise more funds.

Example of: Denise Krebs (Giving up is not an option - Olympics 2021):

Denise Krebs was ready. Four years of preparation were supposed to culminate in the highlight of her career: the 2020 Olympic Games in Tokyo. But then the COVID-19 and the postponement of the Games came. Krebs was faced with the question: to quit or to continue?

The middle and long-distance runner once had a squad status in the German Athletics Association, and the emphasis is on "had". Therefore, she had to finance the preparation for 2020 with 100% on her own. The decision to postpone the Olympic Games in Tokyo pulled the rug out from under her running shoes. Because her current employment contract expired after the period in which the Olympic Games were supposed to take place, a new self-financing venture became uncertain.

To get on the road to Tokyo 2021, Denise Krebs started a sports crowdfunding campaign; the first hurdle of Olympic preparation was thus a race over 8,000 euros. Denise Krebs had three weeks for that. In addition to classic sponsorship packages such as logo placements, there was also joint running or the sports shoes in which she ran her personal best times over 800 and 1,500 meters. The original sports clothing in which Denise Krebs competed for Germany in competitions were particularly popular. This has already been the case almost 20 times. She reached the finals of European championships and won several German championships.

Table 4. General information about the Denise Krebs campaign

Project purpose	Preparation for the Olympic Games
Target amount	8,000 €
Final amount	12,112 €
Campaign success rate	151 %
Supporters	138
Duration	21 days (April 30, 2020 - May 21, 2020)

Source: own elaboration based on: https://www.toyota-crowd.de/denisekrebs (visited on January 18, 2024)

4.3.2. Crowdfunding use for Teams/Organizations:

Great community projects arise when an entire club decides to engage in sports crowdfunding. This can include larger projects to improve infrastructure, such as renovation of the club house, a new lawn mower, or even a new artificial turf field. In most cases, it is individuals from the board or management who take on the project organization.

Example of: SSV Reutlingen 1905 Football Club (Our SSV - season 2020/2021):

While the top three football leagues continued their operations, teams in the lower leagues had to cope with the season being canceled. This decision not only affected the teams from a sporting perspective but also had significant economic implications, including for the Oberliga team SSV Reutlingen 05. To bridge the financial gap, the club launched a crowdfunding campaign on fairplaid, Players, coaches, and staff of SSV had already agreed to forego their salaries to alleviate the financial hardship. However, there was still a five-figure deficit in the budget, which the crowdfunding project aimed to close. After the annual general meeting, a team of SSV members with expertise in sports economics, finance, organization, marketing, sports, and IT was formed. The goal was to professionalize and structure the club. The first task of this task force was to launch a sports crowdfunding campaign. With the motto "Our SSV is above the individual," the goal was set to raise 50,000 Euros in four weeks.

The campaign also attracted a lot of attention, which led to new partners and sponsors as well as volunteers. So the SSV has pulled itself together and, together with fans, friends and colleagues, is on the way to a dazzling future.

Table N°05: General information about the SSV Reutlingen 05 Football Club campaign

Table 5. General information about the SSV Reutlingen 05 Football Club campaign

Project purpose	Season financing
Target amount	50,000 €
Final amount	63,055.63 €

Campaign success rate	126 %
Supporters	905
Duration	28 days (May 25, 2020 - June 22, 2020)

Source: own elaboration based on: https://www.fairplaid.org/unserssv (visited on January 18, 2024)

5. Discussion

The By addressing the issue of sports crowdfunding in Germany and by introducing some specialized sports websites, as well as pointing to some successful sports examples in Germany, the following conclusions can be drawn:

- Crowdfunding platforms specialized in sports in Germany are considered one of the most important innovative financing solutions that have been very popular among athletes, teams, and organizers of sporting events.
- Forms of crowdfunding vary depending on their intended purpose. In sports in particular, we find that crowdfunding based on rewards and based on donations are the most widely used.
- Crowdfunding platforms specialized in sports in Germany have achieved the success of a large number of funding campaigns for athletes, teams and clubs in financing their sports activities.
- Sports crowdfunding offers many advantages in addition to financial financing, such as free marketing and the possibility of contracting with sponsors or television broadcast channels.
- Since the emergence of crowdfunding in the sports sector, there has been a noticeable growth overall. Even though the number of providers is still relatively small compared to other areas, new platforms are gradually developing.
- From an analytical perspective, it is not conceivable to fully finance the total budget of sports clubs in Germany through crowdfunding, as the raised capital tends to increase, but high million sums in sports have not yet been realized.

6. Conclusion

Crowdfunding is positioning itself as an alternative form of sports financing. Both individual athletes and sports teams and organizations can profit from this new form of funding. The emergence of new alternatives is synonymous with the development of the field as users; in this case, they can have greater financial resources rather than adhere to the guidelines imposed by traditional rules. In recent years, with the rise of social media, more and more athletes or sports associations have demonstrated their reputation at the national and international levels. Even if crowdfunding is not yet used by many athletes, existing connections between users increase the chances of a campaign being successful.

From the point of view of sporting philosophy, it is important to take into account their function and volume in Germany in order to assess whether this financing method is effective for this type. It has been observed that it is a notable sport in Germany. However, the truth is that normally, there are some barriers that prevent both their growth and the volume of income, limiting the economic development of Germany. Crowdfunding allows an alternative for the sporting field to launch new projects through these platforms, allowing the evolution of sport within the German framework.

7. Bibliography List:

- (s.d.). visited at January 18, 2024, fairplaid: https://www.fairplaid.org/unserssv
- (s.d.). visited at January 18, 2024, toyota-crowd: https://www.toyota-crowd.de/denisekrebs

- Agata, S., & Wilczyńska, E. (2018). How do we study crowdfunding? An overview of methods and introduction to new research agenda. *Journal of Management and Business Administration , 26* (01), 49-78.

- Almeer, B. (2019). Crowdfunding: Examining the user motivation for funding as the basis for designing improved funding allocation strategies. Faculty of Physical Sciences and Engineering Eelctronics and Computer Science, University of Southampton, UK.

- Arshad, N. (2021). Backers' crowdfunding Journey – An Engagement Perspective. Jönköping International Business School, Jönköping University, Sweden.

- Bouafia, M. (2023). Crowdfunding as a modern tool for sports finance - reference to globally successful sports models -. *Journal Araa for economic & administrative studies , 05* (01), 52-65.

- Brochado, A. (2017). Success drivers of sports crowdfunding campaigns. 69-83.

- Candela, L. M. (2021). Crowdfunding as an atlernative inancing method for SMEs. Faculty of Economic and Business Sciences, Comillas Pontifical University, Spain.

- Carmen, G. C. (2017). Driving factors in the novation adoption: from rewards crowdfunding to equity crowdfunding. Faculty of Economics and Business Administration, Comillas Pontifical University, Spain.

- Echenique, A. P. (2018). CROWDFUNDING IN SPORTS. Faculty of Economic and Business Sciences, Comillas Pontifical University, Spain.

- Jünemann, M., Wirtz, J., & Förster, T. (2023). *ECSPR Guide to the European Crowdfunding Regulation.* Bird & Bird.

- KHODHEIR, L. S., & OUGUENOUNE, H. (2021). Crowdfunding as an alternative financing solution for SMEs in Algeria. *Dirassat Journal Economic Issue , 12* (02), 415-431.

- Novak, I., Knežević, B., & Petra, Š. (2017). Crowdfunding of Entrepreneurial Projects in Sport. *Society for Advancing Innovation and Research in Economy , 03*, pp. 94-101.

- Prince, B. P. (2023). Essays on Crowdfunding Adoption and Behavior. School of Business and Law, University of Agder, Norway.

- Sansri, S., & Cheurfa, H. (2020). The crowdfunding as a new entrepreneurial finance model for Small and Medium-sized Enterprises in Algeria. *Economic and Management Research Journal , 14* (03), 345-364.

- Szczepan, K. (2024). *Equity Crowdfunding in Sports Clubs: Consumer-Oriented Strategic Marketing.* Routledge Research in Sport Business and Management.

- Zhao, Y. (2019). Understanding UK Rewards-based Crowdfunding as an Alternative Source of Entrepreneurial Finance. University of Chester, UK.

- Zhijian, Z. (2022). Equity crowdfunding as an alternative source of entrepreneurial finance. University of Chester, UK.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
Volume:8/N°1 /April ,2024, PP 73-92

The impact of brand identity on new products adoption: a field study of a sample of consumers of electronic product brands

تأثير هوية العلامة التجارية على تبني المنتجات الجديدة: دراسة ميدانية لعينة من مستهلكي العلامات التجاريةللمنتجات الإلكترونية

***Hassani Abdelakrim**
University of OumElbouagi, Algeria
hassani.abdelakrim@univ-oeb.dz

Received:*11/01/2024* ***Accepted:****21/04/2024* ***Published:*** *30/04/2024.*

Abstract :

This study aims to examine the impact of brand identity onnew productsadoption in the electronic products market. To achieve the research objectives, the researcher used the descriptive analytical method appropriate for this type of researches. The data collection also relied on a questionnaire prepared for this purpose and distributed to a sample of 313 customers of electronic product brands in Algeria. The study reached a set of results, most notably that there is a statistically significant effect of brand identity on the adoption of new products. The study also found a statistically significant effect for all elements of brand identity (brand reputation, brand personality, brand performance, brand relationship) on new product adoption.

Key words: brand identity; brand reputation; brand performance; brand relationship new product adoption;
JEL classificationcodes: L11, M11.

Corresponding author

1. Introduction.

A brand represents a significantly valuable resource for businesses, and proficiently overseeing it can result in heightened market presence and financial gains across diverse sectors.(Abedi & Azma, 2019, p. 1)

In the realm of marketing, two crucial concepts that have received extensive attention over the years are brand identity and new product adoption. Brand I dentity encompasses the distinct set of associations that a company aims to establish or uphold, including elements like symbols, names, logos, and slogans(Aaker, 2010, p. 68).

Consumers tend to rely on well-established brands when making purchasing decisions, as they provide a sense of familiarity, trust, and reliability. The adoption of new products, however, presents a unique challenge for marketers in terms of building brand identity and influencing consumer behavior.

The connection between brand identity and new proct adoption is a subject of great interest among both researchers and industry professionals. Consequently, grasping the dynamic interaction between these two concepts provides valuable perspectives for businesses seeking to improve their brand strategies and attain a competitive advantage in the market. The aim of this study is to examine the correlation between brand identity and new product adoption, utilizing the latest research in the field. It will delve into the diverse facets of brand identity and their influence on new product adoption.

1.1. Main Problem

The primary issue being examined in this research revolves around the impact of brand identity, specifically focusing on its dimensions: brand reputation, brand personality, brand performance, and brand relationship, on new product adoption.

From the preceding discussion, we can formulate the central question that guides our investigation in this research: **"What is the impact of brand identity on new product adoption?"**

1.2. Sub-Questions:

To delve into the intricacies of the overarching question, we will break it down into the following sub-questions:

1. Is there a statistically significant positive relationship between brand reputation and new product adoption?
2. Is there a statistically significant positive relationship between brand personality and new product adoption?
3. Is there a statistically significant positive relationship between brand performance and new product adoption?
4. Is there a statistically significant positive relationship between brand relationship and new product adoption?

1.3. Hypotheses:

a. Main hypothesis

Based on the main question, we formulate the following main hypothesis:"There is a statistically significant positive relationshipbetween brand identity and new product adoption".

b. Sub-hypotheses

Based on the sub-questions, we formulate the following sub-hypotheses:

Hypothesis 1 (H_{01}): There is a statistically significant positive relationshipbetween brand reputation and new product adoption.

Hypothesis 2 (H_{02}): There is astatistically significant positive relationshipbetween brand personality and new product adoption.

Hypothesis 2 (H_{03}): There is a statistically significant positive relationshipbetween brand performance and new product adoption.

Hypothesis 4 (H_{04}): There is astatistically significant positive relationshipbetween brand relationship and new product adoption.

1.4. Research Objectives:

The main objective of this research is to investigate the relationship between different aspects of brand identity, such as brand reputation, brand personality, brand performance, and brand relationship, and new product adoption.

Through this examination, our objectives are as follows:

1. To ascertain the impact of brand reputation on new product adoption.

2. To assess the influence of brand personality on new product adoption.

3. To gauge the effect of brand performance on new product adoption.

4. To investigate the relationship between brand relationship and new product adoption.

1.5. Importance of the Research:

This research carries substantial significance for both the academic community and professionals engaged in the fields of marketing and brand management. Gaining insights into the influence of brand identity on new product adoption can empower businesses to customize their branding strategies with greater precision, optimize resource allocation, and ultimately strengthen their competitive positioning in the market.

1.6. Research Methodology:

To attain our research objectives and test the hypotheses, we will employ the descriptive analytical approach, which is well-suited for this type of study. This approach will enable us to gain a holistic understanding of the connections between the various facets of brand identity and new product adoption.

1.7 Previous studies

The influence of brand identity on new product adoption has been a subject of extensive research and widespread interest within the realm of marketing. Researchers have investigated the connection between brand identity and new product adoption from various angles, encompassing psychological, sociological, and consumer behavior perspectives. The sheer volume of scholarly publications dedicated to this topic underscores its importance and relevance within the academic community, indicating a rising curiosity in comprehending the mechanisms and consequences of brand identity on new product adoption.

1. (Roslizawati, Okechukwu, & Shaar, 2022): This study delves into the impact of a name change, a key element of rebranding, on consumer perceptions and brand loyalty. Additionally, it investigates the mediating role of brand reputation in shaping brand loyalty post-rebranding. With 372 aircraft passengers participating, Likert scales were used to assess their views on rebranding, brand loyalty, and reputation. SPSS 20 handled demographic profiling and item

reliability, while Smart PLS facilitated relationship analysis. Validation and reliability checks were ensured through SPSS. This thorough methodological approach unveils the complexities of rebranding, spotlighting how a name change influences perceptions and loyalty. The study's incorporation of brand reputation as a mediator enriches the exploration of interconnected dynamics. Advanced statistical tools enhance precision, offering valuable insights for academia and practical applications in branding and consumer behavior. Consequently, the research advances the understanding of post-rebranding intricacies, especially within the aviation industry. The findings indicated that rebranding did not significantly affect brand loyalty but positively influenced brand reputation. Additionally, brand reputation was found to be a mediator in the brand loyalty and rebranding connection.

2. (Suminto, Martati, Kusrihandayani, & Estiyani, 2021):The Silverqueen chocolate products in Samarinda City, Indonesia, were the subject of this research project, which attempted to understand the influence that brand identity and image have on the satisfaction and loyalty people have towards a brand. An evaluation was carried out with the help of a Likert scale, and the research was conducted with 132 participants who had ingested Silverqueen chocolate. Confirmatory Factor Analysis, Structural Equation Modelling (SEM) in AMOS software, and Regression Weight on SEM were the models that were utilized for the analysis. According to the findings, brand identity and brand image substantially impacted the level of satisfaction consumers had with the brand. However, they did not significantly impact the level of loyalty consumers felt towards the brand. Furthermore, the level of satisfaction with the brand did not significantly influence brand loyalty. According to the survey findings, businesses should consider additional variables in addition to brand identity and brand image when it comes to fostering brand loyalty.

3.(Chao, Reid, Lai, & Reimers, 2019): This study explored the factors influencing the adoption of innovative products by Chinese consumers, focusing on domain-specific innovativeness (DSI), demand for unique consumer products (DUCPs), and perceived new product characteristics (PNPCs). The research, centered on China as a growing market, aimed to provide insights into the psychological aspects guiding consumer preferences. Using the established DUCPs

scale by Lynn and Harris (1997), the study measured demand, ensuring cultural relevance through translations into simplified Chinese. Mall intercepts provided a diverse sample for the cross-sectional approach, combining Recall Time New Product Adoption (RTNPA).

Results revealed PNPCs and DSI as key factors influencing new product acceptance. The study highlighted a nuanced connection between Chinese consumers' vicarious learning and new product acceptance, with PNPCs mediating this relationship. Overall, the research contributes to understanding innovative product adoption in China, emphasizing the significance of cultural and psychological considerations for businesses navigating this evolving market

4- (White, Harrison, & Turner, 2010): Emphasizing the vital role of the Internet in molding consumer behavior, the study dives into the essential yet understudied subject of how the Internet influences individuals' decisions about adopting new products and services. This project intends to dissect a large dataset of Internet use in order to find the links between Internet use and the diffusion process of new products.

The results of the 12-month longitudinal study, which looked at the online habits of 34,731 consumers, are exciting. The results indicate that consumers' adoption rates rise with the launch of new Internet-based services. Engaged customers were more than twice as likely to adopt a company's innovative product offerings in the first year after they were introduced, especially when those innovations were tied to the company's Internet services.

These findings highlight the significant role that online services play in molding customer habits and determining the rate of product adoption. Businesses should take note of these findings because they stress the need to use cutting-edge Internet-based services to boost product adoption. In order to keep up with the constant changes in customer preferences and behavior, the study also highlights the need to conduct additional research in this ever-changing market.

2. The theoretical framework:

2.1.Brand identity:

According to Amini and Ahmadinejad (2012), brand identity is defined as the collection of distinctive characteristics and values that

set a brand apart from its competitors. It is considered a vital component in the formulation of a brand strategy.(Placeholder1p. 10467).

In the research conducted by Naeini, Mosayebi, and Hamidi (2017), brand identity is characterized as an internal factor within an organization that holds substantial importance in the realm of marketing and branding. It is regarded as one of an organization's most valuable assets, and effective management of brand identity can result in the growth of market share and enhanced profitability.(Naeini, Mosayebi, & Hamidi, 2017, p. 91)

According to Ting, Lau, Dragomir, and Surugiu (2018), brand identity is a comprehensive concept that influences customer loyalty to a brand. They argue that a brand's identity, which includes elements like perceived value, trust in the brand, and customer satisfaction, significantly affects how customers engage with a brand.(Ting, Lau, Dragomir, & Surugiu, 2018, p. 2), This influence on brand loyalty will also have an influence on the adoption of new products.

2.1.1 Brand reputation:

Brand reputation encompasses the long-term, cumulative perceptions and impressions linked to a brand, whereas brand image pertains to the present and immediate associations, views, and imagery associated with a brand as seen by external stakeholders.(Pich, Armannsdottir, & Louise, 2018, p. 200)

To discern a brand's reputation, it is essential to comprehend both its current and past brand images. This examination helps unveil any harmonies or disparities between the brand's historical and present associations, thereby shedding light on potential areas for strategic management adjustments. A consistent alignment between these representations typically signifies a positive and prosperous reputation for the brand. Conversely, when there are disparities or inconsistencies between current and past associations, it suggests that the current brand image may not align with the brand's long-term reputation.(Pich, Armannsdottir, & Louise, 2018, p. 203).

2.1.2 Brand Personality:

The definition provided by Raharjo et al. (2022) describes brand personality as a unique combination of human traits that can be

linked to a specific brand, drawing from the characteristics of its current consumers. It's a concept used to differentiate a product or brand from others by creating logos, names, branding, and packaging that are designed and aligned with human personality traits. This emotional connection between consumers and a brand is established by evoking feelings and emotions in response to the brand, fostering a sense of relatability and attachment(Raharjo, Warmana, & Damar, 2022, p. 269)

The definition provided by Antra & Yulia (2021) offers an alternative perspective on brand personality, describing it as a collection of characteristics and attributes that are connected with a brand and evoke particular emotions and perceptions in consumers. It represents a component of brand associations that are intertwined with how customers perceive a brand. In essence, brand personality shapes the way consumers feel about and perceive a brand based on the traits and attributes associated with it.(Antra & Yulia, 2021, p. 177)

2.1.3 Brand performance:

Brand performance is a metric used to gauge a brand's accomplishments and effectiveness in the market. It serves as an assessment of how well a brand's strategies have been executed and whether it has achieved its objectives. Evaluating brand performance is crucial for organizations as it provides valuable insights into their market standing and the effectiveness of their strategic efforts. (Chirani, Taleghani, & Moghadam, 2012, p. 1033)

Brand performance evaluation is a pivotal aspect of assessing a brand's effectiveness and success in the market. It encompasses two primary dimensions: (Chirani, Taleghani, & Moghadam, 2012, p. 1034)

Brand Market Performance: This dimension focuses on assessing how well a brand is performing within the market. It involves evaluating market dynamics, such as sales levels and market share. Understanding market performance provides insights into the brand's competitive standing and its ability to capture a share of the market.

Brand Profitability Performance: This dimension delves into the financial impact of the brand on retail profits. It emphasizes factors like profit generation and profit margins, which are crucial for

determining the brand's contribution to the overall profitability of the business.

Aaker (1996) introduced various metrics to measure brand performance, including market share, price, and distribution coverage. Market share, in particular, is often considered a reliable indicator of a brand's health, reflecting its relative strength in the perceptions of consumers. Distribution coverage also plays a pivotal role in influencing market share, especially during market expansions or contractions. Evaluating these aspects helps organizations make informed decisions about their branding strategies and market positioning.(Chirani, Taleghani, & Moghadam, 2012, p. 1034)

2.1.4 Brand relationship:

Brand relationships encompass the interactions that occur between consumers and brands, extending beyond mere practical benefits. These interactions involve ongoing exchanges between parties who have established a level of familiarity with each other, and these relationships evolve in response to these exchanges and changing contexts. In essence, brand relationships are characterized by mutually beneficial interactions among corporate brands and other well-regarded brands. These interactions are designed to attract customers and cultivate their commitment over time. They are defined by a mutual orientation toward each other's interests and a sustained commitment that is often observed in brand interactions. In summary, brand relationships involve more than just transactional interactions; they are about building enduring connections between consumers and brands based on mutual interests and sustained commitment.(Barros, et al., 2020, p. 3)

Brand relationships arecharacterized by their enduring nature, representing ongoing interactions between customers and the brand. brand relationships involve multifaceted dimensions and represent enduring interactions that are influenced by factors such as consumer identification with the brand, brand actions, perceived relationship quality, and responses to changes in personal or contextual factors. Nurturing and maintaining these relationships are essential for brands seeking to build strong and lasting connections with their customer base.(Ghani & Tuhin, 2016, p. 953)

2.2New product adoption:

Rogers (1972) categorizes adopters of new products into five classes: Innovators, Early Adopters, Early Majority, Late Majority, and Laggards. The adoption of new products follows an "S"-shaped curve in the innovation diffusion model, with these adopter types contributing at different stages. Innovators, making up 2.5%, are adventurous and the first to adopt. Early Adopters (13.5%) are open-minded, well-informed individuals who observe and follow

innovators. Early Majority (34%) adopts innovations thoughtfully, while Late Majority (34%) does so with skepticism after innovations mature. Laggards (16%) are conservative, adapting slowly. Innovators and Early Adopters influence early adoption, while Early Majority, Late Majority, and Laggards adopt during and after maturity. The adoption threshold occurs at 10% to 25% of the population, triggering rapid diffusion. Innovators and Early Adopters are crucial for adoption, distinguishing them from Late Adopters. Further exploration delves into the differences between Early and Late Adopters and their impact on new product adoption decisions.(Zeng, Chen, & He, 2022, p. 1351)

The early adoption of new products is not solely attributed to consumers with high innovativeness; those with a deep understanding of new product concepts and benefits may also adopt early. Scholars have explored consumer adoption from the perspective of understanding, categorizing research into three types: innovation characteristics, the degree of innovation, and cognitive strategies for understanding new product concepts. Key factors influencing market penetration include Relative Advantage, Complexity, Compatibility, Observability, and Trialability. Early adopters focus on Relative Advantage and Compatibility, positively impacting adoption. Risk, stemming from complexity, is a significant factor influencing adoption, with uncertainty arising from considerations of product attributes. Consumer knowledge is crucial, affecting understanding and willingness to adopt. Perception of uncertainty results from a lack of knowledge, hindering evaluation and adoption. New products are categorized into Radical and Incremental based on perceived innovation, with Radical ones requiring consumers to establish new behavior patterns to reap benefits.(Zeng, Chen, & He, 2022, p. 1355)

3. Case Study

3.1 Study Population and Sample:

The study population encompasses all customers within the electronic products industry, focusing on well-known brands like LG, Condor, Iris, Geant, Brandt, and others. Given the practical challenges of surveying the entire study population, the research relied on a sample size estimated to be 313 customers from these companies.

3.2. Study Instrument:

The primary data collection tool utilized in this study was a questionnaire, which served as the foundational instrument for gathering pertinent information. The questionnaire was structured into three distinct sections, each of which is explained below:

1. The first section comprises general information about the survey respondent, encompassing details such as gender, age, and educational qualifications.
2. The second section contains statements that pertain to the independent variable of brand identity, which is further broken down into its four dimensions: brand reputation, brand personality, brand performance, and brand relationship.
3. Section 3 focuses on statements related to the dependent variable, which in this case is the adoption of new products.

The research used a five-point Likert scale to determine whether participants agreed or disagreed with the statements. A strong disagree, a neutral, an agree, and a strong agree were the five possible scores on the scale. The degree to which respondents agreed or disagreed with the assertions made in the survey was assessed using this scale.

3.3. Reliability Test of the Study Tool:

The stability and consistency of a measurement tool are crucial to ensure that it yields dependable results when administered repeatedly to the same individuals. In this study, the researcher assessed the reliability of the measurement tool through the use of the Cronbach alpha coefficient. The Cronbach alpha coefficient is a statistical measure commonly employed to evaluate the internal consistency or reliability of a scale or questionnaire.

The following table presents the reliability assessment results for the measurement tool:

Table 1: Reliability test of the study tool

Variable	Number of Items	Cronbach's Alpha
Brand Reputation	5	0.731
Brand Personality	6	0.840
Brand Performance	6	0.874
Brand Relation	5	0.746
New product adoption	7	0.886
Study instrument	29	0.943

Source: Prepared by author based on SPSS 20

The study instrument as a whole demonstrates remarkably high internal consistency, as evidenced by an overall Cronbach's alpha of 0.943. This high alpha coefficient indicates a robust correlation among the items in the instrument, affirming its effectiveness in measuring the underlying construct. In essence, the study instrument as a unified tool is dependable and capable of consistently measuring the targeted variables.

However, when we delve into the examination of individual axes, we observe some variability in internal consistency:

Brand Reputation: This dimension exhibits a lower Cronbach's alpha of 0.731. While still considered acceptable, it suggests that there may be room for improvement in terms of item correlation within the brand reputation section.

Brand Personality: Brand personality demonstrates very good internal consistency with an alpha of 0.840, indicating strong item correlation and reliability.

Brand Performance: Similar to brand personality, brand performance also shows very good internal consistency with an alpha of 0.874.

Brand Relationship: Although somewhat lower compared to the other dimensions, brand relationship still maintains an acceptable level of internal consistency at 0.746.

New product adoption: New product adoption maintains strong internal consistency, as indicated by an alpha of 0.886.

3.4. Sample characteristics:

To offer a holistic depiction of the study sample, the researcher has presented demographic data regarding the surveyed individuals. This demographic information encompasses details related to gender, age, and qualifications. By analyzing these characteristics, the researcher seeks to provide a clear and informative overview of the composition of the sample, helping understand the study's participant base.

Table 2: Sample characteristics

Gender	**Gender**	**Freq.**	**%**	Age	**Age (years)**	**Freq.**	**%**
	Male	194	61.98		[18-30[	154	49.20
	Female	119	38.02		[30-40[	103	32.90
					[50-40]	40	12.78
					50 years and over	16	5.12
Qualification	**Qualification**				**Freq.**	**%**	
	License				113	36.10	
	Master				115	36.74	
	Other Qualification				85	27.16	

Source: Prepared by author based on SPSS 20

- Based on the previous table, the study sample predominantly consists of males, with 194 men representing 61.98% of the sample. In contrast, there are 119 women, accounting for 38.02% of the sample.
- According to the provided data, the study sample is divided into different age categories. The first category, consisting of respondents

aged 18 to less than 30 years, represents the largest proportion at 49.20%.The second category, representing respondents aged From 30 to less than 40 years, accounts for approximately 32.90% of the population. The third category, aged 40 to 50, accounts for approximately 12.78% of the population.The fourth category, representing respondents aged 50 years and over, comprises the smallest proportion at 5.12%.

- The percentages of educational qualifications are similar among the study participants, as 36.10% of them hold a license's degree and 36.74% hold a master's degree, while the remainder of the sample size, which represents 27.16%, is for other qualifications.

3.5 Hypothesis testing

Finding the statistical significance of the effect of variable 'X' on variable 'Y' is done using linear regression analysis. The 'X' variable is a predictor in this study, whereas the 'Y' variable represents the outcome. At its core, hypothesis testing is based on two competing theories: the null hypothesis (H0) and the alternative hypothesis (H1). The first, known as the null hypothesis, holds that 'X' does not affect 'Y' statistically significantly; the second, the alternative hypothesis, posits the opposite. Commonly, 0.05 is used as the significant level (α). For an analysis to be considered statistically significant, the p-value must be less than 0.05. In this case, we can reject the null hypothesis and accept the alternative hypothesis to explain the observed relationship between X and Y.

3.5.1 Testing the main hypothesis:

The following table shows the results of simple linear regression for testing the main hypothesis:

Table 3: Results of testing the main hypothesis

Hypothesis H1						
Variance Source	**Total Square**	**Mean Square**	**R**	**R^2**	**F**	**Sig. F**
Regression	64.831	64.831	0.608	0.370	188.55	.000
Residual	110.446	0.355				
Total	175.277					
	Unstandardized Coefficients		**standardized Coefficients**		**t**	**Sig.**
	B	Std. Error	Beta			
Constant	0.626	0.202			3.092	0.002
B. Identity	0.783	0.058	0.608		13.511	0.000

Source: Prepared by author based on SPSS 20

The p-value associated with 'Brand Identity' is 0.000, which is below the common significance level of 0.05. This indicates that the impact of 'Brand Identity' on 'New product adoption' is statistically significant, and we can reject the null hypothesis.

The coefficient for 'Brand Identity' stands at 0.7826. This implies that, on average and while keeping all other factors constant, each one-unit increase in 'Brand Identity' corresponds to a roughly 0.78-unit increase in 'New product adoption.'

The R-squared value of 0.370 indicates that 'Brand Identity' explains approximately 37% of the variability in 'New product adoption.' This suggests a meaningful relationship between the two variables. However, the remaining 63% of variability remains unexplained, implying that there are other factors not considered in the analysis that also influence 'New product adoption.'

3.5.2 Testing theSub-hypotheses:

a. Testing the first sub-hypothesis:

The following table shows the results of simple linear regression for testing the first hypothesis:

Table 4: Results of testing the first sub-hypothesis

Hypothesis H1						
Variance Source	**Total Square**	**Mean Square**	**R**	**R^2**	**F**	**Sig. F**
Regression	53.442	53.442	0.552[a]	0.303	136.418	.000[b]
Residual	121.835	0.392				
Total	175.277					
	Unstandardized Coefficients		**standardized Coefficients**		**t**	**Sig.**
	B	Std. Error	Beta			
Constant	1.176	0.187			6.285	.000
B. Reput.	0.628	0.054	0.552		11.680	.000

Source: Prepared by author based on SPSS 20

The correlation coefficient (R) between 'Brand Reputation' and 'New product adoption' is approximately 0.552, indicating a positive connection between the two variables. The coefficient for 'Brand Reputation' is 0.628, suggesting that, on average and while keeping all other factors constant, each one-unit increase in 'Brand Reputation' is associated with an approximately 0.628-unit increase in 'New product adoption' .

The R-squared value of 0.303 indicates that roughly 30.3% of the variability in 'New product adoption' can be attributed to 'Brand Reputation'.

The p-value associated with 'Brand Reputation' is less than 0.05, indicating a statistically significant relationship between the two variables.

In conclusion, the findings support the hypothesis that there is a positive and statistically significant relationship between 'Brand Reputation' and 'New product adoption'

b. Testing the second sub-hypothesis:

The table 5 shows the results of testing the second sub-hypothesis using simple linear regression.

Table 5: Results of testing the second sub-hypothesis

Hypothesis H1						
Variance Source	**Total Square**	**Mean Square**	**R**	**R^2**	**F**	**Sig. F**
Regression	37.724	37.724	0.446	0.215	85.293	.000[b]
Residual	137.553	0.442				
Total	175.277					
	Unstandardized Coefficients		**standardized Coefficients**		**t**	**Sig.**
	B	Std. Error	Beta			
Constant	1.741	0.175			9.935	.000
B. Perso.	0.460	0.050	0.446		9.235	.000

Source: Prepared by author based on SPSS 20

From the above table it can be observe that:

- Correlation Coefficient (R): The R value is approximately 0.446, indicating a positive association between 'Brand Personality' and 'New product adoption.'
- R-squared Value: The R-squared value is 0.215, suggesting that roughly 21.5% of the variability in 'New product adoption' can be accounted for by 'Brand Personality.' In simpler terms, 'Brand Personality' does have an impact on 'New product adoption.'
- Coefficient for 'Brand Personality': The coefficient for 'Brand Personality' is 0.460. This means that, on average, for each one-unit increase in 'Brand Personality,' we can expect 'New product adoption' to increase by approximately 0.460 units, assuming that all other factors remain constant.
- P-value for 'Brand Personality': The p-value associated with 'Brand Personality' is less than 0.05, indicating that the relationship between 'Brand Personality' and 'New product adoption' is statistically significant. Consequently, we can reject the null hypothesis, which suggests no relationship between these two variables.

In conclusion, the findings support the alternative hypothesis that there is indeed a positive and statistically significant relationship between 'Brand Personality' and 'New product adoption.'

c. Testing the third sub-hypothesis

The following table shows the results of simple linear regression for testing the third sub-hypothesis:

Table 6: Results of testing the third sub-hypothesis

Hypothesis H1						
Variance Source	**Total Square**	**Mean Square**	**R**	**R ^{2}**	**F**	**Sig. F**
Regression	43.799	43.799	0.500	0.250	103.603	.000[b]
Residual	131.478	0.423				
Total	175.277					
	Unstandardized Coefficients		**standardized Coefficients**		**t**	**Sig.**
	B	Std. Error	Beta			
Constant	1.644	0.169			9.741	.000
B. Perfor.	0.497	0.049	0.500		10.179	.000

Source: Prepared by author based on SPSS 20

From the above table it can be observed that:

- Correlation Coefficient (R): The correlation coefficient (R) has a value of 0.500, indicating a positive relationship between 'Brand Performance' and 'New product adoption.'
- R-squared Value: The R-squared value is 0.250, which means that approximately 25% of the variability in 'New product adoption' can be accounted for by 'Brand Performance.' In simpler terms, 'Brand Performance' has a moderate impact on 'New product adoption.'
- Coefficient for 'Brand Performance': The coefficient for 'Brand Performance' is 0.497. This implies that, on average, for every one-unit increase in 'Brand Performance,' we can expect 'New product adoption' to increase by approximately 0.497 units, assuming that all other factors remain constant.
- P-value for 'Brand Performance': The p-value associated with 'Brand Performance' is less than 0.05, indicating that the relationship between 'Brand Performance' and 'New product adoption' is statistically significant. Consequently, we can reject the null hypothesis, which suggests no relationship between these two variables.

In conclusion, the results support the alternative hypothesis, confirming a positive and statistically significant relationship between 'Brand Performance' and 'New product adoption,' with a moderate level of impact.

d. Testing the fourth sub-hypothesis:

The table 7 shows the results of testing the fourth sub-hypothesis using simple linear regression.

Table 7: Results of testing the fourth sub-hypothesis

Hypothesis H1						
Variance Source	**Total Square**	**Mean Square**	**R**	**R ^{2}**	**F**	**Sig. F**
Regression	46.316	46.316	0.514	0.264	111.696	.000[b]
Residual	128.961	0.415				
Total	175.277					
	Unstandardized Coefficients		**standardized Coefficients**		**t**	**Sig.**
	B	Std. Error	Beta			
Constant	1.125	0.211			5.334	0.000
B. Relaion	0.616	0.058	0.514		10.569	0.000

Source: Prepared by author based on SPSS 20

From the above table it can be observed that:

Correlation Coefficient (R): The correlation coefficient (R) is approximately 0.514, indicating a moderate positive association between 'Brand Relation' and 'New product adoption.'

R-squared Value: The R-squared value is 0.264, meaning that 'Brand Relation' can explain around 26.4% of the variability in 'New product adoption.' In simpler terms, 'Brand Relation' has a moderate influence on 'New product adoption.'

Coefficient for 'Brand Relation': The coefficient for 'Brand Relation' is 0.616. This suggests that, on average, for each one-unit increase in 'Brand Relation,' 'New product adoption' is expected to increase by approximately 0.616 units, assuming that all other factors remain constant.

P-value for 'Brand Relation': The p-value associated with 'Brand Relation' is less than 0.05, indicating that the relationship between 'Brand Relation' and 'New product adoption' is statistically significant. As a result, we can reject the null hypothesis, which proposes no relationship between these two variables.

In summary, the findings support the alternative hypothesis, confirming a positive and statistically significant relationship between 'Brand Relation' and 'New product adoption.

4. Conclusion:

Brand identity is a linchpin in nurturing new product adoption. It forges a distinct and recognizable brand image, setting it apart in a

crowded market. A well-crafted identity evokes emotions, fostering a deep connection that keeps customers coming back, and adopting new products.Consistency in branding builds trust and reliability, vital for new product adoption when it is introduced to the market. Recognizable brand elements enhance customer recall and influence purchasing choices.

Through this study, we have reached a set of results, including:

- Brand Identity is significantly and positively linked to New product adoption, with an average increase of about 0.78 units in New product adoption for each one-unit increase in Brand Identity. Brand Identity accounts for approximately 37% of the observed variations in New product adoption.
- Brand Reputation also exhibits a significant and positive association with New product adoption. A one-unit increase in Brand Reputation corresponds to roughly a 0.628-unit increase in New product adoption, explaining about 30.3% of the variations in New product adoption.
- Similarly, Brand Personality is statistically significant and positively connected to New product adoption. An increase of one unit in Brand Personality results in approximately a 0.46-unit increase in New product adoption, explaining around 21.5% of the variations in New product adoption.
- Brand Performance shows a significant relationship with New product adoption, with a one-unit increase in Brand Performance associated with an approximately 0.497-unit increase in New product adoption, explaining roughly 25% of the variations in New product adoption.
- Additionally, Brand Relation exhibits a significant and positive relationship with New product adoption, with a one-unit increase in Brand Relation leading to an approximately 0.6162-unit rise in New product adoption and explaining approximately 26.4% of the variations in New product adoption.

Based on the above results, the following recommendations can be made:

- Electronic product manufacturing companies should prioritize brand identity by investing in and enhancing their brand identity as it greatly affects new product adoption that will be introduced to the market in the future. Companies must ensure that the unique characteristics and values of the brand are clearly communicated.

These companies should enhance brand reputation by focusing on developing a positive brand reputation by promptly addressing customer feedback and supporting ethical practices, as a strong reputation builds trust and encourages customers to adopt the new product.

- These companies must embrace authentic brand personality by developing an authentic brand personality that aligns with their brand values and connects emotionally with consumers. This authenticity can lead to stronger new product adoption.
- These companies must enhance brand performance by continually improving the performance of their brands by delivering consistent quality, exceptional customer experiences, and value. This will enhance new product adoption.

5. Bibliography List:

Aaker, D. A. (2010). *Building Strong Brands.* New York: Simon and Schuster.

Abedi, R., & Azma, F. (2019). Relationship between the Brand Identity with Brand Loyalty due to the Mediating Role of Perceived Value. *Dutch Journal of Finance and Management 2019, Vol. 3, Issue 1* , 1-5.

Antra, R., & Yulia, S. (2021). Exploring Brand Personality in Higher Education. *Rural environment. education. personality, Vol.14*, 176-182.

Barros, T., Rodrigues, P., Duarte, N., Shao, X.-F., Martins, F. V., Barandas-Karl, H., & Yue, X.-G. (2020). The Impact of Brand Relationships on Corporate Brand Identity and Reputation—An Integrative Model. *Journal of Risk Financial Manag, Vol. 13, No 133*, 1-21.

Chao, C. W., Reid, M., Lai, P. H., & Reimers, V. (2019). Strategic recommendations for new product adoption in the Chinese market. *Journal of Strategic Marketing, Vol. 28, Issue 2*, 176–188.

Chirani, E., Taleghani, M., & Moghadam, N. E. (2012). Brand Performance and Brand Equity. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business, Vol. 3, No 9*, 1033-1036.

Ghani, N. H., & Tuhin, M. K. (2016). Consumer Brand Relationships. *International Review of Management and Marketing, Vol. 6, No 4*, 950-957.

Ghodeswar, B. M. (2008). Building brand identity in competitive markets: a conceptual model. *Journal of Product &Brand Management, Vol. 17, Issue 1*, 4-12.

Naeini, A. B., Mosayebi, A., & Hamidi, A. (2017). A study of brand identity and its impact on brand loyalty and brand equity. *International Journal of Contemporary Applied Sciences, Vol. 4, Issue 3*, 90-97.

Nusa, P., & Ruzzier, M. K. (2013). Brand Identity Development and the Role of Marketing Communications: Brand Experts' View. *Managing Global Transitions, Vol. 11, Issue 1*, 61-78.

Pich, C., Armannsdottir, G., & Louise, S. (2018). Investigating political brand reputation with qualitative projective techniques from the perspective of young adults. *International Journal of Market Research, Vol. 60, Issue 2*, 198–213.

Raharjo, J. H., Warmana, G. O., & Damar, K. (2022). Brand personality and student consumerism towards higher education in Indonesia. *international journal of research in business and social science, Vol 11, No 7* , 267-275.

Roslizawati, A., Okechukwu, W., & Shaar, H. (2022). The Effect of Rebranding on Brand Loyalty: Brand Reputation As Mediator. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 12, No. 11*, 3129 – 3144.

Suminto, Martati, I., Kusrihandayani, D., & Estiyani, E. (2021). The Analysis Effect of Brand Identity and Brand Image toward Brand Satisfaction and Brand Loyalty of Chocolate Product in Samarinda. *Edutourism Journal Of Tourism Research, Vol. 3 No. 2*, 196-205.

Ting, K. H., Lau, Y. Y., Dragomir, C., & Surugiu, F. (2018). The impact of integrating brand identity on brand loyalty in low-cost carrier. *IOP Conf. Series: Journal of Physics: Conf. Series, 1122(1), 012001.*, 1-3.

White, D. W., Harrison, J. C., & Turner, S. (2010). Does customer engagement with internet based services influence adoption of other new products? *Canadian Journal of Administrative Sciences, Vol. 27, Issue 1*, 68-75.

Zeng, F., Chen, W., & He, Q. (2022). The characteristics of consumers' new product adoption. *Advances in Psychological Science, Vol. 30, Issue 6*, 1350-1366.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research

ISSN:2571-9866
EISSN:2661-7854

المجلد: 8 العدد: 1/أفريل2024، ص ص296-315

أهمية التجارة عبر الحدود في ترقية الصادرات الجزائرية نحو إفريقيا في إطار منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية

The importance of cross-border trade in promoting Algerian exports to Africa within the framework of the African Continental Free Trade Area

سعيد بوراس*
Said bouras
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة_الجزائر
said.bouras@univ-msila.dz
مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر

أحمد خليلي
Ahmed khalili
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة_الجزائر
ahmed.khalili@univ-msila.dz
مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر

تاريخ الاستلام:2024/02/25 تاريخ القبول: 2024/04/25 تاريخ النشر: 2024/04/30

الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الأهمية التي تكتسيها التجارة عبر الحدود كآلية لدعم وترقية الصادرات الجزائرية نحو الدول الافريقية في ظل دخول اتفاقية منطقة التجارة الحرة القارية الافريقية حيز التنفيذ، وذلك من خلال تسليط الضوء على المفاهيم المتعلقة بتجارة الحدود وترقية الصادرات ومنطقة التجارة الحرة القارية. وقد خلصت الدراسة إلى أن المبادلات التجارية عبر الحدود مع دول الجوار ضعيفة جدا وبالتالي محدودية وصول الصادرات الجزائرية إلى الأسواق الافريقية، مما يستوجب تدعيم الإجراءات الهادفة لتعزيز التجارة الحدودية والرفع من كفاءتها.

الكلمات المفتاحية: التجارة عبر الحدود، ترقية الصادرات، منطقة التجارة الحرة الافريقية.

تصنيف JEL: F20, F13

Abstract: This study aims to highlight the importance of cross-border trade as a mechanism to support and promote Algerian exports to African countries in light of the entry into force of the African Continental Free Trade Area Agreement, by highlighting the concepts related to border trade, export promotion and the. The study concluded that cross-border trade exchanges with neighboring countries are very weak and thus the access of Algerian exports to deep African markets is limited, which requires strengthening measures aimed at enhancing border trade and increasing its efficiency.

Key words: Cross-border trade, export promotion, African free trade area.

JEL classification codes: F13, F20

*المؤلف المرسِل

1. مقدمة:

لطالما كان الهاجس الأكبر للجزائر منذ الاستقلال هو التخلي عن التبعية الشديدة للمحروقات وتنويع الاقتصاد الوطني والبحث عن بدائل أخرى لمصادر الدخل، ووضعت لذلك العديد من السياسات والاستراتيجيات التي صبت كلها في اتجاه دعم وتطوير قطاع التجارة الخارجية من خلال ترقية والرفع من قيمة الصادرات خاصة الصادرات خارج قطاع المحروقات.

في هذا الإطار تشكل منطقة التجارة الحرة الافريقية (AFCFTA) والتي دخلت حيز التنفيذ في جانفي 2021 فرصة مواتية للجزائر لتنمية الصادرات نحو إفريقيا وغزو السلع والمنتجات الوطنية للأسواق الافريقية واختراقها، حيث يتيح هذا التجمع الاقتصادي القاري الكبير للدول الأعضاء العديد من المزايا والتحفيزات على غرار حرية حركة السلع والخدمات.

وتُعتبر التجارة عبر الحدود أحد أهم الوسائل لترقية المبادلات التجارية وربط الجزائر بمحيطها الاقتصادي والتجاري الافريقي، حيث يمكن للصادرات الجزائرية أن تصل للدول المجاورة ومنها إلى أسواق القارة الافريقية وبأسعار تنافسية في ظل انخفاض تكاليف النقل في هذا النوع من التجارةوتفعيل اتفاقية منطقة التجارة الحرة القارية.

طرح الإشكالية:بناء على ما تقدم يمكننا طرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى تساهم التجارة عبر الحدود في ترقية الصادرات نحو الدول الافريقية في ظل دخول اتفاقية المنطقة القارية للتجارة الحرة حيز التنفيذ؟

التساؤلات الفرعية:من الإشكالية السابقة تتجلى التساؤلات الفرعية التالية:

- ماذا نقصد بالتجارة عبر الحدود؟
- ما هو واقع الصادرات الجزائرية نحو دول الجوار الحدودية؟
- هل تتبع الجزائر استراتيجية معينة للنهوض بالتجارة عبر الحدود خاصة مع بدء تنفيذ اتفاقية AFCFTA؟

الفرضيات:للإجابة على هذه التساؤلات نصوغ الفرضيات التالية:

- نقصد بالتجارة عبر الحدود انتقال السلع بين بلدين متجاورين.
- تبقى الصادرات نحو افريقيا ودول الجوار تحديدا ضعيفة بسبب هيمنة قطاع المحروقات عليها.
- تعمل الجزائر على تجسيد بعض المشاريع لتعزيز علاقاتها التجارية مع دول الجوار.

أهداف الدراسة: نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- تسليط الضوء على موضوع التجارة عبر الحدود.
- التعرف على حجم الصادرات الجزائرية نحو كل من افريقيا ودول الجوار.
- التعرف على مدى مساهمة التجارة عبر الحدود في تنمية الصادرات نحو افريقيا.

أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية التجارة عبر الحدود كمحفز وأداة لترقية الصادرات نحو الدول الافريقية ودول الجوار بالتحديد، خاصة مع التحاق الجزائر بمنطقة التجارة الحرة الافريقية، وكذلك في ظل التوجه نحو تنويع مصادر الدخل والتركيز على السوق الافريقي.

منهجية الدراسة: تم الاعتماد في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي لتناسبه مع موضوع الدراسة، حيث تم جمع المعلومات والبيانات من مختلف الكتب والمقالات والتقارير والمواقع الالكترونية، تصنيفها وترتيبها، ثم وصف لمتغيرات الدراسة وتحليل للإحصائيات المتعلقة بالصادرات نحو افريقيا ودول الجوار، وأخيرا استخلاص النتائج.

2.ماهية تجارة الحدود

1.2. مفهوم تجارة الحدود: تعرف على أنها كل عملية تجارية تتم بين الأفراد (تجار) أو الهيئات الاقتصادية التجارية في بلدين مختلفين وعبر حدودهما الوطنية وبالطرق الرسمية (Hailemeskel, Mohammed, Negash, & Getu, 2016, p. 152).

كما تعرف على أنها تبادل للسلع والخدمات في منطقتين حدوديتين وبين دولتين متجاورتين تفصل بينهما حدود سياسية برية معترف بها، وذلك وفق أطر قانونية وتنظيمية تعمل على سنها الجهات الرسمية (عبد الرحيم، 2015، صفحة 125).

إن المتمعن في التعاريف السابقة يجد أنها تنطوي على عناصر مهمة هي:

- أن المقصود بالحدود هنا هي الحدود البرية، وبالتالي فهي تتم حصرا بين الدول من خلال المعابر والمنافذ البرية الحدودية الرسمية بينها.
- أن هذا النوع من التجارة قد يتخذ عدة أشكال في التسوية المالية للصفقات التجارية، حيث من الممكن أن تتم بعُملتي البلدين أو بأحد العملات الصعبة، وقد تتم بعملة واحدة إذا كانت الدولتان تنتميان إلى اتحاد نقدي كالاتحاد الأوروبي.

–قد تتم هذه المبادلات بدون تسويات مالية إذا كانت تتم عن طريق المقايضة، ورغم أن هذاالنوع من التجارة قديم جدا إلا أنه مازال يمارس بقوة في كثير من المناطق في العالم، على غرار

دول عالم الجنوب والدول الافريقية جنوب الصحراء على وجه الخصوص.

2.2. أنواع تجارة الحدود:تنقسم تجارة الحدود إلى قسمين؛ رسمية وغير رسمية (Hailemeskel, Mohammed, Negash, & Getu, 2016):

أ.التجارة الرسمية عبر الحدود (FCBT):وتتمثل في التبادل للسلع والخدمات القانونية وغير المحظورة بين تجار مسجلون قانونا عبر المعابر الحدودية الرسمية وبإشراف الجهات النظامية للبلدين، أي أنها –FCBT – تفي بجميع المتطلبات التشريعية والتنظيمية التي تفرضها الدول المعنية بالعملية التجارية.

ب.التجارة غير الرسمية عبر الحدود (ICBT): وتسمى كذلك بالتهريب أو تجارة التهريب، وهي ظاهرة مستفحلة بشكل كبير بين الدول الفقيرة والنامية خاصة في إفريقيا وإفريقيا جنوب الصحراء، وتتمثل في المبادلات بين الدولتين المتجاورتين التي لا تخضع للرقابة ولا تمر عبر النقاط الجمركية.

ويلاحظ هنا أن (ICBT)يمكن أن تتم في السلع المسموح بها والقانونية مثل المنتجات الزراعية أو سلع استهلاكية أخرى غير أنها تتم عن طريق التهريب وتسمى **تجارة عبر الحدود غير رسمية خضراء**، حيث يبقى خطرها محصورا في الجانب الاقتصادي. وهناك **تجارة عبر الحدود غير رسمية حمراء**، وهي أخطر أنواع التهريب حيث يتعدى خطرها الشق الاقتصادي إلى أمن البلاد والمجتمع، وتتعلق بتهريب المواد المحظورةوالمخدرات والأسلحة.

3.2 أهمية تجارة الحدود:تبرز أهمية تجارة الحدود من خلال النقاط التالية (صحراوي و حرفوش، 2020، الصفحات 239-240):

- تجارة الحدود تشجع ساكنة المناطق الحدودية والمناطق المجاورة على ممارسة أنشطة اقتصادية قانونية مما يسهم في تحسين الوضع المعيشي بالمنطقة وتوفير فرص العمل.
- تساعد تجارة الحدود في الترويج للسلع والمنتجات المحلية وبالتالي خلق أسواق جديدة.
- تبادل السلع عبر الحدود يخفف الضغط على الموانئ الرئيسية للدولة، كما أنه يسهم في تخفيض تكاليف النقل البحري وتقليص مدة تصدير أو استيراد البضائع.
- تساعد في الحصول على سلع مستوردة بالعملة المحلية وبالتالي الحفاظ على العملة الصعبة.
- تسهم تجارة الحدود في تقوية العلاقات التجارية وتشابك المصالح الاقتصادية بين الدول المتجاورة مما يزيد في توطيد علاقات حسن الجوار ويدعم توحيد الرؤى السياسية بينها.

4.2 أهداف تجارة الحدود:تتلخص أهداف التجارة الحدود في (عبد الرحيم، 2015، صفحة 127):

- زيادة وتنويع مصادر الدخل القومي وبالتالي رفع معدلات النمو الاقتصادي؛
- ترقية وتحسين العلاقات التجارية بين الدول المتجاورة لخدمة مصالحها المشتركة؛
- ضبط الحدود وإشاعة الاستقرار وتقوية العلاقات السياسية والحد من النزاعات الحدودية؛
- خلق مصادر دخل جديدة وإيرادات مالية للولايات الحدودية مما يسمح بتحريك عجلة التنمية في المنطقة؛
- الحد من البطالة وتحسين المستوى المعيشي وزيادة الرفاهية لسكان تلك المناطق؛
- القضاء على ظاهرة التهريب وذلك من خلال توفير السلع عبر الأطر الرسمية؛
- تقليص خروج العملة الصعبة في حال تمت الصفقات التجارية بواسطة العملات المحلية أو عبر مقايضة سلعة بسلعة أخرى؛
- التسويق والدعاية للصناعات الوطنية في الأسواق الخارجية وأسواق دول الجوار تحديدا؛

3. ترقية الصادرات

1.3. تعريف الصادرات: هناك في الحقيقة عدة تعاريف للصادرات حيث:

يُعرفها صندوق النقد العربي على أنها مجموع السلع والخدمات المباعة من طرف المقيمين بالدولة (أشخاص أو كيانات) إلى غير المقيمين (أجانب)(صندوق النقد العربي، 2022، صفحة 316).

أما الموسوعة الاقتصادية فتعرفها على أنها السلع والخدمات التي تنتجها إحدى الدول وتبيعها لدولة أخرى مقابل سلع أو خدمات أخرى، أو مقابل الذهب والعملات الأجنبية التي تلقى قبولا في المعاملات التجارية الدولية، أو مقابل تعويضات ومنح معينة (قريبي، 2014، صفحة 83).

2.3. مفهوم ترقية الصادرات: يعرفها كروجر (Kruger 1981) على أنها مجموعة من الإجراءات والوسائل المختلفة التي يتم اتباعها لتحفيز جميع السلع المصدرة دون اقتصار على سلعة واحدة (يحياوي، 2022، صفحة 301).

أما بلاسا (Ballassa) فيقول أنها تنطوي على " الاستراتيجية التي تهدف إلى زيادة الصادرات من خلال تقديم حوافز سعرية غير متحيزة لصالح صناعات بدائل الواردات" (العوادي، 2018، صفحة 3).

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف استراتيجية ترقية الصادرات على أنها حزمة من السياسات والخطط والأدوات التي تهدف من خلالها الدولة إلى تحفيز وزيادة صادراتها من السلع المنظورة وغير المنظورة ذات المنشأ الوطني ووضعها في أحسن الظروف للمنافسة في الأسواق الدولية.

3.3. أهمية ترقية الصادرات:لاستراتيجية ترقية الصادرات أهمية كبرى سواء على المستوى الكلي أو على مستوى المؤسسة الاقتصادية لما تتضمنه من منافع وامتيازات.

أ. الأهمية على الصعيد الكلي:

- المساهمة في زيادة النمو الاقتصادي وزيادة الايرادات الوطنية وتنويع مصادر الدخل؛
- توفير مناصب الشغل وزيادة الدخل الفردي؛
- التواجد في الأسواق الدولية يسمح للمنتوج المحلي بالاطلاع على التكنولوجيا الحديثة والمنتجات المنافسة؛
- المساهمة في تعزيز الاحتياطيات النقدية الأجنبية؛

ب. الأهمية على صعيد المؤسسة (الجزئي)(حملاوي، 2017، صفحة 54):

- التصدير يُمكّن المؤسسة من زيادة مداخيلها وتحقيق عوائد إضافية وبالتالي زيادة رقم أعمال المؤسسة؛
- الاحتكاك والمنافسة في السوق الدولية يسمح للمؤسسة بالاستفادة من التجارب الأجنبية ومواكبة التطور الحاصل في عمليات الإنتاج من حيث الجودة والنوعية والكمية؛
- العملية التصديرية تجنب المؤسسة الاعتماد على سوق واحدة (ضيق السوق) وبالتالي تلافي الأخطار الناجمة عن انخفاض الطلب والمقاطعة أو كساد السلع؛

3.4. هياكل ترقية الصادرات في الجزائر:

أ. الإطار المؤسسي:وهي الهياكل والهيئات التي يقع على عاتقها تنظيم وتسهيل النشاط التصديري ووضع الخطط والبرامج الكفيلة بتنظيم التبادل التجاري الخارجي، كما تعمل على

تهيئة وتحسين المناخ للمصدرين أو المؤسسات المصدرة من أجل وصول المنتج الوطني للأسواق الخارجية في أحسن الظروف.

تتولى وزارة التجارة وترقية الصادرات الاشراف ووضع الهيكل التنظيمي المؤسسي المتعلق بالمعاملات التجارية الدولية وتنمية الصادرات، حيث تتمثل مهامها فيما يلي (مهام وزارة التجارة، بلا تاريخ):

- العمل على وضع الاستراتيجيات الخاصة بترقية الصادرات خاصة الصادرات خارج المحروقات.
- تنظيم وتحضير الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالتجارة الخارجية والتفاوض بشأنها.
- تنشيط وتحفيز الأعمال التجارية الخارجية الثنائية ومتعددة الأطراف.
- تسهيل وتشجيع مشاركة المؤسسات في الفعاليات الاقتصادية محليا وخارجيا.
- وضع الإطار التنظيمي وإدارة مناطق التبادل الحر.

ب. الجودة: يتضمن هذا العنصر الهيئات والأنظمة المسؤولة عن مطابقة المنتوج الوطني الموجه للتصدير لمعايير الجودة المطلوبة، وذلك من أجل زيادة تنافسية الصادرات في الأسواق الدولية، ففي ظل العولمة وانفتاح الأسواق وتزايد حدة المنافسة تُشكل الجودة معيارا مفصليا للمفاضلة بين منتج وآخر.

وضمن جهود الدولة لترقية الصناعات الوطنية وتحسين جودتها، يتم انتهاج سياسة خاصة بالجودة تقوم على أربعة مرتكزات تشكل مجتمعة البيئة التحتية للجودة وتضم: **التقييس** (المعهد الجزائري للتقييسIANOR)، **القياسة**(الديوان الوطني للقياسة القانونية ONML)، **الاعتماد** (الهيئة الجزائرية للاعتماد ALGERAC) و**الملكية الصناعية** (المعهد الوطني للملكية الصناعية INAPI) (الجودة والتنافسية، بلا تاريخ).

ج. تمويل الصادرات: ويُقصد به التحفيزات والإعانات المالية التي تمنح للمؤسسة لتعزيز نشاطها التصديري، ويأخذ هذا التمويل عدة أشكال، فقد يكون مباشرا كتمويل نشاط التصدير أو المشاركة في المحافل والمعارض التجارية خارج الوطن، أو في صورة إعفاءات جبائية أو جمركية.

يتولى الصندوق الخاص لترقية الصادرات (FSPE) تقديم الدعم المالي للمصدرين أو للمؤسسات والتجار الذين يمارسون أي نشاط يخص تصدير منتجاتهم، حيث تغطي إعانات (FSPE) المجالات التالية (الصندوق الخاص بترقية الصادرات، بلا تاريخ):

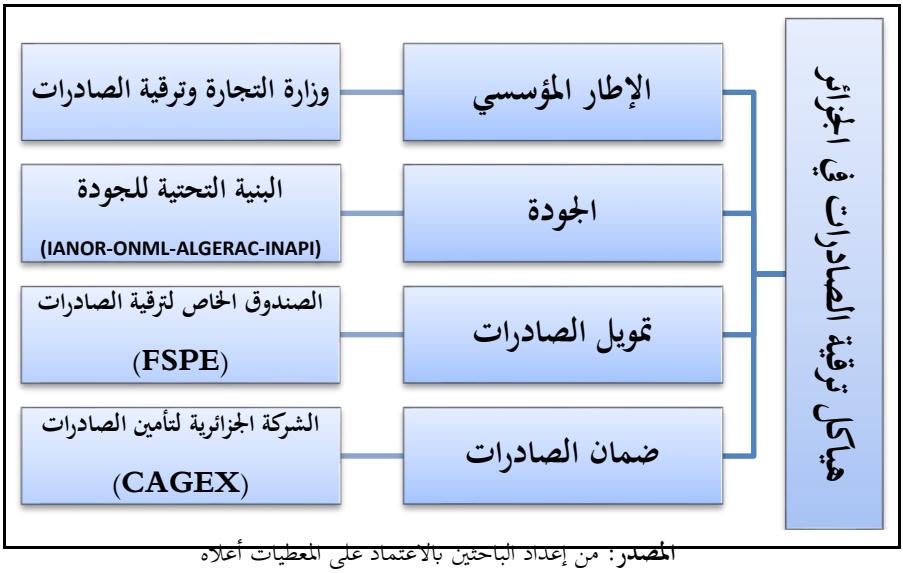
- دراسة واستكشاف الأسواق الخارجية.
- المشاركة في المعارض الدولية خارج الوطن.
- نقل وشحن البضائع للتصدير (لا سيما النقل البحري).
- تكييف المنتج ليلائم شروط ومتطلبات المستهلكين والأسواق.

د. ضمان الصادرات: عادة ما تصطدم العمليات التصديرية بجملة من المخاطر تحول دون بلوغ المصدرين الأسواق المستهدفة، الأمر الذي دفع بمعظم الدول إلى إنشاء أنظمة وهيئات لتأمين الصادرات وتعويض الخسائر المحتمل وقوعها.

تقدم الشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات (CAGEX) الخدمات التأمينية اللازمة لصالح المصدرين لتأمينهم من الأخطار التي تواجه عملياتهم التصديرية وتأمين تعاملاتهم التجارية، حيث تغطي(Assurance crédit à l'exportation, s.d.):

- مخاطر تجارية متعلقة بعدم قدرة المستورد على التسديد.
- المخاطر السياسية والكوارث الطبيعية ومخاطر عدم القدرة على التحويل.
- مخاطر التصنيع أو مخاطر تتعلق بالسوق.

الشكل 1: هياكل ترقية الصادرات في الجزائر



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المعطيات أعلاه

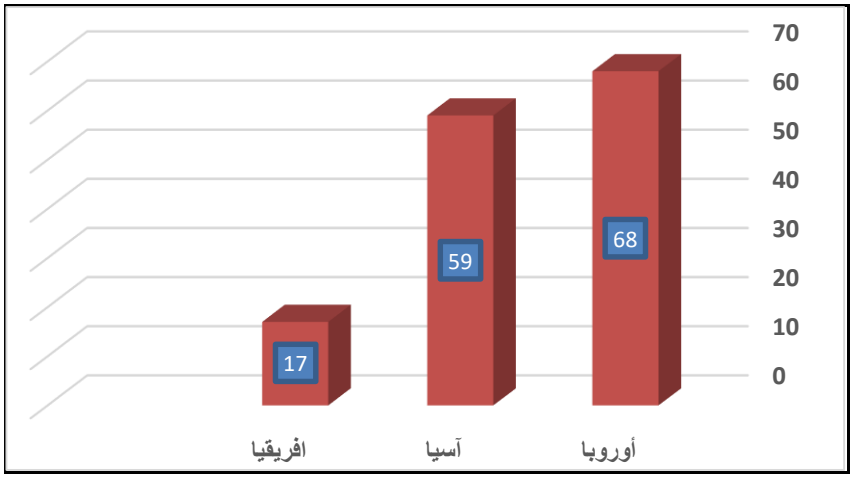
4. منطقة التجارة الحرة وفرصة تعزيز التجارة البينيةالإفريقية:

1.4. واقع التجارة البينية الافريقية: تتسم المبادلات التجارية الإفريقية البينية بالضعف، حيث لم تتجاوز نسبة 17% سنة 2022، بينما بلغت في أوروبا 68% و59% في آسيا. يعود ذلك أساسا إلى الهيكل السلعي للصادرات الإفريقية الذي تغلب عليه السلع الأساسية والمواد الخام التي سجلت نحو 79% من الصادرات الإفريقية في 2022.

بلغت صادرات افريقيا في 2022 نحو 667 مليار دولار، وهو ما يمثل نسبة 2.67% من إجمالي الصادرات العالمية، تلقت افريقيا منها 91 مليار دولار أي بنسبة 14% فقط، في حين كان معظم الصادرات نحو الدول المتقدمة (أوروبا وأمريكا الشمالية) بقيمة 314 مليار دولار (47%)، ودول آسيا واوقيانوسيا بما فيهم الصين 244 مليار دولار (37%)، حيث استحوذت الصين لوحدها على نحو 101 مليار دولار من الصادرات الافريقية أي نحو 38% من صادرات أفريقيا نحو الدول النامية.

بالنسبة للواردات، استوردت افريقيا في سنة 2022 ما قيمته 789 مليار دولار (حوالي 3% من الواردات العالمية)، سيطرت آسيا وأوقيانوسيا على نحو 48% منها أي ما يعادل تقريبا 377 مليار دولار، وجاءت مجموعة الدول المتقدمة ثانية بنحو 296 مليار دولار وبنسبة 38%(UNCTAD, 2023).

الشكل 2: التجارة البينية من إجمالي التجارة لبعض المناطق في العالم في سنة 2022 (%)



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على تقرير الأونكتاد للتجارة والتنمية 2023 متاح على:
https://unctad.org/publication/handbook-statistics-2023

2.4. ضرورة إنشاء منطقة للتجارة الحرة الأفريقية:لقد أدرك صناع القرار في افريقيا أن التغلب على مشكلة ضعف التجارة البينية الافريقية لا يمر إلا عبر تكامل اقتصادي افريقي حقيقي، حيث يتيح الاندماج الاقتصادي إزالة الحواجز والعوائق في وجه حركة التجارة بين الدول المتكتلة، توحيد الأنظمة والقوانين التشريعية المتعلقة بالتجارة، إضافة إلى تطوير البنية التحتية الخاصة بالإنتاج والنقل والتوزيع من خلال البرامج المشتركة الثنائية والمتعددة الأطراف ذات الصلة بتسهيل ودعم تدفق السلع والخدمات والأشخاص. إن قارة تضم 55 دولة في عضويتها، بتعداد سكاني يفوق 1.3 مليار نسمة وناتج محلي خام بحوالي 3.4 تريليون دولار، لابد أن تشكل سوقا ضخمة وفرصا هائلة للتبادل التجاري وحركة رؤوس الأموال والاستثمار.

أ. إرهاصات إنشاء AFCFTA:جاءت الفكرة الأولى لإنشاء منطقة قارية للتجارة الحرة في اجتماع وزراء التجارة الأفارقة في نهاية أكتوبر وبداية نوفمبر سنة 2010 بالعاصمة الرواندية كيغالي، والتي سرعان ما تبنتها قمة الاتحاد الإفريقي في شهر جانفي سنة 2011. وفي مؤتمر رؤساء دول وحكومات الاتحاد الافريقي الثامن عشر (18) المنعقد في أديس ابابا (اثيوبيا) مطلع 2012، اعتمدت القمة رسميا قرار إنشاء منطقة للتجارة الحرة، وحددت لها سنة 2017 لبداية تنفيذها.

في قمة جوهانسبورغ بجنوب افريقيا بين 14 و15 جوان 2015، أطلقت جولات المفاوضات الرسمية بشأن المنطقة، وفي قمة كيغالي برواندا في 21 مارس 2018 تم التوقيع على الاتفاقية والبروتوكولات الملحقة بها، وبعد سلسلة من المفاوضات التكميلية للاتفاقية وانضمام مزيد من الدول إليها، دخلت الاتفاقية حيز التنفيذ رسميا في الفاتح من جانفي سنة 2021 (خليلي، 2022، الصفحات 59-60).

ب. أهداف إنشاء AFCFTA:تهدف منطقة النجارة الحرة القارية وكما توضحه نص الاتفاقية إلى(African Union, 2018, p. 4):

- تعزيز الاندماج الافريقي من خلال رفع الحواجز عن حركة السلع والخدمات والأفراد مما يساعد على خلق تنافسية أكبر بين الشركات، والاستفادة من مزايا تنوع وكبر حجم السوق؛
- تشجيع الاستثمار وتسهيل حركة رؤوس الأموال داخل القارة؛
- المساهمة في تحقيق الأمن الغذائي من خلال تنمية سلاسل القيمة الزراعية؛

- تعزيز وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، والمساواة بين الجنسين في التجارة والعمل والاستثمار وحرية الحركة؛

- الرفع من القدرة التنافسية لاقتصادات الدول الأعضاء داخل القارة ودوليا؛

5. دراسة تحليلية للصادرات الجزائرية نحو دول الجوار الحدودية (2013–2022):

1.5.تطور حجم الصادرات الجزائرية نحو إفريقيا: في حقيقة الامر فإن المبادلات التجارية بين الجزائر وإفريقيا لا تشذ عن الواقع المتدهور للتبادل التجاري الافريقي – الافريقي، فهي لم تتجاوز في أحسن أحوالها نسبة 3 % من إجمالي المبادلات التجارية للجزائر، مقابل نحو 52% مع أوروبا كشريك تجاري أول للجزائر ونحو 31% مع دول منطقة آسيا وأوقيانوسيا في المرتبة الثانية. يوضح الجدول أدناه حجم الصادرات الجزائرية نحو دول القارة الافريقية في السنوات العشر الأخيرة:

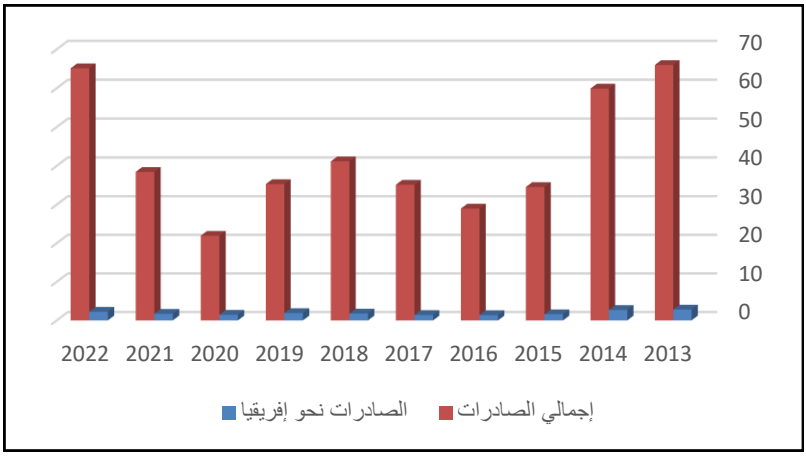
الجدول 1: تطور حجم صادرات الجزائر نحو إفريقيا خلال الفترة (2013–2022)

الوحدة: مليار دولار أمريكي

السنوات	الصادرات نحو افريقيا	إجمالي الصادرات	الصادرات نحو إفريقيا / إجمالي الصادرات (%)
2013	2.81	65.95	4.26
2014	2.70	59.88	4.50
2015	1.60	34.56	4.62
2016	1.37	28.96	4.73
2017	1.39	35.14	3.95
2018	1.77	41.16	4.30
2019	1.89	35.31	5.35
2020	1.46	21.92	6.66
2021	1.71	38.43	4.44
2022	2.23	65.10	3.42

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات صندوق النقد الدولي IMF، متاح على:
https://data.imf.org/regular.aspx?key=61013712

الشكل 3: تطور حجم الصادرات نحو إفريقيا في الفترة (2013-2022)

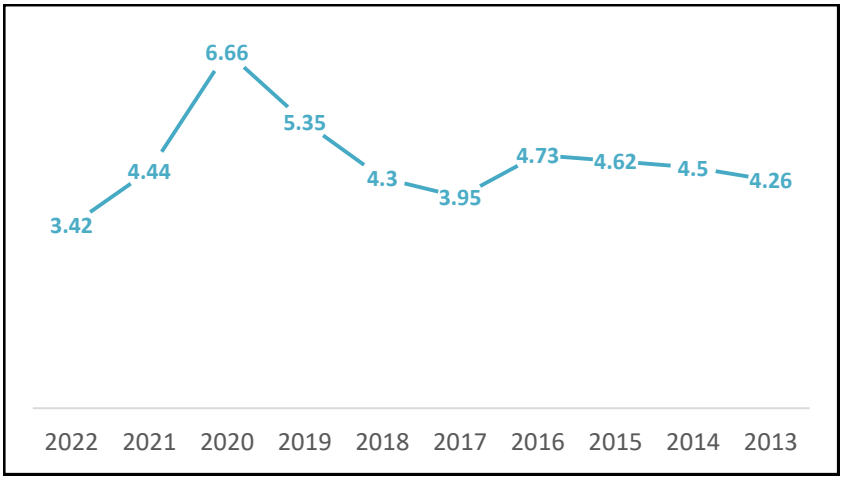


المصدر:من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول 1

يوضح الجدول أعلاه مدى تذبذب وضعف الصادرات الجزائرية نحو إفريقيا، وذلك نتيجة لتذبذب الحجم الإجمالي للصادرات المرتبطة أساسا بتقلبات أسعار النفط، فقد بلغ حجم الصادرات نحو إفريقيا سنة 2013 حوالي 2.81 مليار دولار، لتعرف بعد ذلك تراجعا وتبلغ أدنى قيمة لها ب 1.37 مليار دولار سنة 2016، أي بتراجع يفوق 50%، ويفسر ذلك التراجع بالانخفاض الكبير في قيمة الصادرات الإجمالية نتيجة انهيار أسعار النفط بين عامي 2014 و2016. أدى التحسن في أسعار المحروقات إلى ارتفاع حجم الصادرات نحو إفريقيا في الفترة (2017-2019) مسجلة 1.89 مليار دولار سنة 2019. أما سنة 2020 فقد شهدت تراجعا كبيرا للصادرات الإجمالية والصادرات نحو إفريقيا متأثرة بالركود الاقتصادي العالمي نتيجة الوباء (جائحة فيروس كورونا)، فلم تتجاوز قيمة الصادرات نحو إفريقيا حاجز 1.47 مليار دولار، لتعاود الارتفاع من جديد سنتي 2021 و2022 لتبلغ 1.71 مليار دولار و2.23 مليار دولار على التوالي مستفيدة من انحسار الجائحة وتحسن أداء الاقتصاد العالمي وزيادة الطلب العالمي على البترول.

تؤكد البيانات والنتائج السابقة حقيقتين مهمتين؛ الأولى هي ارتباط حجم وقيمة الصادرات الجزائرية بسوق النفط وتقلباته، والثانية أن الجزائر لا تشذ على قاعدة تركز المبادلات التجارية الإفريقية سواء الخارجية أو البينية في المواد الأولية والسلع الأساسية الخام كالمعادن والنفط.

الشكل 4: تطور نسبة الصادرات نحو إفريقيا من إجمالي الصادرات (2013–2022)



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول 1

بلغ متوسط الصادرات نحو إفريقيا كنسبة من الصادرات الإجمالية في العشر سنوات الأخيرة 4.62%، وسجلت نسبة 6.66% كأعلى قيمة لها سنة 2020، وهذه النسبة لا تعكس في الحقيقة التحسن في حجم الصادرات نحو إفريقيا، فهي لم تتجاوز في ذات السنة 1.47 مليار دولار، وإنما تُفَسَرُ بالانخفاض الكبير في حجم الصادرات الكلية بسبب قلة الطلب على النفط المصاحب لجائحة الكوفيد 19، ولتشهد بعد ذلك تراجعا لسنتين متتاليتين وتبلغ أدنى نسبة لها سنة 2022 عند 3.42% رغم بلوغ حجم الصادرات نحو إفريقيا 2.23 مليار دولار.

2.5. تطور حجم صادرات الجزائر نحو دول الجوار الحدودية: تتشارك الجزائر في حدودها البرية مع سبعة (7) دول افريقية هي: تونس وليبيا والنيجر ومالي وموريتانيا والصحراء الغربية والمغرب، ويمتد طول الحدود إلى أكثر من 6300 كم، وتشمل المناطق الحدودية 16 ولاية بمساحة تزيد على 1.3 مليون كم2 وتغطي نسبة 42% من المساحة الكلية للبلاد.

تستحوذ الصادرات الجزائرية نحو دول الجوار على حصة الأسد من الصادرات نحو إفريقيا، تصل النسبة فيها إلى 90%. هناك في الواقع العديد من العوامل التي ساعدت في هذه الوضعية قد يكون أهمها القرب الجغرافي، إضافة إلى عوامل التاريخ المشترك والثقافة واللغة (5دول عربية من أصل 7 دول حدودية).

الجدول 2: تطور حجم صادرات الجزائر نحو الدول الحدودية في الفترة (2013–2022)

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	تونس	ليبيا	المغرب	موريتانيا	مالي	النيجر	المجموع
2013	1646	22.42	1050	29.16	0.70	12.23	2760
2014	1545	36.73	1057	28.59	0.68	1.85	2678
2015	899.9	5.38	623.6	4.13	0.83	2.53	1536
2016	609.4	30.64	642.8	38.39	1.00	0.21	1322
2017	753.7	19.10	450.2	50.20	1.19	0.33	1274
2018	950.4	24.36	645.2	39.65	1.79	0.93	1671
2019	1336	28.55	421.4	24.41	2.28	2.51	1815
2020	849.4	52.51	445.0	27.46	1.47	2.54	1378
2021	910.7	68.38	566.2	96.63	4.97	11.68	1658
2022	1545	27.74	100.3	40.92	5.67	6.52	1725

المصدر:من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات صندوق النقد الدولي **IMF**، مرجع سابق.

نلاحظ من خلال الجدول 2 هيمنة كل من تونس والمغرب على الصادرات الجزائرية نحو دول الجوار الحدودية، حيث تفوق نسبة الصادرات نحوهما 90% من إجمالي الصادرات نحو الدول المجاورة، ويرجع ذلك إلى أن غالبية الصادرات نحوهما هي مواد طاقوية ومحروقات (غاز طبيعي بالتحديد).

– تتصدر تونس دول الجوار المستوردة من الجزائر بنسبة تفوق 50%، وبلغت الصادرات الجزائرية نحو تونس أعلى قيمة لها في سنة 2013 بنحو 1.6 مليار دولار، لتشهد تراجعا لثلاث سنوات متتالية في حدود 609 مليون دولار في 2016 بفعل انهيار أسعار النفط في أعقاب أزمة 2014. أعاد انتعاش أسعار النفط في 2017 الصادرات الجزائرية إلى الارتفاع لتبلغ سنة 2022 نحو 1.5 مليار دولار، مع ملاحظة تسجيل انخفاض سنة 2020 بسبب الركود العالمي الذي صاحب جائحة كورونا.

في 2022 كانت أكثر من 78% من الصادرات الجزائرية نحو تونس عبارة عن محروقات وغاز وحوالي 11% طاقة كهربائية، فيما توزعت النسبة الباقية في منتوجات فلاحية وبعض الصناعات الميكانيكية والكهربائية.

_ تأتي المغرب في المركز الثاني من دول الجوار الحدودية المستوردة من الجزائر، وعلى غرار تونس فإن المحروقات تمثل نسبة عالية من الصادرات الجزائرية نحو المغرب. يبين الجدول 2 ارتباط حجم هذه الصادرات بتقلبات أسعار النفط، حيث سجلت مستويات مرتفعة سنتي 2013 و2014 بنحو مليار دولار كل سنة مستفيدة من ارتفاع أسعار النفط، لتسجل تراجعا بعد ذلك وتبلغ أدنى قيمة لها إلى نحو 100 مليون دولار في 2022 بفعل توقف امدادات الغاز نحو المغرب.

بلغت قيمة الصادرات الجزائرية من المحروقات والمواد الهيدروكربونية للمغرب 60 مليون دولار سنة 2022، وهو ما يمثل نحو 60% من إجمالي الصادرات، فيما تأتي زيوت التشحيم في المركز الثاني بنحو 38 مليون دولار، وتوزعت الحصة الباقية على الزجاج والمنتجات الفلاحية كالتمور.

_ تبقى المبادلات التجارية بين الجزائر وموريتانيا ضعيفة نوعا ما، حيث لم تتجاوز الصادرات الجزائرية نحو موريتانيا حاجز 100 مليون دولار في أحسن أحوالها، رغم أنها تشهد نموا جيدا في الفترة الأخيرة وذلك بعد التدابير الجديدة لدعم الصادرات على غرار فتح المعابر الحدودية وتدشين خط بحري بين البلدين، حيث بلغت حصة الصادرات الجزائرية من إجمالي الواردات الموريتانية من الدول الإفريقية 20%، وتشمل المنتجات الجزائرية أساسا المواد البناء كالحديد والإسمنت، المنتجات الفلاحية والغذائية والأجهزة الكهرو منزلية.

_ لم تتجاوز حجم الصادرات الجزائرية نحو ليبيا حاجز 40 مليون دولار كمعدل سنوي خلال العشر سنوات الأخيرة، وهي أرقام ضعيفة جدا لبلدين تربطهما حدود تمتد لحوالي 1000 كم، وينتميان لتجمعين اقتصاديين هما منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى (GAFTA) واتحاد المغرب العربي (UMA). هناك العديد من الأسباب التي أدت إلى هذا التدهور الكبير في حجم المبادلات التجارية بين القطرين في السنوات الأخيرة، منها عدم الاستقرار السياسي في ليبيا وما صاحبه من غلق للمعابر الحدودية والتوقف شبه الكامل للحركة التجارية، إلا أن ذلك لا يجب أن يغفل حقيقة ضعف هيكل الصادرات خارج المحروقات للجزائر أو بعبارة أصح للبلدين معا.

_ يتذيل حجم الصادرات الجزائرية نحو كل من النيجر ومالي الترتيب مع دول الجوار الحدودية، وتتم أغلبها في شكل تجارة مقايضة بين سكان وتجار الولايات الحدودية مع الدولتين. وتشمل السلع المصدرة إلى النيجر ومالي في إطار تجارة المقايضة كل من التمور الجافة والأواني المنزلية والبلاستيك والاسمنت والحديد والصلب.

6. محاور استراتيجية الجزائر للنهوض بالتجارة عبر الحدود في إطار AFCFTA:

في إطار استراتيجيتها للارتقاء بالتجارة عبر الحدود ومع دخول اتفاقية منطقة التبادل الحر القارية حيز التنفيذ، اتخذت الجزائر العديد من التدابير التي من شأنها تعزيز مبادلاتها التجارية مع الدول الافريقية ودول الجوار تحديدا، وتتمثل أهم هذه الإجراءات فيما يلي:

1.6. المعابر الحدودية: تعتبر المعابر الحدودية المحور الرئيسي في العمليات التجارية بين الدول المتجاورة، فلا يمكن الحديث عن تجارة عبر الحدود دون وجود معابر حدودية، لذلك بادرت الجزائر إلى تهيئة وفتح العديد من المنافذ التي كانت مغلقة وإنشاء معابر أخرى جديدة، فقد تم إعادة فتح جميع المنافذ الحدودية التسعة مع تونس سنة 2022، والتي كانت مغلقة بسبب جائحة كورونا، كما يتم التحضير لإعادة افتتاح معبر الدبداب – غدامس الحدودي مع ليبيا بعد تهيئته وتجهيزه بوسائل حديثة والذي كان مغلقا لسنوات بسبب تداعيات الأحداث في ليبيا ، وهو نفس الإجراء على الحدود الجنوبية للبلاد مع كل من مالي والنيجر، أما على الحدود الموريتانية فيتم تشييد معبر جديد مكان المعبر القديم الذي لم يعد قادرا على مواكبة الحركية والديناميكية الجديدة للتجارة بين البلدين، حيث تحملت الجزائر تكلفة أشغال المعبر كاملة على الجانبين، كما من شأن هذا الإنجاز أن يدعم البنية التحتية والوسائل اللوجستية للمنطقة الحرة المزمع إنشاؤها في ولاية تندوف.

2.6. إنشاء مناطق حرة بالولايات الحدودية: قررت الجزائر إنشاء مناطق للتبادل الحر في الولايات الحدودية، حيث تتوزع المناطق المعنية على الحدود الغربية مع موريتانيا، الجنوبية مع مالي والشرقية مع تونس. وتهدف الجزائر من قرار إنشاء هذه المناطق الحرة في هذه الولايات الحدودية إلى الرفع من حجم التبادلات التجارية مع دول الجوار وتعزيز الصادرات نحو الدول الافريقية، مستفيدة من المرونة الاقتصادية والمزايا التي تتيحها المناطق الحرة للمتعاملين الاقتصاديين، مثل التراخيص التي تمنح للمصدرين من أجل تصدير المواد غير الاستهلاكية المنتجة محليا بناء على قائمة تحددها وزارة التجارة وترقية الصادرات، بالإضافة إلى تصدير الفائض من الإنتاج الصناعي المحلي مع التصريح الجمركي(حذاقة، 2022). إن من شأن هذه الخطوة أن تنشط الحركية التجارية عبر الحدود من خلال تشييد بنية لوجستية من نقل وتخزين وخدمات أخرى، إضافة إلى خلق مناصب شغل لساكنة المنطقة الحدودية وتثبيتهم وتحسين مستواهم المعيشي، كما تساهم هذه المناطق في الحد من ظاهرة التهريب عبر الحدود.

3.6. البنية التحتية واللوجستية: يعد تطوير منشآت البنية التحتية والخدمات المتصلة بها أحد أهم الورشات الكبرى التي تعول عليها الجزائر في توجهها لتنمية صادراتها باتجاه أسواق دول الجوار والأسواق الافريقية عموما، وتأتي مشاريع الطرق والسكة الحديدية والموانئ على رأس الأولويات باعتبارها الشريان الذي يربط الجزائر بالعمق الافريقي ووسيلة تسمح بنقل السلع والبضائع والأفراد.

في هذا الصدد، من المنتظر أن تنتهي الأشغال بالطريق العابر للصحراء (RTS) قريبا بعد أن وصلت نسب الإنجاز به إلى مراحل متقدمة جدا، ويمثل الطريق شريان اقتصادي يربط بين الجزائر وخمس دول إفريقية منهم ثلاث دول حدودية (تونس ومالي والنيجر)، حيث يمتد على مسافة تناهز 9400 كم، ويربط 6 عواصم إفريقية.كما شرعت الجزائر في إنجاز طريق يربط بين تندوف ومدينة الزويرات الموريتانية على مسافة تناهز 700 كم، حيث من شأن هذا المشروع أن يعطي دفعة للعلاقات التجارية بين البلدين ويفتح الباب أمام الصادرات الجزائرية للولوج والوصول إلى أسواق غرب إفريقيا.

إلى جانب ذلك يتم التحضير لإطلاق مشاريع ضخمة للسكة الحديدية تربط المدن الشمالية بأقصى جنوبنا الكبير، على غرار خط الجزائر– تمنراست وخط بشار– تندوف. من المشاريع الواعدة كذلك ميناء الحمدانية بشرشال الذي من المتوقع أن يكون واحد من أكبر الموانئ في افريقيا وحوض المتوسط، ويعد الميناء محطة رئيسية في طريق الحرير الصيني وهمزة وصل ضمن مبادرة الحزام للوصول إلى الأسواق الافريقية عبر الطريق العابر للصحراء.

7. تحليل النتائج:

_ تعد التجارة عبر الحدود أحد أنواع التجارة الخارجية، وتتمثل في عمليات المبادلات التجارية التي تتم عبر المنافذ البرية الرسمية للبلاد مع دول الجوار، ويمكن لهذا النوع من التجارة أن يكون أداة فعالة في تعزيز وتنمية المبادلات الخارجية وتطوير القدرات التصديرية للدولة.

_ تشكل ترقية الصادرات والصادرات خارج المحروقات خصوصابالنسبة للجزائر حتمية وخيار استراتيجي لا مفر منه، ورغم القيام بعديد الإجراءات وإنشاء هيئات متعددة لدعم الصادرات إلا أن كل ذلك فشل في تحرير الاقتصاد الوطني من الارتهان إلى المحروقات وتقلبات أسعارها.

_ يُعتبر تدهور نسبة التجارة البينية الافريقية معضلة حقيقية للقارة السمراء، حيث لم تتعدى 17% في سنة 2022 وهي نسبة متدنية مقارنة بمناطق جغرافية أخرى في العالم (68% في

أوروبا مثلا)، ويرجع ذلك إلى أن الهيكل السلعي للصادرات الافريقية يغلب عليه المواد الأولية والأساسية، بالإضافة إلى عدم وجود اندماج اقتصادي وتجاري حقيقي بين الدول الافريقية.

_ لقد شكل محدودية المبادلات التجارية الافريقية – الافريقية أحد الأسباب والدوافع الرئيسية في المبادرة إلى خلق فضاء افريقي للتبادل الحر، ويعد دخول اتفاقية المنطقة الافريقية للتجارة الحرة (AFCFTA) حيز التنفيذ بداية من سنة 2021 مكسبا حقيقيا للقارة في طريقها لتحقيق الاندماج الاقتصادي الكامل، وتعميق الروابط الاقتصادية والتجارية بين الأقطار والمؤسسات الافريقية.

_ سجلت الصادرات الجزائرية باتجاه افريقيا متوسط 4.62% كنسبة من الصادرات الإجمالية في الفترة (2013-2022)، وبلغت أكبر قيمة لها سنة 2013 بحوالي 2.81 مليار دولار. تترجم هذه الأرقام واقع المبادلات التجارية الجزائرية الافريقية الضعيفة والتي لا تتعدى 3%، كما تبين المعطيات أن قيمة الصادرات تتباين من سنة لأخرى بسبب تقلبات أسعار النفط في الأسواق العالمية.

_ تستحوذ دول الجوار الحدودية على نحو 90% من صادرات الجزائر نحو افريقيا، حيث تتحد عوامل القرب الجغرافي وتشابه الثقافات ووحدة الدين واللغة في صنع هذا التميز بالمقارنة مع باقي دول افريقيا.

_ تتفاوت حجم وقيمة الصادرات الجزائرية نحو دول الجوار الحدودية بشكل كبير، فنجد أن معظم الصادرات تتم باتجاه تونس وبدرجة أقل اتجاه المغرب، فيما تسجل مستويات منخفضة جدا مع موريتانيا وليبيا والنيجر ومالي رغم تحسنها في السنوات الأخيرة مع موريتانيا.

_ بادرت الجزائر ضمن سياستها للنهوض بالتجارة عبر الحدود إلى القيام بخطوات مهمة على غرار إنشاء مناطق للتبادل الحر في المناطق الحدودية، إعادة فتح المعابر الحدودية وإنشاء أخرى جديدة، إلى جانب تطوير البنية التحتية واللوجستية كالطرق والموانئ وخطوط السكة الحديدية.

8. خاتمة:

في الأخير ورغم أن الجزائر تتبنى استراتيجية واعدة لرفع حجم الصادرات نحو افريقيا من خلال إيلاء أهمية قصوى للتجارة عبر الحدود، واستغلال الفرص التي تتيحها منطقة التجارة الحرة الافريقية، إلا أن الواقع يقول أن هناك العديد من التحديات والصعاب التي تواجه هذا الطموح، فهناك الأوضاع السياسية والأمنية المتدهورة في محيطنا الإقليمي وخاصة في منطقة الساحل

والصحراء، وكذلك المنافسة والنفوذ الاقتصادي الكبير للقوى العظمى كالصين والاتحاد الأوروبي داخل القارة السمراء، إضافة إلى ضعف البنية التحتية والخدمات اللوجستية وغيرها من المشاكل والمعوقات.

وبناء على ما سبق يمكننا أن نقترح التوصيات التالية:

- ✓ ضرورة العمل على تطوير الصناعات الوطنية وتوسيع استخدام التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج لخلق منتجات ذات جودة عالية تسمح بكسب رهان المنافسة الشديدة في السوق الافريقي.
- ✓ الإسراع في تجسيد مشاريع البنية التحتية والخدمات اللوجستية المتصلة برفع كفاءة المبادلات الحدودية وعلى رأسها مشاريع السكك الحديدية والطرقات، مع التفكير في إنجاز مستودعات كبيرة ومخازن للتبريد وموانئ جافة في المناطق الحدودية.
- ✓ عصرنة القطاع المصرفي وتسهيل المعاملات المالية بين المصدرين الجزائريين والمستوردين الأفارقة، مع تسريع وتيرة فتح فروع بنكية في الدول الافريقية ودول الجوار تحديدا.
- ✓ ضرورة رفع قيمة المساعدات والقروض للدول الافريقية في إطار ما يعرف بالدبلوماسية الناعمة، والمساهمة في تمويل المشاريع التنموية أو التكفل بها كليا خاصة في دول الجوار.

9. قائمة المراجع:

- ابتسام حملاوي. (2017). تنمية الصادرات غير النفطية من الخيارات الفعالة لدعم النمو الاقتصادي في الجزائر– دراسة قياسية لأثر الصادرات غير النفطية –. *مجلة التكامل الاقتصادي*، *5*(3)، الصفحات 47-65.
- ابراهيم محمد عبد الرحيم. (2015). دور تجارة الحدود في التنمية الاقتصادية في السودان – دراسة حالة ولايات دارفور (2003-2015) (أطروحة دكتوراه). كلية الدراسات العليا، الخرطوم: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- أحمد خليلي. (31 12, 2022). دور اتفاقية منطقة التجارة الحرة القارية الافريقية AFCFTA في الحد من التنافس الدولي في المنطقة –دراسة تحليلية لما بعد الاتفاقية–. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعوم التجارية*، *15*(2)، الصفحات 56-72.
- الجودة والتنافسية. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 15 12, 2023، من وزارة الصناعة والانتاج الصيدلاني: https://www.industrie.gov.dz/competitivite-industrielle/#propriete-industrielle

- الصندوق الخاص بترقية الصادرات. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 16 12, 2023، من وزارة التجارة وترقية الصادرات: https://www.commerce.gov.dz/a-fonds-special-pour-la-promotion-des-exportations-fspe
- ايمان صحراوي، و سهام حرفوش. (2020). أهمية المناطق الحدودية الاقتصادية الخاصةفي تشجيع الاستثمارات والتجارة بين الدول المتجاورة: حالة الشريط الحدودي الجزائري. *مجلة الاجتهاد للدراسات* القانونية والاقتصاديةة، 9(5)، الصفحات 234-254.
- حمزة العوادي. (2018). الجودة الشاملة كمحدد أساسي لترقية صادرات المؤسسات الصناعية الجزائرية خارج المحروقات " دراسة استشرافية " (أطروحة دكتوراه) . كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- صندوق النقد العربي. (2022). *التقرير الاقتصادي العربي الموجد*. أبو ظبي: صندوق النقد العربي.
- عبد الحفيظ يحياوي. (2022). استراتيجية ترقية الصادرات في الجزائر ما بين الواقع والمأمول دراسة للفترة (2010-2020). مجلة دفاتر اقتصادية،13(1)، الصفحات 298-314.
- عبد الحكيم حذاقة. (23 10, 2022). مع تونس وموريتانيا ومالي.. ما الذي ستكسبه الجزائر من 4 مناطق للتبادل الحر؟ تاريخ الاسترداد 06 01, 2024، من الجزيرة: https://aja.me/pt63i6
- مهام وزارة التجارة. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 15 12, 2023، من وزارة التجارة وترقية الصادرات: https://www.commerce.gov.dz/les-missions-du-ministere
- ناصر الدين قريبي. (2014). أثر الصادرات على النمو الاقتصادي – دراسة حالة الجزائر – (رسالة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وهران: جامعة وهران.
- African Union. (2018, 3 21). *Agreement Establishing the African Continental Free Trade Area*. Retrieved 01 02, 2024, from African Union: https://au.int/en/treaties/agreement-establishing-african-continental-free-trade-area
- Assurance crédit à l'exportation. (s.d.). Consulté le 12 17, 2023, sur compagnie algerienne d'assurance et de garantie des exportations: https://www.cagex.dz/index.php?page=2#lien_glob
- Hailemeskel, H., Mohammed, J., Negash, A., & Getu, M. (2016). Policy research on cross-border trade: challenges and prospects in ethiopia. Research for enhancing pastoralists livelihood through resilience andmarket expansion (pp. 151-172). Harar: Haramaya University.
- UNCTAD. (2023). Handbook of Statistics2023. Retrieved 01 05, 2024, from https://unctad.org/publication/handbook-statistics-2023

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research

ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854

المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024، ص ص357-378

أثر هيكل التمويل على مردودية المؤسسة الاقتصادية دراسة تحليلية للمؤسسة الوطنية للدهن وحدة سوق أهراس

The effect of the financing structure on the economic enterprise's profitability Analytical Study of the National Institute of Paint, Souk Ahras Unit

صيد صابرة *
Sid Sabra
جامعة محمد الشريف مساعدية سوق اهراس _الجزائر
مخبر المالية ،المحاسبة الجبائية والتأمين
Sabrasid41@gmail.com

أ د. بن رجم محمد خميسي
Benredjem Mohamed Khemissi
جامعة محمد الشريف مساعدية سوق اهراس_الجزائر
mkhemissi.benredjem@univ-soukahras.dz

تاريخ الاستلام: 2024/03/14 *تاريخ القبول: 2024/04/21* *تاريخ النشر: 2024/04/30*

الملخص : تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر هيكل التمويل على المردودية التجارية الاقتصادية والمالية في المؤسسة الوطنية للدهن وحدة سوق أهراس خلال الفترة 2009– 2021، بتحويل البيانات السنوية لفترات ربع سنوية للحصول على 52 مشاهدة، بالاعتماد على نماذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية المبطئة (ARDL) ونموذج الانحدار الحصين، وباستخدام Eviews12، توصلنا لأبرز النتائج التالية: للتمويل الذاتي أثر إيجابي على المردودية التجارية الاقتصادية والمالية في الأجل القصير، نسبة الديون لها تأثير إيجابي على المردودية المالية، أما التمويل الدائم له تأثير سلبي عليها. عدم وجود علاقة بين نسبة الديون والمردودية التجارية.

الكلمات المفتاحية: هيكل مالي، مردودية تجارية، مردودية اقتصادية، مردودية مالية.
تصنيف جال: G32, M21

Abstract : This study aims to determine the impact of capital structure on economic and financial commercial profitability in the National Paint Corporation's Souk Ahras Unit during the period 2009-2021, using annual data converted to quarterly periods to obtain 52 observations. It relies on Autoregressive Distributed Lag (ARDL) models and the Vector Error Correction Model (VECM) using Eviews12. Among the main results, it was found that self-financing has a positive impact on economic and financial commercial profitability in the short term, debt ratio has a positive impact on financial profitability, whereas permanent financing has a negative impact on it. There is no relationship between debt ratio and commercial profitability.

Key words: Capital Structure, Commercial Profitability, Economic Profitability, Financial Profitability.
JEL classification codes : G32. M21

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

تعتبر المؤسسة الاقتصادية العمود الفقري الذي يقوم عليه الاقتصاد الوطني لأي دولة، حيث يرتبط تطور هذا الأخير بقدرة المؤسسة على تحقيق معدلات عالية من النمو الاقتصادي. إلا أن ممارسة المؤسسة لأي نشاط اقتصادي يتولد عنه احتياجات تمويلية تلجأ إلى تغطيتها من خلال البحث عن مصادر التمويل المناسبة سواء كانت مصادر داخلية أو خارجية. الهيكل المالي للمؤسسة يترجم الصورة التي تعكس مصادر التمويل لأصولها المختلفة. وتختلف تكلفة التمويل من مورد مالي إلى آخر حسب طبيعته، حيث يعتبر التمويل القوة الدافعة لنشاط المؤسسة التي تسعى دائما إلى الرفع من مردوديتها. حيث هناك العديد من الاستخدامات للمردودية بأنواعها الثلاثة تجارية اقتصادية ومالية، بدءًا من كونها أداة لقياس الفعالية الاقتصادية للنشاط، إلى كونها أداة في يد متخذ القرار المالي.

إشكالية الدراسة:

من ما سبق يمكن صياغة وطرح الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة على النحو التالي:

ما مدى تأثير هيكل التمويل على مردودية المؤسسة الوطنية للدهن وحدة سوق أهراس؟

فرضيات الدراسة: للإجابة على الإشكالية المطروحة نضع الفرضيات التالية:

- هناك علاقة تأثير إيجابية للتمويل الدائم على المردودية الاقتصادية والمالية للمؤسسة الوطنية للدهن وحدة سوق أهراس؛
- التمويل الذاتي يؤثر إيجابيا على المردودية التجارية الاقتصادية والمالية للمؤسسة الوطنية للدهن وحدة سوق أهراس؛
- نسبة الديون تؤثر إيجابيا على المردودية المالية للمؤسسة الوطنية للدهن وحدة سوق أهراس.

أهداف الدراسة: تتمحور أهداف هذه الدراسة في:

- تسليط الضوء على أثر الهيكل المالي على المردودية التي تعتبر من أهم المؤشرات المعتمدة في تقييم الوضعية المالية للمؤسسة وذلك في الأجل القصير والطويل؛
- إبراز الدور الذي تلعبه تشكيلة أهم المصادر المكونة للهيكل المالي في تحسين مردودية المؤسسة الاقتصادية؛
- معرفة تأثير التمويل الذاتي ونسبة الديون على المردودية الاقتصادية والمالية للمؤسسة محل الدراسة.

منهج الدراسة: لتحقيق الأهداف المنشودة اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، في عرض البيانات وتحليل وتفسير المعطيات العملية لدراسة أثر الهيكل المالي على

المردودية التجارية الاقتصادية والمالية، ومنهج دراسة الحالة الذي يظهر في الدراسة التطبيقية في تحليل أثر نسب الهيكل المالي على مردودية المؤسسة الوطنية للدهن وحدة سوق أهراس.

الدراسات السابقة: في ما يلي سنقوم بعرض أهم الدراسات التي تطرقت إلى موضوع الدراسة أو جزء منه مع توضيح ما يميز هذه الدراسة عن سابقاتها:

دراسة (Habibniya, Dsouza, Raza Rabbani, Nawaz, & Demiraj, 2022) سعى الباحثين من خلالها لدراسة تأثير هيكل رأس المال على ربحية الشركات، لقطاع الاتصالات في الولايات المتحدة الأمريكية للفترة 2012 – 2020 لـ 72 شركة، تم استخدام انحدار اللوحة المجمعة والتحليل أحادي المتغير والارتباط ونماذج الإحصاءات الوصفية، وكشفت النتائج أن نسبة العائد على الأصولTLSTAs لها تأثير كبير على العائد على الأصولROA، كما أن نسبة TETAsلها تأثير كبير على العائد على الأصول ROA. ومع ذلك ليس لنسبة TLSTAsوTETAs أي تأثير على العائد على حقوق الملكية ROE.

دراسة (Muhammad & Sher, 2016) هدفت هذه الورقة البحثية إلى تقييم هيكل رأس المال وطبيعة العلاقة بينه وبين ربحية شركات السيارات المدرجة في بورصة كراتشي، تم اختيار 19 شركة كعينة، تم استخدم تحليل الانحدار واختبار الارتباط بمساعدة البرنامج الإحصائي SPSS من أجل التنبؤ بالنتيجة. وخلصت الدراسة إلى أن هيكل رأس المال (الدين/ أسهم رأس المال) يرتبط سلبا مع الربحية، وهو ما يعني أن الزيادة في رأس المال المديون تسبب انخفاضا في ربحية الشركات والعكس صحيح.

دراسة (Mursalim, Mika, & Hadri, 2017) كان الهدف من هذه الدراسة البحث في محددات هيكل رأس المال للشركات في اندونيسيا وماليزيا وتايلندا. باستخدام تحليل المسار للانحدارات الثنائية المتعددة، تم فحص سلوك الرافعة المالية لعينات الشركات المؤلفة من 94 شركة اندونيسية و153 شركة ماليزية و74 شركة تايلندية، للفترة الممتدة من 2008 إلى غاية 2012. وأظهرت النتائج أن ربحية الشركة وحجمها وتقلباتها لها أدوار مهيمنة ومتسقة في تفسير التباين في هيكل رأس المال. أما متغيرات فرصة النمو، الناتج المحلي الإجمالي، معدل التضخم وحوكمة الشركات تؤثر بشكل عام على تباين هيكل رأس المال. علاوة على ذلك ارتبط هيكل رأس المال ارتباطا كبيرا بأداء الشركات.

دراسة (Muhammad, 2017) كان الهدف من هذه الدراسة هو التأكد من تأثير هيكل رأس المال على ربحية الشركة، وركزت الدراسة على صناعة السيارات وتم أخذ 05 شركات كعينة، وكانت الفترة المرجعية للدراسة هي 05 سنوات. بتوظيف تحليل النسب المختلفة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن هيكل رأس المال له تأثير كبير من الناحية الإحصائية على ربحية الشركات.

دراسة (Hussain, 2015) أجريت هذه الدراسة للتحقق من تأثير هيكل رأس المال على أداء الشركات، تم اختيار 08 شركات كعينة من مؤشر بورصة الكويت 100. وتم تطبيق تحليل النسب على بيانات 07 سنوات من سنة 2007 إلى غاية سنة 2013. كما تم تطبيق تحليل الانحدار وتحليل الارتباط على البيانات للتحقق من العلاقة بين هيكل رأس المال والربحية. تم التوصل إلى أن هيكل رأس المال له تأثير سلبي على ربحية الشركات، ومع زيادة نسبة الدين عاما بعد عام تنخفض ربحية الشركات.

دراسة (Aishwarya, R, & Suresh, 2020) كانت حول تأثير هيكل رأس المال على ربحية الشركات المدرجة في البورصة الهندية في مجال صناعة السيارات، وتم استخدام التأثير الثابت والتأثير العشوائي من خلال النظر في بيانات 10 سنوات من سنة 2010 إلى غاية 2019 ل 17 شركة سيارات، وأثبتت الدراسة أن العلاقة بين متغيرات الربحية وهيكل رأس المال ذات دلالة قوية.

دراسة (Rahman, Sadrul, & Joyen, 2019) سعت الدراسة إلى الكشف عن تأثير هيكل رأس المال على ربحية شركات التصنيع المتداولة في البورصة في بنغلاديش، وتم تطبيق انحدار الأثر الثابت، وتم تحليل عينة من 50 ملاحظة لـ 10 شركات تصنيع مختارة مدرجة في بورصة الأوراق المالية خلال الفترة من 2013 إلى 2017. توصلت الدراسة إلى أن نسبة الدين ونسبة حقوق الملكية لها تأثير إيجابي كبير ولكن نسبة الدين إلى حقوق الملكية لها تأثير سلبي كبير على العائد على الأصول. كما توصلت الدراسة أيضا إلى أن نسبة حقوق الملكية لها تأثير إيجابي كبير، ولكن نسبة الدين إلى حقوق الملكية لها تأثير سلبي كبير على العائد على حقوق المساهمين، ونسبة الدين إلى حقوق المساهمين لها تأثير سلبي كبير على ربحية السهم.

دراسة (CO, Mai UONG, & NGUYEN, 2021) هدفت الدراسة إلى فحص وقياس أثر هيكل رأس المال على ربحية الشركات في الأسواق الناشئة، وشملت عينة البحث 18 شركة مطاط مدرجة في بورصة فيتنام في الفترة من 2015 إلى غاية 2019. باستخدام برنامج Stata 16 اختارت الدراسة نموذج معالجة البيانات وتقييم مدى ملائمة نموذج تحليل الانحدار. وأظهرت نتائج البحث أن الربحية (مقاسة بالعائد على حقوق المساهمين) لها علاقة إيجابية مع نسبة الدين إلى الأصول وتكون العلاقة سلبية على المدى الطويل. وأظهرت النتائج أيضا تأثيرا إيجابيا لحجم الشركة ونمو الإيرادات على الربحية، في حين أن السيولة ونسبة الأصول الثابتة الملموسة إلى إجمالي الأصول لا تؤثر بشكل كبير.

دراسة (Ullah, Aun, & Nadeem, 2015) كان الهدف من هذه الدراسة تحليل الارتباط بين هيكل رأس المال والربحية وسرعة قياس أهميتهما في الصناعات التحويلية وغير التحويلية في باكستان للفترة من 2008 إلى 2013، باستخدام إحصاءات وصفية لتفسير البيانات. وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقة بين الربحية والديون في المؤسسات الصناعية وغير الصناعية ضئيلة، والعلاقة بين الربحية والديون إيجابية قوية. وأثبتت الدراسة أيضا أن الصناعة التحويلية وجدت انحدارا سلبيا قويا بين الديون والأرباح، والصناعة غير التصنيعية وجدت انحدارا موجبا قويا بين الديون والأرباح.

دراسة (Musah, 2017) بحثت الدراسة تأثير هيكل رأس المال (مقاسا بنسبة الدين قصير الأجل نسبة الديون طويلة الأجل ونسبة الديون الإجمالية) على الربحية (المقاسة بالعائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية) للبنوك التجارية في غانا. أخذت الدراسة عينة من 23 بنكا للفترة 2010 – 2015 باستخدام تحليل الارتباط وتحليل الانحدار. وكشف التحليل أن نسبة الديون قصيرة الأجل ونسبة الديون طويلة الأجل ترتبط سلبا بربحية البنوك، ونسبة إجمالي الديون ترتبط إيجابا بربحية البنوك في غانا. وفيما يتعلق بمتغيرات التحكم ارتبط حجم الشركة والملكية الأجنبية وعمر البنك ارتباطا إيجابيا بربحية البنوك، في حين أن نمو الودائع ارتبط سلبا بالربحية.

دراسة (ياسر، بشيشي، و مجلخ، 2021) هدفت الدراسة في شقها التطبيقي إلى تحليل وصف وقياس أثر الهيكل المالي على المردودية الاقتصادية للفترة 2018/2010 في مؤسسة مطاحن عمر بن عمر. باستخدام نموذج الانحدار الذاتي وبالاعتماد على مخرجات Eviews 10 توصلت الدراسة إلى وجود أثر عكسي للهيكل المالي على المردودية الاقتصادية، وعدم وجود علاقة سببية في أي اتجاه في المؤسسة محل الدراسة.

دراسة (بشيشي، مجلخ، و بن يونس، 2021) هدفت الدراسة التطبيقية إلى تحليل، وصف وقياس أثر الهيكل المالي على المردودية التجارية للفترة 2018/2010 في مؤسسة مطاحن عمر بن عمر. بالاعتماد على الأسلوب الكمي من خلال استخدام النماذج والبرامج الإحصائية القياسية الكمية،توصلت الدراسة إلى وجود أثر علاقة عكسية بين الهيكل المالي والمردودية التجارية، وعدم وجود علاقات سببية في أي اتجاه بين متغيري الدراسة في المؤسسة.

دراسة (الكريم و سائحي، 2022) هدفت الدراسة إلى قياس أثر الهيكل المالي على معدل نمو ونشاط المؤسسة الاقتصادية سونلغاز بقالمة للفترة 2017/ 2020، باستخدام التحليل بالنسب المالية توصلت الدراسة إلى وجود أثر لتركيبة الهيكل المالي على نشاط المؤسسة محل الدراسة من خلال رقم أعمالها استهلاكها ونتائجها مما أثر بشكل مباشر على نموها.

دراسة (سليم، بن يونس، و بشيشي، 2020) هدفت الدراسة إلى قياس وتحليل أثر الهيكل المالي على المردودية المالية خلال الفترة من 2010 إلى غاية 2018 في مؤسسة مطاحن عمر بن عمر. بالاعتماد على نموذج الانحدار الذاتي ومخرجات برنامج Eviews 10 توصلت الدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين المردودية المالية والهيكل المالي، كذلك وجود دلالية تفسيرية قوية للمتغير التابع الهيكل المالي بالنسبة للمتغير المستقل المردودية المالية في المؤسسة محل الدراسة.

بالرغم من أن موضوع الدراسة يشبه إلى حد كبير مواضيع الدراسات السابقة، إلا أن ميدان التطبيق والمكان يختلف تماما، فالملاحظ في الدراسات السابقة الأجنبية أنها كانت في بلدان ومؤسسات أخرى غير الجزائر، والملاحظ أيضا أن نتائج هذه الدراسات تختلف باختلاف مؤسسة التطبيق وكذلك النسب المستعملة في الدراسة مختلفة، أما بالنسبة للدراسات المحلية من ناحية الموضوع تقريبا نفسه مع اختلاف مؤسسة الدراسة، لذلك سيكون هناك اختلاف كبير في النتائج المتوصل إليها، كما أن الدراسات المحلية درست كل نوع من المردودية في مقال ودراسة مستقلة، وكان المتغير المستقل فيها هو المردودية والمتغير التابع هو الهيكل المالي على عكس دراستنا فقد جمعت الأنواع الثلاثة للمردودية في دراسة واحدة والمتغير المستقل هو الهيكل المالي والمتغيرات التابعة هي المردودية التجارية الاقتصادية والمالية، وبالنسبة لمؤسسة الدراسة فجميع الدراسات السابقة فيها اعتمدت على التحليل بالنسب المالية على عكس دراستنا التي استخدم فيها نماذج وبرامج الإحصاء القياسي.

2. التعريف بمتغيرات الدراسة.

1.2. الهيكل المالي: يعرف على أنه كيفية تمويل إجمالي موجودات استثمارات المؤسسة، ويتمثل ذلك بالجانب الأيسر للميزانية، أي جانب المطلوبات وحقوق المساهمين الذي يبين كافة وسائل التمويل التي تستخدمها المؤسسة. وهنا يفرق بينه وبين هيكل رأس المال الذي يتعلق بمصادر التمويل طويلة الأجل والدائمة، كالديون الطويلة الأجل، والأسهم العادية، والأرباح المحتجزة (سليمان، 2008، صفحة 58).

يعرف أيضا على أنه" تشكيلة المصادر التي تحصلت منها المؤسسة على الأموال المطلوبة لغرض تمويل استثماراتها، وهو يتضمن جميع الفقرات المكونة لجانب الخصوم و حقوق الملكية " (التميمي، 2009، صفحة 349).

2.2. المردودية التجارية: تشمل مستوى النشاط، وذلك من أجل معرفة ما إذا كانت المؤسسة تحقق نتيجة كافية من المبيعات لتغطي تكاليفها الثابتة والمتغيرة، وتعكس هذه النسبة قدرة

المؤسسة على تقديم المنتجات بتكلفة أدنى أو أعلى، لذلك فهي تشير إلى قدرة الدينار الواحد من المبيعات على توليد الربح.

2.3. المردودية الاقتصادية: تهتم المردودية الاقتصادية بالنشاط الرئيسي وتستبعد الأنشطة الثانوية والأنشطة ذات الطابع الاستثنائي، حيث تحمل في مكوناتها عناصر دورة الاستغلال (إلياس و يوسف، 2011، صفحة 281).

4.2. المردودية المالية: وتسمى كذلك بمردودية الأموال الخاصة أو عائد الأموال الخاصة، وتحدد مستوى مساهمة الأموال الخاصة في تحقيق النتيجة التي تسمح بدورها من استعادة الأموال الخاصة وزيادة حجمها (حفاصة، 2021/2020، صفحة 56، 57).

3. الدراسة القياسية.

1.3. متغيرات الدراسة ومصدر البيانات: للإحاطة بكل جوانب الإشكالية المطروحة من خلال هذه الورقة البحثية، التي تتمحور بشكل رئيسي حول تحديد آثار هيكل التمويل على كل من المردودية التجارية، الاقتصادية والمالية في المؤسسة الوطنية للدهن وحدة سوق أهراس وذلك خلال الفترة(2009-2021)، بالاعتماد على نماذج تصحيح الخطأ (في حالة توفر افتراضات هذه النماذج)، ويتعلق الأمر بنماذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية المبطئة(ARDL)، والتي تتيح إمكانية قياس وتتبع اثر هيكل التمويل على كل من المردودية التجارية، الاقتصادية والمالية وذلك بالأجلين الطويل والقصير، وهو الأمر الذي يمثل اكبر قصور في النماذج الساكنة التي تلغي تأثير الزمن على متغيرات الدراسة بشكل عام، أي أن الاعتماد على النماذج الديناميكية يعطي نتائج أكثر كفاءة وموثوقية وإمكانية أوسع في التحليل، وتأسيسا على ما تقدم سيتم تقدير ثلاث نماذج يركز كل نموذج على قياس اثر مؤشرات هيكل رأس المال على كل نوع من أنواع المردودية بشكل منفرد، وفيما يخص عرض متغيرات الدراسة، طرق حسابها ومصادر جمع البيانات موضحة في الجدول التالي:

الجدول 1: المتغيرات المعتمدة في نماذج الدراسة.

نوع المتغير	الرمز	الوصف	المصدر
تابع	المردودية التجارية (COMP)	النتيجة الصافية/ رقم الأعمال	
	المردودية الاقتصادية (ECE)	النتيجة العملياتية/مجموع الأصول	
	المردودية المالية (FRET)	النتيجة الصافية/ الأموال الخاصة	
مستقلة	التمويل الدائم (PERF)	الأموال الدائمة/ الأصول الثابتة	
	التمويل الذاتي (SF)	الأموال الخاصة/ الأصول الثابتة	
	نسبة الديون(ARD)	مجموع الديون/ مجموع الأصول	

المصدر: تم إعداد هذا الجدول من قبل الباحثين بناء على الدراسات السابقة.

تجدر الإشارة هنا إلى انه قد تم حذف متغير الاستقلالية المالية كمؤشر من مؤشرات الهيكل المالي لارتباطه الخطي التام مع مؤشر نسبة الديون. ويمكن كتابة الصياغة الرياضية العامة لنماذج الدراسة الثلاث على النحو التالي:

- **النموذج الأول: تأثير الهيكل المالي على المردودية التجارية للمؤسسة الوطنية للدهن.**

$$\mathrm{COMP} = f(PERF; SF; ARD)$$

$$\mathrm{d(COMP_t)} = \alpha + \rho\mathrm{COMP_{t-1}} + \beta_1 PERF_{t-1} + \beta_2 SF_{t-1} + \beta_3 ARD_{t-1} + \sum_{j=0}^{q-1}(\gamma_n * \Delta\mathrm{COMP_{t-J}}) + \sum_{j=0}^{q-1}(\sigma_n * \Delta PERF_{t-J}) + \sum_{j=0}^{q-1}(\delta_n * \Delta SF_{t-J}) + \sum_{j=0}^{q-1}(\theta_n * \Delta ARD_{t-J}) + \mu_t$$

- **النموذج الثاني: تأثير الهيكل المالي على المردودية الاقتصادية للمؤسسة الوطنية للدهن.**

$$\mathrm{ECE} = f(PERF; SF; ARD)$$

$$\mathrm{d(ECE_t)} = \alpha + \rho\mathrm{COMP_{t-1}} + \beta_1 PERF_{t-1} + \beta_2 SF_{t-1} + \beta_3 ARD_{t-1} + \sum_{j=0}^{q-1}(\gamma_n * \Delta\mathrm{ECE_{t-J}}) + \sum_{j=0}^{q-1}(\sigma_n * \Delta PERF_{t-J}) + \sum_{j=0}^{q-1}(\delta_n * \Delta SF_{t-J}) + \sum_{j=0}^{q-1}(\theta_n * \Delta ARD_{t-J}) + \mu_t$$

- **النموذج الثالث: تأثير الهيكل المالي على المردودية المالية للمؤسسة الوطنية للدهن.**

$$\mathrm{FRET} = f(PERF; SF; ARD)$$

$$\mathrm{d(FRET_t)} = \alpha + \rho\mathrm{FRET_{t-1}} + \beta_1 PERF_{t-1} + \beta_2 SF_{t-1} + \beta_3 ARD_{t-1} + \sum_{j=0}^{q-1}(\gamma_n * \Delta\mathrm{FRET_{t-J}}) + \sum_{j=0}^{q-1}(\sigma_n * \Delta PERF_{t-J}) + \sum_{j=0}^{q-1}(\delta_n * \Delta SF_{t-J}) + \sum_{j=0}^{q-1}(\theta_n * \Delta ARD_{t-J}) + \mu_t$$

حيث: (α) يمثل القاطع أو ثابت التقدير، (ρ) معامل تصحيح الخطأ وكل من $(\beta_1 \dots . \beta_4)$ معاملات الأجل الطويل للمتغيرات المستقلة في حين يمثل كل من $(\gamma، \sigma، \delta، \theta، \varphi)$ معاملات الأجل القصير للمتغيرات المستقلة و $(j ;1\dots\dots\dots n)$

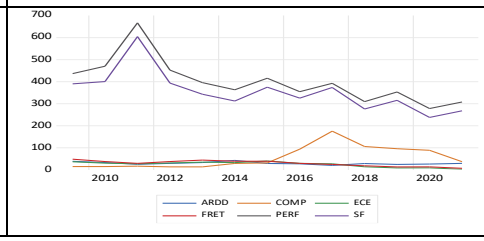
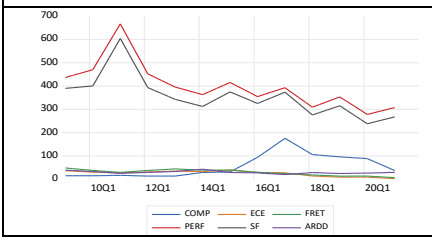
درجة تأخير النموذج و (t : 1……T) يمثل الزمن، و μ_t تمثل حد الخطأ العشوائي والذي يعتبر تشويشا أيضا.

2.3. الاختبارات التشخيصية أو القبلية للنماذج.

قبل البدء في تطبيق هذه النماذج، يجب تحويل البيانات السنوية إلى فترات ربع سنوية باستخدام برامج القياس الاقتصادي مثلEviews12، مع الحرص على الحفاظ على خصائص البيانات؛ وهو ما يظهر بشكل واضح من خلال الشكلين المواليين:

تُعد هذه المرحلة (مرحلة ما قبل التشخيص) أساسية لعملية النمذجة القياسية، حيث تضمن صحة النتائج وتحقيقها للدقة والموثوقية.

الشكل 1: مقارنة بين السلاسل الزمنية السنوية (الأصلية) والربع سنوية (المحولة).

البيانات السنوية (الأصلية)	البيانات الربع سنوية (محولة)
	

المصدر: تم إعداد هذا الجدول من قبل الباحثين باستخدام برنامج EVIEWS 12.

توضح الأشكال المقدمة تطابقًا تامًا بين البيانات الأصلية والبيانات المحولة إلى فترات ربع سنوية. بلغ عدد المشاهدات في البيانات المحولة 52 مشاهدة، وهو عدد كافٍ لتطبيق أي نموذج من نماذج الانحدار الذاتي.

1.2.3 نتائج الدراسة الإستقرارية.

تُعد السلاسل الزمنية مستقرة إذا لم تحتوي على جذر أحادي .(unit root) ويُعد اختبار Phillips-Perron (Pp) من أبرز الاختبارات المعتمدة لاكتشاف وجود جذر الوحدة في الأدبيات التطبيقية. يرتكز الاختبار على الفرضيات الصفرية التـــــالية:

- **الفرضية الصفرية** :(**H0**) السلسلة غير مستقرة (وجود جذر الوحدة).
- **الفرضية البديلة** :(**H1**) السلسلة مستقرة (عدم وجود جذر أحادي).

من خلال النتائج الموضحة في الملحق رقم (01) يظهر أن متغيرات الدراسة غير متكاملة عند المستوى أي يمكننا قبول الفرضية الصفرية لاختبار(Pp – Philips and Perron)

بالنسبة لكل المتغيرات(SF؛FRET ؛ ECE؛ COMP؛ ARD) وفي نماذج الاختبار الثلاث (في وجود ثابت، في وجود ثابت واتجاه عام، عدم وجود ثابت واتجاه عام)؛ وتم القفز إلى هذه النتيجة بناء على أن القيم الاحتمالية للاختبار أكبر تماما من القيمة المرجعية (0.05) في كل النماذج، وبالتالي تم قبول فرضية العدم للاختبار عند مستوى دلالة 5% أي أن متغيرات الدراسة الخاصة بالنماذج الثلاث والسالفة الذكر غير مستقرة عند المستوى وتظهر عدم استقرارية ناتجة عن وجود سيرورة عشوائية من النوع DS؛ مع وجود استثناء وحيد بالنسبة لمؤشر المردودية المالية (FRET) فقط أظهرت نتائج اختبار (Pp) استقرارية هذا الأخير عند المستوى وفي النموذج الأول للاختبار على اعتبار أن القيمة المحسوبة في هذا النموذج ($t_{stat} = -2.12$) وهي أكبر من القيم الجدولية المقابلة لها عند مستوى دلالة أقل من (5%)، وبشكل عام يمكن قبول فرضية عدم استقرار كل المؤشرات المدرجة في نماذج الدراسة الثلاث.

وعند إجراء الفروقات الأولى لكل من المتغيرات التابعة والمفسرة لنماذج الدارسة أظهرت نتائج الاختبار استقرارية كل المؤشرات (الملحق رقم (01)) عند مستوى دلالة 5%، وذلك على اعتبار أن القيم الاحتمالية المرتبطة بإحصائية ستودنت بالنسبة لكل المؤشرات وفي كل نماذج اختبار (Pp – Philips and Perron)أقل تماما من القيمة الحرجة (0.05).

تأسيساً على نتائج اختبارات استقرارية السلاسل الزمنية التي أظهرت أن متغيرات الدراسة متكاملة عند الدرجة الأولى (I_1) مما يتيح حسب (Pesseran and Shin 2001) إمكانية وجود علاقة توازنية في الأجل الطويل من مؤشرات هيكل التمويل باتجاه مؤشرات المردودية الثلاث في نماذج الدراسة الثلاث، وذلك لأن السلاسل الزمنية لمؤشرات النماذج المعتمدة في الدراسة متكاملة عند الفرق الأول، وهو مؤشر على إمكانية تطبيق منهجية الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية المبطئة على نماذج الدراسة، حيث أن أهم فرضياته هي أن تكون السلاسل الزمنية لمتغيرات أي نموذج مستقرة عند المستوى والفرق الأول أو أن تكون مزيجا بينهما.

2.2.3 اختبار التكامل المشترك وفق منهجية الحدود.

من خلال هذا الجزء سيتم اختبار توازنية العلاقة في الأجل الطويل بين مؤشرات الهيكل المالي من جهة، ومؤشرات المردودية الثلاث بشكل منفرد (التجارية؛ الاقتصادية؛ المالية)، بالاعتماد على اختبار الحدود والافتراضات المطلوبة في معامل تصحيح الخطأ، وقبل ذلك سيتم

تحديد درجة التأخير المثلى في كل مؤشر وفق كل نموذج من نماذج الدراسة. حيث يتم تحديد درجة تأخير كل مؤشر بطريقة أوتوماتيكية والتي توفرها الإصدارات الحديثة من البرامج القياسية، من خلال تصغير قيم معايير المفاضلة (اعتماد معيار AIC) ونتائج اختبارات المفاضلة موضحة في الملحق رقم (02).

في النموذج الأول والخاص بقياس أثر مؤشرات الهيكل المالي على المردودية التجارية تم تأخير المتغير التابع بفترتين زمنيتين (t–2) في حين أن المتغيرات المفسرة تم تأخيرها (0، 2، 2) كما هو موضح في الملحق رقم 02.

بالنسبة للنموذجين الثاني والثالث اللذان يدرسان أثر مؤشرات الهيكل المالي على كل من المردودية الاقتصادية والمالية فقد تم تأخير المتغيرات التابعة للنموذجين بفترتين زمنيتين، أما المتغيرات المفسرة للنموذجين فقد تم تأخيرها على الترتيب كمايلي: (1، 1، 1) و (0، 4، 2) كما يوضحه الملحق رقم 02. بعد تحديد درجة التأخير لنماذج الدراسة سيتم تقدير معادلات التكامل المشترك ونتائج اختبار الحدود لكل نموذج كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول 2: معادلات التكامل المشترك واختبارات الحدود.

Dependent Variable: D(COMP) النموذج الأول			Dependent Variable: D(ECE) النموذج الثاني		
Sample: 2009Q1 2021Q4			Sample: 2009Q1 2021Q4		
Var	Coef	Prob.	Var	Coef	Prob.
C	42.53	0.01	C	-4.30	0.01
COMP(-1)*	-0.19	0.00	ECE(-1)*	-0.06	0.01
معاملات الأجل القصير			معاملات الأجل القصير		
D(COMP(-1))	0.74	0.00	D(ECE(-1))	0.48	0.00
D(PERF)	-2.63	0.00	D(ARDD)	-0.31	0.00
D(PERF(-1))	2.56	0.00	D(SF)	0.16	0.01
D(SF)	2.63	0.00	D(PERF)	-0.19	0.00
D(SF(-1))	-2.55	0.00	معاملات الأجل القصير		
معاملات الأجل الطويل			Var	Coef	Prob.
Var	Coef	Prob.	ARDD	1.96	0.00
ARDD	-1.45	0.22	SF	-0.11	0.79
PERF	-3.50	0.00	PERF	0.17	0.66
SF	3.61	0.00			
النموذج الثالث Dependent Variable: D(FRET)					
Var	Coef	Prob.	معامل تصحيح الخطأ		
COMP(-1)*	-0.03	0.17			

المصدر: تم إعداد هذا الجدول من قبل الباحثين باستخدام برنامج EVIEWS 12.

- **معامل تصحيح الخطأ:** بلغت قيمة معامل تصحيح الخطأ لنموذج الدراسة الأول والثاني على الترتيب (0.19-؛ 0.06-) أي أنهما يحققان الشرط الكافي (سالبية معامل تصحيح الخطأ) والتي تمثل قوة الجذب نحو التوازن بين الأجلين القصير والطويل، كما أنهما يحققان الشرط اللازم (دالين من الناحية الإحصائية)لأن القيمة الاحتمالية لاختبار ستودنت الخاصة بمعلمتي تصحيح الخطأ للنموذجين الأول والثاني على الترتيب= $Prop - T_{Stat}$ 0.01 ؛0.00أقل تماما من القيمة المرجعية (0.05)، ووحدة الزمن التي يحتاجها معامل تصحيح الخطأ لتعديل انحرافات الأجل القصير وبالتالي بلوغ التوازن في الأجل الطويل بالنسبة للنموذجين الأول والثاني على الترتيب هي:($\frac{1}{0.19}$=5.26) بالتقريب خمسة فصول أي سنة وثلاثة اشهر و ($\frac{1}{0.06}$=16.66) بالتقريب أربع سنوات (16 فصل).

فيما يخص النموذج الثالث فقد بلغت قيمة معامل تصحيح الخطأ (0.03-) وهي قيمة سالبة أي أنها تحقق الشرط الأول، لكنها غير دالة إحصائيا وبالتالي فهي لا تحقق الشرط الكافي، وبالتالي فلا توجد علاقة توازنية في الأجل الطويل من مؤشرات الهيكل المالي باتجاه مؤشر المردودية المالية، ولا يمكن اعتماد منهجية ARDL لتقدير النموذج الثالث من الدراسة وسيتم اعتماد أسلوب قياسي أخر في عملية التقدير يتوافق وخصائص البيانات للنموذج الثالث.

- **اختبار الحدود (Bond Test):**

الجدول 4: نتائج اختبارات الحدود لنماذج الدراسة الثلاث.

F-Bounds Test				
Null Hypothesis: No levels relationship				
النموذج الأول				
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	13.72		Asymptotic: n=50	
k	3	5%	3.5	4.7
Actual Sample Size	47			
النموذج الثاني				
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	6.13		Asymptotic: n=50	
k	3	5%	3.5	4.7
Actual Sample Size	47			
النموذج الثالث				

Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
F-statistic	3		Asymptotic: n=45	
k	3	5%	3.078	4.022
Actual Sample Size	45			

المصدر: تم إعداد هذا الجدول من قبل الباحثين باستخدام برنامج EVIEWS 12.

بالنسبة للنموذجين الأول والثاني على الترتيب فقد بلغت قيمة إحصائية (F_{stat}=13.72؛ 6.13) وهي أكبر من القيمتين الجدوليتين الدنيا والعليا للجدول المعد من طرف (Pessiran And Shin) على التوالي (4.7، 3.5) عند مستوى الدلالة 5%، وبالتالي يمكن الجزم بوجود علاقة توازنية بالأجل الطويل من مؤشرات الهيكل المالي في نموذجي الدراسة الأول والثاني نحو مؤشرات المردودية التجارية والاقتصادية في المؤسسة الوطنية للدهن خلال فترة الدراسة وهذا بناءً على نتائج اختبار الحدود (Bond test) وكذا شروط معاملات تصحيح الخطأ.

بالنسبة للنموذج الثالث فقد أظهرت نتائج اختبار الحدود أيضا عدم وجود علاقة توازنية في الأجل الطويل من مؤشرات الهيكل المالي باتجاه المردودية المالية حيث أن القيمة المحسوبة للاختبار بلغت (3.00)، وهي أقل تماما من الحد الأعلى للقيم الجدولية والذي بلغ (4.02)، وبالتالي قبول الفرضية الصفرية للاختبار والتي تنص على عدم توازنية العلاقة في الأجل الطويل بالنموذج الثالث.

بناء على نتائج اختبارات التكامل المشترك والتي أفضت إلى وجود علاقة توازنية في الأجل الطويل بين متغيرات النموذجين الأول والثاني بشكل مفرد، وعدم وجود علاقة توازنية في النموذج الثالث، سيتم في المراحل الموالية تقسيم التحليل القياسي والاقتصادي إلى جزأين أين سيتم في الجزء الأول من عملية التحليل التركيز على النموذجين الأول والثاني، أما الجزء الثاني فسيتناول تحليل النموذج الثالث، وذلك لضرورة اختلاف منهجية القياس المعتمدة بينها.

3.3 اختبارات مشاكل القياس.

قبل البدء في عملية التحليل الاقتصادي لنموذج الدراسة وجب أولا التأكد من خلوه من مختلف مشاكل القياس، والتي قد تتسبب في الحصول على مقدرات زائفة ومتحيزة وبالتالي الوصول إلى نتائج مضللة، بالإضافة إلى التحقق من الاستقرار الهيكلي لنموذج (ARDL) المقدر باستخدام اختبار (CUSUM)، ونتائج هذه الاختبارات ملخصة في الجداول والأشكال التالية:

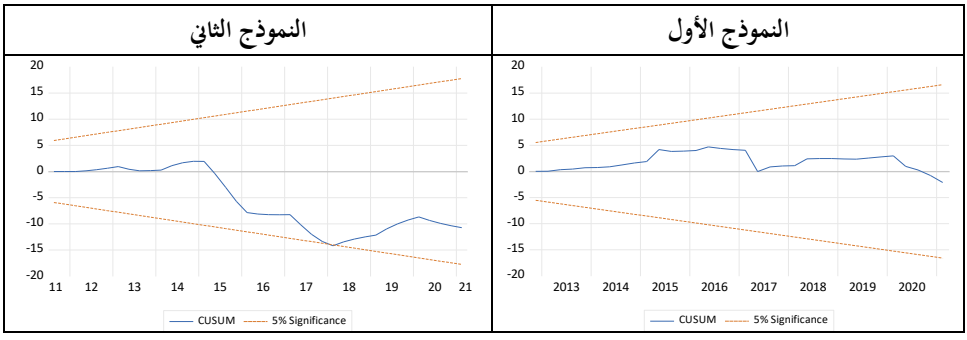
الجدول 5: ملخص لاختبارات مشاكل القياس الكلاسيكية.

الثاني		الأول		النموذج	
prob	V-stat	prob	V-stat	test	الاختبار
0.96	0.076	0.60	1.01	Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:	الارتباط الذاتي بين الأخطاء
0.44	9.98	0.31	10.39	Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey	عدم ثبات التباين

المصدر: تم إعداد هذا الجدول من قبل الباحثين باستخدام برنامج EVIEWS 12.

تنص فرضية العدم للاختبارين أعلاه على عدم وجود المشكلة (مشكلة الارتباط الذاتي بين الأخطاء؛ عدم ثبات تباينات الأخطاء؛)، وبناء على النتائج الموضحة في الجدول السابق فإن القيم الاحتمالية لاختبارات عدم ثبات التباين (Heteroskedasticity Test: ARCH) واختبار الارتباط الذاتي بين الأخطاء (Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test) ،أكبر من القيمة المرجعية (0.05) ، وبالتالي قبول فرضية العدم بالنسبة لكل الاختبارات أي يمكن القول بأن النموذجان المقدران محل الدراسة لا يعانيان من مشاكل القياس أعلاه. فيما يلي اختبار الثبات الهيكلي لنموذج الدراسة:

الشكل 2: نتائج اختبار المجموع التراكمي.



المصدر: تم إعداد هذا الجدول من قبل الباحثين باستخدام برنامج EVIEWS 12.

من خلال الشكلين أعلاه يظهر أن القيم التجميعية (بالخط الأزرق) تقع داخل مجالات الثقة (الخط الأحمر) وبالتالي فمقدرات نموذجي الدراسة تمتاز بالاستقرار خلال فترة الدراسة، وبعبارة أخرى توجد معادلة واحدة لكل نموذج على حدا خلال فترة الدراسة.

4.3. التحليل الاقتصادي لنماذج الدراسة.

4.3. 1. التحليل الاقتصادي للنموذج الأول.

بناءا على النتائج الموضحة في الجدول 03 والذي يظهر معادلة التكامل المشترك من مؤشرات الهيكل المالي باتجاه مؤشر المردودية التجارية يمكن تسجيل النتائج التالية:

أ. في الأجل القصير: تشير الإشارة الموجبة للمعلمة المرتبطة بمؤشر التمويل الذاتي بإبطاء فترة زمنية واحدة ((D(SF)) إلى الأثر الايجابي لهذا المؤشر على المردودية التجارية في المؤسسة محل الدراسة بالأجل القصير وبمرونة مرتفعة نسبيا (2.63%)، بالنسبة لتأثير نفس المتغير (مؤشر التمويل الذاتي) بإبطاء فترتين زمنيتين فقد كان سالبا على مؤشر المردودية التجارية وبمرونة (2.55%-) ويمكن تفسير النتيجة بناء على أن ارتفاع التمويل الذاتي يعني أن الشركة تعتمد بشكل أقل على التمويل الخارجي، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الاستثمار والنمو، مما بدوره يمكن أن يؤدي إلى تحسين المردودية التجارية، مع ذلك، فإن تأثير مؤشر التمويل الذاتي على المردودية التجارية يصبح سلبيًا (بإبطاء فترتين زمنيتين)، فمن المهم استخدام التمويل الذاتي بشكل متوازن مع التمويل الخارجي لضمان كفاءة هذا النوع من التمويل في تحقيق مردودية تجارية أعلى.

من جهة ثانية فإن مؤشر التمويل الدائم يؤثر بشكل ايجابي على المردودية التجارية في الأجل القصير بمرونة تتراوح في المجال (2.63% ؛2.55%) بين الإبطاء الأول والثاني وهي مرونة مرتفعة تعكس ارتفاع التمويل الدائم يعني أن الشركة لديها المزيد من الموارد المتاحة للاستثمار في الأصول الجديدة أو البحث والتطوير، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية والكفاءة، مما بدوره يمكن أن يؤدي إلى تحسين المردودية التجارية.

ب. في الأجل الطويل: تشير الإشارة السالبة للمعلمة المرتبطة بمؤشر التمويل الدائم (PERF) إلى الأثر السلبي لهذا المتغير على مؤشر المردودية التجارية في الأجل الطويل، حيث أن زيادة حجم التمويل الدائم بنسبة 1%يؤدي إلى تراجع قيمة مؤشر المردودية في الأجل الطويل بنسبة 3.5%، ويمكن تفسير هذه النتيجة بناء على ثلاث عوامل رئيسية، التكلفة المرتفعة للتمويل الدائم، بالإضافة إلى زيادة المخاطر المالية والاستثمار في الأصول غير الإنتاجية.

كما تشير الإشارة الموجبة للمعلمة المرتبطة بمتغير التمويل الذاتي (SF) إلى الأثر الايجابي لهذا المتغير على مؤشر المردودية التجارية في الأجل الطويل، حيث أن ارتفاع التمويل الذاتي بنسبة 1% يؤدي إلى زيادة مؤشر المردودية التجارية في الأجل الطويل بـ3.61%، ويمكن تفسير هذه النتيجة من خلال الدور الذي يلعبه التمويل الذاتي في تقليل تكلفة التمويل. لا تتطلب أموال التمويل الذاتي (مثل أرباح الأسهم) فوائد مثل القروض، مما يُقلّل من تكلفة التمويل للشركة ويُحسّن من أرباحها ويزيد من المردودية التجارية بالأجل الطويل.

تشير النتائج المتوصل إليها إلى عدم وجود علاقة بين نسبة الدين والمردودية التجارية في الأجل القصير أو الطويل. بعبارة أخرى، لا تؤثر نسبة الدين على أرباح الشركة على المدى القصير أو الطويل.يمكن تفسير النتيجة أو إهمالها.

4.3. 2. التحليل الاقتصادي للنموذج الثاني.

بالرجوع إلى الجدول 04 والذي يظهر معادلة التكامل المشترك من الهيكل المالي باتجاه مؤشر المردودية الاقتصادية يمكن تسجيل النتائج التالية:

أ. في الأجل القصير: تشير الإشارة الموجبة للمعلمة المرتبطة بمؤشر التمويل الذاتي بإبطاء فترة زمنية واحدة ((D(SF)) إلى الأثر الايجابي لهذا المتغير على مؤشر المردودية الاقتصادية في الأجل القصير، حيث أن ارتفاع التمويل الذاتي لفترة سابقة بنسبة (1%) يؤدي إلى زيادة قيمة مؤشر المردودية الاقتصادية في الفترة الحالية بنسبة (0.16%)، وهي نتيجة منطقية على اعتبار أن التمويل الذاتي يمثل تخفيضا في تكاليف تمويل المؤسسة وتحسينا في هيكل التمويل كما تم الإشارة في النموذج الأول (**نثبت صحة الفرضية الثانية**).

فيما يخص باقي مؤشرات الهيكل المالي بإبطاء فترة زمنية واحدة (نسبة الديون، والتمويل الدائم) فقد كان لها تأثير سلبي على المردودية الاقتصادية بالأجل القصير وبمرونة بلغت على الترتيب (0.19%؛ 0.31%)، فمن جهة أولى تتطلب كل من القروض (التمويل الدائم) والديون فوائد، مما يُزيد من تكلفة التمويل للمؤسسة ويُقلّل من أرباحها في الفترة الحالية، ومن جهة أخرى يؤدي استخدام القروض أو التمويل الدائم إلى انخفاض كفاءة العمليات، مما قد يُقلّل من أرباح المؤسسة في الفترة الحالية (**ننفي صحة الفرضية الأولى**).

ب. في الأجل الطويل: في الأجل الطويل يتغير تأثير التمويل الذاتي من الإيجاب إلى السلب على المردودية الاقتصادية وبمرونة تقدر بـ (0.11%)، كما يتحول تأثير كل من نسبة الديون والتمويل الدائم على المردودية الاقتصادية بالأجل الطويل من السلب إلى الإيجاب وبمرونة بلغت على الترتيب (1.96%؛ 0.17%)، فبالنسبة للتمويل الذاتي في الأجل القصير يُقلّل من تكلفة التمويل ويُحسّن من الهيكل المالي، مما يُؤدّي إلى زيادة المردودية الاقتصادية؛ أما في الأجل الطويل قد يؤدي الاعتماد المفرط على التمويل الذاتي إلى انخفاض الاستثمار في الأصول الجديدة، مما قد يُؤدّي إلى انخفاض المردودية الاقتصادية.

فيما يخص نسبة الدين في الأجل القصير، تُشير نسبة الدين المرتفعة إلى مخاطر مالية أكبر، مما قد يُقلّل من ثقة المستثمرين ويُؤثّر سلبًا على المردودية الاقتصادية للمؤسسة، أما في الأجل الطويل قد تُؤدّي القروض بفائدة منخفضة إلى تمويل مشاريع استثمارية مُربحة، مما قد يُؤدّي إلى زيادة المردودية الاقتصادية.

بالنسبة لمؤشر التمويل الدائم في الأجل الطويل، قد تُؤدّي القروض بفائدة منخفضة إلى تمويل مشاريع استثمارية مُربحة، مما قد يُؤدّي إلى زيادة المردودية الاقتصادية.

4.3. 3. تقدير النموذج الثالث وتحليل النتائج

بناء على النتائج المتوصل إليها في اختبارات التكامل المشترك والتي أظهرت عدم وجود علاقة توازنيه بالأجل الطويل في النموذج الثالث الذي يقيس تأثير الهيكل المالي على المردودية المالية بالمؤسسة محل الدراسة، فقد تم تقدير النموذج بالاعتماد على طريقة المربعات الصغرى العادية (ملحق رقم (05))، حيث أظهرت نتائج التقدير وفق هذه الأخيرة وجود العديد من مشاكل القياس الأمر الذي دفع الباحثين إلى تطبيق نموذج قياسي أكثر كفاءة يمكن من التعامل مع مشاكل القياس والمتمثل في طريقة الانحدار الحصين (Robust Least Squares) ونتائج التقدير موضحة من خلال الجدول الموالي:

الجدول 6: تقدير النموذج الثالث بطريقة (Robust Least Squares).

Dependent Variable: FRET				
Method: Robust Least Squares				
Sample (adjusted): 2009Q1 2021Q1				
Variable	Coeff	Std. Error	z-Statistic	Prob.
SF	0.43	0.13	3.27	0.00
PERF	-0.32	0.12	-2.70	0.01
ARDD	1.93	0.24	7.88	0.00
C	-51.23	7.82	-6.55	0.00
R-squared	0.66	Adjusted R-squared		0.64
Rw-squared	0.77	Adjust Rw-squared		0.77
Rn-squared statistic	114.44	Prob(Rn-squared stat.)		0.00

المصدر: تم إعداد هذا الجدول من قبل الباحثين باستخدام برنامج EVIEWS 12.

بالرجوع إلى الجدول السابق يظهر أن النموذج مقبول من الناحيتين الإحصائية والقياسية لتوفر خاصيتي المعنوية الجزئية (كل المعلمات المقدرة دالة إحصائيا)، بالإضافة إلى أن القدرة التفسيرية للنموذج مرتفعة (R-sqr=0.66) أي أن المتغيرات المفسرة تساهم في تفسير ما نسبته (66%) من التغيرات في المردودية المالية؛ كما أن النموذج لا يعاني من مشاكل القياس بناء على إحصائيتي (Rn - Rw) وبالتالي يمكن الاعتماد على نتائج التقدير وفق طريقة (Robust Least Squares) في عملية التحليل الاقتصادي بدرجة عالية من الموثوقية.

بناء على النتائج الموضحة في الجدول السابق يمكن تسجيل النتائج التالية:

❖ **التمويل الذاتي :(SF)** له تأثير إيجابي على المردودية المالية، تُشير الزيادة في نسبة التمويل الذاتي إلى زيادة في المردودية المالية بمرونة تقدر بـ (0.43%)، حيث أن استخدام الأرباح المحتفظ بها بشكل خاص لتمويل الاستثمارات يُؤدي إلى زيادة المردودية المالية (**نثبت صحة الفرضية الثانية**).

❖ **التمويل الدائم :(PERF)** له تأثير سلبي على المردودية المالية، حيث تُشير الزيادة في نسبة التمويل الدائم إلى انخفاض في المردودية المالية بمرونة تقدر بـ (0.32%)، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن استخدام الدين طويل الأجل لتمويل الاستثمارات يُؤدي إلى انخفاض المردودية المالية. قد يكون ذلك بسبب تكلفة الاقتراض، وزيادة المخاطر في حال عدم قدرة المؤسسة على سداد الدين (**ننفي صحة الفرضية الأولى**).

❖ **نسبة الديون :(ARDD)** لها تأثير إيجابي على المردودية المالية، حيث تُشير الزيادة في نسبة الديون إلى زيادة في المردودية المالية بمرونة تقدر بـ (1.93%) وبالتالي فان استخدام الدين (بما في ذلك التمويل الدائم) قد يُؤدي إلى زيادة المردودية المالية. قد يكون ذلك بسبب ما يُعرف بتأثير الرافعة المالية، حيث تُؤدي الزيادة في الدين إلى زيادة العائد على حقوق المساهمين (ROE) في حالة تحقيق الشركة لأرباح تفوق تكلفة الاقتراض (**نثبت صحة الفرضية الثالثة**).

4. خاتمة

المردودية تعتبر هدفا تسعى لتحقيقه كل المؤسسات من أجل ضمان بقائها واستمرارها، ويتحقق هذا الهدف من خلال الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، وهذا عن طريق اختيار الهيكل المالي الأمثل، وتعكس لنا مردودية المؤسسة قدرتها على تحقيق أرباح كافية ومستديمة فهي تمثل مقاسا للحكم على مدى كفاءة المؤسسة وفعاليتها في استخدامها لمواردها.

النتائج

- للتمويل الذاتي أثر إيجابي على المردودية التجارية الاقتصادية والمالية في الأجل القصير، أما في الأجل الطويل يكون التأثير إيجابيا على المردودية التجارية وسلبيا على المردودية الاقتصادية؛
- التمويل الدائم في الأجل القصير يؤثر ايجابيا على المردودية التجارية وسلبيا على المردودية الاقتصادية، أما في الأجل الطويل يكون تأثيره سلبيا على كليهما؛
- عدم وجود علاقة بين نسبة الدين والمردودية التجارية في الأجل القصير والطويل؛
- نسبة الديون لها تأثير سلبي على المردودية الاقتصادية في الأجل القصير؛

- التمويل الذاتي ونسبة الديون لهما تأثير إيجابي على المردودية المالية، بينما التمويل الدائم له تأثير سلبي عليها.

التوصيات:

- نوصي المؤسسة بتنويع مصادر التمويل وتقليل اعتمادها على التمويل الذاتي بالدرجة الأولى والاستفادة من مزايا الاستدانة مع المحافظة على استقلاليتها المالية وسلطة اتخاذ القرار؛
- من خلال الدراسة الميدانية وجدنا أن المؤسسة الوطنية للدهن تقوم بتوظيف أموال كبيرة جدا في البنوك مقابل سعر فائدة قليل، لذلك نوصي المؤسسة بتوظيف هذه الأموال في الاستثمارات الحقيقية المنتجة بدل توظيفها في البنوك وذلك من أجل خلق قيمة مضافة والمشاركة في رفع الناتج الوطني الخام PIB؛
- على المؤسسة الوطنية للدهن أن تهتم بالبحث العلمي وتطوير منتجاتها لكي تحافظ على حصتها السوقية ومواجهة المنافسة المحلية والأجنبية.

5. قائمة المراجع.

1- Aishwarya, R, S., & Suresh, N. (2020). A Study on Impact of Capital Structure on Profitability of Companies Listed in Indian Stock Exchange with respect to Automobile Industry. *Journal of Seybold Report* .

2- CO, H. T., Mai UONG, T. T., & NGUYEN, C. V. (2021, 06 17). The Impact of Capital Structure on Firm's Profitability: A Case study of the Rubber Industry in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* .

3- Habibniya, H., Dsouza, S., Raza Rabbani, M., Nawaz, N., & Demiraj, R. (2022, 8 2). Impact of Capital Structure on Profitability: Panel Data Evidence of the Telecom Industry in the United States. *Risks* , pp. 1-16.

4- Hussain, T. (2015). Does Capital Structure Effects Profitability of The Firms (Evidence from Firms Listed at KSE 100 Index). *Research Journal of Finance and Accounting* .

5- Muhammad, H. F. (2017, 12 6). *Impact of Capital Structure on Profitability: An Empirical Analysis of Automobile Sector of Pakistan*. Consulté le 02 15, 2024, sur ssrn.com.

6- Muhammad, N. S., & Sher, f. (2016). Impact of Capital Structure on the Profitability of Firm's Evidencefrom Automobilesector of Pakistan. *GLOBAL JOURNAL Of MANAGEMENT AND BUSINESS RESEARCH: C FINANCE* .

7- Mursalim, Mika, M., & Hadri, K. (2017). Capital Structure Determinants And Firm's Performance: Empirical Evidence From

THAILAND, INDONESIA AND MALAYSIA. *POLISH JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES*.

8- Musah, A. (2017, 12 04). The Impact Of Capital structure On Profitability Of Commercial Banks In Ghana. *Asian Journal of Economic Modelling* .

9- Rahman, A., Sadrul, I., & Joyen, U. (2019, 03). The Impact of Capital Structure on the Profitability of Publicly Traded Manufacturing Firms in Bangladesh. *Applied Economics and Finance*.

10- Ullah, H., Aun, A., & Nadeem, I. (2015, 09 11). Impact Of Capital Structure On Profitability In The Manufacturing And Non-Manufacturing Industries Of Pakistan. *International Letters of Social and Humanistic Sciences* .

11- أمينة حفاصة. (2021/2020). أثر جودة القوائم المالية على تقييم الأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية – دراسة حالة. جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، أطروحة دكتوراه في علوم المالية والمحاسبة.

12- بن ساسي إلياس، و قريشي يوسف. (2011). *التسيير المالي (الإدارة المالية) دروس وتطبيقات* (الإصدار الطبعة الثانية). عمان: دار وائل للنشر.

13- بن ناصر عبد الكريم، و يوسف سائحي. (15 09, 2022). أثر هيكل التمويل على معدلات نمو ونشاط المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة سونلغاز بقالمة للفترة 2017/ 2020. *مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية* .

14- بن يونس ياسر، وليد بشيشي، و سليم مجلخ. (05 03, 2021). دراسة تحليلية، إحصائية لأثر الهيكل المالي على المردودية الاقتصادية في مؤسسة مطاحن عمر بن عمر للفترة 2018/2010. *مجلة المالية والأسواق* .

15- شلاش سليمان. (2008). *العوامل المحددة للهيكل المالي في شركات الأعمال حالة تطبيقية في الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي للفترة (1997 - 2001)*. الأردن: مجلة المنارة.

16- عدنان تايه النعيمي ، أرشد فؤاد التميمي. (2009). *الإدارة المالية المتقدمة*. الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

17- مجلخ سليم، ياسر بن يونس، و وليد بشيشي. (01 07, 2020). أثر الهيكل المالي على المردودية المالية دراسة تطبيقية في مؤسسة عمر بن عمر للفترة 2010/ 2018. *مجلة الاقتصاد الجديد* .

18- وليد بشيشي، سليم مجلخ، و ياسر بن يونس. (30 01, 2021). أثر الهيكل المالي على المردودية التجارية دراسة تطبيقية للفترة 2010/ 2018. *مجلة آفاق علمية* .

6. الملاحق

الملحق رقم 01: اختبارات الإستقرارية

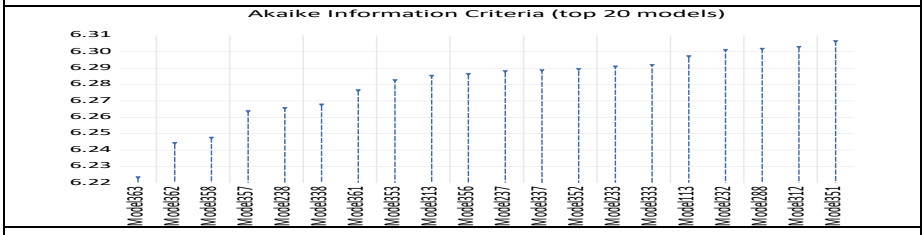
UNIT ROOT TEST TABLE (PP)

	At Level	ARD	COMP	ECE	FRET	PERF	SF
With Con...	t-Statistic	-2.2522	-1.3592	0.3631	-0.4391	-1.2490	-1.4040
	Prob.	***0.1913*** n0	***0.5943*** n0	***0.9792*** n0	***0.8938*** n0	***0.6455*** n0	***0.5727*** n0
With Con...	t-Statistic	-2.1098	-0.9242	-0.8896	-1.4990	-2.6505	-2.6286
	Prob.	***0.5273*** n0	***0.9446*** n0	***0.9488*** n0	***0.8163*** n0	***0.2610*** n0	***0.2701*** n0
Without C...	t-Statistic	-0.8755	-0.7284	-1.6449	-2.1287	-0.7623	-0.7749
	Prob.	***0.3316*** n0	***0.3958*** n0	***0.0939*** *	***0.0333*** **	***0.3808*** n0	***0.3753*** n0

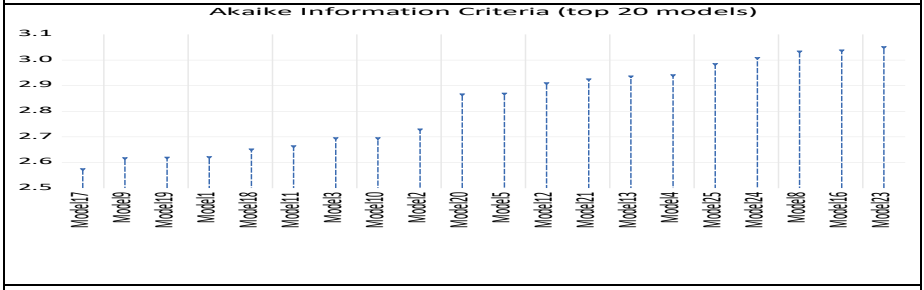
	At First Difference	d(ARD)	d(COMP)	d(ECE)	d(FRET)	d(PERF)	d(SF)
With Con...	t-Statistic	-3.0675	-3.3802	-3.8119	-3.5203	-3.2007	-3.2847
	Prob.	***0.0360*** **	***0.0153*** **	***0.0043*** ***	***0.0091*** ***	***0.0262*** **	***0.0213*** **
With Con...	t-Statistic	-3.7091	-3.5241	-3.9705	-3.5168	-3.9249	-3.9251
	Prob.	***0.0120*** **	***0.0316*** **	***0.0071*** ***	***0.0319*** **	***0.0098*** ***	***0.0087*** ***
Without C...	t-Statistic	-4.0992	-4.4176	-4.5114	-4.2243	-4.5291	-4.5297
	Prob.	***0.0000*** ***	***0.0000*** ***	***0.0000*** ***	***0.0000*** ***	***0.0000*** ***	***0.0000*** ***

الملحق رقم 02: اختبارات درجة التأخير

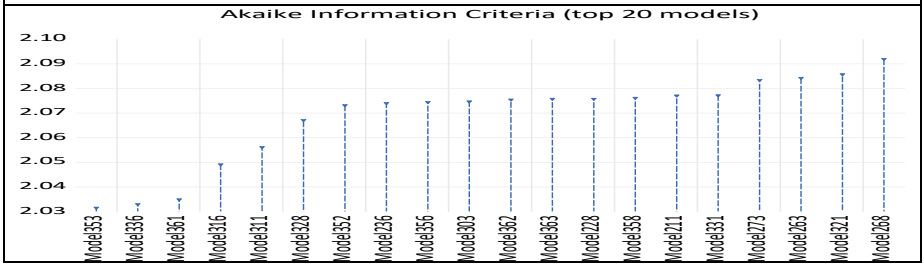
النموذج الأول



النموذج الثاني



النموذج الثالث



الملحق رقم 03: اختبار التكامل المشترك

النموذج الثالث

Levels Equation
Case 2: Restricted Constant and No Trend

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
SF	-0.148594	0.673819	-0.220525	0.8268
PERF	0.314303	0.664909	0.472701	0.6395
ARDD	0.517850	1.445902	0.358150	0.7225
C	-69.06723	27.14423	-2.544453	0.0158

EC = FRET - (-0.1486*SF + 0.3143*PERF + 0.5179*ARDD - 69.0672)

F-Bounds Test — Null Hypothesis: No levels relationship

Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
		Asymptotic: n=1000		
F-statistic	3.001216	10%	2.37	3.2
k	3	5%	2.79	3.67
		2.5%	3.15	4.08
		1%	3.65	4.66
Actual Sample Size	45	Finite Sample: n=45		
		10%	2.56	3.428
		5%	3.078	4.022
		1%	4.27	5.412

ARDL Long Run Form and Bounds Test
Dependent Variable: D(FRET)
Selected Model: ARDL(2, 0, 4, 2)
Case 2: Restricted Constant and No Trend
Date: 03/11/24 Time: 20:29
Sample: 2009Q1 2021Q4
Included observations: 45

Conditional Error Correction Regression

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.277385	1.750090	-1.301296	0.2022
FRET(-1)*	-0.032973	0.023748	-1.388491	0.1743
SF**	-0.004900	0.019635	-0.249539	0.8045
PERF(-1)	0.010364	0.016438	0.630466	0.5327
ARDD(-1)	0.017075	0.058267	0.293054	0.7713
D(FRET(-1))	0.669275	0.099553	6.722795	0.0000
D(PERF)	-0.035217	0.016528	-2.130740	0.0407
D(PERF(-1))	0.025312	0.009248	2.737170	0.0099
D(PERF(-2))	-0.002803	0.006280	-0.446379	0.6582
D(PERF(-3))	-0.010328	0.005890	-1.753469	0.0888
D(ARDD)	-0.470750	0.127069	-3.704690	0.0008
D(ARDD(-1))	0.347380	0.127998	2.713945	0.0105

* p-value incompatible with t-Bounds distribution.
** Variable interpreted as Z = Z(-1) + D(Z).

الملحق رقم 04: اختبارات مشاكل القياس

النموذج الأول:

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	0.027893	Prob. F(2,34)	0.9725
Obs*R-squared	0.076990	Prob. Chi-Square(2)	0.9622

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	0.971577	Prob. F(10,36)	0.4841
Obs*R-squared	9.988699	Prob. Chi-Square(10)	0.4415
Scaled explained SS	17.59290	Prob. Chi-Square(10)	0.0622

النموذج الثاني:

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	0.971577	Prob. F(10,36)	0.4841
Obs*R-squared	9.988699	Prob. Chi-Square(10)	0.4415
Scaled explained SS	17.59290	Prob. Chi-Square(10)	0.0622

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	0.027893	Prob. F(2,34)	0.9725
Obs*R-squared	0.076990	Prob. Chi-Square(2)	0.9622

الملحق رقم 05: النموذج المقدر بطريقة المربعات الصغرى

Dependent Variable: FRET
Method: Least Squares
Date: 03/12/24 Time: 23:15
Sample (adjusted): 2009Q1 2021Q1
Included observations: 49 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
SF	-0.042362	0.149394	-0.283558	0.7780
PERF	0.068408	0.139224	0.491355	0.6255
ARDD	0.599361	0.182373	3.286466	0.0019

R-squared	0.464052	Mean dependent var	29.17721
Adjusted R-squared	0.440750	S.D. dependent var	11.75081
S.E. of regression	8.787615	Akaike info criterion	7.243834
Sum squared resid	3552.220	Schwarz criterion	7.359659
Log likelihood	-174.4739	Hannan-Quinn criter.	7.287778
Durbin-Watson stat	0.050054		

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil JournalforEconomic and Administrative Research
ISSN:2571-9866
EISSN:2661-7854
Volume:8/N°1 /April ,2024, PP 47-72

The impact of marketing information systems on improving the quality of banking services - a case study of the Bank of Agriculture and Rural Development

أثر نظم المعلومات التسويقية في تحسين جودة الخدمات البنكية– دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية

***Athmani Bachir**
Laboratory of EnvironmentalStudies and SustainableDevelopment
University of,Tebessa, Algeria
Bachir.athmani@univ-tebessa.dz

Mahdi Mourad
Laboratory of EnvironmentalStudies and SustainableDevelopment
University of Tebessa, Algeria
Mourad.mahdi@univ-tebessa.dz

Received: *19/07/2023* ***Accepted***: *25/04/2024* ***Published***: *30/04/2024*

Abstract :

This study aims to identify the role and extent of the contribution of marketing information systems in improving the quality of banking services among a sample of clients of the Bank of Agriculture and Rural Development.Its importance lies in the fact that it enables the bank under study to know its position in the local market through the opinions of its customers about the quality of banking services provided by it, and the extent of their satisfaction with these services provided.

For this purpose, the researcher in this study relied on the descriptive analytical approach to shed light on the marketing information system and its role in improving the quality of banking services. For this purpose, a questionnaire was used and distributed to a sample of 148 customers of the bank under study, chosen randomly and to achieve this goal, statistical methods appropriate to the nature of this study were used.

One of the most prominent findings of the study was that customers' evaluation of the quality of banking services provided to them by the bank under study was very high, and therefore the quality of service provided by the bank under study was satisfactory to the customers of the sample and at the level of their expectations.

Keywords: marketing information systems, quality of banking services, Bank of Agriculture and Rural Development - Tebessa.
JEL classificationcodes:

**Corresponding author*

1. Introduction:

The world is witnessing an information and technology revolution, especially in the field of information and communication, which has affected all sectors, whether economic or social, including the banking sector. In light of this, banks have transformed from the traditional system to modern banking systems, and considering that the bank is a financial institution that carries out various banking operations,it depends on a set of systems, the most important of which are banking information systems, It is an interconnected set of physical, human and software resources that work together in an integrated manner to collect, store and process banking data and transform it into usable information.

There is no doubt that the banking sector, like other sectors, faces challenges. Among these current challenges, banks seek to maintain their customers by working to improve the quality of their banking services, which are based on the customer's point of view, which differs from one customer to another. this requires bank management to work to meet the needs of its customers in a way that matches their expectations, achieves their satisfaction, and gains their loyalty. It relies on banking information systems, which study and analyze data and data from the internal and external environment and transform them into usable information which contributes to the rational decision-making process that ensures improving the quality of banking service.

1.1 The Studyproblem:

Successful banks have realized the importance of marketing information systems as a modern management tool, especially with the characteristics that characterize banking services that are almost unique to other services. As a result, various studies and researches that have been conducted have proven that they guide an individual's choice of the bank he deals with, and other considerations have emerged. Such as the quality of banking service and the way of dealing with customers are important criteria in choosing a specific bank to deal with. Given the advantages that characterize banking services, banks' adoption of modern marketing information systems is inevitable as this is the only way to improve performance, survival and continuity in the banking market, which has become witnessing an atmosphere charged with intense competition due to globalization and openness to foreign markets. Thus, the information system has become one of the most important activities practiced by the bank. Through this study, we seek to answer the following main question:

To what extent does the application of marketing information systems impact the quality of banking service at the Bank of Agriculture and Rural Development?

From this question, we formulated the following sub-questions:

- Are marketing information systems necessary as a modern management tool?
- To what extent does the Bank of Agriculture and Rural Development care about marketing information systems to achieve high quality?

1.2 Studyhypotheses:

This studyseeks to test a main hypothesis:

It isexpectedthatthereis a significantcorrelationbetweenbanking marketing information systems and the quality of services withtheirimplicit dimensions (responsiveness, intentionality, tangibility, empathy, security) provided by the Bank of Agriculture and Rural Development - Tebessa Agency -

The followingsub-hypothesesemergefromthis main hypothesis:

- It isexpectedthattherewillbe a significanteffectbetweenbank marketing information systems and the tangibility dimension of the quality of services provided by the bankunderstudy.
- It isexpectedthattherewillbe a significanteffectbetweenbank marketing information systems and the reliability dimension for the quality of services provided by the bankunderstudy.
- It isexpectedthattherewillbe a significanteffectbetweenbank marketing information systems and the response to the quality of services provided by the bankunderstudy.
- It isexpectedthattherewillbe a significanteffectbetween marketing information systems and the security dimension of the quality of services provided by the bankunderstudy.
- It isexpectedthattherewillbe a significanteffectbetween marketing information systems and the empathy dimension for the quality of services provided by the bankunderstudy

1.3 The important of study:

The importance of the studyisevident in the followingpoints:

- It deals with one of the important and vital topics in the institutions at the present time, due to the importance and necessity of adopting marketing systemsthat are appropriate to the policies and strategies of the institutions in order to ensurequality and efficiency for theirsurvival.
- Draw the attention of institutionalofficialsthat information has become one of the strategic variables, and thisis due to the tremendousprogress in information technology and the emergence of the information revolutionthat the world has witnessedtoday. Thus,

institutions must adopt a marketing information system in order to build a marketing plan thatguaranteesthem the achievement of quality and efficiency for theirsurvival.

- In view of the roleplayed by this system in organizing the flow of information for decisionmakers and the facilitiesitprovides in processing effective and correct decisions.
- The importance of the strategicdecision in the organization to face uncertainties and addresscurrent marketing problems and try to develop a preventivetreatment for potentialproblems.
- Availability of rapidmeans of communication throughwhich information can betransmitted at a high speed, especiallythrough the Internet, which made marketing information systems one of the basics of success in competition and survival for organizations, whichencouraged the adoption of marketing information system applications.

1.4 Objectives of the study:

The studyseeks to achieve the followingobjectives:

- Examine the nature and importance of marketing information as a distinct resourcewithin the Bank.
- Identify the marketing information system and itsvariouscharacteristics, components, models and sources.
- Examine the quality of banking services and their standards.
- Knowledge of the degree of dependence of the Bank of Agriculture and Rural Development on the marketing information system.

2. The theoreticalframework for the variables of the study:

2.1 The nature of marketing information systems and itscharacteristics:

2.1.1 The concept of marketing information systems:

A- Definition of marketing information systems:

The marketing information system can bedefinedas:

- It is "all individuals, equipment, procedures and meansdesigned for the purpose of collecting, classifying, analyzing, evaluating and distributing information to the marketing decision-making centers thatneedit at the right time" (Maala, 2005, P. 104).
- It is "an organized and sequentialmethod for the process of collecting and analyzing data with the aim of providing marketing managers with the necessary information for making marketing decisions" (El- Zoubi, 2010, P. 159).
- It is a "planned, critical-based system designed to provide managers with a continuous flow of information regardingtheir area of interest

as well as a set of people, equipment and proceduresthatworktogether to classify, analyze, evaluate and distributeneeds in an orderlymanner to supply information to marketing decisionmakers" (Swidan, 2006, P. 102).

- It is "one of the sub-informationsystemswithin the organization, whichaims to collect and process data fromitsinternal and external sources, store information, retrieveit and sendit to decisionmakers" (Al-Ajarmah& El- Ta'I, 2002, P. 15)
- It is "a formation or combination of individuals and equipment of the organization to provide data on an ongoing basis used to exchange internal and external information that the organizationneeds to makedecisions" (El- Nosor, 2013, P. 157- 158).
- It is "a set of joint efforts among all employees of the organization to collect, analyze, classify and disseminatedecision-making information for planning, implementation and marketing control and improvement" (Abu Qahf, 2006, P. 141).
- From the foregoing, the marketing information system can bedefined as a set of continuous efforts to provide the flow of marketing information to the various marketing decision sites in the organization, where the marketing information system can belikened to a network in the organization.

B- Importance of Marketing Information Systems:

The age in whichwe live todayischaracterized by the proliferation of information, as it has become a very important fundamentalrole in organizations for decision-making, especiallymarketing; Due to the urgent need for marketing information more thaneverbefore, information is the rawmaterial and is the backbone of marketing decisions. The importance of marketing information systemsisrepresented in the following points (El- Zoubi, Op, Cit, P.160):

- Giving a generalpicture of the institution and playing the role of communication and planning tool.
- Providingcustomer data and feedback that can help the companyalignits business procedures to customerneeds.
- The expansion of the scope of workfrom local markets to international markets has increased the complexity of marketing activity and thisrequires more information.
- Contribute to the development of products, which leads to the creation of desires and needs for consumers.

- Helping the organization gain a competitiveadvantage, whichis the company'sability to do somethingbetter, faster, cheaper or unique compared to competingcompanies in the market.
- Excellence in performance and improving the performance of workersthroughcontinuous training for them on the use of the information system and strengthening the variousrelationshipsfrom all sides, whether at home or abroad.
- Continuouskeeping up with information technology updates.

2.1.2 Characteristics and components of marketing information systems:

A- Characteristics of marketing information systems(El-Ajarmah, Op, Cit, P. 22):

- It is an application of the concept of systems in the field of information in order to determine the data required for decision-making, data collection, operation, storage, and future retrieval.
- A system directedtowards the future, as itanticipates and preventsproblems, and solves them, as itispreventive and curative at the same time.
- Characterized by continuity and not dealingwithisolatedmatters.
- The possibility of measuring and analyzing the resultsusingvariousmathematical and statisticalmodelsavailable in the system.
- Determineaccurate and reliable sources for all data.
- Speed and accuracy in obtainingdetailed information within the institution.
- Reducinghis time used in planning work.

B- Components of marketing information systems:

The marketing information system consists of the followingelements (Arafa, 2011, P. 180):

- **Inputs:**They are the basis for generating the required outputs, as itisnecessary to provide the inputs with the requiredspecifications. A good rawmaterialresults in a good commodity, and the inputs in the marketing information system are data, meaning the rawmaterialthatisused to generate information and is not directlysuitable for use in decision-making.
- **Processing:** It refers to the activitiescarried out by the marketing information system with the aim of converting inputs or data into outputs or information.

- **Outputs:** It isrepresented in the marketing information system with information only, whichwasobtained in the data processing stage, which has a certain significance and can benefit the decision-maker in confronting and evaluating the situation heis in, i.e. in the process of dealingwithit and making a decision about it.
- **Feedback:** It isconsidered the most important component of the system. Givenitsconnection to the decision-makingtask, whichis a criterion for measuring the effectiveness of the marketing information system, if the information has contributedsignificantly to the success and soundness of decision-making, provided all possible alternatives and solutions, and identifiedproblems and opportunities, thatis, clarifying the picture for the decision-maker, thenitisconsidered the criterionthroughwhich the outputs of the system are evaluatedaccording to specificcriteria. This isdonethroughcomparisonsbetween the marketing information thatwasactuallyprovidedbefore the system and the information thatisplanned to beprovided, with the aim of correctingdeviations in the event of their occurrence, diagnosingtheir causes and trying to correct them.

C- Models and sources of marketing information systems:

The marketing information consists of(El- Zoubi, Op, Cit, P. 167-168):

- **General data:**whichincludes data on the population, data on income, data on prices, data on governmentlaws and policies, data on the distribution system and data on the division of distributors.
- **Product data:**whichincludes data on production, consumption, foreigntrade, data on competing and similarproducts, data on consumers and theirpreference for importedproductscompared to local ones, as well as for brands and classifyingthemaccording to theirdemographic and economiccharacteristics.
- **Information and data of financial and accounting information systems:** as itcontributes to providing data on expected revenues from sales, marketing costs and costestimates for the study, estimates for administrative expenses, estimated cash flows to know the expecteddeficits or surpluses, data on expectedincome, whether profit or loss, data on financial ratios to determine the strengths and weaknesses of the institution to evaluatethem in the future for the contributing parties such as banks, financiers, investors and the government, the necessary data for investment plans, new expansions, direct and indirect costs.
- **Information and data of the Personnel and Human Resources Information System:** It studies the number of employees and their

distribution to job positions, availableemployeeskills, personal data for eachemployee, wages, training and insurance courses, data on absence rates, delays, vacations, and internallaborregulations.

- **Information and data from the production system:** It includesproviding data thathelpsdetermine the production capacity of the establishment, takingintoaccount the determination of the available and maximum capacity, data on federations of chambers of industry and commerce, periodicals and interviews withspecialists, data on the capabilities of the establishment and the appropriatetechnologicalmethod for production and the quality of machinery and equipmentthat assist in the production process. Data on the characteristics of rawmaterialsused and other inputs, data on the number and type of laborrequired for production work, data on the internallayout of the factory, data frommarketespionagesystems or marketing intelligence system: It is a method or method by which the marketing manager can examine and know the changes thatoccur in the external marketing environment, public and private, on a permanent, continuous and renewable basis.

2.2Whatis the quality of bankingservices:

2.2.1 The concept of banking services and theircharacteristics:

A- Definition of bankingservices:

- Banking service isdefined as "a set of apparent characteristics (management) and implicitcharacteristics (consumer) and externalcharacteristics (society) that must be compatible with the needs and requirements of customers by giving a set of advantages, benefits and characteristics to each service" (El- Sarn, Op, Cit, P. 30)
- It isalsodefined as "a group of activities and operationswith a utilitarian content inherent in the tangible and intangible elementsprovided by the bank, which the beneficiariesperceivethroughtheirutilitarianfeatures and values, whichconstitute a source for satisfyingtheircurrent and future financial and creditneeds and desires, At the same time, itconstitutes a source of profits for the bankthrough the reciprocalrelationshipbetween the two parties" (Al- Ajarmah, 2004, P. 32).
- It isalsodefined as "behaviors, activities, or performance provided by one party to another, and theseactivities are considered intangible and do not entail the transfer of ownership of anything, and the provision of the service maybelinked to a tangible physicalproduct" (Al Ruwais, 2002, P. 62).

The multiplicity of bankingfinancial institutions and theirdifferent types and formsled to the emergence of diversity in their services, and the benefits of this diversification wererepresented in providing multiple and more diversified services sothatbanks can reducetheirdependence on the demandavailable for only one service, which leads to reducingrisk in bankingglobally (Madura, 2003, P. 491), accordingly, the factorsthathelped in the global trend of the banking services industryfallwithinthree important factors: the first of whichis the economies of scale, since large banks are able to operate and providetheir services at the lowest possible cost, and with the best conditions suitable for customers, whichachieves the reputation of the bank, and the possibility of obtaining good results at the global level, and the second is the communication technologythatpavedthe way and brought the distances closer and helped in overcoming the difficulties of controlling and coordinating the banking business of the bankoutside the borders of its home country, as for the last factor, itfocuses on the legaldeterminantsthat have been overcomerecentlythrough the agreements of the World Trade Organization, the liberalization of trade in financial services, and the development of standard systems and specifications for the performance and operation of banking services globally (Kohn, 1994, P. 342).

B- Characteristics of bankingservices:

Banking services apply to the characteristics of services in general, and theirknownelements, but theydifferfromthem in the manner of the performance of workers and the equipmentused as well as the nature of activities and procedures and the differentneeds and desires of customers (Al- Mula & Al- Murad, 2008, P. 22), as the characteristics of banking services take on a wide and comprehensivefeature for many aspects and characteristics, namely (Algerian et al, 2012, P. 171).

- **Intangibility:** The most important thingthatdistinguishes a service from a commodityisthat the service is intangible in the sensethat the service has no physical existence beyondthatitisproduced or prepared and thenconsumed or usedwhenneeded. In practice, the production and consumptionprocessesoccursimultaneously. The intangibilitycharacteristicresults in the difficulty of examining, examining, or trying the service beforepurchasingit. In otherwords, the beneficiary of the service will not be able to makedecisions or express an opinion about the service based on a tangible evaluationthrough the sensesbeforepurchasing the service, as wouldhappen if hebought a physicalcommodity, thatiswhywesaythat

the decision to buy the service is more difficultthan the decision to buy the commodity.

- **Correlation:**because the production and consumption (distribution) of the banking service are simultaneous, as the main interest of the marketing man isusually to create the temporal and spatial benefit, thismeansthat the service isappropriate in the right place and time, and banking services require interaction between the customer and the bankproviding the service, as the customerhimselfis a participant in the process of providing the service.
- **High adaptability of the marketing system:** The appropriate distribution channelisusuallychosen in the service sector and within a marketing program and at differentlevels due to the nature and importance of the service.
- **Lack of privateuniformity:** services to the public are somewhatsimilarsobanks must find a way to findconsistency and embedthis in the memory of the public.
- **Heterogeneity or a widerange:**banking services work to provide a wide range of services and products to meet the diverse bankingneeds of differentcustomers in differentregions.
- **Geographicaldispersion:**owning a network of branches in anybank of a large size and scope in a sequentialmanner to provide the appropriatebenefits and to meet the local, national and global needs.
- **Balance betweengrowth and risk:**Whenbankingproducts are risky, there must be supervision to find a balancebetweenexpanding sales and beingware of high risk.
- **Fluctuations in demand:** fluctuations mayoccur in certain types of service due to emergency reasons or seasonal conditions such as the demand for loans for seasonaltourismprojects.
- **FiduciaryResponsibility:**Protectingcustomers' deposits and earnings, and thisis important not in banks, but in mostotherfinancial institutions.
- **Labor intensity:** The banking services sectorremainshighlylabor intensive, whichincreases the cost of production and affects the price of products.

2.2.2 Whatis the quality of banking services and theirstandards:

A. The concept of quality of bankingservices:

The quality of banking services isviewed as of strategic value, and itis of strategic value, and itsstudyhelps the bank to retainitscustomers and employees and makethemsatisfied, in addition to increasing the chances of sellingbanking services, attracting new

customers, developing relations between the customer and the bank, enhancingreputation, reducingcosts, and increasing profits. ,marketshare, and improvingbanking performance at the global level(Rabih &Faaza, 2014, P. 21).

- The quality of banking service isdefined as "the degree of satisfaction that the service achieves for customers by meeting theirneeds, desires, and expectations, or itis the degree of compatibility betweencustomers' expectations and perception of the service"(El Ta'i, 2008, P. 28).
- It isalsodefined as "the suitability of the service to meet or exceed the requiredneedswhenused by the customer" (Kumar &Sursh, 2008, P. 132).
- It isalsodefined as "the sum and characteristics of a product or service thatstrengthens the ability to concern certain satisfaction and meet certain needs. The important thing for thisdefinition of the marketer is to focus on the satisfaction and needs of the customer" (El dardka& chili, 2002, P. 16).
- It isalsodefined by the American Society for Quality as "the total set of characteristics and advantagesthat affect the ability of a particular good or service to meet certain needs, and thatthey are differentthings consistent with the surroundings of individuals" (El smaidi&Youssif, 2005, P. 05).

B. Banking Service QualityStandards:

There is a set of standards that control the group of banking services (Abd El Halim, 2022, P. 931- 933):

- **The tangible physical aspects "material components":**Theseinclude the physicalfacilitiesused in the workfrom the externalappearance of the bank and itsinternalprocessingwith the latestdevices and meansused in providing the service.
- **Reliability:** It means the stability of performance and the propercompletion of the service, and the implementation of the bank's promises to the customerthrough:
  - Accuracy of calculations and files and non-occurrence of errors.
  - Proper provision of banking services.
  - Providing the service at the specified dates and at the time designed for it.
  - Consistent level of service performance.
- **The speed of response by the employees:** It indicates the willingness and willingness of the bankemployees to provide the service, assist the customers, respond to theirinquiries, the speed in

performing the service, and the immediateresponse to the customer'srequest.

- **Efficiency or ability:** It means the skill and abilitypossessed by workers to perform the service, whichisderivedfrom the availability of information and familiaritywith the conditions and nature of the work and its formation to achieve the proper performance of the service.
- **Access to the service:** This islimited to the ease of communication and the ease of obtaining the service on the part of the customer, and thisreduces the waitingperiod for obtaining the service, and the appropriateworkinghours for the customer, and the availability of a sufficientnumber of competitions to obtain the service.
- **Credibility:** It includeshonesty, trust and reputation in both the bank and the service provider.
- **Communication:** It requiresprovidingcustomerswith information in a languagetheyunderstand, providingnecessary clarifications and explanations about the nature of the service and itscost, the advantagesitoffers about the service and itscost, the advantagesresultingfrom the service and possible alternatives.
- **Empathy:** It meansthat the bank'semployees, especiallythosewho have contact withcustomers, shouldberespectful and good-looking, and enjoy the spirit of friendship, friendliness and respect for customers, and appreciatetheircircumstances and sympathizewiththem.
- **Security:** It meansthat transactions with the bank are free of doubts and risks, and includesphysical and financialsecurity and maintaining the confidentiality of information related to customeraccounts and a commitment to honesty and honesty in dealingwithcustomers, whichgenerates trust between the two parties becausebankingworkisbased on trust, which leads them to take a good image and a good impression towards the bank.
- **Knowing the customer'spresentation:** It meansmaking an effort to understand the customer'sneeds and know hisspecialneeds, individual attention to the customer, knowing the permanent customer of the bank and providing the necessaryadvice, guidance, advice and guidance.
- **Courtesy:** It meansthat the bankemployee, especiallythosewho have contact withcustomers, shouldberespectful and good-looking, and enjoy the spirit of friendship and respect for customers.

3. Field study:

3.1 Preparing for the fieldstudy:

3.1.1 Study population and sample:

The study population consists of clients of the Bank of Agriculture and Rural DevelopmentTebessa, the questionnaire wasdistributedelectronically, and a randomsampleconsisting of 148 clients of the bankwasselected.

3.1.2 Studytools:

The questionnaire wasreliedupon as a basic tool to obtain the necessary information and data. The questionnaire wasdividedinto 31 sequential questions formulated in accordance with the characteristics of the targetsample. It wasdividedintotwoparts:a part related to personal data, whichisgender, age, educationallevel, region, The second part includes 12 questions about banking information systems and 19 questions about the dimensions of the quality of banking services, which are tangible, reliable, responsive, safe, and sympathetic.

In addition to the use of statistical programs that are commensuratewith the hypotheses of the study, such as the analysis of the stability coefficient alpha Crow Nabach to measure the stability of the questionnaire in addition to the validity coefficient, frequencies and percentages, the arithmeticmean and standard deviation, and the coefficient of difference and correlationbetween the variables of the study.

3.1.3 Test of validity and validity of the questionnaire:

To applystatisticalmethods and test hypotheses, itwasnecessary to test the validity and reliability of the questionnaire. The stability of the questionnaire can beverified by calculatingCronbach's alpha coefficient. The value of this coefficient ranges between 0-1, sothatthe smallest acceptable value for Cronbach's alpha is 0.6. The resultswere as follows:

Table (01):Cronbach's alpha coefficient test results (stability coefficient)

Parts Of The Questionnaire	Stability Coefficient
Marketing information systems	0.876
Quality of banking services	0.839
All axes	0.916

Source: Prepared by researchersaccording to the results of the statistical program SPSS

It isclearfrom Table (01) that the value of Cronbach's alpha coefficient for the total score is 0.916, whichisgreaterthan the lowest acceptable value for the stability coefficient of 0.6, whichconfirms

the stability of the questionnaire and itsvalidity for analysis and the reliability of the resultsthatwewillreach.

As for the validity of the internalconsistency, itmeans the extent to whicheach of the statementsrelated to the subject of the studyis consistent with the total score of the axis as a whole, by taking the square root of the stability coefficient represented by Cronbach's alpha coefficient for each axis. The resultswere as follows:

Table (02): The results of the internalconsistency coefficient test results

Parts Of The Questionnaire	The coefficient of honesty
Marketing information systems	0.935
Quality of banking services	0.915
All axes	0.957

Source:Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

3.2 Testinghypotheses and analyzing the results of the study:

3.2.1 Characteristics of the studysample:

A. Characteristics of the studysample in terms of gender:

Table (03):Characteristics of the studysample in terms of gender

Gender	Repetition	Percentage (%)
Male	78	52.7
Female	70	47.3
Total	**148**	**100**

Source: Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

Through table (03), we notice that the studysampleisdistributed in close proportions, as the percentage of males was 52.7%, while the percentage of femaleswas 47.3%, meaningthat the percentage of males isgreaterthan the percentage of females.

B. Characteristics of the studysample in terms of age:

Table (04):Characteristics of the studysample in terms of age

Age	Repetition	Percentage (%)
Under 29 yearsold	92	62.2
From 30 to 50 yearsold	50	33.8
Over 50 yearsold	6	4.1
Total	**148**	**100**

Source:Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

C. Characteristics of the studysample in terms of educationallevel:

Table (05):Characteristics of the studysample in terms of educationallevel

Education Level	Repetition	Percentage (%)
lessthansecondary	8	5.4
Secondary	20	13.5
Collegiate	108	73
Other Certificates	12	8.1
Total	**148**	**100**

Source: Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

It isclearfrom Table (05) that the highest percentage, according to the educationallevel, belongs to undergraduates, as the percentage reached 73%, and the secondaryeducationlevelreached 13.5%, while the lowest percentages were for a levellessthansecondary and the level of othercertificateswith rates of 5.4% and 8.1%, respectively.

D. Characteristics of the studysampleaccording to the region in whichyoulive:

Table (06):Characteristics of the studysample in terms of region

Region	Repetition	Percentage (%)
City	124	83.8
Countryside	24	16.2
Total	**148**	**100**

Source:Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

It isclearfrom Table (06) that the largest percentage, according to the region in whichhelives, belongs to the city population, whichreached 83.8%, while the percentage of the rural population reached 16.2%.

3.2.2 Descriptive analysis of the studyvariables:

A. Marketing information systems:

Table (07):Statisticalindicatorsrelated to the variable of marketing information systems

Num	Phrases	Arithmetic mean	Standard Deviation	verification
1	The bank's information system isbased on modern technology.	3.932	0.686	High
2	The Bank publisheshonest and true	3.662	0.861	High

	information and news about its business and the efficiency of its services.			
3	The information system used in the bankhelpsreducebanking service costs.	3.770	0.817	High
4	The information system used in the bankhelps to marketits services easily and in a short time.	3.824	0.923	High
5	The information system used in the bankcontributes to facilitating the process of studying and grantingloans.	3.864	0.923	High
6	The bankprovidescreditcards for customers to withdrawfrom the ATM.	4.040	0.864	High
7	The use of the banking information system reduceshuman effort.	3.945	0.916	High
8	The banking information system gives a good picture of the bank about the quality of the services itprovides.	3.891	0.866	High
9	Flexibilityis one of the characteristics of the banking information system in order to adapt to changes.	3.729	0.892	High
10	The information system coordinates and arranges the efforts of individuals for bankingwork.	3.729	0.845	High
11	The banking information system determines the extent of bureaucracy and nepotism.	3.351	0.939	High
12	The information system can recover information if itislost.	3.945	0.931	High
13	**Marketing information system**	**3.807**	**0.525**	**High**

Source: Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

Table (07) shows that the average of the expressions of the marketing information systems variable isestimated at 3.8074, with a standard deviation of 0.52524, whichindicates a low dispersion of the values fromtheirarithmeticmean, Therefore, itfalls at a high level of approval, whichindicatesthat the bankseeks to devote the marketing information system to serve itscustomers, and these services enhance the bank'sreputation and do not care about the existence of nepotism and bureaucracy.

B. Quality of bankingservices:

- Tangibility:

Table 08:Indicators of tangibilityterms

Num	Phrases	Arithmeticmean	Standard Deviation	verification
1	The externalappearance of the bankisappropriate to the nature of itsactivity.	3.918	0.837	High
2	The bank has advancedtechnicalequipment.	3.716	0.983	High
3	The internal design of the bankfacilitates the performance of work.	3.878	0.887	High
4	Employees are committed to looking good.	3.689	1.002	High
5	The bankenjoys a convenient and close location.	3.770	1.075	High
6	Tangibility.	**3.794**	**0.641**	**High**

Source: Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

Table (08) shows that the generalaverage of the tangible expressions wasestimated at 3.7946, with a standard deviation of 0.64140, whichindicates a low dispersion of the values fromtheirarithmeticmean, and thereforeitfalls at the level of agreement with a high degree.

-Reliability:

Table (09):Indicators of reliabilityterms

Num	Phrases	Arithmeticmean	Standard Deviation	verification
1	The bankiscommittedto carrying out the work on time.	3.702	0.986	High
2	There willbeaccuracy in the work and the lack of errors.	3.756	0.869	High
3	The bank cares about	3.824	0.814	High

	customers' problems and givesthem solutions.			
4	The Bank maintainsaccurate records about the transactions thatcustomers deal with the Bank.	4.000	0.755	High
5	**Reliability**	**3.820**	**0.622**	**High**

Source:Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

Table (09) shows that the generalaverage of the reliability expressions wasestimated at 3.8209, with a standard deviation of 0.62204, whichindicatesthatthereis a low dispersion of the values fromtheirarithmeticmean, and thusitfalls at the level of agreement with a high degree.

-Response:

Table (10):Indicators for Response Phrases:

Num	Phrases	Arithmeticmean	Standard Deviation	verification
1	The bankiskeen to reduce the waitingperiod for customers and givethem a specific time to complete the service.	3.810	0.898	High
2	The employees of the bank are easy to communicatewithcustomers.	3.554	0.949	High
3	Employeesgive time to customers to respond to theirrequests and inquiries.	3.648	0.967	High
4	**Response**	3.671	0.776	**High**

Source:Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

Table (10) shows that the generalaverage of the response axis expressions wasestimated at 3.6712 with a standard deviation of 0.77663, whichindicatesthatthereis an average dispersion of the values fromtheirarithmeticmean, whichindicatesthat the bankiskeen to reduce the waitingperiod for customers and givethem a specific time to complete the service, as well as givingemployees time to customers to respond to theirrequests and inquiries.

- Safety:

Table (11):Statisticalindicators of safety phrases

Num	Phrases	Arithmeticmean	Standard Deviation	verification
1	The Bank providesphysical and financialsecurity and confidentiality of operations.	4.081	0.751	High
2	The bankiskeen on honesty and honesty in dealingwithcustomers, whichgenerates trust between the two parties.	3.783	0.861	High
3	There are electronicmeanssuch as early warning to reassureemployees in dealingwith the bank.	3.770	0.833	High
4	**Safety**	**3.878**	**0.663**	**High**

Source:Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

Table (11) shows that the generalaverage of the expressions of the security axis wasestimated at 3.8784 with a standard deviation of 0.66343, whichindicatesthatthereis a low dispersion of values fromtheirarithmeticmean, whichindicatesthat the bankprovidesphysical and financialsecurity and confidentiality of operations, as well as itiskeen on honesty and honestywithcustomerswhichgenerates trust between the two parties.

- Sympathy

Table 12:Statisticalindicators of sympathy expressions

Num	Phrases	Arithmeticmean	Standard Deviation	verification
1	The staff alwaysprovidespersonal attention to all customers and awareness of the importance of the customer.	3.500	1.097	High
2	The bank'sworkinghours are suitable for all customers.	3.648	0.863	High

3	Bank employees have the ability to understand the individualneeds and privacy of customers.	3.594	0.917	High
4	The bankgrantsloans to customerswithappropriatein terest and commissions compared to otherbanks.	3.729	0.877	High
5	Sympathize	**3.618**	**0.681**	**High**

Source:Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

Table (12) shows that the generalaverage of the safety axis expressions wasestimated at 3.6182 with a standard deviation of 0.68166, whichindicates a low dispersion of values acrosstheirarithmeticmean, Thus, itis at a high level of approval, whichindicatesthat the bankgrantsloans to customerswithappropriateinterest and commissions compared to otherbanks, and alsothat the bank'sworkinghours suit all customers.

3.2.3 Testing the hypotheses of the study and discussing the results:

1. The First Sub-Hypothesis:

H0: It is not expectedthattherewillbe a significanteffectbetweenbank marketing information systems and the tangibility dimension of the quality of services provided by the bankunderstudy.
H1: It isexpectedthattherewillbe a significanteffectbetweenbank marketing information systems and the tangibility dimension of the quality of services provided by the bankunderstudy.

Table (13): The impact of the information system on tangibility

Independent Variable	Dependent Variable	Slope Constant B	Regression Coefficient a	Correlation Coefficient R	Coefficient Of Determination R2	The calculated T value	The calculated F value	SignificancelevelSig
Marketing information system	**Tangibility**	0.845	0.775	0.634	0.402	9.914	98.288	0.000

Source: Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

It isclearfrom Table (13) thatthereis a statisticallysignificantrelationship at a significantlevel (α≤0.05), where the correlationreached 63.4%, whichis a strongcorrelation, while the coefficient of determinationreached 40.2%, the F test showedthat the model isgenerallystatisticallysignificant, as the significancelevelwasestimated at 0.000, whichislessthan the significantlevel (α≤0.05).

2. The Second Sub-Hypothesis:

H0: It is not expectedthattherewillbe a significanteffectbetweenbank marketing information systems and the reliability dimension for the quality of services provided by the bankunderstudy.

H1: It isexpectedthattherewillbe a significanteffectbetweenbank marketing information systems and the reliability dimension for the quality of services provided by the bankunderstudy.

Table (14): The effect of marketing information system on reliability

Independent Variable	Dependent Variable	Slope Constant B	Regression Coefficient a	Correlation Coefficient R	Coefficient Of Determination R2	The calculated T value	The calculated F value	SignificancelevelSig
Marketing information system	**Reliability**	1.030	0.733	0.619	0.383	9.524	9.700	0.000

Source: Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

It isclearfrom Table (14) thatthereis a statisticallysignificantrelationship at a significantlevel (α≤0.05), where the correlation coefficient reached 63.4%, whichis a strongcorrelation, while the determination coefficient reached 40.2%. The F test showedthat the model isgenerallystatisticallysignificantwhere the level of significancewasestimated at 0.000, whichislessthan the level of significance (α≤0.05).

3. The ThirdSub-Hypothesis:

H0: It is not expectedthattherewillbe a significanteffectbetweenbank marketing information systems and the response to the quality of services provided by the bankunderstudy.

H1: It isexpectedthattherewillbe a significanteffectbetweenbank marketing information systems and the response to the quality of services provided by the bankunderstudy.

Table (15): The effect of the marketing information system on the response

Independent Variable	Dependent Variable	Slope Constant B	Regression Coefficient a	Correlation Coefficient R	Coefficient Of Determination R2	The calculated T value	The calculated F value	SignificancelevelSig
Marketing information system	**Response**	0.822	0.748	0.506	0.256	7.091	50.286	0.000

Source: Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

It isclearfrom Table (15) thatthereis a statisticallysignificantrelationship at a significantlevel ($\alpha \leq 0.05$), where the correlation coefficient was 50.6%, whichis a medium correlation, while the determination coefficient was 25.6%. The F test showedthat the model isgenerallystatisticallysignificantwhere the level of significancewasestimated at 0.000, whichislessthan the level of significance ($\alpha \leq 0.05$).

4. The FourthSub-Hypothesis:

H0: It is not expectedthattherewillbe a significanteffectbetween marketing information systems and the security dimension for the quality of services provided by the bankunderstudy.

H1: It isexpectedthattherewillbe a significanteffectbetween marketing information systems and the security dimension for the quality of services provided by the bankunderstudy

Table (16): The impact of the marketing information system on security

Independent Variable	Dependent Variable	Slope Constant B	Regression Coefficient a	Correlation Coefficient R	Coefficient Of Determination R2	The calculated T value	The calculated F value	SignificancelevelSig
Marketing information system	**Safety**	0.822	0.748	0.506	0.256	7.091	50.286	0.000

Source: Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

Table (16) shows thatthereis a statisticallysignificantrelationship at a significantlevel ($\alpha \leq 0.05$), where the correlation coefficient was 38.2%, whichis a weakcorrelation, while the determination coefficient was 14.6%. The F test showedthat the model isgenerallystatisticallysignificantwhere the level of significancewasestimated at 0.000, whichis the lowestlevel of significance ($\alpha \leq 0.05$).

5. The Fifth Sub-Hypothesis:

H0: It is not expected that there will be a significant effect between marketing information systems and the empathy dimension for the quality of services provided by the bank under study.

H1: It is expected that there will be a significant effect between marketing information systems and the empathy dimension for the quality of services provided by the bank under study.

Table (17): The impact of the marketing information system on Empathy

Independent Variable	Dependent Variable	Slope Constant B	Regression Coefficient a	Correlation Coefficient R	Coefficient Of Determination R2	The calculated T value	The calculated F value	SignificancelevelSig
Marketing information system	**Empathy**	1.189	0.638	0.492	0.242	6.820	46.512	0.000

Source:Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

It isclearfrom Table (17) thatthereis a statisticallysignificantrelationship at a significantlevel (α≤0.05), where the correlation coefficient was 49.2%, whichis a medium correlation, while the determination coefficient was 24.2%, the F test showedthat the model isgenerallystatisticallysignificant, as the significancelevelwasestimated at 0.000, whichis the lowestlevel of significance (α≤0.05).

B. Main HypothesisTest:

Table (18): T-TEST results for testing the main hypothesis

Statement	ArithmeticMean	Degree Of Freedom	The calculated T value	Significancelevel Sig	The Decision
The Main Hypothesis	3.807	147	88.188	0.000	Acceptable

Source: Prepared by the researchersaccording to the results of the SPSS statistical program

It isclearfrom the table (18) that the calculated T value amounted to 88.188 at the significancelevel of 0.000, whichisgreaterthan the significantlevel (α≤0.05). Therefore, the main hypothesisisacceptedthatthereis a statisticalrelationshipbetween the Bank of Agriculture and Rural Development - Tebessa for the marketing information system and the quality of banking services is at a significantlevel (α≤0.05), and through the arithmeticmean, it can besaidthat the institution's adoption of the marketing information system has an acceptable level, whichamounted to 3.807, falling in the field of approvalwith a high degree.

4. Conclusion:

Throughthispaper, wetried to study the role of marketing information systems in improving the quality of banking services at the Bank of Agriculture and Rural Development - Tebessa, and the studyconcludedwith a set of results and recommendations.

Results:

- Customer satisfaction is a result of the efficiency of banking institutions and their ability to provide distinguished services of high quality.

- Marketing information systems are considered one of the most important information systems in the banking institution, as it is the official spokesperson for customers within the institution, because it is the only one capable of studying quality by defining the needs and expectations of consumers and customers.
- Studying the banking customer's behavior is of great importance as it helps the banking management to identify the customer's tastes and desires and make the offered banking products and services in line with these desires.
- The importance of the quality of banking services provided to customers is considered a basis for achieving excellence in the face of competitors and differentiation between banks. Therefore, the level of quality of banking services performance has become one of the competitive weapons.
- Marketing information systems contribute to improving the quality of banking services at the Bank of Agriculture and Rural Development - Tebessa.

Recommendations:

- The need for banks to pay attention to applying marketing information systems to improve and develop their banking services.
- The banking system must adopt well-thought-out and appropriate strategies that take into account modern technology in managing management.
- Attempting to educate the customer of the importance and quality of electronic services provided through publicity and advertisements.

5. Bibliography List:

- Books :

- Abu Qahf, Abdel Salam (2006), Marketing - A Contemporary Point of View, Artistic Radiation Office – Egypt.
- Al-Ajarmah,Tayseer (2004), Banking Marketing, Dar Al-Hamid for Publishing and Distribution - Amman, Jordan.
- Al-Ajarmah, Tayseer. Al-Taei, Muhammad Abdul Hussein Al Faraj (2002), Marketing Information Systems, Dar Al-Hamid for Publishing and Distribution – Amman.
- Al-Nsour, Iyad Abdel-Fattah (2013), Marketing Department, Dar Safaa for Publishing and Distribution – Amman.
- Al-Sumaidaie, Muhammad Jassim. Youssef, Rodina Othman (2005), Banking Marketing - An Analytical, Quantitative Strategic Approach, Dar Al-Manhaj– Amman.

- Al-Zoubi, Ali Falah (2010), Principles and Methods of Marketing, Dar Safaa for Publishing and Distribution – Amman.
- Arafa, Sayed Salem (2011), Marketing Information Systems, Dar Al-Raya for Publishing and Distribution – Algeria.
- Daradkeh, Mamoun, Shelly, Tariq (2002), Quality in Modern Organizations, Dar Safaa for Publishing and Distribution – Amman.
- Kohn, Meir (1994), Financial Institutions and Markets, McGraw - Hill, Inc, New York.
- Kumar, S. Anil and Sursh, N (2008), product and operations Management, 2nd ed, New Age International Limited Publishers, New Delhi.
- Madura, Jeff (2003), Financial Markets and Institutions, South Western, Ohio, 6th ed.
- Mualla, Naji. Tawfiq, Raef (2005), The Origins of Marketing - An Analytical Introduction, Dar Wael for Publishing and Distribution - Jordan.
- Sweidan, Nizam Musa. Haddad, Shafiq Ibrahim (2006), Marketing - Contemporary Concepts, Dar Al-Hamid for Publishing and Distribution – Jordan.

-Theses:

- Al-Ruwais, Muhammad Hamad Abdel-Hadi (2002), A Proposed Model for Measuring the Quality of Banking Services in the State of Qatar, unpublished PhD thesis, Faculty of Commerce, Ain Shams University, Egypt,.

-Journal article :

- Abdel Halim, Saeedi. Ben Mahoub, Sarah.Makhlekhal, Zouina(2022), The Extent of the Impact of Information Technology on Improving the Quality of Banking Service - A Case Study of Gulf Bank and Biskra Agency, Qabas Journal for Human and Social Studies, Vol. 06, No. 01.
- Abdel Qader, Breish (2015), Quality of Banking Services as an Introduction to Increasing the Competitiveness of Banks, North African Economics Journal, Issue 03.
- Al Murad, Najla Younis Muhammad and Al-Mulla, Thaer Tariq Hamid (2008), Strategic Marketing Planning and its Impact on the Quality of Banking Service - An Exploratory Study in the Branches of Al-Rafidain and Al-Rasheed Banks in the City of Mosul, Future Research Journal, Al-Hadbaa College - University of Iraq, Vol. 04, No. 01.
- Al-Jazaery and others, Safaa Muhammad Hadi (2012), Measuring and evaluating the quality of banking services - Exploratory research in the Warka Bank for Investment and Finance - Basra, Iraqi Administrative Journal, University of Karbala - Iraq, Vol. 08.
- Faiza, Laarf. Rabeh, Bouguerra (2014), Evaluation of the quality of banking service provided from the perspective of customers - a case study of the Bank of Agriculture and Rural Development - Msila Agency, Journal of Economic Sciences, Management and Commercial Sciences, Issue 12.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024،ص ص 554-571

تعزيز إدارة الزكاة من خلال تقنيات التكنولوجيا المالية

Enhancing zakat management Through Financial Technology techniques

معاندي أمينة*
Maandi Amina
جامعة عنابة-الجزائر
amina.maandi@univ-annaba.org

بن عامر زين الدين
Benameur zineddine
جامعة قسنطينة 2-الجزائر
Zineddine.benamer@univ-constantine2.dz

تاريخ الاستلام: 2024/02/27 *تاريخ القبول: 2024/04/29* *تاريخ النشر: 2024/04/30*

الملخص :
تهدف هذه الدراسة إلى تحليل ومعرفة أهمية التكنولوجيا المالية في تعزيز إدارة الزكاة وزيادة عدد المزكين وضمان وصول أموال الزكاة إلى مستحقيها،وقد تم التوصل إلى أن لها أهمية كبيرة في تدليل صعوبات إدارة الزكاة على اعتبار أنها تساعد في الوصول إلى مستحقيها فعلا بالإضافة إلى تسريع توزيع الزكاة في وقتها، وتعتبر تطبيقات الهاتف المحمول من أكثر التقنيات ملائمة لإدارة الزكاة على اعتبار أن الهاتف المحمول أصبح أكثر انتشارا في الدول وبين جميع الفئات العمرية بالإضافة إلى الذكاء الاصطناعي الذي يساعد من خلال روبوتات الدردشة على الإجابة على استفسارات المزكين وكذا الترويج أكثر لأهمية الزكاة وضرورة تأديتها.

الكلمات المفتاحية:الزكاة، التكنولوجيا المالية، التقنيات الحديثة.
تصنيف جال:G23، O30

Abstract:
This study aims to analyze and know the importance of financial technology in enhancing zakat management, increasing the number of zakat recipients, and ensuring that zakat funds reach those who deserve it. It has been concluded that it is of great importance in demonstrating the difficulties of managing zakat, because it helps in reaching its actual beneficiaries and on time. Mobile phone applications are considered one of the most appropriate technologies for managing zakat, given that the mobile phone has become more widespread in countries, in addition to artificial intelligence, which helps Through chatbots to respond to mozakine' inquiries.

Key words: zakat, Financial Technology, modern techniques.
JEL classification codes : G23. O30

*المؤلف المرسِل

المقدمة:

بغض النظر على كون الزكاة واحدة من الالتزامات التي شرعها الإسلام وفريضة فرضها على المسلمين من أقامها وأداها فقد أفلح في معاشه ومعاده ولحق بركب الطائعين، فإنها شُرعت لحِكم وغايات بالغة لها آثارها الإيجابية على الفرد والمجتمع، فلزكاة أهمية كبيرة في تحقيق وضمان التوازن الاجتماعي والاقتصادي والقضاء على الفقر والطبقية في المجتمع.

وتبعا للدور الفعال الذي تمارسه تقنيات التكنولوجيا المالية في العديد من المجالات وتفضيل العملاء للقنوات الرقمية مع تنامي دور تقنيات التكنولوجيا المالية أصبح لزاما على الصناعة لمالية الإسلامية أن تواكب هي الأخرى هذه التطورات، حيث امتازت الشريعة الاسلامية بأنها صالحة لكل زمان ومكان لكونها شاملة لكل ما يستجد ومرنة مع كل ما يطرأ من تطورات ومنها مجال الزكاة، فقد بدأ البحث في كيفية استغلال هذه الثورة التكنولوجية في إدارة الزكاة والاستفادة من تقنياتها التي تساعد على تدفق أموال الزكاة بشكل يسير يضمن وصولها لمستحقيها بالوجه الذي فرضته الشريعة الإسلامية، وانطلاقا من ذلك **كيف يمكن الاستفادة من تقنيات التكنولوجيا المالية في تعزيز وإدارة الزكاة؟**

أهمية الدراسة: نظرا لقلة المراجع باللغة العربية التي تناولت وربطت بين مساهمات التكنولوجيا المالية من جهة والزكاة من جهة ثانية تأتي هذه الدراسة لتستعرض وتبين أهمية التقنيات الحديثة في التفاعل مع منظومة الزكاة لتعزيز وتحقيق الدور الحيوي للزكاة في المجتمع والاقتصاد ككل، وإعطاء تصور واضح عن هذه التقنيات وعن الإمكانيات التي تتيحها لإدارة الزكاة ولتعزيز الاستفادة من ميزات هذه المنظومة الربانية.

أهداف الدراسة:

- ✓ بالتعريف بتقنيات التكنولوجيا المالية ومساهمة كل تقنية في إدارة الزكاة؛
- ✓ التعرف على إيجابيات وسلبيات الاعتماد على التكنولوجيا المالية في إدارة الزكاة؛
- ✓ التعرف على الفرص التي تتيحها التكنولوجيا المالية لإدارة الزكاة والتحديات التي تفرضها؛
- ✓ معرفة التغيرات التي تطرأ على مؤسسات الزكاة في عصر الثورة الرقمية.

أولا: الإطار النظري لمتغيري الدراسة:

1-الزكاة:

1-1-ماهية الزكاة : إن الشريعة الاسلامية منهج متكامل من جميع الجوانب ولذلك أعطى حلولا لكل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية...الخ وفي قوله عز وجل "إنما المؤمنون إخوة" تعبير عن أجمل وأسمى أوجه التعاون الاجتماعي بين المسلمين، وقد حققت الشريعة الاسلامية من خلال فرض الزكاة التوازن والاستقرار الاجتماعي والاقتصادي الذي عجزت عن تحقيقه الأنظمة البشرية، فالزكاة هي تنظيم مالي يعمل على تحقيق مبدأ التكافل الاجتماعي القائم على مبدأ الأخوة الإيمانية التي جاء بها الاسلام، كما أنها تعتبر من أهم مصادر التمويل الثابتة والدائمة لبيت مال المسلمين في أي دولة تهدف وتسعىلتحقيق الرفاهية والعدل والمساواة، (العياشي، 2021، صفحة 656)وتعرف الزكاة كما يلي:

لغة: هي النماء والزيادة والطهارة والإصلاح، فهي من باب زكا يزكو زكاء وزكوا، وسمي القدر المخرج من المال زكاة لأنه سبب يُرجى به الزكاء أي النماء، وقالتعالى: {وتُزَكِّيهِمبِها} أي تطهرهم به.(الظفيري، 2019، صفحة 36)

اصطلاحا: الزكاة هي "حصة مقدرة من المال فرضها الله عز وجل للمستحقين الذين سمّاهم في كتابه الكريم، ويطلق لفظ الزكاة على نفس الحصة المخرجة من المال المزكى."(الشيخ، 2022، صفحة 2)

1-2-ماهية مؤسسة الزكاة:

إن أهمية مؤسسة الزكاة تكمن في عملها الدؤوب على زيادة الوعي بهذه الشعيرة وترسيخ مفهوم فاعلية الزكاة واهتمامها البالغ بالجانب التنموي المتعلق بالفرد والمجتمع من خلال توسيع دائرة المستفيدين من هذه الأموال من مختلف شرائح المجتمع وصولا إلى مجتمع متكافل، فهذه المؤسسة تجمع أموال الزكاة وتنميها وتصرفها في مختلف أوجهها الشرعية، فأهداف هذه المؤسسة تتنوع بين أهداف أخلاقية تسهر من خلالها على تطهير الأموال بتزكيتها وأهداف اجتماعية تكافلية من خلال صرف أموال الزكاة على الفئات الثمانية، وأهداف اقتصادية تنموية على رأسها محاربة الاكتناز وتحريك السيولة النقدية وتشجيع الاستثمار من خلال القرض الحسن...الخ.(محلب، الصفحات 3-5).

فأهمية الزكاة كشعيرة لا تظهر بشكل جلي وآثارها الاقتصادية والاجتماعية الحسنة لا تتعاظم إلا من خلال تنظيم هذه الشعيرة،فالأفعال المنفردة التي يقوم بها المزكين في تأدية حق المحتاجين يقل أثرها الاقتصادي والاجتماعي لذلك وجب تنظيم هذه الشعيرة من خلال مؤسسات الزكاة.

ويمكن تعريف هذه المؤسسات على أنها كيانات قانونية تعمل تحت إشراف الدول التي تأسست في حدودها الجغرافية حيث تتولى جمع الزكاة وإنفاقها في أوجه متعددة وفق ما دعت

إليه الشريعة الإسلامية، وقد تكون هذه المؤسسات في شكل صندوق أو بيت أو لجنة أو مؤسسة أو جمعية أو نحو ذلك.(مختاري، 2018، صفحة 148).

1-3-المشاكل التي تعاني منها مؤسسات الزكاة:

إن مؤسسة الزكاة تعاني من مشاكل وتحديات متعددة تحول دون قيامها بواجبها على أكمل وجه وتمنع الوصول بفريضة الزكاة للوجه الذي يرضاه الشارع سبحانه، وهذه المشاكل التي سنشير إليها الآن يمكن التغلب عليها أو على الكثير منها من خلال الاعتماد على تقنيات التكنولوجيا المالية خصوصا تقنية البلوك تشين منها.

ومن أهم هذه المشاكل أو العقبات نجد ضعف الثقة في مؤسسة الزكاة من قبل شريحة واسعة من المزكين مع ترويج لإشاعات متعلقة بعمليات اختلاس تطال أموال الزكاة، كما أن توجه هذه المؤسسات لاستثمار هذه الأموال بما يعود بالنفع على الجميع يعترضه من حيث المبدأ اختلاف الفقهاء في حكم استثماره بين مانع ومجيز والأسواء أن هذه المؤسسات عند منحها أمولا في شكل قرض حسن تتعرض لعدم التسديد أو حتى السرقة بالإضافة إلى ضعف أو سوء تسيير هذه الأموال أو المشاريع (لحجوجي و آخرون، 2018، صفحة 4و17)

وهذه المشاكل تختلف باختلاف البيئة والدولة التي تنشط فيها هذه المؤسسات فنجد هذه المؤسسة في تونس مثلا تعاني من مشاكل وتحديات قانونية تتمثل في عدم وجود قانون ينظم الزكاة وتحديات إدارية متمثلة في تخوف الإدارة التونسية من تأثر الموارد الجبائية للدولة في حالة التركيز على عمل مؤسسة الزكاة، أضف إلى ذلك التحديات الداخلية والمتمثلة بالأساس في ندرة الإطارات البشرية المختصة في فقه الزكاة ومحاسبتها (الجمعية التونسية لعلوم الزكاة، 2019، الصفحات 9-10) .

وإن حسن الإدارة التي تشرف على جباية وتوزيع الزكاة شرط لازم لنجاح الزكاة في تأدية وظيفتها لأن أفضل الأنظمة إذا أدارتها أيادٍ غير أمينة وعقول غير فاهمة انقلب حسن هذا النظام الرباني إلى سوء (القرضاوي، صفحة 27).

إلا أن هذه المؤسسات تشترك في الكثير من هذه المشاكل والتحديات ولعل أشدها قلة الوعي بدور وأهمية الزكاة أو ضعف ثقافة الزكاة، بالإضافة إلى الحصيلة المنخفضة نظرا لقلة المزكين الذين يتعاملون مع هذه المؤسسات وفي المقابل عدد الطالبين الكبير مع صعوبة التحقق من مدى احتياجهم للزكاة وغير هذه المشاكل كثير.

بالإضافة إلى اعتماد مؤسسات الزكاة على الوسائل البدائية والافتقاد للأجهزة والتقنيات الحديثة اللازمة للتعامل مع العدد الهائل للمسلمين سواء المزكين منهم أو المحتاجين وفي جباية وتوزيع الأموال التي تجب فيها الزكاة، والتي يعجز العقل البشري عن الإحاطة بها وهذا ما دفعنا للقيام بهذه الدراسة. (علام، 2022، الصفحات 113-114).

2-التكنولوجيا المالية:

2-1-مفهوم التكنولوجيا المالية:

هناك مجموعة كبيرة ومتنوعة من التعريفات للمصطلح في الممارسة الأكاديمية وفيما يلي البعض منها:

فقدترجم قاموس أكسفورد مصطلح Fintech على أنها "عبارة عن برامج الكمبيوتر وغيرها من التقنيات المستخدمة لتقديم الخدمات المصرفية والمالية". (oxford Learner's dictionaries, 2021)

وحسب قاموس المصطلحات التكنولوجيا Websterفإن التكنولوجيا المالية هي المنتجات والشركات التي تستخدم التقنيات الرقمية عبر الأنترنت المطورة حديثًا في صناعة الخدمات المصرفية والمالية، وتتعلق التكنولوجيا المالية في الحقيقة بالابتكار وتقديم الحلول للبنوك والإقراض وأسواق رأس المال.(Merriam-Webster.com Dictionary, 2021)

ويعرف المجلس الاقتصادي الوطني (NEC) التكنولوجيا المالية بأنها "مجموعة واسعة من الابتكارات التكنولوجية التي تؤثر على مجموعة من الأنشطة المالية بما في ذلك المدفوعات، الاستثمار، الإدارة، زيادة رأس المال، الودائع، الإقراض، التأمين، التنظيم وأنشطة أخرى في مجال الخدمات المالية".(Eleftherios, 2020, p. 142)

وبالتالي يمكن القول أن التكنولوجيا المالية هي مصطلح يضم جانبين أحدهما تكنولوجي والآخر مالي، حيث تعمل مجموع التقنيات الحديثة على تسهيل الخدمات المالية وجعلها أقل تكلفة، بالإضافة إلى تسهيل الاستخدام وتعزيز الشمول المالي من خلال الوصول إلى عدد كبير من الشرائح في المجتمع.

2-2-تقنيات التكنولوجيا المالية:

إن تقنيات التكنولوجيا المالية متعددة ومتزايدة بشكل كبير لذلك لا يمكن حصرها إلا أن أهمها وأكثرها انتشارا هي التقنيات التالي:

2-2-1-تقنيات المدفوعات الرقمية:

إن تقنيات المدفوعات الرقمية هي "التكنولوجيا ونماذج الأعمال المبتكرة التي تستخدم في تقديم الخدمات المالية بما في ذلك الابتكارات في مجال تجارة التجزئة والخدمات المصرفية والعملات المشفرة، وتوسع استخدام هذه التقنيات لتمس التمويل الشخصي والتجاري بفضل الانتشار الواسع للهواتف الذكية"فهي تقنيات تسمح بتداول الأموال الإلكترونية عبر الأنترنت باستخدام مختلف الوسائط.(حمدوش و آخرون، 2021، صفحة 5)

وتقنيات المدفوعات الرقمية كثيرة وفي تزايد مستمر وتطبيقاتها لا حصر لها ونكتفي هنا بذكر بعض تقنيات المدفوعات الرقمية أو الأكثر استخداما ومن بينها البطاقات الافتراضية والمحافظ الرقمية تقنية الدفع والدفع عبر الهواتف الذكية.

2-2-2-العقود الذكية:

هذه التقنية هي" عقود ذاتية التنفيذ، تقتدي بشروط اتفاقية مبرمة بين مشتر وبائع، على هيئة تعليمات برمجية متضمنة في شبكة من السجلات المتسلسلة Block Chain،وتسمح العقود الذكية بتنفيذ المعاملات والاتفاقيات الموثقة بين أطراف متباينة دون الحاجة إلى جهة منظمة مركزية أو جهة تنفيذ خارجية، فالعقود الذكية تجعل المعاملات شفافة، قابلة للتعقب، ولا رجعة فيها".(ليان، 2019، صفحة 49)

2-2-3-البلوكتشين:

ويمكن تعريف هذه التقنية على أنها " تكنولوجيا الجيل الجديد لإجراء المعاملات أو الصفقات والتي تأسس للثقة، المسؤولية والشفافية بفضل آلية الإجماع العام المقترنة باستخدام الدفتر العام الكبير(نذير، 2020، صفحة 32)

2-2-4-الذكاء الاصطناعي:

وهي عبارة عن "مجموعة من التقنيات التي تمكن أجهزة الكمبيوتر من تنفيذ المهام الذكية من خلال تقنيات مثل معالجة اللغة الطبيعية، وأنظمة الخبرة والتعلم الآلي، وهي عملية تطبق الخوارزميات لتحليل البيانات ولتكوي رؤى وتنبؤات".(قندوز، 2019)

2-2-5-أنترنت الأشياء: هي أجهزة لها القدرة على نقل البيانات عبر الشبكة دون الحاجة إلى الاتصال من إنسان إلى آخر أو من إنسان إلى من إلى كمبيوتر. (صلاح، 2020، صفحة 6)

بالإضافة إلى العديد من التقنيات المختلفة مثل الحوسبة السحابية والبيانات الضخمة ومنصات التكنولوجيا المالية وغيرها كثير، فلا يمكن حصر هذه التقنيات كما أشرنا إلى ذلك.

ثانيا-استعمال تقنيات التكنولوجيا المالية في إدارة الزكاة.

1-تقنيات المدفوعات الرقمية:

غالبا ما يواجهه الأشخاص المؤهلين لتلقي الزكاة مشكلة معرفة أو التحقق مما إذا كانوا قد تلقوا الزكاة من مؤسسات الزكاة أم لا، لذلك يجب عليهم الاتصال بمؤسسات الزكاة وقد يستغرق الأمر الكثير من الوقت،وإذا حدث ذلك كل مرة فقد يكون مزعجًا بالنسبة للمستفيد من الزكاة، كما أن هناك بعض الحالات لأصنافٍ من المستفيدين يحتاجون لمساعدات مالية عاجلة لا يمكن توفيرها بالإدارة التقليدية للزكاة، وهذه الأمور تعبر عن عدم الكفاءة في إدارة الزكاة، ويمكن لمؤسسات الزكاة الاستفادة من ميزات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والتي تتسم بسهولة الاستخدام مع توفير التكاليف.(Yahaya & others, 2018, p. 2)

توفر صناديق الزكاة الحديثة على غرار صندوق الزكاة لدولة الإمارات خدمات متميزة لمتعامليها سواء المزكين أو المستفيدين أو حتى المستفتين منهم حول فرضية الزكاة، وذلك بالاعتمادعلى تقنيات المدفوعات الرقمية والتي يتم التعامل بها من خلال الهواتف الذكية، أو من خلال تطبيقات ذكية على الهواتف النقالة، حيث أصبح بإمكان المزكي دفع زكاته من خلال هذه التطبيقات وهو في مكانه وفي لحظات معدودة دون عناء التنقل أو تحمل مخاطر حمل هذه الأموال، حيث يمكن دفع هذه الأموال من خلال رسالة نصية قصيرة أو الدفع من خلال بطاقات الائتمان ومختلف البطاقات المُشكلة للمحفظة الرقمية المحملة على الهواتف الذكية، كما يمكن لطالب الزكاة التأكد من موافقة الصندوق على إعطاءه لجزء من مال الزكاة من خلال رسائل على هاتفه،أو قد يكون غرض هذه الرسائل طمأنته على سير المعاملة أو لإعلامه بموعد استلامه للأموال، وهذه الخدمات المتميزة لاقت استحسانا بالغا لدى مختلف العملاء وزادت من رضاهم.(صندوق الزكاة، 2024).

إن العمل بتقنيات المدفوعات الرقمية يوصل إلى مستويات العالية من الشفافية والكفاءة في إدارة الزكاة، حيث يمكن لمقدمي الزكاة ومستحقيها الوصول لمؤسسة الزكاة في أي وقت 7/24 ومن أي مكان، كما تتيح للمزكي معرفة الأنصبة والقيم المستحقة والتسديد الميسر،وبعد دفعه لزكاته تتيح له هذه التطبيقات تتبع أمواله لمعرفة أوجه انفاقها وتقدم المال للمستحق دون جرح مشاعره،(الجيزاوي، 2019، صفحة 1)كما تسمح تقنيات المدفوعات الرقمية بإدارة الزكاة جمعا وتوزيعا بشفافية وكفاءة عاليتين لما تمنحه هذه التقنيات من كفاءة عملياتية عالية مثل الاعتماد على تقنية مسح بصمة العين وغيرها.(المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين، 2019)

2-تقنية البلوكتشين:

2-1-كيفية تطبيق تقنية البلوكتشين في إدارة الزكاة:

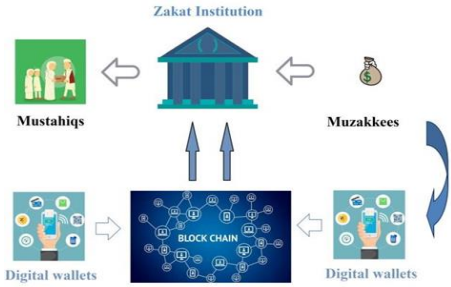
يتطلب دمجblockchain في إدارة الزكاة الاعتناءبكفاءة الجانب التشغيلي مع الامتثال للشريعة الإسلامية، وعموما يتم تطبيق تقنية البلوكتشين في إدارة الزكاة وفق الخطوات التالية:(Opct, Rejeb Dhiaeddine, pp. 23-25)

- ✓ **ربط جميع المستحقين وجميع المزكين بالشبكة:**حيث أن كل مستحق يتم تسجيله في قاعدة بيانات مؤسسة الزكاة سيحصل تلقائيا على حساب blockchain على الشبكة ليتلقى أموال الزكاة من خلاله، وكل مزكي أيضا سيحصل على حساب دائم يتم من خلاله تمثيل أمواله القابلة للزكاة في شكل عملة مشفرة؛
- ✓ **إبرام عقد الوكالة:** حيث يوكل المزكي من خلال البلوكتشين مؤسسة الزكاة في احتساب أمواله القابلة للزكاة وتحوليها لمستحقيها، وتفرض عليه بعض الرسوم والتي يمكن استخدامها كأموال لتشغيل مؤسسة الزكاة؛
- ✓ **إبرام وتنفيذ العقد الذكي:** حيث يتم توقيع عقد ذكي بين المؤسسة والمزكي لأن عملية جمع الزكاة من خلال هذه التقنية تتم وفق عقود ذكية يتم تنفيذها ذاتيا،حيث وبمجرد استيفاء الشروط كالنصاب وحولان الحول سيقوم العقد الذكي بتنفيذ الإجراء وتحويل مبلغ الزكاة الموصى به تلقائيًا إلى مؤسسة الزكاة في شكل عملة مشفرة؛
- ✓ حصول المستحقين للزكاة على الأموال وفي شكل عملة مشفرة يمكن تحويلها إلى أموال ورقية على منصة التبادل، حيث يمكن للمزكي الاطلاع على ذلك والتأكد من شفافية العملية، لأن

كل من المزكي والمستفيد تربطهما شبكة واحدة لا مركزية ويتم تحقيق الاتصال بالشبكة من خلال المحفظة الرقمية وبشكل أكثر دقة من خلال التطبيقات اللامركزية، Dapps.

وبالتالي فإن العمل بتقنية البلوكتشين في إدارة الزكاة تتم من خلال تكامل هذه التقنية داخل مؤسسة الزكاة والشكل الموالي يبين ذلك:

الشكل رقم(1): تكامل تقنيةblockchainداخل مؤسسة إدارة الزكاة



Source : Dhiaeddine Rejeb, Blockchain and Smart Contract Application for Zakat Institution: A Conceptual Study, International Journal of Zakat Vol. 5(3) 2020, page 25

2-2-المزايا التي توفرها تقنية البلوكتشين لإدارة الزكاة:

إن استخدام تقنية البلوكتشين في الزكاة أصبح حلا بديلا قد يساعد مؤسسات الزكاة على جمع أموال الزكاة بشكل أكثر كفاءة حيث توفر هذه التقنية العديد من المزايا منها:

- ✓ **تجنب مشاكل نقص المهارات**: إدارة الزكاة هي عملية معقدة تتطلب معرفة مؤسسية ومهارات إدارية وأكاديمية ومن خلال أتمتة النظام بأكمله اعتمادا علىblockchainيمكن تجنب نقص المعرفة والمهارة بالإضافة إلى تجنب الأخطاء الإدارية المحتملة؛
- ✓ **تسهيل العمليات المحاسبية**:حيث أن الاعتماد على هذه التقنية يساعد على تجاوز العديد من المشاكل كحيازة المزكي لثروات كبيرةومتنوعة تجب فيها الزكاة، وبالتالي الصعوبة في تحديد مقدار الزكاة الواجب دفعها فهذه التقنية تضمن حسابًا تلقائيا للنصاب ولمقدرا الزكاة، كما تسمح بإدارة جميع البيانات المتعلقة بكل مزكي وكل مستحق للزكاة وكذا مختلف التدفقات المالية؛

- ✓ **كفاءة الوقت:** حيث أن هذه التقنية تضمن وصول الأموال في وقت وجيز، وتعظم أهمية هذه الميزة في الحالات الاستثنائية مثل الكوارث الطبيعية والحروب والأوبئة (Rejeb, 2020, p. 26)؛
- ✓ خلق بيئة شفافة وموثوقة لتبادل البيانات وتنفيذ المعاملات من خلال نظام شبكة لا مركزي وغير قابل للتغيير حيث يسمح لجميع المستخدمين بالاطلاع على حساباتهم ويسمح بتأكد المزكي من وصول المبلغ للمستفيد مباشرة؛
- ✓ تساعد تقنية البلوكتشين على: تحديد المزكين، ضمان بيئة الثقة، اتصال أكثر كفاءة بين المزكي والمستحق، تسهيل العمليات المحاسبية، كفاءة التحويلات وتكاليف منخفضة؛
- ✓ من المفترض أن نهج تقنيةBlockchainفي إدارة الزكاة سيبسط العمل بشكل كبير مع التقارير والوثائق ويزيد ثقة دافعي الزكاة؛ (Khairi, 2021, pp. 64-65).

3-الذكاء الاصطناعي:لقد بدأ مؤخرا الاهتمام بكيفية توظيف مميزات الذكاء الاصطناعي في إدارة الزكاة، فمن خلال الإمكانيات والمميزات التي يتمتع بها الذكاء الاصطناعي يمكن الوصول لمختلف أفراد المجتمع مع القدرة على تحديث معلومات الأسر المحتاجة والمستحقة للزكاة، ومن المنصات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في تسيير عملية الزكاة نجد منصة زاكي المتواجدة في الإمارات العربية المتحدة، وهي عبارة عن روبوت يتفاعل مع استفسارات وأسئلة المزكين بالإضافة إلى خدمة حساب مقدار الزكاة.(وجدان عبد الله السودي مرجع سبق ذكره، 2023).

وفي السعودية قدمت هيئة الزكاة والضريبة والجمارك السعودية مشروع تقنية التشغيل الآلي للعمليات"RPA"، والذي يهدف إلى أتمتة عملياتها التشغيلية وتنفيذ الأعمال التقليدية مثل الفرز وإدخال البيانات من الروبوتات الذكية الأمر الذي يوجه جهد الموظفين للمهام التي تتطلب عملاً إدراكياً، وتعمل هذه التقنية على الاستغلال الأمثل للوقت عبر إنجاز مجموعة من المهام في وقت واحد، والتقليل من الأخطاء البشرية التي قد تحدث عند إنجاز المهام، بإضافة إلى مساهمتها في رفع مستوى الإنتاجية عبر إتمام التشغيل الآلي للمهام خلال ثوانٍ لتقديم خدمة أفضل للعملاء، وهو ما يضمن إنجاز خدمات العملاء في وقت قياسي ووفق أعلى معايير الجودة العالمية.

وتوفر هيئة الزكاة والضريبة والجمارك العديد من الخدمات الرقمية من خلال بوابة الخدمات

الإلكترونية، ومنصة صوت العميل، ومنصة العقود الذكية، وموقع زكاتي، وبوابة التكامل.(وكالة الأنباء السعودية، 2022، صفحة الأنباء السعودية)

4-منصات التكنولوجيا المالية:

يوجد الآن العديد من منصات التكنولوجيا المالية التي تقدم خدمات الزكاة بما في ذلك Buka ،Lapak ،Shopee ,Rumah Zakat(Friantoro & others, 2018, p. 299)،فمن خلال منصات التمويل الجماعي (خاصة النوع القائم على التبرع)، يستطيع المنشئ (الشخص أو المؤسسة التي تجمع الأموال) إجراء حملة لقبول التبرعات تحتوي الحملة على معلومات مفصلة حول برنامج التوزيع الذي سيتم إنشاؤه وتنفيذه ،كمايجب أن تتميز الحملة المقترحة لبرنامج توزيع الزكاة بالعدالة والسعي لتحقيق مصلحة المستحق.(Rachman & others, 2018, p. 65)

كما توجد صناديق اجتماعية تم إطلاقها بالفعل من خلال التمويل الجماعي، مثل EthisCrowdفي مجال الخدمات المصرفية، والذي يسهل للعميل دفع الزكاة باستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أو أجهزة الصراف الآلي. (Swandaru & others, 2021, p. 175).

وعلى المستوى العربي نجد منصة معلومات الإماراتية ومنصة إحسان السعودية، والمنصة الإلكترونية على موقع وزارة العدل والشؤون الإسلامية والأوقاف في البحرين.(وجدان عبد الله السودي، 2023)

ثالثا: تحليل دور وأهمية تقنيات التكنولوجيا المالية في إدارة الزكاة.

1-دور تقنيات التكنولوجيا المالية في التحاسب الزكوي:

إن مؤسسات الزكاة اليوم في حاجة إلى استخدام التكنولوجيا المالية فهي تسمح بتحصيل مدفوعات الزكاة من المزكي بسهولة كما تحسن من فعالية وكفاءة خدمات إدارة الزكاة وبذلك تعم فوائد الزكاة وتتحقق رفاهية المجتمع،حيث يبرز دور تقنيات التكنولوجيا المالية في التحاسب الزكوي في النقاط التالية:(سمينة و وآخرون، 2015، صفحة 10).

- ✓ القضاء على مشكلة تكرار تخزين البيانات، فإذا كان المزكي يخضع لأكثر من نوع من الزكاة كالرواتب من جهة ومناحل العسل من جهة ثانية فإن ذلك يعني أن المكلف سيخصص له ملفين وبالتالي يكون هناك عدد كبير من الملفات وتكرار في البيانات مع صعوبة في التعامل

معها، وهذا ما يمكن تجاوزه ببساطة عند استعمال تقنيات التكنولوجيا المالية التي ستوفر الكثير من الوقت في تخزين والبحث عن البيانات؛

- ✓ تساعد التطبيقات الخاصة بالتحاسب الزكوي على تسهيل عملية حساب أموال الزكاة مع التغيرات التي تطرأ على تلك الأموال خلال الحول عن طريق تصريحات المكلف وتساعد كذلك على معرفة تاريخ التحاسب ومقدار نصاب الزكاة؛
- ✓ تتيح هذه التقنيات معرفة حجم التدفقات النقدية لمؤسسة الزكاة وحجم الانحرافات؛
- ✓ تسهيل عملية تسديد الزكاة من خلال تطبيقات مرتبطة بحسابات المكلفين البنكية ومرتبطة كذلك مع الأسواق المالية،ومثال ذلك اتفاقية الشراكة بين صندوق الزكاة الإماراتي وسوق أبو ظبي للأوراق المالية لتمكين المتعاملين في السوق من دفع مختلف أنواع الزكاة سواء كانت زكاة الأسهم أو زكاة الأموال أو زكاة الفطر.

2-استراتيجيات استخدام التكنولوجيا المالية في تحصيل الزكاة:يمكن تلخيص هذه الاستراتيجيات في النقاط التالية:(Friantoro, Opct, p. 236)

- ✓ تسهيل الوصول للتقنيات المستخدمة في جمع وصرف الزكاة بالنسبة لجميع الناس وفي كل زمان ومكان وبأقل تكلفة فهذه الطريقة فعالة وتخدم الجميع؛
- ✓ تحسين العروض الترويجية للزكاة لزيادة الثقة في هذه الأداة وزيادة الثقة في مؤسسات الزكاة ومن ثم زيادة حجم الأموال المحصلة وبالتالي زيادة عدد المستفيدين وزيادة الأثر الإيجابي لهذه الأداة؛
- ✓ التعاون مع البنوك وشركات التكنولوجيا المالية لتحسين أداء أنظمة دفع الزكاة؛
- ✓ وضع تسهيلات لدفع الزكاة في الوقت المناسب وتقديم خدمات حاسبة الزكاة؛
- ✓ تحسين وبناء بنية تحتية كافية لشبكة الإنترنت؛
- ✓ تطوير نظام دفع للزكاة آمن وقائم على الحد الأدنى من المخاطر؛
- ✓ تطوير إجراءات التشغيل القياسية واللوائح التي تدعم الشفافية والمساءلة لاسيما للحفاظ على ثقة المُزكي؛
- ✓ تشجيع شركات التكنولوجيا المالية على امتلاك الأنظمة والتراخيص القانونية من أجل إدارة الزكاة رقميا.

3-تحليل أهمية التكنولوجيا المالية في إدارة الزكاة باستخدام نموذج SWOT:

سوف يتم استخدام طريقة تحليلSWOTلمعرفة إلى أي مدى تعتبر التكنولوجيا المالية ضرورية لتحصيل الزكاة،كما يسمح هذا النموذجبتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف من الجانب

الداخلي وتحديد الفرص التهديدات من الجانب الخارجي، وذلك من أجل الكشف عن استراتيجيات للاستفادة من نقاط القوة والفرص وتصحيح نقاط الضعف وكذلك التغلب على التهديدات.

3-1-إيجابيات وسلبيات استعمال تقنيات التكنولوجيا المالية في إدارة الزكاة:

3-1-1-الإيجابيات:

- ✓ تسهيل دفع الزكاة في أي وقت وفي أي مكان: حيث يمكن للمزكي الوصول بسهولة إلى المنصات الرقمية عبر الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر الشخصية، وبالتالي لا يتعين على المزكي دفع الزكاة عن طريق الحضور إلى مكتب مؤسسة الزكاة ولكن يمكنه دفع الزكاة عبر الأنترنت مباشرة؛
- ✓ تكاليف المعاملات منخفضة؛
- ✓ الوصول إلى الأشخاص في المناطق النائية وزيادة محو الأمية الزكوية للمجتمع؛
- ✓ سداد ودفع الزكاة في الوقت الفعلي مع الدقة في حساب الزكاة؛ (Ninglasari1 & others, 2021, pp. 34-35)
- ✓ تحسين كفاءة مؤسسات الزكاة في معالجته المشكلة الفقر؛
- ✓ تعتبر البيروقراطية والتحديات الجغرافية من بين العوائق التي تحول دون الاستخدام الفعال لأموالالزكاة في علاج مشكلة الفقر والتخفيف منها، ويمكن مواجهة هذه العوائق من خلال تحسين معلومات إدارة الزكاة عبر التكنولوجيا المالية.(Swandaru & others, p. 174)

3-1-2-السلبيات:

- ✓ إن الاعتماد على تقنيات التكنولوجيا المالية في إدارة الزكاة يتطلب اتصالاً بالإنترنت يدعم سرعة الوصول وخادم اثابتًا؛
- ✓ ليس لدى جميع المزكين والمستفيدين من الزكاة معرفة تامة بالتكنولوجيا المالية وتقنياتها الحديثة ونسب اتقان التعامل بهذه التقنيات منخفضة نسبياً لدى الأفراد لاسيما في المناطق النائية؛
- ✓ إن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات لم يتم توزيعها بالتساوي بين الجميع وهذا يتسبب في خلل للوصول إلى خدمات التكنولوجيا المالية؛

- ✓ عدم ثقة الجمهور في استخدام التكنولوجيا المالية في دفع الزكاةوذلك راجع إلى ارتفاع الجرائم الإلكترونية مثل اختراق حسابات وسائل التواصل الاجتماعي المرتبطة بالخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومختلف التطبيقات والتي ازدادت شيوعا خلال جائحة كوفيد19؛
- ✓ مشاكل شرعية مرتبطة بالأساس بالعملات الرقمية.

3-2-فرص وتحديات استعمال التكنولوجيا المالية في الزكاة: (M. Aulia Rachman & others, pp. 64-65)

3-2-1-الفرص:

- ✓ تحسين خدمات دفع الزكاة؛
- ✓ تشجيع التقدم والابتكار في إدارة الزكاة القائمة على التكنولوجيا الرقمية من خلال توفير وصول سهل، وتحسين جودة المنتجات وتقديم خدمات مثلى؛
- ✓ تعظيم الشفافية وتسهيل عملية مساءلة مؤسسة الزكاة من خلال وسائل الإعلام التقنية وذلك لتحقيق حوكمة مؤسسية جيدة؛
- ✓ إنشاء نظام بيئي ممتاز لإدارة الزكاة يتكامل ويسهل التعاون المشترك بين الموارد البشرية ودعم الأعمال.

3-2-2-التحديات:

- ✓ حرص عدد كبير من أفراد المجتمع على تأدية الزكاة بالطريقة التقليدية كإعطائها للفقراء مباشرة أودفعها في المساجد؛
- ✓ عدم الثقة في دفع الزكاة اعتمادا على تقنيات التكنولوجيا المالية خصوصا وأن بعض التقنيات ليست معروفة عند العامة مثل البلوكتشين؛
- ✓ يحتاج تطبيق التكنولوجيا المالية في إدارة الزكاة استثمارات كبيرة وتوظيف أموال كبيرة في هذا المجال خصوصا ما تعلق منها بتهيئة البنية التحتية لضمان فاعلية أكبر لتنفيذ التكنولوجيا المالية؛
- ✓ عقلية دافعي الزكاة الذين ينظرون إليها على أنها فريضة يجب تأديتها دون الاهتمام بطريقة دفعها؛
- ✓ نقص الوعي لدى أفراد المجتمع بأهمية تقنيات التكنولوجيا المالية في دفع وتسيير الزكاة وكذا جهلهم بكيفية استعمال أغلب هذه التقنيات؛
- ✓ ضرورة ضمان الشمول المالي خصوصا في المدن الريفية وبين الفئات الفقيرة؛
- ✓ أغلب القوانين واللوائح التنظيمية المتعلقة بالزكاة تحتاج إلى تطوير وتحديث يتماشى مع متطلبات تطبيق التكنولوجيا المالية.

الخاتمة:

لقد تغلغلت التكنولوجيا المالية في القطاع المالي ولعبت دورًا رئيسيًا في تحسين جودة وكفاءة الخدمات المالية مما استدعى الى التفكير في ضرورة تبنيها في إدارة الزكاة للاستفادة من مميزاتها وكذا تحسين تنفيذ عملية الزكاة باعتبار هذه الأخيرة واجب ديني، وجب تسهيلها على المزكين وكذا ضمان وصول أموالهم لمستحقيها.

وبالتالي فإن فكرة استخدام التقنيات التكنولوجية في إدارة الزكاة ليست مناسبة لعملية تحصيل الزكاة فحسب، بل إنها تتعدى ذلك لتطبيقها في عملية توزيع الزكاة أيضا، حيث تسهل تقنيات التكنولوجيا المالية على مؤسسات الزكاة الوصول الى المزكين خصوصا الشركات والمؤسسات وبالمثل الوصول الى مستحقيها.

كما أن تقنيات التكنولوجيا المالية يمكنها أن توسع من دائرة الاستفادة من أموال الزكاة في اقامة مشاريع واقعية تكون تحت مراقبة وادارة المزكين وذلك من خلال المشاركة في منصات التمويل الجماعي، كما أن تسهيل عملية حساب أو دفع الزكاة من خلال تطبيقات الهاتف المحمول أو عبر الانترنت سيشجع المزكين على دفعها في الوقت المحدد لها من دون أي عراقيل.

النتائج:

- ✓ رغم الخدمات الاقتصادية والاجتماعية الجليلة التي تقدمها مؤسسة الزكاة إلا أنها تواجه العديد من المشاكل والتحديات والتي تحول دون قيامها بدورها على أكمل وجه، وإن اعتمادها على تقنيات التكنولوجيا المالية هو الحل الذي يمكن من خلاله تجاوز الكثير تلك المشاكل والتحديات؛
- ✓ تقنيات المدفوعات الرقمية أكثر التقنيات ملائمة لإدارة الزكاة لكونها سهلة الاستعمال ومتوفرة لكل شرائح المجتمع بالإضافة إلى أنها أقل تكلفة، ومن الناحية العملية تعتبر هذه التقنيات والتي ترتكز على تطبيقات الهاتف المحمول الأكثر استعمالا في إدارة الزكاة؛
- ✓ صعوبة استعمال بعض تقنيات التكنولوجيا المالية لحداثتها وعدم وجود تصور كامل حولها من قبل المواطنين وتقنية البلوكتشين مثال على ذلك؛
- ✓ الاعتماد على الذكاء الاصطناعي مهم جدا في إدارة الزكاة من خلال توظيف روبوتات الدردشة لأن ذلك يحسن من التواصل مع المزكين ويسهل مهمة تحصيل الزكاة؛
- ✓ رغم الإيجابيات الكثير التي يمكن أن تقدمها التكنولوجيا المالية لمؤسسات الزكاة إلاأن أغلبها لا تعتمد على هذه التقنيات لجملة من المشاكل كعدم جاهزية البنية التحتية بشكل كامل وضعف

الثقة في مثل هذه التقنيات من قبل شريحة من المزكين وضعف الوعي، إضافة إلى المحاذير الشرعية التي تطال بعض تقنيات التكنولوجيا المالية مع ضعف في المرافقة القانونية للتطورات الهائلة في هذا المجال...الخ.

التوصيات:

- ✓ ضرورة إقامة شركات مع شركات التكنولوجيا المالية من أجل تبني تقنياتها في إدارة الزكاة؛
- ✓ لا بد من التعريف بتقنيات التكنولوجيا المالية وكيفية عملها؛
- ✓ التركيز على استعمال تطبيقات الهاتف المحمول والمحفظة الرقمية نظرا لسهولة استخدامها من قبل المزكين والمتلقين للزكاة وكذلك لانتشار الهواتف المحمولة بين مختلف شرائح المجتمع؛
- ✓ الاستفادة من تجارب الدول التي بدأت وتبنت تقنيات التكنولوجيا المالية في إدارة الزكاة مثل إندونيسيا وماليزيا.

المراجع:

باللغة العربية:

أحمد ,ع .ا .(2018) .استخدام نموذج قبول التكنولوجيا لتقصي محددات تبني الحوسبة السحابية في شركة سيريتل للإتصالات .*مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية*.142 ,(1)*34* ,

الجمعية التونسية لعلوم الزكاة .(2019). Récupéré sur .تحديات مؤسسة الزكاة المعاصرة : https://baitalzakat.com/files/articles/baitalzakat.com-A100604.pdf

الجيزاوي ,م .أ .(2019) .منظومة الزكاة وحلول الادارة الرقمية-نموذج مقترح .*مجلة بحوث*.*27* ,

الشيخ ,ح .ف .(2022) .ملخص أحكام الزكاة .*جمعية الإصلاح لجنة الأعمال الخيرية*.2 ,

الظفيري ,م .ب .(2019) .استثمار أموال الزكاة .*مجلة الدراسات العربية، كلية دار العلوم، جامعة* العياشي , و .ب" .(2021) .أثر استثمار أموال الزكاة في التنمية مقاربة تاريخية لنظام الجباية في العهد الأموي بالأندلس 422-138هـ1031-756/م ، حولية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية. *المنيا*.36 ,(3)*40* ,

القرضاوي ,ي .(s.d.) .*لكي تنجح مؤسسة الزكاة في التطبيق المعاصر* Récupéré sur .مكتبة القرضاوي: https://www.al-qaradawi.net/node/5089 :

المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين .(2019). Récupéré sur .صندوق الزكاة للاجئين يفوز بجائزة أفضل منصة لتوزيع أموال الزكاة لعام 2019: https://www.unhcr.org/ar/5d80c7d94

المنصوري, مريم علي خميس صندوق الزكاة. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من استخدام البلوك شين في الاعمال الخيرية: https://www.zakatfund.gov.ae/zfp/web/page_blog.aspx

جيب ,م .أ .(2020) .التقنية المالية ومستقبل صناعة المالية الإسلامية :النقد الإلكتروني والتمويل الجماعي نموذجا .*المؤتمر الثامن عشر للهيئات الشرعية*.(p. 4) ,

حمدوش ,و& .,آخرون .(2021) .أهمية تبني التقنيات المالية الرقمية كآلية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة في الدول العربية –الواقع والتحديات .-*مجلة جديد الاقتصاد*.5 ,(1)*6* ,

سمينة ,هـ .ع& .,وآخرون .(2015) .تكنولوجيا المعلومات وأثرها في دعم التحاسب الزكوي .*مجلة الحوق والعلوم الإنسانية، دراسات اقتصادية*.(3)*9* ,

صلاح ,أ .(2020) .*دليل مصطلحات التقنيات المالية الحديثة*، Récupéré sur .صندوق النقد العربي.

صندوق الزكاة .(2024) .دفع الزكاة عبر الهواتفوتمويل 16مشروعاً خيرياً من المصارف الشرعية : http://www.zf.gov.ae/zfp/web/news/newsdetails.aspx?nId=1676

علام ,م .(2022) .*مؤسسة الزكاة في الدول الإسلامية المعاصرة*.مكتبة الاسرة العربية.

قندوز ,ع .ا .(2019) .*التقنيات المالية وتطبيقها في الصناعة المالية الإسلامية*.صندوق النقد العربي.

لحجوجي ,ح& .,آخرون .(2018) .تنظيم الزكاة من أجل تنمية الإستثمار بين الواقع والتحديات .*مجلة الإقتصاد الإسلامي والمال* ,(1)*4*

ليان ,ف .ح .(2019) .التكنولوجيا المالية جسر القطاع المالي إلى المستقبل .*اتحاد شركات الاستثمار*.49 ,

محلب ,ف .(s.d.) .*دور صندوق الزكاة في الحد ظاهرتي الفقر والبطالة عن طريق تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة –دراسة حالة صندوق الزكاة لولاية سطيف-الجزائر* Récupéré sur . https://baitalzakat.com/files/articles/baitalzakat.com-A100325.pdf:

مختاري ,م .(2018) .الدور الإقتصادي لمؤسسات الزكاة تقييم تجربة صندوق الزكاة الجزائري .*أطروحة دكتوراه، جامع الجزائر*.

نذير ,ط .(2020) .استراتيجيات مجلس التعاون الخليجي لتبني تقنية البلوكتشين والنتائج المحتملة لتطبيقها – قراءة في تجربة الإمارات العربية المتحدة .*مجلة إضافات اقتصادية*.32 ,*4* ,

وجدان عبد الله السودي .(2023) .*الذكاء الاصطناعي كآلية لتنشيط النظام الزكوي*.

وجدان عبد الله السودي مرجع سبق ذكره .(2023) .*الذكاء الاصطناعي كآلية لتنشيط النظام الزكوي مجلة اقتصدنا لاسلامي*.*4* ,

وكالة الأنباء السعودية" Récupéré sur .(2022) .الزكاة والضريبة والجمارك "تطلق مشروع تقنية "الموظف الرقمي."

المراجع الأجنبية:

oxford Learner's dictionaries. (2021). Récupéré sur definition of fintech: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fintech

Eleftherios, R. R.-A. (2020). Ideas for a Regulatory Definition of FinTech. *International Journal of Economics and Business Administration, 5*(2), 142. Récupéré sur -Ramona Rupeika-Apoga and Eleftherios I. Thalassinos, Ideas for a Regulatory Definition of FinTech, International Journal of Economics and Business Administration Volume VIII, Issue 2, 2020.

Friantoro, D., & others. (2018). "Do we need financial technology for collecting zakat? *International Conference of Zaka*.

Khairi, N. O. (2021). ZAKAT AND BLOCKCHAIN: A REVIEW. *International Journal of Islamic Economics and Finance Research, 4*(2). doi: https://doi.org/10.53840/ijiefer.v4i2

l. (s.d.). Récupéré sur https://platform.almanhal.com/Files/2/232000

M. Aulia Rachman, O., & others. (s.d.).

Merriam-Webster.com Dictionary. (2021). Récupéré sur Fintech." Merriam-Webster.com Dictionary, Merriam-Webster: https://www.merriam-webster.com/dictionary/fintech

Ninglasari1, S. Y., & others. (2021). Zakat Digitalization: Effectiveness of Zakat Management During Covid-19 Pandemic. *Journal of Islamic Economic Laws, 4*(1).

Rachman, M. A., & others. (2018). The Reinforcement of Zakat ManagementthroughFinancial Technology Systems. *International Journal of Zakat, 3*(1).

Rejeb, D. (2020). Blockchain and Smart Contract Application for Zakat Institution: A Conceptual Study. *International Journal of Zakat, 5*(3).

Swandaru, & others. (2021). Utilization of Digital Technology for Zakat Development. In: Billah, M.M. (eds) Islamic FinTech. Cham. *Palgrave Macmillan*,doi:https://doi.org/10.1007/978-3-030-45827-0_13

Yahaya, M. H., & others. (2018). Financial inclusion through efficient zakat distribution for poverty alleviation in Malaysia: Using fintech & mobile banking. *Proceeding of the 5th International Conference on Management and Muamalah.*

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal forEconomic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
Volume:8/N°1 /April ,2024, PP 16-28

The knowledge economy and the interaction between ist components

الاقتصاد المعرفي والتفاعل بين مكوناته

*Khebbache Nawal
Département de Gestion Faculté Sciences Economiques, Science de Gestion et Sciences Commerciales. Université de Bejaia, 06000 Bejaia, Algérie
Nawal.khebbache@univ-bejaia.dz

Received:*22/02/2024* ***Accepted***:*30/04/2024* ***Published***: *30/04/2024*

Abstract:

The knowledge economy refers to an economic system where the generation, acquisition, and application of knowledge play a central role in the creation of wealth and driving economic development. It is characterized by the increasing reliance on intangible assets such as intellectual property, research and development, innovation, and human capital.

The interaction between the components of the knowledge economy is crucial for its functioning and success. This interaction involves the dynamic interplay between various elements, including governance, information and communication technologies, innovation processes, and human capital.

Understanding and harnessing these interactions are key to unlocking the full potential of the knowledge economy for sustained economic growth and societal advancement.

Key words: knowledge economy, governance, ICT, innovation.
JEL classification:D83

****Corresponding author***

1. Introduction:

While traditional economic theories focus on natural resources and financial capital, the knowledge economy emphasizes the central role of knowledge in wealth creation and economic development. Capital is considered a fundamental pillar of the knowledge economy. It highlights the central role of the skills, knowledge, and qualifications of employees, which necessitate continuous investments in education, training, and skill development.

The theoretical foundations of the knowledge economy rest on several key concepts that have emerged from research in economics and social sciences. Among these foundations is the notion of endogenous growth, which recognizes the importance of knowledge and innovation as internal drivers of long-term economic growth. Moreover, knowledge externalities play a crucial role in this framework, emphasizing that the production and use of knowledge benefits society as a whole, extending beyond the individuals and organizations that possess it.

Innovation and the diffusion of knowledge are essential drivers of the knowledge economy. Innovation involves the creation, adoption, and dissemination of new ideas, technologies, and practices. Meanwhile, the diffusion of knowledge facilitates the sharing and dissemination of knowledge among individuals, organizations, and regions, fostering collective learning and economic growth.

1.1 Research problem:

In this paper, we will attempt to answer the following question: How can the link between the different components of the knowledge economy be explored through a comparative and critical study?"

1.2 hypothesis

To address this question, we assume the relationship of the different components of the knowledge economy is highly synergistic.

1.3 Study Objectives:

In this paper, we aim to elucidate the theoretical underpinnings of the knowledge economy, accentuating the pivotal role of knowledge, innovation, human capital, and social interactions in economic

development. Grasping these theoretical underpinnings is vital for comprehending the challenges and prospects associated with the knowledge economy in an increasingly information and innovation centric century.

2. Genesis of the Knowledge Economy:

The concept of the knowledge economy has gradually taken shape over time. Its roots can be traced to the contributions of numerous scholars and intellectuals who have underscored the escalating significance of knowledge within the economic sphere. Subsequently, we will endeavor to furnish a historical synopsis of the knowledge economy. Economists such as Fritz Machlup and Kenneth Arrow established the groundwork for the knowledge economy. They posited that knowledge and information are indispensable economic assets, playing a pivotal role in fostering economic growth. Their seminal work dates back to the 1960s-1970s. Economist Fritz Machlup, in his now-renowned study (Machlup, 1962), particularly highlighted the significance of the expansion of knowledge-intensive activities in the United States. Meanwhile, Kenneth Arrow, who shared the Nobel Prize in Economics in 1972 with John Hicks, is often regarded as the progenitor of an initial economic theory linked to knowledge (which he distinguished from mere information). He contended that knowledge is not an ordinary commodity that can be reduced to a simple good. Scholars such as Brian Arthur, Christopher Freeman, Bengt-ÅkeLundvall, and Richard Nelson have conducted further explorations into the knowledge economy. Their research has deepened our comprehension of the knowledge economy, emphasizing the importance of learning processes, innovation, and the dissemination of knowledge in economic advancement."

The concept of the knowledge economy gained widespread recognition in the early 1990s. The World Bank's 1993 report, "The East Asian Miracle," highlighted the role of knowledge and innovation in the rapid economic growth of East Asian countries. During the 1990s, the knowledge economy emerged as a distinct field, spurred by two key phenomena: the increase in resources allocated to the production and transmission of knowledge (education, training, R&D) and the advent of Information and

Communication Technology (ICT). This shift reflects the growing importance of intangible assets in the creation of wealth. In the 2000s, the work of scholars like Paul Romer and Robert Solow was instrumental in weaving the knowledge economy into the fabric of economic growth theory. Paul Romer, in particular, developed the concept of 'endogenous growth,' which we will explore in the subsequent section, underscoring the role of knowledge and innovation as catalysts for sustained growth. To illustrate the development of the knowledge economy concept over the decades, we examine the trajectory of research and development expenditures in OECD countries throughout the 1980s, 1990s, and 2000s.

Table 1: R&D expenditure, OECD countries 1981,1996,2006 (Billion Dollars)

countries	1981	1996	2006
france	11.0	27.8	41.4
japan	24.8	82.8	138.7
United kingdom	11.4	21.2	35.6
European Union	51.6	132.6	230.6
United states	76.7	193.8	343.7
Total OECD	156.2	459.2	817.8

Source: OECD report 2010.

According to Table No. 1, we observe a significant increase in R&D expenditures in OECD countries. Indeed, these expenditures rose from $156.2 billion in 1981 to over $817 billion in 2006, representing a 423% increase. This evolution clearly demonstrates that the economies of these countries have transitioned towards an innovation-based economy.

Over the past decades (2010), the knowledge economy has undergone considerable expansion, driven by rapid technological advancements, particularly in the fields of computing and information and communication technologies (ICT). Simultaneously, the digital economy has emerged; further transforming traditional economic models and reinforcing the importance of knowledge and information.

During these years, the knowledge economy is widely recognized as a critical area of study in economic policies, innovation strategies, and the competitiveness of businesses and nations.

Tablen°2: R&D expenditure, OECD countries in 2021 (Million Dollars)

countries	2021
france	63752
japan	172036
china	620103
South corea	110148
United states	709713

Source: OECD report 2022

In 2021, according to the OECD (see table n°2), R&D expenditures amounted to $620,103 million for China, $70,713 million for the United States, and $110,148 million for South Korea, which demonstrates the importance given in recent years to research and innovation.

It is important to note that the knowledge economy is an ever-evolving field, continually being explored and expanded by researchers and practitioners to better understand its impact on the economy and society.

Before we delve further into our discussion on the knowledge economy, it is essential to distinguish between three fundamental concepts related to this notion: data, information, and knowledge.

2.1. Presentation of Different Definitions of the Knowledge Economy Proposed by Researchers

In this section, we will present the various definitions of the knowledge economy as proposed by researchers. It is important to note that these definitions may vary slightly, depending on the authors and their theoretical perspectives.

Nonaka and Takeuchi (1995): The knowledge economy is an economic system in which the generation, dissemination, and utilization of knowledge play a fundamental role in wealth creation.

Lundvall (1992): “The knowledge economy is characterized by interactive and cumulative learning processes in which knowledge is

created, combined, disseminated, and used to produce goods and services."

Foray (2004): "The knowledge economy refers to a set of economic phenomena in which knowledge, skills, information, and technologies play a predominant role."

Carayannis and Campbell (2006): "The knowledge economy is an economic system in which the creation, dissemination, and application of knowledge are the main sources of economic growth, sustainable development, and competitive advantages."

Sunita Gupta (2017): "The knowledge economy refers to an economy where wealth is based on intellectual skills, information, and technology, with an emphasis on the generation and use of knowledge to create wealth and economic growth."

Castells (1996): "The knowledge economy is a mode of economic development based on the production, distribution, and use of knowledge and information in a globalized society, characterized by a knowledge-based economy and a networked society."

Edvinsson and Malone (1997): "The knowledge economy focuses on the creation, acquisition, dissemination, and exploitation of knowledge and information to generate economic value."

These definitions all emphasize the central role of knowledge, information, and innovation in the knowledge economy. They also highlight the importance of learning, dissemination, and utilization of knowledge for wealth creation, economic growth, and competitive advantage.

2.2. Economic Theories of the Knowledge Economy

To grasp the knowledge economy, it is crucial to revisit economic theory, particularly the theory of endogenous growth, pioneered by Romer (1986). This leads us back to the resource-based approach initiated by Penrose (1959), and further developed by Wernerfelt (1984), Barney (1991), Conner (1999), and others, who elevated it to the status of an economic theory. Other approaches, such as the resource-based view (RBV), the competence approach, and the dynamic capabilities approach, also stem from this theory.

The current discussion focuses on the influence of the knowledge economy:

a. The Theory of Endogenous Growth The theory of endogenous growth, developed by Paul Romer (1986) and Robert Lucas (1988), is predicated on the concept of self-sustaining growth. This contrasts with earlier theories, notably Solow's (1956), which attributed growth to the savings rate, the depreciation rate of physical capital, and the growth rate of the labor force—factors that were exogenously determined and fixed. As an extension of human capital theory, it posits that knowledge and innovation are vital for long-term economic growth, underscoring the importance of investing in research and development, education, and other forms of human capital to fuel innovation and productivity.

b. The Resource-Based Theory The resource-based theory views a firm as a collection of resources. A firm's development hinges on the effective utilization of these resources, or their management. The 'Resource-Based View' (RBV) was conceptualized around Wernerfelt's article and further articulated by studies from Barney (1986), Peteraf (1993), Dierickx, and Cool. These authors have significantly contributed to the establishment of this resource-based and competence-based approach as a source of sustainable competitive advantage.

Indeed, the resource theory has become one of the most utilized theories in strategic management. It has led to the development of various approaches aimed at exploring fundamental concepts such as knowledge and skills. Notably, the knowledge-based view (KBV) approach was developed in the special issue of the Strategic Management Journal, coordinated by Spender and Grant. The dynamic capabilities approach, with its core elements proposed by Teece et al. (1997), was updated in Teece's article. Additionally, the competence-based management approach, rooted in the work of Prahalad and Hamel (1990), has been widely disseminated by Sanchez et al. through numerous books and articles (Sanchez et al., 1996)

The Knowledge-Based View (KBV) approach is a derivative of the Resource-Based View (RBV), focusing on a particular type of resource: knowledge. According to Arregle, "This resource is considered fundamental and at the basis of the company's success." The theory of knowledge introduces a new vision of the firm,

defined by its ability to integrate, coordinate, and create new knowledge.

From the early nineties, the theory of knowledge has proposed a new vision of the firm's existence, aiming to complement the resource-based theory with two fundamental postulates, distinct from those of the RBV:

• Firstly, the firm exists because it facilitates the creation of a social community more efficient than the market in combining knowledge, thus enabling the organization of productive tasks.

• Secondly, the boundaries of the firm are determined by the level of efficiency in coordinating knowledge. However, as noted by E. Metais, for knowledge to provide a competitive advantage and be strategic, it must be valuable, rare, specific, not easily transferable, not easily imitable, and not easily substitutable. Yet, these characteristics remain challenging to measure as they stand.

2.3. The Role of Knowledge in Economic Development

Knowledge plays a fundamental role in economic development by promoting innovation, enhancing productivity, strengthening human capital, and facilitating the dissemination of knowledge. Countries and companies that recognize and invest in the power of knowledge are poised to thrive in an increasingly knowledge-based economy.

Paul Romer has been instrumental in recognizing knowledge as a source of both short and long-term economic growth. In 1993, he wrote an article outlining strategies for developing countries to benefit from this new approach to neoclassical growth. After highlighting the dominance of technology as a growth source, Romer cautiously addressed the notion of knowledge, preferring the concept of 'ideas' instead, due to the generic nature of 'knowledge.' He defines ideas as "a set of instructions that allow the reorganization of physical resources in a more valuable way."

The knowledge economy also involves the use of Information and Communication Technology (ICT) across economies and its widespread dissemination within all companies. In this context, an evaluation of the impact of ICT on productivity was conducted by UNCTAD in Thailand. This study revealed a significant productivity difference for companies utilizing information technology, with

proportions similar to those observed in developed countries. The diffusion of ICT helps reduce transaction costs and leads to better alignment of supply and demand, thus stimulating the growth of new markets.

The knowledge economy is characterized by a significant increase in knowledge-intensive jobs. The economic significance of sectors related to information technology, communication, and information processing is crucial. Among these, business services play a strategic role, contributing to the design of new services or products and their marketing, essentially the creation of new markets for these goods (marketing, design, pricing, etc.). This sector is strategically important for companies operating in a global context of monopolistic competition, where innovation determines a company's market position and, consequently, the economic performance of a nation in the globalized world.

2.4. The Importance of Knowledge as a Key Production Factor in the Knowledge Economy

As discussed earlier, knowledge is recognized as a key production factor in the knowledge economy. According to classical and neoclassical schools, the factors of production include capital (K) and labor (L). However, knowledge has now emerged as a new and essential factor for economic growth, for several reasons:

- Value Creation: Knowledge is a valuable resource that can be used to create value. In the knowledge economy, businesses and individuals capable of generating, acquiring, and exploiting knowledge hold a competitive advantage. Knowledge enables the development of new products, the implementation of processes that are more efficient, innovation, and the anticipation of market trends.
- Increased Productivity: Knowledge enhances productivity by optimizing production processes, automating tasks, and fostering innovation. Workers with specialized knowledge tend to be more productive and can offer higher value contributions to their companies. The dissemination and sharing of knowledge within an organization can further improve overall productivity.

- Continuous Innovation: The knowledge economy is closely linked to innovation. Knowledge serves as the engine of innovation, facilitating the generation of new ideas, the development of new products and services, and the improvement of existing processes. Companies that invest in creating and acquiring knowledge are better positioned to innovate and adapt to market changes.
- Adaptability and Resilience: In a constantly evolving world, knowledge is crucial for quickly adapting to changes. Companies and individuals with up-to-date knowledge are better prepared to face challenges and disruptions. The ability to continuously learn, adapt, and acquire new skills is a significant competitive advantage in the knowledge economy.
- Sustainable Competitive Advantage: Knowledge can provide a sustainable competitive advantage. Unlike material resources, knowledge is difficult to imitate and can be utilized in a non-rivalries way. Once a company or individual has acquired specific expertise or knowledge, it becomes a source of competitive advantage that is hard for others to replicate.

In summary, knowledge is a key production factor in the knowledge economy because it creates value, improves productivity, fosters innovation, enhances adaptability, and provides a sustainable competitive advantage. Investments in the creation, dissemination, and use of knowledge are vital to stimulate economic growth and competitiveness in this context.

3. The Interactions and Synergies between the Components in the Knowledge Economy

The knowledge economy is characterized by a complex set of interactions between various components that play an essential role in the creation, sharing, and use of knowledge. In our work, we have focused on the following variables: governance, the diffusion of information and communication technologies (ICT), innovation, and human capital. This section will concentrate on the synergy that can exist between these variables and examine their interactions.

Governance is a crucial factor in the knowledge economy as it establishes the rules, norms, and institutions that facilitate interactions between different actors. Effective governance promotes collaboration, coordination, and cooperation among businesses, universities, governments, and civil society. It creates an environment conducive to the creation and dissemination of knowledge by encouraging openness, transparency, and trust. For instance, government policies favorable to research and development, as well as the protection of intellectual property rights, can stimulate innovation and the dissemination of knowledge.

Moreover, the rapid diffusion of information and communication technologies (ICT) significantly impacts the knowledge economy. ICT facilitates the creation, storage, transmission, and access to knowledge. They enable connectivity between individuals, organizations, and communities on a global scale, thus promoting exchange and collaboration. For example, online platforms, social networks, and knowledge-sharing tools allow individuals to collaborate, disseminate ideas, and access diverse resources and expertise. The diffusion of ICT also contributes to greater efficiency in production processes and improved productivity, thereby promoting innovation and economic growth.

Innovation plays a central role in the knowledge economy. It encompasses the creation, adoption, and diffusion of new ideas, products, services, and processes. Innovation can be stimulated by interactions between the different components of the knowledge economy. For instance, governance can promote collaboration between businesses and research institutions, facilitating the transfer of scientific knowledge to practical applications. The diffusion of ICT can accelerate the spread of innovations by enabling broader access to the necessary information and resources. Human capital, with advanced skills and knowledge, is essential for the generation and exploitation of new ideas. Thus, synergies between governance, the diffusion of ICT, innovation, and human capital can stimulate the emergence of dynamic innovation ecosystems and foster the creation of new knowledge and economic opportunities.

Furthermore, human capital refers to the skills, knowledge, abilities, and qualifications of individuals. In the knowledge economy, human capital plays a crucial role as it represents the primary resource for the creation, dissemination, and utilization of knowledge. Highly

skilled and competent individuals are essential for innovation, research, and technological development. Additionally, human capital is a driver of the adoption and effective use of ICT. Governance can promote investment in human capital by encouraging education, training, and skills development. The interactions between governance, ICT diffusion, innovation, and human capital create synergistic effects, thereby strengthening the capacity of individuals and organizations to generate and exploit knowledge productively.

In conclusion, the interactions and synergies between governance, ICT diffusion, innovation, and human capital play a crucial role in the knowledge economy. Effective governance creates an environment conducive to the creation and dissemination of knowledge, while ICT diffusion facilitates connectivity and access to knowledge. Innovation stimulates the creation of new ideas and economic opportunities, while human capital is the essential resource for the generation and exploitation of knowledge. When these components interact and reinforce each other, they promote economic growth, the efficiency of production processes, and the resolution of complex societal problems.

4. Conclusion

The knowledge economy underscores the fundamental importance of knowledge in the contemporary economic context. This approach recognizes that knowledge and information are central to creating value and generating economic growth.

In this article, we have attempted to understand the interactions and synergies between the different key elements of the knowledge economy.

The different components of the knowledge economy are closely interconnected and exhibit strong synergy among them. It is therefore essential to foster collaboration, knowledge sharing, and continuous learning within the knowledge economy. By recognizing and harnessing this synergy, the stakeholders of the knowledge economy can stimulate innovation, promote economic growth, and create an environment conducive to prosperity and sustainable development.

4.1. Results

- Governance plays an essential role in creating an environment conducive to the creation, dissemination, and utilization of knowledge. Government policies favorable to research and development, as well as the protection of intellectual property rights, are vital to stimulate innovation and the dissemination of knowledge.
- The diffusion of information and communication technologies (ICT) is another critical element in the knowledge economy. ICT facilitates the creation, transmission, and access to knowledge, enabling faster and broader collaboration and information sharing. Online platforms, social networks, and digital collaboration tools promote the exchange of ideas and cooperation on a global scale.
- Innovation lies at the heart of the knowledge economy. Through innovation, new ideas, products, services, and processes emerge, contributing to economic growth. Collaboration between businesses, research institutions, and governments promotes the transfer of scientific knowledge to practical applications, while human capital, with advanced skills and knowledge, is essential for the generation and exploitation of new ideas.

To fully harness the potential of the knowledge economy, we must stimulate economic and social development. This involves investments in human capital, ensuring that individuals have access to quality education and training, as well as the development of digital skills.

5. Bibliography List:

- BOUCHEZ Jean Pierre (2014).autour de l'économie du savoir : ses composantes, ses dynamiques et ses enjeux, journal SAVOIRS, 1(34), 9-45.
- Jean-Claude Vérez (2009), Quelle place pour l'économie de la connaissance dans les pays en développement africains ?, Mondes en développement 2009/3 (n° 147), 13 – 28
- Jean-Pierre Cling, Mireille Razafindrakoto, François Roubaud (2011), La Banque mondiale, entre transformations et résilience, Critique internationale 2011/4 (n° 53), pages 43 à 65.

- Jorge Niosí (2008), Technology, Development and Innovation Systems: An Introduction, The Journal of Development Studies 44(5):613-621
- M. Levenson, W. Hamovitch, E. Rotwein, (1980), Théorie de l'efficacité économique, Revue de littérature économiqueVol. 18, n°3, p. 1082-1084 (3 pages)
- Paul M. Romer (1993),The Origins of Endogenous Growth The Journal of Economic Perspectives Vol. 8, No. 1 (Winter, 1994), pp. 3-22
- Paul ROMER (1993), The abstract analysis of ideas has special relevance for poor countries, pp2
- Rapport annuel de la CNUCED (2005), les nations unies.
- Rapport annuel de l'OCDE (2021) in https://www.oecd.org/innovation/researchanddevelopmentstatisticsrds.htm
- Ron Martin, Peter Sunley (2005), Une convergence lente ? La nouvelle théorie de la croissance endogène et le développement régional, Géographie, économie, société 2005/2 (Vol. 7), pages 129 à 154.
- Sahbi Gabsi (2011), Externalités de la R&D, institutions et croissance : validation empirique pour le cas des pays en voie de développement, Innovations 2011/2 (n°35), pages 207 à 249.
- Sunita Gupta (2017), Économie du savoir : un besoin de réforme sociale, Vol. 1, Iss : 1, p. 16-20.
- Simon Alcouffe. La diffusion et l'adoption des innovations managériales: le cas de l'AFC en France. Gestion et management. HEC, 2004. Français. ffNNT : ff.fftel-00475378

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024،ص ص431-447

آثار آلية التمويل غير التقليدي على أهم المتغيرات الاقتصادية في الجزائر (2017-2021)

The effects of the non-traditional financing mechanism on the most important economic variables in Algeria (2017-2021)

بوعزة علي*
Bouazza Ali
جامعة عباس لغرور خنشلة _الجزائر
مخبر حاضنات المؤسسات و التنمية المحلية
Bouazza.ali@univ-khenchela.dz

بيبي وليد
Bibi Walid
جامعة عباس لغرور خنشلة_ الجزائر
مخبر حاضنات المؤسسات و التنمية المحلية
Walid.bibi@univ-khenchela.dz

تاريخ الاستلام: 2023/06/05 تاريخ القبول: 2024/03/20 تاريخ النشر: 2024/04/30

الملخص :

تهدف الدراسة إلى التمويل غير التقليدي في الجزائر الذي يعتبر حل استثنائي فرضته ظروف مالية واقتصادية صعبة لتجنب الاستدانة الخارجية، وهو موجه مباشرة لتغطية نفقات الاستثمار بهدف تحقيق التوازنات المالية والاقتصادية ، و اثار هذا التمويل على اهم المتغيرات الاقتصادية حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج التحليلي للكشف عن هذه الأثار، وتم التوصل إلى عدة نتائج على الاقتصاد الوطني وأبرزها تدهور القدرة الشرائية وارتفاع معدلات التضخم ،مع تفشي الفساد المالي، مما يفرض على الحكومة إعادة النظر والبحث عن آليات تمويلية أكثر نجاع.

الكلمات المفتاحية:تمويل غير تقليدي، آثار، متغيرات اقتصادية، الجزائر.

تصنيف JEL: E42. E52. G21

Abstract :

The study aims at non-traditional financing in Algeria, which is considered an exceptional solution imposed by difficult financial and economic conditions to avoid external borrowing. It is directed directly to cover investment expenses with the aim of achieving financial and economic balances, and the effects of this financing on the most important economic variables. This study relied on the analytical approach to reveal these effects, and several results were reached on the national economy, most notably the deterioration of purchasing power and high inflation rates, with the spread of financial corruption, which forces the government to reconsider and search for more effective financing mechanisms.

Key words: Unconventional financing, effects, economic variables, Algeria.

JEL classification codes: E42. E52. G21

* المؤلف المرسل

1. مقدمة:

إن ظهور الأزمات المالية الحديثة التي وشكت أن تعصف باقتصاديات الدول بغض النظر على مدى قوتها الاقتصادية، تزامنا مع ظهور العولمة الاقتصادية وبالأخص العولمة المالية مما يخلق تحديا حقيقيا أمام البنوك المركزية للخروج من هذه الأزمات بالاعتماد على أدوات السياسة النقدية كونها احد الأدوات الاقتصادية الكلية التي تحقق الاستقرار الاقتصادي، وهنا تجدر الإشارة للاهتمام بأدوات السياسة النقدية غير التقليدية نتيجة عدم نجاعة الأدوات التقليدية في تحقيق أهدافها المسطرة.

تماشيا مع ما تم ذكره نجد أن الجزائر كغيرها من دول العالم تواجه تحديات مالية صعبة خاصة في ظل التطورات والتحولات الاقتصادية التي عرفها الاقتصاد الجزائري، وفي الآونة الأخيرة نتجت عنها مشاكل كبيرة منذ بداية الأزمة البترولية لسنة 2014، كانخفاض شديد للسيولة النقدية وانخفاض احتياطي الصرف، تراجع الميزان التجاري وميزانية الدولة، ارتفاع معدلات البطالة والتضخم وصولا إلى تدني القدرة الشرائية، وهو ما جعل الحكومة الجزائرية أمام حتمية تبني آلية التمويل غير التقليدي كخيار بديل للاستدانة الخارجية باللجوء إلى طباعة النقود دون غطاء هذا الإجراء الذي خلف انعكاسات اقتصادية سلبية ماليا واقتصاديا واجتماعيا، ومن خلال ما سبق يمكننا صياغة الإشكال الرئيسي:

ما هي آثار آلية التمويل غير التقليدي على أهم المتغيرات الاقتصادية في الجزائر خلال فترة تطبيقه ؟

فرضية الدراسة:

- حقق التمويل غير التقليدي في الجزائر الأهداف المرجوة منه وجنبها الدخول في دوامة المديونية الخارجية .
- السبب الذي دفع الجزائر إلى تبني آلية التمويل غير التقليدي هو تغطية العجز الحاصل في الموازنة العامة.
- التمويل غير التقليدي يعتبر ضرورة حتمية لمواجهة الأزمة التي تواجه الاقتصاد الجزائري.
- هناك تأثير سلبي للتمويل غير التقليدي على أهم المتغيرات الاقتصادية.

الأهداف البحث: تتمثل في:

- إبراز ماهية التمويل غير التقليدي.

– تبيان آثار التمويل غير التقليدي الايجابية والسلبية من خلال المؤشرات الاقتصادية والمالية والاجتماعية.

منهجية الدراسة:

بهدف الإحاطة بموضوع الدراسة وإعطاء نظرة واضحة قمنا بإتباع المنهج التحليلي وذلك من خلال جمع البيانات من المصادر الثانوية كالمجلات والكتب والرسائل والأطروحات والمواقع الالكترونية... وتم التركيز على الجزائر من اجل إسقاط الجانب النظري على التطبيقي وتسليط الضوء على التجربة الجزائرية في تبني آلية التمويل غير التقليدي.

2. الإطار العام للتمويل غير التقليدي.

1.2. السياسة النقدية غير التقليدية: مع انتشار العولمة وتطور أدوات السياسة المالية لتواكب التغيرات الاقتصادية والمالية الحاصلة، ظهر ما يسمى بالسياسة النقدية غير التقليدية والتي يتم اللجوء إليها من قبل البنوك المركزية في حالة الأزمات.

أ. تعريف السياسة النقدية غير التقليدية: عرفها الاقتصادي الأمريكي" باول كروغمان " والذي يعتبر من الأوائل وأبرز الذين تطرقوا إلى مفهومها وتجسد ذلك في دراساته الشهيرة سنة 1998، ففي التسعينيات وقع الاقتصاد الياباني في مصيدة السيولة وهو ما دفع الباحث الاقتصادي كروغمان إلى إجراء دراسة مفادها تقييم مدى فعالية السياسة النقدية في ظل هذه الحالة، والتي أثبت حينها مدى فعالية هذه السياسة في الخروج من مصيدة السيولة، بحيث نالت حيزا مهما من اهتمامات الباحثين بدراسة نظريات الاقتصاد الكلي (العشي و عبد القادر، 2019، صفحة 68)، ويمكن تعريف السياسة النقدية غير التقليدية كما يلي:

– هو قيام البنك المركزي بدور الوساطة في عملية الائتمان لتعويض انقطاع الوساطة الخاصة والميزة الأساسية في وساطة البنك المركزي هو سهولة الحصول على الأموال عن طريق إصدار سندات الحكومة بلا قيود ولا مجازفة وذلك لتوفير وسيلة لتحفيز الاقتصاد (صاري، 2016، صفحة 70).

– هي مجموعة من الإجراءات والبرامج النقدية الاستثنائية التي تطبقها السلطات النقدية لمعالجة واحتواء الأزمات المالية الحديثة، وكذلك لضمان استمرارية فعالية السياسة النقدية في تحقيق الأهداف الاقتصادية المنوطة بها في ظل الأزمات المالية التي أثبتت محدودية الأدوات التقليدية للسياسة النقدية وعجزها الوظيفي فهي تعتبر مرحلة متطورة في الجانب الوظيفي من السياسة

النقدية، ودواعي استعمال برامجها النقدية يكون بشكل استثنائي مما يحتم عدم ديمومتها لأجل طويل فهي سياسة نقدية قصيرة ومتوسطة المدى التطبيقي (العشي و عبد القادر، 2019، الصفحات 67-68).

من خلال ما سبق يمكن تعريف السياسة النقدية غير التقليدية على أنها:

سياسة نقدية قصيرة ومتوسطة المدى تحقق أهداف اقتصادية في ظل الأزمات المالية الحديثة أساسها وساطة البنك المركزي في عملية الائتمان من اجل تسهيل الحصول على الأموال عن طريق إصدار سندات حكومية.

ب. شروط تنفيذ السياسة النقدية غير التقليدية: بالنظر إلى الظروف الاقتصادية غير الاعتيادية التي تنفذ فيها السياسات النقدية غير التقليدية وكذلك استخدام الأدوات غير المعتادة في السياسة النقدية فانه من الضروري توفير مجموعة من الشروط لتنفيذ السياسة النقدية غير التقليدية والتي تتمثل في : (Jean-claude, 2013, pp. 237-238)

-لابد أن تكون متناسبة مع درجة التفكك والاضطراب التي تعاني منها السوق التي تسعى إلى إنقاذها، وغالبا ما يجب تفصيل التدابير من أجل تجنب التعطيل الكلي للأسواق، والواقع أن البنك المركزي يجب أن لا يتردد في توسيع أو تقليص نطاق أدواته غير المعيارية وبخاصة مدة التوفير غير الاعتيادي للسيولة اعتماداً على حجم الخلل في النظام المالي.

-لابد أن تكون التدابير مصحوبة برسائل قوية إلى البنوك التجارية لمعالجة قضاياها الخاصة بإعادة التمويل وإصلاح الموازنات في الأمد المتوسط، ولأن البنوك تُعَد إلى حد كبير الأداة الرئيسية لدى البنك المركزي لإعادة التمويل "غير المعياري "، فإن هذه الرسالة تشكل أهمية خاصة في حالة الأزمات.

-في حالة الدول التي تشكل اتحاد (مثل أوروبا)، لابد من حث مؤسسات الدول الأعضاء، على تعزيز الإدارة الاقتصادية، من خلال المراقبة اللصيقة للسياسات الاقتصادية والخاصة بالموازنة التي تنتهجها الدول كل على حدى.

- وبقدر ما تعمل مجموع التدابير غير التقليدية التي تتخذها البنوك المركزية في الدول المتقدمة على تغير بنيوي في البيئة النقدية والمالية للاقتصاد العالمي، فمن حقها أن تكون مدافعة صريحة عن الإصلاحات الضرورية للتمويل العالمي، والتعديل الضروري للخلل في التوازن العالمي، والمساهمة الحاسمة من جانب الجهات المقرضة المتعددة الأطراف.

ت. أدوات تنفيذ السياسة النقدية غير التقليدية: مع التطور الكبير للأسواق المالية في الدول المتقدمة وظهور الابتكارات المالية الحديثة، والتي بدورها أدت إلى ظهور ممارسات مالية جديدة لم يسبق للبنوك المركزية التعامل معها، ظهرت الأزمات المالية في صورة أكثر تعقيدا عجزت الأدوات التقليدية للسياسة النقدية عن معالجتها، مما دفع بالبنوك المركزية إلى اتخاذ تدابير جديدة غير تقليدية بغية التعامل مع الوضع القائم، وتتمثل أهم هذه الأدوات فيما يلي:

– **التيسير الكمي:** تعني ضخ البنوك المركزية للأموال مباشرة في الاقتصاد عن طريق شراء سندات الدين الحكومية وسندات الشركات التي لها أهمية في الاقتصاد، للتخفيف من الأعباء المالية المترتبة على جداولها الائتمانية، وبالتالي تتمكن الشركات من الاستثمار والنمو وبالمقابل تتمكن الدولة من الإنفاق في القطاعات الاقتصادية، وعادة ما يقوم البنك المركزي الذي اشترى السندات ببيعها في اجل لاحق بعد حدوث التحسن الاقتصادي (مطاي و راشدي، 2016، صفحة 12).

– **التيسير النوعي:** من الاقتصاديين من يصنف أداة التيسير النوعي على أنها أداة خاصة لأداة التيسير الكمي، إذ يقوم البنك المركزي عن طريق هذه الأداة بالتركيز على الأوراق المالية الموجودة في أصول ميزانيته عوض التركيز على قاعدته النقدية، حيث يقوم بشراء سندات أو أسهم غير معقمة خاصة أو عمومية، الأمر الذي يؤدي حتميا إلى زيادة خصوم البنك المركزي من خلال إصدار السيولة، وتهدف عمليات الشراء هذه إلى رفع أسعار الأصول لخفض معدلات الفائدة طويلة الأجل وتحفيز الاقتصاد وأيضا تخفيض علاوة المخاطرة لتحفيز الاستثمارات (وليد طالب، 2016، الصفحات 158-159).

– **أسعار الفائدة الصفرية:** في حالة الأزمات تتبع البنوك المركزية هذه السياسة لتسهيل حصول الأفراد على الائتمان، لأن العلاقة بين أسعار الفائدة على الائتمان والكمية المطلوبة منه ترتبط فيما بينها بعلاقة عكسية، حيث أن ارتفاع سعر الفائدة على الإقراض سوف يقلل من الطلب على القروض والعكس صحيح، وعليه فإن منحنى الطلب على الائتمان يتخذ شكل منحنى الطلب العادي حيث ينحدر من أعلى لأسفل والى جهة اليمين، وهو ما تنشده البنوك المركزية من خلال أسعار الفائدة الصفرية، كما تؤثر أيضا على أسعار صرف العملة في الأسواق الدولية للعملات من خلال عدد الوحدات من العملة المحلية التي يمكن بها شراء وحدات من عملة أخرى (صاري، 2016، صفحة 77).

– حرب العملات: ظهرت بعد الأزمة المالية العالمية 2008 نتيجة فقدان الدولار دوره الأساسي كعملة الاحتياط العالمية وكعملة التبادلات التجارية العالمية، وبروز دور الذهب كعملة احتياطي في العالم وكمخزون للفترات الصعبة، وحسب رأي المحللة المالية "براندا كيلي" أن حرب العملات تشير إلى قيام الدولة بالتدخل لإضعاف عملتها عمداً، وهذا يتم من خلال عدت وسائل مثل بيع العملة المحلية وشراء عملات أجنبية، خفض أسعار الفائدة، طباعة المزيد من العملة المحلية، والهدف هنا هو دعم الصادرات وسوق العمل (صاري، 2013، الصفحات 69-70).

2.2. التمويل غير التقليدي:

أ. مفاهيم عامة حول التسيير الكمي، التمويل غير التقليدي:

– التيسير الكمي: إن مصطلح التسيير الكمي (QE) هو من أحدث المصطلحات الاقتصادية وظهر أول مرة عندما قام البنك الياباني باستخدام التسيير الكمي بعد إجراءات خفض سعر الفائدة إلى الصفر وأصبح المجال معدوما للقيام بإجراءات الخفض مجددا فكان التسيير الكمي هو الخطة البديلة، ويقو التسيير الكمي على عملية طبع النقود لشراء مجموعة من الأوراق المالية والهدف من ذلك هو إغراق الأسواق المالية بالسيولة وتعزيز عملية الإقراض (دودو و عبد الرزاق، 2019، صفحة 214)، فالتسيير الكمي يعد كأداة من أدوات السياسة النقدية غير التقليدية تستخدمها البنوك المركزية لتنشيط الاقتصاد القومي، عندما تصبح أدوات السياسة النقدية التقليدية غير فعالة، حيث يشتري البنك المركزي الموجودات المالية لزيادة كمية الأصول المتدفقة إلى الاقتصاد وتتميز آلية التسيير الكمي هذه عن السياسة المعتادة في شراء أو بيع الموجودات المالية بهدف الحفاظ على معدلات الفائدة في السوق عند المستوى المحدد والمستهدف (هاني و وعيل، 2018، صفحة 254)، وعليه يكون قادرا على خلق قيمة مضافة من خلال تطوير الأعمال بالكامل كتدابير مؤقتة للسياسة النقدية وبالتالي إعادة بث السياسة النقدية ودعم القنوات الائتمانية والسيولة المصرفية في السوق النقدية. (Ghennam, 2019, p. 145)

وكما تجدر الإشارة إليه أنه في الظروف العادية لا يمكن استعمال هذه القناة مباشرة عن طريق الكتلة النقدية لأن الطلب على النقد غير مستقر على المدى القصير، أما في الفترات الاستثنائية فإن عدم الاستقرار على المدى القصير لا يشكل عامل اهتمام كبير طالما كان البنك

المركزي مستعدا لضخ الأموال بكميات غير محدودة (طرشي و بوفليح، 2017، صفحة 334).

– التمويل غير التقليدي:

أحد الاحتمالات هو أن التمويل غير التقليدي يمكن أن يؤدي إلى معدلات تضخم أعلى، لكن الالتزام بتوجيه هذا المورد (النقود المطبوعة) نحو الإنتاج الحقيقي وقطاع الاستثمار يقلل بشكل كبير من هذه المعدلات في المستقبل. تتطلب دراسة دور التمويل في تحقيق التنمية الاقتصادية الأخذ بعين الاعتبار مصادر المدخرات المحلية ومصادر الادخار الخارجية، أي أن المصادر الداخلية، بما في ذلك تمويل العجز، ومصادر التمويل الخارجية لها دور كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية.

لان العديد من الدول لجأت إلى ألية التمويل غير التقليدي في الآونة الأخيرة، وكانت آثاره إيجابية جدا على أداء سياساتها العامة، كالولايات المتحدة الأمريكية بريطانيا واليابان منذ تسعينيات القرن الماضي، ولكن لا يوجد وجه مقارنة مع الاقتصاد الجزائري نظرا الفارق الكبير في البنى التحتية الاقتصادية والمالية والنقدية. ففي الولايات المتحدة الأمريكية إبان القرن التاسع عشر تم طبع النقود لتمويل أنشطتها الإنتاجية بسب نقص الموارد المالية وحسب قول آرثر شلير إن مستشار الرئيس الأمريكي جون كندي لشؤون أمريكا اللاتينية في كتابه ألف يوم إن الولايات المتحدة الأمريكية لجأت إلي طباعة النقود والاستدانة وعدم السداد لتحقيق النمو الاقتصادي، ولكن إذا كان الحال في الدول المتقدمة يسمح بالتمويل بالعجز لمعالج مشكلة، كما أشار كينز فان تمويل العجز يعوض عدم كفاية الإنفاق الخاص للحفاظ علي المستوى المطلوب للتشغيل التام . وهذا يختلف في الدول النامية مثل الجزائر التي تتميز بقلة رؤوس الأموال في القطاع الإنتاجي بسب قلة الادخار وكثرة الاستهلاك وعدم كفاءة القطاع المالي والمصرفي في تحصيل المدخرات (محصول و جدي ، 2018).

وفي الجزائر صدر القانون 17-10 المؤرخ في 11 أكتوبر 2017 المتمم لأحكام الأمر 03 -11 المتعلق بالنقد والقرض، والذي يقدم شرح للتمويل غير التقليدي من خلال مادته الوحيدة رقم 45 مكرر، حيث تنص على أن: بغض النظر عن كل الأحكام المخالفة، يقوم بنك الجزائر ابتداء من دخول هذا الحكم حيز التنفيذ بشكل استثنائي، ولمدة خمس (5)سنوات،

بشراء ،مباشرة عن الخزينة، للسندات المالية التي تصدرها هذه الأخيرة من أجل المساهمة على وجه الخصوص في:

-تغطية احتياجات تمويل الخزينة.

-تمويل الدين العمومي الداخلي.

-تمويل الصندوق الوطني للاستثمار. (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 2017، صفحة 04)

وتبعا لهذه المادة يكون التمويل غير التقليدي لمرافق لتنفيذ برنامج الإصلاحات الهيكلية الاقتصادية والميزانية، التي يتوقع في نهاية فترة تطبيق هذه الآلية الوصول إلى:

-توازنات خزينة الدولة .

-توازن ميزان المدفوعات.

نلاحظ من التعريفات السابقة أن سياسة التسيير الكمي آلية تمويل غير تقليدية، وتمثل جزء من السياسة النقدية الغير تقليدية يتم استخدامها من طرف البنوك المركزية لتنشيط الاقتصاد الوطني، في حالة عدم فعالية السياسة النقدية التقليدية لأن البنك المركزي يشتري الأصول المالية لزيادة كمية الأموال التي تدخل الاقتصاد ويهدف إلى الحفاظ على معدل الفائدة في السوق عند مستوى محدد .

ب. أهداف التمويل غير التقليدي (العشي و صديقي، 2018، الصفحات 256-257):

– التأثير في معدل الفائدة طويل الأجل: عن طريق شراء البنوك المركزية للأصول طويلة الأجل وهو ما ينجر عنه انخفاض المعروض من قبل المستثمرين، وفي حالة ثبات الطلب المتزايد عليها من خلال برامج التمويل غير التقليدي ترتفع أسعار الأصول الطويلة الأجل وتنخفض معدلات الفائدة طويلة الأجل.

–التقليل من مخاطر أسعار السندات: من أهم أهداف سياسة التمويل غير التقليدي التقليل من المخاطر على السندات الخاصة منها وكذا السندات السيادية والتي لها تأثير ايجابي على العائد من السندات التجارية والاستثمارية مما يحفز المستثمرين على تداولها وخلق سيولة مناسبة في السوق.

– **تجنب الإفلاس وعدم الوفاء بالالتزامات المالية:** عن طريق إنقاذ المؤسسات القابلة للإفلاس والحفاظ على أصولها من الانهيار، وكذا استعادة الثقة المصرفية للأسواق المالية والحد من انتشار الأزمات المالية عبر دول العالم في ظل العولمة المالية .

ت. الفرضيات المفسرة للتمويل غير التقليدي (مجدي، 2009، صفحة 554): يمكن التمييز بين ثلاث فرضيات يتم على أساسها الإصدار النقدي في إطار سياسة التمويل غير التقليدي:

أولا: الفرضية الأولى

الكتلة النقدية الإضافية سوف تجد مقابلا لها يترجم في زيادة سريعة للإنتاج، وفي هذه الحالة لا تكون هناك أية أثار تضخمية لان العرض يتماشى مع زيادة الطلب.

ثانيا: الفرضية الثانية

هي أن الكتلة النقدية الإضافية سوف تدخر، وفي هذه الحالة لا تكون هناك أثار تضخمية لأنه ليس هناك ارتفاع في الطلب إلا أنه يبقى مؤقتا، إذ هناك احتمال لضخ هذه المبالغ في أي لحظة في القنوات الاقتصادية، مما يؤدي إلى ارتفاع سريع في الطلب وحدوث صدمة تضخمية يصعب تقدير مخلفاتها على مجرى الحياة الاقتصادية.

ثالثا: الفرضية الثالثة

الكتلة النقدية الإضافية يتم توزيعها في شكل ارتفاع في المداخيل، وبالتالي زيادة الحاجات الاستهلاكية وزيادة الطلب عليها، ويصاحب ذلك تسارع في ارتفاع الأسعار، مما يجعل المنتجات المحلية اقل تنافسية، وتنخفض الصادرات، إذا كان هذا التضخم مرتفع فانه يزيد من الأرباح الناجمة عن المضاربة ويؤدي إلى ارتفاع معدلات البطالة.

3. آثار تطبيق التمويل غير التقليدي في الجزائر على أهم المتغيرات الاقتصادية.

تعتبر آلية التمويل غير التقليدي سلاحا ذو حدين لما له من سلبيات وإيجابيات، وحتى يكون فعالا يجب على الدولة أن تلتزم بالشروط الأزمة له، حيث أن طباعة الأوراق النقدية أو ما يعرف بالإصدار النقدي دون أن يكون له غطاء من ذهب أو عملات أجنبية يؤدي إلى حدوث أزمة مالية.

1.3. الآثار الايجابية للتمويل غير التقليدي في الجزائر.

أ. الآثار المتعلقة بالمؤشرات الاقتصادية.

للتمويل غير التقليدي عدة آثار ايجابية على المؤشرات الاقتصادية يمكن حصرها فيما يلي:

– الميزان التجاري.

نتج عن عملية طبع النقود في الجزائر، انخفاض عجز رصيد الميزان التجاري وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول 1: رصيد الميزان التجاري خلال فترة تطبيق التمويل غير التقليدي في الجزائر

السنوات	2017	2018	2019	2020	2021
الميزان التجاري (مليار $)	-14.41	- 7.45	- 9.32	- 13.62	1.09

المرجع: من إعداد الباحثان بالاعتماد على معطيات النشرة الإحصائية الثلاثية رقم 57 – مارس سنة 2022، المتاحة على الموقع www.bank-of-algeria.dz.

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عجز الميزان التجاري في انخفاض خلال الفترة، 2017-2021وهو شيء إيجابي راجع إلى ارتفاع سعر برميل النفط بالإضافة إلى تحسن قيم المبادلات (صادرات وواردات) مقارنة بالفترات السابقة قبل تطبيق سياسة التمويل غير التقليدي 2014 – 2016 وكذا بداية تطبيق هذه السياسة سنتي 2017 -2018 .

– ميزان المدفوعات:

إن عملية طبع النقود في الجزائر أدت إلى تحسن رصيد ميزان المدفوعات وهذا ما يبينه الجدول الموالي:

الجدول 2: رصيد ميزان المدفوعات خلال فترة تطبيق التمويل غير التقليدي في الجزائر

السنوات	2017	2018	2019	2020	2021
ميزان المدفوعات (مليار $)	-21.76	- 15.82	- 16.93	- 16.37	- 7.28

المرجع: من إعداد الباحثان بالاعتماد على معطيات النشرة الإحصائية الثلاثية رقم 57 – مارس سنة 2022، المتاحة على الموقع www.bank-of-algeria.dz.

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عجز رصيد ميزان المدفوعات في انخفاض مستمر خلال فترة تطبيق سياسة التمويل غير التقليدي، وهذه النتيجة كانت ثمرة ارتفاع الصادرات الكلية للسلع بنسبة 18 بالمائة سنة 2018 وأيضا سنة 2021 سجلت الصادرات الكلية 48،38 مليار$ بعدما كان 93،21 مليار$ سنة 2020 ،في ظرف تميز بالركود في واردات السلع سنة 2020 .

– الناتج الداخلي الخام

أثرت سياسة التمويل غير التقليدي على الناتج الداخلي الخام بالجزائر كما في الجدولة أدناه:

الجدول 3: الناتج الداخلي الخام خلال فترة تطبيق التمويل غير التقليدي في الجزائر

السنوات	2017	2018	2019	2020	2021
الناتج الداخلي الخام (مليار دينار)	18 876.2	20 259.0	20 284.2	18 383.8	22 021.6

المرجع: من إعداد الباحثان بالاعتماد على معطيات النشرة الإحصائية الثلاثية رقم 57 – مارس سنة 2022، المتاحة على الموقع www.bank-of-algeria.dz.

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة الناتج الداخلي الخام ارتفعت بعد تبني آلية التمويل غير التقليدي إلا أنها سجلت انخفاضا طفيفا سنة 2020 وهذا راجع إلى تراجع قطاع المحروقات حيث سجل هذا الأخير 2 575.1 مليار دينار سنة 2020 بعدما كان 3 910.1 مليار دينار سنة 2019، ثم واصل الارتفاع في سنة 2021 حيث سجل 4 734,4 مليار دينار، أيضا نستطيع إرجاع سبب الارتفاع إلى القرار الذي اتخذته الحكومة والمتمثل في تقليص حجم الواردات، حيث أصبحت الجزائر تستورد منتجات نصف مصنعة من الخارج وتقوم بتركيبها لتتحصل على منتجات تامة الصنع .

ب. النتائج المتعلقة بالمؤشرات المالية

نتج عن تطبيق سياسة التمويل غير التقليدي جملة من النتائج المالية نذكرها فيما يلي:

– إصلاحات هيكلية خاصة بقطاع المالية: إن تفويض الصلاحيات للسلطات المحلية والمؤسسات العمومية عزز تقدير الإنفاق العام للدولة وحدث جميع النظم المستخدمة في إعداد وتنفيذ الميزانية واعتماد طريقة تسيير المالية العمومية، وخاصة أن مشروع قانون المالية لعام 2019 كان بمثابة إطارا شاملا للنفقات متوسطة الأجل2019-2021.

– تسديد الدين الداخلي وتجنب الاستدانة الخارجية: من خلال تمويل الخزينة لسداد ديونها الكبيرة المستحقة لسوناطراك أو للبنوك العمومية التي تعهدت بتطهير وضعية مجمع سونلغاز، بحيث تستعيد البنوك السيولة النقدية مرة أخرى التي ستستخدمها لتمويل الاستثمار الاقتصادي. بالإضافة إلى الاستقلال المالي وعدم الاعتماد على صندوق النقد الدولي، حيث ينتج عنها

عدت تداعيات مالية (ارتفاع أسعار الفائدة على القروض من صندوق النقد الدولي)، واقتصادية (التبعية) والسياسية (التدخل في الشؤون الخارجية)

ب. النتائج المتعلقة بالمؤشرات الاجتماعية

تتمثل الآثار الايجابية للتمويل غير التقليدي على المؤشرات الاجتماعية فيما يلي:

– **ضمان استمرار التنمية الاقتصادية والاجتماعية:** وذلك من خلال المضي في تنفيذ المشاريع المسطرة، حيث تم رفع التجميد عن 2000مشروع الذي خصص له غلاف مالي تجاوز 2500مليار دينار، فقد شمل 1500مشروع في قطاع التربية والتعليم بإجمالي 1200مليار دينار،250مشروع في قطاع الصحة بقيمة 70مليار دينار، 110مشروع في قطاع الموارد المائية بقيمة 120مليار دينار إضافة إلى 60مشروعا في قطاع التعليم العالي والبحث العلمي بقيمة 10مليار دينار

– **نتائج اجتماعية أخرى:** توجد عدت أثار اجتماعية أخرى يمكن ذكرها في النقاط التالية :

- ✓ **استمرار تمويل المشاريع والاستثمارات:** وذلك من خلال رفع التجميد للمشاريع المجمدة في مجال التنمية البشرية أو تلك المتوقفة في السنوات الأخيرة كتمويل مشاريع سكنات "عدل" المتوقفة
- ✓ **استمرار تغطية نفقات الدولة:** استمرار تغطية نفقات الدولة من خلال توسيع قدرة الخزينة العمومية في تغطية نفقاتها المتمثلة في: الأجور، فواتير دعم المواد الاستهلاكية، فواتير الاستثمار العمومي. وكذا عدم فرض ضرائب جديدة على المواطنين لمواجهة الإنفاق الحكومي.

2.3. النتائج السلبية للتمويل غير التقليدي في الجزائر.

باعتبار أن التمويل غير التقليدي يتمثل في طباعة كمية كبيرة من النقود الوهمية والتي تتسبب في انعكاسات سلبية على المدى المتوسط والطويل فأن خبراء الاقتصاد يحذرون منه بدليل عدم وجود اقتصاد حقيقي.

أ. النتائج المتعلقة بالمؤشرات الاقتصادية

تتمثل الآثار السلبية للتمويل غير التقليدي على المؤشرات الاقتصادية فيما يلي:

– **أثر التمويل غير التقليدي على التضخم:** تم تحديد مدة التمويل غير التقليدي من طرف الحكومة الجزائرية بـ 5سنوات لتدرك مخاطر التضخم الناتج عن طبع نقود إضافية بغية سد

العجز في الميزانية العامة، حيث يعتبر استقرار المستوى العام للأسعار من أهم الأهداف التي تسعى الجزائر إلى تحقيقها وذلك من خلال سياستها النقدية، عن طريق التحكم في المعروض النقدي من طرف بنك الجزائر، يمكن تبيان ذلك في الجداول التالية:

الجدول 4: معدل التضخم خلال فترة تطبيق التمويل غير التقليدي في الجزائر

السنوات	2017	2018	2019	2020	2021
معدل التضخم %	5.60	4.30	2.00	2.40	7.20

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على الموقع الالكتروني: https://data.albankaldawli.org/indicator/FP.CPI.TOTL.ZG?locations=DZ&locations=DZ.

من خلال الجدول أعلاه، يتبين أن نسبة التضخم في الفترة ما بين 2017و 2019 تنخفض تدريجيا إلى أن وصلت إلى% 2.00 سنة 2019وهذا راجع إلى تحكم بنك الجزائر في المعروض النقدي في تلك الفترة و ايضا السيطرة على نسبة التضخم و التحكم في معدلاته حسب المقاييس الدولية، ثم يبدأ في الارتفاع في سنة 2020 و2021 وهذا ما يعكس تطور مؤشر أسعار الاستهلاك ،

الجدول 5: تطور الكتلة النقدية خلال فترة تطبيق التمويل غير التقليدي في الجزائر

السنوات	2017	2018	2019	2020	2021
الكتلة النقدية (مليار دينار)	14.974,6	16.636,7	16.506,6	17.659,6	20.053,5

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على معطيات النشرة الإحصائية الثلاثية رقم 57 – مارس سنة 2022 متاحة على الموقع www.bank-of-algeria.dz

من الجدول أعلاه، يتبين أن قيمة الكتلة النقدية في ارتفاع مستمر وهذا راجع إلى ضخ البنك المركزي كمية كبيرة من النقود أي ما يقارب 30 مليار دولار مع نهاية سنة 2017 و مطلع سنة 2018 لإنعاش الاقتصاد، دون ان يقابل هذا الاجراء زيادة موازية فعلية في السلع و الخدمات و هو ما ادى الى ارتفاع الاسعار و التضخم و تراجع القدرة الشرائية وذلك في ظل تبني آلية التمويل غير التقليدي.

ب. النتائج المتعلقة بالمؤشرات المالية

للتمويل غير التقليدي عدة آثار سلبية على المؤشرات المالية يمكن ذكرها كما يلي:

– أثر التمويل غير التقليدي على قيمة العملة الوطنية: لقد أثر التمويل غير التقليدي على قيمة العملة الوطنية من خلال التغيرات المستمرة لسعر صرف الدينار الجزائري إضافة إلى تدني القدرة الشرائية والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول 6: تطور أسعار صرف (دينار/دولار) خلال فترة تطبيق التمويل غير التقليدي في الجزائر

السنوات	2017	2018	2019	2020	2021
سعر صرف (دينار/دولار)	114.9327	118.2906	119.1596	132.1319	138.8376

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على معطيات النشرة الإحصائية الثلاثية رقم 57 – مارس سنة 2022 متاحة على الموقع www.bank-of-algeria.dz

من الجدول أعلاه، يتبين انه بعد تطبيق آلية التمويل غير التقليدي وطبع الأموال بدون تغطية ورغم تحسن أسعار النفط سنة 2018 إلا أن سعر صرف الدينار واصل تراجعه أمام الدولار حيث استقر الدولار عند 138.8376 دينار بنهاية 2021.وترجع خسارة الدينار إلى تبنّي البنك المركزي سياسة تعويم الدينار عند الضرورة، إذ سبق أن فقد الدينار جزءاً كبيراً من قيمته في السنوات الماضية، لمواجهة تبعات تراجع عائدات النفط وكبح فاتورة الواردات .

– أثر التمويل غير التقليدي على المديونية العمومية الداخلية: إن ارتفاع الدين الحكومي مرتبط بلجوء الحكومة إلى الاقتراض عن طريق إصدار سندات الخزينة للحصول على الأموال، حيث ارتفع الدين العام الداخلي نتيجة زيادة إقراض بنك الجزائر للخزينة العمومية في ظل تطبيق التمويل غير التقليدي، وهذا ما سنلاحظه في الجدول التالي :

الجدول 7: قروض الدولة لدى بنك الجزائر خلال فترة تطبيق التمويل غير التقليدي في الجزائر

السنوات	2017	2018	2019	2020	2021
قروض إلى الدولة	1.967,4	3.857,8	4.782,4	6.480,3	6.116,1

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على معطيات النشرة الإحصائية الثلاثية رقم 57 – مارس سنة 2022 متاحة على الموقع www.bank-of-algeria.dz

في الجدول أعلاه يتبين أن قيمة القروض الممنوحة للدولة في تزايد مستمر خلال الفترة 2017/2021، وترجع هذه الزيادة إلى مشكلة تحصيل الوعاء الضريبي، وهو سبب أساسي في انخفاض الإيرادات النفطية، مع الإشارة إلى أن لا يمكن السيطرة على الانخفاض في عائدات النفط لأنه متغير خارجي. إلى جانب عدم قدرة الدولة على تحصيل الأموال من المؤسسات

داخل الدولة (عدم تحصيل الضرائب)، وعليه تبقى قيمة القروض التي يمنحها بنك الجزائر للدولة آخذة في الارتفاع.

ت. النتائج المتعلقة بالمؤشرات الاجتماعية

للتمويل غير التقليدي عدة آثار سلبية على المؤشرات الاجتماعية يمكن ذكرها كما يلي:

- عدم تحقيق الشمول المالي: حيث يتم تجاهل فئات معينة من السكان مما يؤدي الى عدم توفير الفرص المالية لهؤلاء الاشخاص ، لان التمويل غير التقليدي يحقق الشمول المالي و توفير خدمات مالية للجميع.
- التفشي الاقتصادي السلبي : هنا هدا التمويل يتسبب في ازمات اقتصادية مثل الادوات و يسعى الى تعزيز الاستدامة الاقتصادية و التوجه نحو نماذج اقتصادية اكثر استدامة.
- عدم المساوات الاجتماعية: حيث ان هذا الاخير يزيد من الفجوات الاجتماعية و الاقتصادية في المجتمع.
- التأثير البيئي السلبي: معظم مشروعات التمويل التقليدي يمكن ان يكون لها تأثير سلبي مثل تلوث المياه و الهواء .

4. خاتمة

من خلال دراستنا هذه تناولنا جل الجوانب النظرية والتطبيقية المتعلقة بآلية التمويل غير التقليدي بصفة عامة، ثم قمنا بإسقاط الدراسة على الجزائر خلال الفترة 2017 – 2021، حيث تطرقنا إلى مفهوم آلية التمويل غير التقليدي ومختلف أدواته، أبرزها أداة التيسير الكمي كما وضحنا المادة القانونية المحدد لآلية التمويل غير التقليدي وأخيرا آثار هذه الآلية على أهم المتغيرات الاقتصادية وتوصلنا إلى النتائج التالية:

– تطورت أدوات السياسة النقدية بتطور الأدوات المالية حول العالم فبمجرد ظهور التمويل غير التقليدي ظهرت معه أدوات حديثة مرتبطة به: التيسير الكمي، التيسير الائتماني، سعر الفائدة الصفرية، سعر الفائدة السالبة، حرب العملات.

– التمويل غير التقليدي في الجزائر هو حل استثنائي فرضته ظروف مالية واقتصادية صعبة على الحكومة اللجوء إليه لتفادي الاستدانة الخارجية.

– إن اختلاف آثار آلية التمويل غير التقليدي من اقتصاد إلى آخر يرجع إلى خصوصية كل اقتصاد.

– الهدف من التمويل غير التقليدي في الجزائر هو تمويل عجز الخزينة العمومية وليس للتأثير في المتغيرات النقدية بصفة مباشرة.

– باعتبار أن الاقتصاد الجزائري اقتصاد يعتمد على تصدير البترول – ريعي– وضعيف فإن تبنى هذه الآلية لا تحقق نتيجة ايجابية إلا في حالة اقتصاد إنتاجي قوي له قطاعات تنافسية.

– تطبيق هذه الآلية لم يكن له تأثير إيجابي على المؤشرات الاقتصادية.

– محدودية استقلالية البنك المركزي في ظل لجوء الخزينة لتغطية عجزها المالي.

– التمويل غير التقليدي في الجزائر يعتبر غير مجدي نظرا للآثار السلبية الناجمة عنه.

أما فيما يخص اقتراحات الدراسة:

– يجب البحث عن مصادر تمويل حقيقية لتمويل الخزينة العمومية والابتعاد عن أدوات السياسة النقدية غير التقليدية

– تشجيع التمويل الادخاري والتمويل الإسلامي لما له من آثار إيجابية على الاقتصاد.

– تفعيل النمو خارج قطاع المحروقات والعمل على سياسة تنويع الاقتصادي من خلال عصرنة القطاع الفلاحي.

– إعادة النظر في كيفية التحصيل والوعاء الضريبي.

5. قائمة المراجع.

1– الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (12 10، 2017). العدد 57، الصفحة 04.

2– عبد القادر مطاي وفتيحة راشدي. (2016)، سياسة التسيير الكمي كأسلوب حديث لإدارة السياسة النقدية في ظل الأزمات، مجلة رؤى اقتصادية، المجلد 06(العدد 02)، صفحة 12.

3– علي صاري، (2013)، السياسة النقدية غير التقليدية: الأدوات والأهداف، المجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية، المجلد 02(العدد 04)، الصفحات 69-70.

4– علي صاري. (2016). البنوك المركزية في الدول النامية وقدرتها على الممارسات غير التقليدية. مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد 02(العدد 01)، صفحة 11

5– علي صاري. (2016). البنوك المركزية في الدول النامية وقدرتها على الممارسات غير التقليدية. مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد 02(العدد 01)، صفحة 70.

6– فتحي مجدي. (2009)، سلسلة محاضرات ودروس المالية العامة، جامعة زيان عاشور، الجزائر.

7– محمد الأمين وليد طالب. (2016). دور السياسة النقدية في معالجة الأزمات المالية (أطروحة دكتوراه)، 158-159. قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة محمد خيضر.، بسكرة، *http://thesis.univ-biskra.dz/2567/1/Th%C3%A8se_90_2016.pdf (consulté le 23/01/2023)*

8– محمد طرشي، ونبيل بوفليح، (2017)، دور البنوك المركزية في تحقيق الاستقرار المالي والاقتصادي، معارف مجلة علمية دولية محكمة، المجلد 12(العدد 22)، صفحة 334.

9- محمد هاني، وميلود وعيل، (2018)، سياسة التيسير الكمي كآلية حديثة لتطبيق السياسة النقدية- دراسة تحليلية نظرية لآفاق تطبيق سياسة التيسير الكمي في الجزائر، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 03(العدد 01)، صفحة 254.

10- نبيلة دودو، وفوزي عبد الرزاق، (2019). التسيير الكمي لمواجهة الأزمات المالية – دراسة التجربة الأمريكية والأوروبية-. مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد 05(العدد 01)، صفحة 214.

2-نعمان محصول وعبد الحليم جدي، (2018)، التمويل غير التقليدي لعملية التنمية الاقتصادية في الجزائر، *https://www.researchgate.net/publication/333390302_altmwyl_ghyr_altqlydy_lmlyt_altnmyt_alaqtsadyt_fy_aljzayr. (consulté le 23/01/2023)*

11- وليد العشي واحمد صديقي. (2018)، تجربة التسيير الكمي في الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، المجلد 02(العدد 02)، الصفحات 256-257.

12– وليد العشي وعبد الرحمان عبد القادر، (2013)، السياسة النقدية غير التقليدية بين النظرية والتطبيق. مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 03(العدد 01)، صفحة 68.

المراجع باللغة الأجنبية

1- Ghennam, N. (2019). The impact of quantitative easing mechanism on macroeconmic indicators in Algeria. Journal of Financial Accounting and Management Studies, volume 06(number 02), p. 145.

2- Jean-Claude, T. (2013). Unconventional Monetary Policy Measures: Principles-Conditions-. international journal of central banking, volume 09(supplement 01), pp. 237-238.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
Volume:8/N°1 /April ,2024, PP 29-46

The Impact of work-family balance on occupational well-being

أثر التوازن بين العمل والأسرة على الرفاهية المهنية

ElTahir Ahmed Mohammed Ali *
Qassim University, Applied College, Department of Administrative and Human Sciences, Marketing Program, **Saudi Arabia**
Ea.ali@qu.edu.sa

***Received**:09/01/2024* ***Accepted:**28/04/2024.* ***Published**: 30/04/2024.*

Abstract :

This study aimed to determine the effect of work-family balance on professional well-being. The study was based on the descriptive analytical method. A questionnaire was designed based on the standards of previous studies and distributed to a non-probability sample from a purposeful population of Sudanese airlines in the capital, Khartoum. (220) questionnaires were distributed and (210) questionnaires were retrieved, valid for analysis, at a rate of (96%). The results of the study found that there is a positive relationship between work-family balance and professional well-being in terms of the two dimensions (the leave system and services provided by the organization for the benefit of employees). Finally, the research included suggestions and recommendations for future research.

Keywords: Vacation system, Flexibility of work procedures, Services provided to employees, Economic well-being, Social well-being.

JEL classification codes: X1, XI2, XII3

* ***Corresponding author***

1- INTRODUCTION:

Many challenges have emerged facing a person at the level of his family and work life, and one of the most prominent of these challenges is the process of balancing between satisfying his multiple personal and family needs and fulfilling and committing to work requirements, especially since work for people has become greater than what was known in the past, as it has become a major share in achieving... Self-satisfaction that affects various aspects of his personal life (Marsh; Mclennan, 2016). Which means that fulfilling work requirements and his ability to satisfy family obligations are two sides of the same coin, which is "balancing work and private life" (Tarig et, 2012, 578), (Watton; Xi, 2018).

1-1 The study Problem:

The problem of the study stems from the importance of the issue of occupational well-being, which in recent years has become the focus of many research and studies. There are few studies that have examined the relationship between work-family balance and professional well-being, such as the study (Zameer et all.., 2020). Many studies have also addressed work-family balance, but the direct relationship between work-family balance and its impact on achieving professional well-being has not been studied. With all this interest in the subject of study at the global level, well-being has been studied (in Palestine, in the study of Khaled Abu Sultan, 2015), (Barker, 2018) (and the study of Nollenberger;.. et all, 2021)). Previous studies also addressed professional well-being with different methodologies, such as the study (Younis, 2016, which used the inductive approach), and the study (Kharnoub, 2016, which used the exploratory approach), but the studies that used the descriptive approach are few and rare, so the current study adopted the descriptive methodology. The well-being of employees has been addressed and studied extensively in the economic and social sectors, such as the study (Ahmed Jassim et al., 2011, economic sector) and the study (Samira Shind et al., 2013, social sector). However, in this current study, the well-being of employees in the services sector will be addressed. .

1-2 Study questions:

1/ What is the relationship between work balance and well-being?
2/ What is the level of well-being of workers in Sudanese companies?
3/ What is the level of family and work balance among employees in Sudanese companies?

1-3 Objectives of the study:

1/ Explain the relationship between work balance and well-being

2/ Knowing the level of well-being of workers in Sudanese companies.

3/ Knowing the level of family and work balance among employees in Sudanese companies.

1-4 The importance of studying:

1-4-1 Theoretical importance:

This study is expected to contribute in several aspects, as it helps to identify the factors that work to achieve balance between work and family, and contributes to determining the extent of the impact of work-family balance on the well-being of employees, and also tests the relationship between balance and well-being, as studies that have dealt with this relationship are no less than, It is expected that it will help future researchers conduct more studies on well-being and balance.

1-4-2 Practical importance:

This study is expected to help decision makers better understand well-being and work-family balance, and to help Sudanese managers or companies in the future by providing them with many theoretical concepts about work-family balance and well-being. These variables are also expected to help in knowing the extent of the impact of work-life balance. I want my employees to feel comfortable.

1-5 Procedural definitions:

1-5-1 Balance of work and family:

It is the employee's fulfillment of both work requirements and family obligations in a way that ensures the employee's psychological and functional stability in order to achieve the employer's interest (Smith; et all, 2022).

1-5-2 Employee well-being:

Employee well-being can be defined as a set of programs, initiatives and services that aim to promote and improve the psychological, physical and mental health of employees (Sebastiano; Grando; Giangreco, 2017). Because of the importance it represents in developing their behavior, job performance and productivity, and improving their motivation to work, which reflects positively on their happiness and institutional loyalty, as employee well-being can be achieved through a happy and positive work environment. (Nasira 2023)

1-6 Balance between work and family:

1-6-1 The concept of balancing work and family:

As a result of the increasing importance of achieving a balance between work and life, this issue has been taken care of by researchers and organizations with the aim of finding the best mechanisms and methods to achieve the highest possible degree of this balance for all employees, and to clarify the foundations upon which the appropriate system must be established to achieve the phenomenon of balance between work and family. And how to plan it, and overcome the obstacles to its implementation. (Sandra; et all, 2023) The term balancing between professional and private life is the process of completely separating paid work from the rest of the obligations and areas of life without any overlap between the two fields (Pio,; et all; 2018), Balancing between work and private life is defined as a two-way process that takes into account the needs and requirements of employees as well as taking them at the same time for employees, while Rogers believes that balancing between work and private life refers to the method that combines work requirements and life requirements such as child care and social relationships. Sports and others (Raharjo; et all..,2019)

1-6-2 Definitions of work-family balance:

It is the process of satisfying home needs and work needs in a smooth flow with the least level of conflict between them (Rao, 2017, 9). It is the procedures and policies that the employee follows with the aim of fulfilling all work responsibilities and personal life responsibilities and reducing the overlap between them as much as possible in a way that guarantees the interest of the employee and the interest of the employer. (Arora; et all, 2017, 17), and it can also mean the optimal description of the balance between responsibilities. At work and responsibilities outside work, reaching this balance is considered the best possible way to separate work and private life. (Pangemanan; et all; 2017, 21), and the balance between work and life expresses the degree to which the individual subjectively realizes the adequacy of the time available to fulfill All work-related requirements and other requirements. Fiernaningsih; et all, 2019. And it also means balance between work and family, which is the individual's ability to fulfill the role expected of him in the field of work and family through negotiation or partnership between him and his partners in both fields, the family field and the work field. G rzywacz and Carlson 2007. The balance is one of the most important

elements and factors of quality of work life, and this is explained by Walton that the elements of quality of life include adherence to labor laws, balance between life and work, and social relationships in work life. (Latrash et al., 2021, p. 13).

1-6-3 Dimensions of work-family balance:

1-6-3-1 Vacation system:

It is a system that has a clear impact on the ability of employees to balance between work and private life, especially flexibility in the procedures for obtaining it and returning to work gradually after spending vacation time for any reason. Paid leave enhances the employee's ability to fulfill his personal life rights without having to To return to work or give up vacation, especially in times of necessity. Thus, the organization's policies regarding the vacation system are of great importance for achieving flexibility in the lives of employees. (Breitenecker; et all, 2018, 22)

1-6-3-2 The organization's policies towards maternity, fatherhood and pregnancy:

Galinsky, Yund, and Friedman pointed out that organizations' policies toward working parents have a major role in achieving a balance between their work and private lives, thus greater achievement at work and alleviation of psychological and physical pressure (Chan; et all, 2020, 31). Exo also pointed out in his study that the factors that affect working parents' balance between work and personal life are the organization's policies related to balancing work and private life. Organizational culture and child care services. (Malik; et all, 2019, 9).

1-6-3-3 Flexibility of work procedures:

Some organizations seek to increase the ability of their employees to balance work and private life through tangible supervisory support and flexible work options. Flexible work options include both time flexibility, which means ease of obtaining a flexible work schedule, and work space flexibility, which means the ability to work from home and the ability to think about... Family matters during work in the official workplace, flexibility of evaluation, which means that the evaluation is based on achievement and not commitment and presence in the workplace only, and flexibility in compensation, which means that compensation and payment of wages are based on the employee's production and not based on time of presence and commitment to working hours (Quintana; et all, 2019, 11).

1-6-3-4 Services provided to employees:

Services provided to employees in the workplace that contribute to increasing the employee's ability to balance work and private life. (Sánchez; et all, 2019, 17).

1-7 Professional well-being:

1-7-1 The concept of professional well-being:

Occupational well-being can be defined as a group of programs, initiatives, and services that aim to enhance and improve the psychological, physical, and mental health of employees (Duan; Yue, 2019), because of the importance it represents in developing their behavior, job performance, and productivity, and improving their motivation to work, which reflects positively on their happiness, belonging, and institutional loyalty. Job well-being can be achieved through a happy and positive work environment. (Marzouq, Khattab, 2020).

1-7-2 The importance of professional well-being:

The job well-being programs adopted by the entity have a profound and direct impact on enhancing the positive feelings of employees and are reflected in their performance, human relations, and professional and personal development in the work environment. It also affects their health and mental and psychological characteristics. (Mashrour and Thalja, 2020)

Employee happiness is greatly affected by the nature of work and the quality of time they spend in the workplace, as a happy and positive environment and job well-being programs support employee performance and efficiency and enhance the positive culture that characterizes the work environment, which reflects positively on the ability of entities to maintain their employees and their ability to innovate and enhances their happiness and harmony in the workplace. Work environment (Abubaker, Zakariya, 2019).

(Mashrour, Bouthalija) 2020 stated that job well-being includes many aspects of human life. Employee well-being in the workplace, which is considered one of the factors that enhance and improve the work environment, has many positives, such as increasing the employee's productivity and having positive expectations regardless of the circumstance. It increases his self-confidence and makes him feel personally in the organization.

1-7-3 Dimensions of professional well-being:

1-7-3-1 Economic well-being:

It is that part of social well-being that is dealt with directly or indirectly by the monetary measure. (Muhammad et al., 2016, p. 35).

1-7-3-2 Social well-being:

It is a group of socially oriented activities and programs aimed at improving the level of the individual and society. (Al-Abbasi et al., 2021, 202).

2- Method:

The research methodology is the link between the achieved knowledge, theoretical and applied accumulation and the possibility of its application in business organizations. Therefore, the researchers did what was necessary in order to verify the credibility and coherence in order to reach the objectives of the study. It contains the proposed study model as well as the study hypotheses and the research methodology. The sample population to which the study was applied, in addition to the sources of data collection used in the study and its steps, and the statistical analysis methods that were used to analyze the data and then achieve the objectives of the study.

2-1 Study methodology:

The study relied on the descriptive approach, where reference is made to books, previous research, and specialized literature in this field, which will increase the content of this research in its theoretical and applied aspects. This approach does not stop at describing the phenomenon only, but rather goes beyond that to analyze its reality and interpret its results by processing the study data to arrive at explanations. It can be generalized to increase the balance of knowledge about the phenomenon under study. The descriptive approach depends on collecting facts and information, comparing them, interpreting and analyzing them to reach acceptable generalizations. (Al-Saadi study, 2012)

2-2 Study population:

The study population consists of the service sector in Sudan (airline companies and agencies), where the sampling method was relied upon because it is not possible to study the entire population, and even if possible, the time and cost element do not allow this. (Uma Sekaran 2016)

2-3 Study sample:

A non-probability (purposive) sample consisting of 210 items was used, and it was distributed to employees in companies operating in the service sector in Khartoum State.

2-4 Study tool:

This study relied on a questionnaire to collect data and information from the study sample. Then, a questionnaire was prepared about (the modifying role of job suitability in the relationship between work and family balance and its impact on achieving professional well-being).

2-5 Study hypotheses:

There is a relationship between work-family balance and professional well-being

The following hypotheses stem from it:

1. There is a relationship between work-family balance and occupational well-being (after economic well-being)

There is a relationship between the vacation system and economic well-being

There is a relationship between the organization's policies towards motherhood, fatherhood and pregnancy and economic well-being.

There is a relationship between flexibility of work procedures and economic well-being

There is a relationship between the services provided by the organization for the benefit of employees and economic well-being.

2. There is a relationship between work-family balance and professional well-being (after social well-being)

There is a relationship between the leave system and social welfare.

There is a relationship between the organization's policies towards motherhood, fatherhood, pregnancy and social welfare.

There is a relationship between flexibility of work procedures and social well-being.

There is a relationship between the services provided by the organization for the benefit of employees and social well-being.

2-6 Study model:

The model of this study contains the independent variable, which is work-family balance, which affects the dependent variable, which is occupational well-being.

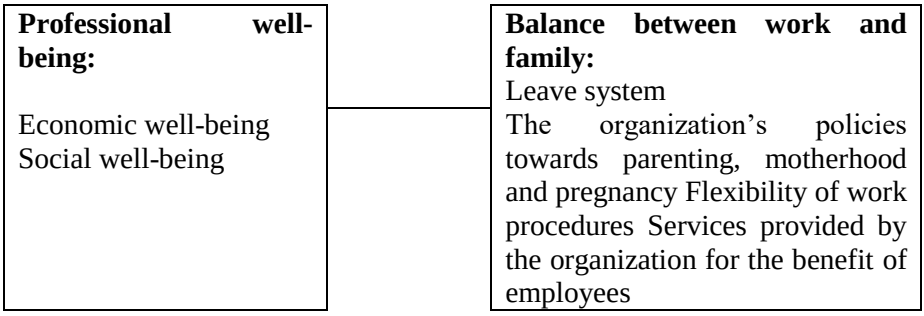


Figure No. (1): shows the relationship between work-family balance and professional well-being
Source: Prepared by researcher 2022

2-7 Field study procedures

This section deals with a description of the study methodology, the population and sample of the study, as well as the design of the measurement tools used and the methods of preparing them. This section also includes an evaluation of the measurement tools to ensure their validity and the extent of their application, in addition to the statistical treatments by which the data were analyzed and the study hypotheses were tested, as follows:

2-7-1 **Reliability and validity analysis of the study model:**

Consistency analysis is used to find the internal consistency of the data and it ranges from (0 to 1). The AlphaCroNbach value was calculated to find the internal consistency of the data. If the AlphaCroNbach coefficient values are closer to (1), the internal consistency of the variables is considered large, and to make a decision on the required AlphaCroNbach value. This depends on the purpose of the research. In the initial stages of basic research, Nunnally (1994) indicates that a reliability of (0.50-0.60) is sufficient and that increasing credibility to more than 0.80 may be excessive. However, (Hair et al, (2010) suggested that the alpha-crystal value should be more than 0.70. However, alpha-crystals of 0.50 and above are also considered acceptable in the literature (Bowling, 2008). The AlphaCroNbach value is relied upon by calculating the composite reliability (CR), as well as calculating (MSV, MaxR(H), AVE) to ensure the validity of the model. The following table shows the alpha after confirmatory factor analysis.

Table No. (1): Shows the results of the Cronbach's Alpha (CR) test:

	CR	AVE	MSV	ASV
Economic well-being	0. 684	0. 331	0. 529	0. 239
Vacation system	0. 650	0. 529	0. 529	0. 133
Services_available Parenting,	0. 727	0. 689	0. 795	0. 347
motherhood, and pregnancy	0. 586	0. 509	0. 548	0. 269
Social_welfare	0. 848	0. 692	0. 775	0. 297

References

Significance of Correlations:

† p < 0. 100* p < 0. 050** p < 0. 010*** p < 0. 001

Source: Prepared by researcher 2022

From the table above it is clear that the value of (CR) for all dimensions is greater than the condition specified by (Hair et al, 2010).

2-7-2 Person Correlation Analysis:

Correlation analysis was used between the variables of the study in order to identify the correlation between the independent variables and the dependent variable. The closer the degree of correlation is to the correct one, this means that the relationship is strong between the two variables, and the lower the degree of correlation is from the correct one, the weaker the relationship between the two variables, and the relationship may be direct. Or inverse. In general, the relationship is considered weak if the value of the correlation coefficient is less than (0.30), and it can be considered moderate if the value of the correlation coefficient ranges between (0.30 - 0.70), but if the value of the correlation is more than (0.70) The relationship between the two variables is considered strong.

Table No. (2): **Correlations: (Group number 1 - Default model)**

			Estimate
Vacation_system	<-->	Services_available	043 .
Vacation_system	<-->	Parenting, motherhood, and pregnancy	301 .
Services_available	<-->	Parenting, motherhood, and pregnancy	749 .
Vacation_system	<-->	Social_welfare	-. 085
Vacation_system	<--	Economic_welfare	733 .

	>		
Services_available	<-->	Social_welfare	887 .
Services_available	<-->	Economic_welfare	531 .
Parenting, motherhood, and pregnancy	<-->	Social_welfare	647 .
Parenting, motherhood, and pregnancy	<-->	Economic_welfare	473 .
Social_welfare	<-->	Economic_welfare	426 .

Source: Prepared by researcher 2022

2-8 Hypothesis testing:

There is a relationship between the balance between family and work and economic well-being

For the purpose of identifying the significance of the effect between the variables, the research relied on structural equation modeling, in which the path analysis method was used, which means studying and analyzing the relationships between one or more independent variables, whether these variables are continuous or discrete. The significance level (0.05) was relied upon to judge. On the significance level of the effect, where the calculated significance level was compared with the value of the approved significance level. The effects are considered statistically significant if the value of the calculated significance level is smaller than the considered significance level (0.05) and vice versa. The following table shows path analysis values.

Table No. (3): shows the path for testing direct hypotheses:

			Estimate	.S. E	.C. R	P
Social welfare	--->	Vacation_system	-. 098	091 .	-1. 095	272 .
Social welfare	--->	Services_available	897 .	196 .	4. 618	***
Social welfare	--->	Parenting, motherhood, and pregnancy	-. 041	307 .	-. 138	891 .
Economic welfare	--->	Vacation_system	459 .	120 .	3. 802	***
Economic welfare	--->	Services_available	446 .	175 .	2. 541	012 .
Economic welfare	--->	Parenting, motherhood, and pregnancy	-. 317	291 .	-1. 088	275 .

Source: Prepared by researcher 2022

2-9 Hypothesis testing summary:

Hypothesis	Support level
There is a positive relationship between the leave system and social well-being	Did not support
There is a positive relationship between available services and social well-being	Supported
There is a positive relationship between parenting, pregnancy and social well-being	Did not support
There is a positive relationship between the leave system and economic well-being	Supported
There is a positive relationship between available services and economic well-being	Supported
There is a positive relationship between parenting, pregnancy and economic well-being	Did not support
Level of support for the hypothesis	Partial support

3-Results:

3-1 Introduction:

This research contains a presentation of the most important results extracted from this study and a discussion of them with the results of previous studies in terms of agreement and disagreement, as well as the theoretical and applied effects of the study, in addition to the challenges and shortcomings of the current study, and finally a presentation of a set of proposals for future research.

The results of this study were reached using the statistical program (SPSS) to analyze the questionnaire in order to obtain reliability, factor analysis, exploratory, confirmatory, correlation, path analysis and other methods of descriptive statistics and inferential statistics to answer the research questions and test the hypotheses, where the research questions were as follows:

1- What is the impact of the balance between work and family on professional well-being?

2- What is the level of well-being of employees in Sudanese companies?

3- What is the level of balance between work and family for employees in Sudanese companies?

3-2 Summary of results:

There is no positive relationship between the leave system and social well-being.

There is a positive relationship between the services provided by the organization for the benefit of employees and social well-being.

There is no positive relationship between the organization's policies towards parenting, work and social welfare.

There is a positive relationship between the leave system and economic well-being.

There is a positive relationship between the services provided by the organization for the benefit of employees and economic well-being.

There is no positive relationship between the organization's policies towards parenting, work and economic well-being.

Job suitability does not modify the positive relationship between the leave system and social well-being.

4-Discussion:

The results of the study indicated that there is a partial relationship between work-family balance and professional well-being, as the results demonstrated the existence of a relationship between the services provided by the organization for the benefit of employees and professional well-being, and the leave system and professional well-being, in contrast to the other dimension, which is the organization's policies towards parenting and pregnancy, so that there is no relationship between them. And professional well-being, and in comparison with the results of the study (Abu Sultan, 2015), there is a clear relationship between policies and flexibility of work procedures and the balance between work and private life, and this result is consistent with the study (Mashroor et al., 2020), which proved the existence of a positive relationship between the balance between work and family. The institution's vision, and the results of Khaled Abu Sultan's 2015 study, are consistent with the current study, as the flexibility of the leave system allows employees sufficient space to fulfill their various obligations, and this is what the current study has proven.

The results of this study differed from the study (Younis et al., 2016), which concluded that there was no effect of the balance between work and family on job satisfaction.

5-Conclusion:

5-1 Theoretical influences:

The current study tested the relationship between work-family balance and professional well-being. The study examined these variables in terms of definitions, dimensions, characteristics, relationship between variables, and methods for measuring each variable. The theoretical importance of this study comes from knowing the role that work-family balance and professional well-being contribute to at work. And the influences focused on it. The results showed that the balance between work and family has a partial impact on occupational well-being in its dimensions (economic and social).

5-2 Applied effects:

Through the results of the current study, which demonstrated the existence of a partial positive relationship between work-family balance and professional well-being, it becomes clear to us the extent of the importance of work-family balance as a factor influencing professional well-being that organizations can adopt to select, maintain, and retain employees suitable for the job. Therefore, this study urges decision makers to pay attention. The employee's well-being, taking care of his personal life, and working to find a balance between it and work, through flexible work procedures that help employees and also providing services that help employees find this balance, as well as choosing a flexible and effective leave system, putting the right person in the right place, and providing the employee's economic and social well-being. In order for employees to become more satisfied and open to work, which reflects on performance in a positive way, the current study dealt with the balance between work and family in four dimensions. The dimension of flexibility of work procedures was deleted because it does not correspond to the reality of the work environment under conditions in Sudan, which may be compatible in other countries.

5-3 Study limitations:

The study's limitations were represented in all stages of the research and included the following points:

1- The study was limited to one sector only, which is the aviation sector, and the size of the study sample, as the study sample was limited to a specific area of airline companies in Sudan (airlines operating in Khartoum State) and did not include any other state, and this limits the possibility of generalizing the results of the study.

2- Some airline companies did not agree to allow the distribution of the questionnaire, as the questionnaire was delivered to the company's responsible authorities, which undertook the distribution process, as well as the filling out of some questionnaires by non-targeted individuals (individuals who are not permanent in the service), which led to the exclusion of many questionnaires, knowing that this It led to a reduction in the percentage of distribution and return of questionnaires.

3- The study used only the questionnaire tool to collect data, in addition to the presence of many tools used in collecting data.

4- The study addressed the balance between work and family through these dimensions (the leave system, the region's policies towards parenting and work, flexibility of work procedures, and the services provided by the organization for the benefit of employees). These dimensions may not represent all the dimensions of the

balance between work and family that were mentioned in the studies. The previous one.

5- The accuracy of transferring concepts may be affected by the translation of previous foreign literature into Arabic.

5-4 Future recommendations and proposals:

Based on the results of the study, the researcher recommends the following recommendations:

1/ Conduct more studies related to work-family balance on different dimensions, other than the dimensions used in the current study.

2/ Conduct a study on work-family balance from the point of view of the institution as a whole. Thus, the study population will be institutions and human resources managers, not employees

3/ Studying the balance of work and family and its relationship to professional well-being, while trying to address a different variable or adding an intermediary variable to the study.

4/ Conducting other similar applications of the same study with the same dimensions and measures based on other sectors, with the aim of forming a comprehensive picture of the possibility of generalizing these measures and knowing their quality to form useful measures that serve the fields of science and scientific research on work-family balance and professional well-being.

References:

1. Abdel-Razzaq Muhammad Saleh Al-Saadi, 2012, Economic and Social Welfare - Reality and Prospects: Denmark as a Model, PhD thesis in Economic Sciences, Faculty of Administration and Economics, Arab Open Academy in Denmark.
2. Abubaker, N, Edward, M. and Zakariya, K. A. 2019. "Workplace spirituality, employee well-being and intention to stay", International Journal of Educational Management. 28-44, (1) 33,
3. Ahmed Jassim Muhammad (2011), Study and Analysis of Economic Welfare in Iraq, College of Administration and Economics, University of Basra, Master's Thesis.
4. Ahmed Jassim Muhammad, Muhammad Hassan Odeh 2016, Study and analysis of economic well-being and its relationship to the average and fairness of income distribution in Iraq for the period (1975 - 2011), Al-Ghari Journal of Economic and Administrative Sciences, Volume 14, Issue 38
5. Arora, C., & Wagh, R. (2017). Importance of work-life balance. International Journal of New Technology and Research, 3(6), 23-25.
6. Bowling, N. A., & Hammond, G. D. (2008). A meta-analytic examination of the construct validity of the Michigan organizational

assessment questionnaire job satisfaction subscale. *Journal of Vocational Behavior*, 73, 63–77. doi:10.1016/j.jvb.2008.01.004

7. Breitenecker,R. J., & Shah, S. A. M. (2018). Relation of work-life balance, work-family conflict, and family-work conflict with the employee performance-moderating role of job satisfaction. *South Asian Journal of Business Studies*, *7*(1), 129-146.
8. Chan, A.P.C.,Chiang,Y.H.,Wong , F.K.W.,Liang,S., & Abidoye, F.A. (2020).Work–Life Balance for Construction Manual Workers. Journal of Construction Engineering and Management,146(5).
9. Duan, J, Wong, M. and Yue, Y. 2019. "Organizational helping behavior and its relationship with employee workplace well-being", Career Development International, 18-36.
10. Fiernaningsih, N., Nimran, U., Raharjo, K., & Arifin, Z. (2019). The role of work-life balance, organizational pride, and job satisfaction on organizational citizenship behaviour: Case study on hospitality employees in Indonesia. International Journal of Innovation, Creativity and Change, 8(4), 73-94.
11. Futoun Kharnoub (2016), Psychological well-being and its relationship to emotional intelligence and optimism, Journal of the Association of Arab Universities for Education and Psychology, Volume Fourteen.
12. Grzywacz, J. G., & Carlson, D. S. (2007). Conceptualizing work—family balance: Implications for practice and research. *Advances in developing human resources*, *9*(4), 455-471.
13. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). Multivariate Data Analysis: A Global Perspective, 7th edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ
14. Khaled Jamal Abu Sultan (2015), Work policies and procedures affecting achieving balance between work and private life from the point of view of employees of non-governmental organizations in the Gaza Strip,
15. Malik, M., Haider, Z., & Hussain, A. (2019). Perceived emotional intelligence , work life balance and job satisfaction among health-care professionals in Pakistan. *Int. J. Pharm. Res. Allied Sci*,*8*, 80-86
16. Marsh, N and Mclennan, S. 2016. Employee well-being: A new Way to Define Organizational Success. Mercer LLC.
17. Marzouk, Abdul Aziz Ali. Khattab, Inam Al-Sayyid Fahim. 2020. "The impact of employee well-being on the job performance of employees in Egyptian commercial banks in Kafr El-Sheikh Governorate." Scientific Society for Business and Financial Research Studies. Commerce College. Damietta University. The Egyptian Arabic Republic.
18. Mashrour, Muhammad Al-Amin. Abu Thaljah, Hussein. 2020. "The Impact of Workplace Wellbeing on Overall HR Health." A field

study on a sample of nurses working in public hospital institutions in the state of Camp. Mustafa Istambouli University Camp. Algeria.

19. Muhammad Farhan Falih Al-Abbasi, Fatima Saleh Mahdi Al-Ghurban 2021, The role of social responsibility as an introduction to social, environmental and economic well-being, Iraqi Journal of Economic Sciences , Issue Seventy.
20. Muhammad Latrash 2, Wasila Waer, 2021, The effect of work-life balance on the job involvement of workers - a study of a sample of university professors in Algerian universities, Journal of Business and Trade Economics, Volume: 06 / Issue: 02 (, p. -193 - 207
21. Nayli Nassira 2023, the quality of work life and its relationship to well-being at work, a field study at the headquarters of the M'sila Province, Mohamed Boudiaf University of M'sila, a supplementary memorandum for obtaining a master's degree, Algeria,
22. Nollenberger, N., Rodríguez-Modroño, P., & Sánchez-Sellero, M. P. (2021). The effects of work-life balance policies on subjective well-being: The mediating role of workfamily conflict. International Journal of Environmental Research and Public Health, 18(4), 1744.
23. **Nunnally**, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). Psychometric theory (3rd ed.). New. York: McGraw-Hill. Many
24. Pangemanan, F. L., Pio, R. J., & Tumbel, T. M. (2017). Pengaruh work-life balance dan burnout terhadap kepuasan kerja. Jurnal Administrasi Bisnis, 5(003), 1-8.
25. Pio, R. J., & Tampi, J. R. E. (2018). The influence of spiritual leadership on quality of work life, job satisfaction and organizational citizenship behavior. International Journal of Law and Management, 60(2), 757-767.
26. Quintana, C. B., Mercado, F. M., & Balagtas, A. O. (2019). Perception of STEAM Teachers on the Influence of Work-Life Balance on Well-being and Teaching Performance. *The Normal Lights*, *13*(1).
27. Raharjo, K., Fiernaningsih, N., Nimran, U., & Arifin, Z. (2019). Impact of work–life balance and organisational citizenship behaviour on intention to leave. International Journal of Innovation, Creativity and Change, 8(4), 95-113.
28. Rao, I. (2017). Work-life balance for sustainable human development: Cultural intelligence as enabler. Journal of Human Behavior in the Social Environment, 27(7), 706-713.
29. Richard Baker2018, the negative effect of an accounting standard on employ welfare graduate school of Business Fordham University New York USA and Rick Stephan Hayes .College of Business Administration California state University .
30. Samira Mohamed Shind, Hossam Ismail Heiba, Hanan Salama Salouma (2013), Measure of Psychological Well-Being for

University Youth, Ain Shams University, Faculty of Education, Journal of Psychological Counseling, Issue 36, pp. 673-694.

31. Sánchez-Hernández,M.I.,González-López,Ó.R.,Buenadicha-Mateos, M. ,&Tato-Jiménez,J.L.(2019).Work-Life Balance in Great Companies and Pending Issues for Engaging New Generations at Work . *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *16*(24),5122
32. Sandra, P. J. & Ashwini, H. (2023). Work Life Balance and Subjective Well Being among Working Professionals across Gender. International Journal of Indian Psychology, 11(3), 2756-2772
33. Sebastiano, A, Belvedere, V, Grando, A and Giangreco, A. 2017. "The effect of capacity management strategies on employees" well-being. A quantative investigation into the long-term health-care industry", Eurpean Management Journal, 35 (4), 563-573.
34. Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill-building approach (7th ed). Chichester, West Sussex, United Kingdom: John Wiley & Sons
35. Smith, J. D., Johnson, L. M., & Brown, K. A. (2022). Work-life balance and subjective wellbeing among working professionals across gender. Journal of Occupational Health Psychology, 27(1), 23-34. doi: 10.1037/ocp0000156
36. Tariq, A., Aslam, H.D., Siddique, A. & Tanveer, A. (2012). Work-Life balance as a Best practice Model of Human Resource Management: A Win-Win Situation Tool for the Employees and Organizations.
37. Taşdelen-Karçkay,A.,&Bakalım,O.(2017).The mediating effect of work –life balance on the relationship between work–family conflict and life satisfaction. *Australian Journal of Career Development*,*26*(1), 3-13.
38. Watton, M. A. Zhao, S. and Xi, M. 2018. "Perceived organizational support and employee well-being", Chinese Management Studies, 12 (2), 469-484.
39. Younis, Raghda Abu Al-Saud Ahmed 2016, The role of flexible work arrangements in confronting problems resulting from the imbalance between practical and family requirements, an applied study, unpublished doctoral thesis, Faculty of Commerce, Cairo University.
40. Zameer UlHasan; Muhammad Imran Khan; Tahira Hassan But; Ghulam Abid; Saqib Rehman, 2020, The Balance between Work and Life for Subjective Well-Being: A Moderated Mediation Model, Journal of open innovation: technology, market, complexity, vol.6, issue 4

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research

ISSN:2571-9866
EISSN:2661-7854

المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024،ص ص336-356

أثر الابتكار التسويقي على صورة العلامة التجارية الفندقية –دراسة تحليلية لآراء عينة من زبائن الفنادق المصنفة (4 نجوم) بولاية سطيف الجزائرية–

Impact of marketing innovation on hotel's brand image -An analytical study of the perceptions of a sample from 4 stars hotels' customers in Setif Province in Algeria-

شيدخ عماد الدين*
Chidekh Imad Eddine
Chidekh.imadeddine@univ-guelma.dz

بخاخشة موسى
Bekhakhecha Moussa
Moussa.B24@Hotmail.fr

جامعة 8 ماي 1945 قالمة_الجزائر
مخبر التنمية الذاتية والحكم الراشد

تاريخ الاستلام: 2023/10/31 *تاريخ القبول: 2024/04/25* *تاريخ النشر: 2024/04/30.*

الملخص : تهدف هذه الدراسة للكشف عن مدى تأثير الابتكار التسويقي على صورة العلامة التجارية للمؤسسات الفندقية، ولتحقيق هذا الهدف، أجرينا تحليلًا لآراء عينة من زبائن المؤسسات الفندقية المصنفة بأربع نجوم في ولاية سطيف الجزائرية. حيث تم التحقق أولا من مدى تبني تلك المؤسسات لأبعاد الابتكار التسويقي من وجهة نظر زبائنها باستخدام اختبار (ت) لعينة واحدة، بعد ذلك تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار تأثير هذه الأبعاد على صورة علامتها التجارية. وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار التسويقي على صورة العلامة التجارية للفنادق المصنفة أربع نجوم في ولاية سطيف الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: الابتكار التسويقي، صورة العلامة التجارية، المؤسسات الفندقية.

تصنيفJEL: L83, M37, O31

Abstract : This study aims to investigate the impact of marketing innovation on the brand image of hotels. To achieve this goal, we collected and analyzed the perceptions of a sample of customers of four-star hotels in Setif province, Algeria. Initially, we assessed the extent to which these establishments adopted marketing innovation dimensions as perceived by their customers, using a one-sample t-test. Subsequently, a multiple linear regression analysis was employed to examine the influence of these dimensions on their brand image. The study yielded several significant findings, notably revealing a statistically significant impact of marketing innovation on the brand image of four-star hotels in Setif, Algeria.

Key words: Marketing innovation, Brand image, Hotels.
JEL classification codes: L83, M37, O31

*المؤلف المرسِل

1. مقدمة:

1.1. تمهيد:

تعد المؤسسات الفندقية ركنا أساسيا في القطاع السياحي الذي أضحى محل اهتمام جل بلدان العالم نظرا لمساهمته الواضحة في تنمية اقتصادياتها، الأمر الذي دفع السياسات العامة في الدول إلى الاتجاه نحو تشجيع وتسهيل المشاريع السياحية والفندقية، مما خلق بيئة تنافسية جد حادة في القطاع السياحي بصفة عامة والصناعة الفندقية بصفة خاصة.

ولعل أن انتهاج إستراتيجية تسويقية قائمة على تحسين صورة العلامة التجارية للمنظمات الفندقية يمكن أن تكون بمثابة حل مستدام للمشاكل التي تسببها المنافسة الشرسة في هذا القطاع سواء على المستوى المحلي أو الدولي، حيث تعتبر العلامة التجارية أحد أهم البراهين والأدلة التي تمكن المستهلك من تمييز المنتجات والخدمات مما يسهل العملية التسويقية عليها، غير أن بناء علامة تجارية قوية يتطلب جهدا كبيرا قائم على إنشاء صورة ذهنية إيجابية مع الزبائن وخدمات ذات جودة عالية والتي تؤدي بدورها إلى كسب ولائهم، كما أن هذا الآخير يمكن أن يتحقق من خلال السعي الدؤوب للمنظمات الى انتاج محتوى جديد ومبتكر. (Ruan, Zhang, Liu, & Li, 2020, p. 2)

يعتبر الابتكار التسويقي من الأنشطة الهامة في صناعة الخدمات الفندقية نظرا للفوائد العديدة التي يقدمها للمؤسسات الاقتصادية مثل خفض التكاليف وزيادة الجودة ومستويات رضا العملاء، وقد أكد هذا peter drucker عندما شدد على أهمية تبني المؤسسات لأنشطة الابتكار واعتبره أداة يمكن استغلالها لتمييز المنتجات والخدمات وتقديم أعمال مختلفة (Drucker, 1986, p. 30)، هذا التميز يمكن أن يساعدها على اكتساب ميزة تنافسية قوية تضمن لها موقعا فريدا في أذهان المستهلكين والذي بدوره يربط بين العلامة التجارية والمستهلكين (كباب، 2017، صفحة 434).

2.1. الإشكالية:

ومن هذا المنطلق يمكننا طرح إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

- الى أي مدى يؤثر الابتكار التسويقي على صورة العلامة التجارية للمؤسسات الفندقية ذات التصنيف 4 نجوم بولاية سطيف الجزائرية من وجهة نظر زبائنها؟

✓ وينبثق من هذا التساؤل مجموعة الأسئلة الفرعية التالية:

- هل توجد مؤشرات تدل على تبني المؤسسات الفندقية محل الدراسة لأبعاد الابتكار التسويقي من وجهة نظر زبائنها؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ لأبعاد الابتكار التسويقي على صورة التجارية للمؤسسات الفندقية محل الدراسة من وجهة نظر زبائنها.

3.1. الفرضيات:

للإجابة على تساؤلات الدراسة تم صياغة الفرضيات الرئيسية التالية:

H1 : توجد مؤشرات تدل على تبني المؤسسات الفندقية محل الدراسة لأبعاد الابتكار التسويقي من وجهة نظر زبائنها,

H2 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ لأبعاد الابتكار التسويقي على صورة التجارية للمؤسسات الفندقية محل الدراسة من وجهة نظر زبائنها.

4.1. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التحقق من مدى تبني المؤسسات الفندقية المصنفة (04 نجوم) بولاية سطيف الجزائرية لأبعاد الابتكار التسويقي من وجهة نظر زبائنها، كما تهدف إلى تحديد تأثير تلك الابتكارات على صورة علاماتها التجارية من وجهة نظر زبائنها.

5.1. منهجية الدراسة:

تتبع هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ من خلال تسليط الضوء على الجوانب المعرفية لمتغيرات الدراسة من منظور نظري، وذلك بالاعتماد على مجموعة متنوعة من المصادر والمراجع، مثل الكتب والمجلات وأطروحات الدكتوراه. كما تقوم الدراسة بمناقشة وتحليل الجانب التطبيقي، الذي تم جمع البيانات الضرورية له باستخدام استبانة أعدها الباحثان، مستعينان بالعديد من الدراسات السابقة. ثم تحليل هذه البيانات ومعالجتها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

6.1. الدراسات السابقة:

يوجد العديد من الدراسات السابقة التي تناولت متغيراتنا البحثية من مختلف الزوايا. في هذا السياق، سنقدم نظرة عامة على بعض هذه الدراسات وسنوضح جوانب الاتفاق والاختلاف بينها. كما سيتم تحديد الفجوة العلمية التي تميز دراستنا الحالية عن الدراسات السابقة. يجدر

بالذكر أن هذه الدراسات تركزت على الدراسات المحلية التي تمت في الفترة من عام 2016 إلى 2021.

أ.استعراض الدراسات السابقة:

- **دراسة** (مرابطي، 2017) تناولت أثر الابتكار التسويقي في تعزيز التموقع للمؤسسات السياحية في الشرق الجزائري. توصلت الدراسة إلى أن أنشطة الابتكار التسويقي لها تأثير متوسط على التموقع في المؤسسات السياحية.
- **دراسة** (شين، 2017) استكشفت دور الترويج الابتكاري في تحسين صورة العلامة التجارية للمؤسسات الاقتصادية. أظهرت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين الإعلان الابتكاري وصورة العلامة التجارية.
- **دراسة** (بن زيان و قاشي، 2020) تناولت أثر الابتكار الإعلاني على الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية. وجدت الدراسة أن الإعلان الابتكاري له تأثير على الارتباطات الذهنية ويرفع قيمة العلامة التجارية.
- **دراسة** (رمضاني، 2021) والتي هدفت الى معرفة أثر الابتكار في عناصر المزيج التسويقي الفندقي على جودة الخدمات الفندقية، وقد كان من أبرز نتائجها وجود أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار في عناصر المزيج التسويقي الفندقي على جودة الخدمات التي تقدمها عينة الفنادق محل الدراسة في الجزائر.
- **دراسة** (بن خليفة و بعلي، 2021) والتي هدفت الى معرفة أثر الابتكار في مجالات المزيج التسويقي الأربعة (المنتج، التسعير، الترويج، التوزيع) على تحسين صورة العلامة التجارية لمؤسسة Condor الجزائرية، وقد كان من أبرز نتائجها وجود علاقة موجبة بين جميع مجالات الابتكار التسويقي وتحسين صورة العلامة التجارية للمؤسسة محل الدراسة.

ب. أوجه اتفاق واختلاف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة:

اتفق البحث الحالي في هدفه مع كل الدراسات السابقة من خلال تناوله متغير الابتكار التسويقي كمتغير مستقل، كما اتفق في هدفه مع دراسة (شين، 2017) ودراسة (بن زيان و قاشي، 2020) ودراسة (بن خليفة و بعلي، 2021) من خلال تناوله لمتغير صورة العلامة التجارية كمتغير تابع. ولقد اختلفت الدراسة الحالية في هدفها جزئيا مع كل الدراسات السابقة سواء من خلال تناولها للمتغير المستقل أو المتغير التابع، حيث اعتمدت على سبعة عناصر

كأبعاد للمتغير المستقل وهي الابتكار في (الخدمة، السعر، الترويج، التوزيع، الأفراد، العمليات، البيئة المادية) عكس دراسة مع دراسة (شين، 2017) ودراسة (بن زيان و قاشي، 2020) اللتان اقتصرتا على تناول متغير الابتكار الإعلاني كمتغير مستقل ودراسة (بن خليفة و بعلي، 2021) التي تناول أبعاد الابتكار في المزيج التسويقي الأربعة (المنتج، السعر، التوزيع والترويج) فقط، كما اختلفت الدراسة الحالية مع كل من دراسة (مرابطي، 2017) و (رمضاني، 2021) التي تناولت متغيرات تابعة أخرى.

ج. ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تتميز الدراسة الحالية بكونها الوحيدة –على حد علم الباحثان– التي تناولت العلاقة بين الابتكار التسويقي بأبعاده السبعة: الابتكار في (الخدمة، السعر، التوزيع، الترويج، الأفراد، العمليات، البيئة المادية) وصورة العلامة التجارية بأبعادها (البعد الإدراكي، البعد الحسي، البعد العاطفي) في القطاع الفندقي وهو ما يميزها ويسلط الضوء نحو إجراء المزيد من الدراسات حول هذا الموضوع، نظرا لأهميته الكبيرة للمؤسسات الاقتصادية بصفة عامة والمؤسسات الفندقية بصفة خاصة.

2. الإطار النظري للدراسة:

1.2. الابتكار التسويقي:

أ. مفهوم الابتكار التسويقي:

يعتبر الابتكار من المفاهيم الحديثة التي تسعى العديد المنظمات بلوغ مساره، خاصة في ظل البيئة التنافسية التي تفرض عليها تكييف استراتيجياتها التسويقية معها من أجل الاستمرار والنمو (Saunila & Ukko, 2012, p. 355)، حيث أكد Michael Porter على أن تبني الأفكار الابتكارية من قبل المؤسسات سيجعلها حتما تحقق مزايا تنافسية كبيرة (نجم عبود، 2003، صفحة 26)، وتجدر الإشارة أن العديد من منظمات الأعمال تمكنت من استخدام استراتيجيات التسويق التي لم تكن ناجعة سابقا من خلال برامج وتقنيات جديدة مبتكرة الشيء الذي مكنها من الوصول الى الزبائن بشكل أكثر فعالية (Chen, 2006, p. 101). وقد تعددت تعاريف الأكاديميين والباحثين للابتكار التسويقي حيث يوجد من عرفه على أنه: "حلول إبداعية أو جديدة أو غير مألوفة للمشاكل التسويقية، يمكن أن تتمثل في منتجات أو خدمات أو عمليات جديدة لتلبية احتياجات السوق" (O'Dwyer,

(Gilmore, & Carson, 2009, p. 384).كما عرفه نعيم حافظ أبو جمعة على أنه: "وضع الأفكار الجديدة غير التقليدية موضع التطبيق الفعلي في الممارسات التسويقية" (جمعة، 2003، صفحة 4)، أما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OECD فقد عرفته على أنه: "تنفيذ طريقة تسويق جديدة تتضمن تغييرات كبيرة في تصميم المنتج وتعبئته، أو توزيعه، أو الترويج والتسعير له."(OECD, 2005, p. 49)

بناءً على التعاريف السابقة، يمكننا القول إن الابتكار التسويقي يمثل قدرة الشركة أو المنظمة على تطوير نظام شامل يسمح بتوليد الأفكار إبداعية جديدة، ومحاولة تجسيدها في أرض الواقع من خلال ترجمة هذه الأفكار وتقديمها بشكل مبتكر، عن طريق عناصر المزيج التسويقي، بهدف تحقيق قيمة متميزة للعملاء.

ب–الابتكار في عناصر المزيج التسويقي:

كما أشرنا من قبل على أهمية تبني الابتكار من طرف منظمات الأعمال، باعتباره أحد الوسائل التي تمكنها من تحسين جودة مخرجاتها وتطوير مهارتها الأساسية (ملايكية، 2013، صفحة 95)، لذا فإن تطبيقه في عناصر المزيج التسويقي سيمكنها من تحقيق هذه الأهداف بشكل أفضل من المنافسين والسماح لها باكتساب ميزة في السوق التنافسية. (بوزيان، 2021، صفحة 91). وفيما يلي سنقدم تعريف بسيط للابتكار في كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي:

الجدول رقم (01): تعريف الابتكار في عناصر المزيج التسويقي

العنصر	التعريف
الابتكار في الخدمة	يعرف على أنه: "تقديم عرض لم يكن متاح من قبل عملاء الشركة، إما عن طريق الإضافة إلى مزيج الخدمات الحالي أو التغيير في عملية تقديم الخدمة". (شيدخ، 2023، صفحة 119)
الابتكار في السعر	يعد التسعير أحد أهم عناصر المزيج التسويقي للمؤسسة، فعندما يقرر المستهلكون شراء سلع أو خدمات معينة غالبا ما يكون له أثر واضح على سلوكهم الشرائي. (Munusamy & Hoo, 2008, p. 43) وقد عرفت منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية الابتكار التسعيري على أنه: "استخدام استراتيجيات تسعير جديدة لتسويق سلع المنظمة أو خدماتها". (OECD, 2005, p. 51)
الابتكار في الترويج	يعرف الابتكار الترويجي على أنه: "القدرة على تقديم الجديد في الاتصال المباشر وغير المباشر بالزبون من خلال الإعلان والاتصال الشخصي وتنشيط المبيعات والنشر لتعريف الزبون بمنتج المؤسسة ومحاولة إقناعه بأنه يحقق حاجاته ورغباته من خلال استخدامات جديدة مبدعة في عناصر المزيج الترويجي". (بن مير و الشيخ، 2016، صفحة 12).

الابتكار في التوزيع	حسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية يتضمن الابتكار التوزيعي بشكل أساسي إدخال قنوات بيعيه جديدة، والتي تشير إلى الأساليب المستخدمة في بيع السلع والخدمات للزبائن، وليس الطرق اللوجستية كالنقل والتخزين (OECD, 2005, p. 50). ومن بين طرق التوزيع الابتكارية للخدمات نجد تكنولوجيا الخدمة الذاتية، والتي تشير الى "الأنشطة أو المنافع القائمة على التكنولوجيا والتي يتم تنفيذها من طرف الزبائن أنفسهم" (بوزيان، 2021، صفحة 101)
الابتكار في الدليل المادي	يشير الدليل المادي إلى البيئة التي يتم فيها تقديم الخدمة بالإضافة إلى السلع الملموسة التي تسهل تسليمها إلى الزبائن، ويعتبر هذا العنصر الوسيلة التي يستطيع المستهلكين من خلالها الحكم على جودة الخدمة المقدمة (Khan, 2014, p. 105) ، ويمكن أن يكون الدليل المادي مبتكرا من خلال الاهتمام به وجعله جذابا وتجهيزه بأحدث التكنولوجيات (رمضاني، 2021، صفحة 47).
الابتكار في الأفراد	يتضمن عنصر الأفراد كل من مقدمي الخدمة والأشخاص المستفيدين منها بالإضافة إلى المستفيدين الآخرين، كما يشير الى العلاقات التفاعلية القائمة بينهم (الطائي و العلاق، 2009، الصفحات 92-93)، ويتمثل الابتكار في هذا العنصر من خلال التفكير الابتكاري للأفراد وقدرتهم على الخروج من المسار الطبيعي للفكر واعتمادهم لنمط جديد من التفكير (راقي، 2017، صفحة 398).
الابتكار في العمليات	حسب منظمة OECD يتمثل الابتكار في عنصر العمليات طرقا جديدة أو محسنة بشكل كبير في عملية إنتاج الخدمات وتقديمها، حيث يمكن أن تتضمن تغييرات كبيرة في المعدات والبرمجيات المستخدمة لإنتاج الخدمات، أو في الإجراءات أو التقنيات المستخدمة لتقديم الخدمات، ومن الأمثلة على ذلك إدخال أجهزة تتبع GPS لخدمات النقل، وتنفيذ نظام حجز جديد في وكالة سفريات، وتطوير تقنيات جديدة لإدارة المشاريع في شركة استشارية. (OECD, 2005, p. 49)

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على العديد من المراجع

2.2. صورة العلامة التجارية للمؤسسات الفندقية:

أ– مفهوم صورة العلامة التجارية الفندقية:

تعد صورة العلامة التجارية أحد المفاهيم المحورية في أدبيات التسويق، حيث أن لها ارتباط وثيق باستخدامات المستهلكين لمنتجاتها وخدماتها فهي تعكس رمزية استهلاكهم وهويتهم في التعبير عن الذات، (Sasmita & Mohd Suki, 2015, p. 278)، كما أن لها علاقة مباشرة بالمواقف والمعتقدات التي يؤمنون بها، فهم غالبا ما يشترون المنتجات ذات العلامات التجارية الشهيرة لأنهم يشعرون براحة أكبر مع الأشياء المعروفة والمألوفة لهم بالفعل (Wijaya, 2013, p. 58). ويمكن تعريف صورة العلامة التجارية على أنها : "مجموعة من المعتقدات حول علامة تجارية معينة."(Alhaddad, 2014, p. 29) حيث يرى في

هذا الصدد كل من كوتلر وأرمسترونج أن الاعتقاد هو عبارة عن فكرة وصفية لدى الأشخاص عن شيء ما، مما يجعل رجال التسويق يهتمون بالمعتقدات التي يؤمن بها المستهلكون حول منتجات وخدمات معينة لأن هذه المعتقدات تشكل صورة في ذهنهم عن المنتج والعلامة التجارية والتي تؤثر بدورها على سلوكهم الشرائي (Kotler & Armstrong, 2011, p. 150). أما Aaker فقد اعتبر بأنها "مجموعة من الارتباطات الذهنية التي لها علاقة بالعلامة التجارية" (Alhaddad, 2014, p. 29)، وقد أكد هذا المفهوم Keller في تعريفه لها بأنها: "مجموعة من التصورات المرتبطة بالعلامة التجارية والتي يحتفظ بها المستهلكون في أذهانهم." (Keller, 1993, p. 2) .

وتجدر الإشارة إلى أن صورة العلامة التجارية هي واحدة من أهم الاتجاهات في صناعة الضيافة العالمية. حيث حظيت في السنوات الأخيرة باهتمام كبير من الأكاديميين والممارسين في مجال التسويق، ويرجع ذلك للعديد من الميزات التي يمكن أن يحققها هذا المفهوم للمؤسسات الفندقية (Martinez, Pérez, & del Bosque, 2014, p. 267)، كتحسين أدائها المالي وزيادة أرباحها(Lahap, Ramli, Mohd Said, Radzi, & Zain, 2016, p. 150). وحسب (مقابله، 2009، صفحة 105) فان الصورة الذهنية للمؤسسات الفندقية تترسخ لدى الضيوف والعملاء من خلال مجموعة من العوامل يمكن تلخيص بعضا منها في النقاط التالية:

- عامل الموقع والبناء: فمن بين العوامل المؤثرة على انطباعات العملاء للمؤسسة الفندقية هو تصميمه الخارجي أو موقف السيارات الخاص به بالإضافة إلى الإشارات والإرشادات وتعاون الحاجب والنظافة العامة.
- عامل كفاءة موظفي الاستقبال (Check in): فالتعامل اللبق والمظهر اللائق والنظيف وإتقان اللغات والتواصل السلس مع العملاء كلها يمكن ان تؤثر في الصورة المتشكلة في أذهانهم حول الفندق.
- عامل الغرف: حيث تعد من أهم الأماكن التي تترك انطباعا كبيرا عند الزوار حيث يترسخ في أذهانهم شكل الغرفة (الشكل، المساحة، الطلاء...الخ)
- عامل التسهيلات: وتتضمن الفضاءات الخاصة بالمقابلات واللقاءات والانطباع العام عن نوعية وأسعار الطعام والشراب إضافة إلى مراكز الترفيه.

ب- أبعاد صورة العلامة التجارية:

حسب نموذج (Cho, 2011) يوجد 3 أبعاد رئيسية لقياس صورة العلامة التجارية، حيث استندت في دراستها "على نظرية حب العلامة" لروبرتس، والتي تشير إلى أنه من أجل تحقيق ولاء الزبون للعلامة، يشترط أن تخلق له حبا لها، فهي تجربة يشعر الزبون من خلالها بارتباط عاطفي قوي وعميق، كما أفادت بأنه يشترط أن تتوفر ثلاث مكونات أساسية لخلق تجربة حب العلامة وهي: المكون الإدراكي, المكون الحسي و المكون العاطفي. وقد اعتمدت (Cho, 2011)على نفس هذه المكونات لبناء نموذجها. ويمكن تلخيص مفهوم هذه الأبعاد في الجدول التالي:

الجدول (02): مفهوم أبعاد صورة العلامة التجارية

الأبعاد	المفهوم
البعد الإدراكي	يعكس البعد الإدراكي الصور التي يشكلها المستهلك في ذهنه عن العلامة التجارية بعد أن يقوم بجمع وتنظيم وتحليل مجموعة من الأفكار والبيانات التي تتشكل في ذهنه نتيجة خوضه لإحدى أو مجموعة من التجارب معها، حيث تعد تجربة الزبون عنصرا أساسيا في المكون المعرفي مما يؤثر على إدراكه للعلامة التجارية وآراءه عنها بشكل عام.
البعد الحسي:	يدل البعد الحسي على التجربة الحسية للمستهلك مع العلامة التجارية والتي تبلورت من خلال حواسه الخمس (الرؤية، الشم، السمع، اللمس، والذوق). فتكون هذه التجربة الحسية ممتعة لصاحبها عند توفر بعض العناصر كالموسيقى العذبة، الألوان والتصاميم الجذابة الروائح العطرة والملمس المريح أو الأذواق الطيبة.
البعد العاطفي:	يدل هذا البعد على المشاعر التي يمكن أن يشعر بها المستهلك عند تفاعله مع علامة تجارية معينة أو خوضه لتجربة محددة معها، حيث يمكن للتجربة العاطفية أن تنمي مشاعر وأفكار إيجابية تجاه المنظمة والعروض التي تطرحها.

المصدر:من إعداد الباحثين بالاعتماد على (Cho, 2011, pp. 16-20)

3. الإطار التطبيقي للدراسة:

الطريقة والإجراءات:

أ. مجتمع الدراسة وعينتها:

يشمل مجتمع الدراسة جميع زبائن المؤسسات الفندقية المصنفة بأربع نجوم في ولاية سطيف الجزائرية، أما المشاركون في الدراسة فهم الزبائن الذين سبق لهم زيارة تلك الفنادق، ومن أجل هذا فقد تم أخذ عينة غير احتمالية ميسرة، مؤلفة من (177) زبونا، وتم استرداد (142)

استبانة منها صالحة للتحليل. وتجدر الإشارة إلى أن الباحثان اعتمدا على هذا النوع من العينات نظرا لصعوبة تحديد حجم المجتمع المستهدف، حيث يعد هذا النوع من العينات الأكثر استخداما في الدراسات التي تستهدف استطلاع آراء زبائن المؤسسات الفندقية (Ruan & al, 2020, p. 7).

ب.أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات في هذه الدراسة، حيث تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي: من {غير موافق تماما = 1} إلى {موافق تماما = 5}وهذا بهدف قياس استجابات أفراد عينة الدراسة. كما تم تحديد مجالات التقييم من خلال، حساب المدى الذي يمثل الفرق بين القيمة العليا والدنيا في مقياس ليكرت الخماسي، وهو 4. حيث تم حساب طول الخلية من خلال تقسيم المدى على عدد فئات المقياس وهو 5، بعد القسمة تم إضافة القيمة المتحصل عليها والتي تساوي 0,8 إلى أدنى قيمة في المقياس، وهي 1. وبهذه الطريقة قمنا بتحديد مجالات التقييم، والجدول رقم (03) يوضح ذلك:

الجدول رقم (03): مجالات التقييم المعتمدة في الدراسة

طول الخلية	1.8 – 1	2.6 – 1.81	3.4 – 2.61	4.2 – 3.41	5 - 4.21
درجة الموافقة	منخفض جدا	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الباحثين

ج. أساليب المعالجة الإحصائية:

لقد تم استخدام البرنامج الإحصائي "SPSS" بهدف تحليل البيانات، حيث تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة، معامل الثبات كرونباخ الفا لاختبار ثبات أداة الدراسة، اختبار (Kolmogorov Simov)، اختبار (ت) لعينة واحدة (One simple t-test)، اختبار (VIf) و(Tolerance)، تحليل التباين (ANOVA) ، وأخيرا تحليل الانحدار الخطي المتعدد الذي يهدف لتحديد أثر أبعاد المتغير المستقل على المتغير التابع.

د. اختبار ثبات أداة الدراسة:

يوضح الجدول الموالي نتائج اختبار ثبات الاستبيان.

جدول رقم (04): نتائج اختبار ثبات الاستبيان (معامل ألفا كرونباخ)

محاور الاستبيان	عدد العبارات	معامل الثبات (ألفا كرونباخ)
الابتكار التسويقي	23	0.833
صورة العلامة التجارية	14	0.834
المقياس الكلي	37	0.912

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

توضح نتائج الجدول أعلاه أن مقاييس الابتكار التسويقي وصورة العلامة التجارية تتمتع بثبات عال، حيث تجاوزت الحد الأدنى المقبول إحصائياً بنسبة 0.60، مما يدعم الاعتماد على هذه المقاييس في دراسة الموضوع بشكل شامل.

2.3. التحليل الإحصائي لمتغيرات الدراسة:

أ. التحليل الإحصائي للمتغير المستقل: لقد تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لوصف إجابات العينة كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(05): التحليل الإحصائي للمتغير المستقل "الابتكار التسويقي"

رقم البعد	اتجاهات محاور الابتكار التسويقي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	الابتكار في الخدمة	3,99	0,24	3	مرتفعة
2	الابتكار التسعيري	3,88	0,46	6	مرتفعة
3	الابتكار التوزيعي	3,95	0,38	4	مرتفعة
4	الابتكار الترويجي	3,84	0,37	7	مرتفعة
5	الابتكار في الدليل المادي	4,2	0,46	1	مرتفعة
6	الابتكار في الأفراد	3,89	0,49	5	مرتفعة
7	الابتكار في العمليات	4,01	0,25	2	مرتفعة
المتغير ككل		3,97	0,24	/	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نستطيع ملاحظة أن العينة تظهر اتجاهات إيجابية نحو جميع أبعاد الابتكار التسويقي. يرجع ذلك إلى أن متوسطات العينة كانت أكبر من متوسط أداة القياس، حيث احتل البعد رقم (5) المتعلق بـ "الابتكار في الدليل المادي" المرتبة الأولى من حيث درجة

الموافقة وذلك بمتوسط حسابي قدره 4.2، وهذا ما يشير إلى أن المؤسسات الفندقية المصنفة 4 نجوم بولاية سطيف تهتم بالابتكار في البيئة التي تقدم فيها خدماتها من خلال تجهيزها بأحدث المعدات التي تلقى قبول لدى الزبائن، بالمقابل كان البعد رقم (7) والمتعلق بـ "الابتكار الترويجي" هو الأقل موافقة من طرف عينة الدراسة، حيث بلغ متوسطه الحسابي 3.84 غير أن درجة موافقة العينة له كانت مرتفعة أيضا، مما يدل على أن هذه المؤسسات تولي اهتمام كبير للابتكار في كل عناصر المزيج التسويقي ولكن بدرجات موافقة متفاوتة نسبيا. أما المتوسط العام للمتغير المستقل والمتمثل في الابتكار التسويقي فقد بلغ 3.97، وهذا ما يعكس الموافقة المرتفعة لعينة الدراسة عليه، كما يدل على أن المؤسسات الفندقية المصنفة 4 نجوم بولاية سطيف تسعى دائما للتطوير والابتكار في جميع جوانب عملها، مما جعل تجربة عملائها مميزة وفريدة في نظرهم,

4.2 **التحليل الإحصائي للمتغير التابع:** تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لوصف إجابات العينة وفقا للبيانات الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم(06): التحليل الاحصائي للمتغير التابع "صورة العلامة التجارية الفندقية"

رقم البعد	أبعاد صورة العلامة التجارية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	البعد الادراكي	3,97	0,355	2	مرتفعة
2	البعد الحسي	4,09	0,311	1	مرتفعة
3	البعد العاطفي	3,91	0,37	3	مرتفعة
المتغير ككل		3,98	0,314	/	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

يتضح لنا من الجدول رقم (06) أن توجه الغالبية العظمى من أفراد العينة كان إيجابي نحو جميع أبعاد المتغير التابع، حيث كانت متوسطاتهم الحسابية أعلى من متوسط أداة القياس المعطاة بقيمة 3، حيث احتل البعد رقم 2 المرتبط بـ "البعد الحسي" المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة وذلك بمتوسط حسابي قدره 4.09، وهذا ما يشير إلى أن زبائن هذه المؤسسات لديهم روابط حسية متينة مع علاماتها التجارية، أما فيما يخص "البعد الإدراكي" فقد احتل المرتبة الثانية من حيث الأهمية بمتوسط حسابي قدره 3.97 وبدرجة موافقة عالية، وهذا مايعكس لنا التجربة الايجابية التي خاضها الزبائن مع المؤسسات الفندقية محل الدراسة، حيث تبين أنهم

مدركون لقدرة هذه المؤسسات على توفير المنتجات أو الخدمات المناسبة لهم وفقا لاحتياجاتهم واحتمالية تجاوبها مع متطلباتهم. في حين أن "البعد العاطفي" فقد كان الأقل موافقة بمتوسط حسابي يبلغ 3.91، وبدرجة موافقة عالية مما يشير الى وجود انتماء عاطفي مرتفع لدى الزبائن تجاه هذه المؤسسات. أما بالنسبة للمتوسط العام للمتغير التابع (صورة العلامة التجارية الفندقية)، فقد بلغ 3.98، مما يدل على وجود موافقة مرتفعة للعينة على صورة العلامة التجارية الفندقية كما يعكس نجاح المؤسسات الفندقية المصنفة (4 نجوم) بولاية سطيف في بناء صورة ايجابية عن علاماتها في ذهن زبائنها والتي لها علاقة مباشرة بالمواقف والمعتقدات التي يؤمنون بها نتيجة التجارب الايجابية التي خاضوها معها.

3.3 تحليل واختبار الفرضيات:

1.3.3 اختبار التوزيع الطبيعي: تم فحص توزيع متغيرات الدراسة باستخدام اختبار (كولموغروف–سميرنوف)، ونتائج الجدول رقم (07) تظهر ذلك.

الجدول رقم (07): اختبار كولموغروف–سميرنوف

المتغير	مستوى الدلالة sig
الابتكار التسويقي	0.072
صورة العلامة التجارية	0.061
جميع المحاور	*0.200

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

توضح نتائج الجدول رقم (07) أن جميع محاور الدراسة (الابتكار التسويقي، صورة العلامة التجارية، جميع المحاور) لديها مستوى المعنوية الذي يفوق 0.05، مما يشير إلى أن بيانات متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي امكانية تطبيق الاختبارات المعلمية على فرضيات الدراسة.

2.3.3 اختبار الفرضية الرئيسية الأولى: استنادا على الفرضية الرئيسية الأولى التي تم صياغتها في العنصر الأول من الدراسة سوف تتم صياغة الفرضية الصفرية والفرضية البدلية كما يلي:

H0 : لا توجد مؤشرات تدل على تبني المؤسسات الفندقية محل الدراسة لأبعاد الابتكار التسويقي من وجهة نظر زبائنها.

H1 : توجد مؤشرات تدل على تبني المؤسسات الفندقية محل الدراسة لأبعاد الابتكار التسويقي من وجهة نظر زبائنها.

بناءا على ما سبق، سنقوم باستخدام اختبار "One simple t-test" عند متوسط افتراضي 3 ومستوى ثقة 95% لتأكيد صحة الفرضية أو نفيها.

الجدول رقم (08): نتائج اختبار (one simple t-test) لأبعاد الابتكار التسويقي

أبعاد الابتكار التسويقي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة
الابتكار في الخدمة	3,9930	0,24901	47,518	141	0.00
الابتكار التسعيري	3,8803	0,46185	22,713	141	0.00
الابتكار التوزيعي	3,9484	0,38140	29,631	141	0.00
الابتكار الترويجي	3,8404	0,37812	26,484	141	0.00
الابتكار في الدليل المادي	4,1995	0,46983	30,424	141	0.00
الابتكار في الافراد	3,8897	0,49699	21,332	141	0.00
الابتكار في العمليات	4,0158	0,25477	47,515	141	0.00
الابتكار التسويقي	3,9700	0,24189	47,785	141	0.00

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

يوضح جدول رقم (08) أن جميع المؤشرات المرتبطة بأبعاد الابتكار التسويقي تظهر مستوى دلالة إحصائية معنوية حيث أن قيمة (Sig) لكل الأبعاد كانت أقل من المستوى المعتمد (0.05). بالإضافة إلى ذلك، تبين أن قيمة (t) المحسوبة تفوق قيمتها الجدولية المعتمدة. وبناءا على ذلك، تم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة.

3.3.3 اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

بناء على الفرضية الرئيسية الثانية التي تم صياغتها في العنصر الأول من الدراسة تم صياغة الفرضية الصفرية والفرضية البدلية كما يلي:

H0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ لأبعاد الابتكار التسويقي على صورة العلامة التجارية للمؤسسات الفندقية محل الدراسة من وجهة نظر زبائنها.

H1 :يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ لأبعاد الابتكار التسويقي على صورة العلامة التجارية للمؤسسات الفندقية محل الدراسة من وجهة نظر زبائنها.

ومن أجل اختبار صحة هذه الفرضية من عدمها سوف نقوم باستخدام تحليل الانحدار المتعدد كونه يبحث في قياس أثر مجموعة من المتغيرات المستقلة على متغير تابع واحد فبعد أن قمنا باختبار التوزيع الطبيعي باعتباره أحد **الاختبارات الواجب التحقق منها في مثل هذه النماذج**، يتوجب علينا أيضا فحص استقلالية التوزيع باستخدام معامل تضخم التباين (VIF) والتباين المسموح (Tolérance)، والجدول رقم (09) يوضح ذلك:

الجدول رقم (09): معامل VIF وTolérance

أبعاد المتغير المستقل	الابتكار في الخدمة	الابتكار التسعيري	الابتكار التوزيعي	الابتكار الترويجي	الابتكار في الدليل المادي	الابتكار في الافراد	الابتكار في العمليات
VIF	1,286	2,023	1,427	1,933	1,252	1,276	1,199
Tolérance	0,778	0.494	0.701	0.517	0.799	0.784	0.834

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

يشير الجدول رقم (09) إلى أن قيم معامل التضخم VIF لجميع أبعاد المتغير المستقل (الابتكار التسويقي) أقل من 10. بالإضافة إلى ذلك، فإن جميع قيم التباين المسموحة Tolérance تزيد عن 0.1، وهذا ما يدل عدم تداخل أبعاده مع بعضها البعض,

- **التأكد من صلاحية النموذج:** تم الاعتماد على اختبار تحليل تباين الانحدار (ANOVA) من أجل التأكد من صلاحية النموذج لاختبار تأثير أبعاد الابتكار التسويقي على صورة العلامة الجارية الفندقية. والجدول رقم (10) يوضح ذلك

جدول رقم (10): تحليل تباين الانحدار (ANOVA) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار تأثير أبعاد المتغير المستقل على المتغير التابع

مصدر التباين	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2
الانحدار	7	11,833	1,690	107,618	0.000	0,921	0,849
البواقي	134	2,105					
المجموع	141	13,938					

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال تتبع بيانات الجدول رقم (10)، نجد أن قيمة F المحسوبة هي 107.618 بقيمة احتمالية قدرها 0.000، مما يشير إلى أن النموذج صالح للاختبار. كما يظهر لنا أيضا أن قيمة معامل التحديد (R^2) هي 0.849، مما يعني أن أبعاد المتغير المستقل تفسر 84.9% من التباين في المتغير التابع.

- **اختبار صحة الفرضية:** وذلك من خلال تحليل نتائج الانحدار الخطي المتعدد والجدول رقم (11) يوضح ذلك:

الجدول رقم (11): نتائج معاملات الانحدار الخطي المتعدد لأبعاد الابتكار التسويقي وصور العلامة التجارية الفندقية

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
	B	الخطأ المعياري	Bêta		
الثابت	-0,603	0,223	/	-2,709	0,008
الابتكار في الخدمة	0,288	0,048	0,228	5,983	0,000
الابتكار التسعيري	0,2	0,033	0,293	6,141	0,000
الابتكار التوزيعي	0,16	0,033	0,019	0,479	0,633
الابتكار الترويجي	0,103	0,039	0.124	2,665	0,009
الابتكار في الدليل المادي	0,231	0,025	0,345	9,184	0,000
الابتكار في الافراد	0,160	0,024	0.254	6,688	0,000
الابتكار في العمليات	0,151	0,045	0,123	3,339	0,001

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

توضح النتائج المعروضة في الجدول أعلاه أن قيمة t كانت ذات دلالة إحصائية معنوية (Sig=0.000) في غالبية أبعاد الابتكار التسويقي، حيث كانت أقل من مستوى الدلالة المقبول (0.05) في كل من بعد الابتكار في الخدمة، والابتكار التسعيري، والابتكار الترويجي، والابتكار في الأفراد، والابتكار في الدليل المادي والعمليات. غير أن مستوى الدلالة لقيمة t في

بعد الابتكار التوزيعي كان أكبر من مستوى الدلالة المقبول (Sig=0.633). هذا يعني أن جميع الأبعاد تساهم في نموذج الانحدار باستثناء الابتكار التوزيعي الذي لا يساهم في هذا النموذج. وبناء على ذلك، يمكننا رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ لأبعاد الابتكار التسويقي على صورة العلامة التجارية للمؤسسات الفندقية المدروسة من وجهة نظر زبائنها. ويمكننا صياغة معادلة الانحدار كما يلي:

صورة العلامة التجارية الفندقية = 88,20 (الابتكار في الخدمة) + **0.2** (الابتكار التسعيري) +**0.103** (الابتكار الترويجي) +**0.231** (الابتكار في الدليل المادي) +**0.16** (الابتكار في الافراد) +**0.151** (الابتكار في العمليات) – **0.603**

4. خاتمة:

جاءت هذه الدراسة بغرض استكشاف تأثير الابتكار التسويقي على صورة العلامة التجارية في قطاع الفنادق. فمن خلال استعراض الأدبيات ذات الصلة بمتغيرات الدراسة، تم تنقيح وتوضيح المفاهيم الأساسية المتعلقة بهذا المجال. تم أيضاً إجراء تحليل لآراء عينة تتألف من 142 زبون قاموا بزيارة المؤسسات الفندقية ذات التصنيف الأربع نجوم في ولاية سطيف الجزائرية، وهذا من أجل تقييم مدى اعتماد تلك المؤسسات على أبعاد الابتكار التسويقي من وجهة نظر زبائنها، بالإضافة إلى دراسة وتحليل تأثير الابتكار التسويقي بكافة أبعاده على صورة العلامة التجارية للمؤسسات الفندقية محل الدراسة. وقد أظهرت الدراسة مجموعة من النتائج الهامة التي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- هناك موافقة عالية بدرجات جد متقاربة من قبل عينة الدراسة على كل من أبعاد الابتكار التسويقي وأبعاد صورة العلامة التجارية حيث تراوحت نسب الموافقة بين 3.84 و4.2 ويعزي الباحثين هذه النتائج إلى طبيعة نشاط المؤسسات الفندقية محل الدراسة والتي تتطلب معايير وشروط معينة للحصول على تصنيف 4 نجوم.
- حسب وجهة نظر الزبائن، تتبنى المؤسسات الفندقية المصنفة (4 نجوم) بولاية سطيف جميع أنشطة الابتكار التسويقي التي تم الاعتماد عليها كأبعاد رئيسية للابتكار التسويقي في دراستنا الحالية، حيث أظهرت نتائج اختبار (t) لعينة واحدة أن كل المؤشرات المكونة لهذه الأبعاد كانت معنوية عند متوسط فرضي يساوي 3 وبمستوى ثقة 95%.

- هناك علاقة ارتباطية جد عالية بين أبعاد المتغير المستقل (الابتكار التسويقي) والمتغير التابع (صورة العلامة التجارية).
- هناك أثر ذو دلالة إحصائية للأبعاد الابتكار التسويقي على صورة العلامة التجارية للمؤسسات الفندقية المصنفة (4 نجوم) بولاية سطيف الجزائرية من وجهة نظر زبائنها حيث أظهر نموذج الانحدار الخطي المتعدد ان جميع أبعاد الابتكار التسويقي تساهم فيه ماعدا بعد الابتكار التوزيعي حيث أن مستوى الدلالة لقيمة (t) في هذا البعد كانت أكبر من مستوى الدلالة المعتمد ($Sig\leq 0.05$).
- كما تبين من خلال تحليل نتائج هذه الدراسة أنه من بين أبعاد الابتكار التسويقي نجد أن بعد الابتكار في الخدمة هو الأكثر تأثيرا في صورة العلامة التجارية للمؤسسات الفندقية محل الدراسة أما أخر الابعاد تأثيرا فهو بعد الابتكار الترويجي بالاضافة الى استبعاد بعد الابتكار التوزيعي الذي لايساهم في النموذج.

من خلال النتائج السابقة سنحاول التوصية بمجموعة من الاقتراحات التي بإمكانها تحسين صورة العلامة التجارية للمؤسسات الفندقية محل الدراسة أكثر، حيث ينبغي عليها أن تعمل على:

- ✓ استكشاف ودراسة حاجات ورغبات العملاء بشكل منتظم وقياس رضاهم عن الخدمات المقدمة سواء كانت جديدة أو حالية، واستخدام هذه البحوث كأساس لتقديم مجموعة متنوعة من الخدمات الجديدة والفريدة، وتطوير وتحسين الخدمات الحالية وطريقة تقديمها.
- ✓ الحرص على تحسين تصميم ديكور الفندق وجعله جذاب وعصري بانتظام بالإضافة الى تحديث المعدات والأجهزة بصفة دورية.
- ✓ تقديم استراتيجيات تسعير متميزة ومبتكرة، قائمة على تنويع أساليب التسعير حيث أن، تبني سياسة تسعير مرنة ومنح الزبائن بعض الامتيازات المتنوعة، من شأنه تشجيعهم على تعزيز وتعميق تعاملاتهم مع المؤسسة الفندقية. علاوة على ذلك، ينبغي على المؤسسات الفندقية محل الدراسة أن تقدم تخفيضات في الأسعار بنسبة محددة للزائرين الذين يستمرون في الإقامة بالفندق لفترة طويلة أو يقومون بتمديد فترة إقامتهم.
- ✓ تدريب العاملين بصفة مستمرة من خلال اتباع استراتيجيات تطويرية تنمي أساليب التفكير الابتكاري لهم وتزودهم بكافة المعارف، ومهارات الاتصال.

- ✓ التركيز على التعريف بخدماتهم عبر شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي باستمرار من خلال وضع إعلانات إبداعية ومميزة إضافة إلى ضرورة توفير كل المعلومات المتعلقة بالعروض الترويجية في مواقعهم الإلكترونية.

5.قائمة المراجع:

- أحمد بن خليفة، و حمزة بعلي. (2021). دور الابتكار التسويقي في تحسين صورة العلامة التجارية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية – دراسة حالة مؤسسة كوندور CONDOR– الجزائر. *مجلة إقتصاد المال والأعمال ، 6* (1)، 483-498.
- أسماء بن زيان، و خالد قاشي. (2020). ثر الابتكار الاعلاني على الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية. *مجلة الاقتصاد و التنمية البشرية ، 11* (3)، 125-138.
- حسان بوزيان. (2021). الإبتكار التسويقي وأثره على الميزة التنافسية للمؤسسة – دراسة ميدانية على عينة من زبائن متعامل الهاتف النقال موبيليس الجزائر–. البليدة: جامعة البليدة2.
- حميد الطائي، و بشير العلاق. (2009). تسويق الخدمات مدخل استراتيجي وظيفي تطبيقي، الكتاب محكم علميا ،. عمان الاردن: اليازوري.
- خالد مقابله. (2009). *التسويق الفندقي*. عمان، الاردن: دار زهران.
- خثير شين. (2017). دور الترويج الابتكاري في تحسين صورة العلامة التجارية للمؤسسة الاقتصادية. الجزائر: قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية.
- دراجي راقي. (2017). إدارة المعرفة التسويقية ودورها في تحقيق الإبتكار التسويقي: دراسة حالة إتصالات الجزائر. البليدة: كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 2 .
- عامر ملايكية. (2013). واقع الابتكار و دوره في رفع القدرات التنافسية للمؤسسات الاقتصادية . عنابة: جامعة باجي مختار عنابة.
- عبد الغاني مرابطي. (2017). أثر الابتكار التسويقي في تعزيز التموقع للمؤسسات السياحية –دراسة ميدانية لمجموعة من الفنادق (3و4 نجوم) بالشرق الجزائري. الجزائر: قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محند اولحاج –البويرة–.
- عماد الدين شيدخ. (2023). أثر الابتكار في الخدمة على قيمة العلامة التجارية الفندقية –دراسة تحليلية لآراء عينة من زبائن المؤسسات الفندقية المصنفة (5 نجوم) بالشرق الجزائري–. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ، 16* (1)، 117–135.
- محمد الطيب بن مير، و الداوي الشيخ. (2016). الابتكار الترويجي كإستراتيجية لتطوير مبيعات المؤسسات الالكترومنزلية – دراسة تحليلية لآراء عينة من مسيري المؤسسات الالكترومنزلية في الجزائر. *دراسات العدد الاقتصادي ، 7* (3)، 7-22.
- منال كباب. (2017). الابتكار التسويقي كخيار استراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية. *10* (17)، 426-440.
- نجم نجم عبود. (2003). *ادارة الابتكار/ المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة*. عمان، الأردن: دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع.
- نعيم حافظ ابو جمعة. (2003). *التسويق الابتكارى*. مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

- هناء رمضاني. (2021). الابتكار التسويقي ودوره في تحسين جودة الخدمات الفندقية – دراسة حالة عينة من الفنادق في الجزائر. تبسة، الجزائر: قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي –تبسة–.
- Alhaddad, A. (2014). The effect of brand image and brand loyalty on brand equity. *International Journal of Business and Management Invention , 3*, 28-32.
- Chen, Y. (2006). Marketing Innovation. *Journal of Economics & Management Strategy , 15* (1), 101-123.
- Cho, E. (2011). Development of a brand image scale and the impact of lovemarks on brand equity. *Graduate Theses and Dissertations* . Iowa, United States: Iowa State University.
- Drucker, P. F. (1986). *Innovation and entre-preneurship: practice and principles.* Harper & Row.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing , 57* (1), 1-22.
- Khan, M. T. (2014). The Concept of 'Marketing Mix' and its Elements (A Conceptual Review Paper). *International Journal of Information, Business and Management , 6* (2), 95-107.
- Khan, M. T. (2014). The Concept of 'Marketing Mix' and its Elements (A Conceptual Review Paper). *International Journal of Information, Business and Management , 6* (2), 95-107.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing* (éd. 14th ed). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing* (éd. 14th ed). Prentice Hall.
- Lahap, J., Ramli, N. S., Mohd Said, N., Radzi, S. M., & Zain, R. A. (2016). A Study of Brand Image towards Customer's Satisfaction in the Malaysian Hotel Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences , 224*, 149–157.
- Lahap, J., Ramli, N. S., Mohd Said, N., Radzi, S. M., & Zain, R. A. (2016). A Study of Brand Image towards Customer's Satisfaction in the Malaysian Hotel Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences , 224*, 149–157.
- Martinez, P., Pérez, A., & del Bosque, I. R. (2014). CSR Influence on Hotel Brand Image and Loyalty. *Academia Revista Latinoamericana de Administración , 27* (2), 267-283.
- Munusamy, J., & Hoo, W. (2008). RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING MIX STRATEGY AND CONSUMER MOTIVE: AN EMPIRICAL STUDY IN MAJOR TESCO STORES. *Unitar e-journal , 4* (2), 41-56.
- Munusamy, J., & Hoo, W. (2008). RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING MIX STRATEGY AND CONSUMER MOTIVE: AN EMPIRICAL STUDY IN MAJOR TESCO STORES. *Unitar e-journal , 4* (2), 41-56.

- O'Dwyer, M., Gilmore, A., & Carson, D. (2009). Innovative marketing in SMEs: an empirical study. *Journal of Strategic Marketing , 17* (5), 383-396.
- OECD. (2005). *OSLO Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data.*
- OECD. (2005). *OSLO Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data.*
- Ruan, W.-Q., & al. (2020). A new path for building hotel brand equity: the impacts of technological competence and service innovation implementation through perceived value and trust. *JOURNAL OF HOSPITALITY MARKETING & MANAGEMENT , 29* (8), 911-933.
- Ruan, W.-Q., Zhang, S.-N., Liu, C.-H., & Li, Y.-Q. (2020). A new path for building hotel brand equity: the impacts of technological competence and service innovation implementation through perceived value and trust. *Journal of Hospitality Marketing & Management , 29* (8), 911-933.
- Sasmita, J., & Mohd Suki, N. (2015). Young consumers' insights on brand equity. *International Journal of Retail & Distribution Management , 43* (3), 276-292.
- Sasmita, J., & Mohd Suki, N. (2015). Young consumers' insights on brand equity. *International Journal of Retail & Distribution Management , 43* (3), 276-292.
- Saunila, M., & Ukko, J. (2012). A conceptual framework for the measurement of innovation capability and its effects. *Baltic Journal of Management , 7* (4), 355-375.
- Wen-Qi Ruan, & al. (2020). A new path for building hotel brand equity: the impacts of technological competence and service innovation implementation through perceived value and trust. *JOURNAL OF HOSPITALITY MARKETING & MANAGEMENT , 29* (8), 911-933.
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication. *European Journal of Business and Management ISSN (Paper) 2222-1905 ISSN (Online) 2222-2839 , 5*.
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication. *European Journal of Business and Management ISSN (Paper) 2222-1905 ISSN (Online) 2222-2839 , 5*.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024،ص ص 522-539

دراسة العلاقة التوازنية الطويلة والقصيرة الاجل للنمو الاقتصادي والاستثمار الأجنبي المباشر والصادرات في الجزائر خلال الفترة 1980-2022 باستخدام اختبار الحدود لنموذج ARDL

STUDYING THE LONG- AND SHORT-TERM EQUILIBRIUM RELATIONSHIP OF ECONOMIC GROWTH, FOREIGN DIRECT INVESTMENT AND EXPORTS IN ALGERIA DURING THE PERIOD 1980-2022 USING THE BOUNDS TEST OF THE ARDL MODEL

رفيق بودربالة *
Bouderbala RAFIK
جامعة عباس لغرور خنشلة_الجزائر
bouderbala.rafikh@univ-khenchela.dz

بشير لعصامي
Laassami Bachir
جامعة صفاقس_تونس
Bachir.laassami@gmail.com

مجيد هوادفي
Madjid houadfi
جامعة العربي بن مهيدي _الجزائر
houadfi.madjid@univ-oeb.dz

تاريخ الاستلام: 2024/03/16 *تاريخ القبول: 2024/04/21* *.تاريخ النشر: 2024/04/30*

الملخص:
يمثل الاستثمار الأجنبي المباشر مصدرا رئيسا من مصادر التمويل في مختلف الدول النامية أو المتقدمة ويعتبر محرك رئيسي لعجلة التنمية من خلال التدفقات المالية.
لهذا تسعى معظم الدول لاستقطاب هذا النوع من الاستثمارات لذلك تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على قياس أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي والصادرات بالجزائر من خلال البيانات المتاحة في الفترة (1980-2022) وتحديد طبيعة العلاقة بينهم.
الكلمات المفتاحية: التنويع الاقتصادي، النمو الاقتصادي، الاستثمار الأجنبي المباشر، الصادرات، الجزائر.

Abstract: Direct foreign investment represents a major source of financing in various developing or advanced countries and is considered a key driver of development through financial flows.
Therefore,most countries continue to attract this type of investment. Hence, this study aims to shed light on measuring the impact of direct foreign investment on economic growth in Algeria through available data in the period (1980-2022) and identify the nature of the relationship between them.
Keywords: Economic diversification, economic growth, direct foreign investment, exports, Algeria.
JEL Classification : C01, F10, F30.

* **المؤلف المرسل**

1. مقدمة:

لقد أدت التغييرات في البيئة الاقتصادية الدولية إلى تنامي ظاهرة العولمة وانفتاح الأسواق العالمية وزيادة حدة التنافس على الأسواق والفرص الاستثمارية من قبل الشركات المتعددة الجنسيات مما أدى إلى زيادة تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر باتجاه مختلف الدول وقد تزايد أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر باتجاه مختلف الدول في كونه أحد مصادر التحويل الخاص طويل الأجل وكذلك حجم المنافع التي تصاحب تدفق الاستثمار من تكنولوجيا و زيادة الصادرات والنفاذ الى الأسواق الخارجية وهذا ما جعل حكومات هذه الدولة تدرج من أولياتها استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر لتحقيق معدلات نمو عالية وتنمية اقتصادية حقيقية

وفي الجزائر يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر دعامة أساسية لسياسات الانفتاح الاقتصادي التي تبنتها الجزائر منذ أواخر الثمانينات حيث تم ادراجه كمتغير استراتيجي فرضته ظروف التحول الى اقتصاد السوق من أجل تدارك الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية التي واكبتها الجزائر خلال فترة التسعينات وإلى يومنا هذا.

وبناء على ما سبق يمكن طرح الإشكالية الآتية

الإشكالية:

هل هناك علاقة توازنية طويلة وقصيرة الأجل بين الاستثمار الأجنبي المباشر والنمو الاقتصادي والصادرات بالجزائر خلال الفترة (1980-2022)؟

وهل توجد علاقة سببية بين متغيرات الدراسة؟

ومن خلال هذه الإشكالية الرئيسية يمكن طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما لمقصود بالاستثمار الأجنبي المباشر؟ وماهي أشكاله ومزاياه وسلبياته؟ ومأثره على الصادرات في الجزائر
- ما مفهوم النمو الاقتصادي؟ وما مدى استجابته للاستثمار الأجنبي المباشر؟
- الفرضيات: سنعتمد في هذه الدراسة على فرضية رئيسية واحدة فقط

توجد علاقة سببيه بين الاستثمار الأجنبي المباشر والصادرات والنمو الاقتصادي

المنهج المتبع:

لقد اعتمدنا في البحث على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الجوانب النظرية المتعلقة بالنمو الاقتصادي وعلاقته بالصادرات والاستثمار الأجنبي المباشر كما تم دراسة الجانب التطبيقي بالاعتماد على أسلوب دراسة الجانب التطبيقي بالاعتماد على أسلوب دراسة الحدود للتكامل المشترك واختبار تصحيح الخطأ ARDL وهذا و هذا للتأكد من وجود علاقة طويلة وقصيرة

الأجل بين النمو الاقتصادي والاستثمار الأجنبي المباشروالصادرات وتعديل مسارها مع تحديد اتجاهات العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة خلال الفترة (1980-2022)

أهداف البحث:

ان الغرض من تناولنا لهذا الموضع ينصب حول محاولة تحقيق الأهداف التالية:

- تحديد الإطار النظري للاستثمار الأجنبي المباشر والنمو الاقتصادي والصادرات
- محاولة إبراز العلاقة التأثيرية بين الاستثمار الأجنبي المباشر والنمو الاقتصادي والصادرات

أهمية البحث:

تمكن أهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على العلاقة السببية بين الاستثمار الأجنبي المباشر والنمو الاقتصادي والصادرات

تقسيمات البحث:

سنقوم بتقسيم هذه الدراسة إلى محورين:

المحور النظري والذي سنتناول فيه المفاهيم الأساسيةللاستثمار الأجنبي المباشر والنمو الاقتصادي بالإضافة الى أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي والصادرات

أما الجانب القياسي سيكون عبر المحور الثاني ويتناول الدراسة القياسية للعلاقة السببية لمتغيرات البحث ، الاستثمار الأجنبي المباشر والنمو الاقتصادي والصادرات

2. أساسيات حول الاستثمار الأجنبي المباشر والنمو الاقتصادي

سنتناول في هذا المحور أهم المفاهيم الأساسية للاستثمار الأجنبي المباشر والنمو الاقتصادي

1.2. أساسيات حول الاستثمار الأجنبي المباشر

لقد ازدادت أهمية الاستثمارات الأجنبية المباشرة من خلال دورها في عملية التنمية بعد التغيرات الاقتصادية التي شهدها العالم، فقد أخذت معظم الدول النامية أو المتقدمة تسعى إلى استقطاب هذا النوع من الاستثمارات للاستعانة بها في تمويل مشاريعها وفي مواجهة المشاكل الاقتصادية.

أ. مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر

لقد تعددت وتنوعت تعريفات الاستثمار الأجنبي المباشر وأهمها:

-يعرف الاستثمار الأجنبي المباشر على أنه: تلك الملكية التي يملكها ويديرها المستثمر الأجنبي، وهذه الملكية قد تكون كاملة أو جزء منها كي يكفل له حق الإدارة، والذي يترتب عنه نقل

الموارد المالية والتكنولوجية والمهارات والخبرات إلى البلد المضيف. (عبد السلام أبو قحف، صفحة 13)

-ويعرفه صندوق النقد الدولي على أنه: أحد أشكال الاستثمارات الدولية التي تهدف إلى تحقيق نشأة بلد ما لمنافع اقتصادية في بلد آخر، كما تحصل هذه المنشأة على نفوذ تمكنها من إدارة المشروع.(عبد المجيد قدي، صفحة 251)

-وقد عرفته منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية "O.C.D.E " على أنها : تلك الاستثمارات التي تهدف إلى تمكين وإدراج روابط اقتصادية لها صفة الديمومة مع مؤسسات البلد المضيف من خلال الإنشاء والتوسيع،(فريد النجار، صفحة 13) كما أن حيازة المستثمر الأجنبي لجزء من ملكية المشروع لا تكون دون 10% من مجموع رأس مال المشروع أو قوته التصويتية. (محمد قويدري، صفحة 19)

ومن خلال هذه التعاريف يمكن القول بأن الاستثمار الأجنبي المباشر هو توظيف للأموال في الخارج وتوجيهها نحو أغراض الإنتاج التي تخدم بالدرجة مصالحهم، وبناء على ذلك تكون حق الملكية للمستثمر الأجنبي كليا أو جزئيا مع إمكانية تحويل الفوائد والأرباح، والتحكم في التكنولوجيا.

ب: أنواع الاستثمار الأجنبي المباشر

يمكن تقسيم الاستثمار الأجنبي المباشر إلى عدة أشكال وفق عدة معايير، وسيتم التطرق لأهم معيار وهو معيار الملكية كما يلي:

- **الاستثمار المشترك:**

وهي تلك المشاريع الاستثمارية التي يشترك فيها طرفين من دولتين مختلفتين أو أكثر، يغلب عليها طابع الديمومة، والاشتراك يتجاوز الرأس المال إلى الإدارة والخبرات والعلامات التجارية...الخ، (عبد السلام أبو قحف، صفحة 482)

كما أن هذا النوع من الاستثمارات الأجنبية المباشرة يتصف بما يلي:

- اتفاق شراكة بين المستثمر الأجنبي والمستثمر المحلي داخل الدولة المستضيفة من أجل ممارسة تشاط إنتاجي أو خدمي...إلخ في المدى الطويل الأجل.
- الطرف المحلي قد يكون حكومي وقد يكون تابع للقطاع الخاص.
- إمكانية شراء المستثمر الأجنبي حصة في شركة وطنية قائمة.

- **الاستثمارات المملوكة بالكامل:**

وفي هذا النوع من الاستثمارات الأجنبية يؤسس وينشئ المستثمر الأجنبي شركة مملوكة بالكامل داخل البلد المضيف من أجل تنفيذ مشروع محدد،(Denis et jeau luc bricaut، صفحة 8) أي ضرورة حيازة هذا المستثمر الأجنبي لأحد فروع أي نوع من الأنشطة الاقتصادية بالكامل في الدول المضيفة،(شريط، صفحة 258) وتعتبر من أكثر الاستثمارات تفضيلا لدى الشركات الكبرى المملوكة من طرف الدول المتقدمة.

- **استثمارات الشركات المتعددة الجنسيات:**

ويقصد بهذا النوع من الاستثمارات الأجنبية هو ممارسة الشركات المتعددة الجنسيات نشاطاتها الاستثمارية مع تمليكها أصولا في دول أخرى، حيث أن كل مختلف فروع الشركات تحمل الاسم التجاري للشركة الأم العالمية بالإضافة إلى حيازتها لرؤوس أموال جد معتبرة مع تفوقها التكنولوجي ومركزها الاحتكاري لبعض أنواع الأنشطة في مختلف القطاعات الاقتصادية من خلال التنسيق والتكامل والترابط بين الشركة الأم ومختلف فروعها في الدول الأخرى. (حمدي ، صفحة 09)

- **مشروعات أو عمليات التجميع:**

وفي هذا النوع من الاستثمارات الأجنبية المباشرة يتفق المستثمر الأجنبي مع الطرف المحلي في الدولة المضيفة على إمداد الطرف وتزويده بمتطلبات منتوج معين ومكوناته من أجل تجميعه وتركيبه في صيغته النهائية.(بوزيدي و زاير ، صفحة 11)

- **الاستثمار في المناطق الحرة:**

ويكون هذا النوع من الاستثمارات الأجنبية من خلال إقامة وتأسيس مناطق حرة بهدف تشجيع قاعدة للصناعات التصديرية، ولذلك تسعى معظم الدول لإنشاء مناطق حرة قصد استهداف الاستثمارات الأجنبية من خلال منحها مجموعة من الحوافز والمزايا والإعفاءات.(عبد المعطي رضا، صفحة 188)

2.2. أهداف الاستثمار الأجنبي المباشر:

يمكن حصر الأهداف الرئيسية للاستثمار الأجنبي المباشر في النقاط التالية:

- تدنية تكاليف الإنتاج إلى مستويات تنافسية، مع زيادة المرونة العامة للإنتاج والتوزيع.(mauric durousset, p. 77)

– إن التمييز بين المشاريع واختيار الأقل مخاطرة، إضافة إلى التنويع الاستثماري يؤدي إلى عدم انخفاض موجوداته وكذا المحافظة على رأس المال الأصلي واجتناب الخسائر. (أحمد زكريا صيام، صفحة 21)

– يساهم في إحداث علاقات تفاعلية اقتصادية بين قطاعات الإنتاج والخدمات في الدول المستضيفة، مما يؤدي إلى تكامل اقتصادي بينهم.

– يهدف المستثمر الأجنبي إلى احتكار المنتجات أو الخدمات النهائية من خلال استعماله معارف تكنولوجية عالية المستوى في مجالات الإنتاج أو التسويق.(هيثم عجام، صفحة 30)

– يهدف إلى التأثير الإيجابي على ميزان المدفوعات من خلال الزيادة في الصادرات.

– إن من بين أهداف الاستثمار الأجنبي المباشر هو تسريع النمو الاقتصادي في الدول السائرة في طريق النمو عن طريق استهداف الاستثمارات الأجنبية، من خلال النظرية الحديثة للنمو الذاتي والتي مفادها أن الاستثمارات الأجنبية المباشرة لمتغير تؤدي إلى تحقيق النمو الاقتصادي. (Mansouri, p. 4)

وبصفة عامة فإن الاستثمارات الأجنبية تهدف إلى الزيادة في الناتج المحلي الإجمالي وإيرادات حصيلة الخزينة العامة، وتوفير فرص عمل ونقل معارف ومهارات فنية مما ينعكس كل ذلك اقتصاديا واجتماعيا على الدول المضيفة من أجل اللحاق بكوكب التقدم وتحقيق تنمية حقيقية بكل أبعادها.

2–3. مزايا وعيوب الاستثمار الأجنبي المباشر:

إن للاستثمار الأجنبي المباشر مزايا وعيوب يمكناختصارها كما يلي:

أ. مزايا الاستثمارات الأجنبية المباشرة:

تعددت وتنوعت مزايا الاستثمارات الأجنبية المباشرة ونذكر أهمها:

- تمنح الاستثمارات الأجنبية المباشرة فرصة اكتساب تكنولوجيا جديدة للدولة المضيفة من خلال الممارسة الفعلية للنشاط الاستثماري.
- تساعد الاستثمارات الأجنبية المباشرة على التعبئة السليمة للموارد المحلية للبلد المضيف التي تتشارك بها مع المستثمر الأجنبي.
- تسهل الاستثمارات الأجنبية المباشرة الحصول على تسهيلات إدارية ومالية، بخلاف لو انفرد المستثمر الأجنبي بهذه المشاريع.(نزيه ، صفحة 42)

- زيادة الصادرات من خلال إنتاج رأس المال الأجنبي لسلع يمكن تصديرها.
- تساعد الاستثمارات الأجنبية المباشرة على خلق وتوفير مناصب شغل في البلد المضيف، مما يؤدي إلى امتصاص جزء مهم من البطالة.
- تحسين ميزان المدفوعات من خلال زيادة العملة الأجنبية في حساب العمليات الرأسمالية. (قويدري ك.، صفحة 52)

ب.سلبيات الاستثمار الأجنبي المباشر:

- التأثير السلبي لرؤوس الأموال خارج الدولة المضيفة على ميزان المدفوعات.
- إن دخول الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى البلد المضيف تؤدي إلى منافسة الاستثمارات المحلية منافسة شرسة مما ينجم عنه عدم صمود البعض وإفلاس البعض الآخر. (قويدري ك.، صفحة 52)
- يؤدي دخول الاستثمارات الأجنبية إلى هروب اليد العاملة الفنية من الاقتصاد الوطني، إلى هذه الأخيرة نتيجة ارتفاع مستوى الأجور وشروط العمل. (أميرة حسب الله محمد، صفحة 29)
- يمكن للاستثمار الأجنبي المباشر أن يمارس قوة ضاغطة وبطرق مختلفة على أجهزة الدولة المضيفة يفقدها سيادتها الحقيقية.

4.2. مدخل إلى النمو الاقتصادي:

يعتبر النمو الاقتصادي من أهم المؤشرات الاقتصادية في أي دولة وعلى أساسه تتحقق التنمية

أ. مفهوم النمو الاقتصادي

يعتبر النمو الاقتصادي من بين الأهداف الرئيسية التي تحاول معظم الدول تحقيقها، سواء كانت دولا نامية أو متقدمة، ويتميز النمو بأنه عملية معقدة ومتشابكة تتفاعل فيها مجموعة من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والمؤسساتية وتقف أمامها مجموعة من العوائق والتحديات الداخلية والخارجية تحاول معظم الدول تجاوزها. (محمود عوض الخطيب، صفحة 02)

ويعرف النمو الاقتصادي بأنه هو تلك الزيادة في القدرات الإنتاجية للدولة التي تؤدي إلى زيادة الدخل الوطني باستخدام المهارات المعرفية والخبرات العلمية والتكنولوجيات المقدمة حسب ما تملكه الدولة من هذه الموارد. (محمد أحمد إبن فهد، صفحة 11)

وأصبح النمو الاقتصادي من بين أهم المؤشرات الاقتصادية التي يعتمد عليها في قياس تقدم وازدهار أي اقتصاد من عدمه.

ب. علاقة الاستثمار الأجنبي المباشر بالنمو الاقتصادي:

لقد أثبتت الدراسات والأبحاث والنظريات الاقتصادية وجود علاقة بين الاستثمارات الأجنبية المباشرة والنمو الاقتصادي من خلال عدة محاور، أهمها علاقة الاستثمار الأجنبي بكل من التنمية، التجارة الخارجية والاستثمار المحلي، ومهارات الموارد البشرية، وكذا عوائد التقدم التكنولوجي. (نزاري، صفحة 7) ويكون التأثير الاستثمار الأجنبي المباشر بصفة مباشرة على النمو الاقتصادي من خلال مساهمته في تكوين رأس المال الثابت والكلي وبصفة غير مباشرة من خلال روابط عبارة عن مؤشرات خارجية لها صلة بالاستثمار الأجنبي المباشر.

ج. الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الخارجية:

إن تأثير الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي يكون عن طريق التجارة الخارجية، إذ تؤثر السياسات الاقتصادية الحكومية المتبعة على المتغيرين، حيث أن تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة تتوقف على السياسات التجارية المتبعة، فعندما تقوم الدول المضيفة بمنح حوافز تصديرية فهذا يؤدي إلى زيادة الاستثمار الأجنبي المباشر إليها، وأن زيادة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر تؤدي إلى المزيد من الاستيراد من أجل الوفاء بالمستلزمات الإنتاجية الغير متوفرة في السوق المحلية. (نزاري، صفحة 94)

3. الدراسة القياسية

1.3. التعريف بمتغيرات الدراسة

سيتم دراسة الحالة التطبيقية للعلاقة المتجهة بين التنويع الاقتصادي والاستثمار الأجنبي المباشر والانفتاح التجاري، وهذا بعد دراسة اثار الاستثمار الأجنبي والانفتاح التجاري على التنويع الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة1980- 2022

باستخدام بيانات سنوية صادرة عن مؤشرات التنمية العالمية للبنك العالمي، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية الخاصة بالجزائر،

وتم استخدام النموذج التالي الذي يحتوي على المتغيرات التالية: GDPtيمثل النمو الاقتصادي،FDItتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر،، (EXPt) يمثل الصادرات يصبح النموذج بالشكل الاتي:

$$GDPt = B0 + B1\ FDIt + B2\ EXPt + \varepsilon$$

2.3. عرض منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على اختبار الحدود لنموذج ARDL، والذي يستند على نموذج الانحدار الذاتي للمتباطئات الموزعة الذي طورها كل من (Pesaran and shin,2001) يتميز هذا النموذج بالكفاءة، يؤدي الى تحديد التكامل بدقة في الاجل القصير والطويل، وتشترط الطريقة عدم استقرار المتغيرات وتكاملها من الدرجة الثانية، ونظرا لدقتها في إعطاء النتائج للسلاسل الزمنية القصيرة تم استخدامها لتقدير العلاقة بين متغيرات الدراسة.

3.3.اختبار استقرار السلاسل الزمنية

أ. نتائج اختبار الاستقرارية

تتمثل الخطوة الأولى في تحليل البيانات، باختبار ما إذا كانت السلاسل الزمنية مستقرة أملا تجنبا لظهور مشكلة الانحدار الزائف. ولاختبار ذلك تقوم الدراسة بتطبيق اختبار ADFوPPويتم استخدام اختبار جذر الوحدة للتعرف على درجةتكامل السلسلة الزمنية للمتغيرات الاقتصادية محل الدراسة لمعرفة ما إذاكانت المتغيرات مستقرة أملا.

جدول رقم 01: نتائج اختبار ديكي فولر الموسع واختبار فيليب بيرون بعد اخذ الفرق الاولى

المتغيرات	النموذج	الإحصائيةADF	الاحتمال	الاحصائيةPP	الاحتمال	درجة التكامل
Dlgdp	بدون قاطع واتجاه	5.295842-	0.0000	5.449100-	0.0000	I (1)
	بقاطع ودون اتجاه	5.624155-	0.0000	5.717349-	0.0000	
	بقاطع واتجاه	5.558063-	0.0002	5.952681-	0.0002	
DLFDI	بدون قاطع واتجاه	5.411311-	0.0001	7.136651-	0.0000	I (1)
	بقاطع ودون اتجاه	9.920406-	0.0000	9.920406-	0.0000	
	بقاطع واتجاه	5.311212-	0.0009	10.26074-	0.0000	
DLexp	بدون قاطع واتجاه	5.940922-	0.0000	5.912005-	0.0000	I(1)
	بقاطع ودون اتجاه	5.965625-	0.0000	5.941799-	0.0000	
	بقاطع واتجاه	5.144300-	0.0008	5.886093-	0.0001	

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجاتeviews12

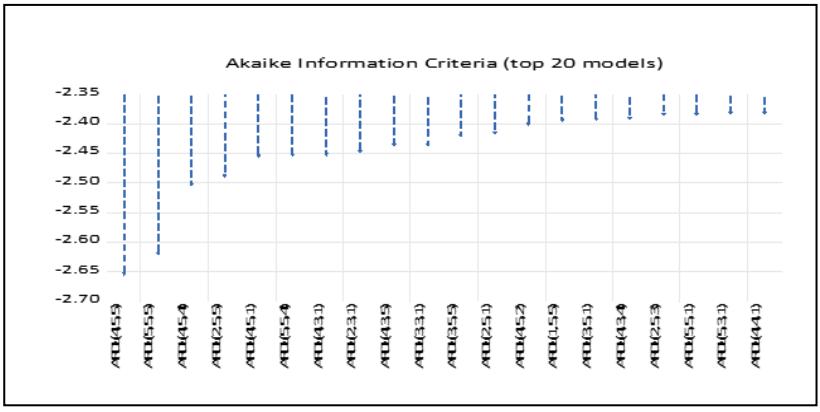
بينت نتائج اختبارات الاستقرار باستخدام اختبار جذر الوحدة لـ ADF وPP أن المتغيرات الاقتصادية للدراسة غير مستقرة في المستوى لكنها بالمقابل مستقرة عند الفروق الأولى وتكون متكاملة من الدرجة الأولى I(1)، وبالتالي فمن الممكن أن تكون هذه المتغيرات متكاملة تكاملا مشتركا.

ب. اختبار الحدود

يتم اللجوء الى تحديد عدد المتباطئات الزمنية المثلى والذي يتحدد بأخذ أصغر قيمة للمعيار Akaike Information Criteria كما هو مبين في الشكل رقم:

تحديد عدد فترات الابطاء

شكل بياني رقم 01: تحديد عدد فترات المتباطئات الزمنية



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجاتeviews12

اما نتائج اختبار الحدود فينتم توضيحه في الجدول التالي:

جدول رقم 02: نتائج اختبار الحدود

اختبار الحدود		الفرضية الصفرية لا توجد علاقة			النتيجة
	قيمة Fالمحسوبة	المعنوية	الحد الادنى(0)	الحد الأعلى (1)	وجود علاقة تكامل مشترك
F-statistic	9.415488	%10	4.470	3.437	
K	2	%5	4.267	5.473	
		%2.5	3.25	4.49	
		%1	7.873	6.183	

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجاتeviews12

بما ان قيمة F المحسوبة أكبر من قيم الحد الأعلى عند المستويات المختلفة للمعنوية، فهذا يؤكد على وجود تكامل مشترك بين متغيرات الدراسة.

تقدير العلاقة بين متغيرات النموذج في المدى الطويل

جدول رقم 03: نتائج تقدير معاملات الاجل الطويل باستخدام نموذج

المتغيرات	المعاملات	القيمة الاحتمالية
LFDI	0.007610-	0.7340
LEXP	0.920367	0.0000

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات eviews12

من خلال نتائج تقدير معادلة الانحدار نلاحظ معنوية متغير الصادرات عند مستوى معنوية5%، والتي تدل على وجود علاقة طويلة الاجل بين الصادرات والنمو الاقتصادي. مما يعني أنهما يتطوران في نفس الاتجاه؛ وبالتالي فإن تغيير معدل الصادرات بنقطة واحدة يؤدي إلى زيادة قدرها 0.92 نقطة في النمو الاقتصادي. اما بالنسبة لمتغير الاستثمار الأجنبي المباشر لا توجد علاقة طويلة الاجل خلال فترة الدراسة نظرا لعدم معنوية معلمة الاستثمار

- **التفسير الاقتصادي للصادرات والاستثمار الأجنبي المباشر**

من خلال نتائج الدراسة التطبيقية اثبتت ان للصادرات اثاراموجبة على النمو الاقتصادي في الجزائر حيث أن المعامل المرتبط بمتغير الصادرات موجب(0.92) ومعنوي = (p 0.0000)عند مستوى معنوية 5٪. والذي يوافق ما تقره النظريات المختلفة للتجارة الدولية و التي تبين ان زيادة الصادرات تؤدي الى زيادة معدلات النمو الاقتصادي وهذا ما تم تحقيقه في فترة الدراسة(1980-2022)؛هذه النتائج تدعم سياسة تنمية الصادرات الجزائرية مع ما شهده قطاع المحروقات من استثمارات كبيرة انعكست إيجابا على زيادة صادرات المحروقات والذي تزامن و تزايد الطلب العالمي على المحروقات خاصة النفط والغاز واستجابة للسياسات الإصلاحية للحكومة الجزائرية في تنمية مختلف القطاعات ومرافقها لتطبيق لسياسة التنويع الاقتصادي التي برهنت على فعاليتها فعديد القطاعات ساهمت في زيادة الصادرات مما انعكس على النمو الاقتصادي إيجابا.

اما بالنسبة للاستثمار الأجنبي المباشر فظهر غير معنوي، وكانت معلمته ضعيفة خلال فترة الدراسة(1980-2022) نظرا لوجود صدمات في أسعار النفط على المستوى العالمي واعتماد

الشركات على التنقيب والاستكشاف ونقص تدفقات الاستثمار الأجنبي خلال الفترة(1990-2000) على النمو الاقتصادي بنسبة قليلة كما اظهرت الاحصائيات الصادرة عن المنظمات الدولية كمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية والمتخصصة بتتبع بيانات الاستثمار الأجنبي المباشر ان منطقة شمال افريقيا وخاصة الجزائر لم تتمكن من جذب تلك الاستثمارات بشكل كبير مقارنة بالمعدلات الدولية.

4.3. تقدير نموذج تصحيح الخطأ غير المقيدUECM

تشير نتائج تقدير نموذج تصحيح الخطأ ان معلمة حد تصحيح الخطأ سالبة ومعنوية وهذا يعكس وجود علاقة توازنيه قصيرة الاجل بين المتغيرات باتجاه التوازن في الاجل الطويل، أي نسبة 41.13%من الخطأ يمكن تصحيحه في وحدة من الزمن (لكل سنة) من اجل العودة الى الاجل الطويل أي سرعة التعديل تقدر بنفس النسبة او (4سنوات) والاستثمار الأجنبي سلبي على المدى القصير خلال فترة الدراسة واستمرار الجزائر الاعتماد على المحروقات بشكل كبير.

نتائج تقدير معاملات الاجل القصير باستخدام النموذج

من خلال نتائج التكامل المشترك الناتجة عن التقدير يمكن تقدير العلاقة قصيرة الاجل من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم

جدول رقم04: نتائج تقدير النموذج في الفترة القصيرة

المتغيرات	المعلمات	Tالاحصائية	قيمة الاحتمال
D(lFDI)	0.012187-	2.831378-	0.0142
D(LEXP)	0.506896	9.484591	0.0000
CointEq (-1) *	0.413111-	5.777732-	0.0001

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجاتeviews12

نلاحظ معنوية المعلمات الخاصة بمتغيرات الدراسة عند مستوى معنوية 5% وهذا يعني انه تعتمد ديناميكيات الاجل القصير على حد تصحيح الخطأ التي قدرت قيمته -0.413111 كما قدرت قيمة احتماليته ب 0.0000 حيث انه تم تحقيق الشرطينالأساسيين وهما سلبي ومعنوي، وعليه فان العلاقة تكون بين المتغيرات في المدى القصير على النحو التالي:

5.3. متغير الاستثمار الأجنبي المباشر

أما بالنسبة لمتغير الاستثمار الأجنبي المباشر فلهاثارسلبية علىالنمو الاقتصادي في الجزائرفي المدى القصير، من خلال نتائج التقدير حيث أن المعامل المرتبط بمتغير الاستثمار الأجنبي المباشرسلبي (-0.012187) وكبير(p = 0.0142)عند مستوى معنوية 5٪. يشير الأخير إلى تغيير سلبي بين المتغيرين،نظرا لتحويل رؤوس الأموال من طرف الشركات العاملة في قطاع المحروقات الى خارج الجزائر خاصة في فترة التسعينيات من القرن الماضي، إضافة الى دخول شركات جديدة في بداية الالفية الثالثة للاستثمار في المحروقات والتي لم تبدأ بالإنتاج مثل مشاريع تمديد قنوات نقل النفط، مما يعني عدم مساهمة الاستثمار الأجنبي بقيمة موجبة في الاجل القصير.

6.3. متغير الصادرات

اما الصادرات في الاجل القصير فلها اثار موجبة على النمو الاقتصادي في الجزائر، ومن خلال نتائج التقدير حيث أن المعامل المرتبط بمتغير الصادرات إيجابي (0.506896)ومعنوي(p = 0.0000) عند مستوى معنوية 5٪.أي انها تؤثر على النمو بقيمة المعلمة والمتمثلة في قيمة التغير المقدر ب0.506نظرا لزيادة عدد المشاريع التنموية خلال فترة ارتفاع أسعار النفط العالمية وزيادة تدعيم القطاعات المنتجة والموجهة للتصدير ومرافقتها كالصناعات الغذائية والصيدلانية والصناعات التحويلية، وذلك في اطار استراتيجيات وسياسة تنويع الاقتصاد الوطني والتي أدت في البداية الى تحسن الصادرات خارج قطاع المحروقات.

7.3. اختبار صلاحية النموذج

إن خلو النموذج من المشاكل القياسية يثبت جودته وصحة نتائج التقدير تم الوصول اليها

جدول رقم 05: الاختبارات الخاصة بسلسلة البواقي

اختبارات خاصة بسلسلة البواقي			
نوع الاختبار	قيمة الاحصائية	القيمة الاحتمالية	النتيجة
F)(Breusch-Pagan-Godfrey	0.448453	0.9295	عدم ثبات التباين
Serial Correlation LM	2.576554	0.1304	لا يوجد الارتباط التسلسلي للبواقي
Jarque-Bera	0.294665	0.863007	هناك توزيع الطبيعي للبواقي

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات eviews12

من خلال النتائج المبينة في الجدول، فان هيكل النموذج المعتمد يتسم بالإستقرارية.

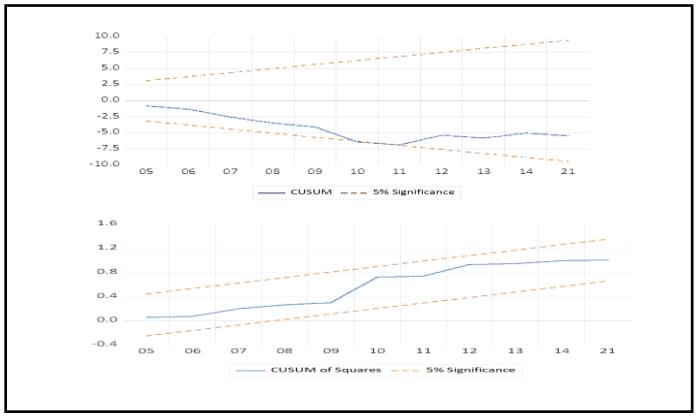
جدول رقم 06: اختبار استقرار هيكل النموذج

Ramsey RESET Test			
الاحصائية	قيمة الاحصائية	القيمة الاحتمالية	النتيجة
t	0.081397	0.9367	لا يعاني النموذج من سوء التوصيف الرياضي
F	0.006625	0.9367	

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات eviews12

من خلال النموذج يتميز بالاستقرارية ومعلماته تتميز بالثبات عند المعاينات المتكررة، وبما ان المنحنى الممثل**لاحصائية** cusum, cusum of square يقع داخلالحدين الحرجين، عند مستوى معنوية5% .

شكل بياني رقم02 :اختبار cusum, cusum of square



المصدر: مخرجات eviews13

بما ان جميع اختبارات صلاحية النموذج كانت صحيحة وخالية من المشاكل القياسية، بالتالي يمكن الاعتماد عليه لتقدير العلاقة بين متغيرات الدراسة في المديين القصير والطويل.

8.3. اختبار العلاقة السببية في المدى الطويل Causality Run-Long

نتائج اختبار السببية بين متغيرات الدراسة فأظهرت نتائج متباينة لاتجاه العلاقة السببية بين مختلف المتغيرات المكونة للنموذج لجميع دول العينة وهذا ما يبينه الجدول رقم والذي يبين العلاقة السببية بين متغيرات الانفتاح والنمو الاقتصادي كالتالي:

جدول رقم07 :نتائج اختبار العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة باستخدام سببية جرانجر.

اتجاه العلاقة السببية	قيمة اختبار فيشرF	قيمة الاحتمال
GDP→FDI	0.73155	0.5429
EXPGDP←	2.84764	0.0524
EXP→FDI	2.40047	0.0916

المصدر: مخرجات eviews12

من خلال نتائج الجدول الخاص بالسببية نلاحظ ان هناك علاقة سببية متجهة من الصادرات الى النمو الاقتصادي أي ان الصادرات هي التيتسبب النمو الاقتصادي في الجزائر خلال فترة الدراسة حيث ان قيمة اختبار فيشر المحسوبة معنوية عند10% اما العلاقة المتجهة من الاستثمار الأجنبي المباشر الى النم الاقتصادي فهي غير معنوية وبالتالي لا توجد علاقة في هذا الاتجاه.

هناك علاقة سببية متجهة من الاستثمار الأجنبي المباشر الى الصادراتأي ان جذب الاستثمار الأجنبي المباشر تسبب زيادة في الصادرات حيث ان إحصائية فيشر معنوية عند **10%**

4. خاتمة

يعدتحسين أداء النمو الاقتصادي ضرورة حتمية لتحقيق التنمية، في عديد البلدان لما له من أهمية بالغة في تحسين أداء الاقتصاد خاصة بعد الازمات والصدمات المختلفة والمتعددة التي شهدها العالم في الآونة الأخيرة، والتي اثرت بشكل كبير على الاقتصادات المختلفة خاصة التي تعتمد على السلع الأساسية، وتوفر الاقتصادات المتنوعة لمزايا معينة ، بما في ذلك زيادة التجارة، وزيادة إنتاجية رأس المال والعمالة، وتنويع المنتجات والأسواق، هذا ما يؤدي ال زيادة في الدخل، يقابل تحقيق ذلك توافر التمويل الكافي والتكنولوجيا الحديثة من خلا جذب الاستثمار الأجنبي المباشر للتوسيع في زيادة الصادرات والولوج الى أسواق جديدة، وهذا ما سعت الية الجزائر عبر تجاربها وزيادة صادراتها وبعد تجربة متباينة، وجب إعادة تقييم تجربتها لاستخلاص السلبيات

التي ظهرت وتشجيع الجوانب الإيجابية في ذلك، باعتبار الجزائر تملك إمكانيات كبيرة غير مستغلة تساعد في جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية للاستفادة من التجارة الدولية في صور عديدة تدعيما للتنويع اقتصادها.

نتائج الدراسة:

من خلال ما تم دراسته في الجانب النظري والتطبيقي يمكن استنتاج اهم النتائج المتوصل اليها والمتمثلة في الاتي:

-تعتبر زيادة معدلات النمو الاقتصادي ضرورة حتمية للجزائر لبناء اقتصاد متعدد الموارد لا يتأثر بالصدمات المختلفة الاقتصادية او المالية او الادارية ...الخ، لدعم الإيرادات المتأتية من قطاع المحروقات لزيادة إيرادات خزينة الدولة، من اجل تحقيق التوجهات الجديدة للحكومة من خلال استهداف النمو المستدام.

-هناك تحسن في الصادرات خاصة في السنوات الأخيرة، نتيجة التنوع الاقتصادي التي انتهجته الحكومة الجزائرية للتقليل من التبعية للمحروقات.

-بالنسبة لجودة النموذج المطبق أظهرت الاختبارات التشخيصية صحة النموذج المعتمد من الناحية الإحصائية، وبالتالي المعلمات الناتجة عن اثر الاستثمار الأجنبي المباشر والصادرات وكذا العلاقة السببية بينها تعبر عن صحتها.

-أظهرت نتائج اختبار الحدود ان هناك تكامل مشترك بين النمو الاقتصادي كمتغير تابع والمتغيرات المستقلة المستخدمة في النموذج.

-اظهر نموذج تصحيح الخطأ وجود علاقة قصيرة المدى بين المتغيرات باتجاه التوازن طويل المدى، وان سرعة التعديل من الاجل القصير الى الاجل الطويل تقدر -0.413111

-بالنسبة لاختبار السببية تم من خلال دراسة السببية وجود علاقة سببية ذات اتجاه واحد من الاستثمار الأجنبي المباشر الى النمو الاقتصادي، أي ان الاستثمار الأجنبي يسبب النمو الاقتصادي، ووجود علاقة سببية ذات اتجاه واحد من الصادرات الى النمو الاقتصادي، اي ان الصادرات سبب الاتجاه نحو التنوع الاقتصادي.

5. قائمة المراجع.

- **المؤلفات.**

أحمد زكريا صيام .(1997) .مبادئ الاستثمار .21 .الأردن: دار المناهج للتوزيع.

أميرة حسب الله محمد .(2005) .محددات الإستثمار الأجنبي المباشر والغير مباشر .مصر: الدار الجامعية.

عبد السلام أبو قحف .(1989) .نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الاجنبية .13 .مصر: مؤسسة الشباب الجامعية.

عبد السلام أبو قحف .(2011) .اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي .482 .مصر: مكتبة الاشعاع.

عبد المجيد قدي .(2003) .مدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية .الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

عبد المعطي رضا .(1999) .الاستثمار والتمويل بين النظرية والتطبيق .188 .الاردن: دار زهران للنشر.

عبد المقصود محمد مبروك نزيه . (2013). الآثار الاقتصادية للاستثمارات الاجنبية- دراسة مقارنة-. 42. مصر: دار الفكر الجامعي.

فريد النجار .(1989) .الاستثمار الدولي والتنسيق الضريبي .مصر: مؤسسة شباب الجامعية.

محمد أحمد ابن فهد .(2015) .التطور الاقتصادي لإمارة دبي دراسة لتجربة دبي التنموية .11 .أكادمية الشرطة, دبي: سلسلة الدراسات التخصصية.

محمد قويدري .(2004) .تحليل واقع الاستثمارات الاجنبية المباشرة وآفاقها في البلدان النامية مع الاشارة الى حالة الجزائر .19 .جامعة الجزائر.

محمود عوض الخطيب .(2009) .محددات النمو الاقتصادي في القطاع الغير نفطي السعودي .2 .جامعة الملك سعود, العربية السعودية.

هيثم عجام .(2008) .التمويل الدولي .30 .الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.

- **الأطروحات:**

قويدري, ك .(2010-2011) .الإستثمار الاجنبي المباشر والنمو الإقتصادي في الجزائر .رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية .52 ,تلمسان: جامعة أبي بكر بلقايد كلية الاقتصاد.

نزاري, ر .(2007-2008) .الاستثمار الأجنبي المباشر والنمو الإقتصادي -دراسة حالة الجزائر- تونس- المغرب .رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية .باتنة: جامعة الحاج لخضر.

- **المقالات:**

حمدي , ع .(2011) .دور الاستثمار المباشرفي تمويل التنمية العربية بالتطبيق على الدول العربية الغير بترولية .)العدد 02 ,(المجلد 40 ,ص 09 .مجلة مصر المعاصرة.

شريط, ك .(2012) .تحليل واقع الاستثمار الاجنبي في الدول العربية .دراسة حالة الجزائر-تونس -المغرب خلال الفترة)(2005-2010) العدد 06 ,(جامعة المدية ,ص 258 .مجلة البحوث والدراسات العلمية.

عبد القادر بوزيدي، و مبارك زاير . (2008). الاستثمار الاجبي المباشر في الجزائر مع الاشارة الى تجارب بعض الدول. ص 11. (الملتقى الدولي الأول حول الاستثمار الاجنبي ونقل التكنولوجيا الى الدول النامية، المحرر) الملتقى الدولي الأول حول الاستثمار الأجنبي ونقل التكنولوجيا الى الدول النامية: المركز الجامعي بشار.

- **المراجع باللغة الأجنبية:**

Denis et jeau luc bricaut. (1996). l'invertissement international 08. paris: edition armand colin.

Mansouri, b. (2009). effet des IDE et de l'ouverture commerciale sur la croissance economique confererence economique africaine "promouvoir le developpement dans une etre de crise financier et economique". 4. centre de conferences des nations unies addis abeba ethiopie.

maurice durousset. (1994). la moudialisation de l'economie. 77. france: editions ellipses.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
ISSN:2571-9866
EISSN:2661-7854
Volume:8/N°1 /April ,2024, PP 151-171

Bibliometric Review of Organizational Conflict Management based on Scopus Data Base (52 years of research)

المراجعة الببليومترية للصراع التنظيمي بناء على قاعدة بيانات سكوبيس (52 عاما من البحث)

*** Mouna Boutamine**
INIF Research Laboratory
University of Oum El Bouaghi
Boutamine.mouna@univ-oeb.dz

Sarah Benlaharche
COFIFAS Research Laborator
University of Oum El Boughi
Benlaharche.sarah@univ-oeb.dz

Received: *22 /01/2024* ***Accepted***:*21/04/2024.* ***Published***:*30/04/2024*

Abstract :

This study aims to review the intellectual scope and build knowledge foundations familiar with conflict and its literature, based on 274 research papers published in the Scopus database from 1970 to 2022. The statistical program known as Vos Viewer software was used as a tool to conduct the biometric review of the data. The study showed several findings. The largest volume of publications was in 2019. given the most researchers who contributed to 274 research papers were the two authors Robert A Baron and M. Azfalure Rahim. The bibliometric analysis also revealed intellectual teams that deal with sub-topics related to the conflict, such as organizational conflict strategies and organizational performance. It also indicated the countries that produce the most publications, represented in the Anglo-Saxon countries, and identifying the top ten journals that have contributed to the publication of 274 research papers, including the International Journal of Conflict Management, which specializes in the subject of the study.

Key words: Organizational conflict management, Conflict, Bibliometric review, Vos Viewer, Network analysis.
JEL classificationcodes :C12,D74.

****Corresponding author***

1. Introduction.

Every day new creations and miraculous ideas appear and prove that human resources are capable of developing and improving the world, along with their effective role in achieving competitive superiority for organizations, although they are considered to be individuals above all else who have needs to satisfy and interests to earn. In most cases, it may be various difference in those needs and interests such as values and beliefs, which leads to a specific behavior as conflict (De Dreu & Gelfand, 2008).

In the 70s, doctoral dissertations were very interested in the study of conflict and its interlocutor, including the study (Magula, 1977) at the University of Washington, which was treated through the conceptual framework of conflict, with the necessary tests to the validity of hypothesis and discover undefined relationships. Likewise (Rahim & Bonoma, 1979) mentioned several factors related to conflict, such as the variety of personal-cultural and organizational structural elements, that may classify conflict into three main categories: intrapersonal, intragroup, and intergroup. To keep a stable level of conflict and assist the organizational members in handling various conflict situations through diagnosis and intervention. Recalling these categories.

At the beginning of the millennium, research on conflict took place within organizations, for example, in one of his research, Rahim asserted that certain conflict types may need reduction because they may have a negative impact on both individual and group performance. As well as disagreements about responsibilities, policies, and other organizational concerns are the root of these disputes.(Afzalur Rahim, 2000)

Beneficial to understand the nature of organizational conflict in the practical and factual sphere, numerous research aimed at taking human samples from several functional sectors, for example (Meyer, 2004) investigated the relationship between past conflict and future conflict severity and unfavorable workplace outcomes among 3,374 government sector employees. Bivariate correlations and multiple regressions showed relationships between managers' conflict-handling styles and measures of productivity. Relative studies in the recent year took a wider trend in understanding conflict together

with the study of (Espinoza et al., 2023) to seek advancement in the field of personality and conflict management research and for practitioners looking to connect personality to conflict handling in applied settings.

The results of most of the previous studies agree on one idea, which is that conflict is a natural phenomenon that is inseparable from the entity of organizations, highlighted by the social interaction that occurs between individuals. This behavioral phenomenon can also be invested in sound ways that serve the interests of the organization, its mission, and its strategic goals.

The bibliometric analysis is a well-known study in management sciencethat examine the content of previous studies and review the development of the publication outputs to assess the research strengths and weaknesses, but this quantitative process did not target much of the issue of organizational conflict management. Briefly, this article is designed to be the first among its peers which examines the 274 publications on OCMbased on the output of 52 years of research accumulations in the Scopus database, unlike other bibliometric studies that only deal with the analysis of articles. Thus, it shed light on the understudied aspects by giving certain characteristics to each document according to the previous parameters using science mapping and cluster techniques through analysis tools. Hence it represents a scientific product and a research outcome of various studies that guide researchers to build a saturated theoretical structure and toward future research directions. The conducted bibliometric analyses enhance academic knowledge of conflict literature by depending mainly on the investigation of the following questions:

1. What is the volume and document citations by time for the research on organizational conflict management from 1970 to 2022?
2. What are the contributing scholars and author co-citation network based on 284 publications on organizational conflict management over the past 52 years?
3. What are the countries that contributed most to the knowledge base of organizational conflict management between 1970 and 2022?

4. What are the top journals that have published the 284 research papers from 1970 to 2022 and what are their characteristics?

The papers that have been published over the past half-century constitute an influential factor in changing the conventional perception of organizational conflict management, in particular applying an in-depth and radical analysis of the 252 publications will add cognitive values to the conflict literature and provide an opportunity to evaluate the status of the completed studies and aspects that have been most focused on this subject therefore, identifying new research issues

2. Background and related concepts:

The theoretical framework of the study will be presented with the descriptive aspect of the variables**.** So, we must note that the validity of the concept depends on its initial uses by pioneers and researchers. Conflict is linked strongly to the contributions of Pondy in 1967 when he claimed that conflict is a dynamic process (Pondy, 1967).Referring to the recent interpretations, conflict is the disagreement of opposing individuals on a certain goal or value, through which they claim power, privileged status, and resources, and here each opponent seeks to eliminate his competitor (Ghanem, 2021). conflict has become a phenomenon that dominates organizations and due to the human relationships in today's workplace, conflict is becoming a highly prevalent element in businesses that causes performance to decline (Binyanya, 2021). While it takes a more specific concept as the organizational conflict, it can be viewed as the process of conflict between various organizations that will inevitably arise in inter-organizational relationships at some point, and how that conflict is resolved will have a significant influence on future cooperation (Cai et al., 2020).The definitions highlighted by the researchers are related to the classification of organizational conflict, as you find some of them have restricted the concept of conflict according to the kind of results it provides.

Table:01 The consequences of organizational conflict based on its

Destructive conflict	Constructive conflict
reduces the organization's mobility and synergy	improves the vitality of the organization
negatively impacts the workers' health	increases an organization's capacity for innovation and creativity
wastes resources by causing	makes organizational change easier
lowers organizational productivity and capability	enhances organizational commitment and performance
Leads to a rise in avarice within the organization	Encourages the development of employees' personalities

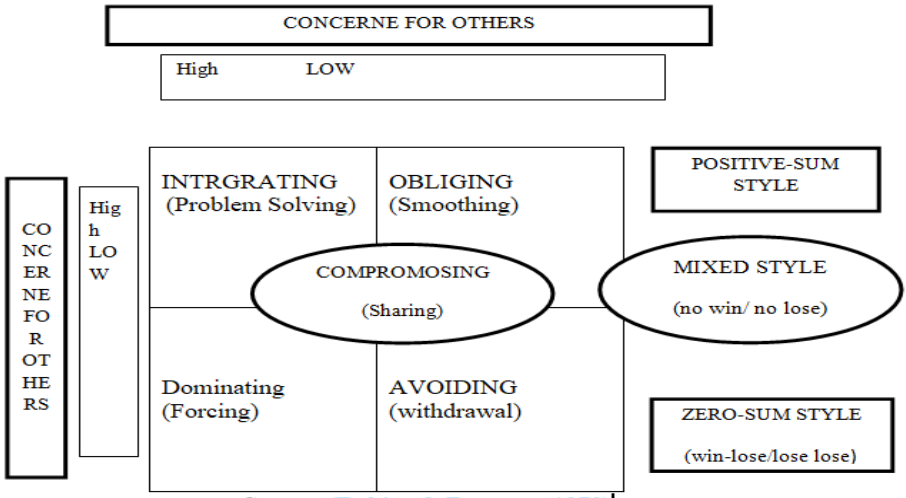
Source:(KILINÇ & DOĞAN, 2022)

It is clear too that constructive conflict can provide other functional outcomes such as improving decisions making. Unlike the destructive type of conflict which can cause issues in communication. (Qayyum et al., 2022). Conflict can be both positive and negative depending on how it is handled. Additionally, it should be noted that there are other conflict types, including interpersonal, intrapersonal, intergroup, and inter-organizational conflicts (S.L. et al., 2022).Despite the nature of conflict, the desired outcome aims to provide the conditions necessary to prevent pointless confrontations and adopt differences that strive to produce intellectual and creative production, whether on a personal or administrative level.

2.1. The basic strategies of managing organizational conflict

As stated before, conflict management requires developing practical techniques to reduce conflict's dysfunctions and optimize its beneficial effects (Farah et al., 2019). In this regard, organizations try to apply several measures to achieve competitive excellence and assuring job security, and this includes the optimal use of power to manage organizational conflict. “Follet” originally introduced the five conflict resolution techniques to the literature in 1940 (Ilgan, 2020). Therefore, many scholars' interests in studying how to manage conflict in organizations began with Raheem later followed by the collaboration of Raheem and Tomas’s development of a set of approaches for managing organizational conflict in the late 1970s.

Figure 01: Interpersonal style of handling conflict



Source:(Rahim & Bonoma, 1979)

The five suggested methods for resolving disputes deal with conflict management in two separate ways. Concern for oneself refers to how one meets one's needs and realizes one's objectives under those requirements. Man's orientation here depends on the strength of his desire. While the second dimension refers to the interest in other people, especially if that care is strong enough to enable him to facilitate the achievement of other's objectives (Mazhar & Iqbal, 2022).

-Integration: This is characterized by a strong interest in both one's own and other sides. Since all parties are looking for a mutually agreeable solution, it concentrates on the accurate diagnosis of the issue and its causes with a holistic intervention. It expresses a win-win strategy and involves a substantial information exchange as well as positive attitudes on everyone's part.(Samanta & Lamprakis, 2018)

-Obliging: This behavior, which is sometimes referred to as accommodating, results from having little regard for oneself and a great deal of care for other people.(To et al., 2021)

-Dominating: This style, which is also referred to as the contending style, is used when one of the disputing parties has a strong care for oneself and a low regard for others. (Agbakwuru, 2021)

-Avoiding: This manner shows little regard for oneself or others. It is advised that using this style after a particular tense conflict has subsided could be advantageous.(Ilgan, 2020)

The findings concluded from the background research on these conflict-handling approaches show that integrating and compromise approaches may be employed more frequently while integrating or compromise styles have been demonstrated to be effective in managing conflict, dominant styles are generally bad for the project. The agreeableness of the scale has a significant impact on conflict resolution and enhanced relationship quality in any conflict management technique. The more pleasant the scale, the more beneficial it is for resolving conflicts (Ifrah, 2021). It should be clear that real conflict conduct significantly depends on interactions with conflict partners and other contextual elements, and that no activity will always have the needed outcome (Burger, 2022).

2.2 Overcoming management to leading through conflict

In light of the recent trends in organizational behaviors, conflict management has often been associated with leadership. In order to develop outstanding answers to unanticipated difficulties, the director frequently encounters challenges and roadblocks that hinder production. This forces him to think strategically and broadly as he attempts to bring opposing parties into the class of the group's interest. As a result, it develops certain leadership skills. Employees who can settle disputes amicably are seen as more capable, better communicators, and leaders in the company. Therefore, it is conceivable that the severity of conflict may help create exceptional leaders (Aftab et al., 2022). We should also point out that the transformational leader is much more effective in leading the team during conflicts because it makes the team members believe that they may achieve their objectives without impeding those of other team members. Additionally, team members can avoid using the competitive strategy because transformational leadership empowers them to directly and honestly address their divergent viewpoints with one another (Zhang et al., 2011). The Leader plays a pivotal role in managing meaningful conflicts and transforming them into new creative ideas. In many recent studies, organizational conflict is linked to leadership. And this proves the possibility of turning an irresponsible employee and a burden on the organization into an enormous productive capacity worker who can outweigh the average employee committed to his work.

3.Methods and measures:

This statistical evaluation is an important part of the study to enhance the published literature and make it even stronger. This section will be divided into a set of operations, each of which aims to accomplish specific tasks that will be discussed later.

3.1Data collection and strategy

Scientific research depends heavily on the type of collected database of knowledge and the method used in this process. The Scopus database was best suited for processing and analysis because it represents a curated database, its content is carefully chosen for inclusion in the database. Editors and publishers submit serial content to Scopus, which is then examined and selected based on rigorous and high-quality scientific standards (Baas et al., 2020). Thus, it provides an overview of research output in many areas Most notably the social science and humanities (Joshi, 2016). Consequently, it includes conflict literature.

On February 16, 2023, the Scopus database was accessed using two basic terms in the search process: "organizational conflict", "organizational conflict management". The basic terms for the research were restricted to articles 'titles, abstracts, and keywords taking into considerationthe approved search operators to identify the correct search query. The preliminary results of the search showed 640 documents.

3.2Inclusion and exclusion criteria:

This research article is based on a set of selection criteria to determine the data corresponding to the analysis process later. First, we included the document according to the coming conditions:

-Date: from 1970 to 2022

-Documents types: article, book chapter, review, conference paper, book

-Language: English

Secondly, we excluded the documents that does not respond to the previous criteria.The selecting protocol reached the following search string: (TITLE-ABS-KEY ("organizational conflict") OR TITLE-ABS-KEY("organizational conflict management")) AND (LIMIT- TO (DOCTYPE , "ar") OR LIMIT-TO (DOCTYPE , "cp") OR LIMIT-TO (DOCTYPE , "ch") OR LIMIT-TO (DOCTYPE , "re") OR LIMIT-TO (DOCTYPE , "bk")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI")) AND LIMIT-TO (LANGUAGE , "English")) AND

(EXCLUDE (PUBYEAR , 2023)) .Consequently it revealed the total number of 280 publications.

3.3Data extraction and cleaning

The 280 documents that were selected from the Scopus database were exported as comma-separated values (CSV) files which conform to the selection criteria that were previously applied. Only one file was downloaded because it does not exceed the 2000 entries allowed by the Scopus database instructions. In conjunction with the input download process, a data cleaning process was performed to obtain the final form of publications suitable for the study, by following the final cleaning stages represented in these steps:

- Ensure that all essential fields are in the columns
- Confirm that the field titles correspond to the field content of each document
- Review the duplicate data and remove it
- Review wrongly and incomplete entries that do not reflect the content of the fields including the blank spaces and delete them directly.

The cleaning process yielded 274 documents (cleaned data) prepared for bibliometric analysis which contain the following bibliographic detail: 1) authors, 2) author(s) ID, 3) title, 4) year, 5) source title, 6) volume, 7) issue, 8) number of citations, 9) DOI, 10) Link, 11) abstract, 12) author keywords, 13) publisher information, 14) document type.

3.4The bibliometric analysis:

Bibliometrics are very familiar studies based on the measurement and quantitative features, it has begun to emerge in 1950, and generally, it has witnessed significant growth among several specializations, especially management and accounting on Scopes database (Donthu et al., 2021). This research paper depends on the bibliometric review as a methodology to analyze the total selected data using the Vos viewer tool. Van and Waltman created a program called VOS Viewer software for building, viewing, and thoroughly analyzing bibliometric maps (Van Eck & Waltman, 2010). The parameters used in this research paper are: a) year of publication b) The volume and number of citations, c) contributing scholars, d) contributing countries, and e) contributing journals.

3.5 Results and Discussions:

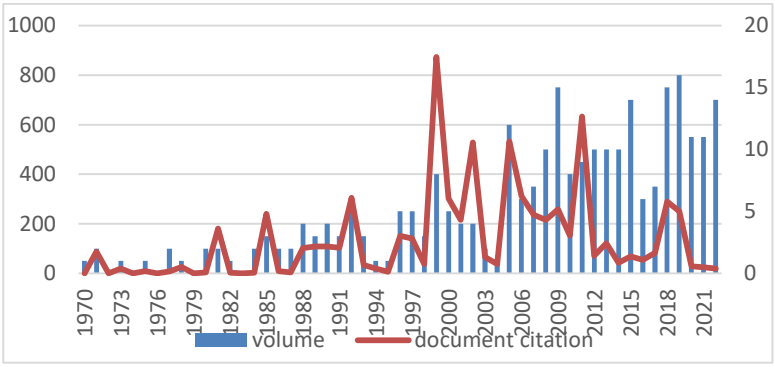
The results and discussion section is concerned with addressing the main research questions raised, based on the data that was selected,

which is represented in 274 research papers on the subject of OCM, where appropriate bibliometric analyzes are used for each sub-question in order to come out with important findings that represent added scientific values to the research field.

a. Volume and document citation:

The analysis aims to investigate the first sub-question about the volume and number of citations from 1970 to 2022.During the past 52 years, there have been clear changes in the volume and number of citations in the publications of the organizational conflict. To clarify the required details, the following graphs were carried out to show the growth and decline that occurred over the years

Figure02: volume and document citations by time for the research of the 274 documents on organizational conflict management from 1970 to 2022



Source: Scopus database

The above graph shows the volume and document citation in chronological order of 274 documents on organizational conflict management between 1971 and 2022. Looking at the number of published papers from 1970 to 1972, it is noted that there has been an increase year by year where it reached its peak in 2009 with 1200 published papers. The 284 publications started to increase again from 2010 to 2015. However, this increment did not last in the next year because the data dropped once again between 2015 and 2016. The period from 2016 to 2018 has witnessed significant growth in the number of publications reaching its highest peak in 2019 with 16 research papers. Although there has been a fall, especially in the last two years. While looking at the number of citations among the 2000 published papers There was a fluctuation between ups and downs in

the number of citations from 1971 to 2022. Similar to the number of publications, the recently published papers witnessed less number of citations due to the short time period.

The highest total number of citations was 873 in the late nineties which illustrates at the time from the previous data the most cited publication per year. The most cited research paper received 427 citations, it was an article published in 1999, by author Dieter Zapf which was titled: Organizational, work group related and personal causes of mobbing/bullying at work in the International Journal of Manpower. The position occupied by the article in the number of citations indicates the objective importance found in the content as the author (Zapf, 1999) sought to address Mobbing as a form of work pressure, and it falls within the context of organizational conflicts. The author tried to study the causes of the phenomenon within two samples of bullying victims and its interactions with individuals, organizations, and society, which he intended to use various scales to measure the variables, the most important of which is a Rahim model for measuring conflict behavior.

b-Contributing researchers and collaboration map:

The second research question aims to examine two necessary parts based on the contribution of scholars and author co-citation network among the 274 publications related to organizational conflict management between 1974 and 2022 in the Scopus database.

Table2: the most contributing scholars to the 274 publications OCM based on Scopus database between 1974 and 2022.

Rank	Scholars	Number of publications	Citation	Total link of strength
1	Baron r.a	4	262	5
2	Rahim m.a.	3	486	10
3	Pondy l.r	3	119	0
4	Avgar a.c.	3	36	4
5	Cheung s.o.	3	156	8

Source: Vos Viewer outputs

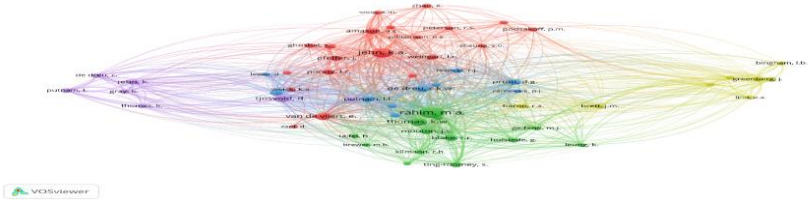
Table 1 represents the first five authors who contributed significantly to the 274 publications on OCM between 1974 and 2022. It should be noted that the results of the analysis adopted in the study revealed that there are 521 contributing scholars to the 274 publications on OCM but only the first five were selected based on certain criteria, the most important of which are the largest number of publications, the highest citation rates and Total link of strength. Based on the last-mentioned criteria threshold 1 was used as a minimum number of documents for an author in Vos viewer. According to the number of publications and citations, the results were as follows:

The author Robert A Baron ranks first with 4 publications and 262 citations, followed by the author M. Azfalure Rahim with 3 publications. Despite this, he is ahead of the author Robert A Baron, with 486 citations, which makes him have the highest citation rate among all authors. These first ranks are followed by a group of authors who contributed the same number of publications on OMC, which amounted to 3 publications for each scholar (Louis R. Pondy, Sai On Cheung, Ariel C. Avgar). However, the difference was clear between these three researchers in terms of the number of citations. Sai On Cheung ranked first among the last three scholars with 156 citations. Thus, Louis R. Pondy got 119 citations. While the lowest number of citations was for Ariel C. Avgar with 36 citations.

Concerning the total link strength. The table shows that the greatest link strength was for the researcher M. Azfalure Rahim with 10 cooperation with other authors. Next, Sai On Cheung had 8 connections that confirm the existence of a close research link with scholars in the field of study. Professor scholar Ariel C. Avgar did not have a strong research relationship compared to other researchers, as he only had 4 cooperative relationships. Unlike other authors, Louis R. Pondy who is known for his achievements on the subject of conflict had no research jointly with any scholar. Each of the previous analyses brought to light some very fascinating results. Although, it also illustrated a campaign of findings not previously covered, including that the highest number of citations and publications belong mostly to original researchers and pioneers in the subject of conflict (old publications). In the second part, Figure 3 shows the author's co-citation network for 274 publications on OCM between 1974 and 2022 in the Scopus database to extract this map. The analysis relied on using a threshold of 10 as a lower limit of a

citation for an author, which corresponds to the appearance of 230 scholars.

Figure 03: Author co-citation map based on 274 publications on OCM between 1970 and 2022.



Source: Vos Viewer outputs

Co-citation analysis is a scientific mapping approach that assumes that publications that are often referenced together have a similar topic matter which provides for business researchers to locate the topic clusters (Donthu et al., 2021). The clustering method of VOSviewer was used to identify groups of terms that are relatively closely connected. These groups are represented by colors, and the strongest relationships between terms are also shown in the visualization by curving lines(Van Eck & Waltman, 2017). When looking at the map, we notice 5 basic classifications of nodes, which are blue, green, red, purple, and gold.

The scope of each cluster is determined according to the cited work that brings the authors together. At the outset, the green cluster is led by the author M. azfalure Rahim, showing a strong convergence between the vertices represented by each author, which reflects the existence of close research work, especially between Rahim M.A and Thomas K.W. The research work in this direction focuses largely on conflict as an organizational behavior within the workplace and methods of managing it through specific strategies taking into consideration leadership as a main element. On the flip side, interesting research was found in cluster red as it examines a broad field of research that touches on dispute detection within employing organizations and negotiation methods. The cluster is led by the scholar Jehn, Karen. Along with authors known for their research studies such as Louis R. Pondy and Kathleen M Eisenhardt. The subfield supported by blue clusters looks at conflict resolution in ways that create creativity from its outputs. These scholarly works were dominated by the research of De Dreu, Carsten K.W, and Dean

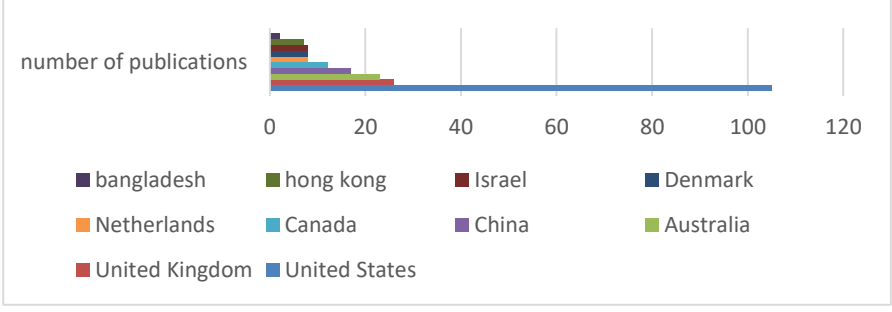
G. Pruitt. Hence, the purple cluster, which contains fewer bubbles and weak curved lines compared to the other groups focuses on research work related to conflict styles and how it can be constructively managed. Moving to the last cluster, the extended golden edges and the volume of the nodes indicate a weak relation between authors. The scholars in this cluster are concerned with organizational performance in the presence of variables such as organizational conflict and conflict of tasks including Lisa B Bingham and Jay Greenberg.

Through previous analyzes, the network shows the presence of some convergence of lines between the clusters through the nodes represented by some researchers. For example, the author M. azfalure Rahim has extended links with all the other clusters, and this is due to the high citation and the strong scholarly connection that the publications of this author have, which were confirmed in the first research.

c- Producing countries and their collaboration network:

This sub-question aimed to find out which countries contributed the most to the production of 274 publications during the past 52 years in the field of organizational conflict and its management. The following figure shows the ten countries that contribute most to the conflict literature according to the Scopus database. The results of the analysis showed many countries that had a role in production, but only the top ten most contributing countries, which correspond to the fact that they have cooperative relations with other countries were selected.

Figure04: The Top ten countries producing the 274 publications in the field of organizational conflict managementbetween 1970 and 2022.

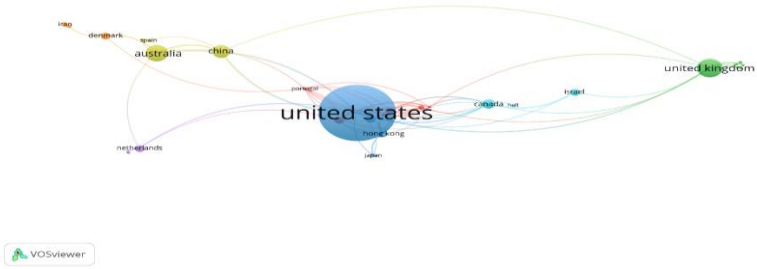


Source: Vos Viewer outputs

This part of the analysis was mainly based on the number of publications for each country. The United States comes at the front of the countries that contribute the most to the production of organizational conflict management publications, with a contribution of 38.48% which is equal to the production of 105 publications. In second place comes the United Kingdom which contributed to the production of 26 publications with a percentage of 9.48%. Australia is included in the following rank with a contribution rate estimated at 23 publications, which is approximately 8.39%. Thereafter the publication production decrease depending on the contributing countries where the highest percentages do not exceed 6% such as China, Canada, Netherlands, and Denmark. The lowest contribution among The Top ten countries producing 274 publications was that of Bangladesh with only 2 publications.

To support and complete the objectives of the sub-question asked about the intellectual contributions of each country, the researchers reviewed the existing collaborations between the previous countries using Vos Viewer, which appears clearly in Figure 6.

Figure05: country collaboration network based on 274 publications between 1970 and 2022.



Source: Vos Viewer outputs

This figure shows numerous countries that have cooperative relations, which were among the most productive countries for 274 publications between 1974 and 2022, taking into account the strength link for each country. It should be noted that a threshold of 1 was applied as the minimum number of publications for each country. The conducted analysis indicates that the United States has the largest number of cooperatives, so the network shows that it cooperates with 9 different countries reaching the highest link strength of 3693. Furthermore, the United Kingdom has cooperative

relations that extend to more than 10 countries. Australia and Canada cooperate with 6 countries, all of which share contacts with the United States. With regard to the total link strength, these countries are among the first four countries in the strength of cooperation (United states=34, Canada=18, Australia=13, United Kingdom=13). Moreover, Hong Kong and Bangladesh have links with 5 countries. Looking again at the country collaboration network, the researchers noticed that other countries have weaker cooperative relations, including China, which cooperates with only 4 countries with a link strength of 10. Despite that, it cooperates with the most productive country with 274 publications. Consecutively with the network, Netherlands, Denmark, and Israel have only 3 cooperatives with a weak link strength compared to other countries. What has drawn the attention of researchers is that Sweden is the only European country that has only one connection with Iran.

The findings of the research based on the previously given illustrations indicate the existence of an almost total dominance of the Anglo-Saxon countries in contributing to the production of 274 research papers related to managing organizational conflict between 1974 and 2022 which also happens to have the highest number of cooperations and connections with other countries. Some studies confirmed that developed countries, especially European and North American countries, support investment in research and development and focus on research productivity. Honorable Eastern European countries, Asia and Latin America followed the same path to achieve economic development by designing development programs, unlike African countries that were somewhat backward (Diop & Asongu, 2022), We also learned from a survey of the body of literature that Western Europe has been the location of the majority of cross-cultural research of conflict management styles (Ristic, Ljepava, & Milla, 2020).

d- Contributing journals:

The last sub-question aims to identify the first ten journals that had the greatest contribution in publishing 274 publications on OCM from 1970 to 2022 in the Scopus database. As seen from the results, the table contains journal metrics that characterize each journal according to the total number of publications, the total number of

citations, and the ranking provided by the Scopus database and Sc imago website.

Table03: Top journals which published the 284 documents from 1970 to 2022**.**

NO	Journal Name	TP	TC	CCP	Cite score[1]	SJR[2]
1	InternationalJournal ofConflict Management	37	1713	46	3.2	0.547 Q2
2	Journal of Organizational Behavior	5	328	65	11.6	3.88 Q1
3	Human Relations	5	258	51	8.5	2.901 Q1
4	Journal of Business and Industrial Marketing	5	195	39	4.8	0.782 Q1
5	Management Communication Quarterly	5	98	19	3.4	0.972 Q1
6	Negotiation and Conflict Management Research	5	56	11	2.4	0.426 Q2
7	Journal of Organizational Change Management	4	286	71	3.4	0.505 Q2
7	International Journal of Project Management	4	202	50	14.0	2.495 Q1
9	Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal	4	40	10	1.9	0.472 Q2
10	Accounting, Organizations and Society	3	260	86	6.4	2.204 Q1

Note:
-TP: Total publication
-TC: Total citation
-CCP: citation per publication
[1]: figure for 2022 provided by Scopus
-[2]: figure for 2022 provided by Sc imago journal rank

Source: Vos Viewer outputs.

When examining the table, what is most important and interesting is that all the journals are located within the first and second quarters in the Sc imago journal rank, and this indicates that the first ten journals are among high-impact journals. Upon observation, the conflict magazine had the largest volume of publications, reaching 37 publications out of the total number of publications, and the highest number of citations, set at 1713 citations, which makes it rank first among other journals. followed by the Journal of

Organizational Behavior with 5 publications and 328 citations in the second rank. As for the other journals, they contributed almost the same number of publications, with 4/5 publications for each journal, but they differed in terms of the number of citations, which gave them the advantage of progress over other journals, including the Journal of Organizational Change Management, in which the number of citations reached 526. Among the top ten journals that published 274 publications, Accounting, Organizations, and Society journals ranked last with only 3 publications and 260 citations. For the Cites Score value, the ranking of journals differed compared to other metrics. Consequently, the International Journal of Project Management ranked first among other journals, along with the Journal of Organizational Behavior with a rate of 11 in second place, while the score of other magazines did not exceed 10. To conclude the analysis of the results shown in the table, it is possible to say that most researchers in conflict literature tend to publish their research papers in specialized journals in this field.

4.Conclusion:

In general, the subject of organizational conflict management is considered one of the most prominent scientific additions to the management literature. In particular, this academic study greatly serves the community of researchers and their future work, which provides a comprehensive view of the various theoretical and applied aspects. Dealing with this scientific research produced some interesting discoveries, including that the largest volume of publications on OCM was in 2019, while the highest citation rate was for an article belonging to the author Dieter Zapf in 1999 with 427 citations**.** In succession with the extracted results, the most contributing researchers to the OCM subject were both Robert A Baron and the scholar M. Azfalure Rahim, with high citation rates indicating the quality of their research papers. To determine the topics addressed by 274 publications, five teams known as clusters were identified, and each cluster deals with a different and specific aspect of scientific research related to the topic, which also indicated the presence of researchers who had strong collaborative relationships with other researchers, while the countries that produced the most of the 274 research papers were countries that share the Anglo-Saxon culture. The findings of the research also showed the first ten journals that contributed significantly to the

publication of research papers, which specialized in the subject of organizational conflict itself. The current research helped in revealing some scientific facts and practical values. Also consistent with its way of addressing the research problem, it facilitated some of the data needed by researchers in the future, but it also opened new research problems known as research limitations.

4.1 Limitations:

The existence of the element of idealism in research is almost impossible, so any research cannot be devoid of some defects, as this research encounters a set of limitations. Primely, the bibliometric study is a challenge in itself and cannot replace the appropriate statistical methods of measurement. Secondly, despite the large area covered by the Scopus database, it cannot be assumed that all publications on OCM were included in the analysis. Thirdly, the restrictions imposed by the English language in the selection of data can affect the missing of some publications that are closely related to the topic. The aforementioned restrictions encourage doing some future research, the most important of which is the use of another database, such as Google Scholar and the Web of science, and expanding the field of study by removing some of the restrictions imposed such as language.

5.Bibliography List:

a. Aftab, A., Cheema, I. U., & Butt, M. M. (2022). Conflict Management Styles, Organizational Citizenship Behaviour and Counterproductive Work Behaviour In Industry Workers. *Webology*, *19*, 1128-1143.
b. Agbakwuru, K. N., & Yusuf, J. (2021). Conflict management styles and organisational commitment amongst library staff in ABUAD. *Library Philosophy and Practice*, 1-15.
c. Afzalur Rahim, M. (2000). Empirical studies on managing conflict. *International Journal of conflict management*, *11*(1), 5-8.
d. Baas, J., Schotten, M., Plume, A., Côté, G., & Karimi, R. (2020). Scopus as a curated, high-quality bibliometric data source for academic research in quantitative science studies. *Quantitative science studies*, *1*(1), 377-386.
e. Binyanya, D. (2021). CONFLICT MANAGEMENT STYLES AND EMPLOYEE PERFORMANCE IN HOSPITALS. *European Journal of Conflict Management*, *2*(1), 60-95.
f. Cai, J., Cheng, J., Shi, H., & Feng, T. (2020). The impact of organisational conflict on green supplier integration: the

moderating role of governance mechanism. *International Journal of Logistics Research and Applications*, *25*(2), 143-160.

g. Burger, C. (2022). School bullying is not a conflict: the interplay between conflict management styles, bullying victimization and psychological school adjustment. *International journal of environmental research and public health*, *19*(18), 11809

h. De Dreu, C. K., & Gelfand, M. J. (2008). *The psychology of conflict and conflict management in organizations*. Lawrence Erlbaum Associates New York.

i. Diop, S., & Asongu, S. A. (2022). Research productivity: Trend and comparative analyses by regions and continents. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-19.

j. Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, *133*, 285-296.

k. Espinoza, J. A., O'Neill, T. A., & Donia, M. B. (2023). Big Five factor and facet personality determinants of conflict management styles. *Personality and Individual Differences*, *203*, 112029.

l. Farah, M. D., Çetinkaya, A. Ş., & Rashid, M. (2019). DO CONFLİCT TYPES DETERMİNE CONFLİCT MANAGEMENT STYLES? *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*, *9*(1).

m. Ghanem, A. (2021). Organizational Conflict and Job Burnout of Egyptian Hotels Employees. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, *20*(3), 117-129.

n. Ilgan, A. (2020). Examining Principals' Conflict Management Styles: A Study of Turkish Administrators. *Bulletin of Education and Research*, *42*(1), 1-16.

o. Joshi, A. (2016). Comparison between scopus & ISI web of science. *Journal Global Values*, *7*(1), 1-11.

p. KILINÇ, Ö. Ü. E., & DOĞAN, Ö. G. D. E. (2022). Organizational Conflict and Psychological Well-Being Relationship: The Moderating Effect of Workplace Ostracism. *Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences*, *24*(2).

q. Magula, M. W. (1977). *TOWARD A THEORY OF CONFLICT: PERCEPTIONS AND PREFERRED BEHAVIORS*. University of Washington.

r. Mazhar, F., & Iqbal, S. M. J. (2022). Ethnocentrism, Cultural Intelligence, and Conflict Management Styles: A Comparative Cross-Cultural Outlook of China and Pakistan. *Competitive Social Science Research Journal*, *3*(2), 267-299.

s. Meyer, S. (2004). Organizational response to conflict: Future conflict and work outcomes. *Social work research*, *28*(3), 183-190.

t. Pondy, L. R. (1967). Organizational conflict: Concepts and models. *Administrative science quarterly*, 296-320.
u. Qayyum, S., Younas, F., & Tariq, S. (2022). Construction and Validation of Organizational Conflict Types and Conflict Management Styles Inventories. *Pakistan Journal of Psychological Research*, *37*(4), 737-762.
v. Rahim. (1983). MEASUREMENT OF ORGANIZATIONAL CONFLICT*.
w. Rahim, A., & Bonoma, T. V. (1979). Managing organizational conflict: A model for diagnosis and intervention. *Psychological reports*, *44*(3_suppl), 1323-1344.
x. Ristic, M. R., Liepava, N., Qureshi, T. M., & Milla, A. C. (2020). A cross-cultural comparison of conflict management styles in multinational organisations: empirical evidence from Serbia. *JEEMS Journal of East European Management Studies*, *25*(3), 418-447.
y. S.L., T., A.A., A., A.M., A., S.V, B., R., B. B., R., S. M., & D., T. A. (2022). Conflict Management among Students in School. *Indian Journal of Social Sciences and Literature Studies*, *8*(1), 247-249.
z. Samanta, I., & Lamprakis, A. (2018). Leadership and organisational conflict management: a case study of the Greek public sector. *Int. J. Business Process Integration and Management*, *9*(1).
aa. .
bb. To, A. T., Tran, T. S., Nguyen, K. O., & Thai, K. P. (2021). Applying conflict management styles to resolve task conflict and enhance team innovation. *Emerging Science Journal*, *5*(5), 667-677.
cc. Van Eck, N., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *scientometrics*, *84*(2), 523-538.
dd. Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2017). Citation-based clustering of publications using CitNetExplorer and VOSviewer. *scientometrics*, *111*, 1053-1070.
ee. Zapf, D. (1999). Organisational, work group related and personal causes of mobbing/bullying at work. *International journal of manpower*.
ff. Zhang, X. a., Cao, Q., & Tjosvold, D. (2011). Linking transformational leadership and team performance: A conflict management approach. *Journal of Management Studies*, *48*(7), 1586-1611.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal forEconomic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
Volume:8/N°1 /April ,2024, PP 111-130

L'Algérie face au défi du développement économique : quelle leçon à titre de l'expérience Sud Coréenne ?

Algéria facing the challenge op economic development : what lesson from the South Korean exprence ?

***KEHRI Samir** **OUOTMANE Ahmed**
Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou- Algérie
Samir.kehri@ummto.dz Ahmed.ouotmane@ummto.dz

***Reçu le** :23/03/2024.* ***Accepté le :**28/04/2024* ***Publié le:**30/04/2024*

Résumé:
Ce présent travail engage une réflexion autour des éléments de performance historique de l'économie de la Corée du sud et des facteurs explicatifs, en comparaison avec la trajectoire de l'économie algérienne. Le but de l'étude est d'observer les lacunes et inerties de l'économie algérienne en matière de diversification de la production, de performances économiques, commerciales et industrielles, sous le prisme de la réussite du modèle économique coréen. Il nous semble qu'avec une approche dynamique et comparative, soutenue par des éléments statistiques et études pluridisciplinaires, nous parviendrons à soustraire quelques grandes lignes d'explication sur les contraintes plurielles et multiples qui entravent le décollage de l'économie algérienne et la diversification des exportations.
Mots clés : économie, institution, organisation, exportation, histoire.
Codes de classification JEL: /N1/15 ; O/O1/O2/O3/O4; P/P2/P3 ; Q/Q3/53.

Abstract :
This presentwork engages a reflectionaround the elements of historical performance of the economy of South Korea and the explanatoryfactors, in comparisonwith the trajectory of the Algerian economy. The purpose of the studyis to observe the shortcomings and inertia of the Algerian economy in terms of diversification of production, economic, commercial and industrial performance, under the prism of the success of the Koreaneconomic model. It seems to us thatwith a dynamic and comparative approach, supported by statisticalelements and multidisciplinarystudies, wewill manage to subtractsome main lines of explanation on the plural and multiple constraintswhichhinder the take-off of the Algerian economy and the diversification of exports.
Keywords: economy, institution, organization, export, history.JEL Classification : N/N1/15 ; O/O1/O2/O3/O4 ; P/P2/P3 ;Q/Q3/53.

* ***Auteur correspondant***

1. Introduction:

La diversification et la revitalisation de l'économie algérienne constituent des enjeux majeurs, suscitant un vif débat au sein de la communauté scientifique et des instances politiques. Cette problématique s'inscrit dans un contexte complexe où les défis structurels et les dynamiques socio-économiques influent sur les performances économiques du pays.

L'incapacité de l'Algérie à opérer une transition réussie vers une économie de production, en dépit de ses atouts potentiels, soulève des questions essentielles sur les origines de cette stagnation économique. Comment expliquer le maintien d'une économie largement tributaire des revenus pétroliers malgré les tentatives de diversification depuis les années 1970 ? Quels sont les facteurs institutionnels, politiques et organisationnels qui ont contribué à cette dépendance persistante et quels enseignements peut-on tirer des expériences comparées, notamment avec des économies ayant réussi leur diversification ?

Cet article vise à analyser les déterminants de la diversification économique en Algérie, en se penchant sur les facteurs historiques, institutionnels et organisationnels qui ont influencé la trajectoire économique du pays. En se basant sur une comparaison avec le cas de la Corée du Sud, où une transition réussie vers une économie de production a été observée, l'objectif est d'identifier les leçons à tirer et les pistes de réflexion pour orienter les politiques économiques en Algérie.

Nous partons de l'hypothèse que l'échec de la politique de diversification économique en Algérie est le résultat d'une convergence de facteurs institutionnels, politiques et organisationnels, qui ont entravé la transformation structurelle de l'économie. Nous supposons également que la comparaison avec le cas de la Corée du Sud permettra de mettre en lumière les différences clés dans les approches politiques et les dynamiques économiques, offrant ainsi des perspectives précieuses pour la formulation de nouvelles stratégies de développement en Algérie.

Les résultats de cette étude pourraient avoir des implications significatives pour les décideurs politiques, les acteurs économiques et les chercheurs intéressés par les questions de développement économique et de diversification. En mettant en évidence les obstacles et les opportunités liés à la transition vers une économie de

production en Algérie, cette recherche contribuera à éclairer les débats sur les politiques économiques et à orienter les efforts visant à promouvoir une croissance durable et inclusive.

Pour atteindre les objectifs de recherche, une approche multidisciplinaire sera adoptée, combinant des analyses économiques, politiques et institutionnelles. Une comparaison approfondie entre l'Algérie et la Corée du Sud sera effectuée, en examinant les politiques économiques, les structures institutionnelles et les dynamiques sociales propres à chaque pays. Des données statistiques ainsi que des études de cas seront utilisées pour étayer notre analyse et valider nos hypothèses de travail.

2. Expérience coréenne :

L'évolution économique et sociale coréenne est constructive et instructive. Depuis l'annexion du pays par le japon (1907), en passant par la guerre avec la république populaire démocratique de Corée (1950-1953) soutenue par la république populaire de chine et l'union soviétique, jusqu'à la crise financière asiatique (1997), la Corée du sud marque l'exemple d'un modèle économique vulnérable et résilient, tant sa structure et sa forme l'expose à une série de chocs exogènes et endogènes et sa résilience lui donne à chaque fois la possibilité de s'en sortir et de rebondir.

2.1.Situation économique coréenne avant le virageéconomique :

Dès 1907, le Japon, dans une politique d'annexion de la Corée, engage une colonisation caractérisée par une modernisation forcée et une répression politique sévère, entraînant le départ de millions de Coréens vers la Mandchourie.

La création de la Compagnie de développement oriental, de la Banque de Chosen et la délocalisation des zaibatsus témoignent de l'effort d'industrialisation orchestré par le Japon, renforcé par d'importants investissements dans les infrastructures et le développement des secteurs industriels tels que le coton, les engrais chimiques et les armes.

Cette industrialisation massive se traduit par une croissance exponentielle de l'emploi industriel, avec près de 1,5 million de travailleurs en 1945, contre seulement 50 000 en 1911. À la veille de la Seconde Guerre mondiale, la Corée contribuait significativement à la production industrielle japonaise, avec 20 % de cette production issue de ses usines. En parallèle, des investissements conséquents dans les services publics, notamment dans les chemins de fer et l'électricité, ont soutenu cette croissance industrielle, marquée par la

construction rapide de milliers de kilomètres de routes et de chemins de fer, ainsi que la création de la KoreaElectricityCompany en 1910 pour répondre aux besoins énergétiques du secteur.

Tableau 01 : niveau comparé d'industrialisation entre Corée du nord et Corée du sud (en % du total, en 1937).

	Corée du sud	Corée du nord
Total	40,6	59,4
dont: Industrie métallurgique	7,3	92,7
Industrie mécanique	69,4	30,6
Industrie chimique	14,3	85,7
industrie textile	76,8	23,2
industrie alimentaire	60,7	39,3
industrie minière	29,7	70,3
Autres industries de transformation	63,7	36,1

Source : Document interne de SAMSUNG,2021.

Après la reddition du Japon en septembre 1945, les États-Unis et l'Union soviétique se partagèrent l'occupation de la péninsule coréenne, avec au sud des forces américaines d'occupation et au nord des forces soviétiques d'occupation.

Les tensions idéologiques entre le nord et le sud, alimenté à la base par l'opposition entre le capitalisme américain et le communisme soviétique, mute très vite en un conflit militaire entre la république de Corée (Corée du sud) soutenue par les nations unies et la république populaire démocratique de Corée appuyée par la chine et l'union soviétique.

Le coût du conflit fut estimé pour les seuls États-Unis à environ 50 milliards de dollars de l'époque soit environ 215 milliards de dollars valeur 2010.Les dommages humaines sont très élevés : 150 000 morts, 250 000 blessés, 3 millions de disparus pour la seule Corée du Sud ; pour ce qui est de la Corée du Nord, les estimations vont jusqu'à un million de morts. La plupart des villes du sud sont détruites, dont plus de 50 % du potentiel industriel est ruiné. Le capital productif accumulé dans l'industrie textile et l'imprimerie est le plus affecté avec respectivement un taux de destruction supérieur à 65%.

Tableau 02 : Taux de destruction du capital productif selon les différentes branches industrielles (en % du total)

Secteurs	Pourcentage
industrie métallurgique	26
Industrie mécanique	32
Industrie Chimique	24
Industrie textile	67
Industrie Céramique	20
Industrie alimentaire	30
Imprimerie	75

Source : Document interne de SAMSUNG,2021.

Ce lourd préjudice économique et humain a retardé le redécollage de l'économie de la république coréenne, qui pourtant s'est lancée dans la reconstruction aussitôt après l'amnistie de juillet 1953.

La phase de reconstruction se conjugue avec l'apport financier de la communauté internationale dont particulièrement l'aide américaine qui représente 8 % du PNB, 64 % des investissements et 70 % des importations américaines. Ceci-dit, la persistance de l'inflation et de la spéculation s'accompagne d'une aggravation du déficit tant commercial que budgétaire.La fragilité de la situation économique précipite néanmoins le pays dans une importante crise politique et sociale, soldée en 1961 par un coup d'État militaire orchestrée par le général Park Chung-Hee. Et à partir de là commence l'ère de la nouvelle Corée.

2.2. Rétrospectives analytiques de la performance économique Coréenne :

Le décollage effectif de l'économie de la Corée du Sud remonte au début des années 1960. Au cours de la première décennie qui a suivit le coup d'Etat, la Corée du sud connait d'importantes transformations institutionnelles, dont l'objectif essentiel est de servir la promotion de la production nationale et le développement des exportations, particulièrement dans le domaine industriel.

a. La Corée du sud, une croissance stable et peu volatile… (1961-2021) :

À partir des années 1960, la Corée du Sud entreprend un vaste programme de redressement et de restructuration économique, marqué par l'adoption de mesures juridiques et institutionnelles visant à stimuler une nouvelle dynamique économique. Ces initiatives comprennent l'adoption de la loi anti-corruption en 1961, la création de l'Association des Entrepreneurs Coréens en 1961, le lancement du projet de complexe sidérurgique à Ulsan en 1962, et le

rétablissement des relations diplomatiques avec le Japon en 1966. Ces efforts portent rapidement leurs fruits, avec une croissance économique soutenue affichant une moyenne supérieure à 9% entre 1961 et 1970. Cette période voit l'émergence de nouvelles industries et entreprises, telles que le District industriel électronique de Kumi, l'extension du complexe pétrochimique d'Ulsan, Hyundai Automobile Company, Pohang Iron and SteelCompany (POSCO), et Hyundai ShipbuildingCompany.

Cependant, à partir des années 1980, des facteurs tant exogènes qu'endogènes freinent le processus de reconstruction économique. L'augmentation des prix du pétrole sur le marché mondial, le revirement de la politique monétaire américaine et l'arrivée sur le marché des produits des pays asiatiques émergents entraînent des tensions inflationnistes et une perte de compétitivité pour l'économie sud-coréenne. Malgré cette crise, l'économie sud-coréenne fait preuve d'une résilience remarquable, enregistrant une contraction temporaire suivie d'une reprise rapide grâce à des politiques de promotion des exportations et une orientation vers les nouvelles technologies.

Bien que la croissance économique de la Corée du Sud ait connu un ralentissement au cours des vingt dernières années, son modèle économique repose sur une croissance stable et faiblement volatile à long terme. Les périodes de croissance économique supérieure ou inférieure à la moyenne sont généralement attribuables à des chocs exogènes tels que des crises mondiales ou des chocs pétroliers.

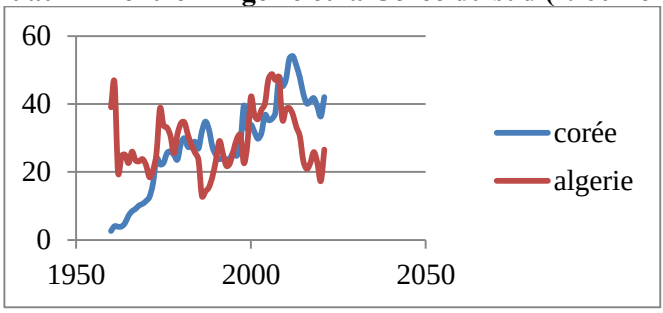
b. En plus d'une croissance stable et peu volatile, le modèle économique coréen s'appuie sur une économie diversifiée et exportatrice :

Le modèle économique de la Corée du Sud peut être retracé à travers trois grandes périodes : une première phase de substitution aux importations entre 1950 et 1960, suivie d'une seconde phase de promotion des exportations entre 1961 et 1973, et enfin une dernière phase d'investissement dans l'industrie lourde de 1973 à 1980. L'aide pour le développement économique attribuée par les États-Unis pendant la guerre froide a joué un rôle crucial dans le redressement économique de la Corée du Sud après la guerre de sécession, renforcée par la normalisation des relations nippo-sud-coréennes et l'aide financière et technologique des États-Unis en raison d'un engagement idéologique anti-communiste sans réserve. Parallèlement, des politiques économiques volontaristes ont été

mises en œuvre, faisant de l'État coréen un État stratège, favorisant les nouvelles technologies et s'appuyant sur des institutions publiques telles que le Bureau de Planification économique et le Korea Advanced Institute of Science and Technology (KAIST).

L'une des caractéristiques marquantes du modèle économique sud-coréen est l'étroite collaboration entre le monde politique, institutionnel et entrepreneurial. Les gouvernements successifs ont mis en place des mesures telles que le crédit dirigé vers certaines industries spécifiques et des restrictions aux importations, favorisant ainsi l'essor de secteurs clés comme l'industrie lourde dans les années 1970 et les technologies de l'information et de la communication à partir des années 1980.

Figure 01 : comparaison de l'évolution de la part des exportations par rapport au PIB entre l'Algérie et la Corée du sud (1960-2021).



Source : construction personnelle à partir des données de la banque mondiale,2021.

À partir des données de la Banque mondiale, on constate que la Corée du Sud a exporté pour plus de 470 milliards de dollars de produits manufacturés en 2015, représentant ainsi 89,36% du total des exportations. Ces exportations sont largement diversifiées, avec plus de 50% étant des machineries et équipements de transport, près de 21% des équipements de bureau et de télécommunication, et 10% des circuits intégrés et composantes électroniques.

Cette structure du commerce extérieur de la Corée du Sud révèle une économie principalement industrielle, axée sur les activités de transformation et de fabrication. Au fil du temps, l'agrégation des décisions politiques, institutionnelles et entrepreneuriales a contribué à transformer la structure économique du pays, le faisant passer d'une économie primaire à une économie secondaire. Cependant, au fil des décennies, l'industrialisation massive du pays s'est accompagnée d'un déclin significatif du secteur agricole, dont la part dans la valeur ajoutée est tombée à près de 2% en 2021. En revanche, les services ont gagné en importance,

représentant environ 60% du PIB en 2021, en raison de la demande croissante de services tels que le conseil, l'éducation, la santé, le commerce et le transport, alimentée par l'amélioration des conditions de vie de la population sud-coréenne (cf. Tableau 03).

Tableau 03 : Répartition de la valeur ajoutée suivant le secteur d'activité (en % du PIB)

année	industrie	agriculture	service	fabrication
1970	24	26,48	40	17,65
1980	32	14,26	42,8	21,98
1990	36	7,6	46,4	25,09
200	34	3,85	51,6	26,44
2010	34,7	2,14	54,6	27,43
2021	32	1,79	56,9	25,46

Source : construction personnelle à partir des données de la banque mondiale,2021.

Malgré ses succès économiques et industriels, le modèle économique coréen est confronté à des défis majeurs, notamment sa dépendance aux importations d'énergie et les problèmes de pollution. Pour répondre à ces enjeux, le pays s'engage résolument vers une croissance verte, avec plusieurs initiatives en cours. Dans le domaine des énergies renouvelables, la Corée du Sud vise à produire 20% de son électricité à partir de sources renouvelables d'ici 2030, en investissant dans des projets éoliens, solaires et hydroélectriques. Elle encourage également l'adoption de véhicules électriques et investit dans les infrastructures de recharge pour réduire les émissions de gaz à effet de serre dans le secteur des transports.

3. Méthodes et matériaux d'analyse :

Cette étude sollicite une approche dynamique comparative. Le choix de l'économie de la Corée du sud comme point de référence n'est pas arbitraire. Ce choix est dicté par des données historiques et statistiques démontrant quelques ressemblances factuelles et formelles entre l'économie coréenne et l'économie algérienne à une certaine période de l'histoire, particulièrement durant les années 1960 où les deux pays héritent d'une économie ravagée par la guerre, autosuffisante et basée presque sur le seul secteur agricole, et marqué par l'histoire de l'économie coloniale. Cependant, les deux économies connaissent par la suite des trajectoires différentes, avec des niveaux de performances économiques, industrielles et commerciales asymétriques.

La finalité de cette étude est de parvenir à comprendre l'origine du mouvement contradictoire entre les deux économies. Au moment où

l'économie algérienne suscite des craintes et dégage des incertitudes, l'économie de la Corée de sud fait l'éloge d'un miracle asiatique parvenant à passer d'un pays sous-développé à l'un des pays les plus prospères et riches au monde. L'analyse graphique et statistique que nous utiliserons tout au long du travail nous permettra de retracer, à partir de quelques variables (croissance, exportations…) la trajectoire des deux économies. Dans le but de synthétiser les séries étudiées au moyen d'un petit nombre de valeurs caractéristiques et évaluer leur degré de dispersion, nous procéderons au calcul de quelques indicateurs de statistique descriptive (écart type et moyenne arithmétique).

Dans le souci d'une cohérence méthodologique et d'un rapprochement des méthodes de calcul des indicateurs sélectionnés, nous avons décidé de travailler essentiellement à partir de la base des données de la banque mondiale. De cette base, nous avons soustrait quelques indicateurs de performances économiques, commerciales et industrielles relatifs à chaque économie. L'indicateur relatif à la croissance du produit intérieur brut donne apriori une idée générale sur les performances de des politiques économiques de chaque pays. Le rapport des exportations au produit intérieurs brut traduit le niveau dépendance des économies par rapport au commerce international et à l'économie mondiale. L'évolution de la répartition du produit intérieur brut et des exportations par secteur d'activité donne des indications sur la nature de chaque économie, sur sa structure et le degré de diversification des sources de revenu, et sur la capacité de résilience de chacune d'elle.

Cette étude comparative sera d'avantage élucidée par des calculs arithmétiques sur des indicateurs de statistique descriptive. Le calcul de la variance et de l'écart type de croissance économique fera apparaitre le niveau de dispersion historique de la croissance réelle du PIB. Ces indicateurs évaluent avant tout chose le degré de volatilité et de stabilité de la croissance économique dans chaque pays. Le calcul de la moyenne arithmétique est ainsi indispensable à l'identification et la compréhension des périodes de récession ou de crise durant lesquelles la croissance du PIB s'échappe du niveau moyen. Il faut rappeler dans ce cas que plus l'écart type est élevé, plus la croissance économique du pays est volatile et instable, et à partir de là il faudrait en déduire que les facteurs de croissance sont de surcroit fluctuants et instables.

Porté par des impératifs empiriques et explicatifs, ce travail cherche à comprendre les raisons de l'échec des politiques de diversification et de relance de l'économie algérienne en dépit de l'abondance du facteur travail et capital. La référence à l'expérience coréenne c'est par conséquent dans l'espoir de synthétiser les facteurs de réussite d'une expérience empirique étrangère dont l'économie algérienne pourrait s'inspirer. L'intégration du facteur institutionnel et organisationnel dans l'analyse conteste cependant les arguments de la théorie néoclassique, laquelle dans sa démarche anhistorique et asocial se trouve sur le plan conceptuel et théorique désarmé face à des expériences atypiques dans leur trajectoire et évolution.

4. Résultats d'étude sur l'expérience algérienne:

Tout comme par rapport à l'expérience coréenne, le processus de développement économique et social algérien est passé par plusieurs périodes et phases, allant de l'économie coloniale à l'économie planifie et centralisée des années postindépendance jusqu'à l'économie de marché depuis la fin des années 1980. Au-delà des mutations institutionnelles et formelles, l'économie algérienne se reproduit grâce à l'exportation des énergies fossiles. Ces ressources représentent à elles seules plus de 95% des exportations globales du pays depuis les années 1970. Cette ultra dépendance vis-à-vis du secteur des hydrocarbures nourrit une fragilité économique qui s'exprime avec les fluctuations des prix de pétrole sur le marché mondial. Il est cependant indispensable de rappeler que l'Algérie et la Corée du sud sont partis presque des mêmes conditions financières et économiques durant les années 1960. Les deux économies connaissent par la suite des trajectoires différentes

Ainsi, dans ce point, nous tenterons d'examiner la structure et nature de l'économie algérienne, et les différentes phases de son évolution, en se basant sur une analyse structurelle remontant jusqu'aux années de l'indépendance. Mais avant cela, nous passerons d'abord par une petite rétrospective sur les caractéristiques générales de l'économie avant et durant la période coloniale de sorte à répertorier en comparaison toujours avec le sucée économique coréen les facteurs à l'origine de l'inertie économique en Algérie, et de la structure du produit intérieur brut et des exportations.

4.1.L'économie algérienne avant l'indépendance :

De nombreuses perceptions considèrent l'économie algérienne comme étant inexistante ou très primitive avant la colonisation française. Cette vision attribue souvent à l'administration française le

mérite d'avoir organisé l'économie algérienne et introduit des éléments de modernité tels que les chemins de fer, les ports et les aéroports, ainsi que des investissements massifs dans les infrastructures publiques. Pourtant, malgré le manque de statistiques et de recherches scientifiques approfondies sur cette période, des réflexions en histoire économique suggèrent que des formes de proto-industrie existaient déjà dans plusieurs régions de l'Empire ottoman avant la révolution industrielle. Selonl'Algérie était intégrée à un vaste ensemble économique et entretenait des liens commerciaux avec l'Afrique subsaharienne par le biais de routes commerciales.

Cependant, le passage de l'Algérie sous la domination française en 1830 a entraîné un processus de désindustrialisation au XIXe siècle. La concurrence des produits importés de la métropole ainsi que l'idéologie industrialiste et moderniste du cadre colonial ont contribué à la disparition progressive des proto-industries algériennes.

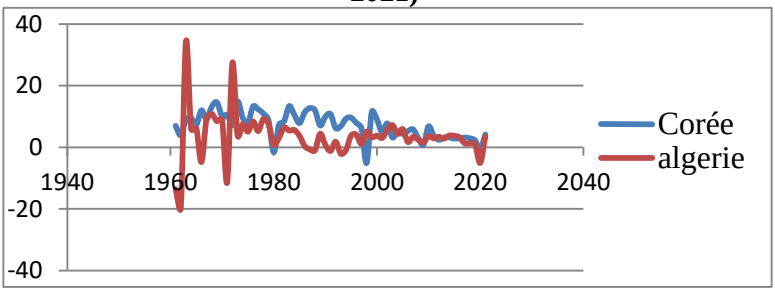
Malgré quelques tentatives d'industrialisation, telles que le "Programme général d'industrialisation rationnelle de l'Algérie" mis en place en 1941, les liens entre l'Algérie et la métropole ont été interrompus dès 1942, limitant ainsi les efforts de développement industriel. Ce n'est qu'au milieu des années 1950, avec le plan de Constantine de 1957, que de nouvelles tentatives d'industrialisation ont émergé, dans le but de contrer les mouvements de résistance et de rébellion des populations autochtones. Cependant, ces efforts se sont principalement concentrés sur le social et les infrastructures, avec des réalisations plus significatives dans ces domaines que dans l'industrie proprement dite.

4.2.L'Algérie postindépendance, une croissance volatile, instable, fragile et molle :

Dés le début des années 1960, l'Algérie subit une période de flottement économique marquée par plusieurs années de croissance négative. Le produit intérieur brut se contractant de plus de 30% au cours des deux premières années (cf. graphe 01). Les raisons de cette récession sont multiples : instabilité politique accentuée avec la création de l'organisation armée secrète, incertitude sur la pérennité de l'ordre colonial, baisse des récoltes agricoles, interruption du processus d'industrialisation.Globalement, l'analyse graphique montre une évolution structurelle de la croissance économique passant par trois grandes périodes :

- Une première période dite d'expansion (1963-1985) : elle est marquée par une croissance positive moyenne de plus 7%. Cette période coïncide avec le boom pétrolier des années 1970 et 1980. Les investissements consentis dans le cadre de l'industrialisation massif du pays, ont certes enclenché une dynamique économique positive, mais les entreprises publiques à l'origine du processus étaient presque toutes déficitaires laissant leur longévité et reproduction dépendre des revenus pétroliers ;
- Une seconde période dite de contraction ou de crise (1986-1994): cette période renvoi aux années qui ont suivit la chute des prix de pétrole en 1986. Cette chute entraine l'économie algérienne dans d'importantes difficultés financières, avec une crise d'endettement et de liquidité aigue ;
- Une troisième période dite de reprise (1995-2021) : cette période débute avec des politiques d'ajustement structurel et se poursuit sous la période du choc pétrolier (2013-2012) et même après le revirement des marchés pétroliers en 2014.

Figure 02 : croissance de la Corée du sud et de l'Algérie (1960-2021)



Source : construction personnelle à partir des données de la banque mondiale, 2021.

De cette lecture graphique, on observe déjà que la croissance économique affiche sur une très longue période une volatilité intrinsèque. Les calculs faits sur la base des données de la banque mondiale ressortent sur un écart type de croissance de plus de 7% entre 1960 et 2021, soit presque le double de l'écart type de croissance de l'économie de la Corée du sud (cf. tableau 04).

La dispersion élevée de la série des performances économiques s'explique par le fait qu'elle dépend d'un facteur exogène sur lequel les agents économiques et institutions n'ont aucune emprise. Ce facteur est le prix du pétrole. On observe que la croissance économique s'éloigne négativement de la moyenne arithmétique pendant les périodes de baisse des prix de pétrole comme ce fut le

cas durant la fin des années 1980 et début des années 1990. Il est à noter que l'industrie des hydrocarbures a joué un rôle fondamental dans la sortie de la crise durant la deuxième moitié des années 1990.

Tableau 04 : indicateurs de dispersion de la croissance économique (1960-2021)

	Corée du sud	Algérie
Ecart type	4,16	7,27
variance	17,34	52,96
moyenne arithmétique	7,18	3,54

Source :construction personnelle à partir des données de l'ONS et de la banque mondiale, 2021.

Cependant, la croissance économique n'est que faiblement impacté par le contre choc pétrolier de 2014. Elle reste positive avec une moyenne supérieure à 2% jusqu'en 2021 malgré les déséquilibres courants et budgétaires qui subsistent pendant plusieurs années. Cela s'explique par la résilience conjoncturelle accumulée par l'économie nationale grâce à la rente gelée dans le fond de régulation des recettes et des réserves de changes. En fait, l'usage de cette rente dans le financement des déséquilibres (réserves de change pour couvrir les déficits de la balance des paiements, et fond de régulation des recettes pour les déficits budgétaires de l'Etat), diffère cette fois-ci dans le temps la détérioration des agrégats économiques, financiers et monétaires, comparativement à la crise des années 1986 où la baisse des prix de pétrole s'est fait immédiatement ressenti par la société.

En plus de cette volatilité, la croissance économique algérienne est insuffisante et molle, eu égard à d'autres pays et au volume des investissements consentis. D'après(Bouyacoub, 2012), l'Algérie a investit plus de 665 milliards de dollars entre 1970 et 2011, soit un une enveloppe financière supérieure à celle de la France (604.6 milliards de dollars), de la Tunisie (166.83 milliards de dollars), du Maroc (351.39 milliards de dollars), de l'Egypte (454.53 milliards de dollars) et un peu plus inferieurs aux volumes des investissements de l'Allemagne (676.42 milliards de dollars) pendant la même la période. Et pourtant, en termes de croissance économique, l'Algérie affiche les performances les plus bas. Ce décalage entre les investissements et le niveau de la croissance économique soulève apriori les limites de la théorie économique standard quand elle présuppose que le facteur capital financier et

travail constitue le moteur principal de la croissance économique. Cette théorie ignore que des résidus institutionnels et organisationnels peuvent entrainer des asymétries de conjoncture entre des économies partageant le même volume de facteurs de production.

4.3.Une économie peu diversifiée, et concentrée autour du secteur des hydrocarbures :

La gestion centralisée des revenus tirés des hydrocarbures a placé les conditions économiques sous une subordination politique. Une partie importante de cette rente était affectée au financement du secteur industriel, notamment les industries lourdes, dans l'espoir de stimuler l'ensemble de l'économie en raison de leur position stratégique dans la division du travail. L'autre partie était allouée aux services publics, rendus gratuits pour faciliter l'accès à toute la société.

Tableau: 03:Ventilation du PIB algérien par secteur d'activité (en %)

Année	1969	1975	1985	1995	2005	2015	2020
Agriculture	12,85	12,3	10,5	12,52	9,03	15,53	19,17
Commerce	21,28	15,1	16	18,07	10,38	18,13	14,66
Services	40	26,5	26,8	29,29	23,6	36,54	35,59
Industrie	13,8	8,71	11,7	8,16	4,09	4,48	5,02
Hydrocarbures	17,13	32,8	28,6	32,22	52,09	25,15	19

Source : construction personnelle à partir des données de l'ONS et de la banque mondiale, 2021.

Pendant cette période, l'économie algérienne a largement basculé vers le secteur des hydrocarbures, représentant plus de 32% du PIB en 1975, en raison de la croissance de la production et des exportations de pétrole et de gaz, ainsi que de l'explosion des prix du pétrole sur le marché mondial. Malgré les tentatives d'industrialisation pour diversifier l'économie, la quasi-totalité des exportations proviennent de ce secteur, avec des résultats mitigés dans les autres industries.

Cette pseudo-industrialisation a entraîné une concentration des richesses vers le secteur des hydrocarbures, au détriment des industries créatrices de valeur et d'emploi. Le concept du syndrome hollandais est utilisé pour expliquer cette transition vers une économie largement dépendante des hydrocarbures, avec un recul des autres secteurs. Malgré les politiques de contrôle des prix et du change, l'économie algérienne reste exposée aux fluctuations des prix mondiaux du pétrole, ce qui limite les avantages des politiques d'ouverture commerciale.

Cependant, le régime de croissance rentier basé sur les hydrocarbures montre des signes de maturité, avec une baisse de la production énergétique et une augmentation de la demande intérieure. Les défis économiques et sociaux augmentent, avec une croissance asymétrique de la demande sociale et des revenus rentiers. Il devient crucial pour l'Algérie de diversifier ses sources de revenus pour assurer sa stabilité économique, surtout compte tenu des incertitudes quant à l'évolution future des prix du pétrole.

5. Discussion des résultats :

L'observation ainsi faite est que l'économie algérienne, contrairement à l'économie coréenne, repose sur une croissance beaucoup plus volatile et instable, mole et insuffisante, et comporte une structure économique et sectorielle peu diversifiée et essentiellement concentrée autour du secteur des hydrocarbures. Les explications de cette évolution divergent d'un économiste à un autre, d'une théorie à une autre, et d'une étude à une autre. Néanmoins, tout le monde s'accorde à penser que les prédictions de la théorie économique standard ne s'affirment pas en Algérie. Le facteur capital et travail n'est pas ce qui manque en Algérie. Pourtant, le pays n'a eu qu'une croissance extensive basée sur la croissance de la consommation nationale intérieure et de l'accumulation du capital, avec comme résultat structurel une économie symptomatique du syndrome hollandais et faiblement diversifié. Les explications du différentiel de développement des deux économies peuvent être plusieurs :

5.1. Rente :

Certains économistes, s'inspirant des théories de la malédiction pétrolière, expliquent le sous-développement des activités productives en Algérie, ainsi que la corruption et les failles institutionnelles, par la dépendance de l'économie aux hydrocarbures. Ils font référence au modèle du "Dutchdisease", qui montre comment l'abondance de devises provenant des exportations de pétrole peut entraîner une appréciation de la monnaie et nuire à la compétitivité des autres secteurs économiques.

5.2.Institution :

D'autres économistes refusent par contre d'attribuer le sous-développement économique en Algérie à la seule malédiction pétrolière, préférant souligner les origines institutionnelles et politiques de cette stagnation (Ouchichi, 2011). Ils proposent que la privatisation des ressources pétrolières pourraient potentiellement

stimuler l'économie en encourageant la valeur travail et en réduisant les pratiques de prédation associées à l'économie de la rente.

Cependant, ces propositions rencontrent des résistances politiques et sociales. Certains continuent de croire que les revenus pétroliers pourraient financer une économie diversifiée, à condition d'améliorer le système institutionnel et politique. En effet, des indices internationaux mettent en évidence les lacunes institutionnelles de l'Algérie, notamment en termes de perception de la corruption (IPC) et de développement humain (IDH) (Martinez, 2018). Bien que des efforts aient été déployés pour promouvoir l'inclusion politique et sociale, la généralisation de la corruption rend souvent les institutions inefficaces, renforçant les réseaux de relations au détriment de la gouvernance formelle (Boubekeur, 2017).

En revanche, des pays comme la Corée du Sud, dotés de solides institutions politiques et économiques, ont réussi à prospérer grâce à des politiques favorisant l'innovation et l'éducation, et bénéficiant d'une gouvernance transparente et efficace.

5.3. Corruption :

La corruption constitue un obstacle majeur au développement économique et social de l'Algérie, ayant des conséquences néfastes sur plusieurs aspects de la vie nationale.

Selon d'ailleurs une étude du Centre de recherche en économie appliquée pour le développement (CREAD), la corruption coûte environ 5% du PIB algérien chaque année, réduisant le taux de croissance économique annuel de 1,1 point de pourcentage en moyenne entre 2000 et 2016. De plus, elle entraîne une baisse de la confiance des citoyens dans les institutions et affecte la qualité des services publics. Ces constats sont confirmés par l'indice de perception de la corruption (IPC) de Transparency International, classant l'Algérie au 116e rang sur 180 pays en 2021, avec un score de 34 sur 100.

Néanmoins, la corruption ne se limite pas à un phénomène objectif, mais représente également une perception subjective répandue dans la société. Une étude de l'Association algérienne de lutte contre la corruption (AACC) révèle que 76% des Algériens considèrent la corruption comme un obstacle majeur au développement économique et social, avec 90% des personnes interrogées estimant qu'elle est pratiquée dans des secteurs clés tels que la santé, l'éducation et la justice.

Dans le secteur financier et bancaire, la corruption affecte l'efficacité du système, favorisant la préférence pour le financement sélectif d'entreprises publiques surendettées ou proches du régime politique, au détriment de projets innovants et prometteurs. Cela se traduit par une augmentation des prêts improductifs, dépassant les 29% en 2009 selon la Banque mondiale. En conséquence, les politiques économiques voient leur efficacité compromise, même en période de conjoncture pétrolière favorable.

En conclusion, la corruption entrave la croissance économique, affaiblit l'état de droit et entraîne une inefficacité généralisée dans l'administration et les institutions. Son éradication est donc cruciale pour permettre à l'Algérie de réaliser son plein potentiel économique et social.

5.4. Organisation :

Le rôle de l'organisation dans le succès ou l'échec des politiques de diversification économique en Algérie est souvent négligé, bien que crucial. En Corée du Sud, les entreprises partagent des caractéristiques organisationnelles telles qu'une hiérarchie rigide, une forte culture d'appartenance et un processus décisionnel basé sur le consensus. Des études telles que celles de(S.Lee, 2017),(H.Jung, 2018; S.Kim, 2020) ont montré que les entreprises avec une structure organisationnelle plate, une culture innovante et une gouvernance solide sont généralement plus performantes. Les entreprises sud-coréennes évoluent vers des systèmes de gestion plus souples et horizontaux, en réponse aux besoins économiques émergents, notamment dans des secteurs technologiquement avancés comme l'économie verte. Cette transition vers une organisation plus agile souligne l'importance d'adapter les structures organisationnelles pour stimuler l'innovation et la performance économique, une leçon que l'Algérie pourrait tirer pour favoriser sa propre diversification économique.

A contrario, en Algérie, les entreprises, en particulier les PME, sont en retard dans le développement des compétences organisationnelles. Elles adoptent souvent des structures hiérarchiques centrées sur le dirigeant ou la famille, privilégiant les relations personnelles et une prise de décision heuristique. Cette approche entrave l'efficacité économique, la diversification et les exportations. Les entreprises publiques, censées être des moteurs de croissance, souffrent également de problèmes organisationnels tels que la bureaucratie, le manque de transparence et les pratiques de gestion défaillantes. Ces

défis ont contribué à l'échec de la politique d'industrialisation, en plus des problèmes politiques et institutionnels.

5.5. Histoire :

La recherche scientifique sur l'Algérie semble parfois négliger le facteur organisationnel, souvent éclipsé par la théorie de l'état rentier. Cependant, une approche historique plus approfondie pourrait révéler des éléments sociologiques et anthropologiques expliquant certains comportements économiques.

En Corée du Sud, malgré les abus de la période coloniale japonaise, les investissements massifs dans l'infrastructure et l'industrie ont jeté les bases de son développement économique. Les efforts postérieurs en éducation, recherche et développement ont également joué un rôle crucial(H.Jung, 2018; S.Kim, 2020; S.Lee, 2017).

En revanche, la colonisation française en Algérie a principalement favorisé l'agriculture au détriment de l'industrie, dans le but de servir les intérêts économiques de la métropole(Talahite, 2016). Ainsi, l'économie algérienne a continué de s'appuyer sur des secteurs historiques tels que l'agriculture, l'élevage et l'artisanat.

Par conséquent, l'Algérie a hérité de compétences dans l'extraction de minerais et l'exploitation du pétrole, mais n'a pas bénéficié d'un transfert de technologie dans le secteur industriel en raison de la politique agricole française(Talahite, 2016). Ces dynamiques historiques continuent de façonner l'économie algérienne aujourd'hui, soulignant l'importance de prendre en compte l'histoire longue pour comprendre les défis organisationnels actuels.

5.6. Technologie :

Le facteur technologique, organisationnel et institutionnel joue un rôle fondamental dans la dynamique économique des pays. En Corée du Sud, ce facteur a été mis en avant par le succès des entreprises telles que Samsung, SK Hynix, Hyundai et Kia, qui ont dominé des secteurs clés comme l'électronique grand public, les semi-conducteurs, l'automobile et l'énergie verte. Les entreprises ont su innover, investir massivement dans la recherche et le développement, et développer des compétences organisationnelles solides, ce qui les a propulsées au sommet du classement mondial (Statista, 2021; J.D. Power, 2020; IRENA, 2020; Bloomberg NEF, 2021).

L'écart entre la dynamique technologique et d'innovation en Corée du Sud et le retard persistant de l'Algérie met en lumière l'importance cruciale de ces facteurs dans la performance

économique des nations. Un investissement accru dans la recherche, le développement des compétences et l'amélioration des politiques institutionnelles pourrait contribuer à combler cet écart et à stimuler la croissance économique en Algérie.

6. Conclusion :

L'étude comparative entre l'économie de la Corée du Sud et les difficultés structurelles de l'économie algérienne met en lumière de multiples lacunes dans l'organisation économique de l'Algérie. Ces lacunes se manifestent à différents niveaux : organisationnel, institutionnel, technologique, politique, historique et sociologique. L'incapacité à opérer une transition d'une économie de rente vers une économie de production ne peut être attribuée uniquement aux actions institutionnelles et politiques de l'État, bien que ce dernier détienne le contrôle exclusif de la distribution des revenus rentiers. Les appels en faveur d'un changement institutionnel tendent souvent à négliger le comportement organisationnel des entreprises et à sous-estimer les réactions de la société face à une transition économique potentielle. De plus, l'influence de la corruption sur l'efficacité des institutions formelles est souvent minimisée, alors que son impact réel est significatif.

Il est ainsi crucial de reconnaître que la diversification économique est un processus complexe qui se déroule sur une période prolongée et implique la collaboration de divers acteurs ainsi que la convergence de multiples facteurs. L'expérience de la Corée du Sud peut servir de modèle inspirant pour l'Algérie, soulignant l'importance d'une approche holistique et coordonnée impliquant tous les acteurs concernés pour parvenir à une transition économique réussie.

7. Liste Bibliographique :

Benallou, H., &Benhamida, S. (2018). Analyse de la gouvernance des entreprises publiques en Algérie. Revue Gestion et Organisation, 10(4), 51-63.

Bendraoua, S, & Bouzid, A. (2015). Les déterminants de la performance financière des entreprises publiques en Algérie. Revue des sciences de gestion, 268(2), 91-99.

Boubekeur, A. (2017). Inclusion and Exclusion in Algeria: Addressing the Legitimacy Challenge. *The Journal of North African Studies, 22*(2), 282-297.

Bouchaour,Radia. A. Z. (2020). Analyse de la performance des PME algériennes : influence des facteurs organisationnels. . *Revue Gestion et Organisation, 12*, 57-70.

Boumaza, A., &Djeffal, A. (2019). Problèmes organisationnels et performances des entreprises publiques algériennes. Revue internationale de gestion et d'économie, 6(4), 121-134.

Bouyacoub, A. (2012). Croissance économique et développement 1962-2012: quel bilan? *Insaniyat/إنسانيات. Revue algérienne d'anthropologie et de sciences sociales*(57-58), 91-13.

Gacem, S. (2016). Les entreprises publiques en Algérie : entre pratiques de gestion défaillantes et enjeux de réforme. Revue internationale des sciences de gestion, 6(3), 107-121.

Jung,H, S. L. (2018). The Impact of Organizational Structure on the Performance of Korean Companies. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 4*, 1-19.

Martinez, L. (2018). Resilience and Fragility in Algeria: Confronting Uncertainty in a New Era," *Journal of North African Studies, 23*, 1-19.

Ouchichi, M. (2011). L'obstacle politique aux réformes économiques en Algérie. *Master's Thesis. Université Lyon, 2*.

Kim,S. Y. J. C. (2020). The Impact of Corporate Governance on the Performance of Korean Companies. *Sustainability, 12*, 1-16.

Lee,S. J. k. (2017). The Impact of Organizational Structure on the Performance of Korean Companies. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 3*, 1-14.

Talahite, F. (2016). Désindustrialisation et industrialisation en Algérie. Le rocher de Sisyphe. *Outre-Terre*(2), 130-151.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal forEconomic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
Volume:8/N°1 /April ,2024, PP 172_187

Analyse de la congruence événement-ville : le cas de la ville d'Oran et des Jeux méditerranéens de l'année 2022.

Analysis of Event-City Congruence: The Case of Oran City and the 2022 Mediterranean Games

[*] Yasmine Ait challal **Kamila Ait -yahia Ghidouche**
Laboratoire : Marketic EHEC, P.U Koléa, Algérie
Yasmine.aitchallal@gmail.com kaityahia@hotmail.com

Reçu le:*03/03/2024.* ***Accepté le:****21/04/2024.* ***Publié le:*** *30/04/2024*

Résumé :
Cette recherche examine la relation entre la congruence d'image évènement-ville, l'image et les intentions envers la destination et l'événement. Un questionnaire en ligne a été lancé avant le début de l'événement auprès de 620 Algériens vivant en dehors de la ville hôte (Oran). Les équations structurelles sont utilisées pour évaluer le modèle. Les résultats indiquent que la congruence a un impact sur l'image et toutes les intentions. L'image ; de nature cognitive et affective influence l'intention de revisiter, recommander la destination et d'assister à l'évènement.
Mots clés : événement sportif, congruence, image, intentions.

Abstract :
This research examines the relationship between event-city image congruence, destination image, and intentions towards both the destination and the event. An online questionnaire was launched prior to the event among 620 Algerians living outside the host city (Oran). Structural equation modeling was employed to assess the model. The findings suggest that congruence has an impact on both destination image and all intentions. Destination image, comprising cognitive and affective dimensions, influences the intention to revisit, recommend the destination, and attend the event

Key words : sport event, congruence, image, intentions

JEL classificationcodes : M310

[*] ***Auteur correspondant***

1. Introduction

L'organisation d'un événement sportif prend une place primordiale dans la sphère du marketing des villes pour faire face au contexte mouvementé et compétitif entre territoires. L'importance accordée aux évènements sportifs est due aux retombées positives qu'ils peuvent avoir sur la ville. Ils sont considérés non seulement comme des catalyseurs du développement économique et touristique, mais aussi comme un facteur essentiel d'interactivité sociale entre les habitants et les visiteurs (Séraphin et al., 2019). En effet, il convient de noter, qu'en plus de l'attrait des touristes, les évènements sportifs constituent, un espace d'expériences sociale pour les locaux qu'ils soient adultes ou enfants (Ait-Challal et al., 2023). Ils représentent également une grande opportunité pour développer l'image de la ville.

Cette étude s'inscrit autour de la rencontre d'un territoire : la ville d'Oran (Algérie) et d'un événement sportif : la dix-neuvième édition des Jeux Méditerranéens (2022). Pour répondre à cet objectif nous allons présenter, dans un premier temps, les concepts clés liés à la présente recherche. Dans une seconde étape, nous situerons le contexte de l'étude et la méthodologie choisie. Dans une dernière étape, nous discuterons les résultats auxquels nous sommes parvenues et les diverses implications qu'ils présentent.

2. Revue de littérature

2.1. La congruence d'image

La théorie de congruence a été étudiée initialement par la psychologie sociale qui explore comment la mémoire et l'attitude se forment chez l'individu. Les psychologues considèrent la mémoire comme un schéma complexe composé d'informations, de différents liens et d'associations complexes. Lorsqu'un individu reçoit une information, il a tendance inconsciemment à la classer et à l'associer aux informations pertinentes existantes, ce qui permet un traitement plus rapide des nouvelles informations. C'est en se basant sur ce principe que les chercheurs qui traitent de l'endossement par célébrités expliquent que pour une meilleure efficacité, une congruence entre l'image de l'endosseur et celle du produit est nécessaire.

La congruence a fait l'objet de travaux principalement dans le champ du sponsoring sportif, où l'on cherche à associer ou « co-brander » entre la marque du sponsor et l'événement. Pour qu'il y ait un transfert d'image positif d'une marque à une autre, celles-ci doivent être concordantes, en ayant certaines caractéristiques communes. Cette congruence va renforcer le processus de transfert d'image, améliorer l'attitude envers le sponsor et accroitre l'intention d'achat.

Nous partons de la définition principale de la congruence comme une variable cognitive qui renforce le processus de transfert d'image et la supposition que l'effet de l'événement sur l'image de la ville hôte dépend de la compatibilité (ou incompatibilité) avec l'événement (Xing & Chalip, 2006), pour poser notre hypothèse comme suit :

H.1: La congruence influence positivement l'image de la destination cognitive (H1a) et affective (H1a).

H.2 : La congruence a un effet sur l'intention de visiter la ville hôte de l'évènement (H.2a) et l'intention de la recommander (H.2b)

H.3 : La congruence a un effet sur l'intention de prendre part à la manifestation sportive (H.3a) et a en dire du bien (H.3b).

2.2. L'image de destination

La notion d'image de destination a été introduite dans l'industrie du tourisme dans les années soixante-dix. Depuis, avec la compétitivité croissante du secteur, elle est devenue d'une importance capitale et a fait l'objet de plusieurs recherches en raison de l'influence qu'elle peut avoir sur le choix de la destination en transformant les perceptions en comportements.

Bien que la conceptualisation de l'image de destination soit riche, il n'existe pas de consensus sur sa définition. Des recherches ultérieures ont définit la nature multidimensionnelle de l'image de destination, composée de composantes cognitives, affectives et conatives. L'ensemble des pensées et des croyances que l'individu se fait sur une destination revoie à l'image cognitive, quant à l'aspect affectif , il regroupe les émotions de l'individu envers la destination . La combinaison de ces deux composantes va se manifester en intentions comportementales et actions envers la destination qu'on appelle la dimension conative. Cette nature complexe et composite

est appelée par certains chercheurs l'image globale, autrement dit une vision holistique de la perception du touriste (Afshardoost & Eshaghi, 2020).

Dans la présente recherche, nous appréhendons l'image comme un construit bidimensionnel (cognitif et affectif). Cette approche s'inspire des méthodes de la psychologie sociale et correspond à la nature interdisciplinaire du secteur touristique. Selon des recherches récentes, elle se présente comme la plus appropriée pour une meilleure compréhension de la perception et perspective attitudinale d'une image de destination. Concernant l'aspect conatif du construit, partant du principe qu'il est analogue aux comportements et pour éviter la redondance, il sera appréhendé, dans cette recherche, par l'évaluation des intentions comportementales envers la destination.

2.3. Les intentions de comportement

L'intention de comportement représente un indicateur stratégique incontournable pour évaluer la performance d'une destination. De ce fait, son étude demeure un sujet d'intérêt dans le tourisme.

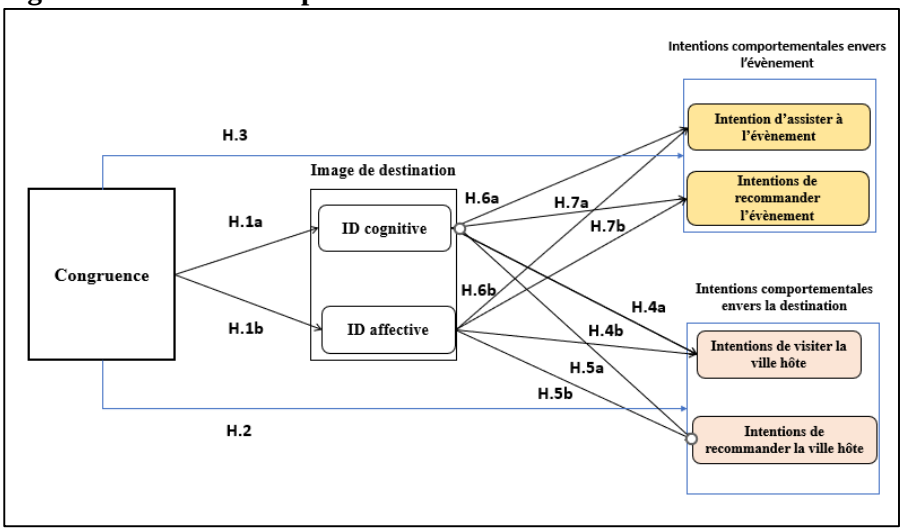
Dans la discipline du tourisme, elle fait référence à l'intention de visiter la destination, l'intention de la revisiter, et l'intention de la recommander. Les recherches antérieures soutiennent que l'image perçue d'une ville influence l'intention de revisiter et de recommander la destination à d'autres touristes potentiels. Pour Chen and Tsai (2007), l'image est le déterminant le plus important des intentions en comparaison avec la qualité du voyage et la satisfaction. Les auteurs ont indiqué à travers leur recherche que l'image cognitive a un effet direct sur les intentions de comportement. Dans le même ordre d'idées, Afshardoost & Eshaghi (2020) ont confirmé l'effet des deux dimensions de l'image sur l'intention de revisiter et recommander la destination.

Dans le contexte d'un événement sportif, les travaux de Kaplanidou & Vogt, (2007) ont démontré l'effet de l'image de destination sur l'intention de visiter la ville hôte de l'événement. Hallmann et al. (2015) ont validé l'impact de l'image cognitive et affective sur l'intention de revisiter la destination de sport d'hiver. Plus récemment, les résultats des travaux de Ladhari & Souiden (2020) ont confirmé l'effet de l'image perçue sur les intentions comportementales (que ce soit en ligne ou hors ligne). De plus, ils ont précisé les dimensions de l'image qui ont l'effet en question à

savoir la sécurité, la culture, la pratique, la nature et les valeurs. En se basant sur ce qui vient d'être présente et sur les voies de recherches recommandées dans les études antérieures, les hypothèses ci-dessous est suggérée :

H.4 : L'image cognitive (**H.4a**) et affective (H.4b**)** de la ville qui accueille a un effet sur l'intention de visiter la ville hôte
H.5 : L'image cognitive (**H.5a)** et affective (**H.5b)** influence positivement l'intention de recommander la ville hôte.
H.6 : L'image cognitive (**H.6a)** et affective **(H.6b)** de la ville qui accueille a un effet sur l'intention d'assister à l'évènement.
H.7 : L'image cognitive (**H.7 a)** et affective **(H.7b) de** destination influence positivement l'intention de recommander l'évènement
La Figure 1 résume les hypothèses formulées dans cette recherche.

Figure 1 : Modèle conceptuel



Source : Elaboré par nos soins

3. Méthodologie

3.1. Terrain de l'étude

L'évènement sélectionné pour cette étude est celui de la 19e édition des Jeux Méditerranéens. Il s'agit, d'un évènement sportif majeur, qui a lieu chaque 4 ans dans un pays du bassin méditerranéen. En Juin 2022, l'Algérie l'a accueilli à la ville d'Oran. C'est la deuxième fois que le pays organise ces jeux, la première édition ayant eu lieu en 1971, dans la capitale du pays (Alger).

3.2. Collecte de données

L'étude a été conduite auprès des citoyens algériens, âgé de 18 ans et plus, vivant en dehors de la wilaya d'Oran et susceptibles de visiter la ville d'Oran et assister à l'évènement en question.
Les données ont été collectées, par un questionnaire auto administré, auprès d'un échantillon de convenance. L'enquête a été lancé en mai 2022, à savoir un mois avant le lancement de l'évènement, via la plateforme Google Forms.
Le questionnaire était structuré en quatre rubriques à savoir l'image cognitive et affective de la ville d'Oran, la congruence, les intentions comportementales envers la ville d'Oran et les Jeux Méditerranéens et une fiche signalétique.
L'image cognitive a été mesurée par 13 items . Quant à l'échelle de l'image affective, elle a été adaptée de l'échelle de Russell & Pratt (1980), une échelle quadridimensionnelle et bipolaire orthogonale (plaisant/déplaisant, animé/lassant, captivant/sombre, et relaxant/stressant). La congruence a été mesurée par 3 items adaptés de l'échelle d'Oshimi & Harada (2019). Les intentions ont été évaluées par les affirmations suivantes : l'intention de visiter l'endroit qui accueille, l'intention de la recommander, l'intention d'assister à l'évènement et l'intention de le recommander aux autres. Une échelle de Likert de cinq points à été utilisée.

3.3. ADD

Les tests d'hypothèses ont été opérés par le modèle d'équations structurelles PLS-SEM. C'est une méthode d'analyse multivariée de seconde génération, qui permet la modélisation de relations complexes. La démarche d'analyse a été menée en deux phases : l'évaluation du modèle de mesure et celle du modèle structurel, sous Smart-PLS 4[*].

4. Principaux résultats

4.1. Résultats descriptifs

L'échantillon obtenu est constitué de 620 individus, dont 53.7% d'hommes et 46.3% de femmes, avec une prédominance de jeunes adultes, puisque 69.2% des répondants ont entre 18 et 35 ans. Sur le plan économique, la majorité des individus (91.1%) dispose d'un revenu supérieur au SNMG (20.000DA)[†]. En ce qui concerne la

[1]Ringle, Christian M., Wende, Sven, & Becker, Jan-Michael. (2022). SmartPLS. Retrieved from **https://www.smartpls.com**.

[*]Le salaire national minimum garanti (SNMG) est de 20 000 DZD depuis 1er juin 2020, selon le journal officiel n° 30.

répartition géographique, les répondants se concentrent principalement dans les régions Centre (46%) et Ouest (36%).

4.2. Evaluation

Sept items de l'image cognitive et un item de l'image affective ont été écartés pour garantir la fiabilité et la validité discriminante des construits,. Ils ont enregistré des outer loading < 0.7.08 et une valeur de l'indice HTMT > 0.85, c'est à dire des valeurs respectivement inférieures et supérieures au seuils exigés. Les items retenus sont présentés dans le tableau 1.

Les valeurs du coefficient α de Cronbach et de la fiabilité Composite (rho_c) sont nettement > à 0,7, ce qui permet de conclure à la bonne fiabilité de consistance interne des échelles de mesure utilisées (Roussel et al., 2002). La valeur d'AVE de la totalité de nos construits est supérieure au niveau minimum requis (0.5). Ainsi, les items des construits ont un niveau élevé de validité convergente (Hair et al., 2022).

En conclusion de cette première étape, les échelles de mesure de l'IDC (6 items), l'IDA (3 items) et la congruence (3items) ont été validées avec de bonnes valeurs pour la consistance interne (α > 0,7 ; rhô > 0,8), la validité convergente (AVE > 0,5) et la validité discriminante (HTMT < 0,85).

Tableau 1 : Résultat du test de fiabilité des items

Items		Outer-loading
Cong_1	Il existe une connexion logique entre l'événement des Jeux méditerranéen et la ville d'Oran.	0.853
Cong_2	L'image de l'événement des Jeux méditerranéen et celle d'Oran sont similaires	0.906
Cong_3	La ville d'Oran et l'événement des jeux méditerranéens s'accordent bien (Vont bien ensemble).	0.908
IDC_1	Oran possède de belles attractions naturelles	0.724
IDC_3	Oran est dotée d'attractions culturelles diversifiées	0.810
IDC_4	Oran est une ville où on trouve de bons restaurants gastronomiques	0.760
IDC_6	Oran est une destination accessible à travers différents moyens de transport	0.789

IDC_7	Oran dispose de moyens de transport pratiques	0.805
IDC_9	Oran offre des services de bonne qualité	0.776
IDA_2	Oran est une ville plaisante	0.903
IDA_3	Oran est une ville relaxante	0.849
IDA_4	Oran est une ville animée	0.833
Irev_D	J'ai l'intention de revisiter Oran dans un futur proche	1.00
Irev_D	Je recommanderai aux autres de visiter Oran	1.00
IA_E	J'ai l'intention d'assister à l'événement des jeux méditerranéens à Oran	1.00
Irec_E	Je recommanderais aux autres d'assister à l'événement des Jeux méditerranéens d' Oran	1.00

Source : Elaboré par nos soins

Tableau 2 : Test de fiabilité et de validité convergente

Construits	α	Rhô	(AVE)
IDC_C	0.868	0.919	0.791
ID_A	0.827	0.897	0.744
CONG	0.869	0.902	0.605

Source : Elaboré par nos soinsà partir des données SmartPLS

4.3. Evaluation du modèle structurel

Les valeurs des VIF présentées dans le tableau 3 sont inférieures à 5, ce qui indique l'absence d'un problème de multi colinéarité entre les construits et permet de passer au test des hypothèses.

Tableau 3 : Valeurs VIF dans le modèle structurel

	Cong	ID_C	ID_A	IA_E	IREC_E	IV_D	IREC_D
Cong		1.000	1.000	1.514	1.514	1.514	1.514
ID_C				2.875	2.875	2.875	2.875
ID_A				2.779	2.779	2.779	2.779
IA_E							
IREC_E							
IV_D							
IREC_D							

Source : Elaboré par nos soinsà partir des données SmartPLS

Le pouvoir explicatif du modèle a été évalué par l'examen des valeurs R^2(coefficient de détermination). Une règle approximative est recommandée pour la lecture la pertinence de R^2, avec des

valeurs de 0.75, 0.5 et 0.25 correspondant respectivement à une précision prédictive élevée, modérée ou faible.

La lecture du tableau indique que les intentions comportementales envers la destination (IREC_D, IV_D,) ont enregistré les valeurs les plus élevées. Elles sont expliquées à un taux de 37.4% et 37%. L'image de destination (IDC, IDA) est expliquée à hauteurs 31.5% et 29.1%. Ces valeurs sont relativement moyennes, à l'exception des intentions comportementales envers l'évènement (IAE, IREC_E) qui indique des valeurs faibles.

Par la suite nous avons examiné l'effet de taille f^2 pour toutes les relations du modèle structurel (voir annexe 2). Nous remarquons que la congruence explique l'IDC avec un effet de taille grand ($f^2 = 0{,}460 > 0{,}35$), de même pour l'IDA ($f^2 = 0{,}411 > 0{,}35$). Pour le reste des construits, les valeurs de f^2 sont petites (< 0,15). Selon ces valeurs, l'image de destination est le construit le mieux expliqué par la congruence.

La qualité prédictive du modèle a été évaluée par la statistique Q^2 de Stone-Geisser. L'analyse montre que la valeur Q^2 pour la totalité des construits endogènes est supérieure à zéro ce qui suggère que la qualité prédictive du modèle est pertinente.

Tableau 4 : Valeurs R2 et Q2

Construits	R^2	Q^2
IDC	0.315	0.311
IDA	0.291	0.287
IV_D	0.370	0.227
IREC_D	0.374	0.230
IAE	0.142	0.122
IRE	0.184	0.157

Source : Elaboré par nos soinsà partir des données SmartPLS

4.4. Test d'hypothèses

Pour vérifier la significativité des liens entre les construits du modèle, la procédure du bootstrap de 5000 sous –échantillons a été exécutée. Un aperçu des résultats du test d'hypothèse est présenté dans le tableau 5 regroupant les estimations des coefficients de chemin, la valeur de p et l'intervalle de confiance. Pour les liens directs, on relève du tableau 5 que toutes les valeurs de p sont < 0.05,

et aucun intervalle de confiance à 95% ne contient la valeur zéro, à l'exception de la relation ID_A -> IREC_E (p=0.280 >0.05, [-0.202 ; 0.061]). Cependant les relations directes du modèle structurel sont significatives, ce qui confirme les hypothèses émises, à l'exception de H5d (ID_A -> IREC_E) qui a été rejetée.

Tableau 5: Résultats des tests d'hypothèse

Hypothèses		β	P value	Intervalle de confiance	Validité d'hypothèse
H.1a	Cong -> ID_C	0.561	0.000	[0.488 ; 0.625]	**Oui**
H.1b	Cong -> ID_A	0.540	0.000	[0.463 ; 0.605]	**Oui**
H.2a	Cong -> IREV_D	0.214	0.000	[0.120 ; 0.309]	**Oui**
H.2b	Cong -> IREC_D	0.215	0.000	[0.125 ; 0.309]	**Oui**
H.3a	Cong -> IA_E	0.334	0.000	[0.248 ; 0.420]	**Oui**
H.3b	Cong -> IREC_E	0.313	0.000	[0.214 ; 0.402]	**Oui**
H.4a	IDC_ -> IV_D	0.251	0.000	[0.125 ; 0.374]	**Oui**
H.4b	ID_A -> IV_D	0.233	0.000	[0.111 ; 0.361]	**Oui**
H.5a	IDC_ -> IREC_D	0.270	0.000	[0.151 ; 0.381]	**Oui**
H.5b	ID_A -> IREC_D	0.217	0.000	[0.095 ; 0.340]	**Oui**
H.6a	IDC_ -> IA_E	0.213	0.002	[0.073 ; 0.341]	**Oui**
H.6b	ID_A -> IA_E	-0.184	0.003	[-0.305 ; -0.061]	**Oui**
H.7a	IDC_ -> IREC_E	0.226	0.002	[0.086 ; 0.363]	**Oui**
H.7b	ID_A -> IREC_E	-0.072	**0.280***	**[-0.202 ; 0.061]**	**Non**

Source : Elaboré par nos soins

5. Discussion des résultats

L'objectif de cette recherche est d'examiner les effets de la congruence événement-ville hôte sur l'image perçue par les touristes locaux et leurs intentions envers la ville et l'évènement.

Les résultats ont montré que la congruence de l'image a eu un impact sur l'image d'Oran. Autrement dit, plus le niveau de congruence perçue est élevé, plus l'image de destination est perçue positivement. Ces résultats convergent avec ceux d'Oshimi et Harada (2018). Toutefois, ils sont plus précis, puisque l'impact de la congruence a été constaté à la fois sur la dimension cognitive (β= 0.561, p=000 <0.05) et sur la dimension affective (β= 0.540, p=000 <0.05), et ce, de façon égale[‡].

Par ailleurs, les résultats de notre étude ont révélé que la congruence affecte directement, significativement et positivement tous types d'intentions des touristes potentiels locaux, à savoir l'intention de visiter la ville hôte, la recommander, l'intention d'assister à l'événement et celle de le recommander. Il est important de noter que ces conclusions rejoignent celles des études antérieures, bien que ces dernières aient confirmé uniquement l'impact de la congruence sur certaines variables. A titre d'exemple, (Hallmann & Breuer, 2010) ont validé l'impact de certains aspects émotionnels de la congruence sur l'intention de revisiter la destination et l'évènement.

Enfin, nous avons trouvé que l'image de destination, qu'elle soit cognitive ou affective, a un effet direct et positif sur les intentions envers la destination. C'est-à-dire plus l'image de destination est perçue positivement, plus l'intention de visiter la ville hôte et la recommander augmente. Ces résultats mettent en évidence ceux des travaux précédents qui postulaient que l'image de destination est la variable la plus significative reconnue comme prédatrice des intentions. A titre d'exemple, Kaplanidou & Vogt (2007) ont confirmé l'impact de l'image sur l'intention de revisiter la destination auprès des touristes sportifs actifs. Pendant l'événement du Tour 2009 en Corée. Jeong & Kim (2019) ont confirmé l'effet de l'image de destination sur l'intention de revisiter et recommander la destination auprès des visiteurs nationaux qui ont participé au Marathon International de 2017 dans la ville de Gyeongju. Dans une étude sur les antécédents et les conséquences de l'image de

[‡]Sur la base des valeurs des β.

destination, Jeong & Kim (2019) ont confirmé l'impact de l'image de la ville hôte telle perçue par les visiteurs qui ont assisté aux jeux Olympiques d'hiver de Pyeongchang de 2018sur leur l'intention de la recommander la ville hôte.

La présente étude se distingue également par le fait qu'elle a été menée avant l'évènement contrairement aux études antérieures qui se sont déroulées pendant ou post événement. Confirmer l'impact de l'image de destination sur les intentions avant que l'évènement ait lieu met en lumière l'importance de l'image, dans ses dimensions cognitive et affective, pour attirer les touristes, d'où l'importance de la gestion en amont de l'image. Ce constat suggère aussi que le simple fait d'annoncer l'évènement peut promouvoir l'image de la destination, sans l'influence de l'expérience concrète de l'événement. Ce qui souligne l'intérêt d'une communication proactive sur l'événement et la ville hôte, afin de maximiser les retombées en termes d'image et d'intention comportementale.

Il convient aussi de relever que l'aspect cognitif et affectif de l'image expliquent équitablement l'intention de visiter et recommander la ville. D'une part, ce résultat est cohérent avec les conclusions des études précédentes qui affirmaient que l'image de la destination est un construit complexe multidimensionnel et que les deux dimensions sont importante pour prédire les intentions (Afshardoost & Eshaghi, 2020). D'autre part, il contredit les recherches qui rapportent que l'importance d'une composante est prédominante par rapport. A tire d'exemple, dans l'étude de Afshardoost & Eshaghi (2020) l'image affective s'est avérée plus influente que l'image cognitive.

6. Conclusion

La présente recherche a ciblé les touristes potentiels vivant en dehors de la ville hôte afin de voir si leurs perceptions d'une congruence d'image évènement-ville impacte leur image de la destination hôte et prédit leurs intentions comportementales vis-à-vis de la destination et de l'événement.

Les résultats ont montré un effet de la congruence sur l'image et sur les intentions envers la destination et l'évènement. Ils révèlent notamment un impact positif et équitable de l'image de destination cognitive et affective sur l'intention de revisiter et de recommander

la destination. L'image de la destination influence aussi l'intention d'assister à l'évènement.

Un autre apport de cette recherche réside dans le fait d'intégrer l'image avec ses deux dimensions au modèle et montrer qu'un niveau élevé de congruence engendre une perception favorable de l'image de la ville. Cependant, les spécialistes du marketing de la destination ont pour mission d'en tirer profit pour renforcer ou modifier l'image de destination en continuant à promouvoir la ville en post évènement tout en faisant des rappels sur l'évènement pour garder l'élan et rentabiliser l'organisation de l'événement. Il y'a lieu de souligner que c'est aux marketeurs d'en tirer profit des expériences et émotions véhiculées par l'évènement pour capter l'attention et construire la marque de la destination. Cela se fait en ayant une vision à long terme, c'est-à-dire qu'il ne s'agit pas de promouvoir la ville pendant l'événement seulement, mais faire en sorte que les retombées positives de l'événement durent le plus longtemps possible (Ghidouche et al.,2018).

Nous avons constaté une influence homogène de la congruence sur l'image de la destination cognitive et affective. A leur tour, ces deux dernières affectent dans une même mesure les intentions comportementales envers la destination. En conclusion, l'aspect émotionnel de la destination est tout autant important que l'aspect cognitif, ce qui nous laisse recommander d'axer les campagnes de communication sur des messages informationnels et émotionnels.

Cette étude présente quelques limites. Nous avons mesuré la congruence en utilisant la méthode directe, où l'on demande au répondant d'évaluer sa perception de la congruence. Pour une analyse plus complète, il serait intéressant d'associer les deux méthodes, la méthode directe et indirecte (Zhang et al., 2020). Aussi, l'étude n'ayant ciblé que les touristes locaux, il est recommandé de l'étendre aux touristes internationaux, afin évaluer l'effet de la distance géographique sur la congruence perçue. Enfin, cette étude a été réalisé en phase avant évènement, ce qui laisse la voie aux futurs recherches d'étudier l'évolution de l'effet de la congruence en comparant l'avant et le post évènement.

7. Bibliographie

Afshardoost, M., & Eshaghi, M. S. (2020). L'image de destination et les intentions comportementales : Une meta analyse. *Tourism Management*, *81*, 104154.

Ait-Challal, Y., Djedi-Birady, S., Ghidouche, F., & Ait-Yahia, G. K. (2023). How Children Experience Major Sports Events : Narratives of the Mediterranean Games, Oran, Algeria 2022. In H. Seraphin (Éd.), *Events Management for the Infant and Youth Market* (p. 67-83). Emerald Publishing Limited.

Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, *28*(4), 1115-1122.

Ghidouche ait-yahia, K., & Ghidouche, F. (2018). *Perceived authenticity of a cultural event and its effects on Behavioral Intentions—The Case of the Event "Tlemcen, Capital of Islamic Culture 2011"*

Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., Sarstedt, M., Lux, G., & Troiville, J. (2022). *Modèles d'équations structurelles Partial Least Squares PLS-SEM 3e édition (1er édition française)*. Publication Universite Provence.

Hallmann, K., & Breuer, C. (2010). The impact of image congruence between sport event and destination on behavioural intentions. *Tourism Review*, *65*(1), 66-74.

Huang, H., Lunhua Mao, L., Wang, J., & Zhang, J. J. (2015). Assessing the relationships between image congruence, tourist satisfaction and intention to revisit in marathon tourism : The Shanghai International Marathon. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, *16*(4), 46-66.

Jeong, Y., & Kim, S. (2019). Une étude de la qualité d'un évenement, l'image de la destination , la valeur perçue, satisfaction des touristes, et la loyauté des touristes sportifs. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, *32*(4), 940-960. https://doi.org/10.1108/APJML-02-2019-0101

Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007). Interrelation entre l'événement sportif et l' image de destination et les comportments des touristes sportifs . *Journal of Sport & Tourism*, *12*(3-4), 183-206.

Oshimi, D., & Harada, M. (2019). Le role des residents de la Ville hote dans l'évenement sporitf: Une perspective de l'image de la ville, *22*(2), 263-275.

Séraphin, H., Zaman, M., & Fotiadis, A. (2019). Challenging the Negative Image of Postcolonial, Post-conflict and Post-disaster Destinations Using Events. *Caribbean Quarterly*, *65*(1), 88-112.

Xing, X., & Chalip, L. (2006). Effects of Hosting a Sport Event on Destination Brand : A Test of Co-branding and Match-up Models. *Sport Management Review*, *9*(1), 49-78.

Zhang, Y., Kim, E., & Xing, Z. (2020a). Image congruence between sports event and host city and its impact on attitude and behavior intention. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, *22*(1), 67-86.

8. Annexes

Annexe 1 : indice HTMT

	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)
IAE <-> Cong	0.377
IDA <-> Cong	0.627
IDA <-> IAE	0.181
IDC <-> Cong	0.635
IDC <-> IAE	0.273
IDC <-> IDA	0.932
IRE <-> Cong	0.427
IRE <-> IAE	0.678
IRE <-> IDA	0.301
IRE <-> IDC	0.369
IREC <-> Cong	0.515
IREC <-> IAE	0.314
IREC <-> IDA	0.598
IREC <-> IDC	0.601
IREC <-> IRE	0.474
IREVD <-> Cong	0.511
IREVD <-> IAE	0.280
IREVD <-> IDA	0.599
IREVD <-> IDC	0.593
IREVD <-> IRE	0.371
IREVD <-> IREC	0.764

Source : Elaboré par nos soinsà partir des données SmartPLS

Annexe 2 : Valeur de f^2

Les relations	f^2
Cong -> IDC	0.460
Cong -> IDA	0.411
Cong -> IAE	0.086
Cong -> IRE	0.079
Cong -> IV_D	0.048
Cong -> IREC_D	0.049
IDC -> IV_D	0.035
IDC -> IREC-D	0.041
IDA -> IV_D	0.031
IDA -> IREC_D	0.027
IDC -> IAE	0.018
IDC -> IRE_E	0.022
IDA -> IAE	0.014
IDA -> IRE	0.002

Source : Elaboré par nos soinsà partir des données SmartPLS

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024،ص ص413- 430

تحديات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية
-دراسة استطلاعية تحليلية-

Challenges of applying social audit to Algeria's environment
-analytical survey-

نابتي هند*
Nabti hind
جامعة قسنطينة2(الجزائر)
مخبر الدراسات والبحوث التسويقية
hind.nabti@univ-constantine2.dz

لفايدة عبد الله
Lefaida abdellah
جامعة قسنطينة2(الجزائر)
مخبر الدراسات والبحوث التسويقية
abdellah.lefaida@univ-constantine2.dz

تاريخ الاستلام: 2024/02/14 تاريخ القبول: 2024/04/21 تاريخ النشر: 2024/04/30

الملخص :

تهدف هذه الدراسة الى معرفة واقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر مع دراسة معوقات تطبيقه على مستوى الصعيد الوطني من خلال استطلاع اراء مجموعة من ممارسي المهنة في الفترة الممتدة من ماي2023 الى فيفري 2024، ولتحليل نتائج اراء افراد العينة تم استخدام برنامجSPSS.26.

تم التوصل الى ان المؤسسات الجزائرية تقوم بتدقيق الموارد البشرية في حين تدقيق المسؤولية الاجتماعية ممارساته تعتبر محتشمة الى حد ما، يعود ذلك لمجموعة من الصعوبات كصعوبة قياس التكاليف الاجتماعية مثلا.

الكلمات المفتاحية: تدقيق اجتماعي، تدقيق الموارد البشرية، تدقيق المسؤولية الاجتماعية، محاسبة الموارد البشرية،محاسبة المسؤولية الاجتماعية.

تصنيفات JEL: M41؛ M42؛ M14.

Abstract:

This study aims to learn about the reality of social audit in Algeria while examining the obstacles to its application at the national level through a survey of a group of practitioners from the period from 2023 to Feffrey 2024. To analyse the results of the opinions of the sample individuals, SPSS.26.

It was found that Algerian institutions audit human resources while social responsibility audits its practices are somewhat modest, owing to a range of difficulties such as the difficulty of measuring social costs.

Key words: social audit; Audit of human resources; Audit of social responsibility human resource accounting; social responsibility accountability.

JEL classification codes :M41 ; M42 ; M14.

* المؤلف المرسل

1. مقدمة:

تولي المنظمات و الهيئات الدولية حول العالم اهتماما خاصا بالتدقيق نظرا للدور المهم الذي يلعبه في توجيه المؤسسات و حماية المساهمين و الملاك، ونظرا لتوسع حجم المؤسسات وامتداد أنشطتها في ظل بيئة تتميز بالمنافسة الشرسة ،اصبح من اللازم الاهتمام بالجوانب الاجتماعية سواء كانت هذه الجوانب داخل بيئة المؤسسة (الموارد البشرية) او خارجها (أصحاب المصلحة) او الجوانب المحيطة بالبيئة التي تعمل بها المؤسسة(المحافظة على البيئة)، ولمواكبة هذه التطورات ، تحولت النظرة من نظرة تهتم بتعظيم الأرباح فقط الى نظرة تهتم بأصحاب المصالح و صانعي هذه الأرباح ، حيث نشأت قناعة لدى مختلف المؤسسات بأن المستوى المعرفي لدى الرأس المال البشري يعطي مؤشرا مهما لإمكانية تحقيق أرباح المؤسسة في المستقبل ، ولإثبات مدى كفاءة الموارد البشرية التي تمتلكها المؤسسات اصبح من الضروري إيجاد وسيلة او كيفية تمكن المؤسسات من التعبير عن القيمة الحقيقية للموارد التي تمتلكها ، تتمثل هذه الوسيلة في محاسبة الموارد البشرية. ولقياس مدى التزام المؤسسات بالمجتمع والبيئة ظهر ما يعرف بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية. وبما ان كل تطور في المحاسبة يتبعه تطور في التدقيق، ظهر مصطلح التدقيق الاجتماعي الذي يشمل بدوره تدقيق للموارد البشرية وفي نفس الوقت تدقيق للمسؤولية الاجتماعية، ولعل المؤسسات الجزائرية من المؤسسات التي حذت نحو تطوير نظرتها وعدم حصر أنشطتها بالجوانب الاقتصادية فقط، بل تفكر في إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية المتفاقمة والمتزامنة مع التطور التكنولوجي.

1.1.الإشكالية:

يواجه تطبيق التدقيق الاجتماعي العديد من المعوقات والتحديات، كما ان واقع تطبيقه يبقى محل بحث ودراسة خاصة في البيئة الجزائرية، وهو ما سنحاول الإجابة عليه من خلال الإشكالية الرئيسية التالية:

- **ما واقع تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية؟**

2.1.الفرضيات:

للإجابة على الإشكالية الرئيسية ارتأينا وضع الفرضيات التالية كإجابات مؤقتة لها:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط واقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر والمتوسط الفرضي للدراسة 3؛

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط معوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية والمتوسط الفرضي للدراسة3.

3.1.اهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

- محاولة تبسيط الفهم لموضوع التدقيق الاجتماعي؛
- معرفة مدى تطبيق التدقيق الاجتماعي في الحيز الوطني؛
- دراسة وتحليل معوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في المؤسسات الجزائرية.

4.1.منهجية الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة واختبار فرضيات الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي كأساس لتغطية الأطر النظرية المتعلقة بالتدقيق الاجتماعي، تمت الاستعانة بنفس المنهج في الجانب التطبيقي من خلال الاعتماد على أسلوب المسح لأخذ اراء عينة من اطارات المؤسسات الجزائرية وممارسي المهنة بالتحديد ، وبرنامج spss26 لدراسة إجابات افراد العينة والتحليل الاحصائي لاختبار فرضيات الدراسة، كما تم الاعتماد على المنهج الاستقرائي من خلال تعميم النتائج انطلاقا من اسقاط نتائج الدراسة على المؤسسات الجزائرية أي من الجزء الى الكل.

2. مراجعة الادبيات النظرية

1.2. تدقيق المسؤولية الاجتماعية

ينظر BOWEN (**1953**)المعروف بالأب الروحي للمسؤولية الاجتماعية على انها التزام رجال الاعمال في متابعة السياسات واتخاذ القرارات واتباع الاعمال والمبادرات الاجتماعية التي تتلاءم مع قيم ومبادئ المجتمع(CARROLL, 1999, p. 270)، كما اشارت **المفوضية الاوربية** (**2001**) الى ان المسؤولية الاجتماعية تعبر عن مدى التزام المؤسسات بشكل مستمر ومسؤول اتجاه أصحاب المصلحة المعنيين، مع المساهمة في التنمية الاقتصادية وتحسين نوعية حياة الموظفين واسرهم(Marie-Françoise Guyonnaud, 2004, p. 05)، هذا ما أكده **البنك الدولي** في تقديمه لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والذي عبر عنها على انها عبارة عن التزام أصحاب الأنشطة التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة، وذلك من خلال العمل مع الموظفين، اسرهم، المجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام، وذلك من اجل تحسين حياتيهم باستخدام طرق

تكون جيدة لكل من الاعمال التجارية والتنمية المستدامة (Mohammad Issam Jizi, 2013, p. 02).

وبناء عليه، يمكننا تعريف المسؤولية الاجتماعية على انها عبارة عن التزام المؤسسات بتقديم مساهمات ومبادرات تخلق قيمة مضافة للمجتمع والبيئة المحيطة بها، تقاس هذه الالتزامات والمنافع الاجتماعية بما يعرف بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية، والتي تمثل أحد المجالات الحديثة للمحاسبة، حيث اتفق كل من RAMANATHAN و GRAY على انها عبارة عن عملية قياس الأداء الاجتماعي مع توصيل الأنشطة الاجتماعية والبيئية المترتبة عن قيام المؤسسات بأنشطتها الاقتصادية الى أصحاب المصلحة والمجتمع ككل(مصطفى، 2021، صفحة 410)، وقد أضاف على ذلك (sajad gholami, 2012, p. 111) ان محاسبة المسؤولية الاجتماعية عبارة عن عملية جمع وقياس المعاملات الاجتماعية التي تربط المؤسسة والمجتمع المحيط بها وتجميعها في تقارير تتيح لأصحاب المصلحة تقييم أداء المؤسسة في التعامل مع القضايا الاجتماعية ، كما يرى McNamara بأن محاسبة المسؤولية الاجتماعية هي ذلك الجزء من المعرفة المحاسبية والافصاح الذي يهدف الى قياس التكاليف والمنافع الاجتماعية الناشئة عن قيام المؤسسة بأنشطتها(مصطفى، 2021، صفحة 410).

ان ارتباط المسؤولية الاجتماعية بالأداء الاجتماعي مهد لظهور التدقيق الاجتماعي، هذا الأخير اختلف الباحثين في تحديد مفهومه وأصبح كل يعرفه حسب المجال الذي ينتمي اليه، و اول من تطرق الى هذا المفهوم كان عام **1953** من طرف الكاتب الأمريكي HOWRD R BOWEN والذي اشار بدوره الى انه لطالما ان المؤسسات تخضع لتدقيق مستقل فلابد ان تخضع كذلك لتدقيق يقيم أداءهامن وجهة نظر المجتمع وذاك بواسطة مدققين اجتماعيين(الدين، 2012، صفحة 08)، وفي **1973** تم إعادة استخدام المصطلح من قبل الكاتب الأمريكي '' John Humble'' في كتابه Social Responsibility Audit والذي اكد فيه ارتباط تدقيق المسؤولية الاجتماعية بالأداء الاجتماعي (**اسماء، 2022، صفحة 338**)، ويوافقه في الراي (**سكاك، 2011، صفحة 211**) الذي يرى ان التدقيق الاجتماعي عبارة عن فحص للأداء الاجتماعي من خلال القيام بتشخيص الأدلة والقرائن مع تقييم الأداء الاجتماعي للمؤسسة من اجل التأكد من مدى التزام المؤسسة بمسؤولياتها الاجتماعية ومدى فعالية اداءها ومن ثم الخروج بتقرير موجه للأطراف المعنية ، كما انه يقوم بما يلي :

- المصادقة على الوثائق الرسمية والتي تصدر بصفة الزامية او طوعية من المؤسسة؛
- فحص نظام المعلومات الاجتماعي للمؤسسة وتقييمه؛
- الاشهاد المعياري الالزامي للحصول على شهادات المطابقة (الايزو)؛
- تدقيق الفعالية، المطابقة والاستراتيجية لحل الاختلالات والمشاكل الاجتماعية.

2.2.تدقيق الموارد البشرية

يعتبر راس المال البشري من اهم الموارد التي تعطي لها المؤسسات أهمية بالغة خاصة لما شهدته من تطورات مست كل الجوانب المحيطة بها والتي رافقها حاجة هذه المؤسسات الى افراد ذات مستوى عال من المعرفة والكفاءة والتدريب، وبالتالي فان العنصر البشري يمثل المحرك الأساسي في بقاء أي مؤسسة واهم مؤشر يضفي لها ميزة تنافسية خاصة، ولقياس قيمة هذه الاستثمارات البشرية وتقييمها والافصاح عنها كأصول غير ملموسة في القوائم المالية ظهر ما يعرف بمحاسبة الموارد البشرية.

حسب دراسة (Barcons-vilardell, 1999, p. 386) فان سبب ادراج الموارد البشرية في المحاسبة يعود الى سببين، **الأول** هو ان الراس المال البشري يعد موردا قيما للمؤسسة باعتباره يؤدي خدمات يمكن قياسها كميا، فوفقا ل (**مزهود، 2019، صفحة 115**)**يمكن** تقييم راس المال البشري حسب منهجية Thesaurus Bercy[1] من خلال تحديد قيمة التكلفة الاستبدالية لراس المال البشري والتي تأخذ بالتكاليف التالية:

- **تكلفة الاقتناء:** تعيين، تنصيب وادماج؛
- **تكاليف التدريب:** التكوين الاولي، تكاليف التأطير وخسارة الإنتاجية خلال مدة التدريب.

اما السبب الثاني فيعود الى تأثير أسلوب الإدارة على قيمة الموارد البشرية من خلال اعتمادها على قيمة الفرد عند توظيفه.

كما أوضحت دراسة (pyle, 1970, p. 73) كيفية ادراج بيانات الموارد البشرية في المحاسبة من خلال عرض مؤسسة Barryتقريرها السنوي لعام 1969 والمتضمن بيان مبدئي للميزانية العامة للمؤسسة والايرادات التي تعكس الأصول البشرية في تلك الفترة، كما أوضح نائب رئيس الموارد البشرية للمؤسسة Robert L, Woodruffان تلك البيانات تم

[1] Thesaurus Bercy: عبارة عن مستودع مستندي يحتوي على معلومات مرجعية تمثل الإصدار الأول من منهجية تقييم الراس المال الغير مادي**(nabila abid, 2018, p. 03)**.

تضمينها في التقرير السنوي لتزويد المساهمين بالمعلومات التي يستخدمها المسؤولون التنفيذيون لتحسين إدارة الموارد البشرية.

وهذا ما يظهره تعريف **الجمعية الامريكية للمحاسبة** لمحاسبة الموارد البشرية حيث عبرت عنها على انها عملية تحديد وقياس البيانات المتعلقة بالموارد البشرية مع توصيل هذه المعلومات للفئات والأطراف المعنية تتمثل هذه البيانات في التكاليف التي تتكبدها المؤسسة لتوظيف واختيار وتدريب وتطوير الأصول البشرية (**بوقفة، 2020، صفحة 29**)وأضاف على ذلك (Flamholtz, 1999, p. 09) بان محاسبة الموارد البشرية تعد نموذجا يقيس استراتيجيات إدارة الموارد البشرية على تكلفة وقيمة الافراد .

ومن خلال ما سبق ظهرت الحاجة الى مجموعة من الأدوات التي تمكن إدارة الموارد البشرية من مواجهة التحديات التي تفرضها البيئة الاقتصادية، من بين هذه الأدوات التدقيق الاجتماعي والذي يعرف أيضا بتدقيق الموارد البشرية، فحسب (**سليماني، 2019، صفحة 47**) فان التدقيق الاجتماعي يعكس مدى جودة الموارد البشرية من خلال القيام بتحليل وتدقيق للسياسيات والإجراءات المتعلقة بالموارد البشرية وكذا البرامج الاجتماعية كالتدريب والتكوين إضافة الى تدقيق الأجور والحوافز، وأوضحت دراسة (baba ali, 2022, p. 738)المؤشرات التي تخص عملية التدقيق الاجتماعي والمتمثلة في ما يلي:

- **المؤشرات الاقتصادية والمالية**: إنتاجية الموارد البشرية ونسب النفقات؛
- **المؤشرات الهيكلية**: معدل الاشراف والتأطير؛
- **مؤشرات التوظيف**: معدل تكاليف التوظيف؛
- **مؤشرات التكوين والتدريب**: معدل المشاركة في التدريب، نسبة رواتب التدريب؛
- **مؤشرات دوران العمل**: معدل دوران العمل للعمال الجدد، معدل بقاء العمال؛
- **مؤشرات الأجور والرواتب**: نسبة متوسط الدخل، نسبة الترقية؛
- **مؤشرات التغييب**: معدل الغياب، فترة الغياب.

في حين يرى PERETTI, JEAN MARIE ان هذا التدقيق يؤدي الى تحسين إدارة الموارد البشرية باعتباره فحص احترافي يسمح بإبداء الراي حول مشاركة العنصر البشري في تحقيق اهداف المؤسسة بالاعتماد على المعايير المتعلقة بالموضوع مع تقديم التوصيات اللازمة(Zohra, 2016, p. 85).

وحسب (**شبارکة، 2011، الصفحات 57–70**) فان المدقق يعتمد على مجموعة من الوسائل اثناء تأديته لمهامه والتي تختلف عن الوسائل والأدوات المتعارف عليها في التدقيق والمتمثلة في:

- ✓ **استمارة التعارف** QPC: عبارة عن وثيقة تتضمن ثلاثة ابعاد، البعد الاقتصادي و الاجتماعي(حجم نشاط المنظمة، وضعيتها المالية)، البعد التنظيمي (هيكل المنظمة و البيئة المعلوماتية) و تسيير المنظمة، يستخدمها المراجع لتنظيم عمله و تجنب الأخطاء الشائعة كاخطاء السهو؛
- ✓ **استمارة الرقابة الداخلية** QCI: عبارةعنوثيقةتتكون من مجموعة من الأسئلة التي تتمحور حول وظيفة معينة، وتكون خاصة و محددة بالمهمة، هدفها هو توحيد اعمال المراجع لاهداف المهمة، يمكن طرح خمسة أسئلة تتمثل في : (**من؟ تتعلق بالمنفذ، ماذا؟ تتعلق بطبيعة المهمة و المنتج المصنع، اين؟ تتعلق بالاماكن التي تتم فيها العمليات، متى؟ تتعلق بالوقت، كيف؟ تتعلق بوصف الطرق العملية)**؛
- ✓ **جدولالقيادة**: عبارة عن أداة تساعد في اتخاذ القرارات، تسمح بقياس اثر العمليات و قرارات المنظمة، يتم بناءها انطلاقا من ثلاث مراحل هي(صياغة الأهداف، وضع مؤشرات كمية و نوعية و أخيرا بناء جدول لوحة القيادة)؛
- ✓ **الحواراتالفرديةوالجماعية**: يوجد أنواع مختلفة من الحوارات منها الحوارات الفردية النصف موجهة،الموجهة و الغير الموجهة، و الحوارات الجماعية يكون شكلها قريب من الحوارات الفردية النصف موجهة؛
- ✓ **الميزانيةالاجتماعية**: هي عبارة عن بيان عام لحالة الموظفين حيث تمنح صورة عن خصائص كل الافراد و ظروف عملهم، وهذا ما يمكنها من اكتشاف المشاكل و الاختلالات و تصحيح و بناء الموارد البشرية.

3.الدراسة الميدانية

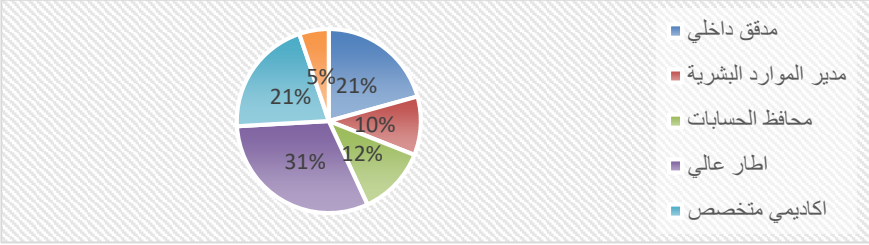
حاولنا من خلال هذه الدراسة الميدانية التعرف على واقع التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية، والوقوف على تحديات تطبيقه، وذلك من خلال استطلاع اراء مجموعة من ممارسي مهنة التدقيق ومديري الموارد البشرية وكذا الأكاديميين المتخصصين في هذا المجال.

1.3. الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

استوجبت علينا دراسة تحديات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل البيانات الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية spss.26، حيث تم الاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة، تم اعداده حسب مقياس ليكارت الخماسي من أجل حساب المتوسطات المرجحة والتي على أساسها يمكن تحديد اتجاه أفراد العينة،وقد ضم محورين رئيسيين، تمثل المحور الأول في واقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر، تم تقسيمه الى بعدين بعد خاص بواقع تدقيق المسؤولية الاجتماعية والبعد الأخر خاص بواقع

تدقيق الموارد البشرية، اما المحور الثاني فيخص معوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية. تم توزيع 60 استبانة واسترجاع 57 وذلك في الفترة الممتدة ما بين **ماي 2023** الى **فيفري 2024**، وبعد إعادة النظر فيها تم استبعاد استبيان واحد لعدم احترام شروط الإجابة، وبالتالي تم الاعتماد على 56 استبانة صالحة للمعالجة تشمل اراء كل من المدققين الداخليين والمقدرين بنسبة 21%، محافظي الحسابات بنسبة 12%، مديري الموارد البشرية بنسبة 10%، الاطارات العالية والتي اخذت أكبر نسبة والمقدرة بـ 31% ورؤساء المصالح بنسبة 5% وكذا مجموعة من الأكاديميين المختصين في مجال التدقيق الاجتماعي بنسبة 21% والمبينة على الشكل الموالي:

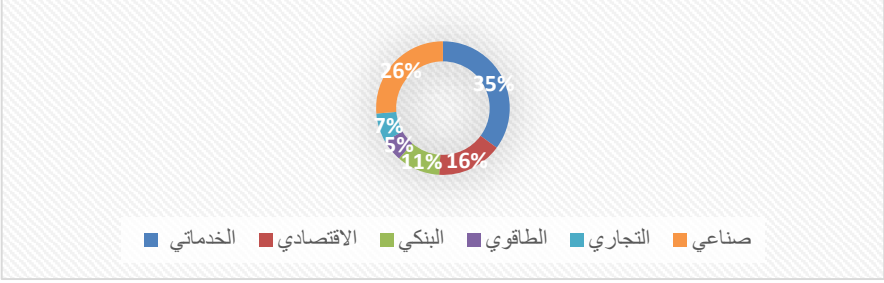
الشكل رقم(1): نتائج الدراسة حول المنصب المشغول



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائجspss

وبالنسبة للشكل التالي فهو يمثل نوع القطاع الذي تنتمي اليه فئة عينة الدراسة، حيث نلاحظ ان أكبر نسبة من المستجوبين كانت لممارسي المهنة في القطاع الخدماتي وذلك بنسبة 35.1 % ليليها القطاع الصناعي بنسبة 26.3%، ومن ثم القطاع البنكي، التجاري والطاقوي بنسبة 10.5%، 7% و5% على التوالي.

الشكل رقم (2): نتائج الدراسة حسب نوع القطاع



المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائجspss

ومن اجل الوصول الى اهداف الدراسة وتحقيقها واختبار فرضياتها تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية: اختبار الفاكرومباخ، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، اختبار

Kolmogorov Smirnov test وShapiro wilk لاختبار طبيعة توزيع الدراسة، ومن اجل اختبار فرضيات الدراسة تم استخدام اختبار Wilcoxon test.

2.3. تحليل نتائج الدراسة

من اجل التأكد من ثبات الأداة استخدمنا معامل الفاكرو نباخ والمتمثل في الجدول التالي:

الجدول رقم (1): قياس ثبات الاستبانة

المحاور	عدد العبارات	معامل الفاكرونباخ
واقع التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية	17	0.893
معوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية	7	0.757
المجموع	**24**	**0.833**

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائجspss

من خلال الجدول يتضح ان معامل الفاكرونباخ لكل من المحور الأول والثاني مقبولة إحصائيا، في حين نجد ان معامل الفا للاستبانة ككل بلغ 0.833 أي بنسبة 83% وهي نسبة جد عالية تدل على ثبات الاستبيان، وهذا ما يضفي ثقة أكبر على نتائج الدراسة.

تلخص الجداول الموالية إجابات أفراد عينة الدراسة وفقا إلى درجات الاجابة لمقياس ليكارت الخماسي الذي تم اعتماده في بناء الاستبيان والموضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (2): مقياس ليكارت الخماسي

التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5
المتوسط المرجح	1 الى 1.8	1.81 الى 2.6	2.61 الى 3.4	3.41 الى 4.2	4.21 الى 5

أ: تحليل نتائج إجابات افراد العينة حول واقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر

الجدول رقم (3): نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة حول واقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر

نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة حول بعد تدقيق المسؤولية الاجتماعية		
العبارة	**المتوسط الحسابي**	**الانحراف المعياري**
تلتزم المؤسسة بالمسؤولية الاجتماعية وعملية تدقيقها بصفة اجبارية	**3.63**	**1.071**

يقوم المدقق بجمع المعلومات المتعلقة بسياسات وبرامج ومبادرات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة	3.75	0.977
توجد اليات للإبلاغ عن انتهاكات او مشكلات اجتماعية داخل المؤسسة	3.66	1.049
يقوم المدقق بإجراء مقابلات مع مسؤولي مراكز المسؤولية، الموظفين واصحاب المصلحة	4.02	0.904
يتم مراجعة الممارسات والسياسات الاجتماعية بانتظام	3.55	1.043
يتم مقارنة ممارسات المؤسسة بمعايير وارشادات المسؤولية الاجتماعية المتعارف عليها	3.71	1.074
يشمل تقرير المدقق (محافظ الحسابات) توصيات لتعزيز المسؤولية الاجتماعية ومعالجة نقاط الضعف	3.68	0.993
تقوم المؤسسة بإجراء متابعة دورية لتقييم فعالية التدابير التصحيحية وضمان استدامة اداء المسؤولية الاجتماعية	3.64	1.034
نتائج البعد الأول	3.705	0.787
نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة حول بعد تدقيق الموارد البشرية		
يلزم القانون الجزائري المؤسسات بتدقيق الموارد البشرية	3.46	1.026
يقوم المدقق من التأكد من صحة تطبيق السياسات والاجراءات المتعلقة بإدارة الموارد البشرية	3.91	0.793
تقوم المؤسسة بالتحقق من الالتزام بالقوانين واللوائح المحلية المتعلقة بالعمل والعمال	4.20	0.585
تدقيق سياسات التوظيف والتحقق من تطبيق الإجراءات اللازمة	3.86	0.841

تدقيق برامج التدريب والتكوين المتاحة للموظفين	3.75	0.792
تدقيق سياسات السلامة المهنية والتحقق من تطبيق اجراءات الوقاية من المخاطر المهنية والحوادث والغيابات	3.93	0.912
تدقيق وتقييم نظام المكافآت التي تعزز الاداء المتميز	3.68	0.876
يتم استعمال ادوات خاصة بتدقيق الموارد البشرية كالميزانية الاجتماعية	3.59	0.890
يتم اعداد تقرير اجتماعي خاص بالموارد البشرية	3.71	0.909
نتائج البعد الثاني	3.787	0.542
نتائج المحور الاول	3.746	0.576

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات نظام Spss

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان مستوى إجابة افراد عينة الدراسة حول بعد تدقيق المسؤولية الاجتماعية كان مرتفعا، حيث قدر المتوسط الحسابي بـ 3.705 وبانحراف معياري قدره 0.787 وهي قيمة نسبية تدل على التفاوت بين إجابات عينة الدراسة، وهذا يعود الى ان هناك البعض من المؤسسات الجزائرية لا تعطي اهتمام بالمسؤولية الاجتماعية، في حين ان هناك من يعطي اهتماما بالغا بها، خاصة في السنوات الاخيرة اين نجد جل المؤسسات وفي مختلف القطاعات تفصح عن تقاريرها الاجتماعية اما في تقاريرها السنوية او في شكل تقارير خاصة بالمسؤولية الاجتماعية والاستدامة ، ففي القطاع البنكي مثلا نجد بنك البركة الجزائري الذي يتبين حسب موقعه الخاص ان جوهر المسؤولية الاجتماعية على مستواه يتمثل في تعزيز التمويل المصغر كتمويل المرأة الماكثة في البيت، دعم المؤسسات الجامعية في المجال العلمي والتكنولوجي إضافة الى تطوير الجوانب الاجتماعية والعلمية الأخرى (بنك البركة، 2024)، اما في القطاع الطاقوي فنجد تقرير اكبر المؤسسات النفطية في الجزائر وافريقيا تقرير مؤسسة sonatrach لسنة 2021، والذي يبين على مستواه ان المؤسسة تلتزم بالعديد من الشؤون الاجتماعية مثل تعزيز إجراءات حماية صحة العمالوالبيئة، تطوير الأنشطة الاجتماعية وكذا انجاز

منشئات صحية (sonatrach, 2021, p. 67) ، وفي نفس التقرير نجد الحسابات الاجتماعية للمؤسسة مرفقة بمجموعة من الملاحظات المتمثلة في تعويضات الشركاء وحماية أملاك المؤسسة من خلال وضع برامج تأمينية لمخاطر انشطتها وانشطة فروعها (sonatrach, 2021, p. 135) كما هو موضح في الشكل التالي:

شكل رقم(3): ملاحظات حول الحسابات الاجتماعية لشركة سوناطراك

اعباء المستخدمين	ارتفاع تكاليف المستخدمين من 188 مليار الى 195 مليار اي ما يعادل 7 مليار دج
الاعباء المالية	ارتفاع قيمة تعويضات الشركاء بنسبة 139% حيث انتقلت من 206 مليار دج الى 493 مليار دج
المخاطر الصناعية	تأمين الاخطار الصناعية بقيمة 52616 مليون دولار امريكي تأمين تكاليف المراقبة والمقدرة بـ 0.861 مليون دولار امريكي تأمين معدات التنقيب بقيمة 1.400 مليون دولار تأمين المسؤولية المدنية العامة بقيمة 1.078 مليون دولار امريكي تامين المسؤولية المدنية للتزويد بالوقود بقيمة 0.133 مليون دولار امريكي
المخاطر العادية	تأمين المركبات والالات بقيمة 149.58 مليون دج تأمين العقارات والاثاث بقيمة 246.14 مليون دج تامين خسارة المنتج بقيمة .47 مليون دج تأمين النقل على الجسم بقيمة 0.156 مليون دج مقابل قيمة مؤمن عليها قدرها 0.391 مليار
المخاطر على الاشخاص	تأمين الوفايات وبعض الامراض التي يمكن ان يتعرض لها العمال لمدة 3 سنوات دج بموجب عقد مع شركة اكسا وذلك بقسط سنوي يقدر بـ 652 **مليون دج**

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على تقرير الحصيلة السنوية لشركة سوناطراك، 2021، ص 132.

اما عن مدى استجابة افراد عينة الدراسة حول بعد تدقيق الموارد البشرية فقد كانت إيجابية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.787) والتي تشير الى إجابة **"موافق"**، وبانحراف قدره 0.542 والذي يدل على توافق إجابات افراد عينة الدراسة، وهذا يعود الى الاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر والمتمثلة في حرية تكوين الجمعيات وحماية حق التنظيم، المساوات في الاجر، سياسات التشغيل، تنمية الموارد البشرية وقانون إدارة العمل، وكذا ظهور مجموعة من الجمعيات كالجمعية الجزائرية للموارد البشرية ALGRH التي تهدف الى تنظيم ودعم اجراءات

تقييم الموارد البشرية وتكييفها مع المتطلبات الحالية والمتوقعة للاقتصاد والمجتمع (ALGRH، 2024)، والجمعية الجزائرية للتدقيق الاجتماعي AAAS.

وعلى العموم يتبين من خلال الجدول السابق ان المتوسط العام لمحور واقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر قدر ب 3.746 وهي نسبة مرتفعة تشير الى مدى توافق إجابات افراد عينة الدراسة مع ابعاد الدراسة، وبانحراف معياري متوسط قدره 0.576 يدل على عدم التباعد في إجابات افراد عينة الدراسة، وبمقارنة نتائج البعدين نستنتج ان المتوسط الحسابي لتدقيق المسؤولية الاجتماعية 3.705 اقل من المتوسط الحسابي لتدقيق الموارد البشرية 3.787 مما يدل على ان تدقيق المسؤولية الاجتماعية يمكن ان يكون محدود او ممارساته تكون محتشمة الى حد ما عكس تدقيق الموارد البشرية الذي يتبين انه ذو أهمية بالغة على مستوى المؤسسات الجزائرية.

ب: تحليل نتائج إجابات افراد العينة حول معوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية

الجدول رقم (4): نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة حول معوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تواجه المؤسسة صعوبة في تحديد المؤشرات الاجتماعية المناسبة وجمع البيانات ذات الصلة	3.95	0.923
ضعف التشريعات والاطر القانونية المتعلقة بممارسات التدقيق الاجتماعي في الجزائر	3.89	0.947
نقص الموارد المالية الخاصة بتطبيق وتنفيذ التدقيق الاجتماعي في المؤسسات الجزائرية	3.29	1.091
هناك مقاومة من بعض أعضاء المؤسسة أو صعوبة في تنفيذ التغييرات الاجتماعية المطلوبة	3.93	0.806
تواجه المؤسسات تحديات في التوفيق بين أهداف التدقيق الاجتماعي وأهدافها الاقتصادية والتشغيلية	3.71	0.86
يواجه المدققون صعوبة في الحصول على المعلومات اللازمة لتنفيذ التدقيق الاجتماعي، خاصة إذا كانت هناك قضايا متعلقة بالشفافية وحق الوصول إلى المعلومات	3.91	1.032

انعدام المراسيم والتشريعات التي توضح الحدود الرئيسة لتطبيق التدقيق الاجتماعي في الجزائر	3.77	0.894
نتائج المحور الثاني	**3.778**	**0.600**

المصدر: من اعداد الباحثيناعتمادا على نتائجspss

قدر المتوسط الحسابي لمحور معوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية ب 3.778 وهي نسبة عالية تدل على اتجاه افراد عينة الدراسة نحو درجة "موافق" حيث تراوح المتوسط العام للعبارات بين 3.29 و3.95 اين تم تسجيل اعلى نسبة للمتوسط الحسابي والمتمثلة في العبارة الأولى التي تؤكد على الصعوبة التي تواجهها المؤسسات الجزائرية في تحديد المؤشرات الاجتماعية ،وهذا يعود الى عدم كفاية الموارد المتاحة للمؤسسات لتطوير وتنفيذ الإجراءات الاجتماعية، نقص الأجهزة والبرمجيات اللازمة لتحليل البيانات الاجتماعية وبالتالي ضعف في البنية التحتية إضافة الى قلة الوعي الاجتماعي والتدريب ، تليها العبارة رقم 4 بمتوسط حسابي قدره 3.93 والتي تؤكد على صعوبة التكيف مع المتغيرات الاجتماعية وتنفيذها، وهذا يعود الى نقص التوجيه او الدعم القيادي من قبل الإدارة ، نشأة مخاوف وظيفية بين الافراد تجعلهم يقاومون التغيرات لحماية مصالحهم الشخصية، ثم العبارة رقم 6 والتي تؤكد على صعوبة الحصول على المعلومات اللازمة لتنفيذ التدقيق الاجتماعي وهذا يعود الى الصعوبة في تحرير الإجراءات البيروقراطية التي تؤدي الى تأخير تحديث المعلومات .

3.3. اختبار الفرضيات

قبل القيام باختبار الفرضيات، سنقوم بدراسة طبيعة توزيع الدراسة لمعرفة أي اختبار سنقوم به للإجابة على فرضيات الدراسة.

أ: دراسة طبيعة التوزيع

لاختبار طبيعة التوزيع تم استخدام اختبار كل من Kolmogorov Smirnov test وShapiro wilk، حيث إذا كان مستوى الدلالة sigأكبر من 5% فان التوزيع طبيعي، إذا كان مستوى الدلالة sigاقل من 5% فان التوزيع غير طبيعي.

جدول رقم(5): دراسة اختبار التوزيع الطبيعي

	Kolmogorov Smirnov test	Shapiro wilk
واقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر	Sig=0.02	Sig=0.031
تحديات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية	Sig=0.026	Sig=0.007

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائجspss

من خلال الجدول رقم (5) يتبين ان مستوى الدلالة sig لكل من اختبار KolmogorovSmirnov و Shapiro wilk اقل من 5% بالنسبة للمحورين، وبالتالي فان دراستنا لا تتبع التوزيع الطبيعي.

ب:نتائج اختبار الفرضيات

بما ان الدراسة لا تتبع التوزيع الطبيعي، فإننا سنقوم باستخدام اختبارWilcoxon test، حيث:

إذا كانSIG<0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة؛

اما إذا كانSIG >0.05 فإننا نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة.

- ✓ **اختبار الفرضية الأولى:** يبين الجدول التالي نتائج اختبار الفرضية الأولى والتي مفادها كما يلي:
- ➢ **H0**: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط واقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر والمتوسط الفرضي للدراسة 3؛
- ➢ H1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط واقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر والمتوسط الفرضي للدراسة 3.

جدول رقم(6): نتائج اختبار الفرضية الاولى

البيان	sig
واقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر	0.000

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائجspss

من خلال الجدول رقم 6 نجد ان قيمة مستوى الدلالة تساوي 0.000، وهي اقل من مستوى الدلالة الفرضي 5%، وبالتالي فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، اي انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط واقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر ومتوسط الدراسة الفرضي 3 وذلك عند مستوى معنوية 5%، وبما ان المتوسط الحسابي لواقع التدقيق الاجتماعي في الجزائر المقدر بـ3.746 اكبر من متوسط الدراسة الفرضي 3 فهذا يعني ان اراء عينة الدراسة اتجهت نحو الموافقة على ممارسة المؤسسات الجزائرية للتدقيق الاجتماعي بالرغم من عدم وجود قوانين وتشريعات تفرض تطبيقه (خاصة التشريعات الخاصة بتدقيق المسؤولية الاجتماعية) هذا ما يدل على التطبيق الغير مباشر لهذا النوع من التدقيق .

- ✓ **اختبار الفرضية الثانية:** يبين الجدول التالي نتائج اختبار الفرضية الثانية والتي مفادها كما يلي:

- **H0**: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية والمتوسط الفرضي للدراسة 3؛
- H1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط معوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية والمتوسط الفرضي للدراسة 3.

جدول رقم(7): نتائج اختبار الفرضية الثانية

البيان	sig
معوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية	0.000

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على نتائج spss

من خلال الجدول رقم 7 نجد ان قيمة مستوى الدلالة تساوي 0.000، وهي اقل من مستوى الدلالة الفرضي 5%، وبالتالي فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، اي انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط معوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية ومتوسط الدراسة الفرضي 3 وذلك عند مستوى معنوية 5%، وبما ان المتوسط الحسابي لمعوقات تطبيق التدقيق الاجتماعي في البيئة الجزائرية المقدر بـ3.778 اكبر من متوسط الدراسة الفرضي 3 فهذا يعني ان اراء عينة الدراسة اتجهت نحو التأكيد على وجود صعوبات عند تطبيق التدقيق الاجتماعي من بين هذه الصعوبات (انعدام المراسيم والتشريعات التي توضح الحدود الرئيسة لتطبيق التدقيق الاجتماعي في الجزائر، نقص الموارد الخاصة بتطبيق وتنفيذ التدقيق الاجتماعي في المؤسسات الجزائرية إضافة الى صعوبة تحديد المؤشرات الاجتماعية المناسبة والحصول على المعلومات اللازمة) .

4.خاتمة

تم من خلال هذه الدراسة تبسيط مفهوم التدقيق الاجتماعي بشقيه المتمثلين في تدقيق المسؤولية الاجتماعية والموارد البشرية، مع تبيان الفروق الجوهرية لكل منهما وكذا ادراج اسباب ظهورهما إضافة الى ذكر اهم المؤشرات والأدوات المستخدمة لهذا النوع من التدقيق، وفي الأخير تم القيام بدراسة ميدانية تهدف الى استطلاع اراء مجموعة من ممارسي المهنة في الجزائر حول ما مدى تطبيق التدقيق الاجتماعي في المؤسسات الجزائرية وماهي الصعوبات التي تحول الى عدم تطبيقه.

1.4.نتائج الدراسة:

استنادا الى المحاور النظرية للدراسة ونتائج الدراسة الميدانية، تم التوصل الى ما يلي:

- ✓ التدقيق الاجتماعي عبارة عن عملية منتظمة وشاملة كونها تهتم بالجانب الاجتماعي والبشري؛
- ✓ يعود ظهور التدقيق الاجتماعي الى التغيرات والتطورات الجوهرية التي حدثت في ميدان المحاسبة؛
- ✓ تمارس المؤسسات الجزائرية التدقيق الاجتماعي بطريقة غير مباشرة، وهذا يعود الى انعدام القوانين والتشريعات التي تفرض تطبيقه؛
- ✓ تواجه المؤسسات الجزائرية معوقات تحول الى عدم تطبيقه بصفة شرعية نظرا لصعوبة قياس التكاليف الاجتماعية ونقص الوعي الاجتماعي في معظم إدارات المؤسسات.

2.4.اقترحات الدراسة:

في ضوء النتائج المتوصل اليها، يمكننا تقديم بعض التوصيات التي نرى بأنها ستساهم في لفت الانتباه بضرورة التطبيق الفعال للتدقيق الاجتماعي في المؤسسات الجزائرية:

- تعزيز دور ومكانة التدقيق الاجتماعي على مستوى الحيز الوطني؛
- توحيد إجراءات تطبيق التدقيق الاجتماعي بين مختلف مؤسسات الوطن؛
- ضرورة تكوين المدققين ومحافظي الحسابات للقيام بتنفيذ التدقيق الاجتماعي بشكل فعال كوننا نفتقر الى هذا النوع من التدقيق؛
- الزامية تطبيق التدقيق الاجتماعي من طرف المدققين الداخلين او محافظي الحسابات او المدققين الخارجين وليس رؤساء اقسام الموارد البشرية او رؤساء مراقبة وضمان الجودة؛
- وضع قوانين وتشريعات خاصة بالتدقيق الاجتماعي مع ضرورة احترامها.

قائمة المراجع

1. ALGRH. (2024). *الجمعية الجزائرية للموارد البشرية*. doi:https://www.algrh.org/
2. baba ali, s. a. (2022). tude de l'impact de l'audit social sur la performance ressources humaines d'une entreprise. Cas: EPE Spa Divindus APMC. *Journal of Management and Economic Sciences Prospects, 06*(01), 738.
3. Barcons-vilardell, m.-g. a. (1999). human resource accounting. *international advaces in economic resarch, 5*(3), 386.
4. CARROLL, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility. *BUSINESS & SOCIETY, 38*(03), 270.
5. Flamholtz, E. (1999). *Human Resource Accounting: Advances in Concepts, Methods, and Applications* (03 ed.). london: kluwer academic publishers.

6. Marie-Françoise Guyonnaud, F. W. (2004). *Synthèse documentaire sur le développement durable Du management environnemental.* agence de l'environnement et de la maitrise de l'energie.
7. Mohammad Issam Jizi, a. o. (2013). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from the US Banking Sector. *Journal of Business Ethics, springer*, 02.
8. pyle, w. (1970). human resource accounting. *financial analysts journal, 26*(5), 73.
9. sajad gholami, m. p. (2012). social responsibility accounting: from theory to practice. *journale of basic and applied scientific research, 10*(02), 10112.
10. sonatrach. (2021). *rapport annuel.* algerie: sonatrach.
11. Zohra, B. (2016). Les compétences d'un Auditeur Social. *LE Manager*(3), 85.
12. اسماء ,و .(2022) .تدقيق المسؤولية الاجتماعية :نحو اتجاه جديد في التدقيق .*مجلة دراسات اقتصادية* , *22*(01), 338.
13. الدين ,ا .ق .(2012) .دور التدقيق الاجتماعي في دعم حوكمة الشركات .*حوكمة الشركات كالية للحد من الفساد المالي والاداري* .(p. 08)بسكرة :نخبر مالية، بنوك وادارة الاعمال.
14. بنك البركة 02 ,2024) .الاحد .(*المسؤولية الاجتماعية بنك البركة الجزائري* sur Récupéré . albaraka bank: https://www.albaraka-bank.dz/%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b3%d8%a4%d9%88%d9%84%d9%8a%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%a7%d8%ac%d8%aa%d9%85%d8%a7%d8%b9%d9%8a%d8%a9/%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b3%d8%a4%d9%88%d9%84%d9%8a%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%a7%d8%ac%d8%aa%d9%85%d8%a7%d8%b9%d9%8a%
15. بوقفة ,و .ع .(2020) .اهمية تطبيق محاسبة الموارد البشرية في المؤسسات الجزائرية -دراسة عينة من المؤسسات بولاية الوادي .-*مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية*.29 ,(1)*6* ,
16. سكاك ,م .(2011) .تدقيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات دراسة ميدانية لبعض مؤسسات ولاية سطيف . *مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسير*.2011 ,(11)
17. سليماني ,م .(2019) .التدقيق الاجتماعي كاداة لتامين جودة الموارد البشرية .*المجلة الجزائرية للموارد البشرية*.47 ,(1)*3* ,
18. شباركة ,م .(2011) .التدقيق الاجتماععي كوسيلة لتحسين تسيير الموارد البشرية-دراسة حالة مؤسسة زاد فارم لتجميع الادوية)مذكرة ماجيستير .70-57 .(عنابة ,كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم المالية، جامعة باجي مختار عنابة ,الجزائر.
19. عبد المجيد مزهود. (2019). اهمية تقييم راس المال غير المادي في قياس اداء وظيفة التنمية المستدامة في المؤسسات الاقتصادية- حالة نموذج thesaurus bercy-. *مجلة ابحاث اقتصادية معاصرة*(01)، 115.
20. مصطفى ,ب .م .(2021) .مدى إدراك المؤسسات الاقتصادية لاهمية المحاسبة والافصاح عن المسؤولية الاجتماعية -دراسة ميدانية .-*مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*.410 ,(01)*14* ,

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research

ISSN:2571-9866
EISSN: 2661-7854

المجلد: 8 العدد: 1/أفريل2024، ص ص256-276

التجربة الماليزية... كنموذج لترقية التجارة الخارجية في ظل النظام التجاري العالمي

The Malaysian experience... as a model for promoting foreign trade within the global trading system

*د.ملال شرف الدين
Mellal Charaf Eddine
جامعة خنشلة– الجزائر
mellal.charafeddinne@univ-khenchela.dz

تاريخ الاستلام: 2024/02/29. تاريخ القبول: 2024/04/28 تاريخ النشر: 2024/04/30

الملخص :يهدف هذا البحث إلى الوقوف على الاستراتيجيات والسياسات التي قامت بها ماليزيا من أجل الاندماج في النظام التجاري العالمي، خاصة وأنها انتهجت نظام اقتصاد السوق الذي تزامن مع نمو اقتصادها من خلال اعتمادها على سياسة خارجية تمنح الأولوية لصادرات الالكترونيات واتخاذ التدابير لتحرير تجارتها الخارجية، التي أصبحت عاملا أساسيا في إستراتيجيات التنمية والنمو الاقتصادي.

وقد تطلب هذا البحث استخدام الأساليب التطبيقية المتمثلة في المنهج التحليلي بالإضافة للأدوات الأدوات الإحصائية والتي مكنت من الوصول إلى وجود آثار إيجابية لتحرير التجارة الخارجية الماليزية على نموها الاقتصادي، من خلال الاستفادة من عوائد الصادرات وكذا الاستغلال الأمثل لمواردها.

الكلمات المفتاحية :ماليزيا، التجارة الخارجية، النمو الاقتصادي، الصادرات

Abstract

This researchaims to identify the strategies and policiesthat Malaysia has undertaken in order to integrateinto the global trading system, especiallysinceitadoptedamarketeconomy system thatcoincidedwith the growth of itseconomythroughitsreliance on a foreignpolicythatgivespriority to electronics exports and takingmeasures to liberalizeitsforeigntrade, which has become a factor. Essential in developmentstrategies and economicgrowth.

This researchrequired the use of appliedmethodsrepresented by the analyticalapproach in addition to statisticaltools, which made it possible to determinethatthere are positive effects of liberalizingMalaysianforeigntrade on itseconomicgrowth, by benefitingfrom export revenues as well as the optimal exploitation of itsresources.

Keywords: Malaysia, foreigntrade, economicgrowth, exports
JEL Classification:**O1 ; Q2 ; H75 ; H68**

*المؤلف المرسِل

1. مقدمة:

لقد اقترن تحرير التجارة الخارجية خلال العقدين السابقين بتحقيق معدلات نمو سريعة في العديد من الدول التي كانت فقيرة والتي من بينها ماليزيا ، فنجد أن السلطات في ماليزيا اتخذت سياسات اقتصادية جديدة ساعدت على إنتعاش اقتصادها، وقد جاء في العديد من التقارير الماليزية بأنه وبالرغم من الضوابط والتدابير الحكومية الاقتصادية فإنها قد تكون أو لا تكون السبب الرئيسي للإنتعاش، إلا أن العامل الرئيسي لمصادر ووتيرة الإنتعاش ترجع لزيادة صادرات الإلكترونيات، واليوم تتمتع ماليزيا بقاعدة عريضة من المنتجات ذات الجودة التي تصنع بواسطة الشركات الماليزية وتصدر إلى أكثر من 200 دولة، وتشمل المنتجات الكهربائية والإلكترونية إلى جانب الأثاث وقطع السيارات والأغذية والبلاستيك وحتى المجوهرات والألبسة، إلى أن أصبحت الصادرات تمثل أهم الركائز الاقتصادية فيها، ،لذلك سنحاول من خلال هذا الموضوع الوقوف على **أثر التجارة الخارجية على أداء الاقتصاد الماليزي** وذلك من خلال:

2. الدعائم التجارية للاقتصاد الماليزي

1.2الملامح العامة للاقتصاد الماليزي

في فترة الخمسينيات، كان الاقتصاد الماليزي يعتمد بشكل كبير على المنتجات الأولية، المتمثلة في القصدير والمطاط، والأخشاب والمواد الغذائية كأساس للتنمية الاقتصادية وتوفير فرص العمل، أما باقي الأنشطة الأخرى كالصناعة والخدمات فقد كانت بسيطة.

وفي العقدين التاليين لفترة الخمسينيات اتبعت ماليزيا إستراتيجية تنموية تعتمد على تنويع الصادرات الزراعية كوسيلة لتحقيق الاستقرار في عائداتها من الصادرات والدخل، إلا أن هذه الإستراتيجية لم تكن كافية، فانتقلت من الزراعة إلى الصناعة، بإحداث تعديلات هيكلية وتبني سياسات اقتصادية قائمة على إستراتيجيات إستبدال الواردات والتصنيع الموجهة للتصدير.

إلا أنه وفي سنة 1969 حدثت أعمال شغب عرقية، أدركت من خلالها ماليزيا أهمية النمو الاقتصادي مع الإنصاف والعدل خاصة بعد الخلل الاقتصادي في مجالات توزيع الدخل والعمالة والملكية، وبالتالي تقرر إشراك جميع المجموعات العرقية في التنمية الاقتصادية للبلد، وهو ما يعرف "بخطة ماليزيا" القائمة على توضيح سياسات التنمية الماليزية والتأكيد على النمو والإنصاف في سياق المجتمع المتعدد الأعراق.

ومن أجل القضاء على هذه الإختلالات وتحقيق الغاية المرجوة، فقد قدمت ماليزيا السياسة الاقتصادية الجديدة في الفترة (1971-1990) ، تلتها سياسة التنمية الوطنية في الفترة(1991-2000)، وقد كان الهدف الرئيسي للسياستين الاقتصاديتين هوالقضاءعلى الفقربغضالنظرعنالجماعاتالعرقية،ومساعدةالفقراء وتزويدهم بالتدريب والمواردواللازمةلتحسين مستوى معيشتهم.

وكنتائج لمخرجات هذه السياسة الجديدة، أي لسياسات القضاء على الفقر، فقد تمكنت ماليزيا من:(Mohammed B. Yusoff، 2000):

أ. خفض معدل انتشارالفقربشكل كبيرمن49.3%سنة 1970 إلى 8.9 % سنة 1995؛

ب. تحسين توزيع الدخل بين الأسر، وكان توزيع الثروات أكثر عدلا وإنصافا؛

ت. انخفاضمعاملجينيمن0.513%سنة 1970 إلى 0.445%سنة 1989؛

ث. تنويع في منتجات القطاع الزراعي، خاصة الكاكاو وزيوت النخيل، التي أصبحت أكبر منتج ومصدر لها.

ج. ارتفاع معدل النموالاقتصاديبشكل ملحوظ، وقد كان للقطاع الخارجي دور كبير في ذلك؛

ح. ارتفعت القوة العاملة من 3.7 مليون سنة 1970 إلى 9 مليون سنة 1997، مع ارتفاع نسبة مشاركة المرأة خاصة في الصناعات التحويلية؛

خ. أدت هذه السياسة إلى تحسين جودة التعليم والبرامج التدريبية وإتاحته لجميع الفئات في المناطق الحضرية والريفية، مما تولد عنها زيادة في عدد القوة العاملة الماهرة وشبه الماهرة؛

د. مكنت هذه السياسة الاقتصادية الجديدة من انتقال ملكية الأنشطة الاقتصادية الفاعلة في ماليزيا والمتمثلة في الزراعة، التعدين، الصناعة، تجارة الجملة إلى الدولة والشركات المحلية، بعدما كانت متحيزة للأجانب، الأمر الذي أدى إلى زيادة وتطوير الطاقة الإنتاجية لمختلف الأنشطة الاقتصادية، كالصناعة والزراعة،

إن العوامل السالفة الذكر كانت هي العوامل الأساسية التي دفعت باتجاه التنمية بكل أبعادها، وبفضلها استطاعت ماليزيا تحقيق تقدم ملموس في مجالات عدة، والتي تجسدت

جهودها في الفترة 2000- 2017، بحيث سجلت فيها عدة مؤشرات أداءا متميزا، كان أهمها(فضلي، 2010):

أ. تكوين مجتمع موحد ومترابط ومنفتح يمتلك رؤية مشتركة قائمة على الاقتصاد المعرفي، بفضل آليات وجهود تطوير القدرات والمهارات البشرية؛

ب. بنية تحتية جد متطورة، تتكون من بنايات ضخمة مجهزة بكافة الخدمات، شبكات طرق سريعة تضم السكك الحديدية، المطارات إلى جانب شبكات معلومات واتصالات؛

ت. تطوير نظام الإدارة والعدل والقضاء وسن قوانين لحماية المستثمرين وحماية حقوق الملكية الفكرية؛

ث. احتل سنة 2018 المرتبة الثالثة كأكبر اقتصاد في جنوب شرق آسيا بعد أندونيسيا وتايلاند، وتعد إنتاجية العمل فيه أعلى بكثير من مثيلتها في تايلاندا وإندونيسيا والدول المجاورة نتيجة كثافة الصناعات القائمة على المعرفة واعتماد أحدث تقنيات التصنيع والاقتصاد الرقمي؛

ج. سجل الاقتصاد الماليزي نموا في الناتج المحلي الإجمالي خلال طول الفترة 2000-2017، بنسبة زيادة متوسطة قدرت بـأكثر من 5 % بالرغم من تأثره بعدة أزمات في الاقتصاد العالمي، والتي من بينها تقلبات أسعار النفط، ارتفاع أسعار الغذاء، الأزمة المالية العالمية 2007، وأن الجدول التالي يوضح أداء الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة 2010-2017.

جدول رقم (01): يوضح نسبة نمو الناتج المحلي الإجمالي لماليزيا خلال الفترة 2010-2017.

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الناتج المحلي %	7.5	5.3	5.5	4.7	6.0	5.0	4.2	5.9

Source :GDP - Department of Statistics Malaysia Official Porta.

من خلال أرقام الجدول اتضح بأن الاقتصاد الماليزي سجل نمو اقتصادي مستمر ولعدة سنوات متتالية، وقد كان النمو مدفوعا بشكل أساسي بقطاع الخدمات وقطاع التصنيع، ويرجع ذلك إلى عدة جهود قامت بها الدولة في إطار الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية المتعددة، وأن نسب مساهمة القطاعات الرئيسية والدافعة لهذا النمو الاقتصادي هي:

أ. أعلى نمو كان لقطاع الخدمات بنسبة زيادة قدرت في المتوسط بـ 9.7 %، وأن نسبة تكوين الناتج المحلي الإجمالي قدرت في المتوسط بـ 56 %، ومن بين العوامل التي ساعدت في رفع هذه النسبة هي تحرير 27 قطاعا فرعيا للخدمات سنة 2009 بغية زيادة الاستثمار في هذا القطاع؛

ب. القطاع الصناعي نسبة نمو في المتوسط قدرت بـ 6.3 %، وأن نسبة تكوينه للناتج المحلي قدرت في المتوسط بحوالي 23 %، ويرجع هذا النمو الى عدة عوامل تم التطرق اليها في المتن سابقا؛

ت. القطاع الزراعي هو في حقيقة الأمر سجل تراجعا كبيرا مقارنة بنسب الستينيات والسبعينيات، إلا أن نتيجة الطلب المتزايد على زيوت النخيل والمطاط خاصة مع ارتفاع سعرها، فقد ساعد ذلك في ترجيح نسبة القطاع الزراعي في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، أين سجل نسبة في المتوسط قدرت 8.5 %؛

ث. الباقي هو تعدين وأعمال البناء.

2.2 رصد أهم مقومات الاقتصاد الماليزي

تعتبر ماليزيا دولةمتعددةالأعراق،ذات دخل متوسط،وقد اعتمد اعتمادًا كبيرًاعلى الموارد الطبيعية من أجل هندسة التنويع الناجح في التصنيع وزيادةالدخل بشكل عاد للجميع المجموعات العرقية، والتي لايتمتع فيها اقتصادها بميزات قوية بل يتميز بانقسامات حادة نتيجة اختلاف الدين واللغة، إلا أنه يمكن حصر أهم الميزات النسبية التي تتمتع بها ماليزيا في:

أ. توفرها على موارد طبيعية محلية أساسية تمثلت في منتجات المطاط، زيوت النخيل والأخشاب، وبفضل السياسات الهادفة للدولة فقد تمكنت من جعل العديد الصناعات القائمة تعتمد بكثرة على هذه الموارد المحلية كمدخلات في عملياتها الإنتاجية(Zainal Aznam Yusof، 2008)؛

ب. تعد ماليزيا اليوم من الدول التي تستقطب أكبر عدد من السياح من كافة دول العالم، ويرجع ذلك إلى تميزها بمناخ معتدل وطبيعة خلابة، إلى جانب فن العمارة والسلوك المنتظم والمساحات الخضراء، مما ساعد قطاع السياحة في جعله أحد القطاعات المهمة في الاقتصاد الماليزي بعد قطاع الصناعة، كما تشير التقارير الصادرة عن شركتي "ماستر كارد" و"كرسنتريتنج" منذ سنة 2011 بأن ماليزيا هي الأولى عالميا في استقطاب السياحة

الحلال، ففي سنة 2014 استطاعت استقطاب 13 % من مجموع المسافرين المسلمين(خديجة، 2018)؛

ت. مناخ إستوائي، يتميز بتساقط الأمطار طول العام، إلى جانب الغابات والمساحات الكبيرة التي تغطي ماليزيا بالأشجار، خاصة أشجار "الساج" التي هي مصدر الأخشاب؛

ث. توفرها على بيئةمواتيةللأعمالسواء للمستثمرين الأجانب أو للقطاعالخاص، بحيث انتهجت الحكومة الماليزية سياسات التعديل المستمر لهياكل وطبيعة الحوافز المقدمة بما يخدم التنمية الاقتصادية(الله، 2009)؛

ج. بنيةتحتيةعاليةالجودة، تتمثل بالأساس في قاعدة البناء والتشييد للنقل والإتصالات السلكية واللاسلكية، المدارس، الكهرباء إضافة إلى الخدمات الصحية؛

تصنف ماليزيا ضمن الدول ذات التنمية البشرية المرتفعة، بحيث أدت الجهود المبذولة من طرف الدولة والمتمثلة في عمليات التدريب والتعليم من تكوين قوى عاملة ماهرة وذات أجور تنافسية(أحلام، 2014).

3.2 مساعي ماليزيا للإنضمام إلى النظام التجاري الدولي

شهدالاقتصادالماليزي تحولات هيكلية خلال العقود القليلة الماضية، كان أهمها هو الانتقال من اقتصاد يعتمد على الزراعة إلى حد كبير إلى اقتصاد يظهر فيه التصنيع ببطء إلى قطاع رائد ومتنوع، أدى إلى تأثير مزدوج على التجارة الخارجية، تمثل الأثر الأول في تركيبة المنتجات المصدرة والمستوردة والأثر الثاني تمثل في اتجاهات وسياسات التجارة الخارجية، وبالتالي سنحاول من خلال هذا المطلب التعرف على الإجراءات والتغيرات المتعلقة بهذا الجانب.

أ. الإجراءات التي قامت بها في هذا الإطار

في إطار تحقيق أهداف السياسة الاقتصادية الجديدة المتمثلة في جهود تنويع أسواق الصادرات الماليزية التي صاحبها تطورات وتغيرات على الاقتصاد الماليزي وبالتحديد في هيكل واتجاه التجارة الخارجية، مما تتطلب ذلك وضع واتخاذ عدة إجراءات من أجل التوافق مع شركاءها التجاريين، وبالتالي الإندماج في النظام التجاري الدولي، وأن من بين الإجراءات نجد:

- ✓ في أوائل السبعينيات،بدأت ماليزياستراتيجية التصنيع الموجهة للتصدير، أين قامت بالتوجه من التركيز في استبدال الواردات إلى الترويج للصادرات، نتيجة تشبع السوق المحلي، وقد

تطلب ذلك إتخاذ عدة إجراءات تحفيزية في سنة 1977، كان أهمها تقديم تسهيلات ائتمانية للمصدرين الماليزيين تتعلق بتمويل صادرات السلع المصنعة بأسعار تفضيلية، كما زادت الحكومة نفقاتها الموجهة للبنية التحتية اللازمة للتنمية الصناعية، بإنشاء المناطق الصناعية ومناطق التجارة الحرة داخل الدولة(Mohammed B. Yusoff، 2000)؛

- ✓ كذلك تم تقديم حوافز تصديرية تمثلت في اقتطاعات ضريبية من النفقات الترويجية في الأسواق الخارجية؛
- ✓ وقد أدت الحوافز الاستثمارية السخية المقدمة للاستثمار الأجنبي إلى تدفقات كبيرة للاستثمار في قطاع الصناعات التحويلية، خاصة الركود الذي شهدته ماليزيا سنة 1985 عندما سجل الناتج المحلي الإجمالي نموا سلبيا قدره 1 %، تطلب ذلك من ماليزيا استحداث قانون سنة 1986 يتضمن الترويج للاستثمار وتوسيع نطاق جاذبيته في قطاعات التصنيع والزراعة والخدمات، بدل قانون 1968، وقد أدى ذلك إلى تنشيط النمو الصناعي الموجه للتصدير، إلى جانب زيادة التعاون الاقتصادي الدولي الإقليمي والمتعدد؛
- ✓ تشمل الحوافزأيضا،تسهيلات خاصة ببناء الفنادق وتوسيعهاوتحديثها، خاصة بالنسبة للمستثمرين الأجانب؛
- ✓ إنشاءاتفاقية مضمونة للاستثمار يتم من خلالها تجنب المخاطر التجارية وغيرالتجارية،مثل تأميم الشركات،وتحريرالتدفقات الداخلة والخارجة من رأس المال؛
- ✓ إنشاء هيئة تنمية التجارة الماليزية " Matrade"سنة 1993، التي عملت على تنمية التجارة الخارجية الماليزية، والترويج للمنتجات المحلية، بالإضافة إلى تخطيط السياسات التي تهدف إلى زيادة الصادرات والقضاء على العراقيل خاصة المتعلقة بالنقل والتأمين والتحويل(سفيان، 2017)؛
- ✓ السياسات والتشجيعات بأهمية بناء العلاقات الاقتصادية الخارجية والتي تدخل ضمن الاستراتيجية التنموية الماليزية بحيث صرح رئيس الوزراء في العديد من المرات بأنه: "ينبغي علينا التعامل مع كل دول العالم لأن أسواقها ضرورية لاقتصادنا، وبالتالي وجب على الماليزيين أن يعيروها كل الرعاية والإهتمام لأن نمو اقتصادنا يتوقف على حسن اقتحامنا للأسواق العالمية بمنتجاتنا وإلا فطريق النمو والتقدم مسدود أمامنا، وبالتالي فإن هذا التوجه

يتطلب منا بناء علاقات صداقة جيدة ومثمرة مع باقي دول العالم لأنها تمثل بالنسبة إلينا الأسواق التي نسوق فيها منتجاتنا، وأن مستقبلنا يتوقف على استعدادنا للرفع من نسبة تبادلنا التجاري مع باقي دول العالم، ولكن ينبغي أن يغلب التصدير على الاستيراد لأنه كلما زادت الصادرات زادت مداخيلنا(محمد، 2012)."

ب. واقع التجارة الخارجية في ماليزيا

شهد الاقتصاد الماليزي تغيرات هيكلية عميقة بعد الاستقلال، جعلته يتميز بالإنفتاح النسبي والتوجه نحو الأسواق الخارجية، خاصة وأن الصادرات والواردات تشكل نسبة كبيرة من الناتج المحلي الإجمالي، إلا أن أصبح عرضة للتأرجح نتيجة تقلبات السوق وتأثره بشدة باقتصاديات شركائه التجاريين الرئيسين، خاصة الولايات المتحدة الأمريكية واليابان، وعليه فمن الأحسن التطرق إلى واقع التجارة الخارجية من خلال الفترات الزمنية، كما يلي(محمد، 2012):

فترة السبعينات: تمكنت ماليزيا من تحقيق نموا مستمرا، وأوضاعا جد مقبولة في فترة الستينيات والسبعينيات نتيجة تنوع المنتجات والأنشطة والأداء القوي للإستثمار الأجنبي والمحلي أدى إلى زيادة الصادرات المصنعة، وتحقيق فائض خلال هذه الفترة، وأن من بين أهم السلع المصدرة هي: المطاط، القصدير، زيوت النخيل، بالإضافة إلى البترول والغاز.

فترة الثمانينات: في هذه الفترة تميزت أسعارصادرات السلعالأساسيةالتي تعتمد عليها ماليزيا بالانخفاض، وأن هذا الانخفاض ترتب عليه تراجع في إيرادات التصدير، بحيث شهدت إيراداتتصدير"المطاط"انخفاضا من 1215 مليوندولارأمريكيسنة 1980 إلى 976.84 مليوندولارأمريكيفيسنة 1981، واستمر هذه الانخفاض حتى فترة التسعينات، مما أثر ذلك سلبا على صغار منتجي المطاط الذين يمثلون حوالي 80% من المنتجين في ماليزيا.

أما بالنسبة "للقصدير" فقد شهد أيضا وضعا لا يختلف عن المطاط، بحيث سجلت أسعاره انخفاضا قدرت بأكثر من 50 %، أين انتقل سعر الصفيح من 7.81 دولار للكيلوغرام سنة 1985 إلى 4.05 دولار سنة 1986 مما تسبب ذلك في تراجع حاد لعائدات صادراته من 0.421 ملياردولارأمريكيسنة 1985 إلى 171.05 مليوندولارأمريكيسنة 1986.

كما أظهرت أسعار الخشب وزيوت النخيل حركات غير منتظمةإستجابة لحركات أسعارالسوق العالمية، بحيث انخفض سعر زيت النخيلمن 423.95 دولارأمريكيللطنفيسنة 1984 إلى 289.47 دولارأمريكيفيسنة 1985، ليستمر في الانخفاض لأكثر من 45 %في سنة 1986،مما أدى الى تراجع كبير في دخول أصحاب المزارع الصغيرة، وكذا على مخططات التنمية في ماليزيا.

إلا أنه توجد بعض السلع المصنعة والتي حققت عائدات تصدير إيجابية كالمنتجات الكهربائية والإلكترونية، بالرغم من بيئة التجارة العالمية الصعبةفي هذه الفترة، نتيجة تميزها بالحمائية المتزايدة للاقتصادات الصناعية.

فترة التسعينات: في هذه الفترة انخفض تصدير المنتجات الزراعية أكثر، نتيجة انخفاض أسعار السلع الأولية إلا أن ماليزيا بقيت معتمدة عليها (زيت النخيل، المطاط، الأخشاب المنشورة)، وقامت بتخفيض فاتورة وارداتها، مما أدى ذلك إلى تحسن معدلات التبادل التجاري في الفترة 1990-1995، وارتفاع عائدات التصدير بحيث زادت القيمة المضافة السنويةبنسبة قدرت بـ 7.9 % فيسنة 1998 لتصلإلى 1394.74 مليوندولارأمريكي،إلا أنه وفي الثلث الأخير من نفس السنة، أدت أسعار الصرف غير المستقرة إلى تدهور معدلات التبادل التجاري،مما دفع الحكومة إلى تطبيق سعرالصرف الثابت في أكتوبر 1998.

فترة (2001-2007) هي مرحلةبطيئة نظرا للظروف الاقتصادية الخارجيةالتي شهدت تنافسيةكبيرة أدت إلى تراجع الطلب الخارجي، إلى جانب بعض نقاط الضعف في الاقتصاد الماليزي، إلا أن ذلك لا يمنع من تسجيل أبرز النقاط في التجارة الخارجية والتي من بينها:

- ✓ أبرز شريك تجاري لماليزيافي هذه الفترة هي الولايات المتحدة،ففيسنة 1999،بلغ إجمالي التجارة الثنائيةبين الولايات المتحدة وماليزيا 30.5 مليار دولارأمريكي،حيث بلغ إجمالي الصادرات الماليزية إلى أمريكا 21.4 مليارديولارأمريكي في المقابل سجلت الواردات منها قيمة قدرت بـ 9.1 مليارديولارأمريكي، ولقدكانت ماليزياالشريك التجاري العاشر للولايات المتحدةالأمريكية وسوق التصديرالثاني عشر؛
- ✓ ارتفع إجمالي الصادراتفيسنة 2006 بنسبة قدرت بـ10.3 % لتصل إلى قيمة إجمالية قدرت بـ 588.9 مليارريتجيت ماليزي، ساعدها في ذلك نمو الصادرات الزراعيةومنتجات التعدين بنسب قدرت بـ10.1 و 11.7 % على التوالي؛

- ✓ نتيجةارتفاع الطلب الخارجي على المطاط وزيوت النخيل التي صاحبها ارتفاع الأسعار العالمية، فقد نمت صادراتهمابشكلملحوظ، حيث شهدت نسب نمو قدرت بـ42.3 و 13.9% علىالتوالي؛
- ✓ حقق الميزان التجاري الماليزي في سنة 2006 فائضا قدره 108.4 مليارريينجيت ماليزي،بنسبة زيادة قدرها 8.7 % مقارنةبسنة 2005.

الفترة 2010–2019: تميزت التجارة الخارجية في ماليزيا من حيث الحجم والإتجاه خلال هذه الفترة بـ:

- ✓ فيسنة 2013،بلغ إجمالي التجارةالخارجيةلماليزيا 424 مليارودولار أمريكي،تتكون من 230.7 مليارودولارأمريكي من الصادراتو192.9 مليارودولارأمريكي من الواردات،ممايجعل ماليزيامع أكبر 21 دولةمصدرةفي العالم وأكبر 25 مستوردفي العالم؛
- ✓ أكبرشريك تجاري لماليزيا هودولة الصين وذلك لمدةخمس سنوات على التوالي منذسنة 2008، أين وصل حجم التجارةالثنائيةبين الصين وماليزيافي سنة 2013 إلى قيمة قدرت بـ 106 مليارتدولار،زيادة على ذلك فقد تعهد الطرفان بزيادةالتجارةالثنائيةإلى 160 مليارودولارأمريكي بحلول عام 2017.
- ✓ ثاني أكبرشريك تجاري لماليزيا هي سنغافورة، بحيث بلغ حجم التجارة الثنائية حوالي 91 مليارودولارأمريكي في سنة 2012،وهو مايمثل أكثرمن خمس إجمالي التجارة داخل الآسيان؛
- ✓ تعدالياباان ثالث أكبرشريك تجاري لماليزيا،حيث بلغ حجم التبادل التجاري خل السنة 2014 ماقيمته 42 مليار دولار أمريكي (137.45 مليار رينجيت ماليزي) ،وبزيادة قدرها 1.4%مقارنةبسنة 2013،بلغ إجمالي الصادرات الماليزية فيها قيمة قدرت بـ25.6 مليارودولا رأمريكي (82.71 مليار رينجيت ماليزي) ،بنسبة نمو قدرت بـ 4.4 %،بينما تقلصت الواردات بنسبة قدرت بـ 2.9 % لتبلغ 16.74 مليار دولار أمريكي (54.75 مليار رينجيت ماليزي)، وأن أغلب المنتجات الماليزية المصدرة تمثلت في: الغاز الطبيعي،والكهرباء والإلكترونيات،وكذلك المنتجات الكيماوية. أما واردات ماليزيا الرئيسيةمن اليابان فكانت الإلكترونيات والآلات والمعدات وكذلك قطع الغيار والملحقات للسيارات والسيارات.

- ✓ ونتيجة للاقتصاد الماليزي القوي والمتنوع فقد بلغت قيمة صادرات منتجات التكنولوجيا الفائقة في عام 2015 قيمة قدرت بـ 57.258 مليار دولار أمريكي،تليها منتجات زيوت النخيل من حيث الحجم والقيمة.

3. برنامج تحرير التجارة الخارجية في ماليزيا

واصلت الحكومةالماليزية باستمراربرنامج تحريرالتجارة الخارجيةلكن بطريقةمدروسة وعلى الرغم من وجودمرحلةثانيةمن مرحلةاستبدال الواردات خلال الفترة1980-1985 بعد المرحلة الأولى في الستينيات وبداية السبعينيات، فقد كان متوسط معدلات التعريفةالجمركية الماليزيةمنخفضة مقارنةبالدول الناميةالأخرى، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (02): يبين معدلات التعريفةالجمركيةلبعض دول"آسيانASEAN " خلال الفترة1975– 1990.

الوحدة : (%)

الدولة / السنة	1975	1980	1985	1990
ماليزيا	10.25	9.79	9.12	4.78
سنغافورة	1.32	0.90	0.72	0.34
تايلاند	13.80	11.18	13.51	11.58
اندونيسيا	10.02	7.39	5.97	6.92

Source : Salomon Jacob Cohen, **World Development And EconomicSystems:Theory And Applications,**World Scientific, London, 2015, p: 69.

كما يعتبر هذا الإجراء كجزءمن استراتيجية استبدال الواردات،أين تمنح بعض الصناعات معدلات تعريفية عالية من أجل الحماية الفعالة مثل صناعات الإطارات والإسمنت والصلب والسيارات، إلا أن مرحلةاستبدال الواردات لم تدم لفترةطويلة، فاعتمدت الحكومة سياسات واستراتيجيات موجهةنحوالخارج بحلول منتصف الثمانينيات بسبب عدةأسباب أهمها:

أ. لم تكن هذه الاستراتيجية أي استبدال الواردات قادرة على توليد النمو الاقتصادي كما كان متوقع؛

ب. لمتكن الصناعات الناشئةالمحميةقادرةعلى المنافسةالدوليةحتىبعدسنواتعديدةمن الحماية،ونتيجةلذلك فقدتم تحريرقطاع التصديرمن خلال العديدمن التدابيروالتي تشمل(Colin I. Bradford، 1987):

- ✓ إلغاءمتطلبات ترخيص التصدير؛
- ✓ إلغاءرسوم التصدير؛
- ✓ إلغاءضرائب التصديرعلى بعض المنتجات؛
- ✓ تم تخفيض معدل التعريفة الجمركية على العديد من المنتجات الاستهلاكية؛
- ✓ وبموجب اتفاقية الجات،فقد قامت ماليزيا بتخفيض التعريفات على أكثرمن 1000 سلعة.

ت. إن التوجه إلى التوسع في برنامج الخصخصة أدى إلى تحسين العديد من المؤشرات الاقتصادية للدولة مثل العجز في الموازنة والدين العام إلى عدد العاملين بالدولة، جعلها تتجه إلى تكوين بنية أساسية واقتصادية ضخمة يمكن الاعتماد عليها في تحقيق النهضة.

وكدولة نامية،فقد تمكنت ماليزيا من الاستفادة من وضع نظام الأفضليات المعمم من قبل 14 دولة، أين تم منح صادراتهاأفضليةتتمثل في تخفيض التعريفة الجمركية عليها بنسبة قدرت بـ 11.9 % فيسنة 1991، لترتفع الحصة إلى 12.5 % في سنة 1995، لمعظم المنتجات سواء المصنعة أو شبه المصنعة (80 % من إجمالي صادراتها)، إلى أن هذه الامتيازات لم تدم طويلا.

فقي سنة 1997،أنهتالولاياتالمتحدةالأمريكية بعض مزايانظام الأفضليات المعمم الممنوحةلصادرات ماليزيا،كماأنهى الإتحادالأوروبي مخطط نظام الأفضليات المعمم لبعض المنتجات الماليزية، وقد أدى هذه الاجراء إلى كبح جزئي لصادراتها،إلاأن تخفيضات التعريفةالجمركيةفي إطارمنظمةالتجارةالعالميةساعدت في إرجاع بعض التوازن إلى حدما.

وفي سنة 2001 واصلت الحكومةالماليزية تشجيع المصدرين على الاستعداد لزيادةالمنافسةخاصةمع سريان اتفاقيةالتجارةالحرةلرابطةأمم جنوب شرقآسيا، وقدساعدتها هذه الاتفاقية في نموصادراتهاعن طريق وفرات الحجم والتوسع في التجارةالدولية عبر النفاذ للأسواق الجديدة.

وفي إطار سياسة التوجه للخارج وجذب الاستثمار الأجنبي، فقد تميزت ماليزيا بالطلب المتزايد على اليد العاملة خاصة في قطاع الخدمات والتصنيع، تطلب الأمر توظيف العمال الأجانب باعتباره الحل الأنسب للقضاء على النقص الحاصل وكذا باعتبار ماليزيا طبقت إجراءات الانفتاح

الاقتصادي، وأن أغلب العمال من أندونيسيا، بنغلاديش، تايلاند والفلبين، وقد تراوحت نسب توزيع العمالة على القطاعات في سنة 1998 كما يلي:

- ✓ قطاعالخدماتبنسبة قدرت بـ 56.8 % منالعمالة؛
- ✓ الصناعاتالتحويلية بنسبة قدرت بـ26.5 %، منها 50 % يد عاملة أجنبية، أي بعدد فاق 290000 عامل أجنبي، ليتراجع هذه العدد في السنوات التالية نتيجة التركيز على الصناعات كثيفة رأس المال؛
- ✓ قطاعالزراعة بنسبة قدرت بـ16.3 %.

كما كانتحريرالأسواقالماليةالمحليةفيالثمانينيات، مقترن بعوامل الجذب الداخلية لتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر والمتمثلة في جملة الحوافز المالية المذكورة في قانون تشجيع الإستثمار لسنة 1986، إلى جانب المميزات الأخرى كالاستقرار السياسي، انخفاض معدل التضخم واستقرار سعر الصرف.

4. واقع النمو الاقتصادي في ماليزيا

اتبعت ماليزيا في تنميتها الاقتصادية مجموعة من الخطط الإنمائية المدروسة، مكنتها من تحقيق معدلات نمو عالية وسريعة، وما ميز هذا النمو الاقتصادي هو التوازن في تنمية القطاعات الاقتصادية المختلفة المكونة للناتج المحلي الإجمالي، أين شهدت معدلات النمو ارتفاعا وهو ما جعلها تقترب من العتبةالرمزيةللإنضمام إلى نادي الدول ذات الدخل المرتفع،وأن بيانات الجدول التالي توضح معدلات النمو الاقتصادي المتميزة خلال الفترة 1990-2016.

جدول رقم (03): يوضح تطور معدلات النمو الاقتصادي لماليزيا خلال الفترة 1990-2016.

السنوات	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
معدل نمو (%)	9.0	9.5	8.9	9.9	9.2	9.8	10.0	7.3	-7.4	6.1
السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
معدل نمو (%)	8.9	-0.5	5.4	5.8	6.8	5.3	5.6	6.3	4.8	-1.5
السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016			
معدل نمو (%)	7.4	5.3	5.5	4.7	6.0	5.1	4.4			

Source : The World Bank (1990-2016).

تشير معدلات النمو الاقتصادي الموضحة في الجدول أعلاه بأن ماليزيا استطاعت تحقيق معدلات نمو إيجابية ومرتفعة عموما مقارنة بالعديد من الدول، إذ تتراوح هذه المعدلات خلال مدة الدراسة بين 5 – 10 %، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل ساعدت على تحقيق هذا المسار من النمو ومن بينها: الإستقرار السياسي والإطار المؤسساتي المتين والإنفتاح على الإستثمار الأجنبي المباشر المدعوم بنظام فعال لمساعدة الدولة يركز على الخدمات وصناعة الإلكترونيات وصناعة الإنتاج النهائي بإستخدام المواردالطبيعية (الهيدروكربونات وزيت النخيل و المطاط)،وسياسة الاقتصاد الكلي الحكيمة لاسيما في مايتعلق بالتضخم.

فعند التركيز نجد بأن الفترة الممتدة من 1990-1997 هي الفترة التي تتميز بأعلى مستويات النمو، قدر في المتوسط بأكثر من 9 %، ويقابلها في ذلك زيادة الناتج المحلي الإجمالي من قيمة قدرت بـ 44 مليار سنة 1990 إلى قيمة تقدر بـ 100 مليار دولار سنة 1997 أي بقيمة زيادة سنوية تقدر في المتوسط بـ 9 مليار دولار، انعكست مباشرة في تحسين المؤشرات الاقتصادية والإجتماعية لماليزيا خاصة وأن معدل زيادة نسبة السكان شهدت زيادة طفيفة ومنتظمة، بحيث انتقلت من عدد قدر بـ 18 مليون نسمة سنة 1990 إلى 21,5 مليون نسمة سنة 1997، وقد رافق هذا النمو استقرارالأسعار وانخفاض معدل البطالة والزيادات المعتدلة في الأجور والفائض الكبير والمستمرفي الحساب الجاري، نتيجة الإرتفاع المستمر لحصيلة الصادرات عن فاتورة الواردات في طول المدة، بحيث سجلت الصادرات سنة 1990 حصيلة قدرت بـ 47.82 مليار دولار وفي المقابل سجلت الواردات قيمة قدرت بـ 31.88 مليار دولار، ليستمر هذه الفائض الى غاية 1997، أين شهدت الصادرات قيمة تمثلت في 116,1 مليار دولار، في حين سجلت الواردات قيمة قدرت بـ 92.38 مليار دولار، ويرجع هذا الفائض المستمر إلى التنوع في الصادرات الماليزية.

إلى جانب ذلك فقد شهدت ماليزيا معدلات نمو سلبية ولعل أبرزها في سنة 1998 أين سجلت معدل نمو سلبي قدر بـ -7.4% زيادة على ذلك فقد سجلت أيضا سنة 2009 معدل نمو سلبي قدر بـ - 1.5% ، ويرجع ذلك في كلتا الحالتين إلى الأزمات المالية، الأولى

تخص الأزمة المالية الآسيوية التي انطلقت من تايلاند، بحيث تداعت على ماليزيا بتراجع في حركة رؤوس الأموال كان أبرزها تراجع تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر من قيمة قدرت بـ 5.137 مليار دولار سنة 1997 إلى قيمة قدرت بـ 2.163 مليار دولار سنة 1998، وكذا عدم تسجيل أي زيادة في حصيلة الصادرات، أما الحالة الثانية فترجع الى تداعيات الأزمة المالية العالمية 2008 ، والتي خلفت نتائج سلبية على الاقتصاد الماليزي تمثلت في ركود اقتصادي نظرا لأن ماليزيا أكثر إنفتاحا على الاقتصاد العالمي.

وفي المرحلة الأخيرة من فترة الدراسة الممتدة من 2010 إلى 2016، فقد تميزت أيضا بمعدلات جد مقبولة كانت بدايتها في سنة 2010 بمعدل نمو قدر بـ 7 %، وهذا ما يقابل الأداء القوي للاقتصاد الماليزي نتيجة اعتماد السلطات ما يعرف بالصناعة المالية كمصدر مهم للنمو الاقتصادي والتي شكلت في المتوسط 10.7 % من الناتج المحلي الإجمالي، وتعد بورصة ماليزيا من أهم المؤسسات التي تأسست لرصد أنشطة سوق الأوراق المالية الماليزية، وتطويرالسوقالماليةالمحليةمن أجل دعمالاستثماراتوزيادةالوصولإلىالاستثمارالأجنبيالمباشر وتندرج فيها تسعة قطاعات رئيسية تشمل: الإنشاءات، المنتجات الإستهلاكية، التمويل، المنتجات الصناعية، التعدين، المزارع، العقارات، التكنولوجيا والتجارة والخدمات.

5. مدى مساهمة تحرير التجارة الخارجية في تحسين معدل النمو الاقتصادي في ماليزيا

سيتم في هذا العنصر الوقوف على أثر التجارة الخارجية على النمو الاقتصادي في ماليزيا والتي تتضمن عدة مؤشرات تدخل في تقدير النموذج الاحصائي وأهمها: معدل الانفتاح التجاري وتدفق الاستثمارات الأجنبية إلى جانب الائتمان الموجه للقطاع الخاص، وأثرها على النمو الاقتصادي في ماليزيا باستخدام نموذج الانحدار المتعدد بطريقة المربعات الصغرى.

ويستند النموذج الخطي المتعدد على افتراض وجود علاقة خطية بين متغير تابع(Y) وعدد من المتغيرات المستقلة XK,.....X2 , X1 ، وحد عشوائيε إلى جانب β_0 الذي يطلق عليه الثابت، ويعبر عن هذه العلاقة بالنسبة لـ n من المشاهدات ، أما K فهو يمثل عدد المتغيرات المستقلة، ويعبر عن هذه العلاقة بالشكل التالي :

$$\gamma n = {}_0\beta + {}_1\beta\ n_1 + \beta_2 X\, n_2 + \ldots + \kappa\beta X\, n\kappa + \varepsilon n$$

حيث:

γn المتغير التابع وفي دراستنا هو النمو الاقتصادي الذي يرمز له بـ GDP.

$\beta_1 \beta \beta_2$, تمثل معلمات النموذج.

n_1 المتغير المستقل الأول عند الفترة عند الفترة n والذي يمثل عندنا تدفقات الإستثمار الأجنبي ويرمز له بـ IDE.

Xn_2 المتغير المستقل الثاني عند الفترة n والذي يمثل الانفتاح التجاري ويرمز له بـ OC.

$Xn\kappa$ المتغير المستقل الأخير عند الفترة n والذي يمثل في حالتنا الائتمان الموجه للقطاع الخاص ورمزنا له بـ CP.

ε حد الخطأ العشوائي.

n تمثل عدد المشاهدات، وفي دراستنا تعبر عن عدد السنوات المحددة بـ 26 سنة أي من سنة 1990 إلى 2016.

ويهدف اختبار المعنوية الكلية للنموذج البرازيلي إلى توضيح مدى القدرة التفسيرية لكل من الإنفتاحالتجاري) (OC الذي يعتبر من أهم المقاييس المستخدمة للتعبير عن الإنفتاح التجاري، أو كما يطلق عليه معامل التجارة الخارجية ويعبر عنه رياضيا بـ

حيث:

OC معدل الإنفتاح التجاري.

X تمثل الصادرات.

M تمثل الواردات.

PIB الناتج المحلي الإجمالي.

وتدفقات الإستثمار الأجنبي (IDE)، والإئتمان المحلي الموجه للقطاع الخاص(CP) في البرازيل، كمتغيرات مستقلة في تفسير التغيرات الحاصلة في المتغير التابع أي في النمو الاقتصادي لدولة البرازيل.

تقديرالنموذج:

- **اختبارالمعنوية الكلية للنموذج:**

يهدفاختبارالمعنويةالكليةللنموذج المتعلق بدولة ماليزيالمعرفةمدىالقدرةالتفسيريةللمتغيراتالتيتماختيارهافينموذج الدراسةكمتغيرات مستقلة،ومدى

تفسيرها للتغيرات الحاصلة في المتغير التابع الذي يتمثل في النمو الاقتصادي الماليزي، وقد كانت نتائج الاختبار كمايلي:

الجدول رقم (04): نتائج تقدير المعنوية الكلية للنموذج – حالة ماليزيا:

DW	Prob(F-statistic)	F-statistic	Adjusted R-squared	R-squared	Prob	t-Statistic	Coefficient	Variable
1.95	0.00	7.12	0.41	0.48	0.46	0.74	3.65419	**C**
					0.0006	3.96	1.24	**IDE**
					0.75	0.31	0.007	**OC**
					0.24	-1.20	-0.03	**CP**

تقدير معادلة الانحدار المتعدد لنموذج الدراسة:

GDP = 3.65419915669 + 1.24194537854***IDE** + 0.00710253316494***OC** - 0.0371478947199***CP**

التفسير الإحصائي والاقتصادي:

بناء على مخرجات تقدير النموذج الموضحة أعلاه والخاصة بدولة ماليزيا فإن درجة الارتباط بين النمو الاقتصادي كمتغير تابع لدولة ماليزيا وكل من الإنفتاح التجاري وتدفقات الإستثمار الأجنبي المباشر والإئتمان المحلي الممنوح للقطاع الخاص في ماليزيا تعتبر مرتفعة ، أي أنها متغيرات مفسرة للنمو الاقتصادي، بحيث أكدت مخرجات تقدير النموذج على وجود ارتباط بين المتغيرات المستقلة والنمو الاقتصادي في ماليزيا حسب معامل الارتباط (R^2المعدل"Adjusted R-squared")الذي سجل نسبة تقدر بـ 41 %، وبالتالي فإن المتغيرات المستقلة (IDE، CP، OC) تفسر التغيرات الحاصلة في النمو الاقتصادي في ماليزيا بنسبة أكبر من 40 %، أي أن التغيرات التي تحصل في كل من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر والانفتاح التجاري والقروض المحلية الممنوحة للقطاع الخاص هي من يحدد النمو الاقتصادي في ماليزيا بالإضافة لعوامل أخرى، وبالتالي فإن الارتباط نوعا ما معتبر وموجب،، بحيث:

أ. **الثابت أو القاطع**: نجد أن قيمة الثابت او القاطع قدرت بـ 3.654199، وهذا معناه أن النمو الاقتصادي سيكون موجبا في حالة غياب المتغيرات المفسرة للنموذج،خاصة أنه جاء غير معنوي وهو ما تؤكده القيمة الاحتمالية pro للقاطع، أين سجلت قيمة تقدر بـ 3.65 وهي أكبر من درجة المعنوية 0,05.

ب. **الإنفتاح التجاري** فقد جاءت قيمة المعلمة موجبة ومساوية لـ 0.007، ويستدل على ذلك بأن أثر الانفتاح التجاري ضعيف جدا ولكنه موجب على النمو الاقتصادي في ماليزيا، حيث أن زيادة الإنفتاح التجاري بـ 1 % يترتب عليه زيادة معدل النمو الاقتصادي بـ 0.007% وهي نسبة متواضعة جدا إلا أنها تبقى ذات أثر ايجابي خاصة وأن نسبة الإرتباط مرتفعة والتي يظهرها (R^2المعدل"Adjusted R-squared")بقيمة تقدر بـ 41 %ويرجع التفسير الاقتصادي في ذلك إلى أنه في النصف الأول من فترة الدراسة شهد النمو الاقتصادي معدلات مرتفعة ومتسارعة نتيجة تقديم حوافز تصديرية تمثلت في اقتطاعات ضريبية من النفقات الترويجية في الأسواق الخارجية إلى جانب تخفيض فاتورة وارداتها مما أدى ذلك إلى تحسن معدلات التبادل التجاري، أما النصف الثاني فقد تميز ببطيء في النمو بحيث تزامنت هذه الفترة بعدة أحداث عالمية أثرت سلبا على الإنفتاح التجاري في ماليزيا أهمها: الأزمة المالية العالمية، فضلا عن الظروف الاقتصادية الخارجية الأكثر تنافسية التي ارتفعت، لذلك جاءت قيمة المعلمة منخفضة ومساوية لـ 0.007، والتي تعد غير مقبولة اقتصاديا، إذ أن قيمة الإحتمالية تقدر بـ 0.75 وهي أكبر من 0.05، وبالتالي احتمال عدم وجود علاقة في المدى الطويل بين المتغيرين، وهو ما تؤكده قيمة t-Statisticالخاصة بمعنوية المعاملات،إذ قدرت بـ0.31 وهي أقل من t الجدولية.

ت. **أثر تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر**: فقد جاءت قيمة المعلمة مساوية لـ 1.24، ويستدل على ذلك بأن أثر الاستثمار الأجنبي المباشر موجب على النمو الاقتصادي في ماليزيا، حيث أن زيادة تدفق الاستثمار بـ 1 % يترتب عليه زيادةالنمو الاقتصادي بـ 1.24%، وهي نسبة مقبولة وتتوافق مع النظرية الاقتصادية، كما أن المعلمة تعتبر مقبولة احصائيا واقتصاديا، إذ تساوي الإحتمالية قيمة تقدر بـ0.0006 وهي أقل من 0.05، وبالتالي احتمال وجود علاقة في المدى الطويل بين المتغيرين، وهو ما تؤكده قيمة-t

Statisticالخاصة بمعنوية المعاملات،أين سجلت قيمة تقدر بـ3.96(تؤخذ بالقيمة المطلقة) وهي أكبر من t الجدولية، ومنه نقول بأن"تدفقات الاستثمار الاجنبي المباشر لها أثر موجب ومعنوي على النمو الاقتصادي في ماليزيا، نتيجة الحوافز الإستثمارية المشجعة والمقدمة التي أدت إلى تدفقات كبيرة للاستثمار في قطاع الصناعات التحويلية، مما أسهم في تنشيط النمو الصناعي الموجه للتصدير.

ث. أثر الإئتمان الموجه للقطاع الخاص:فقد جاءت قيمة المعلمة مقدرة بـ (0.03–)، ويستدل على ذلك بأنه يوجد أثر سلبي ضعيف للائتمان الموجه للقطاع الخاصفي ماليزيا على النمو الاقتصادي، بالرغم من تقديم أشكال مختلفة من المساعدات الإئتمانية من أجل تعزيز الإنتاجية وتنشيط عمليات النمو الصناعي الموجه إلى التصدير وهو مخالف للنظرية الاقتصادية، وهو ما تؤكده معنوية هذا المتغير، إذ أنه جاء غير معنوي بناء على القيمة الإحتماليةpro للقروض الخاصة، أين سجل قيمة تقدر بـ 0.24 وهي أكبر من درجة المعنوية 0.05.

ج. المعنوية الكلية للنموذج: والمعبر عنها بإحصائيةفيشر، فقد جاءت بقيمة احتمالية معدومة أي =0.00F(prob) فهي أقل من 0.05، مايدل على جودة نموذج الإنحدار وقبول النموذج إحصائيا واقتصاديا، وهو ما تؤكده قيمةF-statistic التي قدرت بـ 7.12 وهي أكبر من fالجدولية، كما أن إحصائية دربينواتسون سجلت DW 1.95 = وبالتالي عدم وجود ارتباط ذاتي بين الأخطاء.

4. خاتمة

لقد قامت ماليزيا بالتركيز على استراتيجية التنمية الاقتصادية في عقدي السبعينات والثمانينات والمتمثلة في اعتماد عدة سياسات اقتصادية كان أهمها إنتاج بدائل الاستيراد تليها التصنيع من أجل التصدير، تطلب ذلك إتباع سياسات تحفيزية لجذب الاستثمار الأجنبي الأمر الذي نتج عنهما تغيرا هيكليا في الإنتاج الصناعي والذي أصبح القطاع الرئيسي للاقتصاد بحيث أتاح عدة فرص للاقتصاد الماليزي من أجل التوجه إلى الأسواق الخارجية والنهوض بالصادرات لذلك اتخذت ماليزيا عدة سياسات تجارية تحريرية قائمة على التوسع التجاري، كان أبرزها إزالة الحواجز التعريفية وغير التعريفية على التجارة التجارية وتدعيم المصدرين المحليين، إلى أن تمكنت من تحقيق أوضاع تنافسية مستدامة لصادراتها ونموها الاقتصادي، وأكثر اندماجا في الاقتصاد العالمي.

نتائج الدراسة:

1. ساعد التحرير التجاري في ماليزيا من رفع معدل النمو الاقتصادي، نتيجة الفوائض التجارية المستمرة التي ترجع بالأساس إلى ارتفاع قيمة حصيلة الصادرات السلعية عن مثيلتها من الواردات، وأن هذا التميز جاء نتيجة جهود تنويع الصادرات الزراعية كوسيلة لتحقيق استقرار عائدات الصادرات والدخل؛
2. اعتمدت ماليزيا على القطاع المصرفي والمالي كمصدر لدفع النموالاقتصادي، إذ استطاعت تحقيق معدلات ادخار عالية اعتمدت عليها في تمويل المشاريع الاقتصادية وتوفير الإئتمان وتمويل الأسر والشركات الخاصة؛
3. اختارت ماليزيا بعناية اتجاهات وسياسات تجارتها الخارجية، إذ شجعت الاستثمار الأجنبي كوسيلة للتصنيع لعدة قطاعات فرعية صناعية مكنتها من الإستفادة من التنافس الأجنبي وفتح فروع لها في الأسواق الخارجية، إلى جانب ذلك فقد اتجهت إلى الأسواق التي استفادت فيها من وضع نظام الأفضليات المعمم أين تم منح صادراتها أفضلية تتمثل في تخفيض التعريفة عليها، إلى أن أصبحت المنتجات الصناعية المصدرة ذات تأثير مزدوج على التجارة الخارجية الماليزية من حيث تركيبة المصدرة والمستوردة؛
4. أسهمت البنية التحتية الجد متطورة في ماليزيا في تحفيز الإستثمار الأجنبي الذي أعطى دفعة قوية في هيكل الإنتاج الصناعي الذي أسهم في تنويع الصادرات الماليزية خارج المنتجات الزراعية، أدى بالسلطات بتبني سياسات تجارية تحريرية واسعة، مكنتها من أن تصنف ضمن الدول الأكثر اندماجا في الاقتصاد العالمي

5. **قائمة المراجع.**

Bibliographie

1. Colin I. Bradford, C. P. (1987). *Trade and Structural Change in Pacific Asia : Changes in the Malaysian Economy and Trade Trends and Prospects* . University of Chicago Press.

2. Mohammed B. Yusoff, F. A. (2000). *Globalisation, Economic Policy, and Equity : The Case of Malaysia* (Vol. 75016). Paris, France: OECD Development Centre: 94, rue Chardon-Lagache.

3. Zainal Aznam Yusof, D. B. (2008). *Economic Growth and Development in Malaysia : Policy Making and Leadership.* Depatment for international Development. Australian Government: WORKING PAPER NO.27.

4. أحلام ,ب .(2014) .الاتجاهات الجديدة لنهج التنمية البشرية .*مجلة المؤسسة*.181 ,*4* ,

5. الله ,خ .ع .(2009) .مدى فعالية الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول النامية :بين الجزائر وماليزيا .*الإستثمار الأجنبي ونقل التكنولوجيا* .(p. 11)الجزائر :المركز الجامعي بشار.

6. خديجة ,ع .(2018) .مقومات نجاح السياحة الحلال في ماليزيا .*مجلة البشائر الاقتصادية* , *3*, 72.

7. سفيان ,ب .ع .(2017) .التنمية الاقتصادية في ماليزيا، تجربة إسلامية رائدة، .*مجلة البدر*.169 ,

8. فضلي ,ن .ف .(2010) .التجربة التنموية في ماليزيا من العام .2010-2000*مجلة دراسات دولية*.181-179 ,(54)

9. محمد ,م .(2012) .قراءة استشراف ماليزيا والعولمة في آفاق .2020*مجلة جامعة "يونيتان "ماليزيا*.07 ,*5* ,

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal forEconomic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
Volume:8/N°1 /April ,2024, PP 188-208

A cross-sectional econometric study of the impact of administrative corruption on GDP per capita for a sample of 166 countries, during the year 2021

دراسة اقتصادية قياسية مقطعية لأثر الفساد الإداري على الناتج المحلي الإجمالي للفرد، لعينة مكونة من166 دولة، خلال عام 2021

***Nabil bahouri**
University of khmis milliana(algeria)
n.bahouri@univ-dbkm.dz

Sihem mouffok
centre university of el bayadh(algeria)
s.mouffok@cu-elbayadh.dz

Imad maouchi
University of Médéa (algeria)
maouchi.imad@univ-medea.dz

***Received** :27/02/2024.* ***Accepted:**29/04/2024.* ***.Published**:30/04/2024*

Abstract :

We aim through this study to show the impact of the risk of the spread of administrative corruption and its impact on GDP per capita of corruption in the country. In our study, we rely on the quantitative approach by applying a simple linear regression model to cross-sectional data that includes most countries of the world. In this research paper, we found the negative impact of administrative corruption on the per capita GDP, from cross-sectional data for the year 2021, for 166 countries. The most important thing that can be suggested through the results to give the highest priority to fighting corruption in the country, regardless of whether it is backward or advanced, noting that any attempt to raise the per capita share of the gross domestic product must take into account the fight against corruption for any mechanism pursued by the state.

Keywords: Corruption, GDP, Cross-Sectional Data, Regression Model.

Jel Classification Codes : B22; E23; C25; p37.

Corresponding author

1. Introduction:

Economic researchers unanimously agree that good governance of states and the power of corporate governance are among the main reasons for economic development and achieving continuous growth rates, and thus achieving prosperity. On the other hand, administrative corruption is considered one of the obstacles that hinder the allocation of economic development and leads to actual bad governance in institutions, whether in the public or private sectors, even if it significantly affects the public sector more, especially in renter countries, in this research paper we test the relationship between administrative corruption And per capita GDP through cross-sectional data for most countries in the world, for the year 2021.

1.1.The main question:

From the above, we can pose the following main question:

What is the impact of administrative corruption on the per capita GDP in the country? What is the appropriate model to measure it?

1.2.Sub-questions:

To be able to understand the main problem, we divide it into a set of questions as follows:

- ✓ What is administrative corruption, and how can it be measured?
- ✓ What is meant by per capita GDP, and how can it be measured?
- ✓ What is the relationship of influence between administrative corruption and the GDP per capita?
- ✓ What is the impact of administrative corruption and the per capita of GDP?

1.3.Study hypothèses:

To reach the desired results, the following hypotheses are made:

- ✓ It can be rely on the econometric model to measure the relationship between GDP per capita and administrative corruption.
- ✓ There is a linear influence relationship between administrative corruption and GDP per capita.
- ✓ There is a direct impact relationship between increasing corruption and the decrease in per capita GDP.

1.4.Importance of the topic:

The topic is considered one of the most important issuesas it takes into consideration the most important topics that raise a lot of controversy, and analysis when comparing countries, namely the phenomenon of corruption, the per capita share of GDP; and the controversial relationship between them.

1.5.Research Methodology:

In our study, we rely on the analytical approach in the theoretical aspect to know the components and items of the study variables by looking at the concepts developed by international bodies and thinkers in this field, while in the applied aspect we rely on the quantitative approach through research and formulation of econometric models that describe us Explicit relationship between variables.

1.6.Previous studies:

We present some studies that were closer to ours, as we noticed a lack of econometric studies that The relationship of influence between administrative corruption and GDP per capita.:

- Study: Nizar Mustafa (October 2014) The Impact of Corruption on GDP per capita, Journal of Eastern Europe and Central Asia Research (JEECAR), Elard University, New Orleans, Los Angeles. The study shows the impact of corruption on GDP per capita. The main objective was to test the hypothesis that there is a strong negative effect of corruption on GDP per capita. The researcher did tests, OLS pool, static effect, and random effect estimates. The result of the study was that the three tests included a strong and statistically significant negative effect of corruption on GDP per capita.

  The difference from our studies is in two important things, the first is that our study relied on a cross-sectional study of most countries of the world, and the second thing is that our study is more recent, with a radical difference in the study model

- Study (August) 2022: Ali Akaravci, Seifuddin Artan, Pinar Hayaloglu and Sinan Erdogan Under the title Economic and Institutional Determinants of Corruption: The Case of Developed and Developing Countries, Journal of Economics and Finance, the objective of the study is the relationships between corruption, economic growth, the use of quality governance, the use of the Internet, in addition to some other institutional and economic variables in 65 developed and developing countries for the period 1999-2016, during this study, dynamic panel data and cross-section use were relied upon .The study concluded. The results of the Enhanced Mean Group (AMG) indicate statistically significant relationships between corruption, economic growth, quality of government, internet use and democracy. The quality of governance also leads to an increase in the rate of economic growth and a

reduction in corruption in these 65 developed and developing countries. The increase in corruption also increases with the increase in Internet users and the level of democracy. In addition to the implications of empirical estimates at the policy level.

- Study (March 2006) by: Fabio Mendeza, Facundo Sepulvedab under the title Corruption, Growth and Political Systems: Cross-Country Evidence, European Journal of Political Economy, Volume 22, Issue 1, March 2006, pp. 82-98, The study touched on the effects of corruption on long-term growth whose main cause is political freedom measures, and the study concluded that there is a non-monotonous relationship between corruption and growth after fixing a number of other related economic variables and limiting The results concluded that increasing the level of corruption achieves a much greater maximum growth than zero, as corruption benefits economic growth when levels of occurrence are low and has a detrimental effect at high levels of infection..

1.7.Organization of the Study:

To be able to understand the study variables and analyze the relationship between them by building the applied model, we divided the research into the following axes:

- ✓ 1st axis: the concept of administrative corruption.
- ✓ 2nd axis: per capita GDP.
- ✓ 3rd axis: estimating the applied study models.

2. The concept of administrative corruption.

In this axis, we discuss the definition of administrative corruption, its various causes, and its measurement indicator adopted in the applied study.

2.1.Definition of administrative corruption:

According to Transparency International and the World Bank Foundation, corruption "amounts to the abuse of power entrusted to private benefit."

Thus, it can be said that there is an international agreement on the definition and it has been assumed that there is a set of laws, rules and regulations that establish a scope for acceptable administrative activities. In administrative work violates the laws rules and foundations that were set forprivate gain would be deemed as an example of administrative corruption. It is obvious that this A definition can be inclusive if its features are comprehensive and its boundaries are clear. In any society, measuring the process of

corruption is relative and is defined according to the principles and values of that society..(Pourkiani & Masoud, 2013, p. 179)

The process of the impact of corruption on inequality in poverty and income through various paths, such as: the application of biased tax systems, including general growth, the composition of human capital formation, the failure of policies targeting social program subsidies, and its impact on the ownership of real estate and financial assets... etc., the inequality in education for all citizens, and the difference in confidence in the accumulation of the composition of the factors of production.(Sanjeev, 1998, p. 5)

2.2.Causes of administrative corruption:

According to what has been done by a number of researchers and other international bodies and institutions such as (the European Commission, the European Bank for Reconstruction and Development, the United Nations, the World Bank Institute, the World Bank Foundation) ... Etc.

In the process of investigating the impact of corruption on microeconomic indicators through different methods, methods and models of corruption, As well as its association with local values and customs, and the way it affects the daily lives of citizens and residents..(Štefan, 2018, p. 3)

The prevalence of much public corruption can be traced back to government intervention in the economy, from which liberalization, stability, deregulation, and private sector orientation policies can reduce the possibility of rentier behavior towards corruption. However, with government legislation in place, and government officials have the discretion to adopt and enforce it strictly, citizens are often willing to offer undue privileges such as bribes and gifts to officials to circumvent laws.

- If the existence of licenses and restrictions on the import of a particular commodity such as cars, for example, is subject to quantitative restrictions, licenses for the commodity to import it become of great value and importers will think and motivate them to offer officials undue gifts and privileges such as bribes in order to facilitate the process of issuing these licenses.
- Government subsidies are often a source of rent, and many studies have shown the possibility of corruption spreading under the industrial policies of governments that are often granted to

companies, and the higher the value of these subsidies available to companies and industries, the higher the rate of spread of the corruption index strongly.

- Different price controls, in order to reduce the price of some subsidized goods at their lowest market value, have a number of reasons such as disasters, earthquakes, drought... Or for social or political reasons. It is also a source of rent and a reason for individuals' rent-seeking behavior. The process of setting and capping prices leads to individuals or groups to bribe officials and offer them undue benefits and gifts in order to ensure the flow of these goods to the market or to obtain an unfair share greater at a lower price than the market price..
- Multiple exchange rate practices and the construction of foreign exchange allocation schemes often lead to rents, for example there are some countries that adopt a multi-exchange system (for importers, for tourists, for investors, etc.) These differences between these prices lead to attempts and a desire to obtain the price of greater interest, although this price may not correspond to the optimal use of the exchange. Often, we find that multiple exchange rate regimes with banking systems that hinder competition where the opportunity for the bank manager to have relationshipsA good government that makes big profits by arbitrage between different markets. There are also some countries that do not have large reserves of foreign currency and distribute them through different development and social schemes, with varying degrees of transparency. If the state's public commercial banks legalized their few foreign currencies by allocating them according to the social and economic priorities set by government officials, the parties concerned might be willing to bribe these officials and offer them undue gifts and benefits in order to obtain a share or more shares than their fair share.
- In the case of low wages of public sector employees, they contribute to employees resorting to using their positions to receive gifts, undue privileges and bribes as a way to cover their expenses, in addition to government laws and legislation contributing to the spread of corruption, other causes of corruption have been identified.
- One of the most important sources of rent is natural resources (mines, timber, oil, gas ...), where the sale process takes place at a price that far exceeds the expenses of extraction and transfer, and often the regulation of its sale is subject to strict government regulation or the work of international organizations such as the stock exchange, for example, through collusion corrupt officials can contribute significantly to the process, as petroleum countries and

resource-rich economies that depend on rents are more vulnerable than others to the trend towards achieving rents.

- Ethnic, social and tribal factors contribute significantly to societal behavior in the search for rents. It has also been ascertained that corruption is linked to the index of ethnic segmentation by language, as officials in departments often grant well-deserved privileges to their relatives or friends in societies where tribal or family ties are large..(Paolo, 1997)

2.3.Corruption Perception Index (CPI):

An annual index published by Transparency International since 1995. The index ranks countries "by their perceived levels Corruption in the public state sector, determined by expert and specialized studies and opinion polls." The index ranks countries around the world according to the degree to which corruption is observed in officials and politicians. The organization defines corruption as the abuse of entrusted power for personal interest (Transparency International,, 2022)

3. GDP per capita:

In this axis, we discuss the definition of gross domestic product on the one hand, and GDP per capita from another perspective.

3.1.Share of countries' share of GDP:

GDP is the sum of the total value added On the part of producers living in the economic system with an increase in duties on goods minus subsidies that are not included in the value of the commodity. The calculation of it is carried out without making deductions for the depreciation of manufactured assets or the consumption of the earth's natural resources.. (World and national data, maps & rankings, 2022)

3.2.GDP per capita:

It represents GDP divided by populationin the middle of the year (World Data Atlas, 2020), and we address it in the applied study, denominated in US dollars in relation to purchasing power parity, in order to be uniform between countries and not fall into error in estimates Which is due to inflation and the country's position in terms of the exchange rate.(THe World Bank, 2022)

3.3.Purchasing power equals:

One of the measures agreed upon when analyzing macroeconomics in order to compare the process of economic productivity and the econometrics of life between countries in general is purchasing power equality (PPP)..(The Investopedia Team, 2022)

Purchasing Power Parity (PPPs) are indicators of differentiation and difference in the level of prices between different countries. It shows the number of national currency units that cost a quantity of goods or products and services in different countries. PPP can be used as currency exchange conversion rates to convert expenditures expressed in national currencies into an intermediate common currency Purchasing power scale, PPS, from which the process of eliminating the effect of price differences between countries is carried out. (Eurostat, 2022)

4. Estimation of applied study models

We build study models according to two approaches. In the first approach, we work on estimating a regression model for the variables of ranking countries according to each indicator, while according to the second approach, we work on the real values of the indicators.

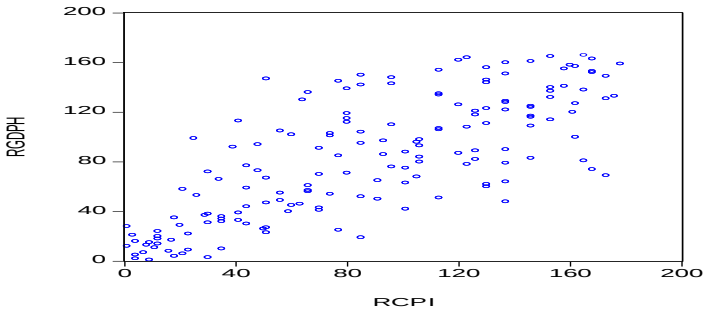
4.1. Model with rank variables:

Before accessing the model estimation, it is necessary to know the shape of the propagation cloud between the two studied variables, and then determine the appropriate model and then estimate it.

A. Representing the relationship graphically:

To know the possibility of the existence and form of the relationship, we draw the scattering cloud:

Figure 1: Scattering cloud between country rank according to the Global Corruption Perceptions Index as an independent variable and country rank according to per capita GDP as a dependent variable for the year 2021 for 166 countries.



Source: Prepared by the researcher based on EViews, and data obtained from:(Transparency International,, 2022)(World and national data, maps & rankings, 2022)

Through the graphic representation, we see the cloud of points spread according to a general direction that can be approximated to a linear shape, as it goes from the bottom left to the top right, which indicates the direct relationship between the two

ranks. The proposed econometric relationship is a simple linear regression model, and its econometric form is written as follows:

$$RGDPH_i = a + b \cdot RCPI_i + \varepsilon_i$$

Where we expect the slope sign to be positive, we know the following:

RGDPHi: Rank of the country (i) by GDP per capita for the year 2021 (dependent variable).

RCPIi: Country rank (i) according to the 2021 Global Corruption Perceptions Index (independent variable).

ε_i : random error.

B. Estimating the model with ordinal variables: Through Appendix No. (1) we write the estimation outputs:

$$RGDPH_i = 20.92 + 0.71 \cdot RCPI_i$$
$$t_a = 4.33 \;\; ; \;\; t_b = 14.99$$
$$(0.000)(0.000)$$
$$R^2 = 57.83\,\% \;\; ; \;\; F = 224.94\,(0.000) \; ; \;\; n = 166$$

C. Evaluation of the model: We depend in evaluating the estimated model on the economic and statistical aspects:

• Economic evaluation:

From the positive indication of the independent variable that represents the ranking of the developing country among all the studied countries in terms of the Global Corruption Perceptions Index, it becomes clear that the higher the country's ranking in the latter (the higher the fight against corruption), the higher the country's ranking in terms of per capita GDP; so, the model is acceptable from an economic point of view due to its compatibility with the economic theory in this regard, and the rationale of this relationship economically.

• Statistical assessment:

The coefficient of determination shows the acceptable strength of the correlation between the two ranks of the state at the level of corruption perceptions and per capita GDP, where the variable of the state's rank at the level of corruption perceptions explains 57.83% of the change in the state's rank at the level of GDP per capita , and the rest is due to other explanatory variables that were not included in the model, as well as to random errors. According to this estimated model, which is a high and very acceptable value, especially since the two variables are ordinal; The correlation coefficient defined by the root of the coefficient of determination of 0.5783 is 0.76, which is a high and acceptable value, and indicates a somewhat solid relationship between the two variables.

As for the student statistics for the parameters of the model, they all appear statistically significant, as the probability of them appears to be zero (0.000), and therefore the student's calculated statistical value for both parameters is greater than the corresponding critical (tabular) values at the level of significance of 5%.

Also for the Fisher statistic, it is statistically significant because it is greater than the critical value at the 5% level of significance, as the probability that it is not significant is estimated at (0.000), which is shown by the probability of the computed Fisher statistic shown in the model; Thus the model as a whole is acceptable so that the linear relationship is a good fit for the relationship between the two variables.

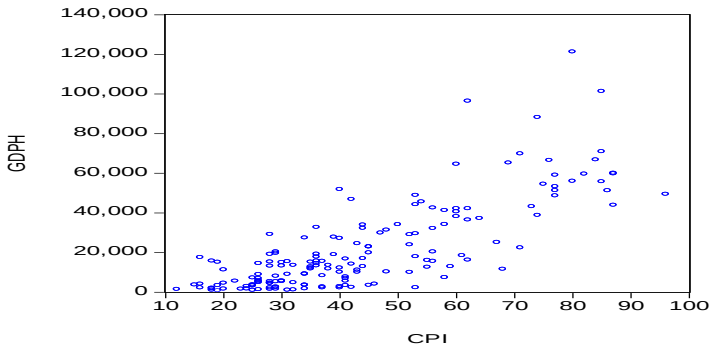
4.2.Models with actual values:

Before accessing the model estimation, it is necessary to know the shape of the spread between the two variables, and then to determine the appropriate model, then it is estimated and evaluated.

A. Representing the relationship graphically:

To find the closest mathematical model that can be formulated to represent the econometric relationship, we represent the regression of the per capita GDP variable on the variable of the Global Corruption Perceptions Index, for all the 166 countries we obtained.

Figure 2: Scattering cloud among the Global Corruption Perceptions Index as an independent variable and per capita GDP as a dependent



variable for 2021 for 166 countries.

Source: Prepared by the researcher based on EViews, and data obtained from : (Transparency International,, 2022)(World and national data, maps & rankings, 2022)

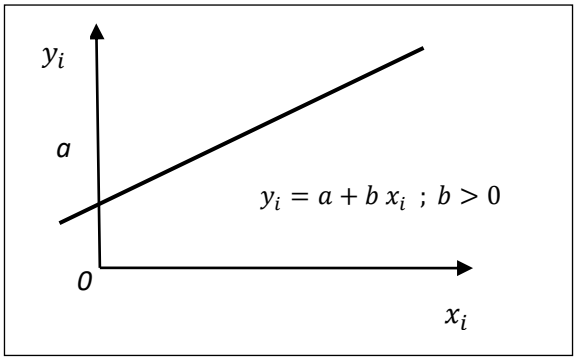
It appears that the cloud of points spreads according to a general direction that can be approximated to either the linear form, as it goes from the bottom left to the top right, which indicates a direct

relationship. Or nonlinear form (exponential with base b). In this regard, we propose two econometric models:

The proposed first econometric relationship is a simple linear regression model whose econometric form is written:

$$GDPH_i = a + b \cdot CPI_i + \varepsilon_i$$

Figure 3: A graphic representation showing the direct relationship in a simple linear model



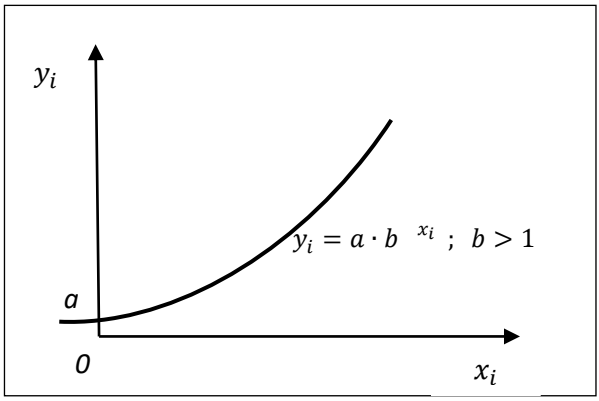
Source: (Dominick & Derrick, 1982, p. 139)

The proposed second econometric relationship is an exponential model with base b and its econometric form is written:

$$GDPH_i = a \cdot b^{CPI_i} \cdot \varepsilon_i$$

Where we expect b > 1, because the relationship is positive.

Figure 4: A graphical representation showing the direct relationship in a base exponential model



Source : (Algebra, 2022)

We know from the above that it is as follows:
GDPHi: Represents GDP per capita in US dollars at purchasing power parity (i) for 2021 (representing the dependent variable)
CPIi: The Global Corruption Perceptions Country Index (i) for 2021 (representing the independent variable).
:ε_i random error.

B. Estimating Relationship 1:

Through Appendix No. (2) we write the estimation outputs in the form:

$$GDPH_i = -17790.84 + 909.83 \cdot CPI_i$$
$$t_a = -6.65 \;\; ; \;\; t_b = 16.32$$
$$(0.000)(0.000)$$
$$R^2 = 61.89\,\% \;\; ; \;\; F = 266.43\,(0.000) \;\; ; \Sigma_{i=1}^{166}(\varepsilon_i)^2 = 3.16 \times 10^{10}; \;\; n = 166$$

c. Evaluation of the model of the relationship 1: We rely on the evaluation of the estimated model on two aspects:

• **Economic evaluation:**

Through the positive reference to the independent variable that represents the value of the country's Global Corruption Perceptions Index, it becomes clear to us that the higher this indicator for the country (the decreasing levels of corruption), the higher the per capita GDP in the country; Hence, the model is acceptable from an economic point of view due to its compatibility with economic theory.

• **Statistical assessment:**

The coefficient of determination shows the strength of the correlation between the Corruption Perceptions Index and per capita GDP, where the Corruption Perceptions Index variable explains 61.89% of the change in per capita GDP, according to this estimated model, and the rest is due to variables In addition to the multi-source random errors, which is an acceptable value. By extracting the correlation coefficient of "Pearson" by adding the coefficient of determination, we find 0.78, which is a rather strong correlation.

As for the student's statistics for the parameters of the model, they all appear statistically significant, as the probability of them appears to be zero (0.000), and therefore the student's calculated statistical value for both parameters is greater than the corresponding critical (tabular) values at the level of significance of 5%.

As for the Fisher statistic, it is statistically significant because it is greater than the critical value at the 5% level of significance, as its probability is (0.000), which shows the probability of the computed

Fisher statistic shown in the model, which is estimated at 266.43 which is greater than its critical value (tabular); Thus the model as a whole is acceptable We make sure that the linear relationship appears to be identical and generally consistent for the relationship between the two variables. From this point of view any pointof view, the estimated model can be accepted statistically.

d. Estimation of Relationship 2:

The second relationship is a hyperbola; As follows:

$$GDPH_i = a \cdot b^{CPI_i} \cdot \varepsilon_i$$

This model is a non-linear model, but the EViews software does not allow it to be estimated directly, so we convert it to the linear form as follows:

$\log(GDPH_i) = \log(a \cdot b^{CPI_i} \cdot \varepsilon_i)$
$\Rightarrow \log(GDPH_i) = \log(a) + \log(b) \cdot CPI_i + \log(\varepsilon_i)$
$\Rightarrow \boldsymbol{log(GDPH_i) = A + B \cdot CPI_i + \mu_i}$
$With: \ A = log(a); \ B = log(b); \ \mu_i = log(\varepsilon_i)$

Through Appendix No. (3), we write the estimation outputs in the recognized form:

$$\log(GDPH_i) = 7.43 + 0.04 \cdot CPI_i$$
$$t_a = 48.48 \ ; \ t_b = 14.17$$
$$(0.000)(0.000)$$
$$R^2 = 55.05\ \% \ ; \ F = 200.90\ (0.000) \ ; \Sigma_{i=1}^{166}(\varepsilon_i)^2 = 103.98; \ n = 166$$

E. Evaluation of the model for relationship 2:

The positive sign of parameter B reinforces the previously existing direct relationship between the two variables, and hence the model is economically acceptable due to its agreement with the economic theory in this regard.

By converting the estimated linear model to its original non-linear form, we find:

$$e^{\log(GDPH_i)} = e^{7.43+0.04 \cdot CPI_i} \Rightarrow \boldsymbol{GDPH_i = 1685.80 \cdot 1.04^{CPI_i}}$$

The parameter b is shown with a value of 1.04 greater than 1, which is consistent with the theoretical model shown earlier.

• **Statistical assessment:**

The coefficient of determination shows the strength From calculating the average correlation number between the corruption indicators

index and GDP per capita, where the variable of the corruption expectations index is clearly and well shown 55.05% of the change in per capita GDP in the country, according to this estimated model, which is an acceptable value. Where with the root of the value 0.5505 we find the correlation coefficient equal to 0.74, which is approximately equal to the previous estimated model, but less than it.

As for the student's statistics for the parameters of the model, they all appear statistically significant, as the probability of them appears to be zero (0.000), and therefore the student's calculated statistical value for both parameters is greater than the corresponding critical (tabular) values at the level of significance of 5%.

As for the Fisher statistic, it is statistically significant because it is greater than the critical value at the 5% level of significance, as the probability that it is not significant is estimated at (0.000), which is shown by the probability of the computed Fisher statistic shown in the model; Thus, the model as a whole is acceptable as the non-linear relationship is a good fit for The relationship between the two variables is better than the linear relationship that was put forward previously. Thus, the measured and statistically expressed model is accepted.

5.Analysis of the results:

Through the applied study, it was found that the relationship is direct, and this indicates that the spread of corruption is followed by a decrease in per capita output; From the estimated model, The degree to which the country's corruption index ranking improves by one degree leads to an increase of 0.71 degrees in the country's ranking according to the per capita GDP. The coefficient of determination of about 58% supports the strength of the relationship between the two studied variables, and indicates the presence of other explanatory variables that were not included in the model in addition to unexplained random errors.

By dealing with the actual values of the two indicators studied, it was found that there are two moral and statistically acceptable models. One of them is a simple linear model that shows the direct relationship between the fight against corruption and the per capita GDP; Through it, it is shown that improving the country's The ranking by corruption index represents a single score that leads to an increase in GDP per capita by US$909.83 on a purchasing power

parity basis. Recruitment coefficient of about 62% supports the strength of the relationship between the two studied variables, and indicates the presence of other explanatory variables that were not included in the model in addition to unexplained random errors.

The second is exponential as it supports this direct relationship; In addition, it shows the acceleration of the increase in the per capita share of the product m. a. When increasing, the country's ranking according to the corruption index with constant values.

A coefficient of determination of about 55% supports the strength of the relationship between the two variables, and indicates the presence of other explanatory variables that were not included in the model in addition to unexplained random errors.

6. Conclusion:

It is common in the economic literature that corruption commissions and payments raise the costs of economic activities, which are added to the prices of goods and services and push inflation rates and the cost of living to higher levels. Corruption thus affects the poor and middle classes to a greater extent, and what makes the matter worse are those effects, whether direct or indirect, on the economic activity in the state, as the GDP decreases, and thus the per capita share of these products decreases, especially with the increase in the population. It increases the income inequality between the different social strata and decreases the fairness of the income distribution among these strata. Many thinkers and specialists blame corruption for the decline in per capita GDP, which is what we saw in practice from the previous study, which included most of the world's countries (166 countries).

As a test of the hypotheses:

we found the following:

- ✓ The first hypothesis: It is true that the simple econometric model was sufficient to model the relationship between per capita GDP and administrative corruption.
- ✓ The second hypothesis: Relatively correct. In addition to the fact that there is a linear relationship between administrative corruption and per capita GDP, there is an exponential non-linear relationship that has been tested and shown to be statistically significant and economically valid.

- ✓ The third hypothesis: is correct, as there is a direct relationship between the improvement in the situation of administrative corruption in countries (the decrease in corruption) and the increase in the per capita share of the GDP of countries.

Results of study :

Through the theoretical and practical side of the study, we reached the following conclusions:

The phenomenon of corruption exists globally, but at very different rates, whether among developing countries or among developed countries, and sometimes there is overlap.

- Developing countries, including Algeria, suffer from corruption more than developed countries.
- Arab countries in general average the rankings in the Global Corruption Perceptions Index for developing countries.

The per capita GDP varies greatly around the world, and sometimes developing countries overlap with developed countries, depending on the situation of each country. For example, some oil-producing countries know an increase in per capita GDP.

The simple model, whether linear or non-linear, is sufficient to model the relationship between corruption and per capita GDP.

Recommendations :

From the foregoing, we offer the following recommendations and suggestions**:**

- ✓ Countries that suffer from a lagging ranking in the field of anti-corruption should benefit from the experiences and expertise of countries that have advanced in the ranking in this field.
- ✓ The need to work on adopting reliance on the policy of reducing corruption by improving the components of the composition of the Global Corruption Index, which is a reason to ensure a significant per capita share of GDP through a positive impact on economic activity in the country. Spreading the culture of reporting corruption, especially in developing countries, and ensuring legal protection for whistleblowers in the case of public reporting.
- ✓ Activating control systems and giving them sufficient powers to investigate, especially in matters that directly affect individual rights.

- ✓ Work to rotate responsibilities and prevent long stays in responsibilities, especially in central departments.
- ✓ The independence and strength of the judiciary remains the greatest guarantor of fighting corruption and achieving human justice. Justice is the basis of the king, especially since corruption has a direct impact on the economic situation of the state.
- ✓ Legislation and economic policies must be tailored to protect the middle class levels and maintain a high level of social justice, especially in countries that know a decline in the level of per capita GDP.
- ✓ Anti-corruption programs must realize that dealing with Corporate governance, Public services for governments in health, education, education in government institutions and income distribution Policies of mechanisms to support economic growth will reduce corruption and increase per capita GDP.

7. Annexes:

Appendix 1: Estimating the model with ordinal variables

Dependent Variable: RGDPH				
Method: Least Squares				
Date: 08/29/20 Time: 12:39				
Sample: 1 166				
Included observations: 166				
Variable	*Coefficient*	*Std. Error*	*t-Statistic*	*Prob.*
C	*20.92062*	*4.828402*	*4.332825*	*0.0000*
RCPI	*0.712788*	*0.047525*	*14.99810*	*0.0000*
R-squared	*0.578344*	*Mean dependent var*		*83.50000*
Adjusted R-squared	*0.575773*	*S.D. dependent var*		*48.06419*
S.E. of regression	*31.30550*	*Akaike info criterion*		*9.737440*
Sum squared resid	*160725.6*	*Schwarz criterion*		*9.774934*
Log likelihood	*-806.2075*	*Hannan-Quinn criter.*		*9.752659*
F-statistic	*224.9430*	*Durbin-Watson stat*		*1.050785*
Prob(F-statistic)	*0.000000*			

Source: Prepared by the researcher based on software output: EViews

Annex 2: Estimating Relationship Model 1

Dependent Variable: GDPH				
Method: Least Squares				
Date: 08/29/20 Time: 13:18				
Sample: 1 166				
Included observations: 166				
Variable	*Coefficient*	*Std. Error*	*t-Statistic*	*Prob.*
C	*-17790.84*	*2672.921*	*-6.655954*	*0.0000*
CPI	*909.3383*	*55.70975*	*16.32279*	*0.0000*
R-squared	*0.618989*	*Mean dependent var*		*22143.36*
Adjusted R-squared	*0.616665*	*S.D. dependent var*		*22402.98*
S.E. of regression	*13870.59*	*Akaike info criterion*		*21.92490*
Sum squared resid	*3.16E+10*	*Schwarz criterion*		*21.96240*
Log likelihood	*-1817.767*	*Hannan-Quinn criter.*		*21.94012*
F-statistic	*266.4334*	*Durbin-Watson stat*		*1.071566*
Prob(F-statistic)	*0.000000*			

Source: Prepared by the researcher based on software output: EViews

Annex 2: Estimating Relationship Model 2

Dependent Variable: LOG(GDPH)				
Method: Least Squares				
Date: 08/29/20 Time: 13:31				
Sample: 1 166				
Included observations: 166				
Variable	*Coefficient*	*Std. Error*	*t-Statistic*	*Prob.*
C	*7.439644*	*0.153446*	*48.48381*	*0.0000*
CPI	*0.045331*	*0.003198*	*14.17414*	*0.0000*
R-squared	*0.550569*	*Mean dependent var*		*9.430393*
Adjusted R-squared	*0.547829*	*S.D. dependent var*		*1.184167*
S.E. of regression	*0.796277*	*Akaike info criterion*		*2.394236*
Sum squared resid	*103.9854*	*Schwarz criterion*		*2.431730*
Log likelihood	*-196.7216*	*Hannan-Quinn criter.*		*2.409455*
F-statistic	*200.9062*	*Durbin-Watson stat*		*0.776779*
Prob(F-statistic)	*0.000000*			

Source: Prepared by the researcher based on software output: EViews

Annex 3 : list of countries that make up the study sample

Rank Gdp p c	Country/ Territory	Gdp P, C / PPP	Rank CPI	C P I	Rank Gdp p c	Country/ Territory	Gdp P, C / PPP	Rank CPI	C P I

1	Luxembour	121293	9	8	41	Hungary	33979	70	4
2	Singapore	101376	4	8	42	Panama	32763	101	3
3	Qatar	96491	30	6	43	Romania	32297	70	4
4	Ireland	88241	18	7	44	Latvia	32205	44	5
5	Switzerland	70989	4	8	45	Greece	31399	60	4
6	United	69901	21	7	46	Croatia	29973	63	4
7	Norway	66832	7	8	47	Malaysia	29526	51	5
8	hong kong	66527	16	7	48	Russia	29181	137	2
9	United	65281	23	6	49	Oman	29053	56	5
10	Brunei	64673	35	6	50	Turkey	27875	91	3
11	Iceland	60061	11	8	51	Kazakhstan	27444	113	3
12	Denmark	59830	1	8	52	Trinidad and	27261	85	4
13	Netherlands	59687	8	8	53	Chile	25155	26	6
14	Austria	59111	12	7	54	Bulgaria	24561	74	4
15	Germany	56052	9	8	55	Mauritius	23942	56	5
16	Sweden	55815	4	8	56	Montenegro	22989	66	4
17	Belgium	54545	17	7	57	Argentina	22947	66	4
18	Australia	53320	12	7	58	Uruguay	22455	21	7
19	Kuwait	51912	85	4	59	Costa Rica	20434	44	5
20	Canada	51342	12	7	60	Mexico	20411	130	2
21	Finland	51324	3	8	61	Belarus	19943	66	4
22	France	49435	23	9	62	Maldives	19698	130	2
23	Saudi	48909	51	5	63	Thailand	19228	101	3
24	United	48710	12	7	64	Dominican	19182	137	2
25	Bahrain	46892	77	4	65	Serbia	18989	91	3
26	Malta	45652	50	5	66	Botswana	18503	34	6
27	Italy	44197	51	5	67	Grenada	17956	51	5
28	New	43953	1	8	68	North	17815	105	3
29	Japan	43236	20	7	69	Venezuela (2	17527	173	1
30	Czech	42576	44	5	70	Suriname	17005	70	4
31	Spain	42214	30	6	71	China	16785	80	4
32	Israel	42194	35	6	72	Barbados	16287	30	6
33	Cyprus	41254	41	5	73	Saint Lucia	16089	48	5
34	Slovenia	40657	35	6	74	Libya	15803	168	1
35	Estonia	38811	18	7	75	Bosnia and	15792	101	3
36	Lithuania	38214	35	6	76	Colombia	15644	96	3
37	Bahamas	37266	29	6	77	Georgia	15637	44	5
38	Portugal	36471	30	6	78	Gabon	15486	123	3
39	Poland	34218	41	5	79	Lebanon	15327	137	2
40	Slovakia	34178	59	5	80	Brazil	15259	106	3

Rank Gdp p c	Country/ Territory	Gdp P, C / PPP	Rank CPI	CPI	Rank Gdp p c	Country/ Territory	Gdp P, C / PPP	Rank CPI	CPI
81	Turkmenistan	15196	165	1	124	Nigeria	5348	146	2
82	Azerbaijan	15001	126	3	125	Bangladesh	4950	146	2
83	Iran (2017)	14536	146	2	126	Pakistan	4884	120	3
84	Albania	14495	106	3	127	Cambodia	4570	162	2
85	Armenia	14220	77	4	128	Papua New	4569	137	2
86	Sri Lanka	13620	93	3	129	Kenya	4509	137	2
87	Moldova	13620	120	3	130	São Tomé and	4128	64	4
88	Peru	13380	101	3	131	Sudan	4122	173	1
89	Ukraine	13341	126	3	132	Cameroon	3804	153	2
90	Paraguay	13210	137	2	133	Yemen (2013)	3688	176	1
91	South Africa	12999	70	4	134	Zambia	3623	113	3
92	Saint Vincent	12983	39	5	135	Nepal	3558	113	3
93	Mongolia	12820	106	3	136	Senegal	3535	66	4
94	Dominica	12659	48	5	137	Tajikistan	3519	153	2
95	Indonesia	12302	85	4	138	Congo Republic	3434	165	1
96	Egypt	12251	105	3	139	Benin	3423	80	4
97	Ecuador	11847	93	3	140	Comoros	3209	153	2
98	Algeria	11820	106	3	141	Zimbabwe	2953	158	2
99	Bhutan	11613	25	6	142	Lesotho	2882	85	4
100	Iraq	11332	162	2	143	Tanzania	2770	96	3
101	Tunisia	11201	74	4	144	Guinea	2670	130	2
102	Jordan	10316	60	4	145	Solomon	2465	77	4
103	Jamaica	10166	74	4	146	Mali	2423	130	2
104	Guyana	10105	85	4	147	Rwanda	2318	51	5
105	Namibia	10037	56	5	148	Ethiopia	2311	96	3
106	Philippines	9277	113	3	149	Afghanistan	2293	173	1
107	El Salvador	9139	113	3	150	Burkina Faso	2280	85	4
108	Bolivia	9086	123	3	151	Uganda	2271	137	2
109	Guatemala	8995	146	2	152	Guinea-Bissau	2071	168	1
110	Vietnam	8374	96	3	153	Haiti	1800	168	1
111	Laos	8150	130	2	154	Sierra Leone	1789	113	3
112	Morocco	7826	80	4	155	Madagascar	1714	158	2
113	Cape Verde	7469	41	5	156	Togo	1662	130	2
114	Uzbekistan	7288	153	2	157	Chad	1645	162	2
115	India	7034	80	4	158	Eritrea (2011)	1625	160	2
116	Angola	6929	146	2	159	South	1495	178	1
117	Honduras	5965	146	2	160	Liberia	1533	137	2
118	Djibouti	5748	126	3	161	Mozambique	1333	146	2
119	Ghana	5637	80	4	162	Niger	1269	120	3
120	Nicaragua	5631	161	2	163	Congo	1143	168	1
121	Kyrgyzstan	5470	126	3	164	Malawi	1143	123	3
122	Mauritania	5412	137	2	165	Central African	984	153	2
123	Myanmar	5355	130	2	**166**	Burundi	782	165	1

5. Bibliography List:

- Algebra, C. (2022, June 25). Exponential Growth and Decay. Récupéré sur Exponential and Logarithmic Equations and Models: https://courses.lumenlearning.com/waymakercollegealgebra/chapter/exponential-growth-and-decay/
- Dominick, S., & Derrick, R. (1982). Statistics and Econometrics. USA: McGraw Hill.
- Eurostat. (2022, June 05). Purchasing Power Parities - Overview. Récupéré sur Eeurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/web/purchasing-power-parities
- Gupta, S. (1998). Does Corruption Affect Income Inequality and Poverty? IMF eLIBRARY.
- Mauro, P. (1997, February). Why Worry About Corruption? Récupéré sur International Monetary Fund: https://www.imf.org/external/pubs/ft/issues6/index.htm
- Parvaneh, M., & Masoud, P. (2013). Administrative corruption: Ways of tackling the problem. European Online Journal of Natural and Social Sciences; vol.2, No. 3, 178-187.
- Šumah, Š. (2018). Corruption, Causes and Consequences. Trade and Global Market.
- The Investopedia Team. (2022, March 08). What Is Purchasing Power Parity (PPP)? Récupéré sur Investopedia: https://www.investopedia.com/updates/purchasing-power-parity-ppp/
- THe World Bank. (2022, June 10). Metadata Glossary. Récupéré sur THe World Bank: https://databank.worldbank.org/metadataglossary/world-development-indicators/series/NY.GDP.PCAP.KN
- Transparency International,. (2022, May). Corruption Perceptions Index. Récupéré sur Transparency International: https://www.transparency.org/en/cpi/2021

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024، ص ص379-396

الإدارة الرقمية وأثرها في تحسين مستوى الخدمات الصحية من وجهة نظر إداريي المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف – المدية –

The Impact of Digital Management on improving the level of Healthcare Services: A Perspective from the Administrators of Mohamed Boudiaf Hospital in Medea

مقبي ميمونة *
MAGBI Mimouna
جامعةالبليدة 2 –الجزائر
مخبر تسيير الجماعات المحلية ودورها في تحقيق التنمية
m.magbi.etu@univ-blida2.dz

سي أحمد نذير
SIAHMED Nadir
جامعة البليدة 2–الجزائر
مخبر التنمية الاقتصادية والبشرية بالجزائر
n.si-ahmed@univ-blida2.dz

خليل صبرينة
KHELIL Sabrina
جامعة البليدة 2 –الجزائر
مخبر الإبداع و تغير المنظمات و المؤسسات
sa.khelil@univ-blida2.dz

تاريخ الاستلام:2024/03/10 *تاريخ القبول: 2024/04/28* *تاريخ النشر: 2024/04/30*

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى بيان أثر الإدارة الرقمية في تحسين مستوى الخدمات الصحية المقدمة بالمؤسسات العمومية الاستشفائية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة طردية بين الإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمات الصحية بالمؤسسة محل الدراسة، ووجود أثر لتحسن مستوى الخدمات الصحية بتطبيق الإدارة الرقمية.

الكلمات المفتاحية:الإدارة الرقمية، الخدمات الصحية، المؤسسات الاستشفائية العمومية.

تصنيف جال: I18، M15

Abstract

The purpose of this study is to investigate the impact of digital management on improvingthe level of healthcare services provided in public hospital institution. The study found several results, including a positive correlation between digital management and the improvement of healthcare services in the studied institution. Furthermore, the study demonstrated the effect of implementing digital management on enhancing the level of healthcare services.

Key words: Digital management, healthcare service, public hospitals.

JEL classification codes : I18 ،M15

*المؤلف المرسِل

1. مقدمة

إن العالم ككل قد دخل مرحلة متطورة ومتقدمة ضمن عصر المعلومات بهدف الاستفادة من التقنيات المتاحة في مجال نظم والتقنية المعلومات والاتصالات، الذي أصبح من ضمن المعايير الأساسية الذي به تقاس درجة تقدم الأمم، وقد أحدث هذا التطور المتبنى تغييرا في أساليب التعامل على مستوى الدول وبين المنظمات والأفراد على حد سواء، بحيث أصبح العالم وحدة مترابطة ومتكاملة المعالم تتجاوز البعد الزمني والمكاني، ليشكل جزءا حيويا فاعلا ومؤثرا في تنفيذ هذه المعاملات.

لذا تقوم جل الدول بتطوير سياساتها العامة بما يتوافق ومتطلبات العصر الجديد وهذا بتبني آليات والوسائل التقنية الحديثة في الإدارات والمؤسسات العمومية، بما يكفل قيامها بخدماتها بأعلى كفاءة وفعالية ممكنةلديها.ومن أهم هذه الآليات الإدارة الرقمية، التي تعتبر حاليا من الحاجات الأساسية للحياة العملية الحالية، نظرا للإيجابيات الكثيرة التي تحققها، كما وأن هذه الآلية قد تم تبنيها في العديد من الدول العربية والأجنبية للنهوض بالقطاع العام، وخصوصا بالمؤسسات الصحية كونها تعنى بأهم عنصر ألا وهو صحة الأفراد في زمن انتشرت فيه أمراض العصر المزمنة والوبائية كوباء كوفيد 19، فأصبح لزاما على الدولة الجزائرية أيضا الاهتمام بأساليب تحسين مستوى الخدمات الصحية التي تقدمها المؤسسات الاستشفائية العمومية نتيجة لتنامي عدد طالبي الخدمات الصحية ونيل رضاهم وتحقيقا لرفاهية المجتمع بصفة عامة.

ومما سبق التطرق إليه، فقط تحددت مشكلة البحث في الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى مساهمة الإدارة الرقميةفي تحسين مستوى الخدمات الصحية بالمؤسسة الاستشفائية العمومية محمد بوضياف بالمدية؟

وينبثق عن هذا السؤال الرئيسي عدد من الأسئلة الفرعية الآتية:

- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمات الصحية بالمؤسسة الاستشفائية العمومية محمد بوضياف بالمدية عند مستوى دلالة معنوية $(\alpha \leq 0.05)$؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمات الصحية بالمؤسسة الاستشفائية العمومية محمد بوضياف بالمدية عند مستوى دلالة معنوية $(\alpha \leq 0.05)$؟

_ هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة (الإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمات الصحية) تعزى للخصائص الشخصية والوظيفية؟

فرضيات الدراسة:ولمعالجة السؤال الرئيسي والأسئلة الفرعية المنبثقة عنه تم إعداد مجموعة من الفرضيات تمثلت فيما يلي:

- **الفرضية الأولى:**لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بينالإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمات الصحية بالمؤسسة الاستشفائية العمومية محمد بوضياف بالمدية عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
- **الفرضية الثانية:**لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمات الصحية بالمؤسسة الاستشفائية العمومية محمد بوضياف بالمدية عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
- **الفرضية الثالثة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة (الإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمات الصحية) تعزى لمتغير الجنس.

أهداف الدراسة:للدراسة عدة أهداف منها:

_ معرفة واقع الإدارة الرقمية في المؤسسة العمومية الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية؛

_ تشخيص مستوى الخدمات الصحية المقدمة في المؤسسة العمومية الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية؛

_ دراسة أثر الإدارة الرقمية في تحسين مستوى الخدمات الصحية المقدمة في المؤسسة العمومية الاستشفائية محل الدراسة.

منهجية الدراسة:تم الاعتماد في إنجاز هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لدراسة أثر بين المتغير التابع تحسين مستوى الخدمات الصحية والمتغير المستقل الإدارة الرقمية.

1.1. الدراسات السابقة: هنالك العديد من الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة أو أحدها وسنتطرق إلى بعضها فيما يلي:

الدراسة الأولى: **"**الإدارة الرقمية كإبداع في تسيير وتميز منظمات الأعمال مع الإشارة لنموذج الإدارة الرقمية في المنظمات العربية"(بودي، 2011)، هدف هذه الدراسة إلى محاولة الإحاطة بأهمية توظيف الإدارة الرقمية في منظمات الأعمال والتحديات التي تواجهها خصوصا في

منظمات الأعمال العربية، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها: لتحقيق إدارة رقمية كفؤة وفعالة يجب الاعتماد والارتكاز على عدة مداخل رئيسية، توفر تكنولوجيا الحديثة للمعلومات يعد شرطا أساسيا وضروريا لتطبيق الإدارة الرقمية.

الدراسة الثانية: "الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات الصحية المقدمة في المستشفيات الفلسطينية – بالمحافظات الجنوبية-"(عطية أبو عوف، 2021)، هدفت هذه الدراسة إلى الإحاطة بمدى تطبيق الإدارة الإلكترونية في المستشفيات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية وجودة الخدمات الصحية مقدمة بها، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها: وجود علاقة بين تطبيق الإدارة الإلكترونية وجودة الخدمات الصحية في المستشفيات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية.

2. الإدارة الرقمية النموذج والتعريف:

للإدارة الرقمية دور فعال في تحسين سير المؤسسات العمومية لاتسامها بالدقة وسرعة حل العديد من المشكلات الإدارية سواء داخل محيطها الداخلي أو الخارجي.

2.1. تعريف الإدارة الرقمية:

نتيجة لثورة المعلومات واقتصاد المعرفة، ظهرمفهوم مبتكرفي الإدارة يعرف بالإدارة الرقمية أوما يسمى الإدارة الإلكترونية، وأخذ في التطور واكتساح مختلف القطاعات ومؤسسات الدولة الساعية لتطوير بيئة أعمالها وتحسين خدماتها بما يكفل تبسيط الإجراءات وتقليل استخدام الورق إلى أقل ما يمكن(البطران، 2021، صفحة 601)، وفي ما يلي عرض لبعض التعاريف التي قدمت للإدارة الرقمية:

أنها:" تمثل أسلوب عمل مفتوحا لتسيير الأعمال الافتراضية، يختلف عن كل الأسس والمبادئ والآليات في الإدارة الحديثة ذات النهج الضيق"(بودي، 2011، صفحة 59).

وعرفت أيضا بأنها: " العملية الإدارية القائمة على إمكانات متميزة للإنترنت وشبكات الأعمال في التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للمنظمة والآخرين بدون حدود من أجل تحقق أهداف المنظمة"(أحمد ، 2009، صفحة 43).

من خلال التعاريف السابقة الذكر يمكننا استنتاج التعريف التالي للإدارة الرقمية:

الإدارة الرقمية هي استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة وتوظيفها داخل المؤسسات على اختلاف أنشطتها من أجل تقديم خدمات أكثر فعالية وجودة بأقل جهد ووقت ممكن.

2.2. أبعاد الإدارة الرقمية:

تتكون الإدارة الرقـمية من أبعاد أساسية وهي كالتالي(رابحي و لكحل ، 2016، صفحة 243):

- **صناع المعرفة (المورد البـشري)**: إذ يمثل القيادات الرقـمية وكل ما يشمل رأس المال الفكـري، المديرون والمحللون للمـوارد المعرفية، فدور هذه الأخيرة يمكـن في محاولة خلق ثقافة معرفية جـديدة تتبنى الإدارة الرقمية، عن طريق تغيير طرق التفـكير، وترقية أساليب العمل الإداري، وفق ما يتعاملون به من خبرات ومعارف في مجـال المعلوماتية الواسع؛
- **الأجهزة**:تضم المكونـات المادية للحاسـوب، شبكاته، نظمه، وملحقاته، بحيث يجب أن يراعى من قبل المؤسسات اقتناء أحـدث الأجهزة في العالم من أجل توفـير تكاليف التطوير المستمر، وأيضا ملائـمة عتاد الحاسوب لمختلف التطورات البرمجـية؛
- **شبكيات**: وتتمثل في تلك الحزم من مختلف الوصـلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكـات (الإنترنت، الإكسترانت، الإنترانت)؛
- **البرمجيات** : وهي التعليـمات المختلفة التي تتحكم بالحاسـوب وتضـم الأجزاء التالية: لغات البرمجة، الأنظمة التطبيـقية، البرامج البيانات، أدوات تدقيق البرمجـة وتحقـق الاستفادة من إمكانيـاته المختلفة(الدرعي، 2022، صفحة 466).

3. ماهية الخدمات الصحية المقدمة في المؤسسات الاستشفائية:

إن الخدمـات بصفة عامة لا تشمـل قطاع معين وإنما تتفرع لعدة قطاعـات ومن بينها القطاع الصـحي وتعرف بالخدمات الصـحية وتقدمها العديد من المؤسسـات الصحية من بينها المؤسسـات الاستشفائية العمومية.

1.3 تعريف المؤسسات العمومية الاستشفائية (E.P.H):

عرفت المؤسسـات العمومية الاستشفائية في المادة 02و03 من المرسوم التنفيذي رقم 07-140 المؤرخ في 02جمادى الأولى 1428 الموافق لـ 19 ماي 2007 والمتضمن إنشاء المؤسسات العمومية الاستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية وتنظيمها وسيرها بأنها: "مؤسسـات عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية واستقلال المالي، وتوضع تحت وصاية الوالي، تتكون من هيكل للتشخيص والعلاج والاستشفاء وإعادة التأهيل الطبي تغطي

سكان بلدية واحدة أو مجموعة من البلديات وتحدد المشتملات المادية لها بقرار من الوزير المكلف بالصحة".

2.3 تعريف الخدمات الصحية:

يقصد بالخدمات الصحية:"تلك المنفعة أو مجموع المنافع التي تقدم للمستفيد والتي يتلقاها عند حصوله على الخدمة التي تحقق له السلامة الجسمانية والعقلية والاجتماعية وليس فقط التخلص من الأمراض "(مايدي، 2023، الصفحات 19-20)وتعرف أيضا بأنها:" عبارة عن جميع الخدمات التي يقدمها القطاع الصحي مستوى الدولة سواءا كانت علاجية موجهة للفرد أو وقائية موجهة للمجتمع وغيرها بهدف رفع المستوى الصحي للسكان وعلاجهم ووقايتهم من الأمراض المعدية "(مريزق، 2011، صفحة 35)

ومن التعاريف السابقة نخلص بأن الخدمات الصحية هي تلك الخدمات التي تعنى بصحة الفرد الجسدية والعقلية بصفة خاصة وحماية ووقاية الافراد من الأوبئة والامراض المعدية بصفة عامة.

3.3 خصائص الخدمات الصحية:

هنالك عدة خصائص تتميز بها الخدمات الصحية ويمكن إجمالها في ما يلي(مكيد و بن عياد، 2016، الصفحات 11-12):

الخدمات الصحية شخصية، غير قابلة للتأجيل، متوفرة ويسهل الحصول عليها، متكاملة فيما بينها حيث تعتبر كل من خدمات الفحص والتشخيص والعلاج والوقاية والتمريض والفندقة والخدمات الإدارية خدمات يكمل بعضها بعض، يتم تقديمها بدون انقطاع حيث يعد من أهم خصائص الخدمات الصحية استمرارية علاقة المريض بمقدمي الخدمة الصحية كما أنها تتأثر بالقوانين والأنظمة الحكومية التي تسير وتنظم عمل المؤسسات الصحية عامة والمستشفيات بخاصة سواءا كانت تابعة لدولة أو القطاع الخاص.

4. الدراسة الميدانية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية:

بغية المام بجوانب الدراسة على أرض الواقع تم اختيار المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية لإجراء الدراسة الميدانية، وهي التي أخذت على عاتقها تسيير المصالح

الاستشفائية الناتجة عن القطاع الصحي سابقا،تغطي جميع سكان البلديات التابعة للولاية المدية. يبلغ اجمالي تعداد موظفيها 1028 موظف.

1.4 مجتمع وعينة الدراسة:

تم حصر مجتمع الدراسة في كل الموظفين الإداريين البالغ عددهم 93 مستخدما في المؤسسة الاستشفائية العمومية محمد بوضياف بالمدية، أما عينة الدراسة التي تم حساب حجمها بواسطة معادلة ستيفن ثومبسون (Steven K. Thompson)، فقد تكونت من 50موظفا إداري موزعين في مختلف الأقسام والوحدات الرئيسية والفرعية في المؤسسة الاستشفائية العمومية، إذ وزعت 50 استمارة وتم استرجاع 40 استمارة، أي ان نسبة الاستجابة بلغت 80%، وتم استبعاد 9 استمارات لم تكن صالحة لتحليل فتبقت 31 استمارة نهائية تم تحليها.

2.4 أداة ومتغيرات الدراسة:

لجمع المعلومات قمنا بتصميم استمارة استبيان باعتماد على الدراسات السابقة(عطية أبو عوف، 2021)التي تطرقت لمتغيري الدراسة، وفق التقسيمات ومحاور التالية:

- ✓ القسم الأول: البيانات الشخصية والوظيفية (الخصائص المميزة لأفراد العينة)
- ✓ القسم الثاني: محاور الاستبيان
- _ المحور الأول: يتعلق بالإدارة الرقمية
- _ المحور الثاني: يتعلق بتحسين مستوى الخدمات الصحية

وقد تم قياس متغيرات الدراسة في القسم الثاني باستخدام مقياس ليكارتالخماسي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 1: توضيح مقياس ليكارت الخماسي (مقياس الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي)

المستوى	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المتوسط المرجح	1.79-1	2.59-1.80	3.39-2.60	4.19-3.40	5-4.20
المستوى	منخفض		متوسط	مرتفع	

المرجع:من إعداد الباحثين بالاعتماد(بودالي و نوري، 2019)

أ. **ثبات أداة الدراسة:** لقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبيان)تم استخدام معامل ألفا كرونباخ(Alpha de Cronbach)، وتتراوح قيم هذا المعامل ما بين 0 و1وأصغر قيمة مقبولة هي 0.7، والجدول التالي يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة.

الجدول 2: معامل ألفا كرونباخ (Alpha de Cronbach)لقياس ثبات أداة الدراسة

المحور	عدد العبارات	Alpha de Cronbach
الإدارة الرقمية	27	0.95
تحسين مستوى الخدمات الصحية	20	0.934
الثبات العام للاستبيان	47	0.959

المرجع: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v26

يتضح من الجدول أن معامل الثبات العام للاستبيان مرتفع جدا حيث بلغ **0.959** لإجمالي عبارات الاستبيان 47 وهي أكبر من القيمة المقبولة 0.70، فيما تتراوح قيم ثبات المحاور ما بين 0.934 كحد أدنى و0.95 كحد أعلى، وهذا يدل على أن **الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات** ويمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني للدراسة.

ب. اختبار الاتساق الداخلي والبنائي: لتحقق من صدق أداة الدراسة يجب التأكد منالاتساق الداخلي والبنائي لعبارات متغيرات الدراسة بحساب معامل الارتباطبيرسون (Pearson)بين درجات كل عبارة من عبارات البعد ودرجة الكلية للبعد التي تتنمي اليه، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 3: يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات متغير الإدارة الرقمية

العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
يوجد في المؤسسة الاستشفائية معدات وأجهزة حاسوب حديثة عالية الأداء لتقديم للخدمات	0.763	0.000
حسب رأيك تخصص المؤسسة الاستشفائية مبالغ مالية كافية ضمن ميزانيتها لإجراء الصيانة الدورية لأجهزة الحواسيب وما يرتبط به	0.632	0.000
تعمل إدارة المؤسسة الاستشفائية على تحديث وإدخال تحسينات مستمرة للأجهزة والمعدات	0.609	0.000
حسب رأيك يتوافر لدى المؤسسة المخصصات المالية اللازمة لشراء التجهيزات جديدة و تهيئة البنية التحتية للإدارة الرقمية	0.687	0.000
يوجد في المؤسسة الاستشفائية نظام التشغيل احتياطي فعال للتعامل عند تعطل أجهزة الحاسوب	0.747	0.000
تتوفر خدمة انترنت قوية لدى إدارة المؤسسة الاستشفائية	0.680	0.000
بعد البنية التحتية والأجهزة	0.741	0.000
لدى الموظفون في المؤسسة الاستشفائية فكرة عامة حول الإدارة الرقمية	0.663	0.000

وكيفية تطبيقها		
الموظفون في المؤسسة الاستشفائية قادرون ومؤهلون لتطبيق الإدارة الرقمي	0.823	0.000
تتزود إدارة المؤسسة الاستشفائية باستمرار بأفراد ذوي معرفة بالأجهزة الرقمية الحديثة	0.780	0.000
يتم تكوين الموظفي المؤسسة الاستشفائية في مجال استخدام الأجهزة والمعدات الرقمية الحديثة	0.734	0.000
يوجد في المؤسسة الاستشفائية مكونين مؤهلين لتكوين الموظفين في مجا تقنيات المعلومات	0.754	0.000
يشارك الموظفون بالإدارة في اتخاذ القرارات الخاصة بتطبيقات الإدارة الرقم	0.808	0.000
تملك المؤسسة الاستشفائية خبراء ومختصين في تصميم البرامج الرقمية وتطويرهاوفقا لطبيعة خدماتها	0.827	0.000
بعد المورد البشري	0.805	0.000
تتناسب وتتلاءم البرامج المستخدمة في المؤسسة الاستشفائية مع طبيعة الخدمات الصحية المطلوب تقديمها	0.761	0.000
تمتلك المؤسسة الاستشفائية برمجيات حاسوب متطورة ومختلفة تساهم في تطبيق الإدارة الرقمية	0.865	0.000
تتميز شبكات ونظم الحاسوب المستخدمة بالشفافية لتقديم خدمات ذا مستوى عالي	0.766	0.000
تحرص إدارة المؤسسة الاستشفائية على توفير أمن الشبكات المستخدمة م أجل حماية المعلومات والحفاظ على سريتها التامة	0.811	0.000
تدعم الشبكة الداخلية للمؤسسة الاستشفائية تبادل وجهات النظر ومختلف الآراء حول تحسين الخدمات	0.828	0.000
البرامج المستخدمة في المؤسسة الاستشفائية تتصف بتوفر الارشادات وبسهولة التعلم والتشغيل	0.780	0.000
تقدم البرامج المستخدمة في المؤسسة الاستشفائية المعلومات التوضيحية وقت حدوث أي عطب أو خلل تقني	0.871	0.000
بعد الشبكات والبرامج	0.900	0.000
يتوافر في المؤسسة الاستشفائية قواعد بيانات متاحة للوحدات والأقسام معاشاملة وكافية	0.826	0.000
توفر قواعد البيانات المستخدمة في المؤسسة الاستشفائية المعلومات الدقيقةلتقديم خدمة صحية بجودة عالية	0.882	0.000
تساهم مختلف قواعد البيانات في سرعة استرجاع المعلومات علىاختلافها عند الحاجة اليها	0.944	0.000
تسمح مختلف قواعد البيانات المتاحة في المؤسسة الاستشفائية في تبادل المعلومات بين مختلف الدوائر والأقسام المختلفة	0.837	0.000
تساعد قواعد البيانات المتاحة في المؤسسة الاستشفائية في تخزين المعلومات الازمة لتقديم خدمة أفضل مستقبلا	0.799	0.000
يتوافر في المؤسسة الاستشفائية قواعد بيانات تتميز بالأمان والسرية بدرجة	0.773	0.000

عالية		
تتواجد قوانين ولوائح في المؤسسة الاستشفائية تضبط إمكانية الوصول للمعلومات	0.761	0.000
بعد قـواعد البيانات	0.936	0.000

المرجع: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v26

يتضح من الجدول السابق أن قيم معـاملات الارتبـاط عبارات كل بعد مع متوسط البعد الذي تنتمي إليه في المحور الأول كانت متفاوتة حيث تراوحت بين 0.609 و0.944، وكانت كلها دالة احصائيا عند مستوى معنوية 0.05، مما يدل على أن عبارات متغير الإدارة الرقمية صادقة ومتسقة داخليا، وهي تقيس ما وضعت لقياسه.

الجدول 4: يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات متغير تحسين مستوى الخدمات الصحية

العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
تتسم الخدمـات الإدارية المقدمـة في المؤسسة الاستشفائية بالدقة والوضوح	0.734	0.000
تعمل المؤسسة الاستشفائية على الاستجـابة السريعة وفي الوقت المحدد لتقديم الخدمة الصـحية	0.796	0.000
يتم الالتزام بالمواعيد المحددة لتقديم الخدمة الصـحية ودون أي تأخير	0.785	0.000
تقدم الخدمة الصـحية بأبسط الإجـراءات وبكل سرعة وسهولة	0.728	0.000
تركز إدارة المؤسسة الاستشفائية بشكل كبير على تقليل الأخـطاء الطبية وتحسين مستوى العناية بالمرضى	0.691	0.000
يوجد اهتمام متزايد وواضـح من قبل إدارة المؤسسة الاستشفائية لزيادة مختلف وسائل الراحـة والتسهيلات للمرضى	0.619	0.000
تسعى إدارة المؤسسة الاستشفائية لتقصير وقت الانتـظار والسرعة في تقديم الخدمات الصـحية دون المساس بجـودتها	0.586	0.001
تركز إدارة المؤسسة الاستشفائية على تحسـين مستوى تقديم الخدمـات الصحية بتسخير كافة الإمكانيـات المادية والبشرية والتقنية الحـديثة	0.685	0.000
تحرص إدارة المؤسسة الاستشفائية على مراقبة سير عملية تنفيذ الخدمـات الصـحية	0.639	0.000
تعمل إدارة المؤسسة الاستشفائية جاهدة على التزود بكل المعلـومات الجديدة والحديثة في الصـحة	0.674	0.000
تتوفر التغذية الراجعة لتحسـين مستوى الخدمـات المقدمة	0.546	0.001
يتعامل الموظفون في المؤسسة الاستشفائية مع المرضى بكـل أدب ولطف عند تقديم الخدمة الصحية	0.670	0.000
يهتم الموظفون في المؤسسة الاستشفائية بالرد على طلبـات المرضى الرقـمية باستمـرار وبأسرع وقت ممكن	0.560	0.001
حسب رأيك يثق المرضى بالكـوادر الإدارية العاملة في المؤسسة	0.650	0.000

		الاستشفائية
0.001	0.588	لدى الموظفين في المؤسسة الاستشفائية المهـارات والقدرات اللازمة للعناية بالمرضى
0.000	0.683	تحرص المؤسسة الاستشفائية على تقديم أفضل ما لديها من خدمـات للمرضى
0.000	0.730	يتم الإعداد السليم للبيانات من قبل إدارة المؤسسة الاستشفائية للحصول على المعلومات الازمة من المرضى وتسجيـلها والحفاظ عليها
0.000	0.779	يتم توفير الخدمة الصحية الفعالة في الوقت والمكان المناسبين للمريض
0.000	0.625	هنالك سعي دائم لتطـوير المؤسسة الاستشفائية من أجل ضمان تحسين لمستوى الخدمات
0.001	0.583	تتواجد برامج تكـوينية للموظفين في المؤسسة الاستشفائية لتحسين الخدمـات المقدمة

المرجع: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v26

يتضح من الجدول السابق أنقيم معاملات الارتبـاط العبارات مع متوسط المحور ككل في محور الثاني كانت أيضا مقبولة حيث تراوحت بين 0.546 و0.785 وكلها كانت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05، وبالتالي فإن جميع عبارات المحور الثاني أيضا متسقة داخليا مع المحور التي تنتمي اليه، مما يثبت أن **أداة الدراسة تتمتع بالصـدق** وهي بالفعل مناسبة لقياس ما وضعت لقياسه بالفعل.

ت. اختبار اعتدالية (التوزيع الطبيعي): تمإخضاع المتغيرات لاختبار كولمجروفسمرنروفKolmogorov- Smirnovبالإضافة إلى اختبار شبيرو ويلك Shapiro- Wilk لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، حيث تكـون هذه الأخيرة تتبع التوزيع الطبيعي إذا كانت مستوى المعنوية لكل محاور الدراسة أكبر من 0.05، وذلك على أساس الفرضية الصفرية والفرضية البديلة التالية:

- الفرضية الصفريةH_0: البيانات تتبع التوزيع الطبيعي
- الفرضية البديلةH_1: البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي

الجدول 5: نتائج اختبار اعتدالية البيانات

	Kolmogorov- Smirnov			Shapiro- Wilk		
	القيمة الإحصائية Statistiques	درجة الحرية Ddl	مستوى الحرية Sig	القيمة الإحصائية Statistiques	درجة الحرية Ddl	مستوى الحرية Sig

الإدارة الرقمية	0.123	31	0.200	0.951	31	0.167
تحسين مستوى الخدمة	0.153	31	0.063	0.949	31	0.148

المرجع: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v26

من الجدول السابق يتضح من قيم Kolmogorov- Smirnovو Shapiro- Wilkلمتغيري الإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمات الصحية ومستوى الدلالة المقابلة لهم (مستوى الدلالة المعنوية Sig) 0.200 و0.063 أنه أكبر تماما من 0.05، إذن نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة، ونقول بأن بيانات الدراسة الميدانية تتبع **التوزيع الطبيعي** مما يسمح لنا بإجراء مختلف الاختبارات المعلمية.

5. عرض نتائج الدراسة:

1.5 عرض خصائص عينة الدراسة (قسم الأول من الاستبيان): اتسمت عينة الدراسة بعدة خصائص الشخصية والوظيفيةوهي كالاتي:

الجنس:نسبة الإناث اللاتي أجبن على الاستمارات أكبر من نسبة الذكور، وذلك بنسبة64.5 % للإناث مقابل 35.5 % لذكور، أي أن نسبة الإناث اكبر من نسبة الذكور بفارق 29 %، وهذا راجع لطبيعة عمل المؤسسة الخدمي، أما من ناحية **السن**:فإن نسبة 45.2%من الموظفين سنهم ما بين 41 الى 50 سنة،تليها نسبة قدرها 41.9 % تمثل من سنه ما بين 31 إلى 40 سنة، ونسبة تمثل 6.5 % لكل من سنهم أقل من 30 سنة وأكثر من 50سنة، وهومايدلعلى أن المؤسسة تعتمد على عنصر الكهول، فالكون المؤسسة عمومية فهي تخضع للوظيف العمومي الذي يكفل للموظف البقاء في وظيفته ويكفل له حق الترقية في الدرجة والرتبة إلى غاية سن التقاعد الرسمي.أما **المستوى التعليمي**:فإن ما نسبته 67.7% يمثل فئة الأكبر ألا وهم ذو مستوى جامعي، تليها نسبة 22.6 % التي تمثل من لهم مستوى ثانوي، ثم نسبة 9.7 % التي تمثل من تلقوا تكوين مهني، وهذا راجع لطبيعة العمل الإداري الذي يتطلب مجموعة من المعارف والمؤهلات لشغل مختلف الوظائف الإداريةبالمؤسسة. أما **المستوى الوظيفي**:فإن أعوان التنفيذ كانت نسبتهم الأكبر ب 45.2 %، تليها نسبة أعوان التحكم

التي تقدر بـ 32.3 % وأخيرا نسبة الإطارات التي تقدر بـ 22.6 %، كون المؤسسة خدمية فهي تحتاج بطبيعة الحال إلى أعوان التنفيذ يقومون بإعداد وتنظيم ملفات المرضى، جداول المناوبة ومعالجة الملفات في إطار السير العادي والمنتظم للمصالح الإدارية. فيما يخص **سنوات الخبرة** فإن نسبة 38.7 % تمثل من لهم خبرة تقدر بأكثر من 15 سنة، كون المؤسسة تسعى الى إبقاء على موظفيها الذين لهم خبرة طويلة كونهم الأدرى بالعمل ولهم معرفة أكثر بما يحدث في المؤسسة، تليها نسبة 29 % التي تمثل من لهم خبرة من 11 إلى 15 سنة أي متوسطي الخدمة، وفي الأخير حلت نسبة 16.1 % التي تمثل فئة من لهم خبرة أقل من 10 سنوات وهذا راجع لسياسة توظيف الجديدة الرامية إلى توظيف فئة الشباب من أصحاب المؤهلات العلمية في إطار السياسة الدولة الساعية إلى القضاء على البطالة خصوصا الشهادات، و أيضا بغية تطوير عمل الإداري لمؤسسات الدولة وتحسين خدماتها.

2.5 تحليل الإحصائي للمحورين الأول والثاني لقسم الثاني من الاستبيان

الجدول 6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاه العام لمحاور أداة الدراسة:

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الترتيب
متوسط بعد البنية التحتية وأجهزة	3.08	0.700	متوسط	4
متوسط بعد المورد البشري	3.16	0.905	متوسط	3
متوسط بعد الشبكات والبرامج	3.27	0.925	متوسط	2
متوسط بعد القواعد البيانات	3.35	0.977	متوسط	1
متوسط المحور الأول ككل	3.22	0.757	**متوسط**	
متوسط محور الثاني ككل	3.40	0.705	**مرتفع**	

المرجع: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v26

من الجدول أعلاه نلاحظ أن بعد القواعد البيانات قد جاء في **المرتبة الأولى** يليه بعد الشبكات والبرامج، فبعد المورد البشري وحل أخيرا بعد البنية التحتية وأجهزة،وقدر متوسط محور الأول ككل (الإدارة الرقمية) بـ 3.22، أما انحراف معياري فقد قدر بـ 0.757 مما يدل تشتت قليل

لإجابات أفراد العينة أي أن إجاباتهم كانت في اتجاه واحد، وبالتالي كان اتجاه أفراد العينةحول توفر الإدارة الرقمية بمستوى **متوسط** في المؤسسة محل الدراسة. كما يتضح أيضا بأن محور تحسين مستوى الخدمـات الصحية جاء بدرجة موافقة **مرتفعة** وهذا ما يعكسه متوسط الحسابي للمحور 3.40 والانحراف المعياري 0.705 الذي يشير الى تشتت منخفض لإجابات أفراد العينة كونه اقل من الواحد أي ان إجاباتهم كانت في اتجاه واحد، وهذا يعني أيضا أن أفراد العينة لديهم إجماع حول تحسن مستوى تقديم الخدمـات الصحية بالمؤسسة محل الدراسة كونها تهتم بتقليل الأخطاء الطبية وتحسين مستوى العناية بالمرضى من خلال اهتمام دائم بتطوير المؤسسات الاستشفائية بغية تقديم أفضل ما لديها من خدمات للمرضى.

3.5 اختبار صحة الفرضيات:

- لتأكد من صحة الفرضة الأولى والثانية تم إجراء اختبار تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي (Stepwise) لكل الأبعاد الإدارة الـرقمية مجتمعة مع بعضها البعض، والنتائج موضحة فيما يلي:

الجدول 7: نتائج الانحدار الخطي المتعدد التدريجي لأبعاد الإدارة الرقمية مجتمعة على تحسين مستوى الخدمات

	أبعاد الإدارة الرقمية مجتمعة			
تحسين مستوى الخدمات	معامل الارتباط	معامل التحديد	قيمة F	قيمة Sig
	0.520	0.270	10.741	0.003

المرجع: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v26

يتضح من خلال الجدول أعلاه يتبينأن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت 0.520، مما يدل على وجود **علاقة ارتباطيةطردية متوسطة** بين أبعاد الإدارة الرقـمية وتحسين مستوى الخدمات الصـحية، كما بلغ معامل التحديد 0.270 وهو يدل على أن 27% من التغيرات التي تطرأ على تحسين مستوى الخدمـات كانت نتيجة لأبعاد الإدارة الرقمية مجتمعة أم النسبة الباقية 73% فتعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة، وبالنسبة لقيـمة F المحسوبة فقد قدرت بـ 10.741 بمستوى دلالة 0.003 وهو أقل من 0.05 ما يؤكد معنوية الأثـر.

ومنه**نرفض الفـرضية الرئيسية الأولى ونقبل الفـرضية البديلة، أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمات الصحية بالمؤسسة الاستشفائية العمومية محمد بوضياف بالمدية عند مستوى معنوية 0.05.**

الجدول 8: نتائج الانحدار الخطي المتعدد التدريجي لأبعاد الإدارة الرقمية الداخلة في حساب المعادلة الخطية الخاصة بالتنبؤ بأثر الإدارة الرقمية في تحسين مستوى الخدمات

النماذج	محتويات النموذج	المعامل الغير معياري		المعامل المعياري	قيمة t	الدلالة الإحصائية
		قيمة B	الخطأ المعياري	قيمة B		
النموذج الأول	الثابت	2.144	0.400		5.367	0.000
	قواعد البيانات	0.375	0.114	0.520	3.277	0.003

المرجع: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v26

كما يتضح أيضا من خلال الجـدول رقم 8أن بعد قواعد البيانات يؤثـر في تحسين مستوى الخدمات الصحية حيث أن مستوى الدلالة بلغ 0.003 وهو أقل من مستوى المعنوية 0.05، مما يدل على أنه لوحده قادر على تأثير على تحسـين مستوى الخدمة ب 0.375، أي أن الزيادة بوحدة واحدة في قواعد البيانات يؤدي إلى تحسـن مستوى الخدمة بـ 0.375.

Y(تحسين الخدمات الصحية)=0.375x (قواعد البيانات)+2.144

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفـرضية الرئيسية الثانية وقبول الفرضية البديلة، أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمات الصحية بالمؤسسة الاستشفائية العمومية محمد بوضياف بالمدية عند مستوى معنوية 0.05.

- لاختبار الفرضية **الرئيسية الثالثة** تم استخـدام اختبار**T** لتوضيح دلالة الفروق بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة وجاءت النتائج كما يلي:

الجدول 9: يمثل نتائج اختبار T pour échantillons indépendants **لمتغير الجنس**

المحور	الفئة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	مستوى الدلالة sig
الإدارة الرقمية	ذكر	11	3.3670	0.46095	0.771	0.447
	أنثى	20	3.1463	0.88110		
تحسين مستوى الخدمات	ذكر	11	3.3591	0.64568	-0.254	0.801
	انثى	20	3.4275	0.75192		
قيمة t الجدولية عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية 29 تساوي 1.699						

المرجع: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v26

يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة**t** المحسوبة لجميع المحاور أصغر من قيمة **t** الجدولية والتي تساوي 1.646، كما أن قيمة مستوى الدلالة أيضا أكبر من 0.05 مما يدل على:

قبول الفرضية الرئيسية الثالثة ورفض الفرضية البديلة: لاتوجد فروق ذات دلالة احصائية لإجابات المبحوثين حول متغيرات الدراسة (الإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمة) تعزى لمتغير الجنس، وترجع هذه النتيجة إلى أن نظم العمل في المؤسسة محل الدراسة لا تميز بين الموظفين حسب جنسهم، ولذلك تتشابه أراء الموظفين والموظفات حول إدراكهم لإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمات.

6. خاتمة:

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها على مستوى المؤسسة العمومية الاستشفائية محمد بوضياف بالمدية، وبعد التطرق لأهم الأدبيات النظرية المتعلقة بالإدارة الرقمية والخدمات الصحية، توصلنا إلى مجموعة من**النتائج** أهمها:

- تسعى المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة لإدخال أساليب إدارية جديدة وضمان سيرها الحسن ومنها الإدارة الرقمية تماشيا مع السياسة العامة لدولة الجزائرية الرامية لرقمنه القطاع الصحي، وذلك لتحسين مستوى الخدمات الصحية؛
- جاءت إجابات أفراد العينة بدرجة موافقة متوسطة حول محور الإدارة الرقميةوبدرجة موافقة مرتفعة حول محور تحسين مستوى الخدمات الصحية بمؤسسة محل الدراسة؛

- توجد علاقة ارتباطية طردية بين الإدارة الـرقمية وتحسين مستوى الخدمـات الصحية في المؤسسة الاستشفائية العمومية محمد بوضياف بالمدية؛
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق الإدارة الـرقمية وتحسين مستوى الخدمـات الصحية بالمؤسسة الاستشفائية العمومية محمد بوضياف بالمدية؛
- لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة حول متغيرات الدراسة (الإدارة الرقمية وتحسين مستوى الخدمة) تعزى لمتغيرالجنس.

المقترحات: انطلاقا من النتائج السابقة تم التوصل إلى جملة من المقترحات تمثلت فيما يلي:

- بناء وتكييف الهيـاكل التنظيمية والإجراءات الإدارية بما يتوافق ومتطلبـات الإدارة الرقمية في المؤسسة محل الدراسة؛
- زيادة المخصـصات المالية لاقتناء أجهزة والمعدات لتفـعيل إدارة رقمية حقيقية تلبي احتياجات طالبي الخدمات الصـحية في المؤسسة محل الدراسة؛
- يجب على المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة أن تستخدم برامج معلـومات حديثة ومتطورة
- التحديث الدوري لتقنية المعلـومات ووسائل الاتصال المتوفرةلتتناسب مع طبيعة الخدمـات الصحية المطلوب تقديمها في المؤسسة الاستشفائية، والتطوير المستمر لإجراءات العملبالإدارة الرقمية ومحاولة توضيحها للموظفين عن طريق الدورات التكونية لإمكانية استيعابها.

قائمة المراجع

بن عون بودالي، و محمد نوري. (2019). تفريغ ومعالجة بيانات الاستبيان باستخدام ألspss- دراسة تطبيقية-. *مجلة علوم الانسان والمجتمع، 8*(3)، 121-154.

حميد راشد عبيد الدرعي. (2022). متطلبات تطوير الإدارة الإلكترونية لرفع الكفاءة المهنية لمديري مدارس الحلقة الثالثة بإمارة أبو ظبي. *مجلة كلية التربية، 120*(3)، 482-453.

رزان عطية أبو عوف. (2021). الادارة الإلكترونية ودورها في تحسيين جودة الخدمات الصحية المقدمة في المستشفيات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية(رسالة ماجستير). جامعة الاقصى، غزة فلسطين.

شيماء عبد الله عبد العال البطران. (2021). الإدارة الرقمية كآلية لتنمية رأس المال البشري الإداري في الجامعات المصرية – دراسة ميدانية على موظفي الإدارة بجامعة الفيوم. *المجلة العلمية لدراسات التجارية والبيئية، 12* (04)، 592-656.

عبد الصمد بودي. (2011). الإدارة الرقمية كإبداع في تسيير وتميز منظمات الأعمال مع الإشارة لنموذج الإدارة الرقمية في المنظمات العربية. *مجلة الحقيقة، 10* (04)، 47-82.

علي مكيد، و فريدة بن عياد. (2016). واقع اعتماد نظام جودة الخدمات الصحية في المستشفيات العمومية. *المجلة الجزائرية للإقتصاد والتنمية، 3*(2)، 7-31.

لخضر رابحي ، و عائشة لكحل . (2016). الإدارة الالكترونية كآلية من آليات التنمية الإدارية. *مجلة الدراسات القانونية والسياسية، 02*(01)، 239-251.

محمد سمير أحمد . (2009). *الادارة الإلكترونية*. عمان ، لبنان: دار المسيرة لطباعة والنشر والتوزيع.

محمد عدمان مريزق. (2011). *مداخل في الإدارة الصحية*. عمان، الأردن: دار الراية.

محمد لمين مايدي. (2023). تقييم أداء المستشفيات دراسة حالة: المؤسسة العمومية الاستشفائية سيدي عيسى **كنموذج** ولاية المسيلة (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة الجزائر 3.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research
ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854
Volume:8/N°1 /April ,2024, PP 93-110

The experience of adopting social responsibility by the French Caisse d'Épargne.

تجربة تبني بنك التوفيرالفرنسي للمسؤولية الاجتماعية

***Khalfallah Houssameddine**
Faculty of Economics and Management Sciences, Tunis El Manar
Khalfallah.houssem23@gmail.com

Received *:14/03/2024* ***Accepted****:28/04/2024* ***Published****: 30/04/2024*

Abstract :

The study aimed to explore the reality of adopting social responsibility in banks, focusing on identifying the fundamental concepts related to it and their importance for this type of financial institutions. A variety of activities and practices in this field were presented by the French Caisse d'Épargne, through analyzing the data from the bank's annual report for the year 2023. The study concluded that the bank under study is a financial institution aiming to achieve profit, with two goals, one economic and the other social.

Keywords: CSR; Commercial banks, French Caisse d'Épargne, Annual Report.

JEL classificationcodes:M14 :G21

****Corresponding author***

Introduction

Commercial banks believe in their citizenship and belonging to the communities they serve, as well as in the inevitability of social responsibility in a manner that makes them accountable to society. Social responsibility has become an integral part of the concerns of commercial banks today, making it difficult for any commercial bank management to ignore. It serves as a bridge through which commercial banks fulfill their duties towards society by participating in combating poverty, distributing wealth, and contributing to the spread of justice. The activities of commercial banks are not limited to traditional banking operations only, but extend beyond to adopting a social role through practicing corporate social responsibility.

The significant importance gained by commercial banks, which have now assumed a pivotal role in the development process, has demonstrated a renewed direction. This direction no longer solely focuses on profit-generating commercial activities but also emphasizes providing for the social requirements stemming from working conditions. These commercial banks have realized that they are not isolated from society and have come to recognize the necessity of participating in and considering the needs of both society and the environment. They prioritize the fundamental aspects of sustainable development, including economic growth, social progress, and environmental protection.

This renewed direction of commercial banks has become a legitimate and convincing approach due to the rise in interest rates on banking credit operations and other loans, alongside the increase in interest rates across all types of benefits. This situation has necessitated the existence of activities aimed at serving social and economic development beyond interest rates.

The research problem.

Given the commercial banks' pursuit of economic performance to maximize their profits, a pertinent issue arises regarding their adoption of corporate social responsibility programs. Thus, the motivation for conducting a study lies in addressing the following central question:

"What is the current status of corporate social responsibility practices adoption at the French Caisse d'Épargne?"

From this, the following sub-questions arise:
What is the concept of corporate social responsibility for business organizations? What are its key dimensions?
How do the areas of corporate social responsibility manifest in business organizations?
What activities are practiced within the framework of corporate social responsibility by the French Caisse d'Épargne?
Based on the above, the following hypothesis can be proposed:
the French Caisse d'Épargne does not adopt corporate social responsibility.

Research objectives: They consist of:

Defining the concept of corporate social responsibility from both theoretical and practical perspectives, especially considering it as one of the managerial concepts that still require further research and study.

Clarifying the motivations behind business organizations, in general, and commercial banks, in particular, adopting the dimensions of corporate social responsibility and their practices.

Identifying the level of corporate social responsibility practices in the French Caisse d'Épargne.

Attempting to draw the attention of Maghreb banks in general, and Algerian banks in particular, to the importance of corporate social responsibility in developing societal life, by presenting the experience of the French Caisse d'Épargne for leveraging it to adhere to and implement it within the limits permitted by the local banking environment.

Research Limitations:

In this study, we relied on the annual report issued by the French Caisse d'Épargnefor the year 2023, by providing a brief overview of the most significant socially responsible activities it has adopted.

Study Structure:

To address the aforementioned problem statement, we have structured this study into an introduction, conclusion, and two main sections:

- Introduction to Corporate Social Responsibility.

- The Experience of Corporate Social Responsibility in the the French Caisse d'Épargne.

1-An Introduction to Corporate Social Responsibility

1-1-The Concept of Social Responsibility

"The founding father of Corporate Social Responsibility (CSR), Howard Bowen, defined CSR as the obligation for leaders to pursue policies and make decisions consistent with societal values. This is why he advocated for the use of social audits to assess a company's social performance. Bowen was a key figure in the Business Ethics movement.(Howard, 1953)"

During the 1960s, several authors echoed this sentiment. According to Davis (1960), "the social responsibility of a business concerns the actions and decisions taken by businessmen for reasons that partly extend beyond the purely technical and economic interests of the company." This author acknowledges that the responsibility of a businessman and his company goes beyond merely seeking economic performance(Keith, 1960).

Frederick (1960), on the other hand, adds two dimensions to this analysis and acknowledges that a company's responsibility also lies in how it manages its resources, as well as collectively surpassing the image of the leader who governs everything. In this sense, he writes that "Ultimately, responsibility implies a civic attitude towards economic and human resources, and a willingness to use these resources to fulfill lofty social goals rather than solely the narrowly circumscribed interest of an individual or a company.(W.C., 1960)"

In the same year, McGuire (1963) asserts that "the idea of social responsibility implies that the company has not only legal or economic obligations, but also responsibilities to society that go beyond these obligations." This reflects the beginnings of soft law, which is CSR. For the past 50 years, it has been acknowledged that CSR should stem from voluntary initiatives by companies.

On another note, Walton (1967) develops the concept of responsibility but towards the executives and managers of the company, not exclusively towards the leader. Indeed, according to him, "The concept of social responsibility acknowledges the close relationship between the company and society and asserts that these relationships must be in the minds of the top managers of the company as well as those who deal with the various groups to which it is connected and who pursue their own goals.(Walton, 1967)"

According to Carroll (1979), CSR is "the set of obligations that the company has towards society, encompassing economic, legal, ethical, and discretionary categories.(Carroll, 1979)"
In addition to the clarification provided by researchers and academics regarding the definition of corporate social responsibility, international organizations, private sector entities, and non-governmental organizations have also shown interest in defining social responsibility:
According to the World Business Council for Sustainable Development (WBCSD): The social responsibility of businesses is the ongoing commitment of businesses to ethical behavior and contribution to economic development while simultaneously improving the quality of life for workers and their families, as well as communities.

The International Chamber of Commerce (ICC) defines social responsibility as all efforts that contribute to the voluntary commitment of organizations to achieve development with ethical and social considerations. Therefore, social responsibility relies on good initiatives from businesses without legally binding measures, and thus, social responsibility is achieved through persuasion and education.

The European Union has defined the concept of corporate social responsibility as "behavior where companies integrate social and environmental considerations into their activities and interaction with stakeholders on a voluntary basis"(الحمزة، 2024).

Principles of Corporate Social Responsibility (CSR)
The principle of accountability and transparency
This principle refers to the organization's responsibility for its impacts on the environment and society, as well as its ability and readiness for appropriate disclosure and transparency. This responsibility requires the organization to regularly disclose its interests, policies, and decisions in a clear, impartial, and trustworthy manner to relevant authorities, stakeholders, and legal authorities. Additionally, it entails accountability to legal bodies.

The principle of transparency
In an organization means the methods that enable the identification of the external impacts of the organization's activities through its reports, and that the facts related to these impacts are visible through these reports and are available to all individuals who are significantly affected or potentially affected by the instituti.

The principle of ethical behavior
Business organizations are required to consistently act ethically, with their behavior grounded in justice, integrity, and the ethics of trustworthiness, whether concerning the environment, people, or animals.

The principle of respecting the interests of stakeholders
While the goals of a business organization may be primarily focused on the interests of its owners or core stakeholders, it must acknowledge, consider, and respond to the interests of all relevant parties, whether individuals, groups with rights and claims, or specific interests.

The principle of respecting the authority of the law
This refers to the adherence of a business entity to the rule of law, ensuring that all its actions fall within the scope of the law.

The principle of respecting international norms of conduct
International custom is considered one of the most important sources of international law. Therefore, business organizations are required to respect international customs in their behavior, while adhering to the principle of respecting the authority of the law.

The principle of respecting fundamental human rights
It is the organization's commitment to adhere to specific conduct or refrain from certain actions in order to promote and protect human rights and fundamental freedoms of individuals or groups. The organization is required to recognize the importance and universality of these rights(الدين، 2022).

Areas of Corporate Social Responsibility (CSR)
Social responsibility towards employees
Labor is considered one of the most important areas of social responsibility, as spending on human resources is seen as an investment that effectively contributes to achieving the organization's goals in both the short and long terms.

Social responsibility towards customers
Certainly, the management of a business organization strives diligently to ensure the institution's stability. There are many criteria that this management must adhere to in order to ensure the implementation of the company's plan and the achievement of its objectives. Among these criteria is the necessity to focus on the customer segment, satisfying them, earning their loyalty and

allegiance, in order to ensure them as permanent clients of the business organization.

Social responsibility towards suppliers

The relationship between a business organization and its suppliers is one of mutual interest and is considered a crucial determinant of the organization's success. Suppliers expect business organizations to respond to their legitimate demands and aspirations, while in return, the organization benefits from a significant competitive advantage as a result of its good relationships with these suppliers.

Social responsibility towards shareholders

Shareholders are considered important stakeholders as they are owners of the business organization and beneficiaries of its activities. Therefore, the obligations towards them are of utmost importance.

Social responsibility towards the environment

Protecting the environment has become one of the most important determinants for achieving sustainable development. It is also an integral and inseparable part of the social responsibility of the business sector, especially since it is now known that all types of organizations have varying negative impacts on the environment in all its components.

Social responsibility towards the local community

The local community is a fundamental element for businesses, as they aim to embody and strengthen their relationships with it. Therefore, a business organization should have a thorough understanding and awareness of the local community, working directly to align its efforts with its priorities and needs by enhancing social welfare in general(الخزامى، 2005).

2-Corporate Social Responsibility Experience in the Commercial Banking Sector (Case Study: French Caisse d'Épargne)

2-1-Introduction to the French Caisse d'Épargne:

The Caisse d'Épargne is one of the leading financial institutions in France, playing a crucial role in the banking landscape since its foundation in 1818. As a cooperative bank, it stands out for its commitment to its customers, its local roots, and its involvement in the economic and social development of the regions where it operates.

Founded on the principle of popular savings, the Caisse d'Épargne's primary mission is to promote savings and provide accessible financial services to all citizens. Over the decades, it has evolved to meet the changing needs of its clientele, offering a wide range of

products and services, from traditional savings accounts to digital banking solutions and wealth management services.

In addition to its commitment to its customers, the Caisse d'Épargne places great importance on its role in economic and social development. It actively participates in financing business projects, local initiatives, and social programs aimed at improving the quality of life for communities. As a major player in the French economy, it contributes to the growth and prosperity of the regions where it operates.

The Caisse d'Épargne also distinguishes itself through its social and environmental responsibility. It is committed to adopting sustainable practices in its activities and supporting initiatives aimed at preserving the environment and promoting social inclusion. Through its actions, it aspires to be a positive force for change, contributing to building a better future for all.

3- "The Reality of Social Responsibility at the French Caisse d'Épargne"

3.1 -"CSR, Expression of Our Commitment"

La Caisse d'Epargne a constamment su accompagner les évolutions de la société. Cet engagement historique fonde son identité. Ancrage territorial, réponses concrètes aux besoins de l'économie réelle et des clientèles locales, soutien aux acteurs de la vie sociale : le modèle mutualiste et coopératif de la Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire a fait la preuve de sa pertinence et de son efficacité. La responsabilité sociétale et environnementale (RSE) constitue l'expression de cet engagement renouvelé. MESSAGE DES PRÉSIDENTS Elle s'articule autour de deux ambitions : - en tant que banque mutualiste, être un acteur majeur de l'économie sociale et solidaire, - être la banque de référence d'un développement responsable. En développant son rôle d'intermédiateur bancaire, financier et sociétal, la Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire donne du sens à la performance dans le respect des grands équilibres de son environnement, du dialogue avec ses parties prenantes (sociétaires, clients, salariés, institutions,..) et en adaptant ses services et produits par l'innovation responsable et une démarche d'amélioration continue. Pour la première fois cette année, les indicateurs repris dans le rapport RSE ont reçu la certification des commissaires aux comptes. Ce nouvel élément de légitimation conforte notre stratégie RSE comme la Nouvelle Définition de notre culture d'entreprise tant auprès de nos collaborateurs que de nos clients et sociétaires(francaise, www.caisse d'épargne francaise.fr).

3.2-"A Responsible and Balanced Governance"

The governance of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire is organized around 14 Local Savings Societies spread over a territory covered by 9 departments, with 250 directors representing 571,000 member clients. In 2023, 42 boards of directors of Local Savings Societies (LSS), 5 Orientation and Supervision Councils (OSC), 5 audit committees, and 3 remuneration committees were convened. In addition, under the auspices of the Orientation and Supervision Council, two additional commissions met twice in 2023: the CSR-cooperative life commission and the development commission.

The general assemblies of the 14 Local Savings Societies of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire represent an essential cooperative link and demonstrate a privileged relationship with its 571,000 members.

As part of the boards of directors, directors participate in projects involving their Local Savings Society and also Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire. They are invited to discover client companies, which are successful in their sector of activity. Directors extend their cooperative commitment on a voluntary basis by agreeing to become "Referees." These missions number four: Trust Path microcredit, Solidarity, Finance & Education, and Quality. They allow directors to more actively support projects initiated by Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire with stakeholders in the Social and Solidarity Economy. In 2023, directors participated in numerous missions as part of the commitments signed with the heads of networks of the Social and Solidarity Economy. For example, referees support members of the UREI (Regional Union of Insertion Enterprises) in quality processes and, more particularly, in the certification process of social practices.

AFAQ EI/ETTI. With the FNARS (National Federation for Social Reception and Reintegration), administrators are members of steering committees, bringing their expertise and providing an external perspective on a project aimed at improving, notably, the hygiene and health of those accommodated. The Regional Chambers of Social Economy involve stakeholders from their territory to promote social innovation. Many administrators are involved in a training program dedicated to structures of the IAE (Insertion by Economic Activity). This program aims to facilitate the understanding and access of these structures to Public Markets. Every year, the "Referee" administrators meet to share and exchange their experiences. In 2023, during this seminar, they also attended a

conference by Jean Ollivro, professor at the European University of Brittany and Sciences Po Rennes, on the theme of "the new economy of territories."

In their cooperative commitment, administrators, and more broadly, the members of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire, can rely on a multi-channel information system. The website of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire (www.caisse-epargne.fr) and the dedicated site for members (www.societaires.caisse-epargne.fr) provide access to information on the products and services of their Caisse d'Epargne and information on cooperative life and the various commitments of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire in its territory, in addition to the printed materials they receive. In the exercise of their functions and "Referee" missions, administrators of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire also have access to a dedicated intranet.

The training programs for members of the Orientation and Supervision Council and administrators of Local Savings Societies enable them to fulfill their responsibilities in accordance with the requirements and values inherent in the specificities of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire, a cooperative bank. These training programs, focused on mastering the challenges of the banking world and societal issues, applied to the situations of the two regions of Brittany and Pays de la Loire, strengthen the quality of administrators' proximity commitment and the efficiency of their social responsibility exercise. In 2023, administrators participated in these training sessions for a total of 1,158 hours(francaise, rapport RSE 2023, 2023).

3.3Accessible to All Clientele

Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire is a bank serving individuals, professionals, businesses, and all economic actors contributing to local and regional development. Our ambition is to convince and retain through the effectiveness of our services, the relevance of our advice, and the quality of our relationships with all our stakeholders. Proximity, trust, commitment, social and environmental responsibility: our values have made Caisse d'Epargne a different bank for nearly two hundred years. Proximity to our 2.1 million customers is reflected in the coverage of our network of 424 branches, 9 multi-market business centers, and 2,000 advisors in our branches and business centers.

3.4Close and Accessible Branches

Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire remains attentive to maintaining a presence distributed throughout its territory; by the end of 2013, it had 24 branches in rural areas and 24 branches in sensitive urban areas. This territorial presence aligns with the organization of our territories, which are structured into networks of medium-sized cities and their main agglomerations. Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire strives to make its services accessible to people with disabilities. The first commitment is to comply with the legal obligation to ensure accessibility of public places to people with disabilities: to date, 99% of branches meet this requirement.

Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire continued its efforts to better meet the needs of vulnerable customers. In 2023, 5,798 clients of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire benefited from the Alternative Payment Range (GPA), and 592 from the basic banking service (SBA).

In terms of quality, the management of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire developed and led a specific quality plan for their entities and their professions in 2023. The Quality Department enhanced customer feedback by diversifying surveys, particularly when subscribing to a mortgage or opening a deposit account.

3.5Leading Actor in Microcredit

In 2023, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire distributed 437 personal microcredits for a total amount of €1 million, bringing the total number of microcredits managed to 3,437 for a total commitment of €7 million since inception (2018). Parcours Confiance is thus the leading distributor of microcredit in Brittany and Pays de la Loire, as well as within the BPCE Group in 2023.

Through Parcours Confiance, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire had developed by the end of 2013, 60 partnerships (general councils, CCAS, Pact, associations, etc.) and distributed a specific microcredit to finance energy efficiency works, thus contributing to combating energy poverty and substandard housing situations. In this context, it signed a partnership agreement with the Abbé Pierre Foundation and Total company to allow very low-income owner-occupants to finance the renovation of their homes through microcredit. An ambitious partnership that extends home microcredit

(currently capped at €10,000 over 72 months) to the challenges of substandard housing and energy transition, thanks to the guarantee of the Abbé Pierre Foundation.

Parcours Confiance also develops an offer for tenants experiencing financial difficulties in paying their rent. In partnership with social landlords, Parcours Confiance offers a personal microcredit to facilitate access to or retention in social housing. Three agreements have been signed to date with Brest Métropole Habitat (29), SIRES Bretagne, and l'Aiguillon in Rennes (35).

The evaluation of Parcours Confiance partners is entrusted to the administrators of the Local Savings Societies registered as microcredit referees. This mission allows for optimizing relations with partners and involving representatives of members in the microcredit scheme.

Finally, since 2021, the offer of a €1 per month driving license has been implemented. It is proposed to young people by the Local Missions.

3.6-Supporting Integration through Business Establishment

In 2023, the Finances & Pédagogie association conducted 111 interventions in the Brittany and Pays de la Loire regions, reaching 2,627 individuals. Through financial education and training programs, Finances & Pédagogie plays a supportive role in promoting banking and financial inclusion for disadvantaged populations (budget management, banking services, etc.).

In 2023, Finances & Pédagogie focused its interventions on supporting employees of Cooperative Activities and Employment (CAE) in their cooperative takeover journeys as entrepreneurs, using a specific tool it designed: "Managing your business and relationship with your banker."

Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire also intervened with networks for business creation and takeover by supporting 28 of these structures (Initiative, Entreprendre, France Active, Business Support) by providing donations totaling €153,000 or interest-free loans totaling €190,000.

Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire is a partner in two innovative programs aimed at inspiring young people aged 16 to 25 to become entrepreneurs. In 2023, the association Entreprendre pour

Apprendre supported over 65 schools in their mini-company creation projects. Finances & Pédagogie provides training to middle and high school students on business budget management. Employees of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire are also involved: they welcome teachers and students to their branches and work with them on their business projects.

Through the Entrepreneuriales program, over 500 students, including expert banking advice, benefit from expert banking advice in their business creation projects. The Entrepreneuriales program is supported by the Entreprendre network(francaise, rapport RSE 2023, 2023).

3.7-Promoting Social and Financial Innovation

In 2023, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire launched a call for projects on the theme of housing and habitat titled "My Innovative Project." 54 projects were submitted, and 36 received support either in the form of grants totaling €109,000 or interest-free loans totaling €203,000. Members of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire were also invited to vote via the website www.societaires.caisse-epargne.fr to elect the Societaries' Prize.

a-The associations included:

New Solidarities

(department 44) - "Boost" category: The association aims to create grouped housing consisting of around twenty units for elderly individuals in rural areas, with support provided by a salaried animator. The granted subsidy is €1,000.

b- Adapei 22 (department 22) - "Special Jury Prize" category: The association's project involves creating a Cooperative Society of Collective Interest (SCIC) to manage housing for people with disabilities with user participation. The awarded subsidy is €10,000, along with a 0% interest loan of €37,000.

c- Studies and Construction 35

(department 35) - "Societaries' Prize" category: The association plans to establish a resource center on bio-based materials. The granted subsidy is €8,000.

Additionally, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire supported an experimental project, Echobat Development, aimed at developing

social housing and eco-construction in rural areas. This initiative aligns with the broader framework of the Territorial Economic Hub selected by the government under the new law on the Social and Solidarity Economy, in the Pays de la Loire Region.

Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire also offers its clients in the Pays de la Loire Region a solidarity term account that allows them to allocate a portion of their savings interest to a fund supporting the financing of Very Small Enterprises (VSEs), in partnership with Fondes Pays de la Loire. This fund provides financing to these businesses while applying discriminatory criteria of eco-responsibility in the analysis of financing requests.

As a player in the Social and Solidarity Economy, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire renewed its skills sponsorship operation called "Solidari'day" in 2023. This unique event was organized across the 9 Breton and Ligurian departments. Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire once again relied on its partners in the charitable sector and leading networks of the social and solidarity economy, such as URIOPSS, FNARS, COORACE, Chantier Ecole, and UREI.

On a voluntary basis, the 3,000 employees and 250 administrators of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire were invited to dedicate a day to serve a partner or client association working in the social and solidarity sector (health, professional integration, personal services, charitable associations such as Secours Populaire, Restos du Cœur, or Banque Alimentaire).

The assigned tasks are related to the mission or prioritize the contribution of professional skills to the host structure (management/finance, law/taxation, accounting, IT, HR, office automation, training, communication, etc.). Since 2022, over 400 administrators and employees have participated in Solidari'day(francaise, rapport RSE 2023, 2023).

3.8-PARTNER IN CULTURAL DISSEMINATION AND SPORT

In order to benefit from good visibility and disseminate coherent messages, it has chosen, like many Caisses d'Epargne, two axes: music and running.

The "music" sponsorship and sponsorship actions of Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire aim to cover the territory while staying close to its customers. Priority has been given to discovery and accessibility, thus favoring a "useful sponsorship" approach.

In 2023, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire partnered with numerous cultural programs: the Interceltic Festival of Lorient, the Rennes Opera, the concert hall La Nouvelle Vague in St Malo, the concert hall l'Antipode in Rennes, the concert hall l'Echonova in Vannes, the Traver'cé musicales in Les Ponts de Cé, Le Grand R in La Roche-sur-Yon, the concert hall Fuzz'Yon in La Roche-sur-Yon, among others.

To animate these partnerships, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire relies on the Esprit Musique program, which offers a ticketing website, information about groups and concerts in France, as well as a promotion program for young talents.

In 2023, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire supported 15 running races across its territory, including the Marathon de la Baie du Mont Saint-Michel, the Foulées du Tram in Nantes, and the Foulées du Bugatti in Le Mans.

Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire relies on the Esprit Running label to highlight its commitment to running. This label offers, among other things, a calendar of races, columns by professionals and runners, quizzes, and a challenge.

All the best tips for running and music in the West are on the Facebook page Esprit Ouest(francaise, rapport RSE 2023, 2023).

3.9FUNDING RESPONSIBLE DEVELOPMENT

Like all economic agents, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire is concerned with these challenges, in its daily operations, but also - and especially - in its business activities. In this area, it pursues a rigorous and innovative policy internally, through reducing its carbon footprint, and externally, with its clients through the Ecureuil Sustainable Development range of consulting and financing services. Its ambition: to become a leading actor in responsible development.

Among the challenges of responsible development, responsible financing and savings products are one of the main indicators of monitoring expected changes and transformations and adaptations of economic actors and societal behaviors.

The evolution of volumes of financing for energy-saving works in primary housing reached €41.7 million (3,550 Eco PTZ+ loans) and €43.5 million for the Ecureuil Sustainable Development loan (5,928 loans for energy efficiency works). The amount of LDD loans is €228.9 million (5,135 Eco vehicle loans).

Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire is one of the leading financiers of social housing, social and solidarity economy, and local authorities. In 2023, financing amounted to €283.5 million for territorial public sector, €94 million for social housing, and €45.2 million for the social and solidarity economy.

In the Regional Development Bank market, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire counts among its clients companies engaged in CSR initiatives (Armor Lux, Transports Lahaie, Yves Rocher Group, Cordon Electronics, Terra Botanica), local authorities through financing public transport, water treatment systems, and waste management.

In 2023, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire's commitments amounted to €144.3 million in equipment loans and leasing on the business market (SMEs – SMIs). It finances projects in the field of renewable energies.

For example, in 2023, Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire financed the implementation of:

A biomass steam boiler with a capacity of 12.8 T/H in Finistère, carried out by LANGA, a company from Ille et Vilaine specializing in renewable energies, and by SILL, an agri-food industrialist involved in milk processing and the production of soups and fruit juices. The site in Plouvien (29) will consume all the steam production from the biomass boiler. The investment amounts to €4.8 million.

Two wind farms, each consisting of 3 wind turbines with a unit capacity of 2 MW, located in the municipality of Le Ham, in the department of Mayenne (53). The total investment financed by Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire amounts to €4 million.

Caisse d'Epargne Bretagne Pays de Loire is involved in the activities of the "eco-origin" cluster (Rennes Angers) for the establishment of value chains in the field of eco-activities. It is also a partner of the "Crisalide" awards, which annually recognize about ten companies

that innovate in their manufacturing processes or by introducing eco-responsible products to the market(francaise, 2023).

Conclusion (Findings and Recommendations)

Based on our study, which included presenting the theoretical framework of corporate social responsibility and analyzing reports related to corporate social responsibility of the French Caisse d'Épargne, we have drawn several conclusions, summarized as follows:

The expansion of the financial industry cannot be considered a complete success until the industry prioritizes what is now known as corporate social responsibility. Commercial banks are committed to both the communities they serve and the surrounding work environment through corporate social responsibility. This commitment is one of the most important principles that commercial banks derive their legitimacy from, as it encompasses both economic and ethical considerations. The sphere of corporate social responsibility for commercial banks serves as a reflective mirror of the bank's commitment to social responsibility in all its requirements, obligations, and any deviations from them. It also represents a service provided to society through participation in economic development, as it contributes to poverty reduction, improves living conditions for vulnerable groups, and provides employment opportunities. This reflects the social and ethical message proclaimed by commercial banks in their programs.

The French Caisse d'Épargne has succeeded in adopting successful programs in the field of corporate social responsibility, not only locally but also globally through its branches spread worldwide.

The leaders of the French Caisse d'Épargne have demonstrated a genuine understanding of the concept of social responsibility and are convinced that it is a true investment rather than a burden, contrary to common belief. It has become evident that corporate social responsibility is an integral part of the group's culture, functioning similarly to any other function within the organizational structure. This contradicts the previously proposed hypothesis that the French Caisse d'Épargne does not adopt corporate social responsibility.

Bibliographie

- caisse d'epargne francaise, B. (2023). *2023 Annual Report.* Annual Raport 2023 caisse d'epargne francaise, Paris.
- Carroll, A. B. (1979). A three dimensional concept model of corporate social performance. *Academy of Management Review, 4*, 497-505.
- Howard, B. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman.* New York: Harper & Brothers.
- Keith, D. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities. *California Management Review, 2*(1), pp. 70-76.
- Paris, B. (s.d.). *https://www.caisse d'epargne francaise.fr/principal/contactez-nous/*. Consulté le 02 15, 2024, sur https://www.caisse d'epargne francaise/principal/contactez-nous/: https://www.bmo.com/principal/contactez-nous/
- W.C., F. (1960). The growing Concern Over Business Responsibility. *California Management, 2*(1), pp. 54-61.
- Walton, C. C. (1967). *Corporate Social Responsibilities.* Belmont, CA : Wadsworth.
- *أخلاقيات منظمات الأعمال* (المجلد ب ط). (2005). (الحكم أحمد الخزامى، المترجمون) القاهرة، مصر: دار الفجر.
- الحمزة ,خ .ا .(2024) .ممارسات المسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية :دراسة مجموعة بي إن بي باريبا المصرفية .*مجلة الرسالة*.675-661 .pp ,(4)8 ,
- خلف الله حسام الدين. (15 12, 2022). أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية على الآداء المالي للبنوك التجارية الجزائرية. *أطروحة دكتوراه غير منشورة علوم اقتصادية*، 25-26-27. تونس، تونس: جامعة تونس المنار.

مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية
El - Acil Journal for Economic and Administrative Research

ISSN: 2571-9866
EISSN: 2661-7854

المجلد:8/ العدد:1/أفريل2024،ص ص 502-521

دور الإدارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر.

The role of the electronic administration in improving the quality of the electronic banking services in Algeria.

أمينة يوسفي* Yousfi Amina
جامعة الجلفة_الجزائر
Amina.yousfi@univ-djelfa.dz

بن علية بن عيسى Ban Alia Ben Aissa
جامعة الجلفة_الجزائر
Benaissa.com@gmail.com

مخبر الطرق الكمية في العلوم الاقتصادية وعلوم إدارة الأعمال وتطبيقاتها من اجل التنمية المستدامة

تاريخ الاستلام: 2024/03/16 تاريخ القبول: 2024/04/21 تاريخ النشر: 2024/04/30

الملخص :
تهدف الدراسة للتعرف على مدى تأثير استخدام الادارة الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف الجزائرية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، من خلال الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات ومن ثم معالجتها عن طريق استخدام برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية (برنامج spss)،وقد تم التوصل إلى أن الادارة الالكترونية تساهم بشكل فعال بأبعادها في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر.
كلمات مفتاحية: الادارة الالكترونية، الجودة، الخدمات المصرفية الالكترونية، المصارف.
تصنيف جال: M15 , G21

Abstract :
This study aims to identify the extent of the impact of using electronic administrationto enhance the electronic banking services in Algerian banking. This study utilizes the analytical descriptive method, through a survey as main tool for collecting data and then treating it with the use of SPSS.It has been concluded that e-management with its dimensions effectively the quality of e_banking services in Algeria.
Keywords: IT Management, Quality, Electronic banking services, banks.
JEL classification codes : M15 , G21

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

نتج عن التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا الى خلق ثورة في المجال الاداري، مما تحتم على الجزائر مواكبة هاته التطورات وتبني مشروع الادارة الإلكترونية والتخلي عن الادارة التقليدية، والقطاع المصرفي من بين القطاعات التي حاولت ولازالت تحاول تبني الادارة الالكترونية في معاملاتها من أجل كفاءة وتحسين فعالية الأداء، وبالتالي تقديم خدمات مصرفية الكترونية تتميز بسهولة الاستخدام، بأقل تكلفة، ذات سرية وآمنة، موافقة لتوقعات العميل ولإشباع رغباته.

الاشكالية: في ظل التطور الحاصل على المستوى الاداري والانتفال من الادارة التقليدية الى الادارة الالكترونية، وما يقابله من انتقال في تقديم الخدمات المصرفية التقليدية نحو الخدمات المصرفية الالكترونية، قد ينجم عنه تحديات يتوجب على المصارف النجاح في تبني هاته التغيرات الحديثة، والتي من شأنها أن تبلغ بها مراتب متقدمة في المجال، والتي قد تسهم بشكل كبير في جذب العملاء وفي هذا الإطار ومما سبق ذكره، تنبثق اشكالية بحثنا الرئيسية والمتمثلة فيما يلي:

كيف تساهم الادارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر؟

من خلال الاشكالية المقدمة يتم طرح الاسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بالإدارة الالكترونية؟، وماهي أهم أهدافها، وأبعادها؟
- ما المقصود بالخدمات المصرفية الإلكترونية؟ وماهي اسس جودتها؟
- هل يوجد أثر دال احصائيا على أبعاد الادارة الالكترونية، في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية ؟.

فرضيات البحث: وللإجابة عن الاشكاليات السابقة الذكر نفترض مايلي:

- تساهم الادارة الالكترونية بأبعادها الاربعة في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية أي:
- توجد علاقة بين الاجهزة والمعدات، وجودة الخدمات المصرفية الالكترونية.
- توجد علاقة بين شبكة الاتصال، وجودة الخدمات المصرفية الالكترونية.
- توجد علاقة بين البرامج، وجودة الخدمات المصرفية الالكترونية.
- توجد علاقة بين صناع المعرفة، وجودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

أهداف الدراسة: يكمن الهدف الرئيسي لهذا البحث معرفة مدى تأثير الادارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف المصارف في الجزائر.

- تبيان المفاهيم النظرية للإدارة الالكترونية وأبعادها، وكذا مفهوم جودة الخدمات المصرفية الالكترونية.
- التعرف على مبادئ تطبيق الادارة الالكترونية.
- دراسة أثر الادارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية لدى المصارف في الجزائر.

المنهج المتبع: تم استخدام كل من المنهج الوصفي التحليلي، والاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات وبالتالي تحليلها عن طريق برنامج spss.

تقسيمات الدراسة: للوصول الى الاهداف المرجوة من البحث تم تقسيمه الى جزأين (نظري وتطبيقي)، تضمن المحاور التالية:

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للإدارة الالكترونية.

المحور الثاني: جودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

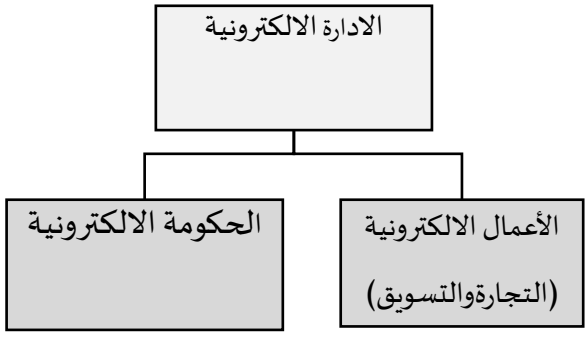
المحور الثالث: الدراسة التطبيقية.

2. الإطار المفاهيمي للإدارة الالكترونية:

قبل التطرق الى موضوع الادارة الالكترونية، يجب توضيح كل من مفهوم الادارة الالكترونية والحكومة الالكترونية، اذ تعتبر العلاقة بينهما علاقة الجزء بالكل، حيث أن الادارة الالكترونية تعتبر منظومة رقمية شاملة لكافة الاعمال الالكترونية، أما الحكومة الالكترونية تدل على الادارة الالكترونية للإدارة العامة.

وهذا ما يوضحه الشكل التالي فيما يخص علاقة الادارة الالكترونية بالمصطلحات المرادفة لها:

الشكل 01: العلاقة بين الادارة الالكترونية والحكومة الالكترونية.



المصدر: زرزار العياشي، الادارة الالكترونية، نظرة جديدة لإدارة المنظمات، مجلة الحقيقة، العدد 33، 2015، ص154.

1.2.تعريف الادارة الالكترونية: تعرف على أنها منظومة الكترونية تعتمد على تقنيات الاتصالات والمعلومات لتحويل العمل الاداري الى عمل ينفذ بواسطة التقنيات الرقمية الحديثة (العياشي، 2015).

كما عرفت على انها القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات، لتنفيذ الانشطة الادارية عبر الانترنت، وتقديم الخدمات الالكترونية في كل وثت ومكان، وهذا ما ينتج عنه جودة وتحسين الاداء، وسرعة التنفيذ، بأقل التكاليف، وبمعلومات متوفرة (نسرين، 2016).

بناءا على التعريفات السابقة يمكن القول أن الادارة الالكترونية هي عملية ادارية مواكبة للتطور التكنولوجي الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، من خلال انجاز العمليات رقميا، بهدف استغلال الوقت والمال وحتى الجهد.

2.2. **خصائص الادارة الالكترونية:**تتمثل خصائص الادارة الالكترونية في (الحسن، 2009/11/01):

- الاستجابة السريعة لمتطلبات طالبي الخدمة من خلال الاتصال الالكتروني المباشر.
- القضاء على البيروقراطية، وتبسيط الاجراءات.
- استعمال وسائل تكنولوجيا المعلومات أثناء أداء الاعمال.
- استغلال الوقت والجهد أثناء المعاملات.
- ادارة المعلومات وعدم الاحتفاظ بها.
- المرونة أي الاستجابة السريعة للأحداث والتعامل معها.
- الرقابة المباشرة عبر الاجهزة الرقمية والابتعاد عن اسلوب المذكرات والتقارير.
- توفير السرية والخصوصية للمعلومات بما تملكه من برامج تمكنها من حجبها وتوفيرها لذوي الصلاحية فقط.

3.2. أهداف الادارة الإلكترونية: (أميرة، 2022):

أهداف الادارة الالكترونية			
بالنسبة للمستفيدين وأصحاب المصالح.	بالنسبة لكفاءة العمل الاداري.	بالنسبة لفاعلية القرارات الادارية المتخذة.	بالنسبة للقدرة التنافسية محليا وعالميا.
تقليل العراقيل الادارية. تحقيق الاستفادة القصوى لأصحاب المصالح سواءا	رفع نسبة الخدمات المقدمة وخفض التكاليف والوقت.	توفير المعلومات والبيانات بصفة فورية سواءا لمتخذي القرار أو للمستفيد.	تعزيز القدرة التنافسية. مواكبة التطور الإلكتروني وبالتالي تحقيق التوافق مع

الداخليين أو الخارجيين. انتهاج سياسة بناء المعرفة. استخدام تكنولوجيا المعلومات.	توفير خدمات عن بعد، على مدار الساعة. الاستغناء عن المعاملات الورقية.	تقليل معوقات اتخاذ القرار.	المنظمات المنافسة. تقليل الفساد الاداري.

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على: تواتي أميرة، واقع تطبيق الادارة الإلكترونية في قطاع التأمينات، مجلة الاقتصاد والاحصاء التطبيقي، المجلد 17، العدد 03، ديسمبر 2022، ص ص 310-311.

4.2. مكونات الادارة الالكترونية:

لبناء منظومة كاملة تعتمد على الرقمنة في البيانات، يجب توفر العناصر الأساسية لذلك والمتمثلة في: عتاد الحاسوب، البرمجيات، شبكات الاتصال، وصناع المعرفة.

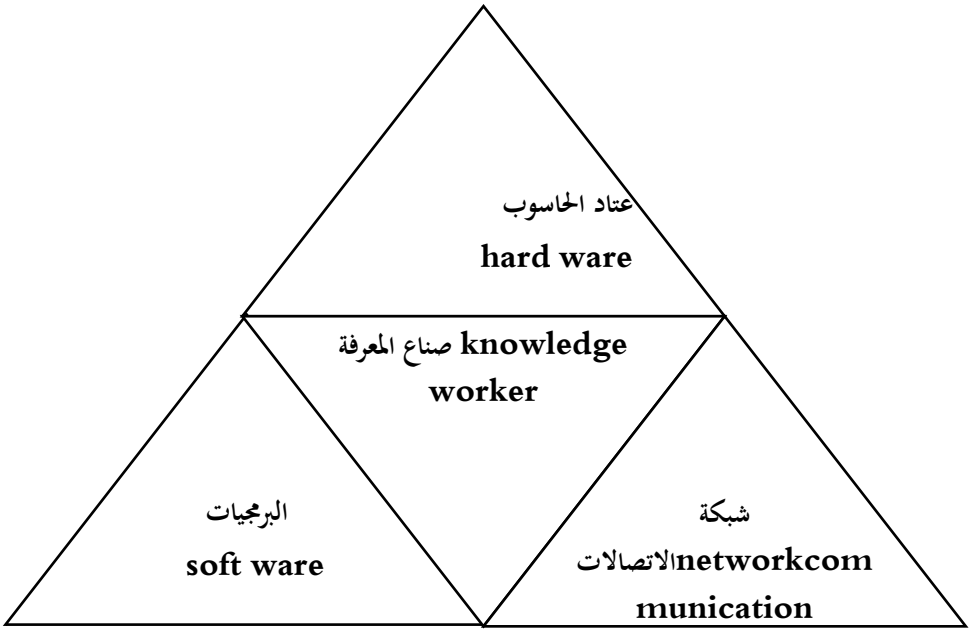
- **عتاد الحاسوب hard ware**: يتمثل في المكونات المادية للحاسوب (أميرة، 2022، صفحة 312).
- **البرمجيات soft ware**: وتعني الشق الذهني، أي المكون المعرفي الغير ملموس، من نظم وبرامج تشغيل الحاسوب، وتتكون من فئتين هما (اميرة، 2022):

- برامج النظام: والتي يقصد بها تطبيقات الحاسوب العامة المحملة على معظم أجهزة الحاسوب كبرامج نظام التشغيل الجماعي، البريد الالكتروني...
- برامج التطبيقات: والتي يتم تحميلها حسب طلب المستخدم وما يحتاجه في ادارته، كحزم البرامج المالية، وبرامج الادارة الالكترونية.

- **شبكة الاتصالات network communication**(زريق و عبد اللاوي، 2021): وهي النسيج الالكتروني الاتصالي لشبكة الانترنت، الاكسترانت، وعلى شبكة الاتصال الخاصة بالإدارة.
- **صناع المعرفة knowledge_worker**: أو القيادات الرقمية **Digital leaderships**

ويمثلون البنية الانسانية والوظيفية لمنظومة الادارة الإلكترونية، أي رأس المال الفكري لها، كما يعتبرهم الباحثون أنهم العامل الرئيسي والفعال في هذه المكونات، لأن بدونهم لا تتم أية عملية ادارية، وأن كلما تحكموا في هاته التقنيات كلما زادت سلطتهم نسبيا، وبالتالي التحكم في مناطق صنع القرار (زريق و عبد اللاوي، 2021، صفحة 180).

الشكل 02 : المكونات الاساسية للإدارة الالكترونية.



المصدر: ياسين سعد غالب، الادارة الالكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، عمان (الاردن)، 2010، ص 31.

5.2. متطلبات تطبيق الادارة الالكترونية:

إن مشروع الادارة الالكترونية كأي مشروع يحتاج الى تهيئة بيئته الملائمة لطبيعة عمله، وليحقق بذلك ما يتوجب عليه من تحقيق اهداف ونجاحات، فالإدارة تؤثر وتتأثر بكافة عناصر البيئة المحيطة بها ، لذلك فإن مشروع الادارة الإلكترونية وجب أن يراعي عدة متطلبات نذكرها فيما يلي:

– **المتطلبات التقنية: (البنية التحتية)**(حامد، 2012): ان الادارة الالكترونية تتطلب وجود بنية تحتية ذات مستوى عالي، بحيث تكون قادرة على تأمين التواصل ونقل المعلومات بين المؤسسات فيما بينها، وحتى بين المؤسسة والزبون.

- توفر الوسائل الالكترونية اللازمة للاستفادة من الخدمات المقدمة من طرف الادارة الإلكترونية، والتي تمكن من الاتصال بالشبكات العالمية والداخلية بشرط أن تكون ذات اسعار معقولة يمكن لمعظم الاشخاص الاستفادة منها.

- التدريب وبناء القدرات حيث يشمل تدريب الموظفين ورسكلتهم على استخدام وسائل واجهزة الكمبيوتر وادارة الشبكات وقواعد المعلومات والبيانات وكافة المعلومات اللازمة من أجل إدارة وتسيير ' الادارة الالكترونية' بالشكل الصحيح.

– **المتطلبات المالية**(الصيرفي، 2006): ان مشروع الادارة الإلكترونية مشروع ضخم يتطلب توفير مبالغ معتبرة لاستمراره ولنجاحه لابد من تمويله بشكل كافي، من خلال توفير الاجهزة والادوات اللازمة، وتحديثها من وقت لآخر واعادة تدريب العمال وهذا لتحسين البنية التحتية وبالتالي تحقيق الأهداف المرجوة.

– **المتطلبات الادارية:** يتطلب تطبيق الادارة الالكترونية إجراء تغييرات في الجوانب الهيكلية، التنظيمية للحكومة بحيث تتناسب مع مبادئ الادارة الإلكترونية لضمان ادارة الكترونية ذات كفاءة.

– **المتطلبات البشرية:** ان التحول نحو الادارة الالكترونية لا يعني التخلي على العنصر البشري، بل يجب توفر الافراد ذو مهارة عالية للتعامل مع الأساليب التقنية الحديثة (عباس، 2005).

– **المتطلبات التشريعية:** على كل دولة إنشاء بيئة قانونية تستجيب مع متطلبات الادارة الالكترونية، ويضعها موضع اعتراف وطني ودولي.

– **المتطلبات الأمنية:** تتمثل هذه المتطلبات بالنسبة للإدارة الالكترونية في توفير الامن المعلوماتي أي توفير الامن والحماية لكافة الموارد المستخدمة في معالجة المعلومات (المنشاة والعاملين بها، اجهزة الحاسوب...) (طاهر، 2001).

3. جودة الخدمات المصرفية الالكترونية:

1.3. تعريف جودة الخدمة: تعرف على انها مجموعة الخصائص التي تؤثر على قدرة الخدمة في تلبية الحاجات المصرح بها أو الغير مصرح بها (اعمر، 2019).

ا. **مفهوم الخدمة المصرفية الإلكترونية:** يحدد مفهوم الخدمة بشكل عام على انها: "نشاط أو منفعة يقدمها طرف للآخر"، وتتميز بعدم الملموسية ولا تؤدي لملكية أي شيء، أما بالنسبة للخدمات المصرفية فيمكن اعتبارها نوع من أنواع الخدمات والتي يقدمها المصرف لعميله وتختلف هذه الخدمات المصرفية حسب تقديمها أي اذا كانت بطريقة مباشرة (وجها لوجه) بين العميل والبنك، تعتبر خدمة مصرفية تقليدية، أما اذا كانت بطريقة غير مباشرة تتم بواسطة

الاجهزة والوسائل الالكترونية كما تعرف على انها:" إجراء العمليات المصرفية بطرق مبتكرة من خلال شبكة الاتصال الالكترونية دون الحاجة لقدوم العميل إلى المصرف" (المطيري، 2022)

ب . مفهوم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية: تهتم المصارف بصفة خاصة بجودة الخدمات المصرفية الالكترونية ، اذ تعتبر مقياس يوضح مستوى الخدمة المقدمة للعملاء مقابل مستوى توقعاتهم، وحسب وجهة نظر العميل، فهي مدى ملاءمة الخدمة المصرفية الالكترونية مع توقعاته (اعمر، 2019، صفحة 399)، أو هي "الاشباع التام للعميل بأقل تكلفة"، كما تتصف بعدة خصائص منها: اللاملموسية، التلازمية، وعدم التجانس، كما لها أربعة أبعاد تتمثل في: سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، والأمان (المطيري، 2022، صفحة 227).

2.3. **أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية** (اسماء و دومي ، 2022): توفر الخدمات المصرفية الالكترونية مجموعة من المزايا سواءا للبنك أو للعميل ونذكر اهمها فيما يلي:

ا . بالنسبة للبنك:

- **تحسين جود الخدمة المصرفية:** ان استخدام الاجهزة والتقنيات الحديثة في التعاملات المصرفية تجعل من الخدمة المقدمة للعميل ذات جودة.

– تحقيق الميزة التنافسية: وهذا من خلال قدرة البنك على التعامل مع الأسواق المستهدفة، وعناصر البيئة المحيطة في أفضل صورة لها، وبالتالي جلب عدد أكبر من العملاء.

– تحقيق الربحية في الأجل الطويل: ان استخدام الانظمة الالكترونية في المصارف يساهم في تحقيق معدلات ربحية من خلال خفض تكاليف الخدمات المصرفية الالكترونية التي تعتبر أرخص من التعاملات التقليدية.

– توفير فرص تسويقية: يتيح نظام الصيرفة الالكترونية من خلال برامج البحث فرص عديدة للعملاء تمكنهم من إجراء مختلف عمليات التسويق الإلكتروني.

– توزيع واسع الانتشار: تهدف الانظمة الالكترونية الحديثة تغطية واسعة الانتشار بحيث تصل الخدمة إلى العميل اينما كتن دون تنقله للبنك.

– هامش منخفض للخطأ البشري: ان استخدام الصيرفة الإلكترونية تقلل من نسبة الاخطاء المحتملة خاصة في المعاملات المصرفية العادية.

– تقلل الاعمال الورقية.

– الحد من الاحتيال.

ب . اهميتها بالنسبة للعميل:

– تكاليف منخفضة: توفر الخدمات المصرفية الالكترونية للعميل خدمات ذات تكلفة اقل كونه لا يتوجب عليو التنقل للبنك أي استغلال الوقت والمال وحتى الجهد حيث تتم التعاملات من أي مكان (7/7، 24/24).

4. الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر:

1.4 واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر: رغم التطورات التكنولوجيا الحاصلة في السوق المصرفية الا أن الجزائر تعتبر متأخرة في هذا المجال مقارنة بالدول النامية ودول الشرق الاوسط ودول شمال افريقيا.

– تجمع النقد الآلي (تجمع النقد الآلي، 2023): تم انشاؤه سنة 2014، وهو المسؤول عن ضمان العلاقة بين البنوك لمنظومة النقدي ومدى توافقيته مع الشبكات النقدية الدولية أو الوطنية، بهدف ترقية النقد الآلي عن طريق تعميم استعمال وسائل الدفع الالكتروني.

حيث يتكون تجمع النقد الآلي من 19 عضو منخرط منهم 18 بنك وبريد الجزائر، كما يساهم فيه بنك الجزائر كعضو غير منخرط للتأكد من مدى توافق المنظومات ووسائل الدفع، والمعايير المطبقة في هذا المجال، وفقا للتنظيم الساري، ويشرف على قيادة نظام النقد الآلي من خلال الوظائف الأساسية التالية:

- ادارة المواصفات والمعايير في مجال النقد الآلي.
- تعريف المنتجات النقدية البنكية وقواعد تطبيقها.
- تسيير الأرضية التقنية للتوجيه.
- تسيير الأمن من خلال مراقبة نشاط النقد الآلي البنكي، والعمل المستمر على تحسين آليات الأمن والسلامة وفق المعايير الدولية.

ا . **نشاط الدفع على الانترنت:** منذ حوالي سنة **2016** بدأ الدفع عن طريق الانترنت فيالجزائر بواسطة البطاقة الذهبية وقد تم الدفع في المرحلة الاولى للقائمين على الفوترة كشركات توزيع الكهرباء والغاز، شركات توزيع الماء والطاقة، الهاتف الثابت، شركات التأمين، النقل الجوي وبعض الادارات.

منذ انطلاق الدفع على الانترنت نتج حوالي **644 79718** معاملة موزعة وفقا للجدول التالي:

الجدول 02: نشاط الدفع على الانترنت.

السنة	العدد الاجمالي للمعاملات	المبلغ الاجمالي (دج)
2016	**7366**	15009842.02
2017	**107844**	267993423.40
2018	**176982**	332592583.28
2019	**202408**	503870361.61
***2020**	**4593960**	5423727074.80
2021	**7821346**	11176475535.68
2022	**9048125**	18151104423.96
سنة 2023		
جانفي	**983892**	1897808059.28
فيفري	**758561**	1737581931.22
مارس	**920679**	2013047901.86
افريل	**949022**	2245061507.31
ماي	**996236**	2452535817.93
جوان	**899829**	2019118891.23

من اعداد الباحثة بناءا على معطيات الموقع:**Source**

: https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet, le 2023/07/24

الجدول 03: نشاط السحب على جهاز الصراف الآلي ATM:

السنة	العدد الاجمالي لأجهزة الصرف الآلي	العدد الاجمالي لمعاملات السحب	المبلغ الاجمالي لمعاملات السحب (دج)
2016	1370	6868031	98822524500.00
2017	1443	8310170	126398291000.00
2018	1441	8833913	136233452000.00
2019	1621	9929652	164116233000.00
*2020	3030	58428933	1073004953000.00

2021	3053	87722789	1728937064000.00
2022	3658	128035361	2182896695000.00
الى جوان 2023	3768	_	_
جانفي 2023	-	13506843	251678206500.00
فيفري 2023	-	11619314	218312568000.00
مارس 2023	-	15693042	308857838500.00
افريل 2023	-	14980971	277440447500.00
ماي 2023	-	14545704	263204687000.00
جوان 2023	-	15408290	307239970000.00

المصدر: من اعداد الباحثة بناءا على معطيات الموقع:

https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm/source, **le 2023/07/24**

الجدول 04: نشاط الدفع على محطات الدفع الالكترونية TPE

السنة	العدد الإجمالي لمحطات الدفع الالكتروني العاملة	العدد الإجمالي لمعاملات الدفع	المبلغ الإجمالي لمعاملات الدفع (دج)
2016	5049	65501	444508902.40
2017	11985	122694	861775368.90
2018	15397	190898	1335334130.76
2019	23762	274624	1916994721.11
*2020	33945	711777	4733820043.01
2021	37561	2150529	15113249499.92
2022	46263	2712848	19343056538.17
سنة 2023			
جانفي	-	269944	2167355583.93
فيفري	-	246111	2126695456.87
مارس	-	321387	2541383168.47
افريل	-	304558	2326215745.53
ماي	-	304012	2338592901.22
جوان	-	316047	2467513128.75

المصدر: من اعداد الباحثة بناءا على معطيات الموقع:source

https://giemonetique.dz/ar/activite-paiement-sur-tpe/, **le 2023/7/24**

من خلال الأرقام التي تضمنتها الجداول الثلاثة السابقة الذكر نجد أن تطور أجهزة الصراف الآلي وأجهزة الدفع الالكتروني، وكذا حجم المعاملات التي تمت على شبكة الانترنت من 2016 الى غاية 2023، شهدت تطورا ملحوظا وكذا نموا ايجابيا.

الا أن الجزائر لاتزال متأخرة في هذا المجال مقارنة بدول العالم الثالث التي تتساوى معها في العديد من مؤشرات النمو الاقتصادي، كما نعتبر جائحة كورونا من بين الاسباب التي عززت حلول الدفع والسحب الالكتروني.

5. الدراسة التطبيقية:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم التطرق بكل من الدراسة الوصفية والتحليلية، للتعرف على أثر تطبيق الادارة الالكترونية بأبعادها على جودة الخدمات المصرفية الالكترونية لدى المصارف في الجزائر، والقيام بجمع البيانات وتحليلها لاختبار صحة الفرضيات التي تم وضعها على برنامج التحليل الاحصائي spss، واستخدام الاختيارات الاحصائية المناسبة.

1.5. **تحديد متغيرات الدراسة:** يمكن توضيح نموذج الدراسة من خلال الشكل التالي:

جدول 04: نموذج الدراسة.

متغيرات الدراسة		
المتغير المستقل		**المتغير التابع**
الادارة الالكترونية	الاجهزة والمعدات	جودة الخدمات المصرفية الالكترونية
	البرامج	
	شبكة الاتصال	
	صناع المعرفة	

2.5. **مجتمع الدراسة وعينتها:**

ا . **عينة الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة من زبائن البنوك في الجزائر، وقد تم تلقي 50 اجابة عن الاستبيان.

ب. أداة الدراسة: تم اعداد الاستبانة حسب ما تقتضيه متغيرات الدراسة، مع استخدام مقياس ليكرت الخماسي **كما يلي**:

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
5	4	3	2	1

حيث تتكون الاستبانة من 3 مجموعات:

المجموعة الاولى: البيانات الشخصية والوظيفية: وتشمل المعلومات والبيانات الشخصية والوظيفية للعميل، وتتكون من الفقرات التالية:

الخاصية	توزيع الخصية
الجنس	ذكر، انثى
العمر	29-19
	40-30
	أكثر من 40 سنة
المستوى التعليمي	ثانوي فما فوق
	جامعي
	دراسات عليا
الوظيفة التابعة	موظف قطاع عام
	موظف قطاع خاص
البنك المتعامل معه	BDL, BNA ,BADR ,BEA, CNEP, Autres
مدة التعامل مع المصرف	أقل من 05 سنوات
	من 05 الى 10 سنوات
	أكثر من 10 سنوات
الخدمات المصرفية الالكترونية الاكثر استخداما	الصراف الآلي، الرسائل القصيرة، تطبيق على الهاتف، تحويل الاموال، تسديد الفواتير، كشف الحساب.

المجموعة الثانية: تشمل اسئلة حول المتغير المستقل للدراسة " الادارة الالكترونية"، والذي يضم 04 أبعاد، كما يلي:

الأبعاد	المحتوى	عدد الفقرات
البعد الاول	البرامج	04 فقرات
البعد الثاني	شبكة الاتصال	04 فقرات
البعد الثالث	صناع المعرفة	04 فقرات
البعد الرابع	الأجهزة والمعدات	04 فقرات

- **المجموعة الثالثة:** وتتضمن اسئلة المتغير التليع للدراسة " جودة الخدمات المصرفية الالكترونية" والمتكون من بعد واحد.

الأبعاد	المحتوى	عدد الفقرات
البعد الأول	جودة الخدمات المصرفية الالكترونية	07 فقرات

3.5. صدق وثبات الاستبيان: تم تقنين فقرات الاستبيان للتأكد من صدق وثبات فقراتها، وقد تم التأكد من صدق الفقرات عن طريق التحكيم والاتساق الداخلي (معامل الارتباط سبيرمان)، والبنائي (معامل بيرسون).

وقد تم التحقق من الثبات عن طريق معامل الثبات (**chronbach's Alpha**) ، والتي قدرت بـ 0.941 أي 94% للدراسة ككل، والتي تعتبر نسبة ممتازة كونها أكبر من 60%، وهي القيمة المقبولة الثبات في العلوم الانسانية.

- ومنه: يمكن القول أن أداة الدراسة ثابتة، ويمكن استخدامها للدراسة.

ا. معاملات الثبات (الفا كرونباخ):

البعد		المحتوى	ألفا كرونباخ
البعد الاول		جودة الخدمات المصرفية الالكترونية	**0.938**
الادارة الالكترونية	الابعاد	المحتوى	ألفا كرونباخ
	الأول	الاجهزة والمعدات	**0.792**
	الثاني	البرامج	**0.887**
	الثالث	شبكة الاتصال	**0.893**
	الرابع	صناع المعرفة	**0.703**

المصدر: من اعداد الباحثة، اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي spss.

4.5. اختبار الفرضيات وتحليلها:

ا. الفرضية الاولى:

H_0: لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد الاجهزة والمعدات.

H_1: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد الاجهزة والمعدات.

نتائج اختبار الفرضية الأولى:

اختبار T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	F المحسوبة	مستوى المعنوية sig	الخطأ المعياري	قيمة ß	الثابت	درجة الحرية
2.236	0.536	0.288	19.39	0.00	3.813	0.536	8.528	49

المصدر: من اعداد الباحثة، بناءا على مخرجات spss.

أظهرت النتائج المبينة في الجدول أعلاه أنه يوجد أثر ذو دلالة احصائية ببعد الاجهزة والمعدات على تحسين الخدمات المصرفية الالكترونية، اذ بلغ معامل الارتباط 53%، ومعامل التحديد 28% وهو ما يفسر عنصر الاجهزة والمعدات في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية، والنسبة المتبقية لعوامل اخرى.

ومنه: يمكن كتابة معادلة الانحدار كالآتي:

$$Y_1=A + (B.x) + e_i$$

$$Y=8.528 +1.121.x + e_i$$

حيث أن:

A: ثابت معادلة الانحدار.

Y : جودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

B: معامل الانحدار لكل متغير.

X_1: البعد الأول لمتغير الادارة الالكترونية، والمتمثل في الاجهزة والمعدات.

e_i : متغير عشوائي أو عوامل اخرى.

ومنه: يتم رفض فرضية العدم H_0، وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أنه: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد الاجهزة والمعدات.

ب. **الفرضية الثانية:**

H_0: لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد شبكة الاتصال.

H_1: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد شبكة الاتصال.

نتائج اختبار الفرضية الثانية:

اختبار T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	F المحسوبة	مستوى المعنوية sig	الخطأ المعياري	قيمة ß	الثابت	درجة الحرية
3.585	0.700	0.490	46.105	0.00	2.469	0.700	8.854	49

المصدر: من اعداد الباحثة، بناءا على مخرجات spss.

أظهرت النتائج المبينة في الجدول أعلاه أنه يوجد أثر ذو دلالة احصائية ببعد شبكة الاتصال على تحسين الخدمات المصرفية الالكترونية، اذ بلغ معامل الارتباط 70%، ومعامل التحديد 49% وهو ما يفسر عنصر شبكة الاتصال من التغير في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية، والنسبة المتبقية لعوامل اخرى.

ومنه: يمكن كتابة معادلة الانحدار كالآتي:

$$Y=A + (B.x_2) + e_i$$

$$Y=8.854+1.170.x_2 + e_i$$

حيث أن:

A: ثابت معادلة الانحدار.

Y : جودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

B: معامل الانحدار لكل متغير.

X_2: البعد الثاني لمتغير الادارة الالكترونية، والمتمثل في شبكة الاتصال.

e_i :متغير عشوائي أو عوامل اخرى.

ومنه: يتم رفض فرضية العدم H_0، وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أنه: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد شبكة الاتصال.

ج. الفرضية الثالثة:

H_0: لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد البرامج.

H_1: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد البرامج.

نتائج اختبار الفرضية الثالثة:

اختبار T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	F المحسوبة	مستوى المعنوية sig	الخطأ المعياري	قيمة ß	الثابث	درجة الحرية
2.298	0.778	0.605	73.605	00.0	2.357	0.778	5.415	49

المصدر: من اعداد الباحثة، بناءا على مخرجات spss.

أظهرت النتائج المبينة في الجدول أعلاه أنه يوجد أثر ذو دلالة احصائية ببعد البرامج على تحسين الخدمات المصرفية الالكترونية، اذ بلغ معامل الارتباط 77.8%، ومعامل التحديد 60.5% وهو ما يفسر عنصر البرامج من التغير في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية، والنسبة المتبقية لعوامل اخرى.

ومنه: يمكن كتابة معادلة الانحدار كالآتي:

$$Y=A + (B.x_3) + e_i$$

$$Y=8.854+1.170.x_3 + e_i$$

حيث أن:

A: ثابت معادلة الانحدار.

Y : جودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

B: معامل الانحدار لكل متغير.

X_3: البعد الثالث لمتغير الادارة الالكترونية، والمتمثل في البرامج.

e_i : متغير عشوائي أو عوامل اخرى.

ومنه: يتم رفض فرضية العدم H_0، وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أنه: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد البرامج.

د. **الفرضية الرابعة:**

H_0: لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد صناع المعرفة.

H_1: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد صناع المعرفة

نتائج اختبار الفرضية الرابعة:

اختبار T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	F المحسوبة	مستوى المعنوية sig	الخطأ المعياري	قيمة ß	الثابث	درجة الحرية
1.135-	0.824	0.680	101.791	0.000	2.845	0.824	3.229-	49

المصدر: من اعداد الباحثة، بناءا على مخرجات spss.

أظهرت النتائج المبينة في الجدول أعلاه أنه يوجد أثر ذو دلالة احصائية ببعد البرامج على تحسين الخدمات المصرفية الالكترونية، اذ بلغ معامل الارتباط 82.4%، ومعامل التحديد 68% وهو ما يفسر عنصر صناع المعرفة من التغير في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية، والنسبة المتبقية لعوامل اخرى.

$$Y=A + (B.x_4) + e_i$$

$$Y=-3.229+1.964.x_4 + e_i$$

حيث أن:

A: ثابت معادلة الانحدار.

Y : جودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

B: معامل الانحدار لكل متغير.

X_4: البعد الرابع لمتغير الادارة الالكترونية، والمتمثل في صناع المعرفة.

e_i : متغير عشوائي أو عوامل اخرى.

ومنه: يتم رفض فرضية العدم H_0، وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أنه: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وبعد صناع المعرفة.

6.خاتمة:

تشهد المصارف في الآونة الاخيرة تطورا تكنولوجيا هائلا، حيث أصبح تطبيق الادارة الالكترونية أحد السبل لتعزيز تنافسيتها، ولتحسين جودة الخدمات المقدمة، ومنه قد تم التوصل الى:

النتائج:

– تساهم الخدمات المصرفية الالكترونية على تسهيل العمل والتعامل المصرفيين.

– أكدت الفئة المستهدفة للدراسة الى أن تطبيق الادارة الالكترونية تساهم بشكل فعال في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة.

– توجد علاقة ارتباط بين البعد الاول للإدارة الالكترونية (الاجهزة والمعدات)، وجودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

– توجد علاقة ارتباط بين البعد الثاني للإدارة الالكترونية (شبكة الاتصال)، وجودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

– توجد علاقة ارتباط بين البعد الثالث للإدارة الالكترونية (البرامج)، وجودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

– توجد علاقة ارتباط بين البعد الرابع للإدارة الالكترونية (صناع المعرفة)، وجودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

7. قائمة المراجع:

المؤلفات:

داود احسن طاهر. (2001). الحاسب وامن المعلومات. الرياض (السعودية): معهد الادارة العامة بدون طبعة.

العلاق بشير عباس. (2005). الادارة الرقمية (المجالات والتطبيقات). ابو ظبي: مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستشارية، طبعة 1.

فداء محمود حامد. (2012). الادارة الالكترونية. عمان: دارالبداية ناشرون وموزعزن، الطبعة 1.

محمد الصيرفي. (2006). الادارة الالكترونية. الاسكندرية (مصر): دار الفكر الجامعي، الطبعة 1.

المقالات:

تواتي أميرة. (2022). واقع تطبيق الادارة الإلكترونية في قطاع التأمينات. مجلة الاقتصاد والاحصاء التطبيقي، 310-311.

الدراجي زريق، و عبد السلام عبد اللاوي. (2021). الادارة الالكترونية في الجزائر بين المعوقات ورهانات المستقبل. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية- العدد 05، 179.

زرزار العياشي. (2015). الادارة الالكترونية، نظرة جديدة لادارة المنظمات. مجلة الحقيقة،العدد33، 154.

فهد مطر المطيري. (2022). أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا العملاء في البنوك الاسلامية السعودية. 18(29)، الصفحات 223-244.

مزيود اسماء، و سمرة دومي . (2022). مدى تجاوب العملاء مع الخدمات المصرفية الالكترونية. 07(01)، الصفحات 463-482.

زروقي نسرين. (2016). الادارة الالكترونية كأحد افرازات عالم تكنولوجيا الانترنت والتجارة الالكترونية. مجلة الاقتصاد الجديد(15)، 236.

بن موسى اعمر. (2019). جودة الخدمات المصرفية الالكترونية كمدخل لبناء مزايا تنافسية في البنوك الجزائرية. (38)، صفحة 399.

المداخلات:

حسين بن محمد الحسن. (2009/11/01). الادارة الالكترونية بين النظرية والتطبيق. المحور الثاني: التوجهات والاساليب في تطوير اداء المنظمات الحديثة، ، (صفحة 19.20.21). المملكة العربية السعودية.

مواقع الانترنت:

تجمع النقد الآلي. (2023). تاريخ الاسترداد 27 08, 2022، من https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous