

JOURNAL OF MANAGEMENT, ORGANIZATIONS AND STRATEGY

Vol. 1 N°. 1
December 2019



**Spatial and entrepreneurial development
studies laboratory publisher
University of Adrar- Algeria**





Vol. 1, No. 1

December (2019)



Journal of Management, Organizations and Strategy

*JMOS is an Academic and Annual Journal with a Highly Scientific
Committee*



Spatial and Entrepreneurial Development Studies

Laboratory Publisher



University of Adrar.
Adrar 01000, Algeria.



Journal of Management, Organizations and Strategy

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

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

Editor-in-chief
Professor. Ali YOUSFATE, SED Lab (University of adrar-ALGERIA).

<i>Dr. Belbali Abderahim, SED Lab, Univ-Adrar . Algeria.</i>	<i>Dr. Sofiane MOSTFAOUI, SED Lab, Univ-Adrar . Algeria.</i>
<i>Dr. Akacem Hasna, SED Lab, Univ-Adrar . Algeria.</i>	<i>Dr. Bouzid Ali, SED Lab, Univ- Adrar . Algeria.</i>
<i>Dr Fahad Al Duwailah, Kuwait's National Security College, Kuwait.</i>	

All correspondences to be addressed to:

Editor

Journal of Management, Organizations and Strategy
Spatial and Entrepreneurial Development Studies Laboratory
Prof. YOUSFATE ALI
Laboratories Hall,
University of Adrar.
Adrar 01000, Algeria.

Copyright

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

Journal of Management, Organizations and Strategy (JMOS)

Editorial Board

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

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

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

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

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

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

Prof. Ben Habib Abdel Razak, University of Tlemcen.

Prof. Qudi Abdul Majeed, University of Algeria.

Prof. Ayash Zoubeir, University of Oum El Bouaghi.

Prof. Salouachi Hisham, High School of Commerce

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

Dr. Boudi Abdul Samad, University of Bashbar

Dr. Nouredine Jawadi, University of Eloued

Dr. Si Mohamed Kamal, Ain Temnouch University Center

Dr. Jallouli Mohamed, Saida University.

Dr. Mufeed Abdul-Laawi, University of Eloued.

Dr. Hadidi Adam, University of Djelfa.

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

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

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

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

Prof. Ben Bouziane Mohamed, University of Tlemcen.

Prof. Makhloufi Abdel Salam, University of Bashar.

Prof. Yahiaoui Naima, University of Batna

Prof. Oqba Abdel-Laawi, University of Eloued.

Prof. Siddiki Ahmed, University of Adrar.

Dr. Rjem Khaled, University of Ouargla.

Dr. Boulla Youssef, University of Boumerdes

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

Dr. Ait Kaci Radouane, University of Algiers.

Dr. Yahiaoui Lakhdar, University Center Ain Temnouch.

Dr. Abada Mohamed, University of Bordj Bou Arreridj .

Aims and Scope

The journal is interested by all the management subjects like: Management, Marketing, Strategic management, Human Resource Management, Systems of Information and Communication, Accounting, Auditing, Corporate Finance, Feasibility Studies, Operational Management, Models of Decision Making...

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

Conditions of Submissions

- 1- The journal is interested only by the sound scientific researches including empirical studies (Econometrics, Mathematical Modelling, SEM....) and the researches including reviewing previous papers already published in highly indexed journals.
- 2- All the submitted papers must respect the template design Word 2007 available at: <https://jmos.univ-adrar.edu.dz/index.php?journal=jege&page=about&op=submissions>
- 3- References must to be according to APA method.
- 4- The journal accepts only the submitted papers written in a sound and a correct English language
- 5- JEJE is a peer reviewed journal and all the submitted papers pass by Plagiarism Software to check the accuracy of the paper.

The submitted papers must be sent via ASJP platform
Or E-mail: jgeesubmit@gmail.com

Submission Fees

There is no submission fee (Free)

Contents

Note from the Editors

ii–iv

Articles

- | | |
|---|-----------|
| The Symbiosis between Business Moral and Corporate Social Responsibility: How Far, How Fast? | 1 |
| <i>Mostéfaoui Sofiane, Yousfat Ali</i> | |
| The International Financial Crises between Causes and Remedies: An Analytical View | 8 |
| <i>Yousfat Ali</i> | |
| Foreign Direct Investment and Doing Business in Algeria during the Period 2000-2015 | 14 |
| <i>Mostéfaoui Sofiane</i> | |
| The reality of e-learning in higher education institutions in Algeria: The Higher School of Teachers of Technological Education in Skikda is a model | 23 |
| <i>Benourida hamza</i> | |
| Study of The Factors Affecting Purchasing Decisions in The Algerian Industrial Company | 37 |
| <i>Nezai Azzeddine, Hamadene Zineb, Amer abderrahmen.</i> | |
| The Industrial Partnership and Its Role in The Transition to The Blue Ocean Strategy -A Case Study- | 55 |
| <i>Mansouri Houari</i> | |
| Quality Assurance System for Higher Education Institutions: Principles and Requirements | 68 |
| <i>Mansouri Houari.</i> | |

The Symbiosis between Business Moral and Corporate Social Responsibility: How Far, How Fast?

Mostéfaoui Sofiane^{1*}, Yousfat Ali²

¹Associate Professor, Department of Economics, SEDLAB, University of Ahmed Draia- Adrar, Algeria, mostefaoui_sofiane@univ-adrar.edu.dz

²Professor, Department of Economics, SEDLAB, University of Ahmed Draia- Adrar, Algeria, pr.yousfatali@univ-adrar.edu.dz

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 22/02/2019

Accepted: 28/09/2019

Online: 15/12/2019

Keywords:

Corporate Social

Responsibility

Organization

Ethics

JEL Code : M14, D21,

E71, L21,

ABSTRACT

The concept of social responsibility of the business organization occupies an outstanding position among thinkers and researchers, and the discussion of this issue has not reached a common consensus yet. Therefore, the protagonists of the corporate social responsibility emphasize the role that the organizations should play in enhancing the societal paradigm in the organization practices. By this sense, the social responsibility is of great importance to society, this fact is due to the interdependence between society and organization on one hand, and that the success of the organizations is linked fundamentally to the respect of the society scope on the other.

1. Introduction

The corporate social responsibility is an astounding and thrilling subject to deal with in the management of the organizations. This position is gained by the fact that all the organization without exception are surrounded by an environment comprising various and complicated variables and accordingly, the success or the failure of any institution depends heavily on how far the environmental issues are taken into consideration. It is by then a new and an effective conception towards the true respect of the environment at the first stage; and at the second it is basically important to think about how to cope with the environmental issue in favor of the organization aspirations.

2. Corporate Social Responsibility

The concept of social responsibility appeared the first half of the 20th century which advocates that the enterprises could play a pivotal role in protecting environment and respecting the societal conducts and not only looking for profits. Since that period, the interests arouse around the effective contribution of the organization toward its holistic environment in corollary with its basic economic objective.

In this context, Drucker (1977) defined social responsibility as “the commitment of the institution to the direction of the society in which it operates.” This definition constitutes the cornerstone of subsequent studies that tackled the interrelationship between organization and society through different angles. According to the International Labor Office, the corporate social responsibility is a way in which the enterprises consider the impact of their operations in society and confirm their principles and values in their internal processes and interactions with the other sectors. On the other hand, the World Business Council for Sustainable Development defined social responsibility as “the continued commitment of businesses to act ethically, to contribute to economic development and to improve the quality of living conditions of the workforce and their families as well as the local community and society as a whole” (Abigail McWilliams et al, 2000, p-p 603-609; Judith Hennigfeld et al, 2006, p-p 135-137)

In addition to this, the World Bank also depicted the concept of corporate social responsibility as “the respect of

business owners to participate actively to sustainable development by sharing the common interests with their employees, their families and the community in an attempt to advance people's living standards in such a way that assists both trade and development". The International Chamber of Commerce in its turn has defined the social responsibility as "all kinds of efforts striving for the development of companies according to the ethical and social concerns, and according to this, the social responsibility relies upon the good initiatives of businessmen without the existence of legally binding procedures". From this definition, the social responsibility is therefore realized through persuaded and responsible conduct (Guler Aras et al, 2010, p-p. 67-69, Mostéfaoui Sofiane et al, 2017, p-p.5-6-7)

In this context, the social responsibility is illustrated through via its dimensions according to the following assumptions: (David Crowther et al, 2008, p-p 235-236; Philip Kotler et al, 2005, p 174; Christina Keinert, 2008, p 265)

A. In relation to the advocates of economic theory, which believes that business enterprises have one responsibility to maximize profit, social responsibility is to do business programs and activities that lead to the achievement of social goals that integrate with economic objectives.

B. The refinement of the behavior linkage between economic agents and their businesses regarding their self-interest. According to this paradigm, the social responsibility is a new way of the self-interest commitment towards the other stakeholders of the business scope like: the employees, suppliers, distributors, competitors and customers.

C. According to the practice of the social responsibility, CSR is an organized package of intentional (social) or legal obligations that are consistent with the rules and requirements of the environment and its stakeholders.

D. According to the to the management ethics framework, the social responsibility is the respect of the ethical requirements to confirm that businesses fulfill the law, standards and social values.

In sum, the corporate social responsibility denotes that the organizational behavior is responsible and social toward all the stakeholders. In this sense, the concept of responsibility as a key component of the CSR of the private sector is also considered with the periodic reports of corporate social responsibility tool of these companies which are seeking to reassure stakeholders' fidelity within the organization.

2.1. Social Responsibility Interests:

Reasons for interest in social responsibility are twofold: (John D. Martin et al, 2009)

A. Total facets: embodies the total variables, including the following

- Disasters and moral humiliations: as an example of this, the emanating harsh consequences of the global warming, the disaster of the plants in Bhopal, India killing more than 6000 people, in addition to the scandalous bribery of international companies and violations against humanity.
- Public, government and international pressure: It is highlighted through legislation calling for consumer protection, environment, work, security and the positive role of organizations in the realization of human rights.
- Technological development: Technological development or revolution has generated many technical fields and operational movements, this situation provided the suitable setting that cares for the quality of products and processes and the advancement of the staff skills.

B - The partial facets: this set includes the micro-organizational variables like the following:

- Changing organizational objective: in this context, the organization is required to align its goals towards the favor of the community and to strive for seeking the social needs.
- Changing the role of management: Management is no longer responsible for fulfilling the desires and interests of only one category, owners and shareholders, but it is responsible for achieving the continuous balance between the interests of many related groups such as clients, public opinion, unions and financiers.

3. Types of Corporate Social Responsibility

It can be noted that two opposing views formed two contradictory patterns in the managerial understanding of the social responsibility: (Archie B. Carroll, 1991, p-p 39-48; Milton Friedman, 1970, p-p 122-126; Pinkston TS et al, 1996, p-p199-206; Reidenbach RE et al, 1991, p-p 273-284; Sarre R et al, 2001, p-p 300-317)

A – The first type: Economic Responsibility

The core of this type is that the businesses must emphasize on the objective of increasing profit, regardless of any social contribution, and that the social contributions are no more than intermediate drivers for maximizing profits. The most noticeable proponent of this pattern is the American economist, Nobel laureate Milton Friedman, who points out that managers are professionals and not owners of the businesses they manage, so they represent the interests of the owners and on this basis their task is to do their jobs in the best possible way to achieve the greatest profits for the owners. If they decide to spend money on social goals, they will weaken the dynamics of the market and therefore the profits will be reduced as a result of this spending on the social aspects and this leads to the loss of owners. If the prices were raised to compensate for what is spent on the social side, consumers will also lose and if they refrain from buying, these products sales will decline and therefore the organization deteriorates.

B - The second type: Social Responsibility

This pattern is quite the opposite of the first type and attempts to represent the enterprises as social units to a large extent, putting society and its requirements in view of all its decisions. Green Peace groups or other groups that represent themselves as pure social parties may show this pattern and urge enterprises to adopt it. In contrast, organizations find it difficult to balance the requirements of their economic performance and further commitments in this social direction, both at the internal and external levels.

C - The third type: Socio-economic Responsibility

It is the most balanced pattern where it is believed that time has changed and that the management of enterprises does not represent the interests of one side - the owners - but there are many other bodies such as the government and the community with which certain commitments are made. One of the most important ideas supporting this trend is that the expansion of privatizations has led businesses to assume their responsibility in delivering what governments have done to societies and the environment.

If, for the developed world, it is a normal condition for the maturity and management of enterprises, the problem occurs heavily in the developing world. The subject is represented by the fact that the first type represents private sector enterprises that are only more profitable, even at the expense of the interest of the rest of the parties. Therefore, the second type can be seen as a reaction by the government, which is the main controlling factor in the Third World, where the organizations are represented as social units aimed at providing more services to the society, even at the expense of their economic performance and efficiency.

In the light of this type, a convergence of views emerged through the third (balanced) type as a representative of a more realistic case of performance at the economic and social levels.

4. Elements of Social Responsibility

The follow-up of the literature on social responsibility indicates that researchers have identified a large number of elements that constitute the content of social responsibility, but they differ in the order of priorities of these elements where differences have emerged according to the study of environment, and according to the time and nature of the industry in question. In aggregate, the following are the elements that can be adopted as indicators of social responsibility content: (Carroll AB, 1984, p-p 125-140; McMahon TF C.S.V, 1999, p-p 101-111; Morsing M, 2005, p-p 84-88; Drucker PF, 1984, p-p 53-63; Fisher J, 2004, p-p : 391-400; Harding R, 2005, p-p 71-73; Jones MT, 1999, p-p 163-179; Logsdon JM, 1997, p-p 1213-1226; McLachlan J et al, 2004, p-p 11-25)

A – Owners:

The owners tend to make the biggest possible profit, maximizing the value of the share and the establishment as a whole, draw a respectable image of the organization in its environment and protecting the assets of the establishment as well as increasing the sales volume.

B- Staff:

The organizational staff is much occupied by the following tasks: payable salaries and wages, Opportunities for advancement and promotion, Continuous training and development, Functional justice, appropriate working conditions, Health Care, Paid holidays, Housing and transportation of workers.

C- Customers: The intentions of the customers are the following

Good quality products, Suitable prices, High quality and affordable access, sincere declaration about safe products when used, Instructions on the use of the product and its disposal or residues after exploitation.

D- Competitors: The competitors' issues revolve around Fair competition, Clear information and not to withdraw the employees from the others by unfair means.

C- Suppliers:

The suppliers are interested by the continuity in processing, the fair and acceptable prices, the development of the use of processed materials, the participation in dealing, the payment of financial obligations and honesty in different transactions.

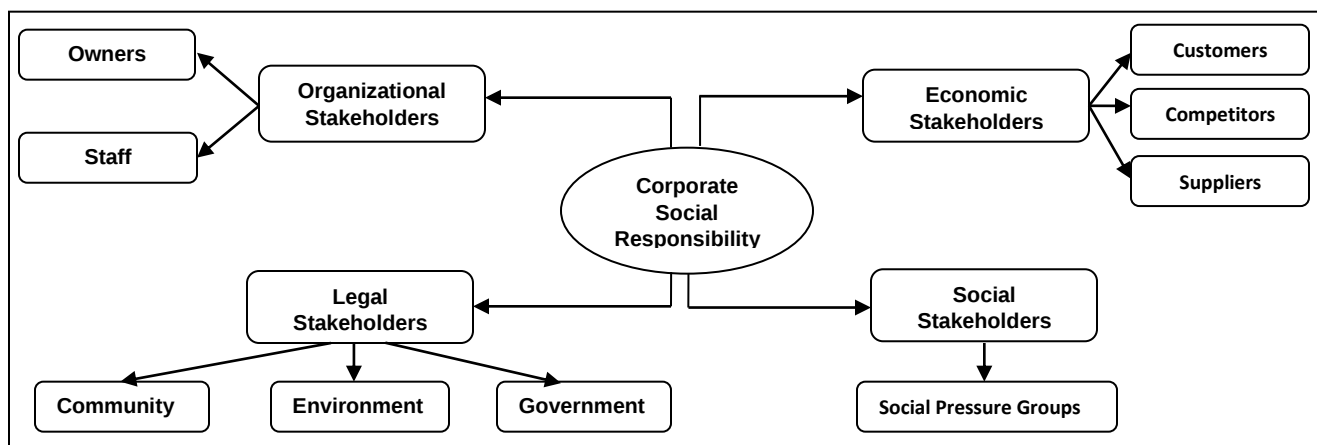
D- Community: the community serves in supporting the infrastructure, the employment of disabled persons, the creating new jobs, supporting the social activities, the contribution to emergency and disaster situations, the respect for customs and traditions, the honesty in dealing and providing the correct information.

E- Environment: The aspects of the environment impact are pinpointed through the reduction of pollution of water, air and soil, the maintenance and the development of different resources, the optimal and the equitable use of resources, especially non-renewable ones, the afforestation and the increase of green areas.

G- Government: The impacts of the government in enhancing the spirit of corporate social responsibility are represented by the adherence to legislation, laws and the different issued directives, the respect for equal opportunities in employment, the payment of tax liabilities and other fees and non-evasion, the contribution to exchange on research and development, the contribution in solving the social problems such as the decrease of the unemployment rate, the assistance in rehabilitation and training.

H- Social pressure groups: The social groups contributes in establishing a fair ground for corporate social responsibility through the good dealing with consumer protection associations, the respect of the activities undertaken by the environmental protection groups, the respect for the role of high unions and good dealing with them.

Figure 1: The Interactions of the Corporate Social Responsibility Stakeholders



Source: Adapted by the researchers

5. The Managerial Aspects of Corporate Social Responsibility

How the organization responds to CSR is usually defined as the social response of the institution or project. In fact, this response varies from one organization to another depending on a number of factors, but we can predict that response between low and high responsibilities is portrayed in four main entrances: (Sridhar BS, 1993, p-p 727-739; Van Marrewijk M, 2003; Wulfson M, 2001, p-p 95–105; Eyring A et al, 1998, p-p 245-251; Graafland JJ et al, 2003, p-p 45-60)

A. The Pure Business Management: such a management does not reject the commitment of the organization to the responsibility towards society and according to this; the rejection of the unethical acts is not a priority. It focuses only on collection of returns at all costs, and the adoption of the prohibited goods is a blatant example of that approach.

B. The Discretionary Management: Such a management makes the organization complies with the rules imposed by the laws and no more. It considers the business organization to have revenue and profits and nothing else.

C. The Sympathetic Management: Such a management shall carry out the organization to comply with the requirements of the laws.

D. The Effective Management: Such a management stands with the organization on the high positive social response to all requirements of social responsibility, and all parties concerned with the organization to contribute through its organization in the service and the development of the society. It views the organization as a good citizen of its society.

6. The Sources of Ethical Values in Organization

Standards of ethical conduct are embodied within the users as well as within the organization itself. In addition, external stakeholders can influence the standards for what is ethical. Thus, there is a strong set of administrative ethics. Daft sets out a set of elements that shape administrative ethics: (Agocs C, 1997, p-p 917-931; Angelidis J et al, 2004, p-p 119-128; Bowen SA, 2004, p-p 311-321, Mostéfaoui Sofiane et al, 2016, p-p 170-171-172)

A. The Personal Ethics: Everyone brings a set of personal beliefs and values to work. Personal values and ethical conclusions turn these values into behavior in important areas of decision-making in the organization. The family background and spiritual values of managers provide the principles through which the work is carried out.

B. The Culture of the Organization: ethical and immoral business practices can contribute fully to individual personal ethics because business practices reflect values, attitudes, and behavior patterns of the organization's culture. To promote ethical behavior in the workplace, the organization must make ethics an integral part of the organization's culture. The organization's culture generally begins with a founder or leader who demonstrates and fulfills certain ideas and values. The leader or director of the organization is responsible for creating and supporting a culture that emphasizes the importance of ethical behavior and social responsibility in the organization.

C. The Ethical Systems: it means the official systems of the Organization. The organization's infrastructure includes: ethical values integrated into policies and laws, and the code of implicit ethics which is available to workers.

D. The External stakeholders: Management ethics are also affected by a number of external stakeholders and the groups outside the organization that influence their performance. When making ethical decisions, the organization recognizes that it is part of a large society and takes into account the impact of its decisions and actions on all stakeholders. And that the most important stakeholders are government agencies, customers, and special interest groups who have an interest in the natural environment and global market forces.

7. The Ethical Aspects in the Business World

Capitalism is not necessarily immoral. The issue of its profit stereotype, privatization, and market law necessarily involves moral transgressions or do not take ethics into account require strategic review. There are many practices and situations to seek profit at all costs and free economic action (Boyd C, 1996, p-p 167-182; Broadhurst AI, 2000, p-p 86-98; Campbell L et al, 1999, p-p 375-383)

In a system of community work, the legislation and public opinion development as well as the ethical rules can be an investment in itself that increases confidence in the products, goods and services provided by companies.

Laws and legislations no matter how they are judged, they do not protect societies and rights and do not provide security and trust alone, but when they work in an ethical environment, they achieve high efficiency in development and reform. Ethics often has more realistic and intellectual powers than physical one.

The interests that govern the relations of production and protection may also establish an ethical system of work, belonging, solidarity, care and balance between rights and duties. For the sake of success and achievement of our near and far-reaching interests, we must organize legal, political and moral contexts. To cancel one of these other contexts, each system has its own domain, and have a self-interaction and spontaneous and organized to pay attention to.

Peter Eigen, president and founder of Transparency International Organization, noted after a long working experience at the World Bank that combating corruption by working to establish and promote a system of economic action that regulates itself on the basis of integrity and combating corruption without interference and governmental and international monitoring is the most success and effectiveness.

Today, a view is made that the world community needs the private sector after it has been proven that governments are unable to deal with corruption. Therefore, the major economic institutions in particular need programs of action stemming from social responsibility.

One of the principles and ideas proposed by institutions working in the fight against corruption is that each economic institution in its regulations and codes should establish an obligation to prevent direct or indirect corruption and introduce and implement anti-corruption programs. This means that morality is not a marginal issue but the economy, is an essential component of markets, organizations and trade as well as economic relations.

8. The Social Responsibility and the Management Ethics

There is no doubt that there is a strong relationship between social responsibility and management ethics; and this relationship more often leads to the linkage and overlap between the two as talking about one of them is linked explicitly or implicitly to the other. Modern management literature also includes a typical chapter with a common theme: social responsibility and management ethics. How can we define the relationship between them? Is it a matching relationship (that is, all that falls within the social responsibility of the company is the ethics of management and vice versa) or is the relationship of integration or otherwise? (Coffey BS et al, 1998, p-p 1595-1603; Crane A, 1999, p-p 237-248; Desai AB et al, 1997, p-p 791-800; Gauthier C, 2005, p-p 199-206) At the outset, it must be focused that ethics were the first approach of individuals in dealing with societal criteria. This ethical tendency was the pillar of the corporate social paradigm and it still constitutes the essence of this conduct. (Hill RP et al, 2003, p-p 339-364)

Although social responsibility holds a moral dimension, covering a wide array of considerations and practices than it was in the 1960s. From the analysis, it is possible to come to the important conclusion that the concept of social responsibility is the outcome of progressive self-interest and not a direct product of an ethos-social vision in the original. It is the result of an economic model based on efficiency, i.e. maximizing profit.

It is emerged that the one facet (efficiency only) with its negative results on the other parties and society would be more sacrificing for the company than the economic-social paradigm relied upon the multidimensional and balanced vision between economic and social considerations. It is therefore possible to say that the appearance and the expansion of the concept of social responsibility is linked to the economic model per se; which is no longer able in its old forms to be arranged with the development of new concepts and practices and turned into a pattern of enlightened and more balanced self-interest.

9. Conclusion

In sum, we can say the corporate social responsibility is basic requirements for the organizations to survive and being in a rational harmony with the societal considerations. It is by then a refinement of agents' rationality paradigm on one hand; and a wisely organizational behavior with clairvoyant economic agents on the other. In this context, many dimensions are embodied to establish the practical dimensions of the social responsibility. The ethics for instance is an iconic consideration allowing the economic agents to behave according to the societal needs and the environmental customs.

Acknowledgment

The researchers address their warmth and heartfelt thanks to the Spatial and entrepreneurial development studies laboratory for the support to accomplish the work.

References

- [1] Abigail McWilliams and Donald Siegel (2000), Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification? *Strategic Management Journal* 21: 603-609
- [2] Agocs C (1997) Institutionalized Resistance to Organizational Change: Denial, Inaction and Repression, *Journal of Business Ethics* 16: 917-931.
- [3] Angelidis J, Ibrahim N (2004) An Exploratory Study of the Impact of Degree of Religiousness Upon an Individual's Corporate Social Responsiveness Orientation, *Journal of Business Ethics* 51: 119-128.
- [4] Archie B. Carroll (1991), *The Pyramids of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, Business Horizon: 39-48.
- [5] Bowen SA (2004) Organizational Factors Encouraging Ethical Decision-Making: An Exploration into the Case of an Exemplar, *Journal of Business Ethics* 52: 311-321.
- [6] Boyd C (1996) Ethics and Corporate Governance: The Issues Raised by the Cadbury Report in the United Kingdom, *Journal of Business Ethics* 15: 167-182.
- [7] Broadhurst AI (2000) Corporations and the Ethics of Social Responsibility: An Emerging Regime of Expansion and Compliance, *Business Ethics: A European Review* 9/2: 86-98.
- [8] Campbell L, Gulas CS, Gruca TS (1999) Corporate Giving Behaviour and Decision-Maker Social Consciousness, *Journal of Business Ethics* 19: 375-383.
- [9] Carroll AB (1984) Managing Public Affairs – When Business Closes Down: Social Responsibilities and Management Actions, *California Management Review* XXVI/2: 125-140.
- [10] Christina Keinert (2008), *Corporate Social Responsibility as an International Strategy*, Physica-Verlag: A Springer Company

- [11] Coffey BS, Wang J (1998) Board Diversity and Managerial Control as Predictors of Corporate Social Performance, *Journal of Business Ethics* 17: 1595-1603
- [12] Crane A (1999) Are You Ethical? Please Tick Yes Or No on Researching Ethics in Business Organization, *Journal of Business Ethics* 20: 237-248
- [13] David Crowther and Guler Aras (2008), *Corporate Social Responsibility*, Guler Aras and Ventus Publishing: 235-236
- [14] Desai AB, Rittenburg T (1997) Global Ethics: An Integrative Framework for MNEs, *Journal of Business Ethics* 16: 791-800
- [15] Drucker PF (1984) The New Meaning of Corporate Social Responsibility, *California Management Review* XXVI/2: 53-63
- [16] Eyring A, Stead BA (1998) Shattering the Glass Ceiling: Some Successful Corporate Practices, *Journal of Business Ethics* 17: 245-251
- [17] Fisher J (2004) Social Responsibility and Ethics: Clarifying the Concepts, *Journal of Business Ethics* 52: 391-400
- [18] Gauthier C (2005) Measuring Corporate Social and Financial Performance: The Extended Life-Cycle Assessment, *Journal of Business Ethics* 59: 199-206
- [19] Graafland JJ, Van de Ven B, Stoffele N (2003) Strategies and Instruments for Organizing CSR by Small and Large Businesses in the Netherlands, *Journal of Business Ethics* 47: 45-60
- [20] Guler Aras and David Crowther (2010), *A Handbook of Corporate Governance and Social Responsibility*, Gower: 67-69
- [21] Harding R (2005) Debunking The Social Myth, *Business Strategy Review, Special Report Corporate Social Responsibility*: 71-73
- [22] Hill RP, Stephens D, Smith I (2003) Corporate Social Responsibility: An Examination of Individual Firm Behaviour, *Business and Society Review* 108/3: 339-364
- [23] John D. Martin, J. William Petty and James S. Wallace (2009), *Value-Based Management with Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press
- [24] Jones MT (1999) The Institutional Determinants of Social Responsibility, *Journal of Business Ethics* 20: 163-179
- [25] Judith Hennigfeld, Manfred Pohl and Nick Tolhurst (2006), *The ICCA Handbook of Corporate Social Responsibility*, John Wiley & Sons, Ltd: 135-137
- [26] Logsdon JM, Yuthas K (1997) Corporate Social Performance, Stakeholder Orientation, and Organizational Moral Development, *Journal of Business Ethics* 16: 1213-1226
- [27] McLachlan J, Gardner J (2004) A Comparison of Socially Responsible and Conventional Investors, *Journal of Business Ethics* 52: 11-25
- [28] McMahon TF C.S.V. (1999) From Social Irresponsibility to Social Responsiveness: The Chrysler/Kenosha Plant Closing, *Journal of Business Ethics* 20: 101-111
- [29] Milton Friedman (1970), The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits, *New York Times, September 13*: 122-126
- [30] Morsing M (2005) Communicating Responsibility, *Business Strategy Review, Special report: Corporate Social Responsibility*: 84-88
- [31] Mostéfaoui Sofiane , Bellal Boudjemaa (2016) Institutions towards Governance: How this Aspiration Shaped the Figure in Algeria? *Journal of Economics and Sustainable Development*: 169-177
- [32] Mostéfaoui Sofiane, Benhabib Abderrezak, Yousfat Ali (2017), Towards a Gradual Approach to Understand the Conception of the Crisis: Is the environment a myth or a reality? *Journal of Economics Studies and Research*: 1-8
- [33] Pinkston TS, Carroll AB (1996) A Retrospective Examination of CSR Orientations: Have They Changed? *Journal of Business Ethics* 15: 199-206
- [34] Reidenbach RE, Robin DP (1991) A Conceptual Model of Corporate Moral Development, *Journal of Business Ethics* 10: 273-284
- [35] Sarre R, Doig M, Fiedler B (2001) Reducing The Risk of Corporate Irresponsibility: The Trend To Corporate Social Responsibility, *Accounting Forum* 25/3: 300-317
- [36] Sridhar BS, Camburn A (1993) Stages of Moral Development of Corporations, *Journal of Business Ethics* 12: 727-739
- [37] Van Marrewijk M (2003) Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion, *Journal of Business Ethics* 44: 95-105
- [38] Wulfson M (2001) The Ethics of Corporate Social Responsibility and Philanthropic Ventures, *Journal of Business Ethics* 29:135-145

The International Financial Crises between Causes and Remedies: An Analytical View

Yousfat Ali ¹

¹Professor, Department of Economics, SEDLAB, University of Ahmed Draia- Adrar, Algeria, pr.yousfatali@univ-adrar.edu.dz

ARTICLE INFO

Article history:

Received:22/02/2019

Accepted:30/09/2019

Online:15/12/2019

Keywords:

Financial Crises

Subprime Crisis

International Economy

JEL Code:G01, F01

ABSTRACT

The financial crises become the watchword and the concurrent aspect of the business world. This phenomenon is due to many factors related to the ideology conducting the international economy in a strict sense and to others portraying the psychological drivers of the economic agents. The Subprime Mortgage Crisis of 2007 is an evident example of the crises that boggled up the good process of the international economy as a common platform to ensure growth, development and prosperity. This paper tries to depict the causes and to present the solutions in an attempt to avoid coming down in the harsh crises storm.

1. Introduction:

The current financial crisis is one of the worst crises in the global economy since the Great Depression and it is also considered the most dangerous in the history of financial crises, especially after the global economic system. The latter is proved unable to contain and to mitigate its effects quickly and effectively. The burst of the crisis proved that the structure of the capitalist system is restructured by the abandonment of the most important principles and the huge amounts that have been attributed. In addition to the approval of the American financial rescue plan estimated at 787 billion dollars, the Federal Reserve attempted to rescue the institutions and financial markets with large amounts estimated at 1.3 trillion dollars by buying a variety of high risk assets, and granting loans to companies in difficulty. Indeed, the rescue plan includes by guaranteeing mortgage derivatives, in supposedly providing \$ 900 billion to other large corporations and buying a large amount of long-term treasury bills. In the United States alone, the total is \$ 3 trillion dollars, not counting the many loans granted by the US government to businesses in 2007. The gravity of this crisis is that it comes from the United States whose economy is the largest in the world, with a GDP of about trillion dollars, which represents more than 17% of global GDP. Its imports account for 14.35% of total imports and its exports account for 8.4% of world exports. This paper tends to explain the causes behind the financial crisis and the resolutions for saving the economies of the world.

2. The Causes of the International Financial Crisis:

The immediate causes of the mortgage crisis are controversial, including the following (traditional) reasons, followed by a brief presentation of the other main reasons:

2.1. Surplus Mortgages

The decline in the cost of loans in the debut of the financial crisis to the expansion of lending to those who cannot fulfill their obligations resulted in a large number of defaults, and these cases are limited to the obligations of second-class mortgages (Mortgages -First), which is estimated to be between US \$ 1 trillion and US \$ 1.5 trillion. In addition to this, these mortgagees have started to show cases of default of traditional mortgagor debtors, which are estimated at between \$ 9.5 and \$ 10 trillion, note that mortgage bonds represent only about 20% of the total US debt market (Standing G, 2009; Lin JY. 2008, Yousfat Ali et al, 2015, p-p289-290-291)

2.2. Securitization Mortgages

The process of bundling bonds (collecting these bonds in groups after each bond gives a particular credit rating to rating agencies, then dividing each group into several segments based on their credit rating) and increasing their internationalization and their circulation has increased their concentration of risk and the loss of a large part of their value during the liquidation of the sale. This liquidation or rescheduling is estimated by twenty thousand bonds to fifty thousand dollars per bond by a large group of investors which is much easier than the sale. In addition to this, the liquidation or rescheduling process of a \$ 1 billion bond package by an investor, especially at the time of the crisis, like the size of the market and the segment of bond traders before the bunds, while the bond transaction after the package remains limited to financial institutions and hedge fund sovereign funds as well as a small number of large investors (Kasser T, 2002)

2.3. Real Estate Expropriation

The increase in the number of defaults on mortgage payments has increased the interest of debtors on these obligations in accordance with the terms of the contract, thereby increasing their premiums. This increase in premiums again led to an increase in defaults, which led to an increase in the number of real estate expropriations of debtors in favor of creditors and the sale of encumbered assets. The increase in real estate supply has led to lower prices, as well as the deliberate abandonment of some of their owners (because their debts have become more important than the value of their property) and sometimes because they cannot afford it. This has resulted in significant losses for many financial institutions, insurance companies and investors in these bonds.

2.4. Lack of Transparency and Control when Issuing, Rating and Negotiating Mortgage - Backed Securities:

Considering the series in which some mortgages and derivatives were marketed in foreign and in large quantities, without fear of the inability of borrowers to pay, and thus granting them high credit ratings they did not deserve in cooperation with famous rating companies through international insurance companies, then collected in the form of packages and sold on the world markets. It is clear that all those who contributed to this process lacked transparency, control and accounting, and each trying to maximize profits after the risk burden of the other party; and it was quite clear that the interest of the individual did not serve the interests of society, according to the logic of the market economy and the premise of the invisible hand (Kasser T, 2002; Copestake J, 2008)

2.5. Difficulty in Understanding Financial Instruments (Complexity):

The Complexity and the difficulty in understanding is one of the most important barriers to financial instruments that have been created and negotiated. Under this heading, the following barriers are combined:

- A- The inability of investors to give an accurate assessment of the effectiveness of their financial instruments.
- B- The organizers of supervision institutions and their inability to control these tools.
- C- Ambiguity of the risks associated with these tools.

2.6. The Release of Financial Institutions Trading Mortgages from Censorship:

Credit operations are generally subject to government control by the Federal Reserve Bank through preventing them from financing long-term loans with short-term borrowings or by imposing an upper limit on the volume of loans limited to the size of bank deposits. This issue is also due to the controlling of the mandatory reserve, commercial banks (credit banks), investment banks and the mortgage credit agency which are immune from this control. In addition, some companies have transferred their legal entities to so-called fiscal paradises, which remain in the same country and work as a foreign investor in order to benefit from the tax exemption provided by this obligation and the secrecy of all activities, whether legitimate or illegal.

2.7. Relevance of the legal and legislative framework:

In the United States, legislators have enacted numerous laws and regulations that encourage financial institutions to enter into risky contracts and agreements because they believe in the ability of unlimited markets to regulate. As an example of these enactments:

- A- Modernization of Commodity Futures (CFMA)
- B- Gramm-Leach-Bliley Act (GLBA)

The latter law states that “There is nothing in our history that confirms the validity of the common market idea that the more we regulate, the less error will be, and no one can prove it. It is also promulgated a law guaranteeing these

lenders compensation for some of the losses they may suffer as a result of the Community Reinvestment Act. The federal government-backed credit facilitation agencies have also suffered significant financial losses as a result of the adoption of this expansionary policy”.

2.8. Encourage the US Government's Policy of Lax Lending Terms:

The US government has urged financial institutions to provide loans to low-income people in order to:

- Increase the volume of activity of the real estate sector, which occupies a large part of the economy of the United States of America.
- An expansionary monetary policy that stimulates the economy and increases the rate of growth without causing inflation
- Motivate borrowers to work harder to meet their debts and increase their productivity.
- Pursue the dream of every American citizen to have a decent home.
- Stimulate various financial institutions and seek to increase their activity.
- Increase the volume of general economic activity through expansionary monetary policy.

2.9. Financial Innovation:

Many financial instruments (modern derivatives) have been developed with high profitability, attractive appearance and rapid acquisition of much of the structure of the financial system, but have largely contributed to the collapse of the state mortgage system in many countries of the world, for example:

- Credit default swaps (CDS).
- Set of mortgage-backed securities.
- Package of pool bonds.
- The fragmentation of the control (Krugman P, 2008).

The US supervisory system relies on several rating agencies, each of which is used to predicting the risk of a financial instrument and rating it. However, despite the great benefits of this specialization, no rating agency or other entity monitors the overall condition of all risks and provides a comprehensive assessment of the credit system and associated derivatives with the exception of the Federal Reserve Bank, for everyone's belief in economic freedom and the mechanism of the market; even the Federal Reserve does not have sufficient control over investment banks or hedge funds, or many derivatives dealers of various types.

2.10. Low degree of high risk associated with mortgage-backed securities:

The risk assessment of mortgage-backed securities was linked to the models developed by the guarantors, which did not take into account the high rates of non-payment generally caused by higher interest rates on bonds as the Federal Reserve raised interest rates on loans (under the mortgage loan agreement). The unrealistic forecast of all that US property prices will remain high, and that this increase will offset (or exceed) the possible rise in mortgage interest rates, and also contributed to the downside assumption. Real estate prices and the inability of the owners of the payment and the collapse of the prices of these bonds, is a similar assumption to the imagination, especially since there are not many examples similar in the history of financial crises.

2.11. Low degree of high risk associated with mortgage-backed securities:

Financial and non-financial institutions in various forms seek to increase their profits by developing the process of borrowing and re-borrowing borrowed funds. For example, it is possible to re-borrow what they borrow to take advantage of interest rate differentials and the ratio of their debt to their own assets. The term "leverage" is one of the terms created by the institutional spirit to conceal unpopular or negative things and give them a beautiful appearance. Instead of talking about debt or indebtedness, a term that suggests risk and weakness, the term "leverage" suggests trust and power.

If the company has earned the borrower 10% and the amount of the loan for that company was 20 times its paid-up capital and the interest rate on the loan was 5%, the net profit distributable to the shareholders was 110% of his paid up capital. . If the result of his business loss is 5%, the amount of the loss of the company amounts to 205% of his capital; it is a fully paid-up capital which resulted in a debt of 105% of its capital. If we look at the major financial institutions around the world, especially investment banks, we find that most of them have increased leverage, which has led these institutions to bear significant credit risk. .

2.12. Failure of the risk management system:

Some financial institutions have separated the analysis between credit risk management, liquidity risk management and market risk management. This idea is not true if it applies only to complex products such as derivatives of various types, particularly those associated with mortgage-backed securities.

2.13. The spread of financial derivatives outside the limits of control:

The wide spread outside the control limits many of the above derivatives has resulted in a lack of information on the extent of risk for all financial market participants, whether regulators or traders on payment. Ignoring the precarious credit status of most debtors and lack of verification of data on mathematical models often misleads brokers (for example, Type A mortgages experienced a rapid growth on the financial markets and have been encouraged by creditors: Guarantors are inexpensive for debtors and provide high income for creditors and guarantors, although these obligations do not require the debtor to provide proof of income or income' assets, and are now known as fake loans.

2.14. Excessive securitization and sale of debt:

Financial institutions have been working on debt programming, directly or indirectly, through securitization by converting these debts into securities that are again used as a liquidity instrument. The significant increase in the volume of loans and debts has helped to increase the volume of securitization transactions, due to a number of factors such as:

- The development of financial markets, especially bond markets since the seventies of the last century.
- The external debt crisis of most developing countries in the 1980s and their inability to repay their debts on time, thus increasing the size of these debts due to compound interest and late penalties.
- Easy circulation of funds between banks and financial markets around the world.
- Change the exchange rates.
- Excessive cash and high inflation.
- High interest rates and the resulting high lending service.

2.15. Excessive securitization and sale of debt:

Some mortgage bonds have received very high ratings, some of which have reached AAA, which is consistent with the US Treasury bill classification, and considered one of the safest financial assets in the world. This classification resulted from several factors:

A- The use of mathematical models in the calculation of the above-mentioned risks, and these models were based on incorrect assumptions that did not reflect the seriousness of the situation of the holders of guaranteed debt securities, each asserted that it was in good condition, whether by conviction, optimism or fraud.

B- The general sentiment of investors and rating companies that some of the financial institutions that are established and that guarantee mortgages and derivatives are directly subsidized by the US government and are therefore not threatened by a collapse. This situation is justified by the fact that some are already government agencies such as FNMA (Finance Federal). The National Mortgage Association and others were considered too important to collapse, like many banks and large insurance companies, because this collapse could lead to the collapse of the financial system as a whole and it would be what the US government needs to protect it like it did with Bear Stearns.

C- The granting of some credit rating companies to mortgage bonds high credit levels, however the fees are huge, similar to the financial kickbacks.

D- Insurance of these bonds by the leading insurance companies in the world.

The high credit rating of mortgage-backed securities has led to a number of negative results, including:

- To invest in these bonds and their derivatives by financing them with short-term borrowings, which increases the degree of credit risk of the financial institutions that process them.
- increase the volume of investment in these bonds to obtain higher interest rates compared to the safest financial assets such as US Treasury bonds having the same rating (AAA), notably because that the interest rate on mortgage-backed securities was higher than the interest rate on similar financial assets in the credit rating. Interest rates on most bonds were also changing, as Federal Reserve interest rates, which were much lower as they spread, increased the likelihood of higher yields on bonds when interest rates were higher than the interest rates set by the Federal Reserve increased.

- Exploitation of this high credit rating of bonds to overvalue much more than they deserve: Derivatives of the related financial instruments and the shares of the companies that issue them, as well as the shares of the guarantors that they are guaranteed by bad debts. Of course, this does not only mean a decline in asset prices of institutions and erosion of profits, but also means that they face very tight liquidity, which sometimes results in bankruptcy.

2.16. *Payment of Premium as Percentage of Income regardless of the risk (Standing G, 2009, Mostéfaoui Sofiane et al, 2016):*

Current compensation systems encourage employees to enter into high-risk contracts without taking into account the negative consequences that investors and shareholders may have: employees whose job is to facilitate transactions in derivatives or to grant credit receive a large part of their income in the form of variable bonuses. As a result, the larger the transactions the employee does on behalf of the financial institution (regardless of the size of the position), the greater the reward. If the transactions are managed successfully, the financial reward will be great. The employee will be promoted and qualified as a second-class employee who receives orders from managers and innovators for executives, consultants or board members. If these transactions fail because of major credit problems or an unexpected decline in the value of their assets, they will lose the bonus or, at worst, will be disqualified after being compensated and inclined to prolong work at the expense of increased risk.

This compensation policy has led to an overestimation of corporate compensation and employee compensation: according to a survey conducted by Watson Wyatt, 90% of investors believe that executives earn much more than they deserve.

For example, Lehman Brothers Chief Executive Richard Fuld (CEO of Lehman Brothers) sued for \$ 500,000 between 1993 and 2007 at \$ 17,000 per hour. The 377 employees of the London-based insurance and financial products firm AIG also collected nearly \$ 3.65 billion in salaries and bonuses over the past seven years, in return for marketing by CDS with 116,000 employees. The problem is not to overestimate the income of employees of US financial firms, because it is not too much of a burden on their profits, but of the composition of that income. Incentives and rewards are an important part of this income. They are paid for operations in which employees earn short-term earnings. Take into account the long-term risk to companies of these operations, which kill the sense of responsibility of these employees. The annual salary of a senior Merrill Lynch employee was \$ 350,000, while his salary was 10 times higher (\$ 3,500,000) in 2006, his profits reaching \$ 7.5 billion through the commercialization of high risk assets. These premiums were not canceled in 2008, while losses were twice as large as revenues.

3. *The Remedies of the International Financial Crises:*

There may be other solutions to the mortgage crisis advocated by some economists, in addition to an expansionary fiscal policy of increasing subsidies and government subsidies to financial institutions, productive enterprises and individuals to reduce taxes and to pursue an expansive monetary policy consisting in increasing the money supply and increasing the granting of credit, unprecedented, these solutions include: (Copestake J, 2008).

3.1. *Prevent the circulation of the mortgage securities:*

Preventing the circulation of mortgage-backed securities will limit the scope of any future crisis between the lender and the borrower, so that investment banks will have to finance these bonds out of their own resources and will not be able to finance new mortgage-backed securities. The low debt ratio of these institutions on their assets therefore reduces the credit risk (Standing G, 2009; Krugman P, 2008).

3.2. *The nationalization or abandonment of financial institutions faces their fate:*

This solution recommends nationalizing all financial institutions and companies in difficulty, or simply leaving the option of bankruptcy as a result of default of their obligations. Nationalized banks must create money by lending as before. Credit risk is estimated by the human factor and traditional accounting data rather than mathematical models. Proponents of this solution want banks to have greater flexibility to hold other companies that owe them part or all of their loans, which would help them finding life instead of going bankrupt. It is also less tax deductible than the injection of funds into the banks. However, this solution has many reservations, including a strong resistance to the option of nationalization for the defense of the free capitalist system and the inability to guarantee the capacity of the state to manage such institutions. Leaving companies to bankruptcy can have negative effects on the economy, the

severity of which cannot be predicted. The strong interdependence of financial institutions and the size of many of them can have catastrophic consequences as a result of bankruptcy (Boas C et al, 2009; IDS, 2009).

3.3. Current Share Capital Program Appreciation Mortgage Loans:

Create a current financing participation program by the lender's financial institutions after the revaluation of the mortgage bonds, in consideration for future rights on the encumbered houses after the payment of the total value of the obligations owed and the transfer of ownership of these houses to the present. This program can achieve two objectives: the first is to reassess the encumbered bonds so as to reduce the costs of repayment and to create a secondary market for the negotiation of these bonds, the second to reduce the number of houses put on the market for sale, which will reduce their prices. Low real estate prices lead to an increase in defaults and, as a result, an increase in mortgage foreclosures and lower real estate prices. However, governments have preferred to stay with financial institutions.

3.4. Stop the mortgage bookings:

The increase in foreclosures in 2007 being one of the main causes of the crisis, the solution recommends giving borrowers a longer period to repay their mortgage payments by suspending reservations for at least six months, renewable (Lin JY, 2008; Copestake J, 2008; Kasser T, 2002). The previous solutions to exit the mortgage crisis seem to be logical solutions and should be solved, but this treatment will not be a radical precautionary treatment, but emergency treatment does not guarantee that such a crisis will not happen again. . The basic solution of the global financial and monetary system is, whatever its precision, purpose and logic, because of a major flaw of its fundamental pillars, and the only radical solution to the reform is to replace these pillars with others, more powerful, and stable, and to strengthen or simply change them; this issue will remain subject to crises of various natures with all its consequences, in addition to all its inequalities and its weak stability.

4. Conclusion:

This brief synopsis presents evidently the causes behind the outburst of the financial crises and proposes solutions to overcome the greedy behavior of the capitalist economic agents. The capitalist orthodoxy led the economic agents strive voraciously toward the achievement of some pure business objectives without taking into account the prerequisites of the surrounding environment. This fact led to many difficulties and tumultuous doubts about the efficiency and the reliability of capitalism as an economic system to resolve the human being social and economic problems.

Acknowledgement:

The researchers address their warmth and heartfelt thanks to the Spatial and entrepreneurial development studies laboratory for the support to accomplish the work.

References

- [1] Boas C, Gans-Morse J. (2009), Neoliberalism: from New Liberal Philosophy to Anti-Liberal Slogan, *Studies in Comparative International Development* 44: 137–161.
- [2] Copestake J. (2008), Wellbeing and International Development: What's New? *Journal of International Development* 20(5): 577–597.
- [3] Kasser T. (2002), *The High Price of Materialism*, MIT Press: Cambridge, MA
- [4] IDS. (2009), Policy Response to the Global financial crises, In Focus Policy Briefing, issue 7 March.
- [5] Krugman P. (2008), *The Return of Depression Economics and the Crisis of 2008*, Penguin Books: London
- [6] Mostéfaoui Sofiane, Benhabib Abderrezak, Yousfat Ali (2016). Towards A Gradual Approach to Liberalize Interest Rate: How this Process is Beneficial on Credit Allocation and Investment? *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*: 16-23
- [7] Standing G. (2009), *Work after Globalization: Building Occupational Citizenship*, Edward Elgar: Cheltenham
- [8] Yousfat Ali, Mostéfaoui Sofiane (2015) Adverse Selection and Financial Crisis What relations? *International Journal of Management, IT and Engineering*: 288-294

Foreign Direct Investment and Doing Business in Algeria during the Period 2000-2015*Mostéfaoui Sofiane¹*

¹Associate Professor, Department of Economics, SEDLAB, University of Ahmed Draia- Adrar, Algeria,
mostefaoui_sofiane@univ-adrar.edu.dz

ARTICLE INFO*Article history:**Received: 22/02/2019**Accepted: 02/10/2019**Online: 15/12/2019**Keywords:**Foreign Direct**Investment**Competitiveness**Doing Business**Algeria**JEL Code: F21, 01***ABSTRACT**

Foreign Direct Investment is considered as one of the most evident aspects of the intertwined economies. It is also a strategy by which the technology and the know-how techniques are transferred between the different economies of the world. However, the beliefs in FDI to boost the host economy are not always rosy as it depends on the economic development of the hosts and their susceptibility level to absorb and deal with the technology afforded by this investment. This paper highlights the state of foreign direct investment and the status of doing business in this country during the period 2000-2015.

1. Introduction

Foreign Direct Investment becomes nowadays a strong pillar of the international economy. It is by then a strategy to achieve the pure-economic purposes (economic development, growth, prosperity) and managerial ones (know-how and high organizational talents and abilities). This investment is a two edged-sword according to the perception of the host economy toward this kind of transferring technology and capitals. For the proponents of FDI, this investment is pivotal for achieving the economic targets of the country. However the antagonists suppose that FDI is no more than an economic strategy to exploit the resources of other countries in favor of the mother ones (the origin countries of FDI). This paper highlights the state of the art of FDI in Algeria during the period 2000-2015 and to portray the susceptibility of Algeria to benefit from this kind of investment.

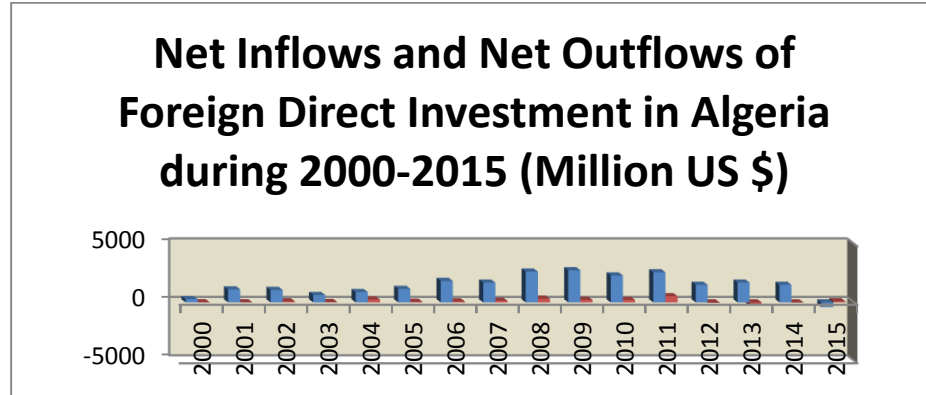
2. Foreign Direct Investment

In this section we endeavor to analyze the flows of foreign direct investment in Algeria and performance of this country to be an attractive destination for this kind of investment. This issue is as significant as it lays out a clear-cut image about capacity of Algeria to absorb and benefit more from FDI. At first, the investigation of the FDI flows in Algeria is presented. This is followed by an evaluation of the country capacity to attract and take benefits from this kind of investment through the examination of some indices used in this field.

2.1. Flows of Foreign Direct Investment in Algeria:

The study of foreign direct investment refers fundamentally to the track the evolution of its amounts over time and to make comparison between these flows and some key indices. This approach paves the way for getting a good picture of well this kind of investment is positioned inside the economy. The following picture is a representation of the inflows and outflows of the foreign direct investment based on the data displayed by the World Bank during the period 2000-2015.

Figure 1: Net Inflows and Net Outflows of Foreign Direct Investment in Algeria during 2000-2015



Source: The researcher based on data provided by the World Bank

The exhibit above shows obviously that the value of the FDI inflows is much bigger than that of outflows. This confirms the assumption that Algeria records a weak participation in terms of foreign direct investment and the absence of a good strategy to make benefits from this kind of investment is also maintained. The issue is also affirmed by the share of the foreign projects relatively with the national ones as the former represents only 1 % of the total project recorded. This suggests the inefficacy of the business environment in Algeria to attract foreign investment as a contributing factor to expand the productive capacity. The following table shows the share of foreign investment among the total projects registered as well as the their distribution between the different economic sectors

Table 2: Share and distribution of Foreign Direct Investment between economic sectors for the period 2002-2015

Investment Projects	Number of Projects	%	Value (Million DZD)	%	Jobs created	%
Domestic Investment	59563	98.88%	9100521	78.64%	904762	87.50%
Foreign Investment	676	1.12%	2471691	21.36%	129254	12.50%
Distribution of Foreign Investment by Sector	Number of Projects	%	Value (Million DZD)	%	Jobs created	%
Agriculture	10	1.48%	3117	0.13%	528	0.41%
Construction and Public Works	121	17.90%	98996	4.01%	21533	16.66%
Industry	386	57.10%	1681400	68.03%	71936	55.65%
Health	6	0.89%	13573	0.55%	2196	1.70%
Transport	21	3.11%	13172	0.53%	1723	1.33%
Tourism	11	1.63%	420657	17.02%	13128	10.16%
Services	120	17.75%	151335	6.12%	16710	12.93%
Telecommunication	1	0.15%	89441	3.62%	1500	1.16%

Source: The National Agency for Investment Development

The table above is a clear recapitulation of the foreign direct investment position in Algeria during the period 2002-2015. It represents the derisory share of this kind of investment and as a consequence, its contribution to create jobs is obviously inadequate to decrease the unemployment rate. According to data of FDI distribution among sectors, it is revealed that the major share is held by industry by a percentage of 68.03%. This value is followed by the investment in tourism sector in which the foreign participation represents 17.02%. The lowest value of the foreign investment refers to the agricultural sector in which the value of the funds invested represent a stake of 0.13%. In terms of the number of projects realized, the major part refers to the industrial sector by a percent of 57.10%. This share is followed by the sector of construction and public works which holds the value of 17.90% as a percentage of total number of the investments recorded. The smallest part is for the telecommunication sector by a percentage of 0.15%. The reason behind the high shares occupied by the industrial sector is that it combines the oil and hydrocarbon segments. The latter is the interest mainstay of the foreigners' involvement in doing business in Algeria. However, the contribution of the foreign direct investment in the gross domestic investment is meager; this fact proves undeniably that the good strategy to benefit from the foreign investment is absent and its management lacks efficiency and performance. The picture below is an indication of how the foreign investment is positioned within the Algerian business framework and the table reveals the contribution of FDI to improve the level of GDP.

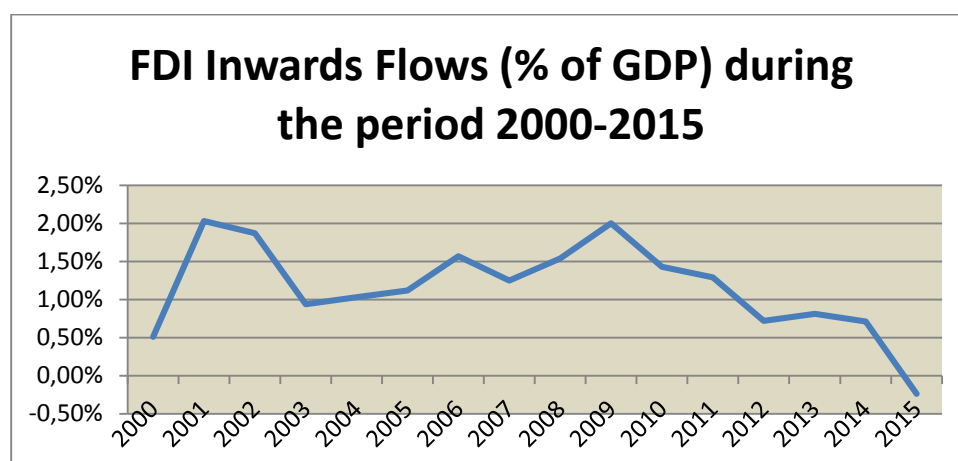
Figure 2: Share of foreign direct investment (2002-2015) and its contribution to GDP in Algeria during the period 2000-2015



Source: The researcher based on data provided by the National Agency for Investment Development

This picture indicates clearly that the portion of the foreign direct investment is weak. The causes behind this refer to the way of how this investment is perceived and treated in Algeria. In fact, the data displayed by the World Bank proves the situation that FDI has not a significant impact in increasing FDI both at its inward and outward levels:

Figure 3: The contribution of FDI to GDP in Algeria during the period 2000-2015



Source: The researcher based on the data provided by the World Bank

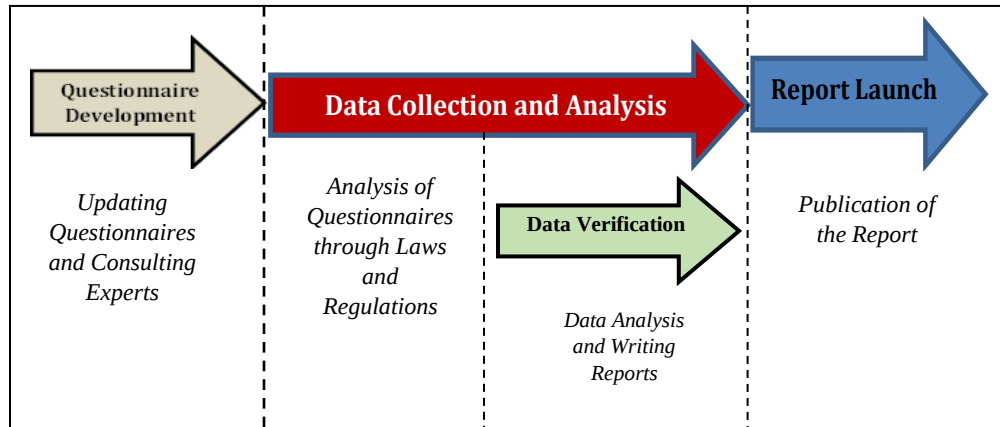
At first glance, it is obviously indicated by the above diagram that the contribution of FDI in improving the level of GDP during the period investigated is so marginal. In fact, the highest value stands at 2.03% in 2001. This value recorded a drop at 0.94% in 2003 followed a general increasing trend till 2009. After that the share of inwards FDI in the total GDP revealed a decreasing trend taking the lowest value of -0.24% in 2015. These values are a clear-cut picture of the meager and the scanty growth influence of FDI in Algeria. This issue refers principally to the business environment in Algeria and the capacity to absorb the advantages and spillovers of this kind of investment. In this context, the examination of the business environment and its capability to attract foreign direct investment is relied upon the analysis of doing business indices. These indices are arranged into classes known by the indices of easiness to do business, indices of performance and potential and indices of global competitiveness. These classes have the power to explain to a large extent the reasons behind the reasons behind the FDI flows as well as the absorption capacity of the country to benefit more from this kind of investment.

3. Doing Business in Algeria:

According to the Doing Business Report 2004, this index had been set since 2004 in order to investigate the business climate through the analysis of procedures and laws that conduct the economic activity. The aim of establishing this kind of indicators as an assessment of the economic activity is to present a clear image of the business environment and to set a useful benchmark for designing the needed reforms. The Doing Business Index includes a package of indicators covering the following topics: the business entry, employment regulation, contract

enforcement, creditor rights, credit information sharing and bankruptcy. The number of indicators included in this index is of number ten and each one of the indicator mentioned combines a set of sub indicators. These indicators are: Starting a business, Dealing with construction permits, Getting electricity, Registering property, Getting credits, Protecting minority investors, Paying taxes, Trading across borders, Enforcing contracts and, Resolving insolvency. These indicators are relied heavily upon the law and regulation and they are set and presented through the launching of reports and by respected a predetermined methodology as it is shown by the figure below:

Figure 4: Methodology of constructing the doing business index



Source: Doing Business 2017: Equal Opportunities for all, p. 19

3.1. Indices of Potential and Performance:

The indices of Inward FDI Performance and Inward FDI Potential are released by UNTACD in an attempt to take the size of the country and its institutional and infrastructural factor into account in evaluating the capacity of the country to attract FDI. These indices are perceived as benchmarks to see how far the economy is performing well with regard to its potential in order to attract FDI. The former index which is known by the Inward Performance Index represents the share of the country in global FDI flows to its share of global GDP. This ratio is an implicit representation of the other factors conducting the behavior of the foreign investors, such as: macroeconomic, political, industrial, natural and human factors. The reason behind this assumption is that these factors affect largely the realization of GDP and thus, the ability of the country to create a favorable climate for foreign investments. The relative consideration of FDI to GDP gives rise to three scenarios:

The Performance FDI Index equals to one (01) means that an absolute compatibility is existed between the size of the economy and its capacity to attract FDI. The performance FDI Index greater than one (01) means that the economy has a capacity to attract FDI more than expected with regard to its size. This situation refers to the combination of many factors as: the efficiency of the business climate, good regulatory frameworks and a good business macroeconomic. The last scenario occurs when the performance index is below one (01). This fact has the meaning of inability of the country to attract FDI as a consequence of the disturbance in setting up a favorable environment for doing business. At the other side, the Inward FDI Potential Index tends to combine the factors affecting the behavior of FDI flows and it sheds light on the issue under investigation for a three year-periods and not for only one single year. The data covered to construct the Inward FDI Potential Index are the following: The rate of growth of GDP; Per Capita GDP; Share of exports in GDP; Telephone lines per 1000 inhabitants; Commercial energy use per capita; Share of R&D expenditures in gross national income; Share of tertiary students in the population; and country risk. The following is a table representing the two indices (Inward FDI Potential and Inward FDI Potential) for Algeria during the period (1990-2010). It should be noted that the reason behind the restriction of the analysis period up to 2010 was due to lack of data.

Table 2: Inward FDI Performance and Inward FDI Potential for Algeria during the period 1990-2010

Year	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Inward FDI Performance Index	98	-	119	118	117	128	115	82	102
Inward FDI Potential Index	51	96	86	66	67	69	71	77	-

Source: FDI Index UNCTAD Database

From this table, the indices of performance and potential for Algeria show degrading values. This picture is an evident demonstration of the business environment in Algeria towards attracting foreign direct investment. A deep glance at the numbers of the table indicates that the values of Inward FDI Potential Index are lower than those of the Performance Index. This fact forwards the idea that Algeria enjoys a good potential to attract the foreign investment but it is badly exploited and managed. This is proved by the position of Algeria among the Arabian countries in both performance and potential indices for the periods 1988-1990; 1993-1995 and 2003-2005. The position is derived from the correlation matrix of the two indices mentioned:

Table 3: Position of Algeria in terms of Performance and Potential indices among the Arab countries according to the correlation matrix

	1988-1990		1993-1995		2003-2005	
	High Performance	Low Performance	High Performance	Low Performance	High Performance	Low Performance
High Potential	Bahrain Oman	Algeria Kuwait Libya Saudi-Arabia Emirates Qatar	Bahrain Qatar	Jordan Kuwait Libya Saudi-Arabia Oman Emirates	Emirates Bahrain Jordan Qatar	Algeria Kuwait Libya Saudi-Arabia Oman Tunisia
Low Potential	Above capacity Egypt Syria Tunisia	Jordan Lebanon Morocco Sudan Yemen	Above capacity Egypt Morocco Tunisia Yemen	Syria Sudan Algeria Lebanon	Above capacity Egypt Lebanon Morocco Sudan	Syria Yemen

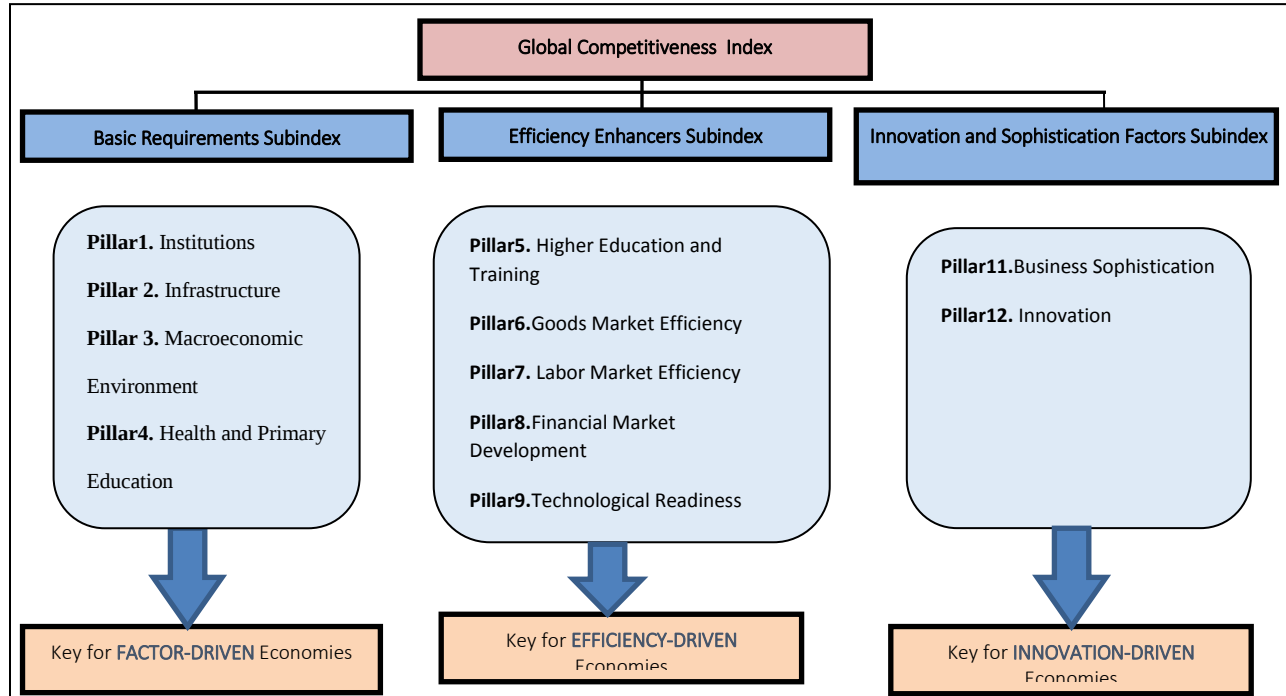
Source: Mouna Bsisou in The Impact of the Promotion Policies on the Foreign Investment Attraction in Arab Countries, p. 19 (Trans)

This table confirms the result concluded by the analysis of the performance and potential indices of Algeria. In fact, the business environment of Algeria is positioned among the countries with low performance throughout the period of investigation. In terms of potential index, Algeria is classified among the economies with high potential with a change in position during the period 1993-1995 in which it is within the low potential block. The consequence of this classification is that Algeria holds a good capacity to be a favorable business environment to attract foreign direct investment but it is irrationally exploited.

3.2. Global Competitiveness Index:

In parallel with the above indices, the Global Competitiveness Index comes out to assess and monitor the microeconomic and the macroeconomic of the economic competitiveness. By this sense, the Global Competitiveness Report determines the meaning of the competitiveness as the set of institutions, policies, and factors that determine the level of productivity of a country. It is then a notion reflecting the true image of the economy because it embodies the factors that affect the economic growth. Under the terminology of the Competitiveness Report, these factors are known by the constructing competitiveness pillars and they are of number twelve as it is represented by the following figure:

Figure 5: Methodology of constructing the doing business index



Source: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2016-2017, p.5

As the figure above shows, the Global Competitiveness Index is a multidimensional picture of the economic situation via the analysis of its different aspects. Therefore, it could be used as a strong proxy for evaluating the capacity of an economy to maintain growth progress and attract foreign investments. The following is a table representing the Global Competitiveness Index for Algeria during the period 2010-2017. (Table at the next page)

The rank represents the position of the economy among the countries under investigation. As an example, for the period 2014-2015, the rank is established on scale of 144 economies, the classification rank for the period 2016-2017 is set on scale of 138 economies. The score is the outcome of the edition and the aggregation of the responses package of the survey questions used in the competitiveness survey. It is arranged via a scale spanning over 1-7 interval in which the number 1 describes the worst situation or extremely weak as a feature of the issue under examination. At the other side, the number 7 denotes the best situation or extremely strong. For details about the computation technique of the score, see the Global Competitiveness Report 2014-2015, p. 94

According to the data displayed by the above table, it is clear that the Algerian economy rank is not at suitable and good levels to be attractive destination foreign investments. This picture is confirmed by both the efficiency enhancers and the innovation and sophistication scores. The basic requirement score at the other side shows an improved scale more than the other scores but they remain under the required level to create a favorable business environment able to attract foreign investment and to boost the real economic growth

Table 3: Global Competitiveness Index for Algeria during 2008-2017

Years	2008-2009		2009-2010		2010-2011		2011-2012		2012-2013		2013-2014		2014-2015		2015-2016		2016-2017	
Evaluation Criteria	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score
GCI	99	3.7	83	3.9	86	4.0	87	4.0	110	3.7	100	3.8	79	4.1	87	4.0	87	4.0
Basic Requirements	61	4.5	61	4.4	80	4.3	75	4.4	89	4.2	92	4.3	65	4.6	82	4.4	88	4.3
Efficiency Enhancers	113	3.3	117	3.3	107	3.5	122	3.4	136	3.1	133	3.2	125	3.3	117	3.4	110	3.6
Innovation and Sophistication Factors	126	2.8	122	2.9	108	3.0	136	2.7	144	2.3	143	2.6	133	2.9	124	3.0	119	3.1

Source: Global Competitiveness Reports during the period 2000-2017

4. Conclusion:

According the analysis presented above, it is clearly to argue that both the level and the scope of foreign direct investment in Algeria are still weak. This image is persistent despite the diversity of the opportunities and the sectors that could be considered as backbones for fruitful investments. The reason behind this failure in attracting more foreign investment refers to the obstacles that face the investors as well as the high level of corruption and the quality of the institutions that inhibit harshly the development initiatives. This picture is demonstrated much more by the positions occupied by Algeria in terms of Global Competitiveness. As a result of this, for the economy to enjoy a high capacity of attraction, it must fulfill two conditions: a clear economic ideology and good infrastructure and institutions. The former condition means that the host country should demonstrate an acceptance to the international investment as a way to boost the economic growth. This is got only by how far the ideology adopted in the economy is compatible with the specificities of this kind of investment. The second condition is related to the institutions as good or bad incubators for the foreign investment. In this sense, improving the quality of these institutions to attract the investment becomes more than a duty.

Acknowledgment

The researchers address their warmth and heartfelt thanks to the Spatial and entrepreneurial development studies laboratory for the support to accomplish the work

References

- [1] The World Bank (2006) *Doing Business 2007: How to Reform*, Washington, D.C.
- [2] The World Bank (2007) *Doing Business 2008*, Washington, D.C.
- [3] The World Bank (2008) *Doing Business*, Washington, D. C.
- [4] The World Bank (2009) *Doing Business*, Washington, D. C.
- [5] The World Bank (2010) *Doing Business, Reforming Though Difficult Times*, Washington, D.C.
- [6] The World Bank (2011) *Doing Business, Making a Difference for Entrepreneurs* Washington, D. C.
- [7] The World Bank (2012) *Doing Business, Doing Business in a More Transparent World*, Washington, D. C.
- [8] The World Bank (2013) *Doing Business, Smarter Regulations for Small and Medium Sized Enterprises* Washington, D. C.
- [9] The World Bank (2014) *Doing Business, Understanding Regulations for Small and Medium Sized Enterprises*, Washington, D. C.
- [10] The World Bank (2015) *Doing Business, Going Beyond Efficiency*, Washington, D.C.
- [11] The World Bank (2016) *Doing Business, Doing Business 2016: Measuring Regulatory Quality and Efficiency* Washington, D. C.
- [12] The World Bank (2017) *Doing Business, Doing Business 2017: Doing Business 2017: Equal Opportunities for All* Washington, D. C.
- [13] Klaus Schwab (2009) *The Global Competitiveness Report 2009-2010*, World Economic Forum
- [14] Klaus Schwab (2010) *The Global Competitiveness Report 2010-2011*, World Economic Forum
- [15] Klaus Schwab (2011) *The Global Competitiveness Report 2011-2012*, World Economic Forum
- [16] Klaus Schwab (2012) *The Global Competitiveness Report 2012-2013*, World Economic Forum
- [17] Klaus Schwab (2013) *The Global Competitiveness Report 2013-2014*, World Economic Forum
- [18] Klaus Schwab (2014) *The Global Competitiveness Report 2014-2015*, World Economic Forum
- [19] Klaus Schwab (2015) *The Global Competitiveness Report 2015-2016*, World Economic Forum
- [20] Klaus Schwab (2016) *The Global Competitiveness Report 2016-2017*, World Economic Forum
- [21] UNCTAD (1995) *World Investment Report Transnational Corporations and Competitiveness*, United Nations
- [22] UNCTAD (2000) *World Investment Report Transnational Corporations and Competitiveness*, United Nations
- [23] UNCTAD (2002) *World Investment Report Transnational Corporations and Competitiveness*, United Nations
- [24] UNCTAD (2005) *World Investment Report Transnational Corporations and Competitiveness*, United Nations
- [25] UNCTAD (2006) *World Investment Report Transnational Corporations and Competitiveness*, United Nations
- [26] UNCTAD (2009) *World Investment Report Transnational Corporations and Competitiveness*, United Nations
- [27] UNCTAD (2012) *World Investment Report Transnational Corporations and Competitiveness*, United Nations
- [28] UNCTAD (2016) *World Investment Report Transnational Corporations and Competitiveness*, United Nations

- [29] Mouna Bsissou (2008) The Impact of the Promotion Policies on the Foreign Investment Attraction in Arab Countries, *Arab Planning Institute Kuwait* 29
- [30] Database of National Agency of Investment Development
- [31] World Bank Database

The reality of e-learning in higher education institutions in Algeria: The Higher School of Teachers of Technological Education in Skikda is a model

Benourida hamza ¹

¹ Centre University of Mila, Algeria,

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 24/02/2019

Accepted: 24/09/2019

Online: 15/12/2019

Keywords:

E-learning

the quality

the Covid-19 crisis the

Higher School of

Teachers of

Technological

Education Skikda

JEL Code: I30, I22

ABSTRACT

Our research paper aimed to know the reality of the application of e-learning at the Higher School of Technological Education in Skikda, and to identify the obstacles that prevent its success, while trying to provide mechanisms to develop it.

The study found that higher education institutions in Algeria are still in the early stages of applying e-learning, and this type of education was not well prepared despite its adoption not long ago through the Moodle platform. This made its effectiveness, limited. It was almost limited to pdf files placed on the educational platform Moodle for institutions

واقع التعليم الإلكتروني في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر: المدرسة العليا لأساتذة التعليم التكنولوجي بسكيكدة نموذجا

بن وريدة حمزة ¹

¹ مخبر د ا ت م، المركز الجامعي ميلة، الجزائر، h.benourida@centre-univ-mila.dz

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال: 2019/02/24

تاريخ القبول: 2019/09/24

تاريخ النشر: 2019/12/15

الكلمات المفتاحية

التعليم الإلكتروني

أزمة كوفيد 19

المدرسة العليا لأساتذة التعليم

التكنولوجي سكيكدة

JEL Code: I30, I22

الملخص

هدفت ورقتنا البحثية لمعرفة واقع تطبيق التعليم الإلكتروني في المدرسة العليا لأساتذة التعليم التكنولوجي بسكيكدة، والوقوف على المعوقات التي تحول دون نجاحه، مع محاولة تقديم الآليات الكفيلة بتطويره.

وقد توصلت الدراسة أن مؤسسات التعليم العالي بالجزائر لا تزال في المراحل الأولى لتطبيق التعليم الإلكتروني، وهذا النمط من التعليم لم يكن محضرا له بشكل جيد بالرغم من اعتماده منذ سنوات ليست ببعيدة من خلال منصة مودل. وهذا ما جعل نجاعته محدودة. وكاد يقتصر على ملفات pdf توضع على المنصة التعليمية مودل للمؤسسات.

1-مقدمة:

في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي يشهدها القرن الحادي والعشرون، وانطلاقا من أهمية الدور الحيوي الذي يلعبه التعليم في التنمية البشرية، ومع توجهات العصر الحديث والذي من أبرز مميزاته التقدم العلمي والتطور التكنولوجي السريع وثورة المعلومات الهائلة التي تزداد كل لحظة كان لزاما إعادة النظر في أنماط التعليم التقليدية السائدة لمواجهة متطلبات هذا العصر، فاستثمرت جامعات العالم وخاصة المتقدم منه هذا التطور التكنولوجي في العملية التعليمية وبين أروقة الجامعة وفي الاتصال بين مكونات العملية التعليمية، وسمي هذا الأسلوب في التعليم بالتعليم الإلكتروني. حيث تعد نهاية عقد التسعينات من القرن العشرين ومطلع القرن الحادي والعشرين بداية الموجة الأولى للتعليم الإلكتروني الذي يركز على إدخال التقنيات المتطورة في المؤسسات التعليمية، وأصبح من القضايا التي تشغل بال الكثيرين من المهتمين بمجال التعليم، والذي بدوره أدى إلى القيام بأبحاث ودراسات تبحث في مفاهيمه، وأهميته، وأهدافه، وفلسفته، ومميزاته .

الإشكالية

بما أن التعليم الإلكتروني أصبح واقعا ملموسا في الكثير من الأنظمة التعليمية، ونظرا لمزاياه المتعددة بالنسبة للجامعة الجزائرية لمجابهة تحدي توظيف التقنيات المختلفة توظيفا فعالا هذا من جهة، ومن جهة أخرى الوضعية الصحية التي تعرفها البلاد جراء وباء كوفيد 19 وما أملتته السلطات من احترازاات تحول دون الحيلولة من انتشاره. أصبح لزاما على مؤسسات التعليم العالي تبني نمط التعليم عن بعد كبديل للتعليم الحضوري للمحافظة على استمرارية السنة الجامعية وتجنب الوقوع في فخ السنة البيضاء. وعلى هذا الأساس نتلخص مشكلة دراستنا في السؤال التالي: ما واقع تطبيق التعليم الإلكتروني بالمدرسة العليا لأساتذة التعليم التكنولوجي بسكيكدة في ظل أزمة كوفيد 19 المستجد؟ وتتبع عن هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

✓ ما درجة تطبيقه في المدرسة العليا لأساتذة التعليم التكنولوجي بسكيكدة؟

✓ ما هي المعوقات التي تحول دون تطبيقه؟

✓ ما هي سبل تطويره في ظل انتشار فيروس كوفيد 19 المستجد؟

فرضيات الدراسة

- لا يزال تطبيق التعليم الإلكتروني بالمدرسة العليا لأساتذة في مراحله الأولى .
- هناك معوقات مادية (نقص في المخزونات والبرامج) ومعوقات بشرية (نقص في تكوين الاساتذة حول استخدام المنصات الرقمية) ومعوقات قانونية (الوزارة الوصية لم تسن تعليمات من قبل حول العليم عن بعد).
- لتفعيل التعليم عن بعد وجب على الوزارة الوصية اصدار نصوص قانونية تفيد بتعميم التعليم عن بعد في جميع مؤسسات تحت الوصاية مع تنظيم دورات تكوينية لفائدة الهيئة التدريسية حول استخدام المنصات الرقمية.

أهداف الدراسة :

نهدف من دراستنا إلى تسليط الضوء على هذا النمط الجديد من التعليم، بدءا بعرض مفاهيم التعليم الإلكتروني وأهميته وصولا إلى درجة تطبيقه بالمدرسة. ومما يضيفي على هذه الدراسة طابعها الأصلي بتركيزها على واقع التعليم الإلكتروني في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر في عز أزمة كوفيد 19 وانقاذه للسنة الجامعية.

أهمية الدراسة: وتوضح أهمية دراستنا في أهمية الموضوع المعالج كون التعليم الإلكتروني أصبح واقعا ملموسا في الكثير من الأنظمة التعليمية، لمزاياه المتعددة بالنسبة للجامعة الجزائرية.

منهج الدراسة: تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي من خلال رصد واقع التعليم الإلكتروني في مؤسسات التعليم العالي الجزائرية استنادا على تعليمات الوزارة الوصية حول الموضوع.

تقسيمات الدراسة: تقسم الدراسة الى ثلاث محاورين هما:

1- التأصيل النظري للتعليم الإلكتروني؛

2 - التعليم الإلكتروني في المدرسة.

2-الإطار النظري للتعليم الإلكتروني

2-1 - مفهوم التعليم الإلكتروني:

تناول كثير من المهتمين مفهوم التعليم الإلكتروني (Electronic Learning) وتعريفه مع وجود بعض التفاوت بين تلك التعريفات، والتي سوف تعلق عليها الباحثة بعد عرضها ومن تلك التعريفات ما يلي:

أولاً: التعليم الإلكتروني هو "منظومة تعليمية لتقديم البرامج التعليمية أو التدريبية للمتعلمين أو المتدربين في أي وقت وفي أي مكان باستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات التفاعلية مثل (الإنترنت، الإذاعة، القنوات المحلية أو الفضائية للتلفاز، الأقراص الممغنطة، التلفون، البريد الإلكتروني، أجهزة الحاسوب، المؤتمرات عن بعد) لتوفير بيئة تعليمية تفاعلية متعددة المصادر بطريقة متزامنة عن بعد دون الالتزام بمكان محدد اعتمادا على التعلم الذاتي والتفاعل بين المتعلم والمعلم" (سالم، 2004، صفحة 269).

ثانياً: التعليم الإلكتروني هو "طريقة إبداعية لتقديم بيئة تفاعلية، متمركزة حول المتعلمين، ومصممة مسبقا بشكل جيد، وميسرة لأي فرد وفي أي مكان وأي وقت، باستعمال خصائص ومصادر الإنترنت والتقنيات الرقمية بالتطابق مع مبادئ التصميم التعليمي المناسبة لبيئة التعلم المفتوحة، والمرنة، والموزعة" (الخان، 2006، صفحة 17) (الخان، 2006، صفحة 17).

ثالثاً: ويعرف بأنه "ذلك النوع من التعليم الذي يعتمد على استخدام الوسائط الإلكترونية في تحقيق الأهداف التعليمية وتوصيل المحتوى التعليمي إلى المتعلمين دون اعتبار للحواجز الزمنية والمكانية وقد تتمثل تلك الوسائط الإلكترونية في الأجهزة الإلكترونية الحديثة مثل الكمبيوتر وأجهزة الاستقبال من الأقمار الصناعية أو من خلال شبكات الحاسب المتمثلة في الإنترنت، وما أفرزته من وسائط أخرى مثل المواقع التعليمية والمكتبات الإلكترونية (الحلفاوي، 2006، صفحة 59).

نلاحظ تقارب في هذه التعاريف، بحيث ركزت على أن التعليم الإلكتروني يمكن المتعلمين من الوصول للمادة التعليمية في الوقت والزمان الذي يناسب المتعلم وهذه ميزة لا تتوافر في التعليم التقليدي بحيث يجب أن تتوافر جميع عناصر العملية التعليمية في وقت ومكان واحد.

رابعاً: هو "تقديم المحتوى التعليمي مع ما يتضمنه من شروحات وتمارين وتفاعل ومتابعة بصورة جزئية أو شاملة في القاعة أو عن بعد بواسطة برامج متقدمة مخزنة في الكمبيوتر أو بواسطة شبكة الانترنت" (كرار، 2011، صفحة 471).

يعرف اجرائياً: هو استخدام التقنيات الحديثة في العملية التعليمية والتعلمية بحيث يشمل ذلك عناصر المنهج المختلفة في مرحلة التخطيط أو التنفيذ أو التقويم سواء كان ذلك داخل القاعة الدراسية أو عن بعد.

2-2- الفرق بين التعليم الإلكتروني والتعليم التقليدي

يعتبر التعليم الإلكتروني ضرورة حتمية لكل المجتمعات سواء المتقدمة منها أو النامية، وبخاصة في ظل المتغيرات المتسارعة والمتلاحقة، فهذا النوع من التعليم يقدم فرصاً وخدمات تعليمية تتعدى الصعوبات المتضمنة في التعليم المعتاد.

الجدول 01: الفرق بين التعليم الإلكتروني والتعليم التقليدي

وجه المقارنة	التعليم الإلكتروني	التعليم التقليدي
أسلوب التعليم المستخدم	يعتمد على العروض الإلكترونية متعددة الوسائط، وأسلوب المناقشات وصفحات الويب.	يعتمد على الكتاب فلا يستخدم أي من الوسائل أو الأساليب التكنولوجية إلا في بعض الأحيان.
مدى التفاعل	يتيح استخدام الوسائط المتعددة للمتعلم الإبحار في العروض الإلكترونية، وتسمح له المناقشات عبر الويب بالتفاعلية.	لا يعتمد على التفاعل، يتم فقط بين المعلم والمتعلم والكتاب، باعتباره وسيلة تقليدية لا تجذب الانتباه.
سهولة التحديث	يمكن تحديثه بكل سهولة، وغير مكلف عند النشر على الويب بالطرق التقليدية.	عملية التحديث هنا غير متاحة لان عند طبع الكتاب لا يمكن جمعه والتعديل فيه مرة أخرى بعد النشر.
الإتاحة	متاح في أي وقت، حيث يمكن الدخول على الأنترنت من أي مكان، لذا ففرصة التعليم له متاحة عبر العالم.	له وقت محدد في الجدول، وأماكن محددة، وفرص التعليم فيه مقتصرة على الموجود في إقليم أو منطقة التعليم.
الاعتمادية	يعتمد على التعليم الذاتي وحيث يتعلم المعلم وفقاً بقدراته واهتماماته وحسب سرعته والوقت الذي يناسبه.	يعتمد على المعلم، لذا هو غير متاح في أي وقت، ولا يمكن التعامل معه إلا في الفصل الدراسي فقط.

المصدر: (كلاّب، 2011، صفحة 33)

3-التعليم الإلكتروني في المدرسة العليا لأساتذة التعليم التكنولوجي بسكيكدة:

قبل الحديث حول نظام التعليم بالمدرسة وجب إعطاء لمحة وجيزة عن المدرسة للتعريف بها أولاً. بعد ذلك نعرض على النمط التعليمي السائد بها (التعليم الحضوري) لنصل في الختام على مراحل تبني التعليم الإلكتروني بالمدرسة.

1.3 لمحة عن المدرسة:

المدرسة العليا لأساتذة التعليم التكنولوجي بسكيكدة هي مؤسسة عمومية ذات طابع علمي ثقافي ومهني تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تحت وصاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي (المرسوم، 16-176، 2016، صفحة 1)، تم إنشاءها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-254 المؤرخ في 10 أوت 2009، وتم تحديد مقرها بمدينة سكيكدة و يمكن نقله إلى أي مكان آخر من التراب الوطني بمرسوم يتخذ بناء على تقرير الوزير المكلف بالتعليم العالي (المرسوم، 09-254، 2009، صفحة 2)، بدأت المدرسة نشاطها خلال الموسم الجامعي 2010/2011، كان مقرها بمدينة سكيكدة حي الإخوة بوحجة "مرج الديب"، ليتم نقلها إلى مدينة عزابة خلال الموسم الجامعي 2012/2013، تقع حاليا المدرسة بمدينة عزابة الواقعة في شرق ولاية سكيكدة حي الإخوة بوسنة مقابل محكمة عزابة، وتبعد عن مدينة سكيكدة بـ 34 كلم، تبلغ مساحتها: 5600 متر مربع ويبلغ عدد موظفيها (أساتذة وعمال) مئتان و ستة وثلاثون (236) موظفا، موزعين كما يلي:

الجدول رقم (02): التعداد الحقيقي للموظفين الأساتذة في المدرسة إلى غاية 2021/10/31.

العدد	الرتبة	السلك
01	استاذ التعليم العالي	سلك الاساتذة
17	أستاذ محاضر قسم أ	سلك الأساتذة المحاضرين
60	أستاذ محاضر قسم ب	
77	مجموع الأساتذة المحاضرين	
35	أستاذ مساعد قسم أ	سلك الأساتذة المساعدين
7	أستاذ مساعد قسم ب	
42	مجموع الأساتذة المساعدين	
120	المجموع الكلي للأساتذة	

المصدر: نيابة مديرية المستخدمين والتكوين والنشاطات الثقافية والرياضية

يتضح لنا من الجدول، أن الفئة الغالبة في المدرسة هي فئة الأساتذة المحاضرين قسم ب بعدد يساوي 60 من أصل 120 أستاذ، وهذا ما يدل على جد ايجابي للمدرسة ما يعكس خبرتهم الميدانية، أما فئة الأساتذة المحاضرين أ فقد بلغ عددها 17 من أصل 120 أستاذ، وهو شيء إيجابي للمدرسة مقارنة بحداثتها، كذلك مستوى الأساتذة المحاضرين أ والاساتذة يساهم بدرجة كبيرة في تقديم خدمة تعليمية متميزة للطلبة.

2.3 اجراءات انتهاء السنة الجامعية 2020/2019 في ظل ازمة كوفيد 19:

عملا بتعليمات الوزارة الوصية، وبغرض انتهاء السنة الجامعية 2020/2019، قامت المدرسة بما يلي:

- التركيز على ضرورة أن ينهي طلبة التخرج سنتهم في وقت معقول بما يضمن لهم الالتحاق بمناصب عملهم. وفي هذا الإطار فقد برمجت المدرسة مناقشة مذكرات التخرج خلال الأسبوع الأخير من شهر جوان والأسبوع الأول من جويلية لمن توفرت لديه وسيلة النقل، وهو ما سمح لأزيد من 80% من الطلبة من إكمال هذا الواجب البيداغوجي.
- تفويج الطلبة على ثلاث دفعات للدراسة حضوريا ثلاث أسابيع وإجراء الامتحانات في أسبوع واحد. وكانت البداية بطلبة التخرج حيث أكملوا مناقشة مذكراتهم وأجروا الامتحانات التي تمت يوم 14 سبتمبر لتسلم الشهادات في وقت قياسي يوم 15 سبتمبر.
- المجيء بباقي الطلبة على دفعتين للدراسة ثلاث أسابيع وإجراء الامتحانات وهو ما أفضى إلى إنهاء السنة الجامعية 2020/2019 نهائيا في الأسبوع الثالث من نوفمبر.

لقد شهدت المدرسة في سبتمبر 2020 تخرج (440) موزعين على مختلف الفروع والتخصصات كما هو مبين في الجدول (03).

الجدول (03): تعدادات الطلبة المتخرجين في سبتمبر 2020

التخصص	العدد
أستاذ التعليم المتوسط رياضيات	56
أستاذ التعليم المتوسط تربية تكنولوجية	55
أستاذ التعليم الثانوي رياضيات	80
أستاذ التعليم الثانوي فيزياء	72
أستاذ التعليم المتوسط علوم طبيعية	52
أستاذ التعليم الثانوي علوم طبيعية	125
المجموع	440

المصدر: من وثائق المدرسة

وأثمرت عملية التسجيل في هذا الدخول الجامعي إلى التحاق (242) طالبا جديدا موزعين على مختلف الفروع والتخصصات كما هو مبين في الجدول (04).

الجدول (04): تعدادات الطلبة الجدد المسجلين 2021/2020

التخصص	العدد
أستاذ التعليم المتوسط علوم دقيقة	52
أستاذ التعليم المتوسط علوم طبيعية	27

47	أستاذ التعليم الثانوي علوم دقيقة
26	أستاذ التعليم الثانوي علوم طبيعية
22	أستاذ التعليم الثانوي التقني هندسة كهربائية
15	أستاذ التعليم الثانوي هندسة الطرائق
26	أستاذ التعليم الثانوي هندسة مدنية
27	أستاذ التعليم الثانوي هندسة ميكانيكية
242	المجموع

المصدر: من وثائق المدرسة

وتبين هذه الحصيلة توجه إدارة المدرسة لتقليص التعدادات مؤقتا حتى تتضح الرؤيا بخصوص الاحتياجات الفعلية لقطاع التربية الوطنية. وبذلك فإن التعدادات الجديدة تصبح كما هو مبين في الجدول (05).

الجدول 05: تعدادات طلبة المدرسة حسب التخصص

عدد الطلبة	التخصص	الملح
63	سنة أولى علوم دقيقة	أستاذ التعليم المتوسط
54	سنة أولى علوم دقيقة	أستاذ التعليم الثانوي
159	علوم طبيعية	أستاذ التعليم المتوسط
197	علوم طبيعية	أستاذ التعليم الثانوي
129	هندسة كهربائية	أستاذ التعليم الثانوي التقني
117	هندسة الطرائق	أستاذ التعليم الثانوي التقني
127	هندسة ميكانيكية	أستاذ التعليم الثانوي التقني
126	هندسة مدنية	أستاذ التعليم الثانوي التقني
87	رياضيات	أستاذ التعليم المتوسط
156	رياضيات	أستاذ التعليم الثانوي
58	تربية تكنولوجية	أستاذ التعليم المتوسط
111	فيزياء	أستاذ التعليم الثانوي
1384	المجموع	

المصدر: من وثائق المدرسة

3.3- الانتقال من التعليم الحضوري الى التعليم الالكتروني:

بعد تفشي فيروس كوفيد 19 المستجد، اصدرت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تعليمات الى مؤسساتها تحت الوصاية مفادها توقف الدراسة بالشكل الحضوري، لتتوقف الدراسة بمؤسسات التعليم العالي بتاريخ 12 مارس 2021، غير أن الوزارة الوصية قد صممت بروتوكول صحي يتناسب والوضع الوبائي يتضمن نمط جديد من التعليم يكون عن بعد. وعلى إثر ذلك سارعت المدرسة إلى اعتماد نظام التعليم الإلكتروني بتكاتف جهود كل مستخدمى المدرسة من طاقم اداري وتدريسي واستجابة فاعلة من متلقي الخدمة (الطلبة).

وسعى منها إلى اعتماد التعليم بالشكل الالكتروني لجأت المدرسة إلى استخدام منصة Moodle وهي اختصار لـ Modular Oriented Object Dynamic Learning Environment، وتعني بيئة نموذجية ديناميكية غرضية التوجه (عبد اللاوي، 2021، صفحة 6).

تم انشاء الأقسام الأربعة للمدرسة (قسم الفيزياء والكيمياء، قسم التكنولوجيا، قسم الرياضيات وقسم العلوم الطبيعية) على المنصة، كذلك تم إخطار الأساتذة وجميع الطلبة بالمدرسة بضرورة استخدام البريد الإلكتروني المهني كوسيلة تواصل وتم فتح حسابات مهنية للطلبة والاساتذة. حتى يتمكن الاساتذة من وضع المحاضرات في المنصة والطلبة من الاطلاع على المحاضرات الموضوعة.

قام أساتذة المدرسة بإعداد الدروس المتبقية من السنة الجامعية 2019 -2020 ورفعها على المنصة بمختلف الصيغ PDF، PowerPoint، Word document، vidio.

ومراعاة لظروف الطلبة ومشكلة عدم توفر الأنترنت لدى البعض منهم، أبرمت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي اتفاقا مع متعاملي الهاتف النقال موبيليس، أوريدو، وجازي (Mobilis, Ooredoo, Djezzy) لتمكين الطلبة الجامعيين من زيارة منصة الموودل وتحميل المحتوى مجانا دون أي رصيد أو تكلفة. لكن للأسف الشديد، اقتصر استخدام الموودل على رفع الدروس فحسب. في حين يمكن الاستفادة من مزايا عدة لهذه المنصة. علاوة على إضافة المحتوى التعليمي، يمكن للأستاذ فتح مجال للنقاش مع الطلبة (منتدى النقاش، تبادل الرسائل بين الطلبة، تقسيمه إلى مجموعات صغيرة أو أفواج) لعمل محادثات متزامنة مثلا (عمل تقييم، أسئلة اختبار أو فروض للطلبة) اختبارات إلكترونية أو مهمات إلكترونية (ويمكن جدولتها بشكل متزامن أو غير متزامن، بحيث يستلمه الأستاذ إلكترونيا على شكل صورة (Image) أو مقطع صوتي (Audio)) أو بي دي أف (PDF) وتصحيحه أو تقييم الطلبة إلكترونيا كذلك، من خلال نوافذ النظام وإخطارهم بالنتيجة مع إمكانية الاطلاع على أي ملاحظات أو توجيهات من طرف الأستاذ (عبد اللاوي، 2021، صفحة 6).

ويحسب للمدرسة ايضا فتح قناة يوتيوب خاصة بالمدرسة، اذ يمكن للأساتذة ادراج محاضرات ودروس مسجلة بطريقة الفيديو لفائدة الطلبة. وتتم ادارة هذه القناة من طرف مهندسين في الاعلام الالي بالمدرسة. غير ان الشيء الذي يحسب على المدرسة عدم امتلاكها استوديو مجهز لتسجيل المحاضرات والدروس بطريقة احترافية، ومع ذلك سعت المدرسة الى شراء tableau interactif الا ان الموردين اعتدوا عن عدم قدرتهم على توفير السلعة.

3-4 الإجراءات الاحترازية لانطلاق السنة الجامعية 2021/2020:

بدأت السنة الجامعية الجديدة في ظروف صعبة جدا ومتأخرة عن موعدها الطبيعي بسبب ما أقتطع منها من وقت لإتمام سابقتها إذ تم إيجاد طريقة لتنظيم تفويج الطلبة والدراسة عن طريق دفعات. حيث أن نسبة 15 % من الأساتذة قد نال منهم الوباء غير انه لم تسجل أي حالة وفاة. وبالنسبة للطلبة لا تمتلك المدرسة أي أرقام لعدم تقديمهم أي معلومات أما الموظفين الإداريين نفس الحالة مع الأساتذة.

فبعد مراسلات الوزارة الوصية للسيناريوهات الواجب العمل بها، شهدت المدرسة نقاشا معمقا وطويلا حول المقاربة التي ينبغي إتباعها لتخطيط وبرمجة نشاطات السنة الجديدة بيداغوجيا. وأدت إلى اختيار السيناريو الأكثر ملاءمة لمعطيات المدرسة من حيث ما هو متوفر من فضاءات بيداغوجية وإيوائية بالنسبة للجزء الحضوري من التدريس والإمكانات التقنية بالنسبة لجزء التدريس عن بعد. وقد تم الاتفاق على برمجة السنة وفقا للجدول التالي:

الجدول 06: برمجة السنة 2021/2020

السداسي الأول:

التاريخ	من 2020/12/15 إلى 2021/01/14	من 2021/01/16 إلى 2021/02/11	من 2021/02/13 إلى 2021/03/11
الدفعة	1 EME PEST 4 EME PEST	الدراسة عن بعد	الدراسة عن بعد
الدفعة 1	الدراسة عن بعد	2 EME PEST	الدراسة عن بعد
الدفعة 2	الدراسة عن بعد	الدراسة عن بعد	3EME PEST
الدفعة 3			

السداسي الثاني:

الدفعة	التاريخ	ملاحظة
الدفعة 3 قسم التكنولوجيا	من 2021/03/06 إلى 2021/03/11	امتحان السداسي الأول
سنوات التخرج + سنة 3 (علوم ط.رياضيات.فيزياء)	من 2021/03/21 إلى 2021/03/25	امتحان السداسي الأول
الدفعة 1	من 2021/03/28 إلى 2021/04/22	دراسة + اسبوع امتحان س1

دراسة+ اسبوع امتحان س1	من 2021/04/25 إلى 2021/05/20	الدفعة 2
امتحان السداسي الثاني	من 2021/06/12 إلى 2021/06/17	السنة 1 + السنة 3
امتحان السداسي الثاني	من 2021/06/19 إلى 2021/06/24	السنة 4+ السنة 2
	من 26 و 27 و 28 جوان 2021	مناقشة مذكرات التخرج
مداولات	29 جوان 2021	سنوات التخرج
امتحان استداركي	من 30 جوان إلى 03 جويلية 2021	سنوات التخرج
من 2021/07/06 مداولات بقية الأقسام	2021/07/01 قسم التكنولوجيا	المداولات
مداولات ما بعد الامتحان الاستداركي	2021/07/04	سنوات التخرج
		تسليم الشهادات
ملاحظة	التاريخ	الدفعة
الدراسة حضورية	من 2021/03/28 إلى 2021/04/22	الدفعة 1
الدراسة عن بعد		الدفعة 2 + الدفعة 3
الدراسة حضورية	من 2021/04/25 إلى 2021/05/20	الدفعة 2
الدراسة عن بعد		الدفعة 1 + الدفعة 3
الدراسة حضورية	من 2021/05/23 إلى 2021/06/10	الدفعة 3
الدراسة عن بعد		الدفعة 01+ الدفعة 02
	من 26 و 27 و 28 جوان 2021	مناقشة مذكرات التخرج
مداولات	29 جوان 2021	سنوات التخرج
امتحان استداركي	من 30 جوان إلى 03 جويلية 2021	سنوات التخرج
2021/07/06 مداولات بقية الأقسام	2021/07/01 قسم التكنولوجيا	المداولات
مداولات ما بعد الامتحان الاستداركي	2021/07/04	سنوات التخرج

المصدر: من وثائق المدرسة

إن المعطيات المدونة في الجدول السابق (06) تبين أن النشاط البيداغوجي سيكون خلال هذه السنة الجامعية ثلثه (1/3) حضوريا وثلثيه (2/3) عن بعد. وتقاديا للعوائق التي حدت من فعالية ونجاعة التعليم عن بعد، وأخذا بعين الاعتبار لما هو متاح تقنيا فقد طلب من الأساتذة الالتزام على الأقل بما يلي:

- أن يقابل كل حصة مبرمجة ملف واحد من الشكل PPT يحتوي على شرح صوتي للمضامين البيداغوجية.
 - ألا تقل فترة الشرح الصوتي عن خمسين دقيقة احتراما للأحجام الساعية القانونية المقررة على كل أستاذ حسب رتبته.
- وبإمكاننا أن نقول اليوم وقد تم إنجاز نصف ما خطط له، أن الزملاء الأساتذة التزموا في مجملهم، فيما عدا بعض الاستثناءات، بالنقاط السالف ذكرها. وننوه بالمجهودات الجبارة التي بادر بها البعض من خلال إنشاء قنوات على اليوتيوب وعرض محاضراتهم على شكل فيديوهات جيدة شكلا ومضمونا.

5.3 مناقشة النتائج:

من خلال تكاثف جهود الاسرة الجامعة للمدرسة من موظفين واساتذة وطلبة وكل الفاعلين في العملية التعليمية والتعليمية بصفة عامة، اثبتت المدرسة قدرتها على مواصلة السنة الجامعية وعدم توقفها وخروجها سالمة غانمة من شبح السنة البيضاء رغم المعوقات العديدة التي كانت تقف عائقا امام استمرار الدراسة خاصة بنمط التعليم عن بعد. هذا وقد تنوعت هذه المعوقات منها المادية التي حصلت على النصيب الأوفر. فالمدرسة بالرغم من انشاء منصة مودل سنة 2015 إلا أنها لم تتصور بأنه يوما ما سيتم التخلي عن التعليم الحضوري والتحول الى التعليم عن البعد الذي يتطلب بنية تحتية ضخمة، فعلى سبيل المثال لم يكن يتوفر في المدرسة serveur عالية التخزين تسمح بتخزين كم هائل من المعلومات ويسمح للأستاذ والطالب على اجراء التعليم المتزامن. كذلك عدم تخصيص المدرسة لقاعة تعليم مغلقة تكون مجهزة بالألواح الذكية التي تسمح للأستاذ بتسجيل شرح مفصل للدروس في صيغة vidio يقدم للطلبة عبر قناة اليوتيوب الخاصة بالمدرسة .

ولعل ثاني عائق حال دون التطبيق الجيد للتعليم الإلكتروني في المدرسة هو نقص الخبرة للكادر التدريسي في استخدام المنصات الرقمية، الوسائط الإلكترونية ومنصة مودل، ويضاف الى ذلك غياب ثقافة التعليم عن بعد لدى متلقي الخدمة وصانعي الخدمة. ايضا ضعف الانترنت وتذبذبها شكل عائقا كبيرا امام الطلبة خاصة قاطني المناطق النائية.

ويمكن اعتبار العائق القانوني ضمن اخر المعوقات، ولكن يحسب على الوزارة الوصية التي لم تشرع نصوص قانونية قبل مجيء كوفيد 19 المستجد، تلزم بها مؤسسات التعليم العالي تحت الوصاية بالتوجه نحو التعليم عن بعد ولو على فترات بالتزامن مع التعليم الحضوري (اعتماد على التعليم المتزامن أو المدمج). فهذا النمط من التعليم يسمح بالتوجه نحو خلق الجامعات الرقمية على غرار باقي الجامعات العربية والعالمية .

في هذا الشأن نذكر الجامعات الرقمية في كندا وهي جامعة حكومية معترف بها، غير ربحية، تقدم دروسا ومقررات إلكترونية بأكثر من 2500 كورسا تقدم من قبل الجامعة الكندية الرقمية، حيث الدبلومات والشهادات تقدم عبر تلك المقررات الإنجليزية أو الفرنسية. وجميع المقررات الإلكترونية معترف بها في جميع جامعات كندا والولايات المتحدة

الأمريكية والجمعيات المهنية الدولية المقدمة، تأسست في عام 2000م كأول جامعة رقمية في العالم وتم إلغاؤها في نهاية 2019م. والجامعة الرقمية عبارة عن اتحاد من الجامعات الكندية توفر التعليم عن بعد وعبر الإنترنت، وهي ممولة من القطاع العام معترف بها بموجب تشريعات المقاطعة وجمعيات منح الشهادات المعتمدة لضمان الجودة للمؤسسات والبرامج. وتوجد تسع جامعات رقمية في مختلف مقاطعات كندا هدفها هو: تعزيز الفرص التعليمية المتاحة عبر الإنترنت للطلاب في جميع أنحاء كندا، والاستجابة لاحتياجات المتعلمين، وتوفير الريادة في مبادرات التعليم الإلكتروني، والحصول على تعليم عالي الجودة لجميع الطلبة عبر العالم. وتتوفر على قاعدة بيانات لدورات عن بعد مقدمة من 11 جامعة معتمدة تقدم دورة رقمية، تدويل التعليم الجامعي. احتفظت الجامعات باستقلالية كاملة فيما يتعلق بالسياسات واللوائح الإعلامية والقبول والرسوم، وتضم المقررات والتقييم وقد تم إحلال الاتحاد مع الجامعات في 2019 وذلك لاختلاف الوضع حالياً مع وجود عدد من الخيارات لدى الطلبة والمزيد من المؤسسات إلى تقديم التعليم عبر الإنترنت والتعليم عن بعد (الربيعان، 2021).

وللنهوض بالتعليم الإلكتروني في مؤسسات التعليم العالي بصفة عامة والمدرسة العليا لأساتذة التعليم التكنولوجي بصفة خاصة، وجب على الوزارة الوصية والقائمين على العملية التعليمية والتعليمية القيام بدعم مبادرات التعلم المتزامن مع توفير البنية التحتية الكفيلة بتطبيق التعليم عن بعد من منصات الكترونية وخزانات ذات المستوى العالي بالإضافة الى تكوين أعضاء الهيئة التدريسية على استعمال المنصات الرقمية. كذلك توفير الحماية للمستندات الإلكترونية. والعمل على التحول من الجامعات التقليدية الى الجامعات الرقمية والوصول الى صفر تعليم حضوري. كما يجب على وزارة التعليم العالي والبحث العلمي اصدار نصوص قانونية (مراسيم تنفيذية، قرارات... الخ) تفيد بإجبارية تطبيق التعليم الإلكتروني في جميع المؤسسات التعليمية تحت الوصاية.

4-خاتمة:

أحدثت أزمة كوفيد 19 المستجد حالة من الصدمة والارتباك في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر، وجعلتهم يكتشفون مدى تقصيرهم وضعفهم في مواكبة تكنولوجيا التعليم. فبينما يحاول خبراء علم الفايروسات إنتاج مصلٍ يقتل أو يوقف الفيروس عند حده، كانت مؤسسات التعليم العالي الجزائرية تتخبط في تجريب التطبيقات التعليمية لممارسة التعليم عن بعد.

أدى وصول الوباء، بالسلطات العمومية الى اقرار جملة من الاجراءات للحيلولة دون انتشاره، ومنها توقف الدراسة بالشكل الحضوري. والبدء في التعليم عن بعد في الأسبوع الثالث من شهر مارس. غير أن هذا النمط من التعليم لم يكن محضرا له بشكل جيد بالرغم من اعتماده في المدرسة خلال السنة الجامعية 2016/2015 من خلال منصة مودل. وهذا ما جعل نجاعته محدودة. وكاد يقتصر على ملفات pdf بادر أساتذة المدرسة بوضعها على المنصة التعليمية مودل للمدرسة .

النتائج: من خلال دراستنا لواقع التعليم الإلكتروني في المدرسة توصلنا الى النتائج التالية:

- إن قياس إحصائيات الولوج للمنصة بينت أن نسبة الطلبة الذين زاروا المنصة وقاموا بتنزيل المحتويات البيداغوجية لا يتجاوز 15. %
- اقتصر التعليم الإلكتروني في المدرسة على وضع محاضرات في صيغتي الورد و pdf و vidio عبر منصة مودل؛
- لم يكن محضرا بالشكل الجيد للتعليم عن بعد في المدرسة؛
- انعدام شبه كلي للبنية التحتية في المدرسة، غير أن إدارة المدرسة سعت الى توفير الواح ذكية، وقبول هذا المسعى بعدم قدرة الموردين على تلبية الطلبية؛
- تعمل المدرسة على انشاء قاعة مجهزة تسمح للأساتذة بتقديم المحاضرات؛
- اثبت فيروس كوفيد 19 المستجد لمؤسسات التعليم العالي ضعفها في نمط التعليم الإلكتروني.
- التوصيات:** في ضوء النتائج السابقة نوصي القائمين على المدرسة بما يلي:
- ✓ الاستمرار في مسعى تطوير البنى التحتية التي يتطلبها التعليم الإلكتروني
- ✓ التكثيف من عمليات تكوين كل الفاعلين في العملية التعليمية والتعلمية دون استثناء؛
- ✓ تكوين الأساتذة والطلبة حول استخدام منصة مودل، مع ضرورة تقديم شرح صوتي حول استعمال المنصة؛
- ✓ تعميم نمط التعليم عن بعد والسعي للوصول الى الجامعة الرقمية.
- ✓ لتحقيق أي تنمية في أي قطاع لابدّ من الالتزام بالجودة ومتطلباتها لتحقيق منافع للمجتمع والوطن.

قائمة المصادر والمراجع:

- أحمد سالم، (2004)، تكنولوجيا التعليم والتعليم الإلكتروني. مكتبة الرشد، الرياض.
- بدر الخان (2005)، استراتيجيات التعليم الإلكتروني. شعاع للنشر والعلوم، سوريا.
- عبد الرحمان الشريف كرار، (2011)، المعايير القياسية لبناء نظم التعليم الإلكتروني. المؤتمر العربي الدول، جامعة الزرقاء، الاردن.
- وليد بن سالم الحلفاوي، (2006)، مستحدثات تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات. دار الفكر، الاردن.
- رامي راغب حمد كلاب، (2011)، درجة توافر كفايات التعليم الإلكتروني لدى معلمي التعليم التفاعلي المحوسب في مدارس وكالة الغوث بغزة وعلاقتها باتجاهاتهم نحوها. كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة فلسطين.
- المرسوم التنفيذي رقم 16-176 المؤرخ في 14 جوان 2016، الذي يحدد القانون الأساسي النموذجي للمدرسة العليا، الجريدة الرسمية رقم 11، المؤرخة في 19 جوان 2016.
- المرسوم التنفيذي رقم 09-254 المؤرخ في 10 أوت 2009، يتضمن انشاء مدرسة خارج الجامعة للتعليم التكنولوجي بسكيكدة، الجريدة الرسمية رقم 46 لسنة 2009.
- هشام عبد اللاوي، (2021)، تجربة التعليم عن بعد بالجامعات الجزائرية في ظل انتشار كوفيد 19: جامعة ادرار نموذجا. مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، المجلد 06، العدد 02.
- وفاء الربيعان، (2021)، لننتعرف على التجربة الكندية في التعليم الإلكتروني. تم الاسترداد من تعليم جديد : <https://www.new-educ.com/> التجربة-الكندية-التعليم-الإلكتروني، تاريخ التصفح: 2021/11/03.

Study of The Factors Affecting Purchasing Decisions in The Algerian Industrial Company

Nezai Azzeddine¹

Hamadene Zineb²

Amer abderrahmen³

¹ University of SAIDA Dr Moulay Tahar, Algeria.,

² Laboratory of Management and Evaluation Performance of Enterprise, University of SAIDA, Algeria.

³ Laboratory Management of local authorities and local development, University of Mascara., Algeria.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 28/02/2019

Accepted: 30/09/2019

Online: 15/12/2019

Keywords:

Industrial purchasing

environmental factors

marketing factors

Algerian industrial

Companies

JEL Code: M31, D01

ABSTRACT

This research paper aims to provide a clear and integrated vision about the environmental and marketing factors affecting the industrial purchasing process, in terms of the concept of the procurement process, the characteristics and importance of the process for the Algerian industrial Companies; The results proved that there is an impact of environmental and marketing factors on the industrial purchasing process in the Algerian industrial Companies. The results also showed that the technological and promotional factors have a medium effect on the industrial purchasing decision. The study also recommended paying attention to the human element and modern methods of purchasing to upgrade the industrial procurement process.

العوامل المؤثرة في القرارات الشرائية بالمؤسسة الاقتصادية الصناعية الجزائرية

نزعى عزالدين¹

حمدان زينب²

عمر عبد الرحمن³

¹ جامعة سعيدة الدكتور مولاي الطاهر، الجزائر، nezai.azzeddine@gmail.com

² مخبر "إدارة وتقييم أداء المؤسسات - إتمام" جامعة سعيدة الدكتور مولاي الطاهر، الجزائر، zineb.hamadene@univ-saida.dz

³ مخبر البحث في تسيير الجماعات المحلية والتنمية المحلية. جامعة معسكر، الجزائر، amer.abderrahmen@univ-mascara.dz

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال: 2019/02/28

تاريخ القبول: 2019/09/30

تاريخ النشر: 2019/12/15

الكلمات المفتاحية

الشراء الصناعي

عوامل بيئية

عوامل تسويقية

المؤسسة الصناعية الجزائرية

JEL Code: M31, D01

الملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تقديم رؤية واضحة ومتكاملة حول العوامل البيئية والتسويقية المؤثرة في عملية الشراء الصناعي، من حيث مفهوم عملية الشراء، خصائص وأهمية العملية بالنسبة للمنظمة الصناعية الجزائرية؛ أثبتت النتائج أن هناك تأثير للعوامل البيئية والتسويقية على عملية الشراء الصناعي في المؤسسات الصناعية الجزائرية، كما بينت النتائج أن العوامل التكنولوجية والخاصة بالترويج لها تأثير متوسط على قرار الشراء الصناعي، كما أوصت الدراسة بالاهتمام بالعنصر البشري والطرق الحديثة في الشراء لترقية عملية الشراء الصناعي.

1- مقدمة:

أصبح واضحا أن منظمات الأعمال الآن تواجه ظروفًا تدفعها باتجاه التأكيد على النشاطات التي تضيف القيمة في أعمالها قدر الإمكان، وربما كان أحد تلك النشاطات هو نشاط الشراء الذي يساهم في توفير معظم مدخلات المنظمة. لذا ينبغي على مديري المنظمات تغيير النظرة القديمة لوظيفة الشراء في المنظمة التي مفادها الشراء بأقل الأسعار، وتبني النظرة الحديثة لوظيفة الشراء التي مفادها الحصول على المشتريات التي تضيف أعلى قيمة في عمليات المنظمة وتساعد في بناء علاقات وثيقة مع المجهز الذي صار يعتبر صاحب مصلحة وشريك استراتيجي مهم في أعمال المنظمة، ومن الجدير بالذكر القول أن ضعف الاهتمام بتحليل المؤثرات البيئية والتسويقية في عملية الشراء الصناعي للمنظمات يمكن أن يعزى إلى عدم الإلمام الكافي بها ونقص الخبرات اللازمة لتحديد متغيراتها الأساسية والقدرة على تبويب تلك المتغيرات كل ضمن مؤثرات معينة، مما قد يؤدي إلى ضعف في أداء عملية الشراء الصناعي - التي تتميز عادة بكلفتها ومخاطرها - وبذلك فإنها تحتاج إلى الدراسة والتعرف الجيد على أبرز المؤثرات فيها من أجل التفكير بطريقة مناسبة للاستجابة أو التحوط لها.

كما أن تحليل مؤثرات الشراء الصناعي ضمن مسؤوليات مدير الشراء في منظمات الأعمال لما يترتب عليها من تعقيد أو تبسيط في تنفيذ وظيفة الشراء التي غالبا ما تستجيب لتلك المؤثرات وتدفع لها، ويفضل أن يوثق ذلك التحليل في سجلات مناسبة يجري حفظها في قسم الشراء داخل المنظمة. حتى يتسنى عرضها على الإدارة العليا عندما تطلب لاستخدامها في أغراض التخطيط والتقييم والبحث والتطوير واتخاذ القرارات المتعلقة بالشراء والتخزين والتجهيز، وينبغي أن توجه المنظمات أنظارها بشكل كبير نحو المؤثرات البيئية والتسويقية في شرائها لأن الضغوط التي تفرضها تلك المؤثرات كبيرة وغالبا لا تستطيع المنظمة التصدي لها بل يكون الخيار متاح أمامها هو الاستجابة لها، بخلاف المؤثرات الفردية في شرائها التي يمكن أن تسيطر عليها المنظمة عن طريق اختيار موظف الشراء الذي يمتاز بالمعرفة والخبرة ويتقيد بالتعليمات والضوابط التي حددت لسلوكه الفردي.

وعليه فإن مواجهة المنظمة الصناعية لتلك المؤثرات سواء البيئية أو التسويقية هو حتمية لا يمكن التخلص منها أثناء عملية الشراء. لذا فإن من خلال هذا البحث سنحاول الإجابة عن الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير العوامل البيئية والعوامل التسويقية في قرار الشراء بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى ما يلي:

- تقديم إطار نظري ورؤية واضحة ومتكاملة حول العوامل المؤثرة في عملية الشراء الصناعي، من حيث مفهوم عملية الشراء، خصائص وأهمية العملية بالنسبة للمنظمة الصناعية؛

- دراسة مدى تأثير العوامل البيئية والتسويقية في قرار الشراء الصناعي؛

- معرفة طبيعة السلوك الشرائي للمنظمة ودور الشراء في تقديم القيمة للمؤسسة؛
 - محاولة تقديم نتائج تفيد المنظمات الصناعية وتفيد أيضا رجال التسويق أثناء عملية الشراء.
الدراسات السابقة:

دراسة يوسف (2008) تحت عنوان "دور المؤثرات البيئية في الشراء الصناعي دراسة حالة مصنع إسفلت الموصل" (يوسف، 2008) اعتبرت الدراسة عملية الشراء الصناعي كمتغير تابع، أما المتغيرات المستقلة فهي العوامل البيئية المتمثلة في: العوامل الاقتصادية، العوامل السياسية والقانونية، العوامل التكنولوجية، العوامل التنافسية وأخيرا العوامل الأخلاقية.

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تلعب المؤثرات السياسية والقانونية دورا مهما في عملية الشراء الصناعي واحتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية بنسبة مئوية تقدر ب 25 %.
 - واحتلت المؤثرات الاقتصادية المرتبة الثانية من حيث الأهمية بنسبة مئوية قدرت ب 23 %.
 - كما احتلت العوامل الأخلاقية المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تقدر ب 20 %.
 - واحتلت المؤثرات التنافسية المرتبة الرابعة بنسبة 18 %.
 في حين احتلت العوامل التكنولوجية المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرت ب 14 %.

دراسة (Nadejda, 2001) تحت عنوان الدراسة: " ISO-10015 Programmed for Quality workforce, Testing and Diagnostics

أجريت هذه الدراسة في روسيا وحاول الباحث فيها أن يعالج مشكلة ضعف إتباع ضوابط متطابقة تدعم سياسة تدريب الأفراد في إدارة الشراء لمعظم الشركات الروسية وعلى وفق استراتيجية إصلاحات السوق التي اعتمدتها الحكومة الروسية في مطلع الالفية الثالثة الميلادية.

وأن الهدف من اجراء هذه الدراسة هو تطوير سياسات تدريب الأفراد على الشراء في الشركات الروسية وعلى وفق سلسلة المعايير التي حددتها الايزو 10015 وبما يؤدي إلى إصلاحات بالمستوى الكلي للتدريب في روسيا.
 وقد توصلت إلى مجموعة من الاستنتاجات أبرزها ان استخدام الايزو في الشركات الروسية يتوقع له أن يحقق الأهداف الآتية:

- تحسين جودة أداء القوى العاملة الروسية.
 - أن يخدم كأساس لخلق أرضية لمعايير التدريب على الشراء الصناعي الموجود في روسيا.
 - أن يوجه تنظيم الحكومة للتدريب.
 - أن يوفر الدعم والاسناد للقوى العاملة المدربة مما يؤدي إلى حركة عمل أوسع.

2-الإطار النظري للدراسة:

2-1-تعريف وتحليل عملية الشراء الصناعي:

تزداد أهمية وظيفة الشراء يوما بعد يوم، ففضلا عن شراء المواد الأولية والخدمات التي لا يمكن امتلاكها مثل الطاقة وخدمات الصرف الصحي، فقرارات مثل الشراء أم التصنيع، أو زيادة مستوى الجودة، أو التخصص العالي وزيادة

درجة التركيز دائما ما تكون محصلتها التوجه نحو سوق الموردين للحصول على السلع والخدمات والعمل بالجودة المطلوبة وبالكمية أو الحجم المطلوب، في الوقت والمكان المطلوبين من موردين قادرين وبالكمية أو الحجم المطلوب في الوقت والمكان المطلوبين من موردين قادرين على التحول في المدى البعيد إلى شركاء فعليين.

واجهت شركة زينيا Xenia الرائدة في صناعة المحولات الكهربائية (Transducers) في عام 1992 منافسة شرسة من منافسيها بجنوب شرق آسيا إذ أصبحوا يبيعون نفس المحولات الكهربائية التي تنتجها زينيا بما يعادل فقط تكلفة تصنيعها للمنتج في ذلك الوقت، وقررت زينيا الاستجابة لتهديد المنافسة ولكن بصورة مختلفة، إذ لجأت لإدارة مشترياتها لإخراجها من المحنة بدلا من اللجوء لإدارة التسويق أو الإنتاج. قامت إدارة المشتريات بوضع استراتيجية تتمثل في خفض عدد الموردين الذين تتعامل معهم الشركة من 4000 إلى 400 مورد فقط، ومن ثم عملت على إعادة تأهيل هؤلاء الموردين الـ 400، وشرحت لهم أبعاد المنافسة التي تواجهها زينيا، وصارت تشرم في عمليات تصميم وتطوير المحولات الكهربائية الجديدة، كما تركت لهم حرية اختيار مواد أولية تناسب الأداء المطلوب ومستوى الجودة الذي حددته زينيا لمنتجاتها.

وكانت النتيجة أن انخفضت تكلفة المحولات بمعدل 50%، واختفت مشكلات جودة المواد الداخلة تماما، وتقلصت الفترة الزمنية التي تحتاجها الشركة لتوصيل المنتج من مجرد مفهوم (فكرة) إلى منتج ملموس للمستهلك النهائي بنسبة 45%، وانخفضت أيضا مدة الإنتاج بمعدل 65%، كل هذه النتائج تحققت في فترة أقل من ثلاث سنوات وعليه يمكن تعريف عملية الشراء الصناعي الشراء هو عملية اكتساب السلع والخدمات والعمل بالجودة المطلوبة، والكمية المطلوبة، في الوقت والمكان المطلوبين وبالسعر العادل من المورد المناسب، مع الوضع في الاعتبار تكلفة حياة المنتج الكلية وتحقيق أفضل قيمة للنقود المستثمرة في الشراء، والجدول التالي يوضح البعض من هذه التعاريف:

الجدول رقم 1: تعاريف الشراء الصناعي

(Bates و Nigel، 1998)	الشراء الصناعي هو عملية تتضمن التعاقد مع جهاز معين من أجل الحصول على مواد وخدمات معينة تستخدمها المنظمة في تصنيع المنتجات التي يحتاجها زبائننا.
(Waller, Johnson, & Davis, 1999)	الشراء الصناعي هو عملية تتضمن امتلاك المنظمة لمنتجات غير تامة الصنع من مصدر خارجي.
(Kauffman, 1999)	الشراء الصناعي هو فعالية تتضمن مجموعة نشاطات وظيفية ترتبط بالإدارة اليومية للموارد والمعلومات المتدفقة من الخارج.
(Stevenson, 1999)	الشراء الصناعي هو وظيفة تتضمن بضعة مهام يجري تنفيذها كليا أو جزئيا في أحد أقسام المنظمة، والذي يطلق عليه "قسم الشراء"، من أجل تلبية احتياجاتها من المواد والخدمات.

الشراء الصناعي هو عملية امتلاك أو اكتساب السلع والخدمات، التي ينبغي أن تحقق ما يلي: -المساعدة في تحديد السلع والخدمات التي يمكن تحصيلها من الخارج. -تطوير وتقييم أفضل (مجهز، سعر، تسليم) لتلك السلع.	(HEIZER & Barry, 1999)
الشراء الصناعي هو سلوك الأفراد أو الجماعات في الأسواق والذين يشترون المنتجات لتسهيل عملياتهم التشغيلية اليومية.	(Honerkamp, Moog, & Raffelhüschen, 2002)

المصدر: من إعداد الباحثين.

2-2 العوامل البيئية المؤثرة على قرار الشراء:

2-2-1 العوامل الاقتصادية:

يتوقف النشاط لأي منظمة على مدى قدرتها على مواكبة التغيرات المستمرة في البيئة التي تعمل بها وخصوصا التغيرات الاقتصادية والتي تأثر بشكل مباشر في العوامل التكنولوجية والتي تتضمن استعمال الطرق الحديثة في عمليات الإنتاج من أجل زيادة الإنتاجية أو تحسين نوعية الإنتاج، مما أوجب الاهتمام بالتغيير الاقتصادي حتى أصبح مطلبا أساسيا للنهوض في ظل التغيرات المتسارعة في بيئة العمل. ويمكن تمييز الظرف العام للاقتصاد في أي بلد من خلال النمو الاقتصادي، البطالة، استقرار الأسعار، الدخل، المتاح من الموارد والأموال والاعتمادات (Andersen & Rask, 2003, p. 85).

2-2-2 العوامل السياسية والقانونية:

تتضمن العوامل السياسية والقانونية، الاتفاقيات والمعاهدات ومجموعة القوانين والتشريعات المتداولة في المجتمعات والبلدان على اختلاف ثقافتها وحكوماتها، والتي تفرض نفسها على المنظمات الصناعية وتحدد أعمالها مثل قيود التجارة الدولية، والتوجهات الحكومية نحو الاعمال والنشاطات الاجتماعية، والتمويل الحكومي لبعض برامج التنمية، وتمتلك القوى البيئية السياسية والقانونية تأثيرا واضحا وكبيرا في تحديد معظم قرارات المنظمة ومنها قرارات الشراء، إذ ربما تخفف الحكومة إجراءات الرقابة على العمليات الصناعية التي ترى بأنها جهود مثمرة ومخلصة للبلد مثل المنظمات العاملة في القطاع النفطي، أو ربما تصبح الحكومة زبون أو مجهزة أساسي لمنظمة معينة.

2-2-3 العوامل التكنولوجية:

تعد التكنولوجيا واحدة من المتغيرات الرئيسية للقوى البيئية التي تأثر في حياة الناس وأعمال المنظمات. فالتقدم التكنولوجي الهائل في شتى المجالات قدم عهدا جديدا من الشراء وتطبيقاته وأبحاثه، إذ بات من الممكن ملاحظة ذلك في الإلكترونيات ووسائل الاتصال والأدوات الطبية والخدمات الصحية والسيارات وسفن الفضاء الآلية... وبالتالي فإن ظهور التكنولوجيا الجديدة قد يهدد المنتجات القديمة، لذا يتوجب أن تترك المنظمات المشتري هذه المسألة جيدا وتحاول أن تعرف المجهزين الذين يواكبون حركة التطور التكنولوجي من خلال سرعة التغيير الفني وفرص الابداع المتاحة والتخصيصات المالية للبحث والتطوير وحتى القيود التي تضعها الحكومة على التطور التكنولوجي. فضلا عن ذلك فغن عددا قليلا من المنظمات ما تزال تعمل اليوم بالطريقة نفسها التي كانت سائدة في العقود الماضية والسبب الرئيسي هو

التغير السريع في التطور التكنولوجي، فالحاسوب مثلا أصبح جزءا مهما في المنظمة الصناعية التي لم تعد تستطيع أن تستغني عنه (الصباغ، 2002، صفحة 23).

2-4 العوامل التنافسية:

إن جميع المنظمات تحاول ان تحصل على الموارد اللازمة لأعمالها من البيئة وربما كانت تلك المحاولة تتضمن الشراء، لذا فإن "أهم قضية معاصرة تواجه معظم المنظمات الصناعية هي تحقيق الميزة التنافسية في الاعمال عن طريق مشترياتها." إذ لو تم التركيز على تحقيق أهداف الشراء التي تصب في ريادة أسواق التجهيز والتميز عن طريق تحديد العوامل التنافسية فإن المنظمة ستوفر ضمنا الميزة التنافسية التي تمكنها من التفوق على منافسيها.

لكن التحدي الأكبر الذي يواجه المنظمات هو كيف يمكن أن توازن بين أهداف الشراء وتفاضل بينها، ومع تزايد حدة المنافسة في الأسواق الصناعية، بدأت المنظمات تبحث بشكل نظامي عن مجالات جديدة تمكنها من توليد ميزة دائمة تساعدها في التفوق على منافسيها (أو على الأقل مجاراتهم)، وان جانب المدخلات الذي يتمثل بالمشتريات يمكن عده أبرز تلك المجالات في معظم المنظمات، (Kauffman, 1999, p. 31) إذ ينبغي أن تمتلك المنظمة المشتريّة قدرة اختصاصية أساسية في مجال الشراء، بحيث تستطيع أن تولد الميزة التنافسية عن طريق تحقيق اهداف الشراء، إذ توجه الإدارات العليا في معظم الشركات اهتماماتها الأساسية نحو معرفة المؤثرات التنافسية في مدخلاتها ومخرجاتها، وكيف يمكن ان تحصل على الميزة التنافسية لعملياتها. فالمنظمة المشتريّة تمتلك قوة مساومة عالية مقارنة بالمجهز في الحالات التالية: (Hill, 2001, p. 89)

-عندما يكون المجهزون صغيري الحجم وكثيري العدد، والمنظمات المشتريّة كبيرة الحجم وقليلة العدد؛

-عندما تكون كمية المشتريات كبيرة؛

-عندما يعتمد المجهز على المنظمة المشتريّة بشكل كبير، كأن تشكل مشترياتها نسبة مئوية عالية من مبيعاته؛

-عندما يمكن للمنظمة المشتريّة أن تبدل مصدر تجهيزها بسهولة، ولكن دون ارتفاع في الكلف التحويلية التي تتحملها المنظمة عندما تقرر تبديل مجهزها الحالي؛

-عندما تستطيع المنظمة اقتصاديا الحصول على مشترياتها من عدة مجهزين في وقت واحد.

2-5 العوامل الأخلاقية:

ينظر إلى العوامل الأخلاقية على أنها مجموعة الرموز والتصرفات المؤدبة التي يفرضها المجتمع على الاعمال والمشتريين. واعتمادا على ذلك يمكن تعريف أخلاق الشراء بأنها المعايير والقواعد والتسويات المؤدبة التي ترتبط بالسلوك الشرائي للمنظمات.

وتواجه معظم المنظمات المعضلة الأخلاقية التي يمكن تعريفها بأنها الموقف الذي تحدد فيه المنظمة قبولها أو رفضها لإنجاز الاعمال التي تحقق لها منافع شخصية والتي تتعارض مع الرموز الأخلاقية في دنيا الأعمال والمجتمع. إذ تعاني المنظمات من المعضلة الأخلاقية في عدة مجالات أبرزها التعامل مع الزبائن، المنافسين، المجهزين، المشرعين. أما اهم مواضيع المعضلة الأخلاقية فتتضمن الشرف في الاتصالات والتعاقدات، والمجاملات على حساب مصلحة

المنظمة، والتواطؤ في إرساء عطاءات التجهيز. كما أن تأثير الأخلاق في الأعمال ليس في جانب البائع فقط، بل في جانب المشتري أيضا. إذ تواجه معظم المنظمات المشتريّة بين حين وآخر تطبيقات شراء تتعارض مع الأخلاق.

2-6 العوامل التسويقية:

تؤثر العوامل التسويقية على سلوك المشتري نفسها نفس العوامل الأخرى التي تم التطرق إليها في المبحث السابق، وتعتبر من العوامل الخارجية التي لا يستطيع المشتري التحكم فيها، وهي نتاج البيئة المحيطة له، وتتمثل أساسا هذه العوامل في عناصر المزيج التسويقي، والتي يتم تخطيطها من قبل رجال التسويق بهدف تحقيق تأثير إيجابي من المشتري تجاه المنتجات.

3- منهجية وإجراءات الدراسة الميدانية:

3-1 مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من كلّ المشاركين في عملية الشراء داخل المؤسسات المختصة في صناعة المشروبات الغازية، العصائر والمياه المعدنية محل الدراسة من مؤسسة مياه سعيدة ومؤسسة سفيد بسعيدة، حيث بلغ حجم العينة 44 عامل من مختلف المستويات، والتي كانت أهم خصائصها موضحة في الجدول 1 والجدول 2 والجدول 3.

الجدول رقم 2: توزيع أفراد العينة حسب الرتبة أو المنصب

السن	العدد	النسبة المئوية
مدير	2	4,5
رئيس قسم	7	15,9
مهندس	9	20,5
تقني	12	27,3
عامل	14	31,8
المجموع	44	100,0

المصدر: من إعداد الباحثين

الجدول رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

الخبرة المهنية	العدد	النسبة المئوية
ثانوي	14	31,8
تقني سامي	8	18,2
ليسانس	10	22,7
ماستر	9	20,5
دراسات عليا	3	6,8
المجموع	44	100,0

المصدر: من إعداد الباحثين

الجدول رقم 4: توزيع أفراد العينة حسب الخبرة

الخبرة المهنية	العدد	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	9	20,5
من 5 إلى 10 سنوات	9	20,5
من 11 إلى 15 سنة	10	22,7
أكثر من 15 سنة	16	36,4
المجموع	44	100,0

المصدر: من إعداد الباحثين

3-2 صدق وثبات أدوات الدراسة:

قد تم التحقق من ثبات الاستبيان الموجه للدراسة من خلال طريقة معامل ألفا كرونباخ وذلك كما يلي:

الجدول رقم 5: يوضح نتيجة اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان ومعامل صدق الاستبيان.

المحور	العنوان	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
الكل	جميع عبارات الاستبيان	44	0.861

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

واضح من النتائج الموضحة في الجدول أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة وكانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان 0.861، وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع، وبذلك نكون قد تأكدنا من صدق وثبات الاستبيان الموجه للدراسة، مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الاستبيان وصلاحيته لتحليل النتائج والإجابة على بأسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

4- تحليل ومناقشة النتائج:

في هذا الجزء نعرض نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة في ضوء الأهداف الموضوعية ولإثبات صحة الفروض التي وضعت في شكل تساؤلات الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

4-1 تحليل ومناقشة نتائج إجابات أفراد العينة:

4-1-1 المحور الأول: نتائج تأثير العوامل السياسية والقانونية على قرار الشراء:

الجدول رقم 6: نتائج إجابات أفراد العينة حول المحور الأول

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
4	عالية	,934	3,68	1-تؤثر التغيرات التي تحدث بالتوجهات العامة للحكومة في قرارات شراء المصنع.

5	عالية	1,036	3,64	2-توجد علاقة واضحة بين نشاطات تجهيز المصنع بالمشتريات واستقرار الظروف السياسية للبلد.
2	عالية	,765	4,20	3-لا يخالف المصنع التشريعات الحكومية ولا يواجه دعاوي قضائية يقيمها بعض الموردون ضده لعدم التزامه بالتعاقدات المبرمة معهم.
1	عالية	,751	4,25	4-لا يواجه المصنع مشاكل قانونية ترتبط بمشترياته إذ لا يتعارض استخدامه لتلك المشتريات مع جمعية حماية المستهلك ووزارة البيئة.
7	ضعيفة	1,067	2,48	5-يحاول المصنع أن يدعم بعض التيارات السياسية أو الأحزاب التي يتوقع أن تهيمن على الحكومة، لمحاولة تخفيف حدة الضغوط عليه.
3	عالية	1,287	4,00	6-يفضل المصنع أن يشتري احتياجاته من الموردين المحليين، فان لم تتوفر يتوجه نحو الموردين الدوليين.
6	متوسطة	1,193	3,30	7-يتعاقد المصنع مع موردين دوليين لتوريد مشترياته، لكن بشرط أن يكون هؤلاء الموردون من دول صديقة لحكومة البلد.
/	عالية	0,576	3,649	مجموع المحور

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول يتضح ما يلي:

أن أفراد العينة كانت درجة موافقتهم على تأثير العوامل السياسية والقانونية في قرار الشراء بدرجة موافقة قوية حيث قدر المتوسط الحسابي ب 3,64 وانحراف معياري قدره 0,576، وعليه بينت النتائج الميدانية أن للعوامل السياسية والقانونية تأثير قوي في قرار الشراء داخل مؤسسات المشروبات بولاية سعيدة.

وتمت ملاحظة كذلك من بين مجموع العوامل السياسية والقانونية أن الميل السياسي أو الولاء لحزب معين لا يؤثر ولا يأخذ بعين الاعتبار من طرف المشتري الصناعي بالمؤسسات الخاصة بالمشروبات لولاية سعيدة، إذ جاء في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره 2,48 بدرجة موافقة ضعيفة، ويسبقه في الرتبة ما قبل الأخيرة لاختيار الموردين الدوليين الذين ينتمون لدول صديقة لحكومة البلد، بمتوسط حسابي قدره 3,30 وبدرجة موافقة متوسطة وهذا معناه أن المصنع يشتري احتياجاته من الموردين المحليين وإن لم يجد فانه يتوجه إلى الموردين الأجانب بغض النظر من طبيعتهم.

4-2-1- المحور الثاني: تأثير العوامل التكنولوجية في قرار الشراء.

الجدول رقم 7: نتائج إجابات أفراد العينة حول المحور الثاني

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
1	عالية	,936	4,09	1-تأكد إدارة المصنع على البحث والتطوير في مجال الشراء.

4	عالية	1,021	3,57	2- يضع المصنع شرطا مهما في عقود التوريد التي يبرمها مع الموردين، يتضمن التحسين المستمر في أداء المورد.
2	عالية	,846	4,07	3- يجري استخدام الحاسوب داخل المصنع في مجال الشراء لضمان دقة وموثوقية المعلومات المرتبطة بالشراء، وإمكانية استرجاعها أن لزم الأمر.
3	عالية	,984	3,91	4- يستخدم المصنع أجهزة متطورة لفحص نوعية المواد المشتراة.
7	ضعيفة	1,000	2,02	5- يطبق المصنع نظام الشراء الآلي، إذ لا يوجد في المصنع مخازن يحتفظ بمشترياته فيها.
5	متوسطة	,998	3,07	6- يوجد نظام معلوماتي بين المصنع ومورديه بما يضمن معرفة المورد لكميات المشتريات المطلوبة ومواعيدها.
6	متوسطة	1,180	2,95	7- المصنع يعلن احتياجاته الرئيسية بمختلف الوسائل المسموعة والمقروءة، ويؤكد على عرضها في شبكة الأنترنت لكي يضمن اتصاله بأكبر عدد من ممكن من الموردين.
/	متوسطة	0,605	3,383	مجموع المحور

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول يتضح ما يلي:

أن تأثير العوامل التكنولوجية في قرار الشراء داخل المصانع محل الدراسة جاء بدرجة موافقة متوسطة، وبمتوسط حسابي قدره 3,383 وانحراف معياري قدر ب 0,605، حيث يمكن أن نقول أن هذه العوامل لا تؤثر بشكل كبير في عملية الشراء.

بالمقابل نلاحظ أن المتغيرات الأربعة الأولى جاءت بدرجات عالية من الموافقة، بمتوسط حسابي قدره 4,09 و 3,57 و 4,07 و 3,91 على التوالي، أي أن المصنع يؤكد على البحث والتطوير في مجال الشراء، كما أنه يولي اهتمام كبير بالتحسين المستمر في أداء المورد، ويستخدم الحاسوب داخل المصنع في عملية الشراء بالإضافة إلى استخدامه لأجهزة متطورة لفحص نوعية الشراء.

إذن العوامل التكنولوجية تبقى مهمة لكن تتفاوت درجة الأهمية حسب الاستخدامات ولهذا فلا بد أن لا نهمل هذا العامل أثناء دراستنا لعملية الشراء.

4-1-3 المحور الثالث: تأثير العوامل الأخلاقية والبيئية في قرار الشراء.

الجدول رقم 8: نتائج إجابات أفراد العينة حول المحور الثالث

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
---------	---------------	-------------------	---------------	-----------

5	عالية	1,033	4,16	1- يشتري المصنع احتياجاته من المؤسسات الحكومية حتى يساهم في تعزيز إنتاجها، فإن لم تتوفر لديها توجه نحو المؤسسات الخاصة.
3	عالية	,757	4,59	2- يؤكد المصنع على قضايا السمعة والشرف عند تعامله مع الموردين.
4	عالية	,930	4,20	3- يقيم المصنع ويختار مورديه على وفق أسس علمية مدروسة بشكل محكم وعادل.
2	عالية	,542	4,59	4- المصنع مسؤول اجتماعيا ويحاول أن يصبح مواطن تنظيمي صالح.
6	عالية	,876	4,02	5- يسعى المصنع في تعاقد مع الموردين إلى تحقيق الفائدة له وللموردين في وقت واحد.
1	عالية	,538	4,61	6- يتخلص المصنع من فضلاته وبقايا مشترياته التي لا يستفيد منها بطريقة نظيفة لا تضر بالبيئة والمجتمع.
/	عالية	,5382	4,36	مجموع المحور

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول يتضح ما يلي:

تأثير العوامل الأخلاقية والبيئية جاء بدرجة موافقة عالية جداً، بمتوسط حسابي قدره 4,36 وانحراف معياري قدره 0,538 أي لهذه العوامل تأثير كبير جداً في قرار الشراء داخل المصانع محل الدراسة.

والملاحظ من الجدول أيضاً أن لجميع المتغيرات الخاصة بهذا المحور نفس درجة الموافقة وهي موافقة عالية، وهذا ما يؤكد الأهمية البالغة التي يوليها المصنع للعوامل الأخلاقية والبيئية أثناء وبعد عملية الشراء.

4-1-4 المحور الرابع: تأثير العوامل الخاصة بالمنتج في قرار الشراء.

الجدول رقم 9: نتائج إجابات أفراد العينة حول المحور الرابع

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
3	عالية	,789	3,93	1- العلامة التجارية المعروفة تساهم في تقليل حالة عدم التأكد لدي.
4	عالية	,868	3,89	2- لدي اهتمام بالغ بالعلامة التجارية.
2	عالية	,538	4,39	3- تعتبر جودة المنتج أساس اهتمامنا أثناء عملية الشراء.
1	عالية	,629	4,50	4- أهتم كثيراً بالمواصفات الخاصة بالمنتج.
/	عالية	,532	4,17	مجموع المحور

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول يتضح ما يلي:

أن تأثير العوامل الخاصة بالمنتج جاء بدرجة موافقة عالية حيث قدر المتوسط الحسابي ب 4,17 والانحراف المعياري ب 0,532 وهذا ما يؤكد الأهمية البالغة لهذه العوامل أثناء عملية الشراء.

كما نلاحظ أن جميع المتغيرات الخاصة بهذا المحور جاءت بنفس الدرجة من الموافقة وهي الدرجة العالية ما يعني أنه لا بد من مراعات عنصر المنتج من طرف المورد والمشتري أثناء عملية الشراء.

4-1-5 المحور الخامس: تأثير العوامل الخاصة بالسعر.

الجدول رقم 10: نتائج إجابات أفراد العينة حول المحور الخامس

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
4	عالية	1,229	3,50	1-أفضل دائما الأسعار المنخفضة أثناء عملية الشراء.
1	عالية	,920	3,89	2-أرى أن السعر يجب أن يتلاءم مع الجودة المطلوبة.
2	عالية	1,025	3,80	3-تعد التسهيلات في الدفع حافزا كبيرا لدي.
3	عالية	1,224	3,61	4-أبحث دائما عن جودة عالية لمشترياتي مقابل سعر منخفض.
/	عالية	,716	3,69	مجموع المحور

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول يتضح ما يلي:

أن تأثير العوامل الخاصة بالسعر جاء بدرجة عالية من الموافقة حيث قدر متوسطه الحسابي ب 3,69 وانحراف معياري قدره 0,716 ، مما يؤكد على أهمية السعر والعوامل الخاصة به أثناء عملية الشراء.

ونلاحظ أيضا أن كلّ المتغيرات الخاصة بهذا المحور جاءت متقاربة، حيث جاءت التسهيلات الخاصة بالدفع في المرتبة الثانية وهذا أمر طبيعي كون الشراء الصناعي يكون بكميات كبيرة ويحتاج إلى إمكانيات مادية هائلة ولهذا فيفضل المشتري الصناعي المورد الأكثر مرونة فيما يخص التسديد أو الدفع.

فيما جاء المتغير الثاني الخاص بضرورة ملائمة الجودة المطلوبة مع السعر، في المرتبة الأولى وهذا أيضا كان منتظرا لأن المشتري هنا يبحث عن مواصفات خاصة ودقيقة لمنتوجه ويعلم أن لكل منتج سعره. حيث لا ينظر مواصفات عالية مقابل أسعار منخفضة، وقد زادنا تأكدا من هذا الطرح إجابات المتغيرين المتبقين حيث خصصا لتفضيل المشتري للأسعار المنخفضة واحتلالهما للمرتبتين الأخيرتين، وهذا دليل على أن المشتري الصناعي يفضل الجودة وسهولة الدفع على السعر المنخفض.

4-1-6 المحور السادس: تأثير العوامل الخاصة بالترويج.

الجدول رقم 11: نتائج إجابات أفراد العينة حول المحور السادس

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
---------	---------------	-------------------	---------------	-----------

1	عالية	996,	3,59	1-أهتم بالمعلومات الترويجية عن المنتج.
3	متوسطة	1,238	3,16	2-أحرص على تكوين علاقات شخصية مع المورد.
4	متوسطة	1,248	2,98	3-أهتم بطريقة عرض المنتج.
2	متوسطة	1,042	3,27	4-أحصل على معلومات حول المنتج من المستهلكين.
/	متوسطة	770,	3,25	مجموع المحور

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول يتضح ما يلي:

أن تأثير العوامل الخاصة بالترويج جاءت بدرجة موافقة متوسطة وبمتوسط حسابي يقدر ب 3,25 وانحراف معياري قدره 0,770 حيث أن جميع المتغيرات جاءت متقاربة باستثناء المتغير الأول الذي أكد على إتمام المشتري الصناعي بالمعلومات الترويجية للمنتج، وقد حصل على درجة موافقة عالية قدر متوسطه الحسابي ب 3,59 وانحرافه المعياري ب 0,996 ، أما كل ما يتعلق بطريقة عرض المنتج أو تكوين علاقات مع المورد بالإضافة إلى جمع المعلومات عن المنتج من المستهلك فقد حصلوا على درجات موافقة متوسطة.

إن يبقى الترويج عامل لا يمكن إهماله ولا يمكن التركيز عليه كثيرا خلافا لعملية الشراء الصناعي.

4-1-7 المحور السابع: تأثير العوامل الخاصة بالتوزيع.

الجدول رقم 12: نتائج إجابات أفراد العينة حول المحور السابع

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
4	عالية	920,	3,89	1-أفضل قرب المسافة بين المصنع والمورد.
3	عالية	851,	4,20	2-أهتم بالضمانات التي يقدمها المورد أثناء وبعد التسليم.
1	عالية	540,	4,82	3-أحرص على احترام مواعيد التسليم.
2	عالية	1,097	4,23	4-أفضل امتلاك المورد لوسائل حديثة في عملية التوزيع.
/	عالية	532,	4,28	مجموع المحور

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول يتضح ما يلي:

أن تأثير العوامل الخاصة بالتوزيع جاء بدرجة عالية من الموافقة بمتوسط حسابي قدره 4,28 وانحراف معياري قدره 0,532 أي أن تأثير التوزيع أثناء عملية الشراء الصناعي هو تأثير قوي لا بد من مراعاته من قبل المورد. كما لاحظنا أن احترام مواعيد التسليم جاءت في المرتبة الأولى وهذا دليل على أن المصنع يحرص على أن يتسلم المشتريات في وقتها المحدد، وهذا ربما لعدم وجود مخازن لوضع المنتجات ولهذا يقوم المصنع بالشراء الآني.

4-1-8 المحور الثامن: قياس مستوى عملية الشراء داخل المؤسسة الصناعية.

الجدول رقم 13: نتائج إجابات أفراد العينة حول المحور الثامن

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
8	متوسطة	1,319	3,07	1-الجهة التي تستخدم المواد والخدمات المطلوب شراؤها هي المسؤولة عن تمييز النقص فيها.
7	متوسطة	1,227	3,27	2-يجري توصيف الحلول المناسبة لجميع مشاكل أو احتياجات المصنع في وقت واحد.
1	عالية	,677	4,23	3-يتم البحث عن الموردين الذين يلبيوا الاحتياجات المحددة للمصنع.
3	عالية	,841	4,11	4-يتصل المصنع بالموردين عن طريق اللجنة المكلفة بالشراء وبشكل مباشر.
5	عالية	,925	3,93	5-تنفذ نشاطات الحصول على المشتريات بواسطة اللجنة المكلفة بالشراء في المصنع.
6	عالية	1,311	3,66	6-لا يقوم المورد بتوريد المشتريات للمصنع إلا بعد أن يستلم طلب رسمي بالشراء.
4	عالية	,818	3,93	7-تعتقد إدارة المصنع أن تقييم ما بعد الشراء هو مسألة ضرورية لتقييم المورد واللجنة المكلفة بالشراء والمشتريات.
2	عالية	,795	4,20	8-لا يكرر المصنع التعامل مع المورد الذي يحصل على تقييم بتقدير ضعيف.
/	عالية	,542	3,80	مجموع المحور

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول يتضح ما يلي:

أن المتغيرين الثالث والرابع الخاصين بمرحلة تحليل الموردين أو المجهزين كانت درجة الموافقة في هذه المرحلة عالية حيث قدر المتوسط الحسابي لهذين المتغيرين 4,23 و 4,11 على التوالي. كما هو الحال بالنسبة للمتغيرين السابع والثامن والخاصين بمرحلة تقييم ما بعد الشراء. حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذين المتغيرين 3,93 و 4,20 على التوالي. ومن هنا نستخلص أنّ من بين المراحل المختلف لعملية الشراء الصناعي تم التركيز من طرف المصانع محل الدراسة على مرحلتين تحليل المورد وتقييم ما بعد الشراء، وبالأخص على الموردين.

4-2 اختبار فرضيات الدراسة:

من أجل تحديد مدى تأثير العوامل البيئية والعوامل التسويقية على مستوى عملية الشراء الصناعي بالمؤسسات المشروبات الغازية بولاية سعيدة نقوم بدراسة علاقة الانحدار المتعدد بين العوامل المستقلة (العوامل البيئية والعوامل

التسويقية) والمتغير التابع عملية الشراء الصناعي بالمؤسسات المشروبات الغازية بولاية سعيدة، وذلك باختبار الفرضيات التالية:

H0: لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين العوامل البيئية والتسويقية معا وقرار الشراء الصناعي.

H1: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين العوامل البيئية والتسويقية معا وقرار الشراء الصناعي.

ولإثبات هذه الفرضية يتم استخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد لتحليل العلاقة بين المتغيران المستقلان (العوامل البيئية والعوامل التسويقية) والمتغير التابع والذي يمثل (مستوى عملية الشراء الصناعي) والذي جاءت نتائجه كما هي موضحة كما يلي:

أ- نتائج اختبار الانحدار المتعدد:

الجدول رقم 14: نتائج اختبار الانحدار المتعدد

Model	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,311a	,097	,052	,52765

a. Valeurs prédites : (constantes

b. Variable dépendante :

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن معامل الارتباط بين المتغيرات المستقلة المتمثلة في العوامل البيئية والعوامل التسويقية، والمتغير التابع المتمثل في مستوى عملية الشراء الصناعي، قد بلغ 31,1%، بينما بلغ معامل التحديد 0,097 أي أن 9,7% من مستوى عملية الشراء الصناعي بالمؤسسات المشروبات الغازية بولاية سعيدة تم تفسيره من طرف العوامل البيئية والتسويقية، و 91,3% من مستوى عملية الشراء الصناعي بالمؤسسات المشروبات الغازية بولاية سعيدة تعود لعوامل خارجية أخرى، من هنا يمكننا القول أن هذه العوامل ليس الوحيدة المؤثرة والمحددة لعملية الشراء الصناعي، بل هناك عوامل أخرى أكثر تأثيرا.

ب- نتائج تحليل التباين الاحادي

الجدول رقم 15: نتائج تحليل التباين الاحادي ANOVA

Model		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	f	Sig.
	Régression	1,220	2	,610	2,191	,125b
1	De student	11,415	41	,278		
	Total	12,635	43			

a. Variable dépendante : مستوى التأثير في العملية الشرائية :

b. Valeurs prédites : (constantes) العوامل البيئية والعوامل التسويقية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال جدول تحليل التباين الاحادي ANOVA فإن مستوى الدلالة المعنوية Sig=0.125 وهو أكبر من 0,05 مستوى الدلالة المعنوية المعتمدة، ولهذا فإننا نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل البيئية والتسويقية معا وقرار الشراء الصناعي.

ج-نتائج تقدير معلمات النموذج

الجدول رقم 16: نتائج تقدير معلمات النموذج

Model		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t
		A	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	2,343	,786		2,981
	المحور الأول: العوامل البيئية	,342	,211	,291	1,617
	لمحور الثاني: العوامل التسويقية	,041	,226	,033	,183

a. Variable dépendante: مستوى عملية الشراء الصناعي

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال نتائج تقدير معلمات النموذج محل الدراسة وهو دراسة تأثير كل من العوامل البيئية والعوامل التسويقية على مستوى عملية الشراء نستنتج ما يلي:

أنه يمكن كتابة دالة علاقة الانحدار المتعدد بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع من الشكل التالي:

(العوامل التسويقية) B2 + (العوامل البيئية) B1 + A = مستوى عملية الشراء الصناعي

وعليه نلاحظ أن هناك علاقة طردية بين العوامل البيئية ومستوى عملية الشراء الصناعي بالمؤسسات المشروبات الغازية بولاية سعيدة بحيث بلغ معامل الانحدار B1=0,342.

هناك علاقة طردية ضعيفة بين العوامل التسويقية ومستوى عملية الشراء الصناعي بالمؤسسات المشروبات الغازية بولاية سعيدة بحيث بلغ معامل الانحدار B2=0,041.

وعليه يمكن كتابة دالة الانحدار المتعدد بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع من الشكل التالي:

(العوامل التسويقية) 0,041 + (العوامل البيئية) 0,34 + 2,343 = مستوى عملية الشراء الصناعي

وعليه نلاحظ كلما زاد الاعتماد على العوامل البيئية بدرجة واحدة في قرار الشراء تحسنت عملية الشراء الصناعي بالمؤسسات المشروبات الغازية بولاية سعيدة ب 34%.

وكلما زاد الاعتماد على العوامل التسويقية بدرجة واحدة في قرار الشراء تحسنت عملية الشراء الصناعي بالمؤسسات المشروبات الغازية بولاية سعيدة ب 04%.

5-خاتمة:

إن الاهتمام الكبير الذي تحظى به عملية الشراء من قبل المؤسسات الصناعية، وهذا عكس ما كان عليه الحال في السابق، حيث التمسنا أثناء تقرينا من هذه المؤسسات التغير الكبير في نظرتهم لعملية الشراء حيث تحولت من مجرد البحث عن الشراء بأقل الأسعار إلى البحث عن المورد المناسب الذي يلبي حاجيات المصنع وأقامت علاقات مع الموردين ودراسة العروض من جوانب كثيرة كخدمات ما بعد البيع والضمانات الممنوحة والسرعة والاحترافية في التوريد، وكذلك البحث عن المورد الأكثر مرونة والذي يستجيب لتغيرات الطلب، وغيرها من المهام الجديدة التي أدرجت في عملية الشراء الصناعي.

ولقد حاولت في هذه الدراسة دراسة مدى تأثير العوامل البيئية والتسويقية على عملية الشراء، ومعرفة كل ما يتعلق بهذه العملية كسلوك المشتري والمؤثرات الداخلية والخارجية في قرار الشراء. وكانت نتائج الدراسة كالتالي:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل البيئية وعملية الشراء الصناعي في المؤسسات الصناعية الجزائرية؛
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل التسويقية وعملية الشراء الصناعي في المؤسسات الصناعية الجزائرية.

الاقتراحات:

على ضوء النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة ارتأينا تقديم مجموعة من الاقتراحات المتواضعة التي قد تساعد في فهم أكبر للعملية الشرائية بالنسبة لرجل التسويق ومعرفة العوائق التي تعيق المؤسسة الصناعية الجزائرية أثناء القيام بعملية الشراء ومحاولة مجاراتها وليس الوقوف عندها ومنها:

- القيام بدراسات خاصة بمحددات الشراء الصناعي والبحث أكثر عن العوامل الحقيقية التي تؤثر في قرار الشراء.
 - إقحام أكبر عدد من الموظفين بمختلف رتبهم في قرار الشراء واختيار المجهز؛
 - معرفة مختلف الطرق الخاصة بالشراء الصناعي غير الطرق التقليدية المعروفة؛
 - العمل بفكرة مركز الشراء وليس الشراء الفردي وخاصة في المؤسسات الخاصة.
- قائمة المصادر والمراجع:**

- Andersen, P. H., & Rask, M. (2003). Supply chain management: new organisational practices for changing procurement realities. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 9(2), 83-95.
- Hilary Bates و Slack Nigel. (1998) What happens when the supply chain manages you?: A knowledge-based response. *European Journal of Purchasing & Supply Management* 63، (1)4، 72.
- Hill, C. W. (2001). *Strategic management: theory: an integrated approach* (th ed.). New York: Houghton Mifflin Company.
- Honerkamp, J., Moog, S., & Raffelhüschen, B. (2002). *Earlier or later in CGE-models: The case of a tax reform proposal (No. 102)*. Freiburg: Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, Institut für Finanzwissenschaft. Retrieved from <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:25-opus-18704>
- Jay HEIZER و RENDER Barry. (1999) *Principles of operations management*. pearson.

- Kauffman, R. G. (1999). Indicator Qualities of the NAPM Report On Business®. Journal of Supply Chain Management, 35(1), 29-37.
- Nadejda, V. (2001). ISO-10015 Programmed for Quality workforce, Testing and Diagnostics. Research-Training Center, 5(12).
- Stevenson, H. H. (1999). The Entrepreneurial Venture (Practice of Management Series) (Second Edition edition ed.). États-Unis: Harvard Business Review Press.
- Waller, M., Johnson, M. E., & Davis, T. (1999). Vendor-managed inventory in the retail supply chain. Journal of business logistics, 20(1), 183-203.
- حسين محييد يوسف. (2008). دور المؤثرات البيئية في الشراء الصناعي دراسة حالة مصنع إسفلت الموصل. دكتوراه. جامعة سانت كلمنتس العالمية.
- عماد عبدالوهاب الصباغ. (2002). إدارة المعرفة ودورها في إرساء مجتمع المعلومات العربي. المجلة العربية للمعلومات، 23(2).

The Industrial Partnership and Its Role in The Transition to The Blue Ocean Strategy -A Case Study-

Mansouri Houari¹

¹ SEDLAB, University of Ahmed Draia- Adrar, Algeria,

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 22/02/2019

Accepted: 02/10/2019

Online: 15/12/2019

Keywords:

Partnership

Strategy

Blue Ocean

General Motors

Company

JEL Code: O14, L10

ABSTRACT

This paper seeks to shed light on the topic of strategic partnership in the industrial sector as a strategic gateway to discover the power points of partner and take advantage from it, and from the offered possibilities by the partnership to move to the Blue Ocean strategy, where is referred to a failed model of partnership between General Motors Company and Daewoo Company in addition to a successful model of partnership between General Motors company and Manufacturing Commercial Vehicles Company (MCV).

الشراكة الصناعية ودورها في التحول إلى استراتيجية المحيط الأزرق -دراسة حالة-

منصوري هوارى¹

¹ مخبر دراسات التنمية المكانية وتطوير المقاولاتية في الجزائر، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، sayah.2013@yahoo.fr

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال: 2019/02/22

تاريخ القبول: 2019/10/02

تاريخ النشر: 2019/12/15

الكلمات المفتاحية

الشراكة

الاستراتيجية

المحيط الأزرق

شركة جنرال موتورز

JEL Code: O14, L10

المخلص

تسعى هذه الورقة البحثية إلى إلقاء الضوء على موضوع الشراكة الاستراتيجية في المجال الصناعي باعتباره مدخلاً استراتيجياً لاكتشاف نقاط قوة الشريك والاستفادة منها، والإمكانيات التي تتيحها الشراكة للانتقال إلى استراتيجية المحيط الأزرق، حيث تم الإشارة إلى نموذج فشل للشراكة بين شركة جنرال موتورز وشركة دايو، وكذلك نموذج ناجح للشراكة بين شركة جنرال موتورز وشركة صناعة وسائل النقل MCV.

مقدمة:

أصبحت ظاهرة العولمة التي اكتسبت أبعادا كثيرة تشكل صلب التحديات وأمام هاشاشة بنية بعض المؤسسات الاقتصادية التي لا تستطيع مواجهة هذه التحديات و المتغيرات الجديدة يتحتم عليها استخدام البدائل الاستراتيجية سواء كانت هذه البدائل تستهدف سد فجوة معينة أو علاج جوانب الضعف أو استغلال عناصر القوة أو لمواجهة مواقف تنافسية، ومن أهم هذه البدائل الشراكة الاستراتيجية التي تعتبر كحل يساعد و يساهم في نمو و تطور المؤسسة عموما لإيجاد محيطات زرقاء بدلا من الصراع و المنافسة التي تنسم بها المحيط الأحمر و لا تفيد في مواجهة تلك التحديات.

حيث إنّ الشركات الرائدة المستقبلية لا تتفوق من خلال المعارك بصراعها مع المنافسين، وإنما عبر إيجاد "محيطات زرقاء" في مجالات أسواق خالية من التصارع حولها، إضافة إلى جاهزيتها للنمو. وتعرف مثل هذه الحركات الاستراتيجية " بالابتكار القيمي"، حيث تقترح استراتيجية المحيط الأزرق أسلوباً نظامياً لجعل المنافسة خارج اللعبة وتخلق قفزات قوية في القيم لكل من الشركة والمشتري تاركة المنافسين دون فعالية، ومطلقة طلباً جديداً.

وعليه نشير أن الإشكال الذي نعمل على معالجته من خلال هذه الدراسة يتمثل في السؤال المحوري التالي:

ما هو دور الشراكة الصناعية الاستراتيجية في التحول إلى استراتيجية المحيط الأزرق؟

وسنحاول الإجابة على هذا التساؤل تم تقسيم الدراسة على النحو التالي:

أولاً: الشراكة الصناعية الاستراتيجية.

ثانياً: استراتيجية المحيط الأزرق.

ثالثاً: الإشارة لحالة شركة جنرال موتورز.

1- ماهية الشراكة الاستراتيجية:

1-1- مفهوم الشراكة الاستراتيجية:

قبل الخوض في تحديد معنى الشراكة الاستراتيجية، لا بد من توضيح معنى الاستراتيجية والتي أصبحت كثيرة الاستعمال في ميادين عديدة خاصة الاقتصادية بعدما كانت منحصرة على المجال العسكري.

إن الاستراتيجية هي الطريقة المنهجية التي تتبعها المؤسسة في صياغة أهدافها التنموية مع التغيرات التي يفرضها المحيط الذي تعيش حوله ووفقا للوسائل والإمكانات التي تمتلكها لتحقيق فعالية دائمة في ديناميكية المؤسسة على مختلف نشاطاتها.

أما مفهوم الشراكة يختلف باختلاف القطاعات التي يمكن أن تكون محلا للتعاون بين المؤسسات وباختلاف الأهداف التي تسعى إليها الشراكة.

وفي هذا الشأن فإنه في حالة إشراك طرف آخر أو أكثر مع طرف محلي أو وطني للقيام بإنتاج سلعة جديدة أو تنمية السوق أو إي نشاط إنتاجي أو خدمي آخر سواء كانت المشاركة في رأس المال أو بالتكنولوجيا فإن هذا يعتبر استثمارا مشتركا وهذا النوع من الاستثمار يعتبر أكثر تميزا من اتفاقيات أو تراخيص الإنتاج حيث يتيح للطرف الأجنبي المشاركة في إدارة المشروع.

يمكن القول إذا أن الشراكة هي شكل من أشكال التعاون والتقارب بين المؤسسات الاقتصادية باختلاف جنسياتها قصد القيام بمشروع معين حيث يحفظ لكلا الطرفين مصلحتهما في ذلك.

إما الشراكة الاستراتيجية فهي تحالف رسمي بين شركتين، تأخذ الطابع الرسمي من خلال إبرام عقد أو أكثر من العقود التجارية فيما بينهما، لكن لا تصل إلى تشكيل شراكة قانونية. وعادة ما تشكل هاتان الشركتان شراكة استراتيجية عندما يمتلك كل واحد منهما أصولاً تجارية من شأنها مساعدة الطرف الآخر على تسهيل عملياته التشغيلية. ومن الشراكات الاستراتيجية الأكثر شيوعاً، تلك التي تقام بين شركتين بهدف خلق منتج جديد، حيث تقدم الأولى خدمات في التصنيع الهندسي أو تطوير المنتجات، في حين تختص الشركة الأخرى في الأعمال الحرة والمشاريع الصغيرة. وعادة ما توفر الشركة الأكبر حجماً الحاجات المتعلقة برأس المال، وتطوير المنتجات الضرورية، ومتطلبات التسويق والتصنيع والتوزيع، في حين توفر الشركة الأصغر الخبرات الفنية والإبداعية.

في تعريف آخر فإن الشراكة الاستراتيجية تعنى بأوجه التفاعل والتعاون العديدة بين كيانين (قد تكون مؤسسات أو قطاعات أو دول...) المتعلقة بتوظيف إمكانياتها البشرية والمالية والإدارية والتنظيمية والتكنولوجية والمعرفية على أساس من المشاركة، الالتزام بالأهداف، حرية الاختيار، المسؤولية المشتركة والمساعدة من أجل تحقيق الأهداف التي تهم أطراف الشراكة ولها تأثير بعيد المدى على تطلعاتها حتى يتمكن أطراف الشراكة من مواكبة التطورات المعاصرة بطريقة فاعلة وتحقيق وضع تنافسي أفضل (محمد، 2008، صفحة 04).

الشراكة الاستراتيجية على المستوى العالمي تعتبر بمثابة اتفاقيات تعاونية بين الشركات التي قد تكون منافسة، حيث تتشارك شركتان أو أكثر في الملكية، وبين مجرد الاتفاقيات قصيرة الأجل، حيث يتم إبرام اتفاق بين شركتين للتعاون فيما بينهما بصدد حل مشكلة معينة (مثل تطوير منتج جديد). ولا شك أن التعاون بين المتنافسين يعد أمراً دارجاً (جونز، 2001، صفحة 444).

1-2- خصائص الشراكة الاستراتيجية:

الأحداث في عالم اليوم تؤكد أن الشراكة الاستراتيجية تمثل كمجداً لا يمكن للمؤسسات تجاهله، لأنها لا تستطيع العيش أو البقاء في انفرادية أو في استقلالية تامة بنشاطها لان العزلة كانت في اغلب التجارب سبباً أساسياً للفشل. فارتفاع تكاليف الإنتاج الذي لا يمكن التحكم فيه، البحث العلمي الذي يجب تشجيعه وتدعيمه، الجودة التي يجب تحسينها، التسويق الذي يجب تطويره، المناطق الجغرافية التي يجب اقتحامها، أي بعبارة أخرى كل هذه العوامل تجعل من الشراكة الاستراتيجية أمراً حيويًا لا مفر منه، لذلك لا بد من تغيير جذري في الذهنيات، ولتوضيح هذا يجب التطرق لخصائص الشراكة الاستراتيجية وهي كالآتي (الأمين، 2005، الصفحات 36-38):

- تركيز الجهود على البنود القانونية التي تضبط الإطار العام، إذ من الضروري الحرص على عقد جيد مع المتعاملين وقد يكون أحياناً غير كاف لتدارك كل المخاطر التي يحتمل ظهورها خلال فترة الشراكة.
- الشراكة الاستراتيجية يبدأ من تقارب الثقافات بين المتعاملين، وهذا حتى يكون مرور التيار سهلاً بين المتعاملين لتبادل وجهات النظر والإحساس بأنهم مجموعة واحدة ذات مصالح مشتركة ترمي إلى هدف محدد.
- الشراكة الاستراتيجية يجب أن تكون متوازنة أي التوازن في السلطة والمردودية.

-يختلف حسب نوع العلاقة ودرجة العقلانية والتفاهم وحجم المخاطر والمعلومات والمصالح والظروف البيئية المحيطة، ولا يوجد أبدا تحالف استراتيجي جامد ولكن يتغير باستمرار وفق متغيرات بيئية مستمرة الحركة كحجم التهديدات والمخاطر، التجارة الدولية والعالمية، التكتلات الاقتصادية والدولية، حجم المخاطر السياسية.

-قد تكون الشراكة الاستراتيجية ثنائية أو متعددة الأطراف، كما قد تكون على شكل احتواء لشركة كبرى أو مظلة كبرى كاحتواء وكيل واحد لعدد من المؤسسات.

-قد تكون الشراكة الاستراتيجية في فترة زمنية محددة أو غير محددة، وقد تكون قصيرة الأجل أو متوسطة الأجل أو طويلة الأجل، والشراكة الاستراتيجية قد تكون متكافئة في المخاطر والمصالح، كما قد تكون في صيغة عقد إذعان تحقق مكاسب طرف على حساب خسائر ومخاطر الطرف الآخر، "كما أن التعاون هو إمكانية الاعتماد على الثلاثي (المؤسسة-المجموعة-الأفراد) من أجل العمل على تحقيق هدف محدد في الزمن".

1-3-1-مزايا وعيوب الشراكة الاستراتيجية العالمية:

1-3-1-مزايا الشراكة الاستراتيجية العالمية:

تتيح الشراكة الاستراتيجية العالمية مجموعة من المزايا لعل أهمها ما يلي (الزين، 2009، صفحة 45):

تقليل المنافسة: فالمؤسسات المتحالفة تتفق على أهداف مشتركة تسعى لتحقيقها معا، فنقل بينها المنافسة على الأسواق.

اقتسام المخاطر: كل نشاط اقتصادي معرض لمخاطر متنوعة، لا يمكن للمؤسسة الواحدة التصدي لها بمفردها، والشراكة من شأنها أن تؤدي إلى اقتسام المخاطر.

التكامل في الإنتاج: أصبحت دورة حياة المنتج في العصر الحالي صغيرة جدا، ففي السابق كان المنتج يعيش فترة أطول ابتداء من ظهوره ومرورا بنموه ثم رواجه ووصولا إلى زواله، ولم يعد حاليا التمييز بين هذه المراحل نظرا لتطور وسائل الإعلان والإشهار وطرق التسويق الحديثة، وسرعة التقليد التي تؤدي إلى تكسير الأسعار، وهذا ما يقتضي من المؤسسة اعتماد السرعة في تغيير المنتج، إلا أن عملية التجديد والإبداع قد لا تكون ممكنة لمؤسسة بمفردها، لكنه قد يكون أسهل إذا اجتمعت قدرات وكفاءات مؤسستين، وعليه فالشراكة من شأنه تجاوز هذا الإشكال.

تجاوز عقبات التسويق: تتحمل المؤسسات اليوم مصاريف إضافية من أجل إيصال معلومات عن المنتج للمستهلك، وقد يسبق وجود المؤسسة في الأصل دراسات للسوق تمثل تكاليف إضافية، كما تعترض عملية التسويق عدة عقبات تتعلق بالوسائل الضرورية لتنفيذ الخطة التسويقية، ومن جانب آخر لم يعد بإمكان المؤسسة أن تقوم بعملية الإنتاج ثم تبحث عن السوق التي تستوعب تلك المنتجات، وحتى يمكنها تخفيض تكاليف التسويق وتجاوز عقباته، تلجأ إلى الشراكة مع منظمات أخرى ذات قدرات في هذا المجال.

اتساع نطاق المعرفة: لقد اختلفت مصادر الثروة عما كانت عليه قديما فقد كان التركيز في ما مضى على عوامل الإنتاج المتمثلة في الأرض، العمل، رأس المال. أما حاليا فقد أصبحت المعرفة عاملا أساسيا لتحقيق الثروة، فالمعلوماتية وشبكة الإنترنت ومختلف المعارف حققت لأصحابها ثروة حقيقية استفردت بها الدول المتقدمة، والمعرفة تتطلب شراكة استراتيجية بين مختلف المؤسسات الاقتصادية والجامعات ومراكز البحث والتدريب، يسمح ذلك للمؤسسة

- من اكتساب خبرات إضافية تمكنها من التطور والنمو والبقاء في السوق.
- الدخول للأسواق الأجنبية:** ويتمثل في دخول الشركات في شراكة وتعاون مشترك من خلال الاستثمار بالإنتاج وبناء نظم تسويقية تستطيع أن تنتهي بالوصول إلى الأسواق الخارجية.
- بالإضافة إلى المزايا السابقة يمكن إضافة مزايا أخرى والتي نوجزها في النقاط التالية:
- يسمح بتقليص وقت الابتكار والإبداع؛
 - خلق ظروف لإبراز أفكار جديدة ومنتجات جديدة وتحسين جودة المنتجات؛
 - الاستفادة من وفورات الحجم؛
 - الحصول على تكنولوجيا ومقاييس تقنية للصناعة، وتطوير معايير جديدة.
- 1-3-2- عيوب الشراكة الاستراتيجية العالمية:**
- تعد المزايا سالفة الذكر ذات أهمية إلا أن هناك من ينتقد الشراكة الاستراتيجية العالمية منها ما يلي:
- تمنح المنافسين فرص منخفضة لاكتساب تقنيات جديدة ودخول الأسواق الأجنبية؛
 - هناك مخاطر كبيرة للشراكة الاستراتيجية على أساس أن الشركات فيها قد تعطي أكثر مما تأخذ؛
 - الاعتماد المتبادل في إنجاز الأعمال؛
 - السلوكات الانتهازية للشريك.

2- ماهية استراتيجية المحيط الأزرق

توجد الشركات اليوم نفسها في عالم مليء بالمنافسة الشرسة والقوية ذلك في أسواق تعتمد على هيكل السوق والسلوك الذي تقوم الشركة بإتباعه من أجل تحقيق هدفها الأساسي وهو تعظيم الأرباح، حيث تسعى هذه الشركات إلى تبني استراتيجية تساهم في الوصول إلى حالة الانعتاق من المنافسة والبحث حالة التفرد وقيادة السوق أو إيجاد ما يسمى بالمحيط الأزرق. وفيما يلي سنقوم باستعراض ماهية استراتيجية المحيط الأزرق.

2-1- مفهوم استراتيجية المحيط الأزرق:

يعد المحيط الأزرق من المصطلحات الحديثة في مجال إدارة الأعمال عموماً وفي إدارة التسويق خصوصاً، هو مقتبس من لون مياه الزرقاء الصافية غير الملوثة والتي لم تعكرها دموع المحيط الأحمر (عطار، 2010، صفحة 56).

مفهوم استراتيجية المحيط الأزرق هو تطوير لمفهوم الإدارة الاستراتيجية في عالم الأعمال المتطور والمتغير وهذا بفضل كل من chan kim و Renee Mauborgne من جامعة هارفارد في طرح استراتيجية تنافسية وتسويقية حديثة وذلك من خلال البحث عن أسواق جديدة بعيداً عن المنافسة، حيث عرفا استراتيجية المحيط الأزرق على أنها "هي كل الصناعات غير الموجودة اليوم وتعني فضاء السوق المجهول الذي لم يصل إليه المنافسون وتكون المنافسة أمر غير مطروح لأن قواعد المنافسة لم توضع بعد"

حسب Ghosn على أنها "إعداد خطة للصناعات التي لم تخرج بعد إلى حيز الوجود، وهي تمثل الفراغ والمناطق مجهولة من السوق الغير المكتشفة من المنافسين، ذات اللون الأزرق الصافي لعدم تلوثه بأية بقع حمراء ناجمة عن المنافسة الدموية".

حسب Coughlin على أنها "هي استراتيجية تميز المؤسسات عن المنافسين بحيث أن المؤسسة لا تضطر إلى ممارسة المنافسة السعرية"

حسب Baxter & Lynne على أنها "هي استراتيجية لخلق قيمة جديدة للمنظمة وللمشتريين وتكسر قاعدة المبادلة بين التمايز انخفاض التكلفة "

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن إن يتضح لنا استراتيجية المحيط الأزرق هي:

-سوق جديدة غير مكتشفة مسبقاً؛

-خلق قيمة جديدة؛

-التميز للمؤسسات المنتهجة لها؛

-القيمة المنخفضة؛

-المنافسة خارج اللعبة.

2-2-مضامين استراتيجية المحيط الأزرق (مصنوفة استراتيجية المحيط الأزرق)

تتمثل إبعاد استراتيجية المحيط الأزرق أربعة أبعاد أو مؤشرات والتي تعتبر الركيزة الأساسية في تبني هذه الاستراتيجية، وسيتم شرح كل بعد من هذه الأبعاد في ما يلي:

الاستبعاد: ينبغي على المنظمة ابتكار قيمة جديدة والتفكير في ملياً في استبعاد العوامل التي تنافست حولها المنظمات في فترات سابقة (رؤوف، 2010، صفحة 322)؛

التقليص: يعني على المؤسسة الساعية نحو إيجاد محيط أزرق إن تقليص بعض الإجراءات التي تراها غير ضرورية أو غير مبررة مما يؤدي إلى تقليص التكاليف التي لا مبرر لها كتقليل من بعض الخدمات المقدمة الزبائن غير الضرورية والمبالغ فيها؛

الرفع أو الزيادة: ويقصد بها إضافة المواد والإجراءات ذات القدرة على زيادة وتحسين مستوى جودة المنتجات المقدمة إلى الزبائن، إذ يمكن للمؤسسة تحقيق نمواً سريعاً عند توسع ملحوظ في بعض أهداف الأداء والتي عادة ما يكون معدل نمو مبيعاتها أو حصتها السوقية أعلى من الزيادة العادية مما يؤدي إلى زيادة مستوى حجم الأرباح المحققة وتوسعها بالشكل الذي ينعكس إيجاباً على سمعتها وشهرها محلياً ودولياً مما يمكنها ذلك من جذب زبائن جدد وإداريين ذو كفاءة عالية للعمل فيها.

الابتكار: يعد إحدى الصفات المميزة للمنظمات المتقدمة في البيئات المتغيرة، ويعني انه فكرة جديدة أو ممارسة جديدة أو تعبير جديد أو هو قدرة الشركة على التوصل إلى ما هو جديد يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق وبالتالي فإن المنظمات الأفضل هي التي تكون قادرة على الابتكار والتجديد على أساس نامٍ ومتطور مما يحقق لها ميزة تنافسية (البناء، 2012، الصفحات 127-128).

تسعى استراتيجية المحيط الأزرق إلى ابتكار القيمة في المنتجات لإضافة القيمة بعكس المتبعين استراتيجية السوق الحمراء فإنهم يقومون بإضافة القيمة وذلك من خلال المقارنة المرجعية بالمنافسين. ومن شروط إتباع استراتيجية المحيط الأزرق الجمع بين الابتكار والقيمة، حيث إن القيمة دون ابتكار تصبح إضافة إلى قيمة المنتج ولا تؤثر هذه الإضافة على موقع المنتج في السوق، ومن الناحية الأخرى فإن الابتكار دون قيمة ابتكار تكنولوجي دون توضيح لقيمة هذا الابتكار وهو بالتالي يفشل لعدم استعداد المستهلكين له أو معرفتهم فوائده. ويرى الباحثان أنه عند ابتكار القيمة يجب أن يكون هناك تميز وتقليص في الوقت ذاته، حيث يكون هناك توفير في التكاليف التي تقدمها الشركات الأخرى ويكون التمييز بابتكار عناصر جديدة في المنتجات لم تقدم من قبل الشركات الأخرى.

ومن جهة أخرى فإن الابتكار أصبح أحد المؤشرات الهامة التي تساعد إلى حد كبير في الاستدلال على مدى تقدم المؤسسات، حيث أن التنافس اليوم لم يعد قائماً على حجم أو قيمة الهياكل والموارد المادية، وإنما على حجم الاستثمارات التي تخصصها للابتكار وأكثر من ذلك يرى بيتر دراكر أن للمؤسسة الاقتصادية وظيفتين أساسيتين هما: وظيفة التسويق ووظيفة الابتكار.

إن زيادة الاهتمام بالبحث والتطوير لإثراء المعرفة المؤدية إلى الابتكار هدفه الأساسي رفع القدرات التنافسية للمؤسسة الاقتصادية حيث إن إنتاج المنتجات الجديدة أو تطوير عمليات الإنتاج والتسويق مبتغاها الأول والأخير هو زيادة نصيب المؤسسة في الأسواق المحلية أو الدولية أو الإبحار في المحيط الأزرق (عامر، 2012، صفحة 121).

2-3- مبادئ استراتيجية المحيط الأزرق

يمكن للشركات القيام بتغييرات فعالة في الصناعة أو في سياسات السوق من خلال التطبيق الهادف لأدوات المحيط الأزرق هذه وأطر عمله هناك ستة مبادئ يمكن للمنظمة إن تستخدمها لصياغة وتنفيذ استراتيجية المحيط الأزرق بشكل مستدام وتتمثل في:

2-3-1- مبادئ صياغة استراتيجية المحيط الأزرق:

المبدأ الأول: إعادة بناء حدود السوق للانفلات من المنافسة

يتناول هذا المبدأ مخاطر البحث التي يكافح ضدها كثير من الشركات.

حاول إعادة تقييم منشآت مؤسستك وتصميم نموذج لشركتك، وحاول تحديد محفزات المنافسة في شركتك (سواء كانت تفضيلات العملاء أو جودة المنتج أو السعر أو معايير الصناعة) لتكوين صورة إجمالية للاستراتيجية التي ستقوم بتطبيقها.

ويمكن النظر إلى إعادة بناء حدود السوق من خلال المسارات التالية:

- النظر إلى الصناعات البديلة إي التي تعطي أشكالاً مختلفة من المنتجات والخدمات لكنها تؤدي الغرض نفسه؛
- النظر في المجموعات الاستراتيجية ضمن مجال الصناعة أي التي تعمل على تنفيذ استراتيجية متشابهة؛
- الانتقال عبر سلسلة المشتري والمؤثرين والمستخدمين الذين تتحدد مواقعهم وفقاً لدرجة تأثيرهم المباشر وغير المباشر على قرار الشراء؛

- تقديم عروض لمنتجات وخدمات مكملة التي تعتبر معياراً لقياس فعالية المنظمات على اختلاف أنواعها؛

-منظور الإغراء الوظيفي والعاطفي للمستهلكين حيث تتنافس بعض الصناعات بشكل أساسي على السعر وتعتمد بشكل كبير على حسابات المنفعة (أي إغراء الوظيفي) ولكن صناعات أخرى تتنافس في مجال المشاعر (إغراء عاطفي) التي تلعب دوراً هاماً في شراء الأعمال ويمكنها أن تحفز الطلب.

-منظور الزمن أن التغير الكبير في وقت قصير يسمى بالصدمة المستقبلية وهي ظاهرة زمنية ناتجة عن التغير المتسارع في المجتمع، وعندما يحدث التغير بسرعة فإن قدرة الإدارة على التفاعل صعبة جداً وهذا يولد الخطوة الناتجة من التغير المتسارع، لذلك فإن المدراء يجب أن يكونوا أكثر قدرة على التكيف وأكثر مرونة من السابق.

المبدأ الثاني: التركيز على الصورة الكبيرة وليس على الأرقام

الهدف هنا توضيح كيف سيكون للمؤسسة إن تضع المخطط الاستراتيجي السليم الذي بواسطته ستتمكن من الخروج من حيز التحسين على المنتج لحيز خلق منتج جديد ويعتمد هذا المعيار على بالمقارنة مع المنافسين ومراقبة مميزات المنتج والخدمات البديلة المتاحة له تحديد الاستراتيجية الواجب إتباعها عن طريق دراسة المستخدمين.

المبدأ الثالث: الامتداد إلى أبعد من الطلب الحالي

أي التفكير في المنتجات التي قد يحتاج إليها السوق وترضي ذوق العملاء المحتملين، وهذا هو الإبداع الحقيقي المؤدي إلى النجاح: ففي الوقت الذي تركز فيه الشركات عادة على العملاء الحاليين يجب التركيز على عملاء المستقبل وتحقيق نمو يتخطى المتطلبات الحالية للعملاء من أجل تحقيق نمو حقيقي عن طريق الوصول إلى المياه المفتوحة في المحيط.

يعتبر هذا المبدأ مكوناً أساسياً لتحقيق ابتكار، إذ أن استراتيجية المحيط الأزرق تتطلب إيجاد سوق جديدة من خلال تجميعها لأكثر حجم من الطلب على العرض الجديد، لتحقيق هذا يتوجب على المنظمات أن تتحدى ممارستين استراتيجيتين تقليديتين وهما: التركيز على الزبائن الحاليين، والأخرى تقسيم السوق إلى شرائح أكثر دقة وتفصيلاً للتكيف مع الاختلافات الدقيقة بين الزبائن في السوق.

إن الشركات ذات استراتيجية المحيط الأحمر تجاهد سعياً لزيادة حصتها من السوق، وتكافح للإبقاء على زبائنها الحاليين وزيادتهم، ويقود هذا في الغالب إلى تقسيم السوق إلى شرائح أكثر تفصيلاً، كما يقود إلى تكييف أكبر للعروض لتلبية تفضيلات الزبائن بشكل أفضل، وكلما زادت حدة المنافسة زادت معها شدة تخصيص العروض المقدمة، وخلال تنافس الشركات لملاقاة تفضيلات الزبون ومن خلال التقسيم الدقيق للسوق تخاطر هذه الشركات في خلقها سوقاً مستهدفة ضيقة جداً.

لكن في استراتيجية المحيط الأزرق تحتاج الشركات إذا أرادت زيادة حجم محيطها الأزرق إلى أن تأخذ مساراً معاكساً، فبدلاً من التركيز على الزبائن، عليها أن تنظر إلى غير الزبائن، وبدلاً من التركيز على الفروق بين الزبائن عليها أن تبني عملها على القواسم المشتركة القوية في القيمة بالنسبة إلى المستهلكين مما يسمح للشركات بالامتداد لأبعد من الطلب الحالي لفتح المجال أمام كتلة جديدة من الزبائن لم تكن موجودة من قبل.

المبدأ الرابع: السعي للسياق الاستراتيجي الصحيح

يعني ذلك سعي الشركات لتنفيذ استراتيجياتها التي قامت بتحديدتها بالترتيب الذي يساعد على تحقيق أهدافها، وتوظيف الخبرات للوصول إلى متطلبات العملاء في كل مرحلة.

المبدأ الخامس: تخطي الحواجز الرئيسية للمؤسسات

حيث يتطلب منك النجاح الخارجي في المنافسة أن تحقق نجاحا داخليا بين جوانب مؤسستك بحل الخلافات بين الأقسام الداخلية للمؤسسة لتفادي أية مشكلات متوقع ظهورها بعد الخروج إلى مياه المحيطات الزرقاء، نتيجة إعادة توزيع الأدوار فيما يتناسب مع التوسعات الجديدة، ولتجاوز هذه الفترة الانتقالية في تاريخ الشركة.

المبدأ السادس: أسس النظرية مع التطبيق:

يتمثل في السعي لتقليل مخاطر الإدارة عن طريق تأسيس كل استراتيجية تهدف إلى استغلالها في المحيط الأزرق والتي تكون مصحوبة بالتطبيق، ولتحقيق نجاح أية استراتيجية يجب بذل جهد إضافي من جميع أعضاء فريق العمل بتحديد الارتباطات والتفسيرات والتوقعات وعندها فقط ستبحر شركتك إلى تلك المياه المفتوحة وستصل إلى مينائك المنشود من النجاح.

2-3-2- مبادئ تنفيذ استراتيجية المحيط الأزرق

يتم التنفيذ الاستراتيجي من خلال ترجمة الاستراتيجية المصاغة إلى إجراءات عمل لترجمة هذه الاستراتيجية لابد من الأخذ بعين الاعتبار بعض المبادئ وهي كالآتي:

التغلب على العقبات التنظيمية

يتطلب من المنظمة النجاح الخارجي في المنافسة إن تحقق النجاح الداخلي بين أروقة المنظمة بحل الخلافات بين الأقسام الداخلية للمنظمة ولتفادي أي مشكلات متوقع ظهورها بعد الخروج إلى مياه المحيطات الزرقاء وذلك نتيجة إعادة الأدوار فيما يتناسب مع التوسعات الجديدة إذ تظهر عقبات تنظيمية عند وضع خطوات استراتيجية المحيط الأزرق وعلى المنشآت التغلب عليها وتتمثل في:

-**العقبة الإدراكية:** وتتمثل في حاجة المنظمات والأفراد إلى التغيير الاستراتيجي، فالتغيير هو السلوك أو أفكار جديدة تعتمد عليها المنظمة وتختلف عن تلك المعمول بها ويتسم بالشمولية والاستمرارية ويتم التغلب على هذه العقبة من خلال توعية الموظفين بأهمية التغيير الاستراتيجي من استراتيجية المحيط الأحمر والتنافسية إلى استراتيجية المحيط الأزرق والحاجة إليها ووضع مسار مستقبلي لتطبيقها والاستفادة منها.

عقبة محدودية الموارد: بعد إن يقبل الأفراد في المنظمة بضرورة التغيير الاستراتيجي ويتفقوا على الخطوط العريضة للاستراتيجية الجديدة، ينبغي إن يكون لإدارة الشركة ما يكفي من الموارد للقيام بالتغيرات الضرورية، حيث كلما زادت حدة التحول في الاستراتيجية زادت الموارد اللازمة للتنفيذ.

عقبة الدافع: من أجل تنفيذ استراتيجية المحيط الأزرق لابد من تنفيذ الحاجة إلى التغيير الاستراتيجي وكيفية تحقيقه بمرور محدود، ولكي تتحول الاستراتيجية إلى تحرك لا يكفي إن يفهم الأفراد ما يجب فعله بل عليهم إن يتصرفوا على أساس هذه الرؤية بطريقة معنوية ومستدامة وخلق تفاعل جماعي.

عقبة السياسية الإدارية: إن السياسة هي إحدى المفاهيم الإدارية التي تتطوي على إرشاد متخذي القرار في المنظمة وتحكم تنفيذ الأعمال وتسهم في تنظيم العلاقات الداخلية والخارجية للمنظمة وإن السياسة أداة إرشادية عامة

لمتخذي القرار مهما كان مستواهم التنظيمي وفي الوقت نفسه تحكم وتقيد سلوكيات أعضاء المنظمة وتعمل على جعلها منسجمة ومتشابهة نسبياً، فالسياسة تعني حدود واتجاهات العمل الإداري، فهي بهذا المعنى توضح الاتجاهات الواجب إتباعها، أو أنها قرار معلوم اتخذ مسبقاً ليصبح معياراً للتطبيقات الإدارية ومرشداً لأرباب العمل في اتخاذ القرارات لاحقة، وتتمثل في قوى أصحاب المصالح وهي من أصعب هذه العقبات وأهمها لأن التغلب عليها يقود إلى تطبيق الاستراتيجية الجديدة.

بناء التنفيذ ضمن الاستراتيجية

يحدث عندما يستخدم أعضاء المنظمة فكرة جديدة أو تقنية جديدة أو يسلكون سلوكاً جديداً فقد تكتسب المواد والمعدات ويرغب العمال في استخدام الفكرة الجديدة، حيث أن التنفيذ خطوة هامة لعدم جدوى الخطوات السابقة من دونه وغالباً ما يكون التنفيذ للتغيير الخطوة الأصعب خلال عملية التغيير.

لذلك فالتغيير في حد ذاته يمثل عملية وينبغي التعامل معه وفق هذا الإطار والمنظمة لا يمكنها أن تتوقع قيام الموظفين بتغيير طريقة أداء عملهم التي اعتادوا عليها لسنوات طويلة بين عشية وضحاها، كونه عملية معقدة وليست بالسهلة، وإذا ما تمت إدارته بالشكل الصحيح فإنه يعد مكسباً سواء أكان للموظفين أم للمنظمة ككل.

ولكي تنجح هذه الاستراتيجية في التنفيذ ينبغي ممارسة العدالة التنظيمية العملية أو العملية العادلة التي تعتبر من أهم نظريات السلوك الإنساني في المؤسسات من خلال العناصر التي حددها كيم ورينية:

-الربط إبي بإدخال الأفراد في اتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تؤثر فيهم بأخذ آرائهم والاهتمام بأفكارهم ومقترحاتهم مما يعكس احترام الإدارة للأفراد وينتج عن هذا الربط قرارات استراتيجية أفضل إدارياً والتزام أفضل من قبل العاملين على تنفيذ القرارات؛

-التفسير أي توضيح الفكرة من وراء اتخاذ القرارات وجعل الأفراد أكثر ثقة لأن الإدارة تأخذ بآرائهم بما يخدم المصلحة العامة للمنظمة؛

-وضوح التوقعات أي تبيان القواعد الجديدة للاستراتيجية بشكل واضح وما المعايير التي سيحاسبون على أساسها وما عواقب الفشل.

وعلى الشركات الراغبة بجدية في التحول إلى استراتيجية المحيط الأزرق أن تهجر أساليبها وعاداتها القديمة في استراتيجية المنافسة والمحيط الأحمر إلى استراتيجية المحيط الأزرق.

3-الإشارة لحالة شركة جنرال موتورز:

3-1-نبذة عن شركة جنرال موتورز:

شركة جنرال موتورز (General Motors Company)، أي "شركة المحركات العامة" هي شركة متعددة الجنسيات، أميركية الأصل، تعتبر ثاني أكبر منتج للسيارات في العالم (المدرجة في سوق نيويورك المالي باسم GM وسوق تورونتو Toronto المالي باسم GMM) هي أحد أكبر صانعي السيارات في العالم، وتعود جذورها إلى العام 1908. ويعمل في الشركة التي تتخذ من ديترويت مقراً عالمياً لها، نحو 209 آلاف موظف يتوزعون على كل المناطق الرئيسية في العالم، حيث توجد أعمال لجنرال موتورز في 120 دولة. وتقوم جنرال موتورز وشركاؤها بإنتاج

السيارات والشاحنات في 31 دولة، وبيعها وصيانتها من خلال العلامات التالية: بويك، كاديلاك، شفروليه، جي إم سي، دايوو، هولدن، إيسوزو، جيفانغ، أويل، وولينغ، وفوكسهول. وتعتبر الصين أكبر سوق وطني لجنرال موتورز، وتليها الولايات المتحدة ثم البرازيل فالمملكة المتحدة وألمانيا وكندا وإيطاليا.

3-2- الشراكة بين جنرال موتورز ودايو Daewoo:

في عام 1984 وقعت شركة جنرال موتورز وشركة دايو الكورية اتفاقية يلتزم الطرفان بموجبها قيام كل منهما باستثمار مائة مليون دولار في مشروع مشترك يقام في كوريا مناصفة يتمثل في شركة دايو للسيارات والمخطط لها أن تتولى صناعة سيارة صغيرة من طراز بونتيك ليمانز التي تركز على تصميم جنرال موتورز للسيارة الألمانية الشعبية من طراز اويل كاديت (تعتبر اويل بمثابة الفرع الألماني لجنرال موتورز). وقد تقرر أن يتولى مسئولو دايو الإدارة اليومية لهذا الكيان المشترك، مع قيام مسئولو جنرال موتورز بتزويد هذا الكيان بقليل من النصائح الإدارية والفنية عند الحاجة. وفي بادئ الأمر اعتبر هذا التحرك بمثابة تحرك ذكي للشركتين. إذ كانت جنرال موتورز تشك في مدى جدوى تصنيع سيارة صغيرة في الولايات المتحدة الأمريكية نظرا لتكلفة العمالة العالية، ورأت أن هناك فوائد ومزايا كبيرة من وراء هذا التزاوج بين التقنية الألمانية والعمالة الكورية الرخيصة. وفيما بعد أخبر رئيس شركة جنرال موتورز الإعلام الكوري أن جنرال موتورز في أمريكا الشمالية قد تستورد من 80000 إلى 100000 سيارة في كل عام من شركة دايو. ومن جانب دايو، فقد رأت نفسها على أعتاب الوصول إلى خزائن أسرار المهارات الهندسية المتفوقة والدخول إلى أكبر أسواق السيارات العالمية في الولايات المتحدة.

وبعد ثماني سنوات من الخسائر المالية انهار المشروع المشترك، وأخذت الشركتان في تبادل الاتهامات. ومن جهة نظر جنرال موتورز أن الأمور قد بدأت تتجه في الاتجاه الخاطئ في عام 1987، وذلك عندما كان يجري تصنيع وإنتاج بواكير طراز ليمانز على خطوط إنتاج دايو، ففي ذلك الوقت كانت كوريا تتحول إلى الديمقراطية، واخذ العمال في جميع أنحاء البلاد يطالبون بتحسين أجورهم. وتعرضت دايو على اثر ذلك لهزات عنيفة أدت إلى وقف إنتاج ليمانز. ولحل مشكلات العمال، اضطرت دايو لزيادة أجورهم بأكثر من الضعفين، لدرجة أصبح معها تصنيع السيارات اويل في ألمانيا أرخص وأكثر اقتصادية.

وكانت المشكلات لدى دايو تتمثل في سوء جودة السيارات التي تخرج من خطوط إنتاج الشركة. ولطالما حدثت مشكلات في نظام شبكة الكهرباء الخاصة بالسيارة ليمانز، كما تعرض نظام المكابح إلى الفشل بعد عدة آلاف قليلة من الأميال. واكتسبت هذه السيارة على اثر ذلك سمعة رديئة. وفي عام 1991 هبطت نسبة مبيعاتها في الولايات المتحدة إلى 37000 سيارة، بنسبة تقل بمقدار 86% من النسبة التي تحققت في عام 1988، وقد أثر ذلك أيضا على نصيب دايو من حصص السوق الكورية والتي انخفضت من 21.4% في عام 1987 إلى 12.3% في عام 1991. وإذا ما كان أمل جنرال موتورز قد خاب في دايو، فإن ذلك لا يقارن بخيبة أمل دايو في جنرال موتورز. ولقد اشتكى رئيس شركة دايو كيم ووتشونغ من أن مسئولو جنرال موتورز كانوا متعاطسين وتعاملوا معه بشكل رديء. وكان السيد كيم غاضباً نظراً لأن جنرال موتورز حاولت إعاقته عن التوسع في أسواق السيارات. ومع نهاية 1988 تفاوض حول صفقة لبيع 70000 سيارة في أوروبا الشرقية، متذرعين بأن أوروبا تدخل ضمن نطاق نفوذ الفرع الألماني لجنرال موتورز وهو شركة اويل. ومما زاد الأمور سوءاً، أنه عندما قامت دايو بتطوير سيارة صالون جديدة وطلبت من

جنرال موتورز بيعها في الولايات المتحدة، جاءهم الرد بالرفض. وعند هذه النقطة تجسد مدى الإحباط الذي ملا نفس كيم حيال خطته الرامية إلى التوسع في أوروبا الشرقية والولايات المتحدة. وكان في اعتقاد مسئولو دايو أن انخفاض مبيعات ليماز في الولايات المتحدة لم يكن بسبب سوء الجودة بقدر ما كان بسبب جهود التسويق المتواضعة التي قامت بها شركة جنرال موتورز.

ووصلت الأمور إلى الذروة في عام 1991 عندما طلبت دايو من جنرال موتورز الموافقة على إحداث توسع في منشآت التصنيع الخاصة بالمشروع المشترك واستوجبت هذه الخطة أن يلتزم كل طرف برصيد مائة مليون دولار أخرى، وأن تتمكن دايو من مضاعفة نسبة منتجاتها وقوبلت هذه الدعوى بالرفض.

من قبل جنرال موتورز على أساس أن زيادة معدلات الإنتاج لن تكون مجدية لدايو في شيء إذا لم يجر تحسين جودة الإنتاج أولاً. ومع نهاية 1991 زادت الأمور سوءاً وتعقدت عندما قامت جنرال موتورز بتقديم عرض مستفز إلى دايو، مخيرة إياها أما أن تشتري نصيب جنرال موتورز في المشروع أو تقوم جنرال موتورز بشراء نصيب دايو. وكان الأمر مدهشاً لجنرال موتورز عندما تلقت رداً يفيد موافقة دايو على شراء نصيب جنرال موتورز. وتم الانفصال بين الشركتين في نوفمبر 1992 بموجب اتفاقية تلتزم دايو بمقتضاها بدفع 170 مليون دولار على مدار ثلاث سنوات لجنرال موتورز مقابل نصيبها في شركة دايو للسيارات والذي يقدر بنسبة 50% (جونز، 2001، الصفحات 449-450).

3-3- الشراكة بين جنرال موتورز و MCV:

تمكنت الشراكة بين جنرال موتورز فرع مصر وشركة صناعة وسائل النقل MCV Manufacturing Commercial Vehicles من فتح 3 أسواق جديدة، وهي غانا وفيتنام وجنوب أفريقيا، لإنتاج وتصدير أتوبيس فئة ميني باص لتلك الدول، في إطار استراتيجيتها للتوسع في الأسواق الأفريقية وأعلنت جنرال موتورز عن تمكنها من تصدير أجزاء من اكصدام ورفارف السيارة النصف النقل إلى فيتنام، إلى جانب تصدير أجزاء من الهيكل القاعدي (Chassis) إلى جنوب أفريقيا. تتضمن الاتفاقية تصنيع وتصدير أتوبيسات فئة ميني باص، لاستخدامات النقل الجماعي، والتي تم تسليمها إلى جمهورية غانا خلال الربع الثالث من عام 2016. وتعد الاتفاقيات الثلاثة هي خطوة أولى من المقرر أن يتبعها المزيد من الخطوات، التي تساهم في فتح آفاق جديدة في الأسواق الخارجية، وبخاصة الأسواق الأفريقية، إضافة إلى إثبات جدارة مصر في السوق العالمية، خاصة وأن الشحنات التصديرية تتضمن منتجات مصرية خالصة. وأوضح العضو المنتدب لجنرال موتورز فرع مصر وشمال أفريقيا أن خروج الشحنات التصديرية الثلاث، يمثل نقطة تحول مهمة في صناعة السيارات، وبارقة أمل بعودة صناعة السيارات في مصر للريادة. وذلك من خلال الاستعانة بخبرة شركة MCV الواسعة في تصنيع هيكل الحافلات، وهو ما أثمر عنه الخروج بمنتج مصري يوافق أعلى المواصفات العالمية ويلبي احتياجات وتوقعات الحكومة الغانية بل أنه يعمل على فتح المزيد من الفرص التصديرية للمنتجات المصرية محلية الصنع. وأشار إلى أن الصفقات الثلاث تمثل بداية لخطة تصديرية طموحة للشركة تنوي من خلالها التوسع في الدول الأفريقية من خلال تصدير مركبات أو قطع غيار محلية الصنع. وكان كريم غبور، رئيس مجلس إدارة شركة صناعة وسائل النقل MCV، مصنع أتوبيسات وشاحنات العلامة الألمانية مرسيدس

في مصر، قد أعلن في وقت سابق في حوار مع "المال" عن تحالفه مع GM لتصنيع 100 أتوبيس من فئة ميني باص بهدف التصدير لغانا. وأكد على أن التحالف يمثل بداية قوية لمزيد من التعاون بين كلا الشركتين للتصدير لعدد أكبر عدد من الدول الأفريقية خلال الفترة المقبلة للاستفادة من الاتفاقيات الاقتصادية المبرمة في هذا الصدد. ومن جانبه، كشف عمرو نصار، المدير العام للشركة، عن تبني MCV خطة تستهدف زيادة معدلات تصديرها للأتوبيسات بعد قرارات البنك المركزي والتي ساهمت في تراجع قيمة الجنية أمام الدولار الأمريكي.

خاتمة:

من خلال ما سبق فإن الشراكة الاستراتيجية الصناعية تكمن في روح التعاون في شتى المجالات خاصة التكنولوجية منها، ويرتكز هذا التعاون على علاقة الثقة المتبادلة للوصول إلى أهداف محددة باتفاق مشترك فهذا النمط من العلاقة يؤدي إلى تحقيق مصالح مشتركة في مجالات عديدة يصعب على المؤسسة تحقيقها بجهود فردية مثلاً تقديم منتج جديد، دخول أسواق جديدة، توسيع حصة المؤسسة في السوق، تطوير تكنولوجيا معينة، وانتهاج استراتيجية المحيط الأزرق بعيد عن المنافسة وذلك بالاستفادة من تكنولوجيا الآخرين والتعاون معهم من أجل التوصل إلى أفكار ابتكارية جديدة والاكتمال المبكر لأفضل العروض وهذا نظراً لما أصبحت عليه التكنولوجيا من أهمية في تعظيم ثروة المؤسسة، وبالتالي الحصول على الخبرة والمهارة في مختلف الوظائف التي تمكن المؤسسة الاقتصادية من البقاء والاستمرارية ثم العثور على حصة ومكانة في السوق العالمية ثم الإبحار في المحيط الأزرق بعيداً عن دموية المحيط الأحمر.

قائمة المصادر والمراجع:

- بن عزة محمد الأمين. (2005). التحالف الاستراتيجي كضرورة للمؤسسات الاقتصادية في ظل العولمة. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، (2)2.
- رعد عدنان رؤوف. (2010). دور إبعاد إستراتيجية المحيط الأزرق في الأداء التسويقي. مجلة تنمية الرفدين، 32(98).
- شارلزهل وجاريت جونز. (2001). الإدارة الاستراتيجية مدخل متكامل. (ترجمة رفاعي محمد رفاعي، محمد سيد محمد عبد المتعال، المحرر) الرياض : دار المريخ.
- علاء فرحان طالب، زينب مكي محمود البناء. (2012). إستراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة (المجلد الطبعة الاولى). دار الحامد للنشر والتوزيع.
- علاش أحمد، منصور الزين. (2009). التحالف الاستراتيجي كضرورة للمنظمات الاقتصادية في ظل العولمة "حالة الجزائر". جامعة البليدة. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- فؤاد محمودي عطار. (2010). دور فلسفة المحيط الأزرق في تحقيق التفوق التنافسي. مجلة جامعة كربلاء العلمية، 8(3).
- محمد متولى دكرورى محمد. (2008). دراسة عن الشراكة مع القطاع الخاص مع التركيز على التجربة المصرية. القاهرة: ادارة البحوث والتمويل بوزارة المالية.
- ملايكية عامر. (2012). واقع الابتكار في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة ميدانية لحالة المؤسسة الوطنية للدهن بسوق أهراس. مجلة العلوم الإنسانية، 12(4).

Quality Assurance System for Higher Education Institutions: Principles and Requirements

Mansouri Houari ¹

¹ SEDLAB, University of Ahmed Draia- Adrar, Algeria,

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 01/03/2020

Accepted: 02/10/2020

Online: 20/12/2020

Keywords:

Higher Education

the quality

Ensure quality of higher education

University practices

JEL Code: I31, I23

ABSTRACT

This research paper aims to identify the concepts related to the concept of ensuring the quality of higher education, which would be applied in Algerian higher education institutions to allow the push towards adopting a culture of quality excellence in university practices, and since the application of the philosophy of quality assurance requires the involvement of many actors, whether managing the university institution or a body Teaching, students, and more than that. The National Quality Assurance Authority stressed the importance of engaging the social and economic milieu when preparing formation offers and in drawing up scientific research policies, This research paper concluded that the delay in the application of the quality assurance system in Algerian higher education institutions until the year 2004 was linked to the adoption of the LMD system. Despite this, the application of university self-evaluation since 2016 is a good start to the application of university practices that allow the application of the quality assurance system, The study recommended the need to maintain continuity in the application of quality assurance standards to achieve excellence in various university practices.

ضمان الجودة في مؤسسات التعليم العالي: المبادئ والمتطلبات

منصوري هوارى¹

¹ مخبر دراسات التنمية المكانية وتطوير المقاولاتية في الجزائر، جامعة أحمد دراية أدرار، الدولة، sayah.2013@yahoo.fr

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال: 2020/03/01

تاريخ القبول: 2020/10/02

تاريخ النشر: 2020/12/20

الكلمات المفتاحية

تعليم عالي

جودة

ضمان جودة التعليم العالي

الممارسات الجامعية

JEL Code: I31, I23

المخلص

تحاول هذه الورقة البحثية التعرف على المفاهيم المرتبطة بمفهوم ضمان جودة التعليم العالي والتي من شأن تطبيقها في مؤسسات التعليم العالي الجزائرية أن يسمح بالدفع نحو تبني ثقافة جودة التميز في الممارسات الجامعية، وحيث أن تطبيق فلسفة ضمان الجودة يتطلب إشراك عديد الفاعلين سواء إدارة المؤسسة الجامعية أو هيئة التدريس والطلبة والأكثر من هذا فالمرجع الوطني لضمان الجودة أكد على أهمية إشراك المحيط الاجتماعي والاقتصادي عند إعداد عروض التكوين وعند رسم سياسات البحث العلمي، توصلت هذه الورقة البحثية إلى أن تأخر تطبيق نظام ضمان الجودة في مؤسسات التعليم العالي الجزائرية إلى غاية سنة 2004 ارتبط بتبني نظام ل.م.د وبالرغم من هذا فتطبيق التقييم الذاتي للجامعات منذ 2016 يعتبر انطلاقة جيدة لتطبيق الممارسات الجامعية التي تسمح بتطبيق نظام ضمان الجودة، وأوصت الدراسة بضرورة المحافظة على الاستمرارية في تطبيق معايير ضمان الجودة لتحقيق التميز في مختلف الممارسات الجامعية.

1- مقدمة:

أصبح مفهوم الجودة أحد الركائز الرئيسة لنجاح العمل في المنظمات الإنتاجية والخدمية، نتيجة حدة المنافسة وظهور المفاضلة بين المنتجات سلعا كانت أو خدمات، والجودة بمعناها العام هي إنتاج المنظمة لسلعة أو تقديم خدمة بمتطلبات وخصائص تكون قادرة من خلالها على الوفاء بحاجات ورغبات زبائنهم، وبالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم وتحقيق الرضا والسعادة لديهم، ومن أجل تجسيد هذا المفهوم اعتمدت المنظمات الإنتاجية والخدمية على تبني أساليب إدارية حديثة، لعل أكثرها شيوعا وتطبيقا في العالم أسلوب إدارة الجودة ، وقد أضحت إدارة الجودة حاليا حديث الساعة في أوساط الأعمال والجامعات ومراكز البحث العلمي، مما جعلها سمة مميزة لمعطيات الفكر الإنساني.

يعد منهج إدارة الجودة أحد المداخل المعتمدة لإحداث تغييرات هيكلية وإيجاد آليات فاعلة لإشراك مجتمع الجامعة بأسره في عمليات التقويم والتطوير المحققة للأمال والتطلعات، فإدارة الجودة طريقة للإدارة تهدف إلى رفع الفاعلية والمرونة والقدرة التنافسية للمؤسسة (الجامعة) وتشمل تنظيمها بكاملها، كل قسم وكل نشاط، وكل فرد في جميع المستويات الإدارية والأكاديمية.

وعلى الصعيد التعليمي فإن جودة التعليم تعد من التحديات الكبيرة التي تواجهها جميع المؤسسات الجامعية منها الأمر الذي دفع العديد منها لتبني مفاهيم إدارة الجودة والتركيز على الكفاءة النوعية (compétence qualité) لمخرجاته وتزويدهم بالمهارات اللازمة وتطوير مواهبهم إلى جانب رفع كفاءة العاملين به بما يضمن الحصول على خريجين لديهم المعارف الأساسية التي تؤهلهم للتنافس على في كافة المجالات العملية بكفاءة عالية على المستوى المحلي والعالمي والمساهمة في بناء الاقتصاد المبني على المعرفة، ولتحقيق هذه المواصفات فقد توصلت العديد من الدراسات إلى نتيجة مفادها أن إدارة الجودة هي النموذج القادر على توفير أدوات وأساليب متكاملة تساعد مؤسسات التعليم العالي على تحقيق نتائج مرضية وخلق ثقافة جديدة داخل المؤسسة الجامعية تنظر إلى الجودة على أنها تمثل هدفه الأول.

كما تسهم مؤسسات التعليم العالي بدور أساسي في تعظيم القدرة المعرفية للمجتمع بحثا واستخداما وتطبيقا من خلال ممارسة وظائفها من تدريس (نشر المعرفة)، وبحث علمي (إنتاج المعرفة) ، وخدمة المجتمع (تطبيق المعرفة)؛ إلا أن نجاح هذه المؤسسات، في إعداد الرأس المال البشري المؤهل للإنتاج، وتطوير القدرات الإبداعية له، والرفع من مستوى تأهيله لتلبية مختلف حاجات المجتمع من التنمية المستدامة، في جميع المجالات الاجتماعية، البشرية، الاقتصادية والثقافية، يتطلب منها ضرورة الاهتمام بقضية ضمان جودة التعليم العالي، خاصة وأن النجاح في تطبيقها مفهوما وممارسة يشكل اللبنة الأساسية لتطبيق منهج إدارة الجودة.

في الجزائر كان لا بد من مسايرة التطورات الحاصلة بهدف الرفع من جودة التعليم العالي في مؤسسات التعليم العالي الجزائرية من حيث أن الجودة سارت ضرورة وحتمية لتطبيق نظام ضمان الجودة في التعليم العالي رغم التأخر، تجسدت الإرادة السياسية في القيام بإصلاح يهدف إلى ترقية التعليم العالي نحو مستويات أفضل في سنة 2008 من خلال صدور القانون التوجيهي للتعليم، لكن الملاحظ أن التعليم في الجزائر لم يحقق بعد مبتغاه رغم المجهودات المبذولة، ولم يستفد من التجارب العالمية والعربية في إدارة الجودة في قطاع التعليم العالي.

الدراسات السابقة المتعلقة بجودة التعليم العالي:

دراسة يوسف أحمد أبو فارة سنة 2004 ، تحت عنوان "دراسة تحليلية لواقع ضمان جودة التعليم في جامعة القدس" وقد كان الهدف من الدراسة، تبين أهمية ضمان جودة التعليم العالي كمدخل يقود إلى التبني الكامل لمفاهيم إدارة الجودة الشاملة، من خلال اختبار واقع ضمان جودة التعليم العالي في جامعة القدس (فارة، 2008، صفحة 123). وقد كشفت نتائج الدراسة، أن ممارسات الإدارة العليا لا تركز على تحقيق ضمان جودة التعليم العالي، وأن جامعة القدس لا تتبنى نظاما فاعلا لتحقيق جودة التعليم العالي.

دراسة أحمد الخطيب ورياح الخطيب سنة 2010 ، تحت عنوان (الخطيب، 2010، صفحة 75): "الاعتماد وضبط الجودة في الجامعات العربية" وقد كان الهدف من هذه الدراسة هو: تطوير أنموذج للاعتماد وضبط الجودة في مؤسسات التعليم العالي في الوطن العربي، بشكل يساهم في تحسين أدائها لتتلاءم مخرجاتها مع متطلبات سوق العمل واحتياجات خطط التنمية الشاملة والمستدامة.

دراسة راضية بوزيان سنة 2010 ، تحت عنوان (بوزيان، 2010، صفحة 08) "واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة بمؤسسات التعليم العالي الجزائرية". وقد هدفت الدراسة، لتحديد متطلبات ومعوقات تطبيق الجودة الشاملة في التعليم الجامعي وكشفت نتائج الدراسة، فيما يتعلق عن أهم المتطلبات: ضرورة دعم وتأييد الإدارة العليا لنظام إدارة الجودة ترسيخ ثقافة الجودة الأفراد، مشاركة جميع العاملين، التعليم والتدريب المستمر لكافة الأفراد وتقويض الصلاحيات. أما عن المعوقات فأهمها: عدم ملائمة الثقافة التنظيمية السائدة في المؤسسات التعليمية والثقافة التنظيمية التي تتفق ومتطلبات تطبيق إدارة الجودة وذلك على مستوى الأبعاد الثقافية التنظيمية.

دراسة Isabelle pouliquen سنة 2010 تحت عنوان (POULIQUEN, 2010, p. 09) : **la place des démarches qualités dans l'enseignement supérieur** ركزت على أهم التحديات التي تواجه مؤسسات التعليم العالي العالي والتعريف بمنهجية تطبيق نظام إدارة الجودة فيها مع الإشارة إلى عوامل النجاح، وقد أظهرت الدراسة أن تزايد الطلب الاجتماعي على التعليم العالي وتدويل التعليم العالي والحاجة لتحقيق رضا أصحاب المصلحة تعدّ من أهم التحديات التي تواجه مؤسسات التعليم العالي، كما بينت الدراسة أن عملية التقييم لتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف تعدّ أساس تطبيق نظام إدارة الجودة، أما عن عوامل النجاح فقد كشفت الدراسة أنّ تحسين وإعلام وتكوين الموارد البشرية إلى جانب قيادة التغيير تعدّ من أهم عوامل نجاح تطبيق نظام إدارة الجودة في مؤسسات التعليم العالي.

دراسة زين الدين بروش ويوسف بركان سنة 2012 ، تحت عنوان (بركان، 2012، صفحة 08): "مشروع تطبيق نظام ضمان الجودة في مؤسسات التعليم العالي في الجزائر: الواقع والآفاق". وقد هدفت الدراسة، إلى إبراز أهمية ضمان الجودة بمؤسسات التعليم العالي بالجزائر بإعطاء نظرة عن الديناميكية الحالية والإجراءات المتخذة من طرف وزارة التعليم العالي لتطبيق ضمان الجودة في مؤسسات التعليم العالي الجزائرية وكذا التوقع بآفاقه مع التركيز على المعوقات. وقد خلصت الدراسة، بأن غياب ثقافة الجودة في التعليم العالي، قلة مستوى تكوين وتدريب القائمين عليها، عدم توافر الإمكانيات المادية والتنظيمية التي تمكن من التعامل بفعالية مع نظام المعلومات ومقاومة بعض الأطراف

الداخلية لتطبيق نظام ضمان الجودة تعد من أهم معوقات تطبيقه. كما اقترحت الدراسة، ضرورة الاهتمام بالاتصال الفعال والمشاركة كعوامل أساسية للتخفيف من حدة مقاومة التغيير.

منهجية الدراسة

مما سبق الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على ماهية الجودة وأهمية تطبيقها كأحد أهم الأدوات التي تساعد في ضمان جودة التعليم العالي في مؤسسات التعليم العالي الجزائرية من خلال عملية دمج ما يعرف بمصطلح الجودة بالتعليم العالي والغاية الكبرى من البحث العلمي.

2- الجودة

ظهر الانشغال بالجودة في بادئ الأمر بالمؤسسة الاقتصادية ضمن احترام التنافس والاتجاه نحو إرضاء الزبون، فراكمت المؤسسات الخاصة (اليابانية والأمريكية) خبرات معتبرة من خلال تبنيها استراتيجيات قائمة على الجودة الشاملة وأضحت هذه الأخيرة تكوّن أحد أهم المواضيع اهتماما في علم إدارة الأعمال (management) في العقدين الأخيرين. وتبعاً لهذا النجاح امتدّ استخدام مبادئ الجودة إلى المؤسسات المقدمة للخدمة العمومية ومنها التعليم العالي (بركان، 2012، صفحة 12)، كما تعرف الجودة التعليمية بأنها مجموعة من الخصائص التي تعبر بدقة وشمولية عن التربية متضمنة الأبعاد المختلفة لعملية الجودة من مدخلات وعمليات ومخرجات، والتي تؤدي إلى تحقيق الأهداف المنشودة للمجتمع. وبمعنى آخر فإن جودة التعليم العالي هي: "استراتيجية إدارية مستمرة التطوير تنتهجها المؤسسة التعليمية معتمدة على مجموعة من المبادئ، وذلك من أجل تخريج مدخلها الرئيسي وهو الطالب على أعلى مستوى من الجودة من كافة جوانب النمو العقلية والنفسية والاجتماعية والخلقية، وذلك بغية إرضاء الطالب بأن يصبح مطلوبا بعد تخرجه في سوق العمل وإرضاء كافة أجهزة المجتمع المستفيدة من هذا المخرج (أحمد، 2003، صفحة 166).

ومن كل هذا نستخلص أن مفهوم الجودة مرتبط بالتميز وبالتالي الرقي والازدهار على جميع الأصعدة، أما في المجال التعليمي فيتناول مفهوم جودة التعليم العالي من خلال الأهداف المرجوة منه والمتمثلة أساساً في التميز والتميز عن الآخرين، عن طريق الملاءمة مع الغايات أو المدخلات مع الطموحات لتحقيق درجة الرضا، سواء من حيث الطلبة الوافدين أو المتخرجين وحتى في علاقة مؤسسات التعليم العالي مع المؤسسات الأخرى خاصة المؤسسات الاقتصادية أو متطلبات السوق الداخلية والدولية، لأن عملية الجودة التعليمية أصبحت مرتبطة بمتغيرات خارجية لها تأثير مباشر وغير مباشر على المؤسسات التعليمية. وبالتالي يمكن القول أن الجودة كمصطلح رغم التداول المتزايد عليه يصعب تحديد مفهوم متفق عليه لمعنى الجودة، لأن هذه المفردة تشتمل على مجموعة من الأفكار والأبعاد والأهداف المختلفة والمتأثرة بعوامل إيديولوجية، عقائدية، ثقافية، اجتماعية، اقتصادية، أمنية، وبالتالي ينبغي الارتكاز على خلاصة نسبية المفهوم.

2-1- مفهوم ضمان الجودة:

حتى تتحقق الجودة في الخدمات التي تقدمها مؤسسات التعليم العالي يجب أن تقوم هذه الأخيرة باتخاذ إجراءات متعددة تسمى بـ**ضمان الجودة** وقد ظهر مفهوم الجودة والاهتمام بضمانها كأحد المنهجيات للاقتصاد الناجح في الدول الغربية خلال الخمسينات والستينات من القرن الماضي، فالمؤسسة الناجحة من وجهة نظرهم هي التي تلبي معايير الجودة (MORDJAOU, 2010, p. 11).

إن المتنبّع لحركة تطور مفهوم الجودة، يلاحظ أنها استخدمت لأول مرة خلال الحرب العالمية الثانية، وقد اقتصر مفهومها في ذلك الوقت على كشف العيوب بعد الانتهاء من عملية التصنيع. ومع بداية الثلاثينيات من القرن الماضي ظهر نظام رقابي عرف بنظام ضمان الجودة الإحصائي الذي يرى بأن الجودة تتحقق من خلال رقابة وحدة الإنتاج، غير أن هذا النظام أظهر العديد من القصور من أهمّها ظهور منتجات معيبة في الأسواق. ومع نهاية الستينات وبداية السبعينات من القرن الماضي، أصبح المعنى الحقيقي لضمان الجودة معروفا وأكثر تطورا ليظهر ما يعرف بنظام ISO 9000، بهدف الوصول إلى منتج يحظى بثقة العميل. وفي عام 1987 تم تأسيس منظمة المعايير العالمية التي قامت بوضع مجموعة من المعايير لنظام ضمان الجودة استخدمت في تسعين دولة، واعتبرت هذه المعايير أشهر المعايير لضمان الجودة، وقد تمّ فيما بعد تطوير هذا النظام، ففي عام 1994 توفرت ثلاث أنظمة لمعايير ضمان الجودة هي ISO 9001 : ISO 9002 ، ISO 9003 وفي سنة 2000 أصدرت منظمة المعايير العالمية إصدارا جديدا حلّ محلّ الأنظمة الثلاثة سميّ بـ ISO 9001 : وقد أتاح هذا النظام الفرصة لأكثر عدد من المنظمات إمكانية الحصول على شهادة ضمان الجودة حيث استبعد مجال التصميم من مجالات الحكم، ومنذ عام 2003 أصبح من الضروري على المنظمات التي ترغب في الحصول على الاعتراف سواء كانت إنتاجية، خدمية، صحية، تعليمية،... أو غيرها، تلبية متطلباتها والعمل على تحقيق المعايير التي تطرحها (DETREIE, 2001, p. 20).

وضمن الجودة في ميدان التعليم العالي مصطلح عام، يعبر عن العملية الدائمة والمستمرة التي تستهدف مراقبة وضمان جودة نظام مؤسسات التعليم العالي، ويعدّ ضمان الجودة آلية قانونية تركز على مسؤولية التحسين كمحور أساسي.

ويعرّف أيضا ضمان جودة التعليم على أنه: "عملية منظمة لتفحص النوعية تقتضي التأكد من وفاء المؤسسة التعليمية بالمعايير، ومن قدرتها على التحسين المستمر والوفاء بها لاحقا، بحيث أن المؤسسة تضمن جودة التعليم لنفسها وللجمهور العام (وآخرون، 2010، صفحة 315).

وقد عرّفت لجنة ضمان جودة التعليم العالي ضمان التعليم على أساس أنه: "فحص إجرائي نظامي للمؤسسة وبرامجها الأكاديمية لقياس المنهجية من حيث مناسبة الترتيبات المخططة لتحقيق أهدافها، والتطبيق من حيث توافق الممارسة الفعلية مع الترتيبات المخططة، والنتائج من حيث تحقيق الترتيبات والإجراءات للنتائج المطلوبة، والتقييم والمراجعة من حيث قيام المؤسسة بالتعليم والتحسين، من خلال تقييمها الذاتي للترتيبات والطرق والتنفيذ والنتائج". ومن كل هذا يمكن القول بأن مصطلح ضمان جودة التعليم هو تلك الأنظمة أو المقاييس التي يتم من خلالها قياس درجة جودة المؤسسة وجودة برامجها ودرجة الرضا التي يتمحور حولها (بركان، 2012، صفحة 20).

2-2- مفهوم نظام ضمان الجودة

يتضمن مفهوم نظام ضمان الجودة مجموعة من التعاريف ندرج بعضها كالتالي:
نظام ضمان الجودة هو: "نظام عالمي موحد لمقاييس الجودة، اتفق عليه عالميا ليكون وثيقة دولية لضمان جودة الإدارة.

وعرّف أيضا على أنه: "ذلك النظام الذي يقوم بالتحقق على أن ما تقوم به من أعمال يتطابق مع الإجراءات والسياسات التي قمت بكتابتها واعتمادها (الخطيب، الاعتماد وضبط الجودة في الجامعات العربية، 2010، صفحة 36).

وبطريقة أشمل عرّف نظام ضمان الجودة على أنه: "مجموعة من الخطط والأنشطة تطبقها إدارة المؤسسة في كافة الأقسام وفي جميع المستويات بهدف ضمان أن ناتج العمليات سوف يلبي حاجات الزبائن وتوقعاتهم، وذلك من خلال التأثير على الطريقة التي يتم وفقها تصميم المنتجات وتصنيعها وتفتيشها واختبارها وتركيبها وتسليمها وخدمتها، ويهدف نظام الجودة إلى تزويد الثقة بمنتجات المؤسسة (بركان، 2012، صفحة 30).

وفيما يتعلق بالتعليم فإن نظام ضمان جودة التعليم العالي تتمحور في (CELLIER, 2012, p. 39): "جودة عناصر العملية التعليمية المكوّنة من الطالب، عضو هيئة التدريس، جودة المادة التعليمية، بما فيها من برامج وكتب جامعية وطرائق التدريس وجودة مكان التعلم في الجامعات والمخابر ومراكز الحاسوب والورشات والقاعات التعليمية من سياسات وفلسفات إدارية، وما تعدّاه من هياكل تنظيمية ووسائل تمويل وتسويق وأخيرا جودة التقويم الذي يلبي احتياجات سوق العمل".

يمكن القول أن نظام ضمان جودة التعليم يمكن حصره في جملة مركبة ومتشابكة من العوامل المتعلقة بتهيئة البيئة الفعلية لبلوغ درجات التميز والجودة في التعليم التي تقاس على أساس عدة معايير تعرف بالإيزو.

3-متطلبات الجودة في التعليم العالي وفق أهم المتغيرات.

3-1-جودة الطلبة :وهم من أبرز عوامل تحسين جودة الخدمة التعليمية، ويخص العناصر التالية:

3-1-1 انتقاء الطلبة :تتمثل عملية انتقاء الطلبة لقبولهم للالتحاق بالتعليم العالي إحدى الممارسات الشائعة في الجامعات والكليات، باعتبار الجامعات والكليات التي تنتقي طلبتها تتميز عن مثيلاتها الأقل انتقاء، حيث إن انتقاء الطلبة وقبولهم يمثل الخطوة الأولى في جودة التعليم الجامعي (حنان، 2010، الصفحات 121-122).

3-1-2 نسبة عدد الطلبة :من بين مظاهر جودة الخدمة التعليمية الأخذ بعين الاعتبار نسبة عدد الطلبة لعضو هيئة التدريس، إذ يجب أن تكون هذه النسبة مقبولة بالدرجة التي تضمن تحقيق فعالية العملية التعليمية...فكلما كان عدد الطلبة قليلا كان ذلك أفضل في رفع حيوية الدرس، وإتاحة فرصة أكبر للمشاركة وتبادل الأفكار، بالإضافة لعنصر مهم وهو دافعية الطلبة واستعدادهم للتعلم وسعيهم للمعرفة وحبّ الاطلاع والاستكشاف والرغبة في الحصول على ثراء معلوماتي (منصور، 2011، صفحة 16).

3-2-جودة هيئة التدريس: ويقصد بجودة عضو هيئة التدريس تأهيله العلمي، الأمر الذي يسهم حقا في إثراء العملية التعليمية وفق الفلسفة التربوية التي يرسمها المجتمع.

و يحتلّ عضو هيئة التدريس المركز الأول من حيث أهميته في نجاح العملية التعليمية، فمهما بلغت البرامج التعليمية من تطوّر في الخدمات التربوية والتعليمية ومهما بلغت هذه البرامج من الجودة، فإنها لا تحقق الفائدة المرجوة منها إذا لم يجب توافر عدد من السمات لدى عضو هيئة التدريس منها جملة من السمات الشخصية والنفسية والقدرة على الاتصال بالإضافة إلى الالتزام بالمنهج العلمي والعمل على تنمية المهارات الفكرية التنافسية بين الطلبة خدمة للجامعة التي ينتمي إليها زيادة على خدمة المجتمع والوطن. و بالتالي تصنف أدوار عضو هيئة التدريس وفق هذا المفهوم إلى:

- أدوار اتجاه طلابه.
- أدوار اتجاه المؤسسة التي يعمل فيها.
- أدوار اتجاه المجتمع المحيط به.
- أدوار اتجاه نفسه.

3-3- جودة المناهج (Québec, 2012, p. 08): تعدّ الموازنة بين الأصالة والمعاصرة في إعداد المناهج، من حيث المحتوى والأسلوب من العوامل المرتبطة بجودة الخدمة التعليمية، ويرتبط هذا الجزء من المعايير بالمدى الذي تستطيع فيه هذه المناهج الدراسية أن تعمل على تنمية قدرة الطالب على تحديد المشكلات وحلها، إذ أن أولوية جودة الخدمات التعليمية تستدعي تحسين المناهج (منصور، 2011، صفحة 18). ويتم ذلك من خلال الخطوات التالية:

3-3-1 تحديد استراتيجية التعليم: وذلك بوضع إطار لسياسات يستهدف المحافظة عليها في تكامل وتوقيت ملائمين وتوجيهها الوجهة الصحيحة وينبغي مراعاة خاصيتين عند تحديد استراتيجية التعليم هما:

أ-وجوب التركيز على العلاقات بين الأشياء: وذلك بإيجاد سلسلة كاملة من العلاقات الداخلية في النظام التعليمي الموجودة بين مستوياته المختلفة، بين النظام التعليمي ككل والبيئة التي يتواجد فيها.

ب-وجوب التركيز على التجديد: بحيث يكون شاملا لجميع جوانب العملية التعليمية بهدف إحداث التوافقات التي يحتاج إليها النظام.

3-3-2 دراسة الواقع الحالي في ضوء الاستراتيجية المرسومة: حيث تتضمن هذه الدراسة طرق التدريس ووسائله وأساليب التقويم، وإعداد الأساتذ وتدريبه بالإضافة إلى الإدارة الجامعية.

3-3-3 التخطيط: عبارة عن عملية تتضمن اتخاذ مجموعة من القرارات للوصول إلى أهداف محددة وعلى مراحل معينة، وخلال فترة زمنية معينة مستعينا بالإمكانات المادية والبشرية والمعنوية المتاحة والهدف من ذلك أنها تسهل عملية التنفيذ والتمويل والتغيير في العملية التعليمية (منصور، 2011، صفحة 20).

3-4- جودة القيادة الإدارية:

3-4-1 تعريف القيادة: لقد بذلت عدة محاولات لإعطاء مفهوم صحيح لظاهرة القيادة، وفيما يلي بعض الأمثلة التي حاولت التعرض لهذا المفهوم:

فالقائد على سبيل الاشتقاق هو كائن في المقدمة أو بالأحرى هو الرأس المفكر الذي ينظر ويحسن التصرف لصالح سائر الجسم (أي مرؤوسيه)، والقيادة سلوك يقوم به القائد للمساعدة على بلوغ الأهداف الجماعية وتحريك الجماعة نحوها، وتحسين التفاعل الاجتماعي بين الأعضاء، والحفاظ على تماسك الجماعة، وتسيير مواردها، وهكذا يمكن النظر للقيادة أيضا كعملية سلوكية (رضوان، 2002، صفحة 18).

كما يعرفها الدكتور جمال الدين عويسات على أنها: عبارة عن استقطاب قدرات الآخرين من أجل أداء الأعمال المنوط بهم بحماس وثقة. وقد أثبتت الأبحاث أن الشخص الذي تتم قيادته بشكل جيد يمكن أن يزداد جهده بحوالي 40 بالمائة. ولقد تطور مفهوم القيادة الإدارية عبر مرحلتين متعاقبتين (شحمات، 2010، صفحة 97):

المرحلة الأولى: والتي تمثل المعنى التقليدي للقيادة الإدارية، والذي يرتبط بفكرة السلطة السّلمية داخل التنظيم الإداري، فالقائد الإداري هو كل رئيس إداري يتمتع بحق إصدار أوامر السلطة، والتي يتعيّن على التابعين تنفيذها وطاعتها، وإلا تعرضوا للجزاء، فعناصر القيادة الإدارية إذن هي: الأوامر والطاعة والجزاء.

المرحلة الثانية: والتي تمثل المعنى الحديث للقيادة الإدارية، والذي يعتمد على فكرة العلاقات الإنسانية التي تربط بين القائد وأعضاء التنظيم ليس بوصفهم أتباعا بل كيان، فتتحدد سلطة القائد في قدرته على التأثير على العاملين من أعضاء التنظيم، وخلق الولاء بينهم، وغرس روح الفريق الواحد من أجل بلوغ الأهداف المشتركة للمنظمة. ما نخلص إليه إذن أن القائد الإداري هو الذي يعرف كيف يجعل الآخرين يحبونه، ويمتثلون إليه بالطاعة، فهو الذي يوجب الاحترام، وليس الذي يفرض الاحترام.

ومن هنا يظهر الفرق بين القائد الإداري، والرئيس الإداري، فالقائد على خلاف الرئيس لا يستمد نفوذه من السلطة السّلمية الرسمية، وإنما يستمد نفوذه من اختيار الجماعة له كقائد، ويصبحون أتباعا له.

3-4-2 صفات القائد الإداري: يجب أن يتحلى القادة الإداريون في كل المستويات بالصفات الأخلاقية الأساسية كالنزاهة والأمانة، الشرف والكرامة، بحيث يمثلون قدوة أخلاقية لتابعيهم ومروسيهم. فليست هناك جدوى أو قيمة لرئيس يملك مهارات استثنائية وعلم وثقافة إذا لم يكن على هذا المستوى المطلوب من النزاهة والشرف، ثم إنه لو كان كذلك سيكون قدوة سيئة، ولا شك في أهمية القدوة الطيبة الحسنة بالذات في القائد الإداري الأعلى. وكما يجب على القائد الإداري أن يكون متمتعا بالأرستقراطية الروحية التي شعارها (خدمة الآخرين، خدمة نزيهة دائمة، والشجاعة)، والتي تتطلب الذمة واليقين والحماسة والأخلاق وعلى القائد الإداري الناجح أن يأخذ الأمور بقوة ليس فيها شدة وليس فيها ضعف، بحيث يستطيع أن يغرس فضائل الأخلاق في نفوس المرؤوسين، وأن يكون خادما للمصالح العامة، أي أنه لا يتمسك برعاية الفوائد الخاصة على حساب الفوائد العامة، وهي مهمة رئيسية ملزمة وغير قابلة للاستبدال، فإذا ما اكتسب هذه الأخلاق من رؤسائه سيسقيها بدوره حتما لمرؤوسيه.

3-4-3 متطلبات القيادة الجامعية: يتطلب من القيادة الجامعية امتلاكهم مجموعة من المهارات الفنية والإنسانية والإدراكية كي يتمكنوا من القيام بأدوارهم الأكاديمية والإدارية والتربوية بحيث يجب أن تكون هذه الأدوار مقنعة وواضحة، إذ لا تكفي السلطة الرسمية التي تمنحها اللوائح في تحقيق المهام القيادية وخاصة في البيئة الأكاديمية التي تتسم بحساسية عالية اتجاه الأنماط التسلطية في اتخاذ القرارات والتي تقود إلى فشل محقق إزاء أشكال المقاومة المختلفة (حنان، 2010، صفحة 125). فجودة الإدارة تتركز على جودة القائد الذي ينبغي عليه الالتزام بجودة التخطيط الاستراتيجي ومتابعة الأنشطة من ملتقيات ودورات تدريبية والتي تساهم في خلق وكشف الضمور عن ثقافة الجودة.

إضافة إلى ذلك تتلخص جودة القيادة الإدارية في المعايير الأكاديمية و مناهج جديدة مواكبة لتغيرات البيئة، وتنمية وترقية البحث العلمي، وكذلك المعايير التربوية المتمثلة في انخفاض معدلات المشاكل سواء للطلبة أو الأساتذة أو الاثنين معا، وأيضا معايير الإدارة المتمثلة في انخفاض معدلات المخالفات الإدارية، وعنصر التحفيز، وسهولة تنفيذ المعاملات الإدارية فالمؤسسة التعليمية إذن، تستطيع أن تلعب دورا مهما في إعداد الطلبة للدخول في المجال الوظيفي حيث تستطيع توجيههم وتوعيتهم وتدريبهم على بعض مسائل الأخلاق، والعلاقات العامة حتى تتجح في تنمية سلوك

الطالب اتجاه المسؤولية والإخلاص وفي عصر العولمة وآليات السوق يجب إعداد خريجي الجامعات تبعاً لمواصفات الجودة الشاملة في الجانبين: الجانب المعرفي، والجانب الوجداني. والذي يجب أن يتسق مع أخلاقيات المهنة التي يعدّ من أجلها هذا الخريج في صورتها الثلاثية (معرفي - مهاري - وجداني)، ولن يكون هناك تطوير حقيقي أو جودة شاملة في منظومة التعليم، والتعلم في غيبة الجانب الوجداني.

فلا يمكن لخريج جامعة أيّا كان تخصصه أن يكون لصاً أو مزوراً أو مرتشياً إلا إذا كان هناك تقصير كبير في الإعداد، يركّز على التدريس دون التعلم، وعلى المعرفة والمهارة دون السلوك، وعلى الكم دون الكيف. لذا يجب على أساتذة التعليم الجامعي أن يكونوا على قدر كبير من الانضباط في السلوك والدقة والأمانة والولاء، حتى يكونوا قدوة في أعين طلابهم. يجب أن يكونوا قيمة تربوية سامية لا يعلوها لغط وشوائب يسكنون في محراب العلم في تواضع يشعون نوراً ساطعاً، وثقافة واعية على طلابهم وأوطانهم يسعدهم أن يزداد رصيدهم من الحب والاحترام والقيم في نفوس طلابهم.

3-5- جودة الإنفاق والتمويل (الإمكانيات المادية):

يمثل تمويل التعليم مدخلا بالغ الأهمية من مدخلات أي نظام تعليمي، وبدون التمويل اللازم يقف نظام التعليم عاجزاً عن أداء مهامه الأساسية، أما إذا توافرت له الموارد المالية الكافية قلّت مشكلاته، وصار من السهل حلها، ولاشك أن جودة التعليم على وجه العموم تمثل متغيراً تابعا لقدرة التمويل التعليمي في كل مجال من مجالات النشاط، ويعدّ تدبير الأموال اللازمة للوفاء بتمويل التعليم أمراً له أثره الكبير في تنفيذ البرامج التعليمية المخطط لها، وكذلك فإن سوء استخدام الأموال سيؤدي إلى تغيير خطط وبرامج التعليم، الأمر الذي يؤثر حتماً على جودة التعليم والتي تحتاج غالباً إلى تمويل دائم، مصادره من التمويل الحكومي والذاتي، وعائد الخدمات ومراكز البحوث والاستشارات والتدريب (شهرة، 2015، صفحة 90).

وتتعدّد الإمكانيات المادية في مؤسسات التعليم العالي حيث تشمل جميع أنواع الأثاث، والتجهيزات والمختبرات والمكتبات ويتضمن هذا المتغير مجموعة من المؤشرات (الجباري، 2015، صفحة 43):

- مرونة المبنى والإمكانات المتوفرة فيه ودرجة الاستيعاب.

- مدى استفادة أعضاء الهيئة التدريسية والطلبة من مكتبة الكلية من خلال توفيرها للمصادر التخصصية، وغير التخصصية من كتب ومجلّات وحواشيب وجودة عمال المكتبة من خلال تنظيمهم وتسهيلهم الوصول للمعلومة.
- حجم الاعتماد المالي (بركان، 2012، صفحة 12).

4- جودة التعليم العالي بين الآمال والتحديات في الجزائر

4-1- فوائد تطبيق فلسفة الجودة في التعليم العالي:

إن المتنبّع لمسار تطور التعليم العالي من مرحلة لمرحلة يكتشف مدى الصراع لبلوغ الآمال الذي ترجو المؤسسات التعليمية تحقيقها من طلبة وأساتذة وإداريين. وبحسب التطورات الحالية والثورة المعلوماتية لن يتأتى ذلك إلا بمطمح ما يسمى بالجودة، والتي يجب الأخذ بها وتبنيها كفكر ومنهج يثمر عمّا يأتي:

- توسيع أفق القيادة الإدارية العليا بحيث يصبح كل تفكيرها في التخطيط الاستراتيجي واتخاذ قرارات ممتازة.

-المحافظة على حيوية وسمعة المؤسسة التعليمية من خلال التطوير والتجديد والتحسين المستمر والتعليم والتدريب والتكيف مع المتغيرات البيئية الجامعية.

-تقوية مركز المنافسة للمؤسسة التعليمية من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية في الوقت المناسب لكسب رضا وثقة العملاء بالتميز على المنافسين.

-تبني المشاركة الجامعية بتحسين الأداء والإنتاجية من خلال تبني أسلوب فرق العمل.

-تحسين رضا الطلاب وزيادة ثقتهم بمستوى جودة خدمة التعليم المقدمة لهم من قبل الكليات الجامعية.

-تحقيق رضا أعضاء هيئة التدريس والإداريين وتطوير كفاءة أدائهم من خلال ورشات عمل وبشكل منظم.

-تحقيق متطلبات سوق العمل من خلال تلبية احتياجاتهم من مخرجات التعليم المطلوبة من الشركات ومؤسسات العمل في المجتمع.

-تعظيم دور الجامعة وتحسين مركزها التنافسي بين الجامعات المحلية والعالمية، بالمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبشرية وتطوير المجتمع المحيط بالجامعة.

-تحسين جودة الخريجين من الجامعات بما يساهم في زيادة الطلب على مخرجات الجامعات.

-تكوين ثقافة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي، هدفها التحسين باستمرار في جميع أقسام الكليات.

-إبراز العمل الجماعي وتحسين الاتصالات وبناء الإحساس بالولاء للجامعة، والشعور بالمسؤولية لجميع العاملين بالمؤسسة الجامعية (بوعشة، 2000، صفحة 33).

4-2-تحديات تطبيق الجودة بالتعليم العالي: تواجه مسألة تحسين جودة التعليم العالي عدة عراقيل تحدّ من الوصول إلى الأهداف المرجوة، وتضعّب الطريق للوصول إلى تحقيق نظام الجودة خاصة بقطاع التعليم العالي وسنحاول وضع النقاط على الحروف وتحديد التحديات الحقيقية التي سنكشف الستار عنها من خلال العناصر التالية:

غياب ثقافة الجودة بالتعليم العالي: المتتبع لمسار التعليم العالي في الجزائر يدرك أن عنصر الجودة لم يكن هدفا معلنا في سياسة الجامعة، وبالتالي لم يكن مؤشر قياس نجاعة وفعالية المؤسسة الجامعية فكل المؤشرات الدالة على كفاءة المؤسسة موجّهة نحو الكمّ (عزي، 2013، صفحة 159)، لا الجودة بسبب تزايد أعداد الطلبة الملتحقين بالتكوين الجامعي حيث أصبح قبول الطلبة وسيلة تلجأ إليه الجامعة لاستجلاب الترضية الاجتماعية (العوجة، 2013، الصفحات 34-35).

ضعف عملية التأطير الخاصة بالأستاذ الجامعي والتي تتمحور في:

-النشاطات المقامة من أجل التكوين في الجامعات الجزائرية عبارة عن تجارب ذاتية، غالبا ما تخلق تفاوت بين التكوين النظري في الدراسات ما بعد التدرج والاكْتساب الفعلي للبيداغوجيا من أجل التدريس. ولا يتم إعداد الأستاذ الجامعي في الجزائر لمهنة التدريس تريبا ومهنيا، والذي يحدث هو أنه أثناء التحاق الطالب ببرنامج الماجستير أو الدكتوراه يتلقى دروسا متعلقة بالجانب النظري في غياب الشق الميداني والعملية، فلا وجود لدورات أو ورشات حول هذا الموضوع، وكذلك التنظيم المعمول به حاليا في الجامعة الجزائرية لا يلزم الأستاذ على تلقي تكوين في أساسيات التدريس قبل التحاقه بالمهنة.

-ضعف الموازنة بين مخرجات التعليم العالي ومتطلبات سوق العمل التي تعود إلى تدني مستوى المعارف المحصلة والتأهيل المتخصص وضعف القدرات التحليلية والابتكارية والتطبيقية، وهي المتطلبات الأساسية التي يفترض أن تتوفر في المخرجات الجامعية، لكن ما نلاحظه هو مخرجات في تخصصات لا يحتاجها سوق العمل.

-تعليم يطغى عليه أسلوب التلقين وليس المقاربة بالكفاءات كما هو موجود عالمياً.

5-خاتمة:

من خلال كل ما تمّ طرحه نستنتج أن مصطلح الجودة مصطلح عميق بالمفهوم والذي يمس كل الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والتنموية، ومفهوم الجودة فلسفة ينبغي على كل شخص يسعى للترقي والتميز في كل المجالات اتخاذها نمطاً ينبغي العيش عليه والنمو من خلاله سواء بالنسبة للأفراد أو المؤسسات، حيث توصلت هذه الورقة البحثية إلى النتائج التالية:

-الجودة في التعليم العالي مفهوم ينبغي على المؤسسات التعليمية إتباعه سواء من حيث الطاقم الإداري أو الهيئة التدريسية أو الطلبة وحتى أبسط عامل.

-البلوغ درجة الجودة الشاملة ينبغي الالتزام بمجموعة من المعايير أو المداخل لتحقيق الغاية والهدف الأسمى ألا وهو استمرارية الرضا.

-من أهم أهداف ومظاهر ومطالب الجودة بالتعليم العالي، التوافق بين مخرجات المؤسسات التعليمية وبين سوق العمل.

-المحافظة على استمرارية الجودة والتميز هي أهم سمة من سمات نجاح المؤسسات التعليمية.

-لتحقيق أي تنمية في أي قطاع لابد من الالتزام بالجودة ومتطلباتها لتحقيق منافع للمجتمع والوطن.

قائمة المصادر والمراجع:

- CELLIER, H. (2012). Démocratie D'apprentissage : Invariants De La Qualité. *colloque internationale sur la Démarche Qualité dans L'enseignement Supérieur : Notions, Processus, Mise En Œuvre* (p. 39). Skikda: Université De Skikda.
- DETRIE, P. (2001). *Conduire une Démarche Qualité* (Vol. 4 éme édition). Paris, France: éditions d'organisation.
- MORDJAOUI, M. B. (2010). Méthodes Mathématiques D'analyse De La Qualité Dans L'enseignement Supérieur : Essai A Base De Cas. *Colloque International sur la démarche qualité dans L'enseignement Supérieur : Notions, Processus, Mise En Œ*, (p. 11). skikda.
- POULIQUEN, I. (2010). La Place Des Démarches Qualités Dans L'enseignement Supérieur. *Colloque Internationale Sur Les Enjeux De L'assurance Qualité Dans L'enseignement Supérieur* (p. 09). Skikda: Université De Skikda.

Québec, C. s. (2012). *L'assurance Qualité A L'enseignement Universitaire : Une Conception A Promouvoir Et A Mettre En Œuvre*. Québec: 08.

- أحمد إبراهيم أحمد. (2003). *الجودة الشاملة في الإدارة التعليمية والمدرسية*. الاسكندرية، مصر: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر.
- أحمد الخطيب، رداح الخطيب. (2010). *الاعتماد وضبط الجودة في الجامعات العربية* (المجلد الطبعة الأولى). اريد، الأردن: علم الكتب الحديث.
- أحمد الخطيب، رداح الخطيب. (2010). *الإعتماد وضبط الجودة في الجامعات العربية* (المجلد الطبعة الأولى). اريد، الأردن: عالم الكتب الحديث.
- بن اعمارة منصور. (2011). *الإبداع والابتكار كوسيلة لتحقيق الجودة في التعليم العالي*. *الملتقى الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المؤسسات الحديثة* (صفحة 16). عناية: جامعة باجي مختار.
- بن عزة محمد الأمين. (2005). *التحالف الاستراتيجي كضرورة للمؤسسات الاقتصادية في ظل العولمة*. *مجلة اقتصاديات شمال افريقيا*، (2)2.
- حاجي العلجة. (2013, 07 01). *جودة الخدمة التعليمية في قطاع التعليم العالي في الجزائر بين الواقع والآفاق: دراسة تحليلية تقييمية للإصلاحات الجديدة ل.م.د. المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية*، (2)5، الصفحات 34-35.
- حبيبة شهرة. (2015). *فجوة البحث العلمي بين الغرب و العرب*. *الملتقى الرابع حول البحث العلمي في العصر الرقمي* (صفحة 90). الدوحة: مركز البحوث والاستشارات الاجتماعية لندن ومركز الاحتواء الاجتماعي.
- دلال سلامي، إيمان عزي. (2013, 12 01). *تكوين الأستاذ الجامعي الواقع والآفاق*. *مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، الأول (الثالث)*، صفحة 159.
- راضية بوزيان. (2010). *واقع تطبيق ادارة الجودة بمؤسسات التعليم العالي الجزائرية*. *الملتقى الدولي الاول حول رهانات ضمان الجودة في التعليم العالي* (صفحة 08). سكيكدة: جامعة 20 أوت 1955.
- رزق الله حنان. (2010). *أثر التمكين على تحسين جودة الخدمة التعليمية بالجامعة: دراسة ميدانية لعينة لكليات جامعة منتوري قسنطينة*. سكيكدة: جامعة منتوري.
- رعد عدنان رؤوف. (2010). *دور إبعاد إستراتيجية المحيط الأزرق في الأداء التسويقي*. *مجلة تنمية الرفدين*، (98)32.
- زين الدين بروش، يوسف بركان. (2012). *مشروع تطبيق نظام ضمان الجودة في مؤسسات التعليم العالي في الجزائر: الواقع والآفاق*. *المؤتمر العربي الدولي الثاني لضمان جودة التعليم العالي* (صفحة 08). البحرين: الجامعة الخليجية.
- شارلزهل وجاريت جونز. (2001). *الإدارة الاستراتيجية مدخل متكامل*. (ترجمة رفاعي محمد رفاعي، محمد سيد محمد عبد المتعال، المحرر) الرياض: دار المريخ.
- شفيق رضوان. (2002). *السلوكية و الإدارة* (المجلد الطبعة الثانية). بيروت، لبنان: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع.
- علاء فرحان طالب، زينب مكي محمود البناء. (2012). *إستراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة* (المجلد الطبعة الأولى). دار الحامد للنشر والتوزيع.
- علاش أحمد، منصور الزين. (2009). *التحالف الاستراتيجي كضرورة للمنظمات الاقتصادية في ظل العولمة "حالة الجزائر"*. جامعة البلدة. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- عماد أبو الرب وآخرون. (2010). *ضمان الجودة في مؤسسات التعليم العالي* (المجلد الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- فؤاد محمودي عطار. (2010). *دور فلسفة المحيط الأزرق في تحقيق التفوق التنافسي*. *مجلة جامعة كربلاء العلمية*، (3)8.
- محمد بوعشة. (2000). *أزمة التعليم العالي في الجزائر والعالم العربي: بين الضياع وأمل المستقبل*. بيروت، لبنان: دار الجبل.
- محمد متولى دكروري محمد. (2008). *دراسة عن الشراكة مع القطاع الخاص مع التركيز على التجربة المصرية*. القاهرة: ادارة البحوث والتمويل بوزارة المالية.

- محمود شحماط. (2010). *المخل إلى العلوم الإدارية: أسس و مبادئ علم الإدارة العامة*. الجزائر، الجزائر: دار العلوم.
- مسلم أحمد الجعباري. (2015). *متطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر: عينة من أعضاء هيئة التدريس في كلية الآداب والعلوم الخمس ومسلاتة بجامعة المرقب. الملتقى الدولي الرابع للبحث العلمي في العصر الرقمي (صفحة 43)*. الدوحة: مركز البحوث والاستشارات الاجتماعية لندن مركز الاحتواء الاجتماعي.
- ملايكية عامر. (2012). *واقع الابتكار في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة ميدانية لحالة المؤسسة الوطنية للدهن بسوق أهراس. مجلة العلوم الإنسانية، 12 (4)*.
- يوسف أحمد أبو فارة. (2008). *الجودة في التعليم- دراسات تطبيقية (المجلد الطبعة الأولى)*. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع .