

جامعة 8 ماي 1945

قائمة

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم المالية.

تخصص: مالية المؤسسة

تحت عنوان

أثر التدويل على ربحية المؤسسات الاقتصادية

دراسة حالة مؤسسة سوميفوس SOMIPHOS خلال الفترة

(2012-2018)

تحت إشراف الدكتور:

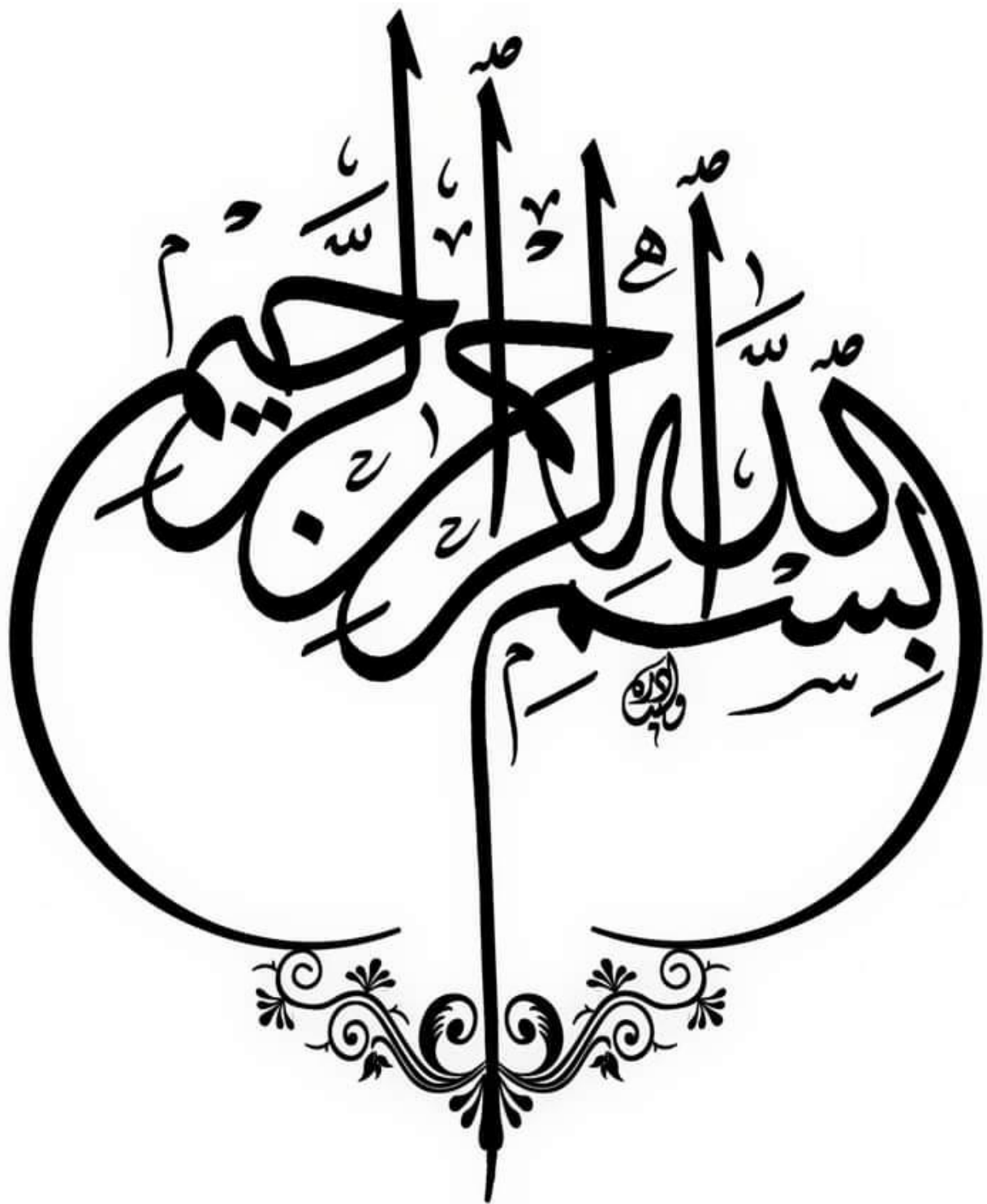
الواعر هشام

إعداد الطلبة:

بوزيدي زهرة

شكيرو صبرينة

السنة الجامعية: 2019-2020



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

"وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ
وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَ الشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ
تَعْمَلُونَ (105)"

سورة التوبة

شكر وتقدير

قال عليه أفضل الصلاة والسلام:

"لا يشكر الله من لا يشكر الناس"

كما أن أي نجاح مهما كان صغيراً أو كبيراً لا يمكن للإنسان أن يحققه بمجهوده الفردي دون مساعدة الآخرين.

لهذا لا يسعنا في هذا الصدد إلا أن نتقدم بجزيل الشكر والإمتنان لكل من ساعدنا وأرشدنا في سبيل إنجاز هذا البحث المتواضع ونخص بالذكر أستاذنا المشرف **"الدكتور الواعر هشام"**

الذي لم يبخل علينا بأية معلومة أو توجيه لإتناء البحث.

كما نتقدم بالشكر الكبير لكل الأساتذة الخيريين لما قدموه لنا من معرفة خلال فترة الدراسة فلهم وافر التقدير و الإحترام.

إلى كل من قدم السند و الدعم المعنويين.

إلى كل من أمدنا بالمساعدة أو النصح دون إستثناء.

الإهداء

إن أفضل ما ينعم به الله علينا هو نعمة الشكر فأشكره تعالى على نعمه
وجزيل شكره والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى

أهدي كل سطر وكل حرف من عملي هذا إلى من قال فيهما عز وجل
:"وَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٌ وَلَا تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا"

إلى أخي و أختي

إلى كل الأقارب و كل الأصدقاء و إلى كل طالب علم جاد في طلبه
خيبر على دينه

إلى كل هؤولاء أهدى هذا العمل المتواضع.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
(أ-ث)	مقدمة عامة
(1-30)	الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه
02	تمهيد
03	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التدويل
03	المطلب الأول: مفاهيم التدويل وأشكاله
06	المطلب الثاني: مراحل التدويل
09	المبحث الثاني: نظريات التدويل ونماذجه
09	المطلب الأول: نظريات التدويل
16	المطلب الثاني: نماذج التدويل
20	المبحث الثالث: طرق قياس التدويل وتقييمه
23	المطلب الأول: طرق قياس التدويل
25	المطلب الثاني: تقييم التدويل
30	خلاصة الفصل
(31-53)	الفصل الثاني: ربحية المؤسسة وطرق قياسها
32	تمهيد
33	المبحث الأول: مؤشرات تقييم الأداء المالي
33	المطلب الأول: مفهوم تقييم الأداء المالي وأهميته
35	المطلب الثاني: مؤشرات تقييم الأداء المالي
39	المبحث الثاني: الربحية ومفاهيمها
39	المطلب الأول: مفهوم الربحية وأهميتها
42	المطلب الثاني: مظاهر الربحية
44	المبحث الثالث: تقييم الربحية وأثر التدويل عليها
44	المطلب الأول: مؤشرات قياس الربحية
46	المطلب الثاني: أثر التدويل على الربحية
53	خلاصة الفصل

(54-77)	الفصل الثالث: دراسة حالة مؤسسة سوميفوس عنابة للفترة 2013-2018
55	تمهيد
56	المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة سوميفوس - عنابة -
57	المطلب الأول: تعريف بمؤسسة سوميفوس Somiphos
61	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة سوميفوس بعنابة وأهدافها
63	المبحث الثاني: دراسة في درجة تدويل و ربحية مؤسسة somiphos
63	المطلب الأول: قياس درجة تدويل مؤسسة somiphos
67	المطلب الثاني: قياس وتقييم الربحية
72	المبحث الثالث: تحليل مستوى الدولية وأثره على ربحية سوميفوس
72	المطلب الأول: العلاقة بين دولية و ربحية سوميفوس
75	المطلب الثاني: تحليل مستوى الدولية و ربحية سوميفوس
77	خلاصة الفصل
(79-81)	خاتمة عامة
82	قائمة المراجع
88	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
20	أنماط دخول الأسواق بحسب توافر المزايا تبعا للنموذج الإنتقائي	01
23	أهم المؤشرات الفردية للتدويل	02
24	المؤشرات المركبة للتدويل	03
26	المناطق الثقافية حسب Ronen و Shenkar وحساب التشتت النفسي للشركات.	04
63	نسبة تدويل مؤسسة سوميفوس للفترة 2012-2018	05
64	صادرات مؤسسة سوميفوس للفترة 2012-2018	05
66	محفظة زبائن سوميفوس somiphos للفترة 2012-2018	06
67	رقم الأعمال للفترة 2012-2018	07
68	النتيجة الصافية للفترة 2012-2018	08
69	القيمة المضافة للفترة 2012-2018	09
70	رقم الأعمال للفترة 2012-2018	10
71	مؤشر القيمة المضافة للفترة 2012-2018	11
72	نسبة مجمل الربح إلى المبيعات للفترة 2012-2018	12
73	قيمة الربحية والتدويل للفترة 2012-2018	13

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
05	أشكال التدويل	01
07	مراحل التدويل	02
12	دورة حياة المنتج الدولي	03
16	نموذج عملية تدويل شبكة الأعمال	04
29	مزايا للتدويل	05
46	علاقة خطية موجبة بين التدويل والربحية	06
47	علاقة بين التدويل والربحية على شكل حرف U	07
48	علاقة بين التدويل والربحية على شكل حرف U مقلوب	08
49	علاقة بين التدويل والربحية على شكل حرف S أفقي	09
50	علاقة بين التدويل والربحية على شكل حرف S أفقي مقلوب	10
51	علاقة بين التدويل والربحية على شكل جيوب أنفية	11
61	الهيكال التنظيمي لشركة سوميفوص-عنابة-	12
65	توزيعات الصادرات للفترة 2012-2018	13
73	تغيرات نسبة الربحية والتدويل للفترة 2012-2018 بسوميفوص	14
75	تطور قيمة الربحية بدلالة الصادرات 2012-2018 بسوميفوص	15



إن ظهور تيار العولمة قد أثر على الاقتصاديات الوطنية بصفة عامة والمؤسسات الاقتصادية بصفة خاصة حيث عرفت هذه الأخيرة تطورات وتحولات كبيرة في بيئتها الخارجية والداخلية على حد سواء. حيث مست من جهة مختلف جوانبها الاقتصادية والتكنولوجية كما تلاشت الحواجز السياسية والجغرافية والثقافية والإقتصادية بين الدول، وتقاربت كذلك الأسواق في مختلف دول العالم لتشكّل سوقا عالميا موحدًا لذلك فقد إزدادت نزعة المؤسسات للعمل خارج الحدود الوطنية وهو ما خلق ما يعرف بظاهرة التدويل.

في ظل هذه الظاهرة ومجمل التغيرات المستمرة والسريعة التي تستهدف الساحة الاقتصادية أصبحت المؤسسات في حاجة إلى التوسع خارج أوطانها قصد الاستفادة من مختلف المزايا والفرص المتاحة. يمنح التدويل للمؤسسة فرص ومزايا عدة ترتبط أساسا برفع المردودية والربحية من خلال زيادة العوائد والمداحيل وزيادة القدرة على التحكم والتخفيض في التكاليف. غير أنه ونظرا لاختلاف الأوطان وأشكال المؤسسات وشروط المنافسة فإن مزايا وفرص التدويل ليست متماثلة بين كافة المؤسسات وكافة الدول.

إشكالية البحث: مما سبق ذكره تتجلى معالم إشكالية هذا البحث والتي يمكن صياغتها في السؤال الرئيسي التالي:

- ماهو أثر التدويل على ربحية المؤسسات الاقتصادية ؟

وضمن الإطار العام لهذه الإشكالية نطرح جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي طبيعة ظاهرة التدويل؟ وكيف يمكن قياسها ؟

-فيما تتمثل الربحية؟ وكيف يتم قياسها وتقييمها؟

الفرضيات: إنطلاقا من الإشكالية أعلاه وبالنظر إلى مختلف الأبحاث التي تهتم بأثر التدويل على الربحية فإننا نضع الفرضيات التالية:

-للتدويل أثر معتبر على الربحية وهذا الأثر إيجابي.

-يتمثل هذا الأثر لدى كافة المؤسسات.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في جانبين أساسيين:

الجانب العلمي:

- ضبط المفاهيم المتعلقة بالتدويل و الربحية.

-التطرق إلى العوامل المؤثرة في التدويل.

-الكشف عن مختلف مؤشرات الربحية وكيفية تأثرها بالتدويل.

محاولة إثراء المكتبة التي تفتقر لمثل هذه المواضيع خاصة باللغة العربية وحادثة هذا الموضوع.

الجانب الميداني:

-الوقوف على مدى توجه المسيرين نحو التجارة الدولية.

-الوقوف على واقع التدويل ومدى تأثيره على ربحية المؤسسة.

أسباب إختيار الموضوع: هناك عدة أسباب أدت إلى معالجة هذا الموضوع دون غيره من المواضيع وهذا كونه من

المواضيع حديثة النشأة إضافة إلى أهميته ،ويمكن حصر هذه الأسباب في:

-أسباب ذاتية:

-طبيعة التخصص العلمي الذي ندرسه وصلته بموضوع الدراسة.

-أسباب موضوعية: تنحصر في

-محاولة إنجاز بحث يربط علاقة التدويل بالربحية ومدى تأثير هذا الأخير فيها

منهج الدراسة: قصد الإجابة على الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي في الجانب

النظري عند عرض المفاهيم الأساسية المرتبطة بالتدويل والربحية في المؤسسات الاقتصادية. أما في الجانب التطبيقي

فقد اعتمدنا على المنهجين الوصفي التحليل والإحصائي, بما أنه تعين علينا وصف المؤسسة وطبيعة نشاطها,

تحليل البيانات المحاسبية للشركة واستخراج نموذج يربط بين مستوى الدولية والربحية.

أدوات الدراسة: سوف يتم الإعتماد في هذه الدراسة على جملة من المصادر والمراجع المتنوعة متمثلة في الكتب

الملتقيات، المقالات ، المجالات العلمية والأطروحات والرسائل الجامعية، بالإضافة إلى المعلومات والوثائق المأخوذة

من المؤسسة محل الدراسة والمقابلات الشخصية.

محتويات الدراسة: قصد الإحاطة بكافة جوانب البحث تناولنا الموضوع في ثلاثة فصول فصلين نظريين والثالث تطبيقي تسبقهم المقدمة وتليهم الخاتمة.

الفصل الأول: بعنوان عموميات حول التدويل وطرق قياسه وقسم إلى ثلاث مباحث حيث تناولنا في المبحث الأول مفاهيم عامة حول التدويل أما المبحث الثاني نظريات التدويل ونماذجه والمبحث الثالث طرق قياس التدويل وتقييمه

الفصل الثاني: فكان بعنوان ربحية المؤسسة وطرق قياسها وتم تقسيمه إلى ثلاث مباحث تم التطرق في المبحث الأول إلى مؤشرات تقييم الأداء المالي والمبحث الثاني تناول الربحية ومفاهيمها أما المبحث الثالث قياس الربحية وأثر التدويل على الربحية.

الفصل الثالث: الذي يحتوي على دراسة حالة مؤسسة سوميفوس للفترة 2012-2018 قسم هذا الأخير إلى ثلاث مباحث حيث تناولنا في المبحث الأول تقديم عام لمؤسسة سوميفوس أما المبحث الثاني فقمنا فيه بدراسة في درجة التدويل وربحية مؤسسة سوميفوس أما المبحث الثالث جاء تحت عنوان تحليل مستوى الدولية مع ربحية سوميفوس.

صعوبات الدراسة: تتمثل أهم الصعوبات التي واجهتنا أثناء القيام بهذه الدراسة في:

-صعوبة الحصول على المعلومات الأمر الذي يعد سري بالمؤسسة محل الدراسة.

الفصل الأول:

عموميات حول التدويل وطرق قياسه

تمهيد:

إن طموح المؤسسات وسعيها المتزايد للتوجه للأسواق الأجنبية ودفاعها عن حصتها السوقية لا يتحقق إلا بمحاولتها في التنويع والفعالية في ظل المنافسة الدولية، وذلك باختيار إستراتيجية تدويل تناسب إمكانياتها والتحلي ببعيد النظر أي فهم الفرص التجارية المتاحة في الأسواق العالمية.

من خلال هذا الفصل سنحاول التعرف على التدويل، مراحل وطرق قياسه، حيث تناول هذا الفصل ثلاث مباحث، جاء المبحث الأول تحت عنوان مفاهيم عامة حول التدويل والمبحث الثاني تحت عنوان نظريات التدويل ونماذجه في حين المبحث الثالث بعنوان طرق قياس التدويل وتقييمه.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التدويل.

التدويل ليس بمفهوم جديد فأصله التبادل التجاري المتواجد منذ القدم، إلا أنه أصبح ذو أهمية بالغة في الوقت الحالي وهذا راجع لزيادة درجة انفتاح المؤسسات على السوق الدولي ومنه تنشيط الإقتصاد العالمي. سنحاول من خلال هذا المبحث التعرف على مفهوم وأشكال التدويل وكذا مراحلها.

المطلب الأول: ماهية التدويل وأشكاله.

أولاً: مفهوم التدويل (Internationalization).

هناك العديد من التعاريف نعرض أبرزها فيما يلي:

-يشير مفهوم تدويل الشركات إلى عملية التطور والتوسع التي تقوم بها الشركات في سبيل زيادة أنشطتها على المستوى الدولي ويشمل ذلك:¹

التنوع الجغرافي لنطاق عمل الشركة: وهو يعني زيادة عدد الأسواق التي تعمل بها، إما لغرض تحقيق المزيد من الأرباح أو الاستفادة من ميزة انخفاض تكلفة عوامل الإنتاج في تلك الأسواق.

تعميق أساليب العمل داخل السوق الدولي الواحد: بمعنى زيادة حجم الموارد التي يتم توجيهها إلى داخل السوق مثل الانتقال من التصدير غير المنتظم إلى الأشكال المختلفة من التعاملات الدولية (تصدير منتظم، استخدام وكلاء وممثلين للأعمال، التصاريح والامتيازات، المشروعات المشتركة في الدول الأخرى).

ويمكن القول بأن مفهوم تدويل الشركات: "هو دراسة للعملية الديناميكية التي تمر بها الشركة في سبيل زيادة درجة الاندماج في الأسواق الدولية، وكيفية تحديد الأسواق التي تعمل بها، وأساليب العمل داخلها، وأهم المكاسب والمشكلات التي واجهتها في أثناء تلك العملية".

كما يعرف التدويل على أنه: "توسيع وتعميق نشاطات المؤسسات الهادفة إلى إنتاج وبيع سلعها وخدماتها في أكبر عدد من الأسواق، وتمثل أساسا في التجارة الدولية"².

¹ براهمي زرزور، إدارة الأعمال الدولية الشركات متعددة الجنسيات-الاستثمار الأجنبي، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2019 ص136.

² غول فرحات، مفاهيم وأسس النجاح في الأسواق العالمية، دارالخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص16.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

كما يرى كل من هيرست وسومبسون على أن التدويل يقوم على إقتصاد الدولي، حيث تقوم التجارة والتدفقات المالية بين الدول بناء على القواعد والقوانين الخاصة بهذه الدول.¹

كما عرف التدويل على أنه: "هو عبارة عن عملية متتابعة تسمح للمؤسسة بإنجاز تمهين تدريجي مع الأسواق الأجنبية، ومن هذا يتبين بأن المؤسسة لا تقتحم الأسواق الدولية عشوائيا أو صدفة أو بطريقة غير مدروسة بل لابد من تمرين إما بالخبرة المكتسبة أو من خلال إستغلال سوق له خصائص متقاربة جغرافيا من السوق المحلي أو من وسطاء أو وكلاء".²

- ويرى البعض الآخر أن التدويل هو: "عملية أو مراحل متتابعة تقوم على مزيج من المهارات المختلفة التي تمتلكها المؤسسة أو التي تسيطر عليها، والتي تسمح للمؤسسة بإكتساب الخبرة تدريجيا في الأسواق الدولية".³

ومنه نستخلص أن التدويل هو عبارة عن مدى إندماج الشركات بالأسواق الدولية وتفاوت نشاطها الحدود الوطنية سواء لتحقيق الأرباح أو الاستفادة من عوامل إنتاج أخرى بتلك الأسواق الخارجية.

ثانيا: أشكال التدويل.

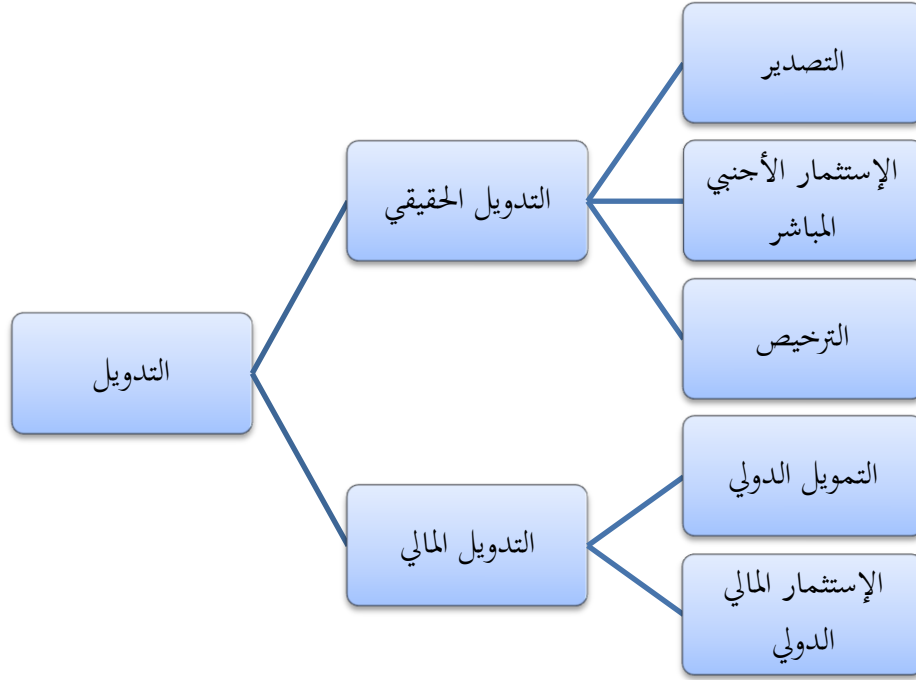
يمكن تلخيص أشكال التدويل وفق مايلي:

¹ محي محمد مسعد، عولمة الإقتصاد في الميزان، مكتب جامعي الحديث، الإسكندرية، 2008، ص16.

² Pasco bercho ,marketing international ,2édition,dunod, Paris, p3.

² جباري شوقي، حمزة العوادي، تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بين فرص النجاح ومخاطر الفشل، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية جامعة أم البواقي، العدد4، ديسمبر في 2013، ص 100.

الشكل رقم (01): أشكال التدويل.



المصدر : من إعداد الطالبتين اعتمادا على : Hassel,A.Hopner, M.Kurdelbusch, A.Rehder ,B.& Zugehor,R.(2001).Two dimensions of the internationalisation of firms.(MPifG Working Paper ,3).

1-التدويل الحقيقي:

يقصد بالتدويل الحقيقي تسويق المنتجات من سلع وخدمات للأسواق الأجنبية، ويمكن تقسيم هذا الأخير إلى مايلي:

-الإستثمار الأجنبي المباشر: يكون الإستثمار الأجنبي المباشر إما بتملك الكلي و المطلق للمشروع أو تملك جزئي فقط له، مهما كان نوع الاستثمار سواء خدمي أو إنتاجي.

- التصدير: للصادرات دور توسعي في مجال إنتاج والتسويق عن طريق فتح أسواق جديدة أمام المنتجات المحلية.¹ حيث يعتبر التصدير من أسهل الطرق للدخول إلى السوق الخارجي كونه حضور بالخارج دون استثمارات.

¹محموي خالد، الصادرات ودورها في الاقتصاد الليبي، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد6، جامعة فرحات عباس سطيف، 2006،

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

- التراخيص: يمكنك الدخول للأسواق الدولية عن طريق الترخيص ودون اللجوء إلى التصنيع المباشر حيث مرخص للشركة الأجنبية استخدام عملية تصنيعية معينة أو علامة تجارية مقابل أجر معين أو امتياز خاص يقدم للمرخص، وأبرز مثال شركة كوكاكولا التي تمنح تراخيص للشركات الإنتاجية في أنحاء العالم وبذلك دخلت إلى السوق الدولي.

2- التدويل المالي: ينقسم التدويل المالي إلى شطرين وهما كالتالي:

- التمويل الدولي : وفيه يتم لجوء الشركات للإقتراض والحصول على مصادر تمويل من الأسواق الأجنبية والدولية.

- إستثمارات مالية دولية: من خلال تداول الأوراق المالية في الأسواق المالية الدولية.

المطلب الثان: مراحل التدويل.

عمليا هناك درجات متفاوتة من ناحية الإهتمام بغزو الأسواق الأجنبية، فهناك مؤسسات تفضل العمل في الأسواق المحلية لما تتمتع به من بساطة، وفي المقابل هناك العديد من المؤسسات التي ترغب في تطوير و اختبار منتجاتها خارج الحدود الوطنية، وذلك لهدف تسريح فائض الإنتاج من جهة، وتجنب المنافسة من جهة أخرى. وفي هذا الإطار، فإن المؤسسات التي تتخذ قرار التدويل عادة ما تمر بمراحل يمكن حصرها في النقاط التالية:¹

¹شوقي جباري، حمزة العوادي، مرجع سبق ذكره، ص108.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

الشكل رقم (02): مراحل التدويل



المصدر: p33, 2002, Dunod, Paris, 4^{ème} éd, Corinne Pasco-Berho, Marketing International

من خلال الشكل السابق يمكن حصر أهم مراحل التدويل في النقاط التالية:¹

1- درجة إهتمام ضعيفة من قبل المنشآت أو المؤسسات المعنية بالأسواق الدولية، مكتفية بتغطية السوق المحلية نتيجة للطلب المتزايد على السلعة.

¹ Philip kotler and other, **Marketing mangment**, Pearson Education, 12th édition france 2006, p774.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

2- معاناة بعض المنشآت من وجود فائض من السلع التي لم يتم تصريفها في الأسواق المستهدفة، الأمر الذي يدفعها لمحاولة تصريفها في بعض الأسواق الدولية، من خلال بعض المنافذ التوزيعية (تجار الجملة أو التجزئة أو الوكلاء...) وفي شكل طلبيات.

3- نظرا للتزايد المستمر في الفائض من السلع المنتجة، من قبل الشركات المعنية، تبدأ إدارة الشركة التفكير جديا في التصدير التجريبي لإحدى الدول المتقاربة معها ثقافيا واقتصاديا، مما يكسبها خبرة وكفاءة بالتصدير لهذه الدول.

4- في هذه المرحلة من مراحل الإهتمام بالأسواق الدولية، تبدأ الشركات المعنية بدخول أسواق دولية عن طريق وسطاء محليين، أو خارجيين معتمدين لشركات أجنبية أخرى، وضمن تعاقدات أو ترتيبات تأخذ شكل الإلتزام والإرتباط بتلك الأسواق التي سيتم التصدير إليها. الأمر الذي يفرض إجراء تعديلات مناسبة في المزيج التسويقي على السلع التي سيحري تصديرها للأسواق الخارجية، بما يتناسب مع أذواق وإمكانيات وتوقعات المستهلكين في تلك الأسواق الدولية المستهدفة.

5- تدرك المنشأة أشكالا مختلفة للتواجد في الأسواق الخارجية لتدعمها أكثر كمنح تراخيص لجهات دولية لإنتاج بعض السلع لديها في الأسواق الدولية التابعة لها، مع اكتفاء الشركة الأم بعائد التراخيص. وغالبا ما تقترن تلك التعاقدات والاتفاقيات بترتيبات لتصدير المهارات التسويقية، لتقديم الخبرات اللازمة لتلك الشركات المضيفة، وخاصة في المراحل الأولى من التعامل بينهما.

6- في هذه المرحلة الأخيرة، تتزايد قناعة الإدارة العليا بأهمية الإنتاج والتصدير لبعض الأسواق الدولية، بإعتبارها أسواقا مرحة للسلع التي تطرحها، وبالتالي يبدأ العمل الفعلي بالتعامل مع تلك الأسواق المستهدفة خارجيا كجزء هام من إستراتيجيتها التسويقية العامة، وبأبعاد عالمية تتمثل مثلا في: تحديد نمط دخول الأسواق الدولية، تصميم منتجات وخدمات عالمية، تطوير برامج تسويقية كونية والقيم بتحركات تنافسية على نطاق عالمي.

المبحث الثاني: نظريات التدويل ونماذجه.

من خلال هذا المبحث سنحاول عرض النظريات التي على أساسها تتجه الشركات والمؤسسات للتدويل، وكذا أبرز النماذج لكل مؤسسة على حدى على أساس القرارات المتخذة لكل منها.

المطلب الأول: نظريات التدويل.

1- نظرية عدم كمال السوق.

أساس هذه النظرية هو فرضية غياب المنافسة الكاملة في أسواق الدول النامية، وكذا نقص العرض من السلع فيها ما يشجع الشركات في الدول الصناعية على تدويل نشاطها إلى الدول النامية. فالشركات في هذه الدول المضيفة لاتستطيع منافسة الشركات الأجنبية في مجالات الأنشطة الاقتصادية أو الإنتاجية المختلفة أو حتى فيما يختص بمتطلبات ممارسة أي نشاط وظيفي أحر لمنظمات الأعمال. أي أن توافر بعض القدرات أو جوانب القوة لدى الشركة متعددة الجنسيات (توافر الموارد المالية المهارات الإدارية..).¹

2- نظرية الحماية.

ظهرت هذه النظرية نتيجة للخلل الذي شاب الافتراضات التي قامت عليها نظرية عدم كمال السوق، فضمن الإستغلال الأمثل لفرص التجارة والاستثمار الدولي بما يتلاءم وأهداف الشركات الدولية لا يتحقق فقط عدم تكافؤ المنافسة بين هذه الشركات والشركات المضيفة بل ويستوجب كذلك حماية المؤسسة واحتكارها لمصادر تفوقها لأكبر قدر ممكن من الزمن.²

ويقصد بالحماية تلك الممارسات الوقائية الممارسة من قبل الشركات متعددة الجنسيات لضمان عدم انتقال وتسرب مصادر تفوقها وميزاتها التنافسية والإبتكارات الحديثة في مجالات الإنتاج أو التسويق أو الإدارة عموماً إلى أسواق الدول المضيفة بسبب استعمال قنوات أخرى غير التوطين مثل عقود التراخيص والإنتاج أو أي شكل آخر

¹ عبد السلام أبو قحف، بحوث التسويق والتسويق الدولي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004، ص198.

² عبد السلام أبو قحف، إقتصاديات الإدارة والإستثمار، دار الجامعة، بيروت، 1993، ص207.

. ومن دوافع التوطين كذلك حسب هذه النظرية تمكن الشركات من كسر حدة الرقابة والإجراءات الحكومية بالدول النامية المضيفة وإجبارها على فتح قنوات للإستثمار المباشر لها داخل أراضيها.¹

وباختصار فإن نظرية الحماية تفسر توطين الشركة متعددة الجنسيات في الدول الأخرى بسعيها لتعظيم عوائدها. حيث أن التوطين يسمح بحماية الكثير من الأنشطة الخاصة مثلا بالبحوث والتطوير و الابتكارات وأي عمليات إنتاجية أو تسويقية أخرى.²

3-نظرية دورة حياة المنتج.

تعرضت هذه النظرية إلى أسباب إنتشار ظاهرة الإستثمارات الأجنبية في الدول النامية بصفة خاصة والدول المتقدمة بصفة عامة، كما أنها تلقي الضوء على دوافع الشركات الدولية من وراء الإستثمارات الأجنبية من ناحية، ومن ناحية أخرى فإنها توضح كيفية وأسباب إنتشار الابتكارات والإختراعات الجديدة خارج حدود الدولة الأم بصفة عامة.³

تفترض نظرية دورة حياة المنتج الدولي على زيادة حدة المنافسة في السوق الوطني، وتقادم منتج الشركة فيه وظهور بدائل جديدة للسلعها بداخله، يدفع بالشركة البحث عن سوق جديدة للسلعة في دول أخرى حيث يمكن هذا من إعطاء حياة جديدة لهذه السلعة.

تنطوي على أربعة مراحل أساسية يمكن توضيحها بالإستعانة بالشكل(03) مع تطبيق على الولايات المتحدة الأمريكية كمثال.⁴

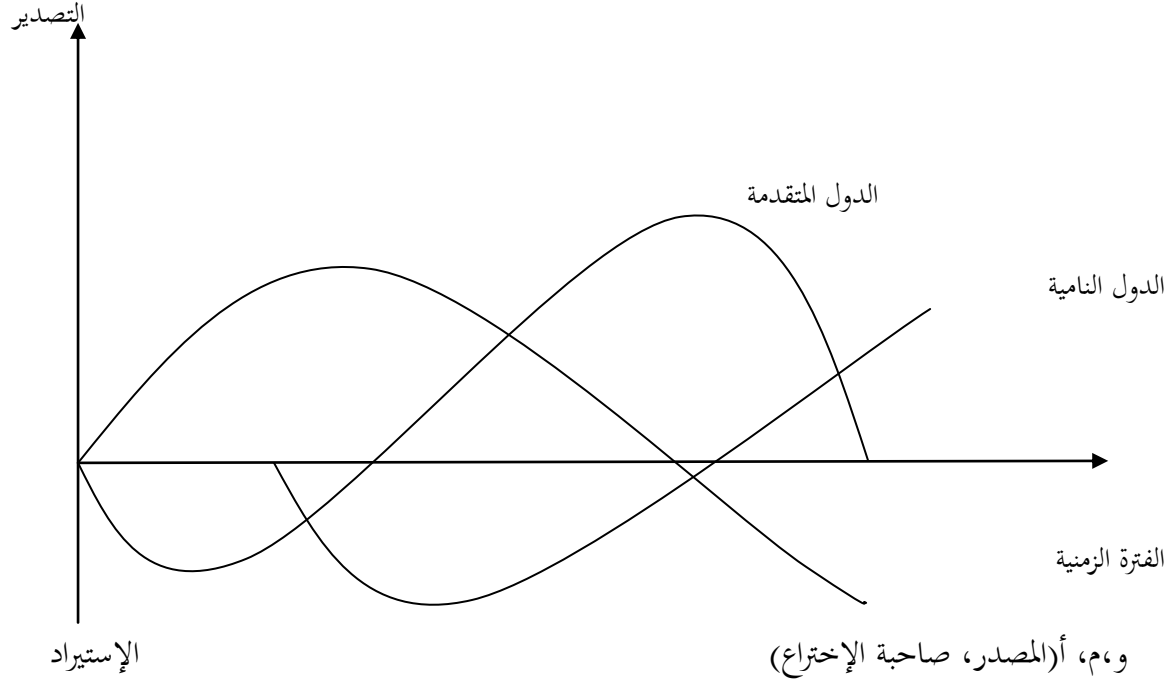
¹ خالد راغب الخطيب، التدقيق على الإستثمار في الشركات متعددة الجنسيات في ضوء معايير التدقيق الدولية، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2009، ص ص 158-159.

² عبد السلام أبو قحف، إقتصاديات الأعمال، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1993، ص ص 281-282.

³ عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، دار الجامعة، بيروت، ص 73.

⁴ عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية دراسات وبحوث ميدانية، الدار الجامعية، بيروت، 2001، ص 29.

الشكل رقم (03): دورة حياة المنتج الدولي.



المصدر: فضيل فارس، التسويق الدولي، الطبعة الأولى، مطبعة الإخوة أموساك، القبة، الجزائر العاصمة، 2010، ص 64.

4- نظرية الموقع.

تهتم نظرية الموقع أساسا بتحديد عوامل إختيار دولة مضييفة ما دون أخرى من طرف شركة محددة لكي تكون مقرا لاستثماراتها أو ممارسة الأنشطة الإنتاجية أو التسويقية... إلخ.¹ وبالتالي فإن هذه النظرية تهتم بالمتغيرات البيئية في الدول المضييفة والتي تمثل حافز للشركات الأجنبية للتواجد فيها. تلك العوامل التي تؤثر على الأنشطة الإنتاجية أو التسويقية، والبحوث والتطوير ونظم الإدارة وغيرها بالإضافة إلى العوامل المرتبطة بتكاليف الإنتاج والتسويق و الإدارة... إلخ.²

¹ أبو قحف عبد السلام، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 1989، ص 55.

² عبد السلام أبو قحف، دراسات في إدارة الأعمال، مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2001، ص 21.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

ويمكن تصنيف هذه العوامل كالتالي:¹

- العوامل التسويقية: مثل حجم السوق، معدل نمو السوق، درجة التقدم التكنولوجي، الرغبة في المحافظة على العملاء السابقين، احتمالية التصدير للدول الأخرى... إلخ.
- العوامل المرتبطة بالتكاليف: مثل انخفاض مستويات الأجور، مدى توافر رؤوس الأموال، مدى انخفاض تكاليف نقل المواد الخام والسلع الوسيطة، والتسهيلات الإنتاجية الأخرى... إلخ.
- ضوابط التجارة الخارجية مثل نظام الحصص، القيود الأخرى المفروضة على التصدير والاستيراد.
- العوامل المرتبطة بمناخ الاستثمار الأجنبي مثل: إجراءات تحويل العملات الأجنبية والتعامل فيها ، مدى ثبات أسعار الصرف، نظام الضرائب، ومدى التكيف مع بيئة الدولة المضيفة بصفة عامة.
- الحوافز والامتيازات والتسهيلات التي تمنحها الحكومة المضيفة للمستثمرين الأجانب
- عوامل أخرى مثل الأرباح المتوقعة، المبيعات المتوقعة الموقع الجغرافي، مدى توافر الثروات الطبيعية والقيود المفروضة على تحويل الأرباح ورؤوس الأموال للخارج... إلخ.

5- نظرية الموقع المعدلة.

- وهي نظرية تهتم بالعوامل الجغرافية والاقتصادية والسياسية للأعمال، ونجد أن هذه النظرية وإن كانت إمتداداً لنظرية الموقع إلا أنها أضفت عوامل أخرى كما قامت بتبويبها وتصنيفها.²
- يمكن تلخيص هذه العوامل من واقع إسهامات روبوك وسيموندس كمايلي:³
- العوامل الشرطية تتمثل في:

أ- خصائص المنتج/السلعة مثل متطلبات إنتاج السلعة(الفنية والمالية والبشرية)... إلخ

¹ عبد السلام أبو قحف، مبادئ التسويق الدولي، الطبعة الثانية، دار جامعية للنشر، بيروت، لبنان، ص92.

² أبو قحف عبد السلام، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي-نظرية التدويل-، طبعة 2003، دار جامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، ص401.

³ عبد السلام أبو قحف، مبادئ التسويق الدولي، مرجع سبق ذكره، ص93.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

ب- خصائص المميزة للدولة المضيفة مثل طلب السوق المحلي، مدى التقدم الحضاري... إلخ.

ج- العلاقات الدولية للدولة المضيفة مع الدول الأخرى مثل الاتفاقات الاقتصادية والسياسية التي تساعد على حرية أو انتقال رؤوس الأموال والمعلومات والبضائع والأفراد، والتجارة الدولية... إلخ.

-العوامل الدافعة تتمثل في:

أ- الخصائص المميزة للشركة مثل مدى توافر الموارد المالية والبشرية والفنية أو التكنولوجية، حجم الشركة.

ب- المركز التنافسي مثل المقدرة النسبية للشركة على المنافسة ومواجهة التهديدات والأخطار التجارية... إلخ.

-العوامل الحاكمة تتمثل في:

أ- الخصائص المميزة للدولة المضيفة مثل القوانين واللوائح الإدارية، ونظم الإدارة والتوظيف وسياسات الاستثمار، والحوافز الخاصة بالاستثمارات الأجنبية... إلخ.

ب- الخصائص المميزة للدولة الأم مثل المنافسة، ارتفاع تكاليف الإنتاج... إلخ.

ج- العوامل الدولية مثل المبادئ والمواثيق الدولية المرتبطة بالاستثمارات الأجنبية بصفة عامة.

المطلب الثاني: نماذج التدويل.

اختلفت النماذج المفسرة لعملية تدويل الشركات بما يعكس صعوبة تحديد أسباب اختلاف أداء الشركات على المستوى الدولي عرضت هذه النماذج أنماط الدخول للأسواق الدولية وكيفية إختيار النمط إضافة إلى تحديد المخاطر المرتبطة بها.

1- نموذج Uppsala "نموذج المراحل":¹

تعد عملية التدويل في هذا النموذج عملية تدريجية تؤدي إلى زيادة التنوع الجغرافي و عدد الأسواق التي تعمل بها الشركة، مع زيادة حجم المعرفة وزيادة حجم الموارد الموجهة داخل السوق، وطبقا لهذا النموذج تستهدف الشركات زيادة الأرباح طويلة الأجل مع الحفاظ على أدنى مستوى من المخاطر في ظل ثبات العناصر الاقتصادية والعملية المحيطة بعملية اتخاذ القرارات الدولية داخل الشركة.

¹ براهمي زرزور، إدارة الأعمال الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 136.

-ويمكن حصر فروض نموذج المراحل في ما يلي:

تبدأ الشركات العمل في السوق المحلي أولاً، نظراً لعدم توافر المعرفة عن الأسواق الدولية ثم تتجه للتوسع دولياً بالاعتماد على سلسلة من القرارات المتراكمة "Incremental Decisions".

المحرك الأساسي لعملية التدويل هو التعلم من خلال الممارسة والخبرات المتراكمة للأفراد "Learning by Doing" مع الأخذ في الاعتبار صعوبة نقل المعرفة والخبرة الخاصة بكل سوق إلى الأفراد الآخرين أو الأسواق الأخرى للشركة.

تبدأ الشركات العمل داخل الأسواق القريبة أولاً أو الشبيهة بها، بسبب تأثيرها بالعوامل الثقافية والجغرافية في اختيار الأسواق، وما يعرف "بالحاجز النفسي" بين الأسواق "Psychic Distance"، ومع زيادة اكتساب الخبرات تبدأ الشركة التوسع في الأسواق البعيدة أو المختلفة عنها.

-العوامل المؤثرة على التدويل داخل النموذج Uppsala

وفق هذا النموذج تنقسم العوامل المؤثرة إلى الجوانب:

1-الجوانب الثابتة: تشمل كل من الالتزامات السوقية، والمعرفة السوقية:

-الالتزامات السوقية "Market commitment": يقصد بالالتزامات السوقية حجم الموارد (المادية والبشرية) التي توجهها الشركة إلى السوق، ودرجة الالتزام بها أو صعوبة توجيهها إلى الأسواق الأخرى. وبالتالي كلما ارتفع حجم الموارد المخصصة لسوق معين زادت درجة الالتزام داخل السوق.

-المعرفة السوقية "Market Knowledge": تندرج ضمن الموارد البشرية للشركة، وتشمل معرفة ظروف السوق، والقدرة على تحديد الفرص والمشكلات الخاصة به، وتقييم البدائل المتاحة. ويمكن للشركة الاستعانة بالخبراء والاستشاريين بهدف زيادة خبرتها السوقية، وهناك أساليب أخرى للحصول على المعرفة السوقية بخلاف الخبرة، مثل القيام بأبحاث سوقية متخصصة لجمع المعلومات اللازمة، أو الدمج والاستحواذ مع الشركات العاملة داخل السوق، أو من خلال بناء العلاقات مع الشركات الأخرى.

2-الجوانب المتغيرة: وتشمل كل من أنشطة العمل الحالية، وقرارات الالتزام:

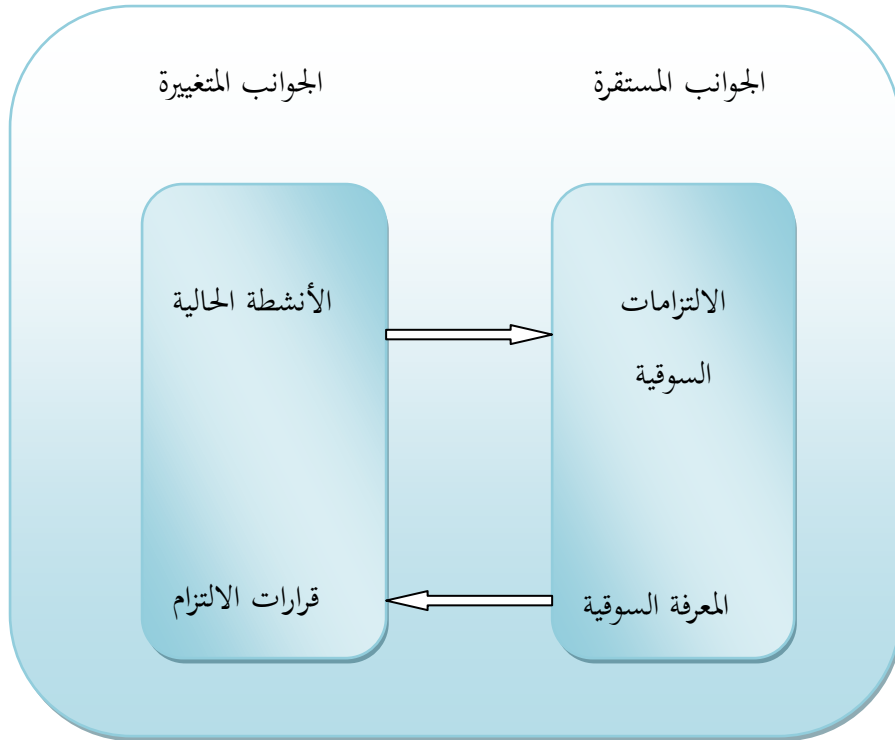
الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

-أنشطة العمل الحالية "Current Activities": تعد الأنشطة الحالية المصدر الأساسي للمعرفة السوقية، ويظهر أثر تلك الأنشطة على حجم المعرفة بعد فترة طويلة من التعلم.

-قرارات الالتزام "Commitment Decisions": يتم إتخاذ قرارات الالتزام بحجم المورد داخل السوق في خطوات صغيرة متتابعة تتحدد بناء على عامل الخبرة وكيفية الاختيار بين البدائل المتاحة، خاصة مع زيادة مقدرة الشركة على تحمل حجم المخاطرة.

ويلخص الشكل أدناه كل ما سبق:

الشكل رقم(04): نموذج عملية تدويل شبكة الأعمال.



المصدر: kristof Kraemer, Gohannes Ritz, Practical Application of the Uppsala

Internationalization Model-Lessons from 8 Case Studies, Munich Business School Working Paper Series, ISSN 2367-3869, p9.

2- نموذج الابتكار: (i-model) innovation¹:

¹ Audur Hermannsdottir, institute of business Research, university of Iceland, School of business, september 2008, issn1670-7168, p18.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

تم تطوير هذا النموذج على أساس نموذج أوبسالا حيث جاء بهذا النموذج الإقتصاديين بيكي و تيسار سنة 1977. إعتبر أن التدويل هو عملية متشابهة لمراحل إختيار منتج جديد، حيث أن كل مرحلة تمثل إكتشافا للمؤسسة، والإختلافات الوحيدة هي في نجاح المراحل، عددها والمكانيزمات المعتمدة في كل منها. ويقترحان هذان الإقتصاديان عملية تدويل مبنية على الإكتشافات متكونة من ستة مراحل:

- في البداية تكون المؤسسة غير مهتمة بالتصدير نتيجة لإرتفاع مخاطره وإخفاض عوائده.
- في مرحلة ثانية تكون المؤسسة مهتمة قليلا بالتصدير حيث يلتقي طلبية غير ملحة ولكنها لاتقوم بأي مجهود من أجل دراسة إمكانية التصدير.

- بعد ذلك تدرس المؤسسة فعليا إمكانية التصدير وتقدر عوائدها.

-تقوم المؤسسة بتصدير عينة تجريبية إلى دول بعيدة عنها نفسيا أو سلوكيا.

-تصبح المؤسسة مصدرا ذو خبرة لهذه الدولة.

-تدرس المؤسسة إمكانية التصدير إلى دول بعيدة عنها نفسيا أو سلوكيا.

3- نموذج الشبكات Network Model¹

ينطلق تحليل هذه النظرية من تحليل شبكات التواصل أو شبكات الأعمال، ليس فقط تبادل المعلومات وإنما في إمتدادها لتشمل بناء علاقات التعاون التجاري بين المؤسسات، وقد تم تطوير مقارنة الشبكات في عملية التدويل من قبل مؤسسي مدرسة "أوبسالا"، حيث ركز كل منجونسن وفالن على أهمية وضعية المؤسسة في الشبكة التي تنشط بها، وبين من خلال ذلك طرق ودوافع التدويل.

وقد بين هؤلاء الإقتصاديان أن التدويل كشبكة يتطور من خلال علاقات تجارية مبنية مع دول أخرى، مرورا بالمراحل التي جاء بها كل من "جونسون" و"ماتسون" سنة 1988 وهي التوسع، التكامل، الإختراق حيث يمثل التوسع الخطوة الأولى المتخذة من قبل المؤسسات من أجل الدخول في شبكة معينة وتكون مرفوقة بإستثمارات

¹ محمد يعقوبي، رضا زروت، تدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر بين تحديات إختراق الأسواق العالمية ورهانات تنويع الصادرات،

مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي حول إستراتيجية تطوير القطاع الصناعي في إطار تفعيل برنامج التنويع الاقتصادي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، البلدة، يومي 6 و7 نوفمبر 2018، ص ص 6-7.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

جديدة تقوم بها، أما الإحتراق فيكون مرتبطا بتنمية الموارد وترقية مكانة المؤسسة على مستوى شبكتها، في حين يعتبر الإحتراق خطوة متقدمة تكون من خلالها المؤسسة مرتبطة بمجموعة من الشبكات الوطنية الواجب تنظيمها وترتيبها. ويخلق علاقات مالية وتكنولوجية وتسويقية مع الفاعلين الآخرين في الشبكة، تستطيع المؤسسات توسيع روابطها ومد نشاطها إلى خارج الحدود الوطنية إلى أن تصبح مدولة.

وعليه فإن عملية التدويل حسب نظرية الشبكات هي سيرورة تراكمية تبنى على مستواها العلاقات وتطور بطريقة مستمرة من أجل تحقيق أهداف المؤسسة الاقتصادية، وتتأثر هذه السيرورة بدرجة التدويل المؤسسة في الشبكة الصناعية هي النتيجة للنشاطات السابقة على مستوى الشبكة، والتي قد تكون منظمة أو غير منظمة.

4- النموذج الانتقائي¹ Eclectic Paradigm:

إهتم النموذج الإنتقائي بتفسير كافة الأنشطة المولودة للقيمة المضافة على المستوى الدولي، خاصة أسباب تدفق الاستثمارات بين الدول خاصة المشروعات المشتركة، والتحالفات الإستراتيجية، والشركات التابعة بالكامل وذلك بالتركيز على مزايا الداخلية والخارجية المؤثرة على الأداء الدولي للشركات.

ويفترض النموذج توافر ثلاث مزايا رئيسية لتدفق الاستثمارات بين الدول وهي:

- مزايا الملكية Ownership-Advantage: وهي تمتع الشركة بمزايا في حجم الأصول، أو تكلفة الإنتاج وقدرة الشركة على إنشاء وإدارة شبكات الإنتاج والتوزيع الأفقية والرأسية.

- مزايا الموقع Location-Advantage: هي المزايا الخاصة بالسوق والذي تحدد إمكانية العمل به.

- مزايا الذاتية للشركة Internalization-Advantage: تختلف الشركات فيما بينها في إكتساب مزايا كفاءة الإدارة والقدرة على تشغيل موارد الشركة في الأسواق الدولية من حيث المخاطر وخفض تكاليف المعاملات، وهو ما يشير إلى دور المنظم في عملية التدويل وتطلق بعض الدراسات على هذه الميزة اسم Transaction Cost (TCA) Analysis.

¹ براهمي زرزور، مرجع سبق ذكره، ص ص 158-159.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

تتعدد أنماط دخول الأسواق وفقا لمدى توافر المزايا الثلاث السابقة داخل كل من الشركة والسوق وقد حدد النموذج ثلاثة أشكال للتدويل بحسب توافر تلك المزايا، كما هو موضح بالجدول أدناه، ويلاحظ أن الملكية تمثل شرطا أساسيا للدخول إلى الأسواق الدولية ، وهي تعد العنصر المشترك بين مختلف الأنماط داخل النموذج.

جدول رقم(01): أنماط دخول الأسواق بحسب توافر المزايا تبعا للنموذج الإنتقائي.

أنماط دخول الأسواق	مزايا الملكية	مزايا الموقع	المزايا الذاتية للشركة
الاستثمار الأجنبي المباشر	م	م	م
الصادرات	م		م
التعاقدات	م		

المصدر: براهيم زرزور، إدارة الأعمال الدولية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2009، ص159.

4- نموذج الشركات ذات البداية الدولية Born Global:

تعتمد الشركات ذات البداية الدولية على الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة خاصة تكنولوجيا المعلومات لتطوير منتجات مبتكرة تمكنها من اكتساب ميزة نسبية، من استخدام الموارد المتاحة وتوزيع إنتاجها في الأسواق الدولية المختلفة، وتبدأ الشركات ذات البداية الدولية العمل على المستوى الدولي مع بدء نشاطها بصورة مباشرة وسريعة.

وقد حدد(Knight&Cavusgil ;1996) تعريف الشركات ذات البداية الدولية بأنها:"الشركات الصغيرة نسبيا، التي تقل عائداتها عن 100 مليون دولار سنويا، وتزيد نسبة صادراتها عن 25% من إجمالي مبيعات الشركة، وتبدأ هذه الشركات في العمل على المستوى الدولي بعد عامين إلى خمسة أعوام من بدء نشاط الشركة"¹.

تعد الأسباب التالية هي الأسباب الرئيسية لتدويل الشركات ذات البداية الدولية²:

-التطور التكنولوجي السريع في المجالات الإنتاجية ووسائل النقل والاتصالات مما أدى إلى إمكانية قيام الشركات الصغيرة-نسبيا- بالإنتاج والتسويق على المستوى الدولي مباشرة.

¹ ليلي جاد وآخرون، دراسات تدويل الشركات المصرية، مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، الإدارة العامة للدراسات التنموية، مصر، فيفري2006، ص11.

² براهيم زرزور، مرجع سبق ذكره، ص161.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

-التغير في ظروف الأسواق الدولية خاصة مع اتفاقيات التجارة الحرة الثنائية والجماعية، وانخفاض القيود والحواجز الجمركية، وما ترتب على ذلك من سهولة دخول الأسواق الدولية، وشدة المنافسة داخل الأسواق المحلية.

-زيادة الاهتمام بدور المنظمين وارتفاع قدرتهم على تخطيط وإدارة أنشطة الشركة في الأسواق الدولية، وتأسيس شبكات الأعمال، والمشروعات المشتركة، مع اهتمام برفع مستوى الجودة ودرجة الكفاءة في كافة الأنشطة التي تقوم بها الشركة.

5- نموذج المدخل التنظيمي Entrepreneurial Approach¹:

يعرف المنظم على أنه ذلك الفرد أو مجموعة الأفراد القادرين على تأسيس وإدارة المشروعات التي تعمل عبر الحدود، وتحمل المخاطر المرتبطة بها، وقد يكون المنظم هو مالك الشركة أو الإدارة العليا بها، ولا تبدأ عملية التدويل حسب هذا النموذج دون توافر المنظم الدولي داخل الشركة.

ويتسم المنظم الدولي بثلاث خصائص رئيسية وهي:

- القدرة على التحكم في موارد الشركة بالأسواق الدولية.
- القدرة على الإدارة الإستراتيجية لوحدات وفروع الشركة.
- القدرة على اكتشاف وإستغلال الفرص المتاحة في الأسواق الدولية.

يتم تحديد الأسواق التي تعمل بها الشركة بناء على قدرة المنظم الدولي على تأسيس الشبكات الاجتماعية التي تربط بين الشركة والمنشآت السياسية الاجتماعية في الأسواق الأجنبية، وكذلك شبكات الأعمال التي تربط بين الفروع المختلفة للشركة وبين الشركة وغيرها من الشركات، وذلك نظرا لأهمية تلك الشبكات في توفير المعلومات اللازمة لإدارة الأنشطة الدولية في تلك الأسواق.²

المبحث الثالث: طرق قياس التدويل وتقييمه.

¹المرجع نفسه، ص164.

² ليلي جاد واخرون، مرجع سبق ذكره، ص36.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

إن الإهتمام المتزايد والمتسارع لمفهوم التدويل أدى لإستحداث طرق لقياسه، فمن خلال هذا المبحث سنحاول عرض بعض الطرق لجعل مصطلح التدويل مفهوم كمي قابل للقياس وكذا تقييمه.

المطلب الأول: طرق قياس التدويل.

توجد ثلاثة أصناف من هته المؤشرات المستعملة في قياس التدويل وهي: المؤشرات الفردية، المؤشرات المركبة، مؤشرات التنوع الجغرافي.

1- المؤشرات الفردية للتدويل: وقد قسمها Sullivan إلى ثلاثة أقسام كما يلي¹:

- المؤشرات الهيكلية: إستحدثها Vernon لأول مرة عام 1971² ونجد ضمن هذه المجموعة عدة مؤشرات منها: عدد الدول التي تنشط بها المؤسسة، عدد الفروع في الخارج، الإنتاج الأجنبي... إلخ.
- مؤشرات الأداء: إستحدثها Wells لأول مرة عام 1972³ تعتمد هذه المؤشرات على جدول حسابات النتائج. ومن أمثلتها نسبة المبيعات الأجنبية، نسبة نتيجة الاستغلال الأجنبية... إلخ.
- المؤشرات السلوكية: إستحدثها Perlmutter عام 1969⁴ وعلى عكس مجموعة المؤشرات الفردية السابقة فإن بعض هذه المؤشرات السلوكية لا يعبر عنه بطريقة كمية، لذلك تقسم هذه المؤشرات بدورها إلى مؤشرات كمية أو "مرنة"، ومؤشرات كمية أو "صلبة" من أهم المؤشرات السلوكية نجد: مؤشر ثقافة تسيير. ومؤشرات خبرة الإدارة العليا للشركة.⁵

¹ Sullivan D., **Measuring the degree of internationalization of a firm**, *journal of international business studies*, 2ND QUARTER 1994, p. 331.

² Idem.

³ Idem.

⁴ Perlmutter H.V., **L'entreprise internationale : trois conceptions**, *Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes*, Vol. 23, No. 2, 1965, pp. 151-165.

⁵ Caligiuri P., **Top managers' national diversity and boundary spanning: attitudinal indicators of a firm's internationalization**, *Journal of Management Development*, Vol. 23 NO. 9, 2004, p. 850.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

الجدول رقم(02): أهم مؤشرات التدويل.

أنواع المؤشرات		أمثلة عن طرق الحساب
المؤشر الهيكلية	المرتبطة بالتدويل الحقيقي	عدد دول التواجد، عدد أو نسبة الفروع الأجنبية، عدد أو نسبة الالتزامات الغير المالية، قيمة أو نسبة الأصول الأجنبية، قيمة أو نسبة القيمة المضافة المحققة في الخارج، قيمة أو نسبة التموينات الدولية، عدد أو نسبة المستخدمين الأجانب.
	المرتبطة بالتدويل المالي	قيمة أو نسبة مصادر التمويل الدولية، نسبة المساهمات الأجنبية في رأس المال، نسبة الديون الأجنبية من مجموع الديون، عدد التقييدات في البورصات الأجنبية، قيمة أو نسبة الأسهم المملوكة من طرف الأجانب، عدد أو نسبة الأعضاء الأجانب في مجلس الإدارة.
مؤشرات الأداء		إجمالي رقم الأعمال الأجنبي (صادرات الشركة من البلد الأصلي + مبيعات الفروع الأجنبية - صادرات الفروع إلى البلد الأم)، قيمة مبيعات الفروع الأجنبية (مجموع أرقام أعمال الفروع الأجنبية)، نسبة النتائج المحققة في الخارج (قيمة أو نسبة النتائج العملياتية للفروع الأجنبية).
المؤشرات السلوكية	المؤشرات الكيفية	ثقافة التسيير المسيطرة على الشركة (مركزية "عرقية"، مركزية متعددة، أو مركزية جغرافية)، درجة التدويل بالنظر إلى نموذج أوبسالا (تدويل معدوم، تصدير بالاستعانة بممثلين، تصدير، فروع تجارية، وأخيرا فروع إنتاجية).
	المؤشرات الكمية	مؤشرات الخبرة الدولية (عدد سنوات العمل في الخارج لأعضاء الإدارة العليا، نسبة المدراء اللذين لديهم خبرة مهنية دولية هامة، نسبة المدراء اللذين لديهم شهادات تكوين بالخارج، نسبة المدراء الأجانب...إلخ).

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على ما سبق.

2- المؤشرات المركبة: يتم حساب هته المؤشرات من خلال المزج بين مجموعة من المؤشرات الفردية، نذكر فيما يلي أهمها، وهي ثلاث:

- مؤشر تخطي الوطنية (Transnationality Index): تم تطوير هذا المؤشر من طرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) في تقرير الاستثمار العالمي (WIR) لعام 1995. ويتكون هذا المؤشر من ثلاث مؤشرات فردية: وهي نسبة المبيعات الأجنبية، نسبة الأصول الأجنبية، نسبة المستخدمين الأجانب، مقسوم

مجموعها على عددها (أي 3)¹.

- مؤشر إنتشار النشاط عبر الوطني (Transnational Activities Spread Index): تم إستحداثه من طرف الباحثة letto-Gillies عام 1998. ويتكون هذا المؤشر من المؤشر السابق مضروباً في "مؤشر الإنتشار الشبكي" الذي يعبر عن مدى إستنفاد المؤسسة لكافة فرص الإستثمار الأجنبي المباشر المتاحة له.

- مؤشر سلم درجة التدويل (Degree of Internationalization Scale): بنى هذا المؤشر الذي دعاه Sullivan عام 1994 بمؤشر سلم درجة مستوى التدويل، على أساس مجموع مؤشرين هيكليين، مؤشر أداء، ومؤشرين سلوكيين².

ويوضح الجدول التالي أهم المؤشرات المركبة وطرق حسابها.

¹ UNCTAD, **World Investment Report: Transnational Corporations and Competitiveness**, 1995, pp. 19-42.

² letto-Gillies G., **Different conceptual frameworks in the assessment of the degree of internationalisation: empirical analysis of various indices for the top 100 TNCs**, Transnational Corporations, Vol. 7, 1998, pp. 17-39.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

جدول رقم (03): المؤشرات المركبة للتدويل.

المؤشر	طريقة الحساب
مؤشر تخطي الوطنية (UNCTAD 1995)	نسبة مبيعات الفروع الأجنبية من إجمالي رقم أعمال المجمع + نسبة الأصول الأجنبية من مجموع الأصول + نسبة المستخدمين الأجانب من مجموع المستخدمين الكلي مقسم على 3
مؤشر إنتشار النشاط عبر الوطني (letto-Gillies 1998)	مؤشر اليونكتاد: نسبة مبيعات الفروع الأجنبية من إجمالي رقم أعمال المجمع + نسبة الأصول الأجنبية من مجموع الأصول + نسبة المستخدمين الأجانب من مجموع المستخدمين / 3 مضروب في مؤشر الانتشار الشبكي: عدد الدول الأجنبية التي تمتلك المؤسسة فروعاً فيها كنسبة من العدد الإجمالي للدول المتاحة للمؤسسة إنشاء الفروع الجديدة فيها (ما عدا البلد الأصلي)
مؤشر درجة مستوى التدويل (Sullivan 1994)	مؤشر أداء (نسبة المبيعات للأجانب من مجموع المبيعات) + مؤشرين هيكلين (نسبة الأصول في الخارج من مجموع الأصول + نسبة الفروع الأجنبية من مجموع الفروع) + مؤشرين سلوكيين (الخبرة الدولية للإدارة العليا + التشتت "النفسي" للعمليات الدولية للمؤسسة)

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على ما سبق.

3- مؤشرات التنوع الجغرافي: وهي مجموع المؤشرات الفردية والمركبة التي تحاول أن تعكس وتأخذ في الحسبان

مدى التشتت والتنوع الجغرافي للنشاط الدولي المؤسسة ومدى إختلاطها بالثقافات الأخرى.

- مؤشر الإنتشار الشبكي: من أهم مؤشرات التنوع الجغرافي نجد "مؤشر الانتشار الشبكي" المقترح من طرف letto-Gillies والذي يحتسب كنسبة الدول التي تم الإستثمار فيها من مجموع الدول المتاحة للمؤسسة الإستثمار فيها إستثماراً أجنبياً مباشراً (فمثلاً إذا كان متاح للمؤسسة الإستثمار في 178 دولة بينما لم تستثمر بعد سوى

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

في 50 دولة فإن هذا المؤشر يساوي $50 \div 178 \approx 28\%$ ¹.

- مؤشر التشتت النفسي: إستحدثه Sullivan ودعا به "التشتت النفسي" (Psychic dispersion) لنشاط المؤسسة، وحسب هذا الباحث فإنه يمكن تقسيم دول العالم إلى 10 مناطق ثقافية، وبالتالي يكون التشتت النفسي للشركات في أعلى قيمة له (أي 100%) عندما تسجل المؤسسة حضورها في كافة هذه المناطق². إعتد Sullivan في تقسيمه للمناطق على بحث Ronen و Shenkar. ويوضح الجدول 03 طريقة إستخراج هذا المؤشر:

الجدول(03): المناطق الثقافية حسب Ronen و Shenkar وحساب التشتت النفسي للشركات

الرقم	المنطقة الثقافية	أمثلة عن الدول المنتمية للمنطقة
1	عربية	الكويت، المغرب، الإمارات، البحرين، السعودية
2	الشرق الأدنى	تركيا، اليونان، إيران
3	أمريكا اللاتينية	الأرجنتين، البيرو، كولومبيا
4	أوروبا اللاتينية	فرنسا، إيطاليا، البرتغال، إسبانيا، بلجيكا
5	إسكندنافية	النرويج، السويد، الدنمارك، فنلندا
6	جرماني	ألمانيا، النمسا، سويسرا
7	إنجليزي	المملكة المتحدة، أستراليا، الولايات المتحدة، كندا، نيوزيلندا، جنوب إفريقيا
8	الشرق الأقصى	ماليزيا، أندونيسيا، سنغافورة، الفلبين، تايوان، تيلندا
9	مستقل	اليابان، البرازيل، الهند
10	أخرى	معظم دول إفريقيا

حسب Sullivan فإن أقصى قيمة لمؤشر التشتت النفسي هي 100%، فإذا تواجدت شركة ما بفروعها في المنطقة 1، المنطقة 5 والمنطقة 8 مثلا، فهذا يعني أن قيمة تشتتها النفسي هي 30%.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على: S. Ronen, O. Shenkar, **Clustering countries on attitudinal dimensions: A review and synthesis**, The Academy of Management Review, Vol 10, No.03, 1985, p. 449.

¹ letto-Gillies Grazia, **Loc.Cit**

² Sullivan D., **Op.cit**, p. 332.

المطلب الثاني : تقييم التدويل.

للتدويل مزايا مثل ما لديه من عيوب سنحاول عرضهما كما يلي:

أولاً: المزايا¹

يحقق التدويل العديد من المزايا على مستوى الاقتصاد الكلي وعلى مستوى الاقتصاد الجزئي :

1-مزايا على المستوى الاقتصادي الكلي:

يمكن للتدويل أن يعود بالعائد على الاقتصاد ككل وهذا من خلال:

-مزايا التدويل على البلد المنشأ: يزيد من فرص العمل ويرفع متوسط الأجور ومنه إرتفاع مستوى المعيشة للسكان. كما أن للتدويل دور في رفع احتياطات النقد الأجنبي الموجودة في البنك المركزي في البلاد. وذلك لأن الأجانب يدفعون ثمن الصادرات إما بالعملة الخاصة بهم أو بالدولار الأمريكي وهذا يرفع احتياطات النقد الأجنبي لاستخدامها لإدارة ورفع قيمة عملته الخاصة، مما يقلل من تكلفة صادراتها في البلدان الأخرى. كما تستخدم الدول أيضاً احتياطات العملة لإدارة السيولة، وهذا يعني أنهم قادرون على التحكم بشكل أفضل في التضخم وللسيطرة عليه.

-مزايا التدويل على البلد المستضيف: دخول منتجات جديدة للبلد وجلب التقنيات التكنولوجية الحديثة وبالتالي إحداث طفرة صناعية تصحبها زيادة في الإنتاج وتخفيض تكاليف الإنفاق على الأبحاث والتطوير.

-نقل المعرفة من خلال التعلم والتدريب للقوى العاملة من طفرة اليد العاملة التي تتميز بالمهارة وهو ما سيؤدي إلى زيادة الفعالية الشاملة للاقتصاديات المحلية.

-الإستفادة من العوائد الجبائية التي تدفعها الشركات الراغبة في تسويق منتجاتها بالبلاد.

2-مزايا إقتصادية جزئية:

يمكن للتدويل أن يحقق مجموعة من المزايا الجزئية نذكر منها مايلي:

¹ حمداني محمد، استراتيجيات التدويل وأشكال التواجد في الأسواق الخارجية-حالة السوق الجزائرية-، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص مالية وإقتصاد دولي، كلية علوم اقتصادية وعلوم التسيير، جامعة وهران، 2010-2011 ص 11.

-مزايإ إطالة عمر المنتجات: حيث قد يكون المنتج وصل إلى نهاية مدة حياته في دولة ما ولا يزال عند بدايته في دولة أخرى فبدخول الشركة في السوق الدولي قد تجد مكانا لهذا المنتج.

-مزايإ رفع الربحية: من خلال محاولة خلق فرص للمؤسسة لتحقيق فوائض مالية من نشاطها حيث أن المؤسسة التي تنشط وطنيا فقط ولا تسعى للتدويل قد تتوقف عن النمو وإحتفائها من الأسواق الوطنية وهذا راجع إلى توقف رقم الأعمال عن النمو وتقلص هوامش الربح إلى غاية إحتفائها كليا.

-مزايإ رفع المردودية: وذلك من خلال مساهمة كل وحدة نقدية من الأموال المستثمرة في توليد النتائج.

-المزايإ التنافسية للشركات: تنجم عن مزايإ البلد المنشأ أو المتعلقة بالمستوى التكنولوجي الشامل، مهارات القوى العاملة لديها هيكل التنافسية لإقتصادها وعلى أهمية الطلب المحلي.

-مزايإ الترحيل: تدخل بشكل عام ضمن إطار المزايإ النسبية للبلدان، والتي يتسع نطاقها لتشمل الزيادة على الكلفة المقارنة والمزايإ النسبية للحجم وديناميكية المطالب المحلية.

- تدنية التكاليف: الشركة من جانبها تعرض منتجات وتطلب عوامل إنتاج لتحويلها، والتي يجب الحصول عليها بأدنى تكلفة لضمان محافظتها على تنافسيتها لتظل قادرة على التنافسية التي تفرضها شدة المنافسة حيث تعرف الدول الصناعية اليوم في كافة قطاعاتها ارتفاع في تكاليف الإنتاج في هذه الحالة وجب على المؤسسات الإنتقال إلى الدول ذات العمالة الرخيصة مع تحقيق مستوى عالي من الإنتاجية وإكتساب الخبرة التكنولوجية المتقدمة ثم العودة إلى بلدها الأصلي وإستغلالها في تحقيق التفوق على المنافسين الوطنيين.

-توفير فرص الوصول إلى موارد مالية أكثر: وذلك من خلال التنوع وفتح المجال أمام العديد المؤسسات بالدخول في السوق.

-المزايإ الإستراتيجية¹: التحليل الإصطناعي يضع في المقام الأول العلاقة بين الدول والشركة، إلا أن قطاع النشاط وطبيعة السوق تلعب دورا هاما، وبالأخص عندما يضع القطاع هذه الشركات في علاقة فيما بينها، ومنه فإن مواصفاتها الهيكلية ستؤثر على شكل التواجد.

1 حمداني محمد، مرجع سبق ذكره، ص12.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

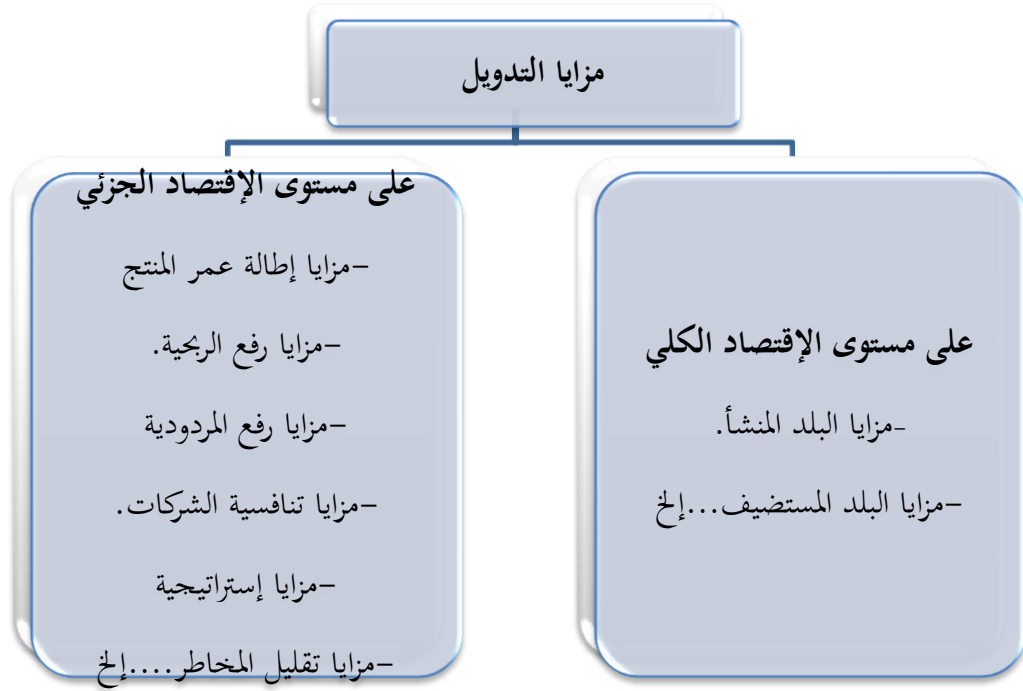
فإستراتيجيات التعاون/المنافسة في محيط يتسم بجزئية حدود القطاعات، المجمعات والشركات تأخذ شكل سباق بين مختلف المنافسين. هذا السباق الإستراتيجي يمكن ملاحظة من خلال البحث والتطوير، الإنتاج، وإعتماد المعايير التقنية في جميع مراحل عملية الإنتاجية.

من بين الإستراتيجيات المتبعة فإنه يمكن للشركات وضع إتفاقات بالنسبة لخطوات البدء في البحث ثم المنافسة بعد ذلك من دون تعاون في المراحل تطوير البحث الذي ينجم عن المنتج نفسه، والسبب في هذا السلوك هو أن مرحلة البحوث الأساسية هي نوع من المصلحة العامة. في حين الخطوات الموائية فإنها تتعلق بالحصول على ميزة خاصة تسمح بإنفراد الشركة عن منافسيها.

-تقليل المخاطر: تتوطن المؤسسة العديد من البلدان وهذا مايسمح لها بالإستفادة من فترات الركود والنمو الاقتصادي بين المناطق الجغرافية وهذا ما يؤدي إلى تحقيق إستقرار في عوائدها فعند تكبد مؤسسة لخسائر في أوروبا يمكن لها أن تغطي هذه الخسائر من خلال الأرباح المحققة في دول الجنوب.

يمكن تلخيص مزايا التدويل بشكل عام في الشكل الموالي:

الشكل رقم(05) : مزايا التدويل.



المصدر: من إعداد الطالبتين.

ثانيا: مخاطر التدويل :¹

توفر شروط التدويل أو حاجتها للسوق الدولية ليس معناه أن الدخول للسوق الدولية سيكون بسهولة، بل بالعكس هناك الكثير من المخاطر التي قد تعود بالضرر على المؤسسة بدل المنافع التي كانت تنتظرها، لأن بيئة التسويق الدولية كما تفرز الفرص يمكنها أن تفرز في أي لحظة مخاطر إن لم تدرس جيدا، و قد تكون عواقبها وخيمة. ومن بين المخاطر التي يجب أخذها بعين الاعتبار ما يلي:

1-خطر عدم دفع الزبون لمشترياته، وللحد من خطر عدم الدفع يجب على المؤسسة المصدرة أن تتبع المراحل التالية:

-أن تتحرى عن الزبون خاصة عندما يكون زبون جديد.

-القيام بالتأمين لتحويل خطر قرض التصدير إلى شركات التأمين العمومية مثل شركة تأمين الصادرات CAGEX في الجزائر.

-تغطية الخطر من خلال اختيار وسيلة الدفع التي تؤدي إلى ذلك مثل مستند القرض Cr dit Documentaire.

2-مخاطر التكاليف الخفية للوصول إلى الأسواق، ومخاطر عدم الإستقرار السياسي والإجتماعي:²

التقييم السيئ لتكاليف التصدير للأسواق المستهدفة نظرا لتقييم السيئ للمزايا التنافسية للمنافسين، التحالفات الموجودة على المستوى الدولي بين الشركاء المحليين والأجانب والخواص الأجانب.

التقييم السيئ الآخر بسبب البعد الجغرافي مثل(تكلفة النقل والإعلان)والبعد الثقافي مثل(تعدد اللغات والثقافات).

أما الأخطار السياسية فهي تخص بالدرجة الأولى الاستقرار السياسي للدولة المضيفة، إجراءات تحويل العملات الأجنبية والتعامل فيها، الإجراءات الحمائية مثل التعريفات الجمركية، نظام الحصص، القيود المفروضة على تحويل الأرباح ورؤوس الأموال إلى الخارج، التهرب الضريبي.³

3-المخاطر الاقتصادية :

تكون غالبا ناتجة هذه المخاطر من تقلبات سعر الصرف، والمبادلات التجارية(الاستيراد و التصدير) والإجراءات المالية للمنشأة(القروض و الاستثمارات)، إضافة إلى أخطار أخرى كظهور منافسين جدد يمتلكون مزايا تنافسية،

¹ بن حمد عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 107-108.

² Stanescu Danisa Mihaela, Inaedpaturelsabine, BTS Commerce international, studyrara, paris, France, 20 13, p25.

³ شوقي جباري ، مرجع سبق ذكره، ص 117.

الفصل الأول: عموميات حول التدويل وطرق قياسه

تغيير في قنوات التوزيع، تغيير في سلوك المستهلكين.¹

4- خطر عدم المقدرة التقنية وخطر المنافسة سواء المنافسة من المنتجات في الأسواق المستهدفة أو المنافسة في فروع

المؤسسات الأجنبية الأخرى لهذه الأسواق.

5- مخاطر التغييرات التشريعية أو التنظيمية.²

¹مرجع نفسه، ص118.

² Stanescu Danisa Mihaela ,Inaed paturel sabine,op,p25.

خلاصة الفصل:

أغلب المؤسسات الراغبة في التوجه للسوق العالمي والخروج من الحدود الجغرافية لكسب حصة سوقية أعلى تضع في إستراتيجياتها التدويل كبند أول لتحقيق غايتها لما له من عوائد إيجابية عليها، حيث سمح لنا هذا الفصل بالوقوف على مختلف التعاريف، المفاهيم، النظريات والنماذج المتعلقة بالتدويل ضف إلى ذلك طرق قياسه .

الفصل الثاني:

ربحية المؤسسة و طرق قياسها

تمهيد:

إن الهدف الرئيسي لأي مؤسسة هو إستغلال الموارد المتاحة لها بكيفية تضمن تحقيق كفاية إنتاجية بأقل التكاليف وتحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح.

فالربحية تعد من أهم المؤشرات الرئيسية الدالة على قيمة المؤسسة والتي تحدد وتبرز وضعيتها المالية.

من خلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى تحديد مفاهيم الربحية ومؤشرات قياسها حيث تم تقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث جاء المبحث الأول تحت عنوان الأداء المالي في ما كان المبحث الثاني بعنوان الربحية ومفاهيمها أما المبحث الثالث قياس الربحية وأثر التدويل على الأداء.

المبحث الأول: مؤشرات تقييم الأداء المالي.

إن الأداء المالي يقدم قراءة للوضع المالي للمؤسسة ومنه يمنح مجالاً واسعاً للأطراف المعنية باتخاذ القرارات المناسبة للمؤسسة، حيث حاولنا من خلال هذا المبحث تقديم مفهوم للأداء المالي وأهميته ضف إلى ذلك إبراز أهم مؤشرات.

المطلب الأول: مفهوم تقييم الأداء المالي وأهميته.

أولاً: مفهوم تقييم الأداء المالي.

1-تعريف الأداء:(performance)

قبل التطرق لتعريف الأداء المالي نعطي تعريف للأداء بشكل عام حيث يعبر عن: " التفاعل بين السلوك والإنجاز أي أنه مجموع السلوك والنتائج معا، هو إتخاذ السلوك ونتائجه وهو ليس السلوك لوحده أو الإنجاز لوحده إنه تكاملهما معا إنه ماتسعى المؤسسة للوصول إليه"¹.

ويمكن تعريفه على أنه: نتيجة جهود المؤسسة للوصول إلى أهداف ومخرجات كانت مسطرة مسبقاً².

2-تعريف الأداء المالي:³ (financial performance)

يتمثل الأداء المالي للمؤسسة الإقتصادية في النتائج التي تحاول المؤسسة تحقيقها من المنظور المالي وهي بذلك تمثل الأهداف التي يمكن إستخدامها كمعايير لقياس كفاءة الخطة المالية، والأداء المالي للمؤسسة يمكن أن يتحقق من خلال :

إدامة الأصول السائلة، توفير الأموال وإستغلالها بأسلوب أمثل، تقليل التكاليف وتعظيم الأرباح.

3-تقييم الأداء المالي: هناك العديد من المفاهيم وتعريفات نذكر أهمها فيما يلي:

1 رقية شطيبي، الأداء المالي للمؤسسة الإقتصادية ومؤشرات تقييمه، دراسة ميدانية مؤسسة ملبنة نوميديا -قسنطينة-، مذكرة نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص إستراتيجية مالية، جامعة 8 ماي 1945، قالة، 2011، ص 07.

² السعيد فرحات جمعة، الأداء المالي لمنظمات الأعمال، الطبعة الأولى، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2002، ص37.

³ رقية شطيبي، مرجع سبق ذكره، ص22.

حيث عرف على أنه:

- "التركيز على إستخدام مؤشرات مالية لقياس مدى إنجاز الأهداف، والداعم الأساسي للأعمال المختلفة التي تمارسها الشركة"¹.

- "أداة لتدارك الثغرات والمشاكل والمعوقات التي قد تظهر في مسيرة المؤسسة، فالمؤشرات تظهر الخطر إذا كانت المؤسسة تواجه صعوبات نقدية أو ربحية أو لكثرة الديون والقروض ومشاكل العسر المالي، وبذلك تنذر إدارتها للعمل لمعالجة الخلل"².

ثانيا: أهمية تقييم الأداء المالي.

لتقييم الأداء المالي أهمية بالغة التي تنبع من خلال أهدافها ويمكن تلخيصها فيما يلي:

تقييم أداء المؤسسات من عدة زوايا وبطريقة تخدم مستخدمي البيانات، ممن لهم مصالح مالية في المؤسسة لتحديد جوانب القوة والضعف لقياس حالة التقدم أو التأخر في المؤسسة.

وتنبع أهميته بشكل خاص في عملية متابعة أعمال الشركات وتفحص سلوكها ومراقبة أوضاعها وتقييم مستويات أدائها وفعاليتها وتوجيه الأداء نحو الإتجاه الصحيح والمطلوب من خلال تحديد المعوقات وبيان أسبابها وإقتراح إجراءاتها التصحيحية وترشيد الإستخدامات العامة للشركات وإشماراتها وفقا للأهداف العامة للشركات والمساهمة في إتخاذ القرارات السليمة للحفاظ على إستمرارية والبقاء والمنافسة³.

ويمكن أيضا أن يحقق الأهداف التالية:

يساعد المستثمر في إجراء عملية التحليل والمقارنة وتفسير البيانات المالية وفهم التفاعل بين البيانات المالية لإتخاذ القرار الملائم لأوضاع الشركات.⁴

¹ محمد محمود الخطيب، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 45.

² السعيد فرحات جمعة، مرجع سبق ذكره، ص7.

³ السعيد فرحات جمعة، مرجع سبق ذكره، ص190.

⁴ دونالد ووترز، 101 طريقة لتطوير أداء الشركات، الطبعة الأولى، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص17.

وبشكل عام يمكن حصر أهمية تقييم الأداء المالي في أنه يلقي الضوء على الجوانب:¹

*تقييم ربحية الشركة.

*تقييم سيولة الشركة.

*تقييم تطور نشاط الشركة.

*تقييم مديونية الشركة.

*تقييم تطور توزيعات الأرباح.

*تقييم تطور حجم الشركة.

المطلب الثاني: مؤشرات تقييم الأداء المالي.

يتم قياس تقييم الأداء المالي بعدة مؤشرات:

1-تقييم السيولة: يمكن تقييم السيولة بواسطة النسب وتعتبر هذه النسب عن مدى قدرة المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها قصيرة الأجل بإستخدام أصولها السائلة النقدية والشبه نقدية عند الحاجة.²

حيث أن الشركة الأكثر سيولة هي الأكثر جاذبية من حيث قدرتها على الوفاء بالإلتزامات والتي تشكل أرضية صلبة ضد أي خلل وتخلف عن الوفاء بالدين، والشركة ذات الآمال العريضة التي تفشل في تحقيق السيولة قد تواجه خطر الإفلاس في حالة عدم تمكنها من تسديد الإلتزامات قصيرة الأجل.

لذلك تلجأ الشركات إلى الإهتمام بنسب السيولة التي تساعد الشركات على تجنب خطر الوقوع في العسر المالي والإستعداد لدفع الإلتزامات عند مواعيد إستحقاقها، حيث إن نسب السيولة تعتبر مؤشرا جيد للحكم على مقدرة الشركات على المدى الطويل.³

¹محمد محمود الخطيب، مرجع سبق ذكره، ص47.

²سارة محمد زايد التميمي، أثر إدارة رأس المال على الأداء المالي للشركات الصناعية، طبعة الأولى، دار مجد للنشر والتوزيع، 2019، ص82.

³محمد محمود الخطيب، مرجع سبق ذكره، ص 63.

تمثل السيولة أهمية خاصة لكل من الإدارة الداخلية والخارجية مثل المقرضين، أي أن هناك كثير من الشركات الراجحة إلا أنها تعاني من مشاكل في السيولة بحيث أن هذه الشركات لا تستطيع الوفاء بالتزاماتها كاملة في مواعيد إستحقاقها، وإن إستمرار مثل هذه المشاكل يمكن أن يؤدي إلى إختفاء هذه الشركات، لذلك فإن الهدف الرئيسي للسيولة هو الدافع لإستمرار الشركات في الأجل الطويل خصوصا في الأسواق المالية¹.

هناك مقاييس متعددة ومختلفة لقياس نسبة السيولة حيث أشهر هذه النسب المستخدمة نسبة التداول وهي تعبر عن عدد مرات التي تغطي فيها الأصول المتداولة للخصوم المتداولة.

2-تقييم تطور النشاط: يقوم هذا التقييم على مدى كفاءة الشركة في إستخدام مواردها، وتستخدم لتقييم مدى نجاح إدارة الشركة في إدارة الموجودات والمطلوبات وقدرتها على الإستخدام الأمثل، وهي مقياس مهم لمدى كفاءة المؤسسة في إستخدام المصادر المالية المتاحة، ويتم التقييم بنسب معدلات دوران الذمم والمخزون وإدارة الموجودات، وينصب الاهتمام هنا حول كيفية إستخدام الشركات لموجوداتها، بكفاءة تعظيم المبيعات والأرباح².

يؤثر تطور النشاط على العوائد، أي أن زيادة معدلات الدوران لهذه النسب يزيد من الأموال المتاحة للشركة وبالتالي زيادة الإستثمارات والفرص الإستثمارية. كذلك يهتم ببيان مدى إستخدام إدارة المشروع للموارد المتاحة لها والرقابة عليها ومن أهم النسب المستخدمة معدل دوران حقوق الملكية حيث زيادة هذا المعدل تعني الزيادة في المتاجرة عن الحد الأمثل الذي يتحمله الهيكل الإنتاجي للشركة، أما النقص في هذا المعدل فيعني النقص عن الحد الأمثل الذي يعرض الشركة إلى مخاطر الفشل المالي، ويمكن تحديد الحجم الأمثل على أساس المتوسط العام للصناعة³.

¹السعيد جمعة فرحات، مرجع سبق ذكره، ص199.

²بوليحة طيب، بوجعة عمر، تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية دراسة تطبيقية على مجموعة بنوك الإسلامية للفترة 2009-2013، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، العدد14 ، مخبر العولمة وإقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف، 2016، ص6.

³حمزة محمود الزبيدي، التحليل المالي لأغراض تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص90.

3-تقييم الربحية: يقوم هذا التقييم على أساس نسبة الربحية التي تقيس كفاءة إدارة الشركة في إستغلال الموارد إستغلالاً أمثل لتحقيق الأرباح، وهو مؤشر لتحسن أداء الشركة المالي، ومدى قدرة الشركة على مواكبة النمو والتطور العالمي¹.

وإن من أكثر الموضوعات التحليلية التي يهتم بها الأداء المالي في الشركات هي الربحية فتحقيقها يعني التحسن في الأداء المالي وتعكس كفاءة السياسات والإجراءات التي تتخذها إدارة الشركات²، حيث سنتوسع أكثر في الربحية بالمبحث الموالي.

4-تقييم تطور حجم الشركة: يرتبط حجم الشركة بالعديد من المواضيع المالية والإقتصادية والإدارية والمحاسبية إلا أنه لا يوجد هنالك مقياس متفق عليه لتمثيل حجم الشركة، حيث أن مقياس الحجم المختلفة والمستخدمة في الدراسات قد لا تكون بديلة لبعضها ومن الممكن أن كل مقياس يعبر عن طاقات الشركة بشكل مختلف وأن إختلاف كل منها سواء بالزيادة أو بالنقصان سيؤثر على أداء الشركة بشكل مستقل، وإن أكثر المقاييس شيوعاً لحجم الشركات وأكثرها إستخداماً (إجمالي الأصول وحقوق الملكية وعدد المساهمين وعدد العاملين وصافي المبيعات)³.

5-تقييم الرافعة المالية: تقوم على مدى إعتتماد الشركات في التمويل على مصادر خارجية وتهتم إدارة الشركات في معرفة أثر المديونية في هيكل تمويل الإستثمارات، حيث ينصب الاهتمام هنا حول تعزيز نظرة الدائنين إلى حقوق الملكية أو إلى الأموال التي يوفرها الملاك من أنها توفر لهم حد الأمان لتسديد ما بذمة الشركة عند الإستحقاق، ونسب المديونية تتحكم بها رغبتان متعارضتان، رغبة الملاك الذين يفضلون زيادة إعتتماد الإدارة على مصادر التمويل المقترضة أملاً في زيادة أرباح حق الملكية، ورغبة المقرضين الذين يفضلون نسبة الإقراض أقل خوفاً من تعرض الشركات إلى إحتمالية عدم تسديد هذه القروض.

ومن أهم نسب الرافعة المالية نسبي الإقتراض والإقتراض إلى حقوق المساهمين، حيث أن النسب المستخدمة في الدراسة لقياس الرافعة المالية هي نسبة الإقتراض التي تبين مدى إستخدام الشركة المساهمة للديون في تمويل

¹هيثم محمد الزعبي، الإدارة والتحليل المالي، الطبعة الأولى، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2000، ص 243.

²عبد الغفار الحنفي، تقييم الأداء المالي ودراسات الجدوى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2009، ص 29.

³محمد محمود الخطيب، مرجع سبق ذكره، ص ص 71-72.

الإستثمارات وقدرة الشركة على الوفاء بالتزامات قصيرة وطويلة الأجل، وتوضح هذه النسبة مدى إمكانية تغطية إجمالي الأصول وكلما إنخفضت هذه النسبة كان ذلك أفضل من وجهة نظر المستثمرين الخارجيين والمقترضين¹.

6-تقييم تطور توزيعات الأرباح:² تبين سياسة الشركات بتوزيع الأرباح وفرص النمو هذه الأرباح في المستقبل أي أن هذه النسب تقيس ما يحققه السهم من الأرباح وتستعمل هذه النسب على نطاق السوق ككل لقياس ربحية الإستثمار في الأسهم، وتمثل نسبة ما يستلمه المستثمر من أرباح موزعة لكل سهم من أسهم محفظته، وبذلك يمثل نسبة التدفقات النقدية التي تحصل عليها المستثمر من إستثماراته.

وتعتبر توزيعات الأرباح من أهم مصادر التمويل المناسبة والمفضلة للشركات عن غيرها من المصادر والسبب في ذلك هو أن التوزيعات من أسهل مصادر التمويل المتاحة للشركة وتمثل مصدر تمويل جاهز للشركة بالإضافة إلى ذلك إن التوزيعات لا يترتب عليها إلتزامات مثل القروض ولا يترتب عليها نفقات.

¹محمد محمود الخطيب، مرجع سبق ذكره، ص 68.

²المرجع نفسه، ص 69.

المبحث الثاني: الربحية ومفاهيمها.

تعكس الربحية الأداء الكلي للمؤسسات وهي بمثابة الهدف الأساسي لضمان بقاء المؤسسة، كما أنها مؤشر هام للدائنين والمستثمرين لقياس كفاءة الإدارة في إستخدامها لمواردها، من خلال هذا المبحث سنحاول عرض مفاهيم الربحية ووضعياتها وكذا أهمية الربحية ومظاهرها.

المطلب الأول: مفهوم الربحية وأهميتها.

أولاً: مفهوم الربحية (Profitability).

تعددت التعاريف المفسرة للربحية فكانت هناك عدد من التعاريف نذكر منها:

- تعرف من وجهة نظر الإدارة المالية: على أنها ما تحققه المنشأة من عوائد أو ما تتوقع أن تحققه في نهاية كل فترة مالية بعد طرح التكاليف والمصاريف من الإيرادات¹
عرفت أيضا على أنها:

- " تجسيد فعلي للنتائج المحققة للمؤسسة والتي تهم جهات متعددة وفئات مختلفة (أموال المساهمين، المقرضين، الموردون... إلخ)، وهذا ما جعل مفهومها يرتبط بالأهداف التي تسعى لتحقيقها كل جهة من الجهات"².
من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن الربحية هي قدرة الشركة على تحقيق الفوائض المالية من نشاطها.

ثانياً: تحليل الربحية.

يمكن القول أن الربحية تتوقف على عاملين: عامل النشاط وعامل التكاليف، وهذا يعني أن:

تحليل الربحية = تحليل النشاط + تحليل التكاليف

حيث أن:

¹ عمار رفعت أحمد قطب، طريقة التمويل وأثرها على الربحية، مجلة كلية التراث الجامعة، العدد 10، معهد الإدارة، الرصافة، ص 72.
² نازقة عائشة، عبد الله وردة، تقنيات تسيير الخزينة وانعكاسها على ربحية المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة إنتاج الكهرباء وحدة أدرار للفترة 2014-2017، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، قسم العلوم التجارية، تخصص مالية المؤسسة، 2018-2019، ص 12.

* تحليل النشاط يؤثر به العوامل التي لها علاقة بالنشاط وهي : السعر، الكمية، سعر الصرف... إلخ

* تحليل التكاليف يتأثر بالعوامل التالية:

- السعر الخاص لمختلف مشتريات والإستهلاكات الوسيطة والخدمات التي تتلقاها المؤسسة، سعر الفائدة،

الضرائب، عامل سعر الصرف، عامل هيكل التكاليف... إلخ

ثالثا: وضعيات الربحية

مما سبق يمكن أن نستنتج وبشكل عام أربع أوضاع للربحية كالتالي:

1-الوضعية الأولى الربحية المتزايدة: تتحقق هذه الوضعية في حالات التالية:

- إرتفاع رقم الأعمال مع عنصر تكاليف ثابت.

- إرتفاع رقم الأعمال مع إرتفاع في التكاليف بمعدل أقل من رقم الأعمال.

- رقم أعمال مستقر والتكاليف في حالة إنخفاض.

2-الوضعية الثانية الربحية المستقرة: تتحقق هذه الوضعية في حالات التالية:

- رقم الأعمال مستقر وتكاليف مستقرة.

- إنخفاض في رقم الأعمال و التكاليف بنفس المعدل.

- إرتفاع رقم الأعمال و التكاليف بنفس المعدل.

3-الوضعية الثالثة الربحية المتناقصة: تتحقق هذه الوضعية في حالة:

- رقم الأعمال في إنخفاض و التكاليف مستقرة.

- رقم الأعمال في إنخفاض والتكاليف في إرتفاع.

- رقم الأعمال في إرتفاع والتكاليف في إرتفاع بمعدل أعلى.

-رقم الأعمال مستقر و التكاليف في إرتفاع.

4-الوضعية الرابعة الربحية الغائبة أو المنعدمة وتحقق هذه الوضعية في حالة استمرار تناقص الربحية وتكون ناتجة عن رقم الأعمال أقل أو يساوي التكاليف.

رابعا:أهمية الربحية

إن تحقيق ربح ملائم أمر مهم جدا للمحافظة على القيمة السوقية لحملة أسهم هذه الشركة أو زيادتها، حيث يميل المستثمر إلى التخلص من أسهم الشركات التي تحقق أرباحا مقارنة بالشركات المماثلة والتي تعمل في نفس القطاع ونفس الظروف، ومنه تنخفض قيمة أسهم الشركة في السوق المالية فتكون الشركة قد فشلت في تحقيق هدف الربحية.

حيث إن الزيادة بالنسب الربحية يمكن أن يكون له أثر إيجابي على أسعار الأسهم فالزيادة المتوقعة بنسب الربحية تزيد من التفاؤل بشأن المستقبل مما يزيد من حركة التعامل مع الأسهم وبالتالي إرتفاع أسعارها وزيادة عوائدها أي أن تحقيق الشركة للربح المناسب يساعد على الحفاظ على أسعار أسهم هذه الشركة في الأسواق المالية وبالتالي تعظيم القيمة السوقية، وقد أشارت الكثير من الدراسات على أن العلاقة بين العوائد والأرباح علاقة طردية¹.

فلو فرضنا أن إحدى الشركات لم تستطع تحقيق أرباح لعدة سنوات متتالية أو أنها حققت أرباح تقل في مستواها عن مستوى الأرباح الذي تحققه الشركات الأخرى المماثلة والتي تعمل في نفس الصناعة وفي ظل نفس الظروف والمخاطر أي أنها حققت ربح غير ملائم، فإن حملة الأسهم لمثل هذه الشركة يميلون إلى التخلص من هذه الأسهم عن طريق بيعها ليستثمروا أموالهم في مشاريع تدر عليهم ربحا ملائما. فعندما يعرض هؤلاء أسهمهم للبيع يزيد العرض على الطلب فتتخفض قيمة الأسهم في السوق لذلك من المهم جدا أن تحقق الشركة ربحا ملائما لتحافظ على أسعار أسهمها وقيمتها السوقية².

ومن هنا برزت الحاجة إلى الاهتمام بقائمة الدخل لعدم قدرة قائمة المركز المالي على تلبية إحتياجات المستثمرين بشكل يحقق لهم الأمان في إتخاذ القرارات الصحيحة ونظرا لحاجة هؤلاء المستفيدين إلى معلومات عن الأرباح التي

¹محمد محمود الخطيب، مرجع سبق ذكره، ص 60.

²زياد رمضان، الإدارة المالية في الشركات المساهمة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر، عمان، 1998، ص105.

بحققها المشروع في الفترة الحالية والمستقبلية لذا كان الاهتمام بقائمة الدخل ملاذا معقولا بعد تعرض عدد كبير من الشركات ذات المركز المالي الضخم إلى الإفلاس¹.

المطلب الثاني: مظاهر الربحية.

إنطلاقا مما سبق يمكن أن نستخلص للربحية عدة مظاهر يوضحها جدول حسابات النتائج بأشكاله التقديمية المختلفة (حسب الطبيعة، حسب الوظيفة) ومنها ما يلي:

1- الهامش الإجمالي (التجاري):²

يخص المؤسسات التجارية أو التي لها نشاط تجاري، فنشاط المؤسسة يتمثل في شراء بضائع دون إجراء أي تحويل عليها ثم بيعها، فإيرادات المؤسسة تتمثل في مبيعات البضائع بينما أعباؤها تتمثل في تكلفة شراء تلك البضائع، والهامش يساوي البضاعة المباعة ناقصا البضاعة المشتراة، فإذا كانت المؤسسة تجارية فيعتبر الهامش التجاري المحدد الأساسي لنتيجة المؤسسة، أما إذا كانت المؤسسة تشتغل في التجارة بشكل جزئي فإنه من الضروري فصل الهامش المتأتي عن النشاط التجاري عن الهامش المتأتي عن النشاط التحويلي، ثم إنه من الضروري فصل تكلفة البضاعة عن باقي الأعباء، خاصة إذا كانت تلك الأعباء ثابتة.

2- القيمة المضافة:³

تمثل الثروة الحقيقية التي أضافتها المؤسسة مهما كان نوعها بفعل عمليات الإستغلال، فالقيمة المضافة تترجم ما أضافته المؤسسة ضمن نشاطها، وتعكس الفعالية التي تم بها دمج عناصر الإنتاج من رأس مال ويد عاملة وغيرها، فهي تقيس الوزن الاقتصادي للمؤسسة و تشكل أحسن معيار لقياس حجمها ونموها وتكامل هياكلها الإنتاجية، وهي الفرق بين إنتاج المؤسسة وإستخداماتها الوسيطة من السلع و الخدمات التي تحصلت عليها من الغير، وتعتبر قياسا نقديا لما أضافته المؤسسة بوسائلها الإنتاجية الخاصة لأن الإعتماد على رقم الأعمال في المؤسسة أو حجم الأصول أو حجم العمالة قد يكون مضللا، فإذا كانت القيمة المضافة كبيرة فذلك يعني أننا قد تحصلنا على قيمة

¹ محمد محمود الخطيب، مرجع سبق ذكره، ص ص 60-61.

² مبارك لسولس، التسيير المالي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2004، ص 26.

³ Vernimmen pierre, **Finance d'entreprise**, analyse et gestion ,Editions Dalloz, Paris 1991, p173.

الإنتاج كبير من إستخدامات وسيطة محددة، أو قيمة الانتاج المحدود إستلزم إستخدامات وسيطة قليلة، وبالتالي فذلك يدل على نجاح عملية المزج بين عناصر الانتاج، وتتنوع القيمة المضافة إلى مجموعة عوائد:

-عوائد اليد العاملة في شكل أجور و ما يتبعها.

-عوائد الدولة في شكل ضرائب و رسوم.

-عائد المقرضين في شكل أعباء مالية.

-عوائد المساهمين في شكل أرباح موزعة.

-عوائد المؤسسة في شكل: أرباح غير موزعة، إهلاكات ومؤونات.

3-نتيجة الإستغلال والنتيجة خارج الإستغلال:¹

تبرز أهمية نتيجة الإستغلال في كونها تقيس الفعالية الاقتصادية للمؤسسة في الظروف العادية، وبها يمكن للمؤسسة الوفاء بالتزاماتها إتجاه الغير، تعمل نتيجة الإستغلال على تصحيح سياسة الإستثمارات والإهلاكات وتقديرات المخاطر المترتبة عن الإستغلال، أنه يقيس النجاح داخل المؤسسة على الجانبين التجاري والصناعي بمعزل عن السياسة المالية والضريبية.

4- النتيجة الصافية:²

تتمثل في النتيجة الإجمالية (للإستغلال وخارج الإستغلال) مطروحا منها الضريبة على الأرباح، إن النتيجة الصافية هي تعبير عن مدى حسن المزج بين عناصر الإنتاج، وعن جدوى التسيير المالي في المؤسسة، وإن تحقيق الربح هو الوسيلة الوحيدة لضمان إستمرار حياة المؤسسة، فالهدف من نشاط المؤسسة هو تعظيم إيرادات حملة الأسهم. فحتى تحافظ المؤسسة على القيمة السوقية المرتفعة لأسهمها في السوق المالي يجب أن يكون الربح الصافي الموزع بعد خصم الضريبة مشجعا يستهوي المساهمين الحاليين ويضمن للمؤسسة موارد طويلة الأجل في شكل أموال خاصة عند طرح أسهم جديدة.

¹مبارك لسوس، مرجع سبق ذكره، ص28.

²المرجع نفسه، ص29.

المبحث الثالث: تقييم الربحية وأثر التدويل عليها.

إن إستمرار المؤسسة يحتاج لتحقيق مستوى أدنى من الربح لضمان إمكانية رفع رأس مالها ومنه تحسين أدائها و لا يكون هذا إلا بالإتجاه هذه الأخيرة إلى الأسواق الأجنبية، سنقف في هذا المبحث على مؤشرات لقياس الربحية أثر التدويل على الأداء ومنه على الربحية.

المطلب الأول: مؤشرات قياس الربحية.

تتأثر ربحية الشركة بعدد كبير من السياسات المالية المختلفة، حيث أن طبيعة الصناعة التي تنتمي إليها الشركة والطرق المحاسبية التي تستخدم تؤثر في مقياس الربحية المستخدم ويتم دراسة الربحية من خلال:

1- إعداد قائمة الدخل بالنسب مئوية:¹

مقارنة مع صافي المبيعات وهي أبسط وأسهل وسيلة لتحليل أرباح أي مؤسسة ويتم ذلك عن طريق قسمة كل عنصر من عناصر قائمة الدخل على المبيعات الصافية.

2- مؤشر نتيجة الإستغلال "Exploit Result Indicator":²

تسمح هذه النتيجة بمعرفة مدى تمكن المؤسسة من تحقيق فائض مالي في نشاطها ويطلق عليه كذلك بمؤشر ربحية الإستغلال ويحسب بالعلاقة التالية:

$$\text{مؤشر نتيجة الإستغلال} = (\text{نتيجة الإستغلال} / \text{رقم الأعمال}) * 100$$

أما النتيجة خارج الإستغلال فهي نتيجة استثنائية فبقدر ما دعمت النتيجة الإجمالية إلا أنه يصعب بناء تسيير مالي على أساس نتيجة إستثنائية، فالإيرادات التي كونتها هي إيرادات غير متوقعة كتنازل عن إستثمارات أو عناصر أخرى مكونة للإستثمارات أو إيرادات من ديون اعتبرت سابقا معدومة أو تكايف حملت على سنوات مالية سابقة أو أصبحت خلال هذه السنة موضع إلغاء أو منتجات استثنائية، والتكاليف هي أيضا استثنائية خارج الإستغلال من إعانات وإستثمارات متنازل عنها وديون معدومة وتكاليف من سنوات سابقة وإسترجاع

¹ محمد المبروك أبو زيد، التحليل المالي لشركات وأسواق مالية، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، ص 162.

² خديري دلال، دراسة ربحية المؤسسة باستخدام الأرصدة الوسيطة للتسيير، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة ورقلة، 2014، ص 24.

الفصل الثاني: ربحية المؤسسة وطرق قياسها

إيرادات لسنوات سابقة. ثم أن المؤسسات الخاصة البنوك المانحة للقروض التي تتعامل مع المؤسسة تراعي أهمية التفرقة بين النتائج العادية وتلك غير العادية في إقامة تعامل دائم أو تقدم إئتمان، وتشتترط الحصول على نتائج عدة سنوات لأن نتيجة سنة واحدة لا تعطي صورة دقيقة عن الوزن المالي للمؤسسة.

3- نسبة صافي ربح العمليات "Operation Income Margin":¹

هذه النسبة كالنسبة سابقة لها وتعتبر مكتملة لها إلا أنها لا تقتصر على تكلفة المبيعات بل تأخذ بعين الإعتبار كل المصاريف التشغيلية مثل المصاريف الإدارية والمصاريف البيعية وهي أيضا تساعد الإدارة في معرفة إلى أي مدى تستطيع تخفيض سعر البيع دون أن تتكبد أية خسائر ولا يوجد معيار نمطي لهذه النسبة لذلك لا بد من المقارنة مع نسب الصناعة ونسب الشركة للسنوات السابقة ويمكن إحتساب هذه النسبة كما يلي:

$$\text{نسبة صافي ربح العمليات} = \frac{\text{صافي ربح العمليات}}{\text{المبيعات الصافية السنوية}} * 100$$

4- مؤشر القيمة المضافة "Value Added Indicator":

يقيس هذا المعدل درجة التكامل في المؤسسة بين مختلف عمليات الإنتاج والبيع ومختلف أعبائها وتحسب كما يلي:

$$\text{معدل القيمة المضافة} = \frac{\text{القيمة المضافة}}{\text{رقم الأعمال}} * 100$$

5- نسبة إجمالي الربحية:²

تقوم هذه النسبة على أساس أن هناك علاقة مباشرة بين إيرادات المبيعات وتكاليف المبيعات.

¹ سمير محمد عبد العزيز، إقتصاديات الإستثمار التمويل التحليل المالي، مدخل في التحليل وإتخاذ القرار، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 1998، ص 251.

² مصطفى يوسف كافي، تقنيات دراسة الجدوى الإقتصادية، دار رسلان، دمشق، سوريا، 2009، ص 343.

المطلب الثاني: أثر التدويل على الربحية¹.

لقد قامت الدراسات المختلفة ببناء مجموعة من النماذج التي أبرزت العلاقة بين الربحية والتدويل، حيث يلاحظ أن هذه البحوث لا تتفق على نموذج واحد. وإنما توصل كل منها إلى وجود علاقة مختلفة بين التدويل والربحية، ويمكن تلخيص مختلفها ضمن ستة نماذج، وهي كالتالي:

-علاقة خطية موجبة مستمرة.

-علاقة على شكل حرف U.

-علاقة على شكل حرف U مقلوب.

- علاقة على شكل حرف S أفقي.

- علاقة على شكل حرف S أفقي مقلوب.

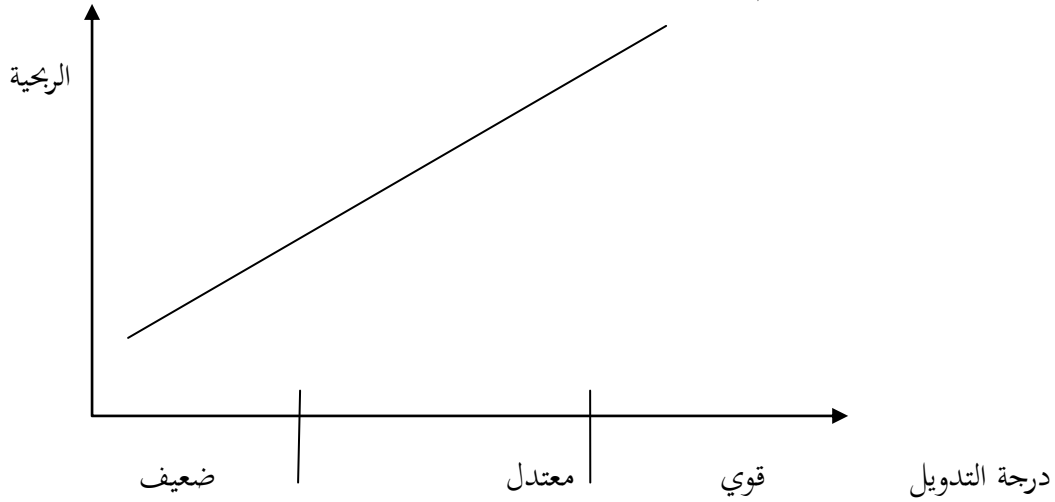
-علاقة على شكل جيوب أنفية.

1- علاقة خطية موجبة مستمرة:

نلاحظ في هذا النموذج ارتفاع في قيمة الربحية على طول درجة التدويل (الضعيف، المعتدل، القوي) وبوجود علاقة خطية موجبة بسبب تخفيض في التكاليف وكسب حصة سوقية جديدة بالأسواق العالمية والقدرة على الابتكار بشكل مستمر ونشط. كما يوضحه الشكل الموالي:

¹ pham Hoanh Son Nguyen, Un **modèle intégrateur des effets de l'internationalisation sur la performance de l'entreprise**, 16 e Conférence de l'AIMS (Association Internationale de Management Stratégique) - 2007, montreal, Canada, p12.

الشكل رقم (06): العلاقة الخطية الموجبة بين التدويل والربحية.

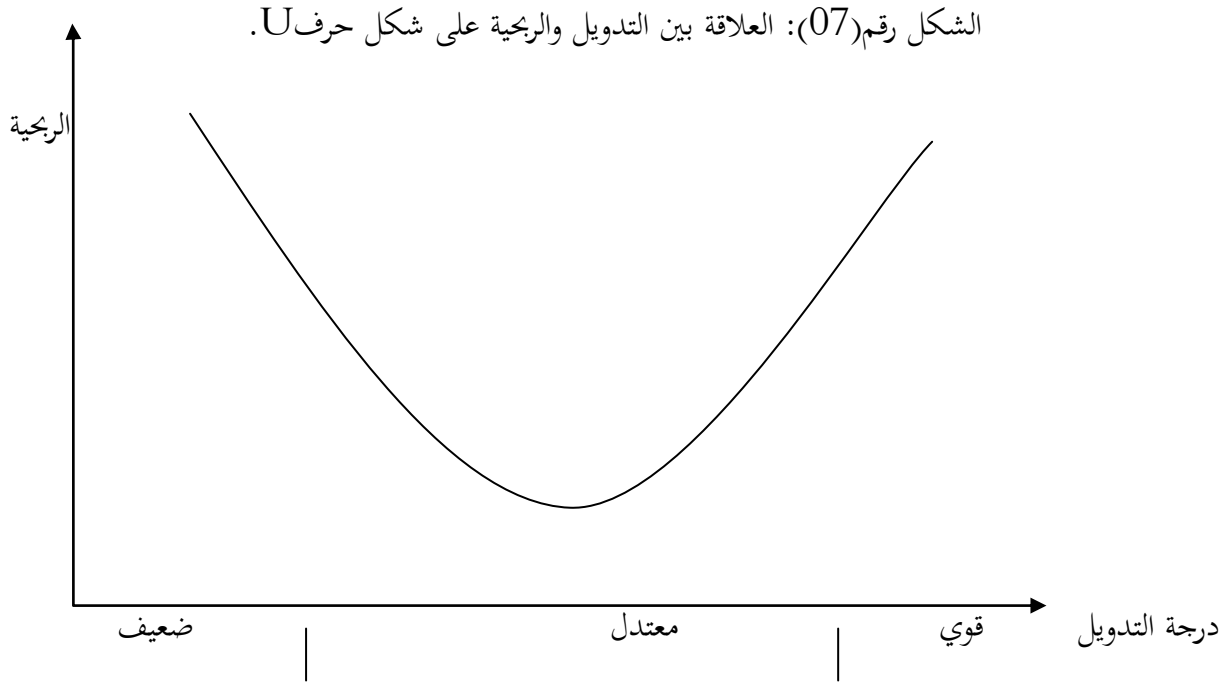


المصدر: : Pham Hoanh Son Nguyen, Un modèle intégrateur des effets de l'internationalisation sur la performance de l'entreprise, 16 e Conférence de l'AIMS (Association Internationale de Management Stratégique)-2007, montreal, Canada, p19.

2- علاقة على الشكل حرف U:

نلاحظ وفق هذا النموذج انخفاض في قيمة الربحية عند درجة تدويل ضعيف ويفسر ذلك بالاستثمارات الجديدة التي تتحمل على إثرها المؤسسة تكاليف رأسمالية كبيرة.

العلاقة بين التدويل غير ذي صلة والربحية حيث يأخذ شكل منحنى قياسي على شكل حرف U. كما يوضحه الشكل الموالي:

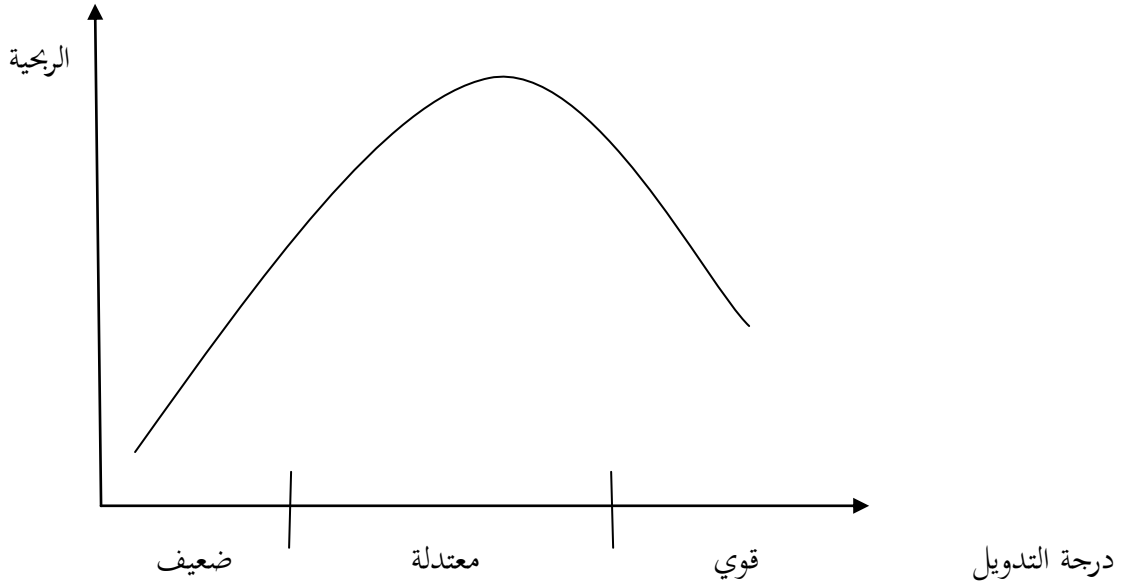


المصدر: Pham Hoanh Son Nguyen, Un modèle intégrateur des effets de l'internationalisation : sur la performance de l'entreprise, 16 e Conférence de l'AIMS (Association Internationale de Management Stratégique)-2007, montreal, Canada, p20.

3- علاقة على شكل U مقلوب:

يبرز هذا النموذج ارتفاع مستمر في الربحية على طول درجة التدويل الضعيف لتبلغ الربحية الذروة عند درجة التدويل المعتدل، ثم تأخذ في الانخفاض من جديد عند درجة تدويل قوي يفسر هذا الانخفاض بعد الاستقرار بظهور منافسة وظهور بدائل جديدة بالسوق. أي أن العلاقة بين التدويل والربحية هي علاقة خطية ويأخذ شكل منحنى U المقلوب. كما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (08): العلاقة بين التدويل والربحية على شكل حرف U مقلوب.



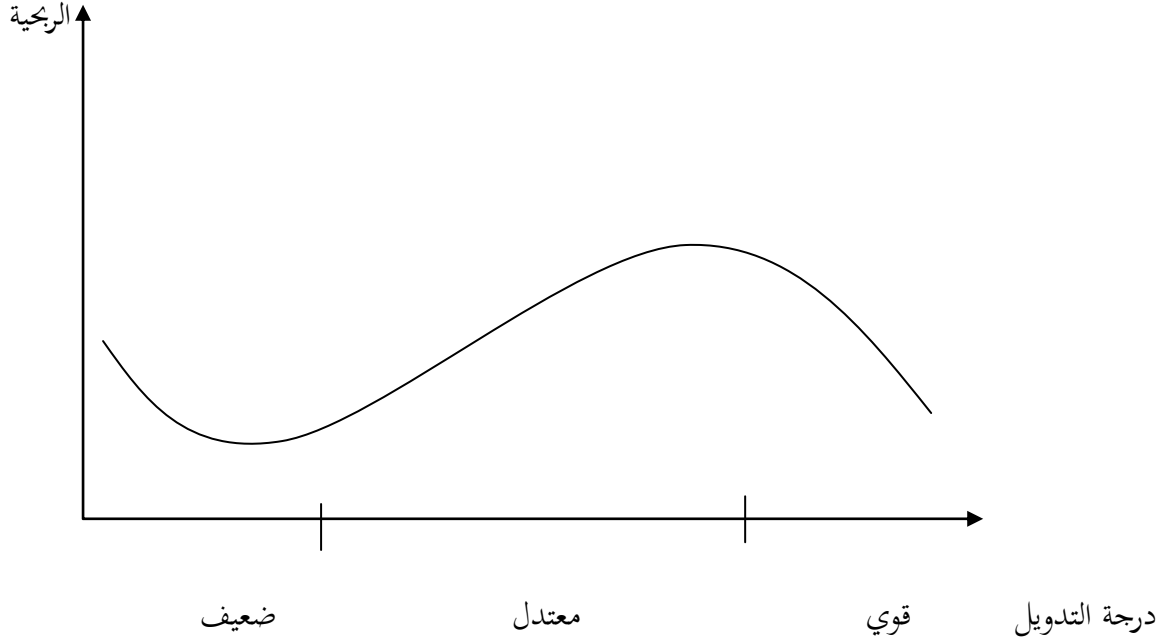
المصدر : pham Hoanh Son Nguyen, Un modèle intégrateur des effets de l'internationalisation : sur la performance de l'entreprise, 16 e Conférence de l'AIMS (Association Internationale de Management Stratégique)-2007, montreal, Canada, p13.

4- العلاقة على شكل S أفقي:

نلاحظ من خلال هذا المنحنى انخفاض في قيمة الربحية عند درجة تدويل ضعيف وهذا راجع إلى دخول المؤسسات حديثا إلى الأسواق العالمية وكانت بمثابة فترة تعلم وتدريب لها، لتأخذ في الإرتفاع تدريجيا عند درجة تدويل معتدل وهذا راجع لإكتساب المؤسسة الخبرة في التعامل بالأسواق الدولية مما أدى لرفع عوائدها.

كما يوضحه الشكل أدناه:

الشكل رقم (09): العلاقة بين التدويل والربحية على شكل S أفقي.



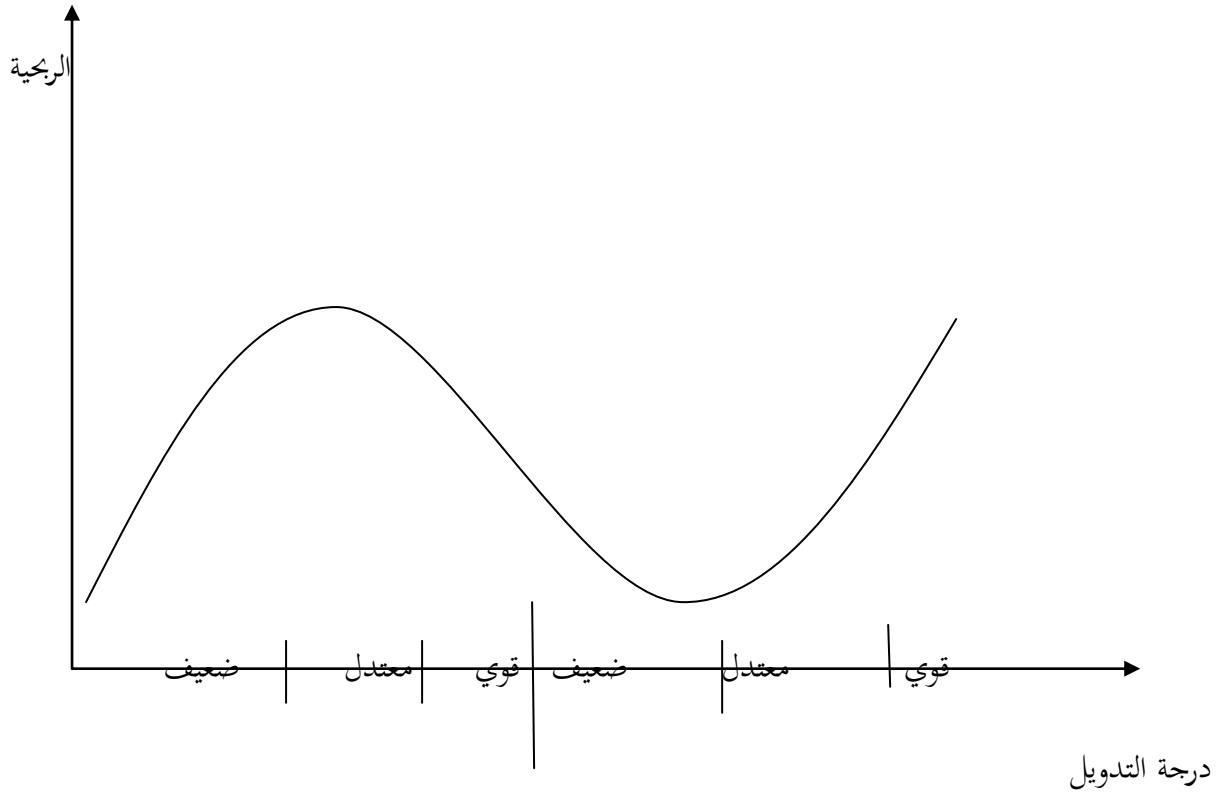
المصدر: pham Hoanh Son Nguyen, Un modèle intégrateur des effets de l'internationalisation sur la performance de l'entreprise, 16 e Conférence de l'AIMS (Association Internationale de Management Stratégique)-2007, montreal, Canada, p14.

5- علاقة على الشكل S أفقي مقلوب:

نلاحظ من خلال الشكل أن هذا النموذج هو عبارة عن العلاقة على شكل U مقلوب مضافا إليه علاقة من الشكل U، فالمؤسسة في هذه الحالة تجمع بين نموذجي التدويل، لتعرف الربحية قيم متفاوتة على طول النموذجين.

كما يوضحه الشكل أدناه:

الشكل رقم(10): العلاقة بين التدويل والربحية على الشكل S أفقي مقلوب.



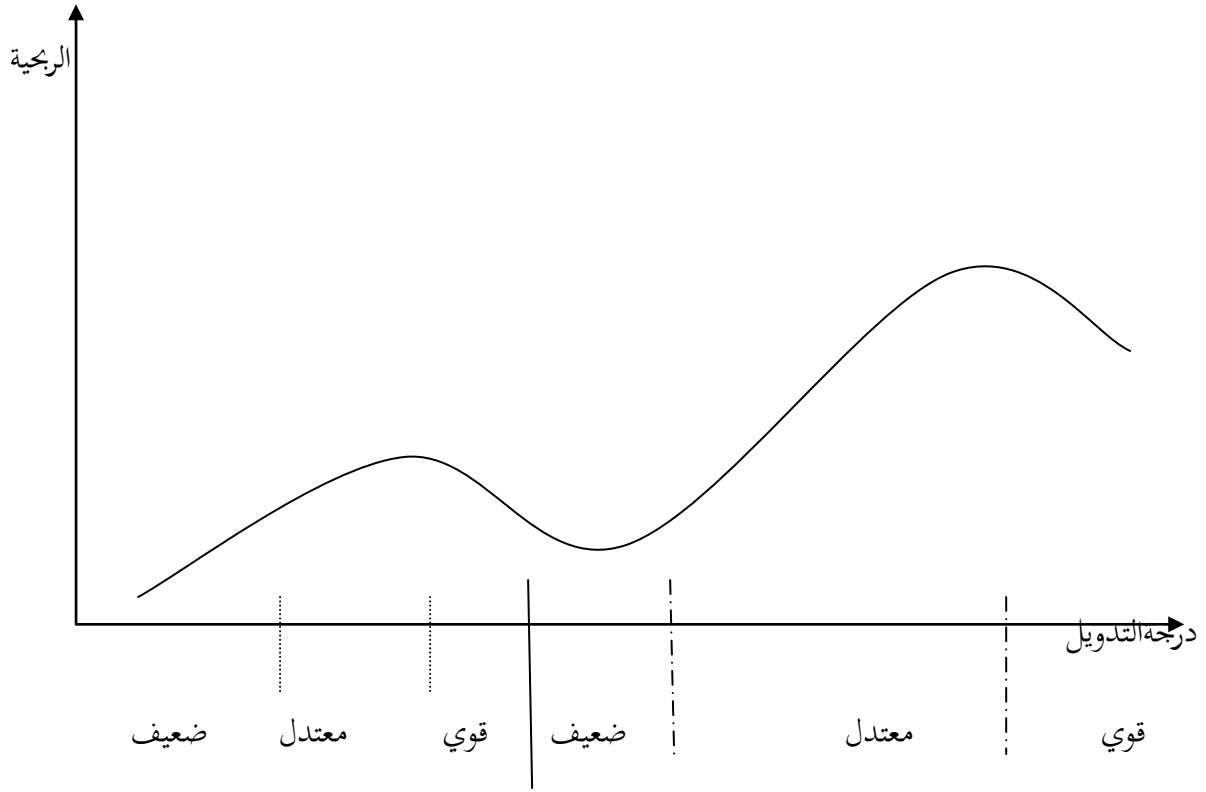
المصدر: l'internationalisation sur Pham Hoanh Son Nguyen, Un modèle intégrateur des effets de performance de l'entreprise, 16 e Conférence de l'AIMS (Association Internationale de la Management Stratégique 2007, montreal, Canada, p21.

6- العلاقة على شكل جيوب أنفية:

نلاحظ أن هذا النموذج جمع بين العلاقة من الشكل U مقلوب و S الأفقي على التوالي، فالمؤسسة تعرف تغيرات لقيمة الربحية وهذا راجع إلى العديد من العوامل المثرة في النموذجين سابقين الذكر.

كما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (11): علاقة بين التدويل والربحية على شكل جيوب أنفية.



المصدر: Pham Hoanh Son Nguyen, Un modèle intégrateur des effets de l'internationalisation : sur la performance de l'entreprise, 16 e Conférence de l'AIMS (Association Internationale de Management Stratégique)-2007, montreal, Canada, p15.

خلاصة الفصل:

سمح لنا هذا الفصل بالتعرف على الربحية وأهميتها، فالربحية من المعايير الأساسية لصحة المؤسسة إقتصاديا لها العديد من المظاهر.

تتأثر الربحية والأداء بحجم التداول بالأسواق الأجنبية، حيث سنحاول من خلال الفصل الموالي توضيح هذا الأثر من خلال نتائج حية لإحدى المؤسسات.

الفصل الثالث:

دراسة حالة مؤسسة سوميفوس

(somiphos) – العناية – للفترة (2012-2012-

(2018

تمهيد:

بعد التطرق إلى الجانب النظري والذي تم فيه توضيح كل من التدويل وأثرها على ربحية المؤسسة وجب المرور إلى تطبيق هذه الدراسة النظرية لتتضح وتكتمل الرؤية ولتكن مؤسسة سوميفوص بعنابة IPA مثال على ذلك، لما لها من تعاملات في السوق الدولية، وتقييم و تحليل ربحيتها ومعرفة مدى أثر تعاملاتها بالأسواق الأجنبية عليها.

سيتناول هذا الفصل ثلاث مباحث، المبحث الأول سيكون كتقديم عام لمؤسسة SOMIPHOS عنابة أما المبحث الثاني تحت عنوان دراسة في درجة تدويل وربحية مؤسسة سوميفوص(SOMIPHOS) في حين المبحث الثالث تحت عنوان تحليل مستوى الدولية مع ربحية مؤسسة سوميفوص(SOMIPHOS).

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة سوميفوص(somiphos)عنابة.

قمنا بإجراء الدراسة الميدانية على مستوى مؤسسة سوميفوص بالمنشآت المينائية بعنابة الوحيدة من نوعها على مستوى الوطن من حيث نوع النشاط، سنحاول من خلال هذا المبحث عرضها بشكل عام.

المطلب الأول: تعريف بمؤسسة سوميفوص(somiphos).

أولاً:أصل الشركة

تعتبر SOMIPHOS فرع من الفروع الستة للمؤسسة الوطنية للحديد والفوسفات EN FERPHO وهي مؤسسة منجمية نتجت إثر عملية إعادة الهيكلة للشركة الوطنية للأبحاث والإستغلالات المنجمية وتأسست بمقتضى المرسوم رقم 83-441 الصادر بتاريخ 16 جويلية 1983 والتي مقرها الاجتماعي مدينة تبسة.

تأسست فارفوس في بدايتها برأسمال اجتماعي يقدر بـ 300 000 000 دج ليصل سنة 2004 إلى 2 241 000 000 دج .

بتاريخ 01 جانفي 2005 تمت إعادة هيكلة فارفوس عن طريق تفريعها إلى 06 فروع بحسب طبيعة النشاط تشرف عليها مجموعة فارفوس ومقرها الاجتماعي في عنابة.

01- شركة مناجم الفوسفات ومقرها الاجتماعي بتبسة وتضم كل من مركب جبل العنق، المنشآت المينائية عنابة، مركز الدراسات والأبحاث التطبيقية إضافة إلى وحدة مقر المديرية العامة.

02- شركة مناجم الحديد ومقرها الاجتماعي تبسة وتضم كل من المناجم التالية: (منجم عيني، منجم لاوينة، منجم سيدي معروف، منجم الحنقة تبسة).

03- شركة المسبك بالونزة ومقرها الاجتماعي بالونزة.

04- شركة البوزولان ببني صاف.

05- شركة العقارات والبناء FERBAT ومقرها الاجتماعي عنابة.

06- شركة النقل المنجمي SOTRAMINE ومقرها الاجتماعي عنابة.

-التعريف بالمؤسسة والشكل القانوني لها

شركة SOMIPHOS أي شركة مناجم الفوسفات هي شركة منجمية نشأت إثر إعادة هيكلة الشركة الوطنية للحديد والفوسفات EN FERPHOS وتأسست بموجب عقد توثيقي بتاريخ 23 و 2005.01.25 تحت رقم 154/05.

وتعتبر شركة ذات أسهم وهي فرع من فروع فرفوس مجموعة برأس مال إجتماعي يقدر ب16 000 000 000 دج يشرف عليها مجلس إدارة مشكل من طرف المساهمين في إطار تنظيم القطاع الاقتصادي العام التابع للدولة تحت وصاية شركة تسيير مساهمات الدولة. (SGP SOMINES) ويتواجد المقر الاجتماعي للمؤسسة (المديرية العامة) بولاية تبسة.

مع الإشارة أن المهام الأساسية التي وجدت من أجلها شركة مناجم الفوسفات هي النشاطات المنجمية التي هي أساس العمل والإنتاج وتتلخص في الإستغلال بدرجة أولى وهي إستخراج الثروات المعدنية (الفوسفات) وتسويقها للسوق الخارجية عبر ميناء عنابة.

شركة مناجم الفوسفات تشغل حاليا 1820 عامل مسجل عند تاريخ 2008.12.3 من بينهم 12.54% من الإطارات.

ثانيا: أهم نشاطات المؤسسة SOMIPHOS

لا يقتصر نشاط الشركة SOMIPHOS على الأنشطة الإنتاجية وإنما يتعدى ليشمل الأنشطة التجارية الخدمية والتطويرية وهذا من أجل تحقيق أهداف معينة

1. الأنشطة الإنتاجية:

وتتمثل الأنشطة الإنتاجية في إستخراج الفوسفات من المركب المنجمي جبل عنق وهو أهم مركب لدى الشركة ويقع على مسافة 05 كلم جنوب غرب بئر العاتر و90 كلم من تبسة و340 كلم عن ميناء عنابة، حيث أنه يجوي ثروة ضخمة وتسمح هذه المعطيات للمركب المنجمي بجبل عنق بنقل وتوزيع مادة الفوسفات المنتج عبر مختلف نقاط الوطن وهذا بعد تنظيف هذه المادة للحصول على أنواع مختلفة من الفوسفات بالإضافة إلى

هذا المركب هناك وحدة المنشآت المينائية، وحدة المقر، وحدة مركز الأبحاث التطبيقية حيث بإمكان المؤسسة إنتاج أربعة أنواع تلاءم الطلب الخارجي متمثلة في:

- مزيل الغبار 63...65% ← TPL *

- الفوسفات 66...68% ← TPL

2. يتضمن النشاط التجاري العمليات التالية:

أ. قيام المديرية التجارية بإبرام صفقات "البحث، المفاوضات، الاتفاق" وفق السياسة التجارية

للمؤسسة وتكفل المديرية التجارية بالمنتوج الذي يشحن في وسائل النقل وتشرف عليه:

- متابعة مديريةية التنظيم والتخطيط.

- متابعة التخزين في الميناء والشحن عبر السفن.

ب. تتكفل المديرية التجارية بتحقيق الإجراءات الإدارية التي لها علاقة بالنشاط التجاري

للمؤسسة.

ج. تقوم المديرية التجارية بتسيير المنتجات الموجهة للعملاء وفقا للعملاء ووفقا للعقود المبرمة

وكذلك بالتغطية التجارية.

3. الأنشطة التطويرية:

تقوم الشركة بتطوير منتجاتها من خلال الدراسات التي أنجزتها من أجل تقديم منتج مميز، حيث أن مديريةية الشركة

والتنمية تقوم بدراسات خاصة بالمشاريع التنموية إذ تقوم بدراسات على مادتي حمض الفوسفور الممتاز والبسيط

من أجل تسويقه إلى أسميدال وهذا بغرض إستعماله كمادة أولية في صناعة الأسمدة بالإضافة إلى الدراسات

المنجمية التي يقوم بها مركز الدراسات والأبحاث التطبيقية، حيث تقوم بتخطيط الإنتاج وتحديد الطاقة الإنتاجية.

4. الأنشطة الخدمية:

تقوم الشركة بعدة أنشطة خدمية تتمثل في خدمات النقل ولا تقتصر فقط على المستوى المحلي وإنما تتعدى لتشمل

الخارج. فمثلا المنشأة المينائية تقوم بنقل الفوسفات وتهتم بعملية تصديره للخارج كما تقدم خدمات للزبائن خارج

المؤسسة " إجراءات جمركية، صيانة داخل السفن، تحويل موضع السفن" كما يقوم منجم جبل عنق بتقديم

الصيانة وتصنيع قطع الغيار حسب الطلب.

* وحدة منشأة مينائية ووحدة المقر وأيضا تعبر عن وحدة مركز الأبحاث التطبيقية.

01- نقل الفوسفات عبر السكة الحديدية

يتم نقل الفوسفات عبر خط السكة الحديدية الرابط بين بئر العاتر وعنابة وهو الخط التموييني الرئيسي كما أن إنجاز هذا الخط من طرف فرنسا كان بهدف نقل الفوسفات من بئر العاتر والحديد الخام من الوزنة وبوخضرة. ويوجه هذا الخط العديد من الصعوبات نتيجة قدمه وعدم تجديد الخط مما يؤدي في الكثير من الأحيان إلى إنحراف القطارات كما أن عدم إمتلاك شركة النقل بالسكة الحديدية للقاطرات يؤثر بصفة سلبية على التمويين المنتظم بهذه المادة، وكل حمولة عبر القطار تشمل 32 عربة.

02- عبر الخط البري

نتيجة لعدم كفاية شركة النقل بالسكة الحديدية تلبية برنامج التصدير الذي تبرمه المؤسسة سنويا فقد قامت سنة 2005 بإنشاء فرع لها وهي شركة النقل المنجمي (سوترامين) والتي تنقل عن طريق أسطول شاحناتها وكذا شاحنات الخواص التي تتعاقد معها.

للإشارة فقد تمكنت الشركة سنة 2009 من نقل قرابة 309 294 طن من مادة الفسفاط جلبت من طرف 7724 شاحنة.

شركة المنشآت المينائية بعنابة

الموقع:

تقع الوحدة بمحاذاة ميناء عنابة بمساحة تقدر ب. 81 958.75 م² منها 29 081.25 م² عبارة عن بنايات كلها متواجدة بالرصيف الجنوبي للميناء .

تحتوي الشركة رجاحتين Portiques واحدة على الرصيف رقم 17 والأخرى على الرصيف 19 وهذا ما يعطي القدرة للشركة بإستقبال وشحن باحرتين في نفس الوقت إلا أن قدرة الرصيفين تختلف حسب عمق قاع الميناء فهو في الرصيف 19 يبلغ 08 أمتار فقط مما يجعله لا يستقبل إلا البواخر الصغيرة التي لا تتعدى حمولتها 20 ألف طن فقط على عكس الرصيف 17 الذي يبلغ قاع البحر فيه 13 متر مما يسمح بإستقبال وشحن بواخر تصل حمولتها ل 50 000 طن.

وتحتوي المنشأة على قدرة تخزين حوالي 120 000 طن موزعة على 08 مناطق تخزين تعتبر غير كافية خاصة مع ضعف النقل والبرنامج المسطر للتصدير الذي حددته المؤسسة بـ 02 مليون طن لهذا العام.

وهي تحديات تعمل المؤسسة على التخلص منها من خلال العديد من الخطوات التي قامت بها المؤسسة وكمثال على ذلك تعاقدتها مع إحدى الشركات الوطنية الجزائرية لبناء العديد من عربات السكة الحديدية لتعويض العربات التي أصبحت غير صالحة وكذا التقليل من ضياع المنتج الذي تحدته تلك العربات القديمة .

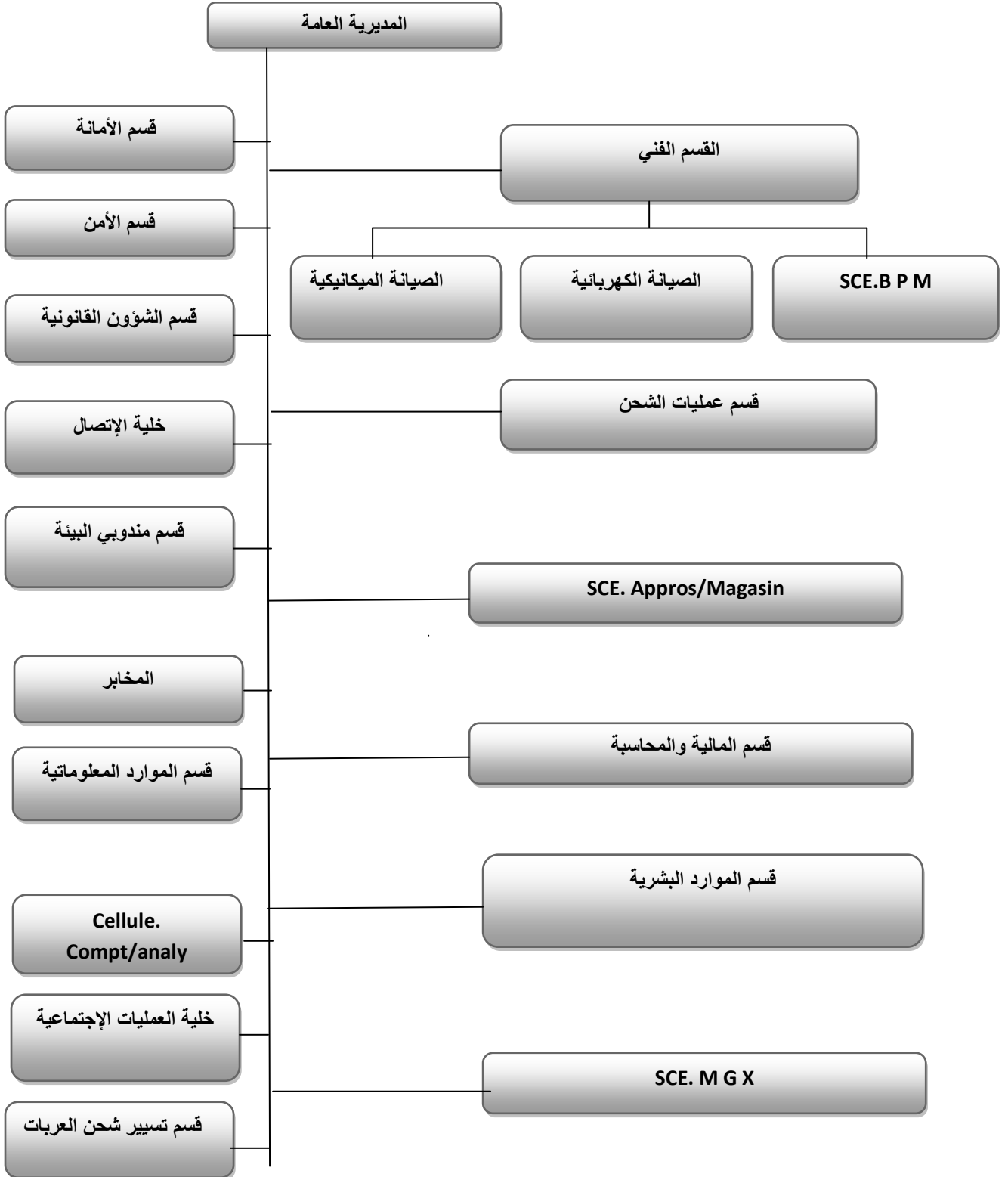
-الموارد البشرية

تعتبر المؤسسة مواردها البشرية بأنها الرهان الحقيقي للتواجد بقوة في الأسواق الأجنبية والمحافظة على زبائنها ويتأتى هذا بتقديم أحسن خدمة وأجود منتج وتحسنهما باستمرار في إطار التنمية المستدامة وهو شعار الذي تبنته فارفوس مجموعة من خلال حصولها على شهادة الجودة والنوعية ISO 9001/2004 وشهادة البيئة ISO 14001 .

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة سوميفوص بعنابة وأهدافها.

أولا: الهيكل التنظيمي للمؤسسة: يظهر الهيكل التنظيمي للمؤسسة كما يلي

الشكل رقم(12): الهيكل التنظيمي لشركة سوميفوص -عنابة-



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مقابلة مع رئيس قسم المحاسبة والمالية.

ثانيا: أهداف مؤسسة somiphos

تسعى شركة مناجم الفوسفات من خلال ممارستها إلى تحقيق جملة من الأهداف المسطرة وفقا لإمكانياتها وقدراتها، ضمنها أهداف اقتصادية واجتماعية وثقافية، تكنولوجية كما يلي:

1. الأهداف الاقتصادية: تتمثل فيما يلي:

- تحقيق الربح وتوسيع نشاطها للصمود أمام المؤسسات الأخرى.
- حصولها على شهادات عالمية في الجودة من أهمها شهادة ISO (9001-14001) للجودة العالمية.
- تدعيم وخدمة الجانب الإقتصادي من خلال إنتاج وتسويق مادة الفوسفات الخام أو المعالج.
- زيادة حصتها في السوق العالمية وخلق ديناميكية للشركة والتعاون.

2. الأهداف الاجتماعية: تتمثل فيما يلي:

- رفع مستوى العاملين المهني والاجتماعي.
- ضمان مستوى مقبول من الأجور يسمح للعامل بتلبية حاجاته للحفاظ على ولائه.
- تحسين مستوى معيشة العمال.

3. الأهداف الثقافية: تتمثل فيما يلي:

- الحفاظ على البيئة وزرع ثقافة المواطنة بالشركة.
- تكوين العمال المبتدئين ورسكلة القدامى.
- إتاحة الفرصة للعمال لتحسين ثقافتهم من خلال توفير الوسائل الثقافية.

4. الأهداف التكنولوجية: تتمثل فيما يلي

- تطوير وسائل الإنتاج وإستخدامات.
- رفع القدرات الإنتاجية للمركب.
- تقليل تكاليف الجهد والوقت مما يحقق الكفاءة الإنتاجية.

المبحث الثاني:دراسة في درجة تدويل وربحية مؤسسة SOMIPHOS .

إنطلاق سوميفوس نحو السوق الدولي كان لا بد منه خاصة في ظل وجود فرصة لإستغلال هذا المعدن بالبلاد على غرار قليل من الدول المنتجة والمصدرة له، فتدويل عنصر الفوسفات بالنسبة للمؤسسة خطوة ضرورية لإكتساب عوائد مالية جيدة، وللتعرف على درجة تدويلها ومدى تحقيقها للربحية سنقوم بدراسة نتائج الفترة الممتدة من 2012 إلى 2018.

المطلب الأول:قياس درجة تدويل مؤسسة SOMIPHOS.

أولا: دراسة بعض الجوانب الدولية ل SOMIPHOS.

إتجاه سوميفوس نحو السوق الدولي بدأ بتاريخ 18 أكتوبر 2001 حيث عقدت المؤسسة أول إتفاق شراكة مع مجموعة LMN الهندية المختصة في العدانة المتواجدة مقرها الإجتماعي بهولندا. ويوضح الجدول أدناه درجة دولية الشركة خلال فترة الدراسة:

الجدول رقم(05):نسبة تدويل مؤسسة سوميفوس للفترة 2012-2018.

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
نسبة التدويل	98,14	99.09	97.86	99.04	97	98.28	98.67

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مقابلة مع مدير قسم المحاسبة والمالية.

ومن خلال عرض توزيع صادرات الفوسفات عبر دول العالم سنلاحظ أن نشاط البيع والتصدير من أكثر إهتمامات المؤسسة، وهذا وفقا للأرقام الموضحة أدناه الثابتة نسبيا على طول الفترة 2012-2018:

الفصل الثالث:دراسة حالة سوميفوص عنابة للفترة 2012-2018

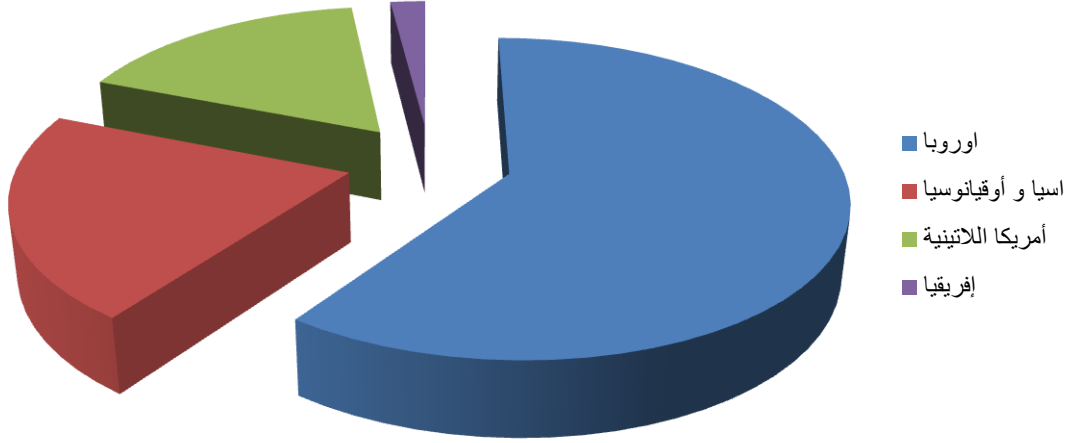
الجدول رقم(06):صادرات مؤسسة سوميفوص للفترة 2012-2018.

الدولة المصدر لها	نسبة التصدير من الكمية المنتجة
بولندا	29%
الهند	16%
البرازيل	12%
أوكرانيا	10%
اليونان	8%
ماليزيا	5%
أوروغواي	5%
إيطاليا	4%
بلجيكا	3%
نمسا	2%
كرواتيا	2%
إسبانيا	2%
تونس	2%
فرنسا	1%
استراليا	0,004%
كندا	0,003%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مقابلة مع مدير قسم المالية والمحاسبة.

تصدير المنتج كان لحساب 16 دولة منها 9 دول بأوروبا و 3 دول بآسيا و 2 دول بأمريكا اللاتينية أما بقارة إفريقيا فقد تم التصدير لتونس، كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم(13):توزيعات الصادرات للفترة 2012-2018.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على وثائق من المؤسسة.

ثانيا:التصدير حسب الزبون.

إن محفظة زبائن سوميفوص somiphos خلال الفترة 2012-2018 احتفظت على التعداد التالي:

الفصل الثالث: دراسة حالة سوميفوس عنابة للفترة 2012-2018

الجدول (07): محفظة زبائن سوميفوس somiphos للفترة 2012-2018.

معدل الصادرات	الزبون
27%	INDAGRO
21%	ZAKLADY
9%	FERTIMPEX
9%	HINDALCO
8%	TIMAC
6%	AGRIFIELDS
6%	MEKATRADE
4%	CO .TA.FI
4%	FOSFAN
2%	HOGGAR
1%	ATTITRADE
1%	SALAKTA
1%	GRANUPHOS
0.01%	REPLINISH
معدل البيع المحلي	
0.27%	PROFERT

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مقابلة ووثائق من المؤسسة. (الملحق 01)

أدى تحقيق زيادة في الحجم زيادة في الصادرات بنسبة 16% خلال الفترة 2012-2018 وهذا راجع حسب المدير المالي إلى مايلي:

-تكثيف التنقيب عن الأسواق ودمج عملاء جدد.

-إستخدام التحميل والجدولة في الوقت المناسب على أساس التوقعات حتى لا تؤخر أوقات التسليم.

-الحفاظ على العلاقات والرصد الدقيق للالتزامات العملاء من خلال لقاءهم خلال الرحلات إلى مختلف المناسبات الدولية.

الفصل الثالث:دراسة حالة سوميفوص عنابة للفترة 2012-2018

-التخطيط لشحنات صغيرة مقدما والتنسيق الجيد على مستوى اللجنة التجارية.

-دعم التوقعات عملاء للبرمجة وغيرها في الوقت المناسب.

المطلب الثاني: قياس وتقييم ربحية الشركة.

من خلال هذا المطلب سنحاول عرض ودراسة تطورات نتائج المؤسسة قيد الدراسة.

-تطور رقم الأعمال:

الجدول الموالي يوضح التغيرات على مستوى رقم الأعمال كما يلي:

الجدول(08):رقم الأعمال للفترة 2012-2018.

السنة	رقم الأعمال	نسبة التغير
2012	10 436 663 695,27	-
2013	6 759 858 877,87	-0,35
2014	6 988 870 075,37	0,03
2015	8 825 606 231,03	0,26
2016	8 323 885 817,56	-0,05
2017	5 552 411 236,21	-0,33
2018	6 863 519 848,60	0,23

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على جدول حسابات النتائج للمؤسسة. (الملاحق02,03,04,05)

التعليق:

من خلال الجدول الموضح أعلاه نلاحظ إنخفاض في رقم الأعمال لسنة 2013 مقارنة سنة 2012 مع تسجيل نسبة تغير تقدر 35% وهذا راجع إلى أن الكمية المنتجة أكبر من الكمية المباعة مما أدى لتحمل تكاليف إضافية للمؤسسة، ثم أخذ في الإرتفاع تدريجيا لتصل نسبة التغير سنة 2015 إلى 26% و هذا راجع لإرتفاع الكمية المباعة من المنتج، ثم إنخفض سنتي 2016-2017 بنسبة تغير 5% و 30% على التوالي ليرتفع مرة أخرى سنة 2018 بنسبة تغير تقدر 23%.

-تطور النتيجة الصافية للمؤسسة:

الجدول الموالي يوضح تغيرات النتيجة الصافية للمؤسسة كما يلي:

الجدول(09):النتيجة الصافية للفترة2012-2018.

السنة	النتيجة الصافية	نسبة التغير
2012	6 821 238 152,55	-
2013	2 621 758 795,12	- 0,62
2014	2 935 024 951,45	0,12
2015	6 568 288 822,16	1,24
2016	3 538 786 057,75	- 0,46
2017	1 273 426 536,68	- 0,64
2018	1 460 802 283,55	0,15

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على جدول حسابات النتائج للمؤسسة.(الملاحق02،03،04،05)

التعليق:

يمكن أن نستخلص من الجدول أعلاه تذبذب ملحوظ في النتيجة الصافية حيث إنخفضت سنة 2013 إلى 62 % ثم لترتفع تدريجيا حيث بلغت سنة 2015 نسبة 124% ، لتنخفض مرة أخرى سنتي 2016-2017 بنسبة تغير تقدر ب 46% و 64% على التوالي لتبلغ سنة 2018 نسبة 15%.

-تطور القيمة المضافة:

الجدول الموالي يبين التغيرات على مستوى القيمة المضافة للمؤسسة كما يلي:

الفصل الثالث:دراسة حالة سوميفوص عنابة للفترة 2012-2018

الجدول(10):القيمة المضافة للفترة 2012-2018.

السنة	القيمة المضافة	نسبة التغير
2012	9 001 705 645,29	-
2013	5 531 121 458,77	- 0,39
2014	5 312 307 931,04	- 0,04
2015	6 740 582 384,56	0,27
2016	6 274 069 849,98	- 0,07
2017	3 748 276 510,40	- 0,40
2018	4 630 363 256,85	0,24

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على جدول حسابات النتائج.(الملاحق02،03،04،05)

التعليق:

نلاحظ من الجدول أعلاه إنخفاض بنسبة 39% سنة 2013 وهذا راجع إلى إرتفاع في إستهلاك السنة المالية، لترفع نسبة التغير ب 27 % سنة 2015 وهذا راجع إلى ارتفاع رقم الأعمال بنسبة 21 % .
ثم أخذ في الإنخفاض ليصل سنة 2017 إلى 40 %، أما خلال سنة 2018 فقد إرتفعت القيمة المضافة ب نسبة 24%.

-حساب مؤشر النتيجة العملية:

الجدول الموالي يبين تغيرات مؤشر النتيجة العملية بالمؤسسة كما يلي:

الفصل الثالث:دراسة حالة سوميفوص عنابة للفترة 2012-2018

الجدول(11): النتيجة العملية للفترة 2012-2018.

السنة	مؤشر النتيجة العملية	نسبة التغير
2012	65,35841675	-
2013	38,78422379	-0,40
2014	41,99570059	0,08
2015	74,42308948	0,77
2016	42,51363048	-0,42
2017	22,93465816	-0,46
2018	21,28357338	-0,07

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على وثائق من المؤسسة. (الملاحق 02،03،04،05)

التعليق:

سجلت خلال سنة 2013 إنخفاض بنسبة 40% وهذا راجع إلى ارتفاع في الأعباء العملية وإنخفاض في المنتوجات العملية ليعود إلى الإرتفاع سنتي 2014 و2015 بنسبة تغير 8% و77% نظرا لتحسن في المنتوجات العملية لتتخفف في السنوات الموالية 2016 و2017 و2018 بنسب 42% و46% و7% على التوالي.

-حساب مؤشر القيمة المضافة:

الجدول الموالي يوضح مؤشر القيمة المضافة للمؤسسة على طول فترة الدراسة كما يلي:

الفصل الثالث:دراسة حالة سوميفوص عنابة للفترة 2012-2018

الجدول(12):مؤشر القيمة المضافة للفترة 2012-2018.

السنة	مؤشر القيمة المضافة	نسبة التغير
2012	86,25079727	-
2013	81,8230315	-0,05
2014	76,01096992	-0,07
2015	76,37529036	0,004
2016	75,37429018	-0,01310634
2017	67,50718473	-0,10437386
2018	67,46339136	-0,00064872

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على وثائق من المؤسسة. (الملاحق 02، 03، 04، 05)

التعليق:

نلاحظ من الجدول أعلاه إنخفاض في القيمة المضافة لسنة 2013 بنسبة 5% تقريبا ليستمر الانخفاض للسنة الموالية لتبلغ نسبة التغير 7% تقريبا، لتعرف سنة 2015 إرتفاع ضئيل بنسبة تغير تقدر ب 0,4% تقريبا، لتعرف مرة أخرى الإنخفاض في السنوات التالية 2016، 2017، 2018 بنسبة تغير تقدر ب 1,3%، 10% و 0,06% على التوالي وهذا راجع إلى أن المؤسسة تعرف ضعف في التكامل بين مختلف عمليات الإنتاج و البيع و مختلف أعبائها.

-حساب نسبة مجمل الربح إلى المبيعات:

الجدول الموالي يوضح تغيرات نسبة مجمل الربح إلى المبيعات كما يلي:

الفصل الثالث:دراسة حالة سوميفوص عنابة للفترة 2012-2018

الجدول(13): نسبة مجمل الربح إلى المبيعات للفترة 2012-2018.

السنة	مجمل الربح	نسبة مجمل الربح إلى المبيعات الصافية	نسبة التغير
2012	7 713 902 826,11	113,086549	-
2013	3 933 768 017,35	150,0430942	32,679877
2014	3 361 714 060,61	114,5378358	-23,6633739
2015	4 935 834 190,66	75,14642435	-34,391615
2016	12 231 316 268,61	345,6359347	359,949941
2017	1 622 873 357,33	127,441459	-63,1284117
2018	2 363 446 323,41	161,7909795	26,9531759

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على وثائق من المؤسسة.(الملاحق 02،03،04،05)

التعليق:

نستخلص من الجدول الموضح أعلاه تحقيق مجمل الربح إلى المبيعات بنسبة تغير 32,6% لتعرف انخفاض في السنتين الموالتين بنسب متفاوتة 23% و34% على التوالي، لتسجل سنة 2016 ارتفاع بنسبة 359% وهذا راجع لنقص في تكلفة المبيعات لتتخفف مرة أخرى سنة 2017 بنسبة تغير 63% وهذا راجع إلى ضعف كفاءة إدارة مؤسسة سوميفوص في إدارة عناصر تكلفة المبيعات ، لتعرف إرتفاع مرة أخرى سنة 2018 لتبلغ نسبة التغير 26%.

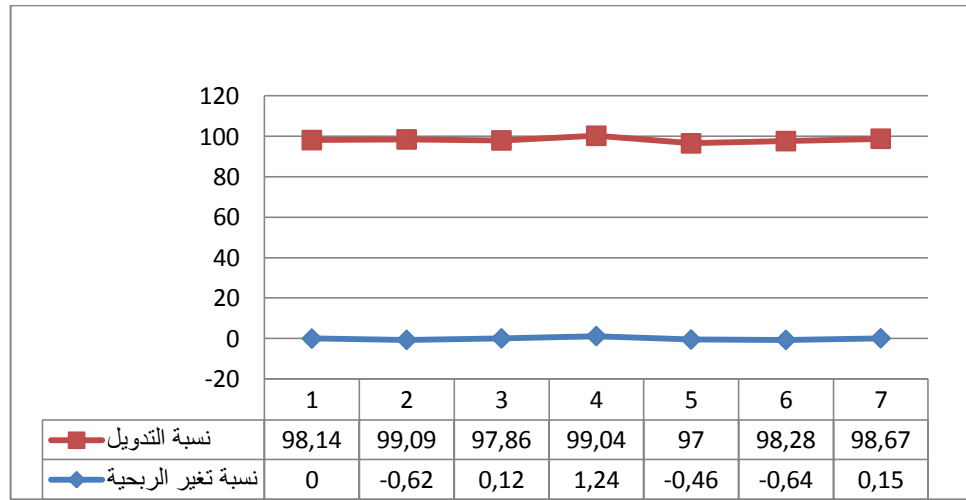
المبحث الثالث: تحليل مستوى الدولية وأثره على ربحية سوميفوص.

سنحاول من خلال هذا المبحث إبراز العلاقة بين التدويل وربحية الشركة. كما نقوم بالتعرف على أهم المعوقات التي تواجه المؤسسة محل الدراسة للخروج بحلول لها تمكنها من التوسع أكثر وتحقيق أرباح أكبر على مستوى الأسواق الدولية.

المطلب الأول:العلاقة بين مستوى الدولية وربحية سوميفوص.

بعد أن قمنا بدراستهما كل على حدى في المطلبين السابقين نقوم من خلال المطلب الحالي بالربط بين متغيري الدراسة المتمثلين في مستوى دولية شركة سوميفوص خلال الفترة 2012-2018 ونسب التغير في الربحية لتوضيح مدى الارتباط بين تدويل وربحية هذه الأخيرة كما يلي:

الشكل (14):تغيرات نسبة الربحية والتدويل للفترة 2012-2018 بسوميفوص.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على الجدولين 5 و 9.

نلاحظ من الشكل أعلاه تسجيل نسبة تدويل تقدر ب 99.09 % يوافقه تسجيل نسبة ربحية 62%-لسنة 2013 وهذا راجع إلى إرتفاع تكاليف الإنتاج من عمالة والشحن، لتتخفف في السنة الموالية إلى 97.86% لتعرف الربحية إرتفاع قدر ب 12% لتستمر بالإرتفاع سنة 2015 تسجل نسبة أكثر من 100% لتعرف تذبذب في السنوات الموالية، هذا التغير في النسبتين في نفس الإتجاه يؤكد وجود العلاقة والارتباط الشديد بين التدويل والربحية.

الفصل الثالث:دراسة حالة سوميفوص عنابة للفترة 2012-2018

من خلال ما سبق توصلنا إلى النقاط التالية:

-هناك علاقة طردية وإرتباط شديد بين التدويل والربحية.

-دخول الشركة في سوق جديدة بدل السوق الأصلي يؤدي إلى التدويل.

سنحاول توضيح العلاقة أكثر من خلال الجدول الموالي:

الجدول(14):قيمة الربحية والتدويل للفترة 2012-2018.

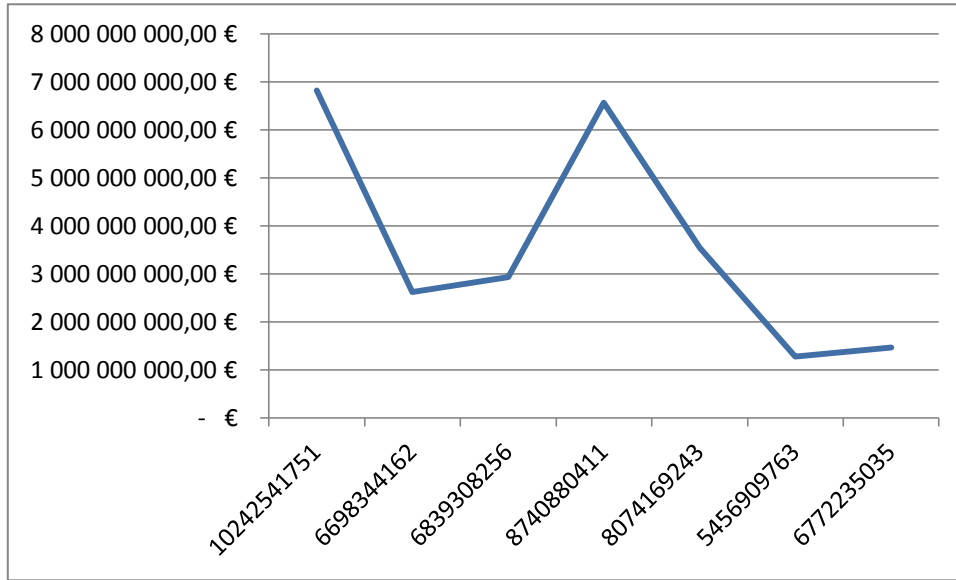
السنة	قيمة الربحية	قيمة الصادرات
2012	6821238152,55	10242541750,54
2013	2621758795,12	6698344162,08
2014	2935024951,45	6839308255,75
2015	6568288822,16	8740880411,22
2016	3538786057,75	8074169243,03
2017	1273426536,68	5456909762,95
2018	1460802283,55	6772235034,62

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مقابلة مع رئيس قسم المحاسبة والمالية..

نلاحظ من الجدول أعلاه تذبذب في قيمة الربحية وفقا للتغيرات قيمة التدويل وللتوضيح أكثر سنعرض الشكل

أدناه:

الشكل (15):تطور قيمة الربحية بدلالة التدويل للفترة 2012-2018 بسوميفوص.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على الجدول 13.

أولاً: التحليل الإحصائي للبيانات:

نستنتج من الشكل أعلاه تغيرات لقيمة الصادرات و الربحية على طول الفترة 2012-2018 بنفس الوتيرة تقريبا، وقد مكنتنا المعالجة الإحصائية لبيانات من استخراج معادلة خط الانحدار التالية:

$$Y=1,320366846X-6361177970$$

حيث: a تمثل نقطة التقاطع لخط الانحدار مع محور الترتيب و b الميل. (الملحق 06)

وإنطلاقاً من المعادلة تم حساب معامل التحديد **R** الذي بلغت قيمته %86 اما الباقي يعود للخطأ العشوائي بمقدار %14، أما معامل الارتباط **r** يساوي %92. (الملحق 07)

يشير معامل التحديد الذي قدره %86 أن التغيرات في الربحية سببها الأساسي هو التدويل، حيث أن هذا الأخير هو السبب المفسر لـ %86 من التقلبات في الربحية أما الـ %14 الباقية فهي تعود لعوامل أخرى مؤثرة تعتبر أقل أهمية.

كما أن معامل الارتباط قوي جدا ما يعني أن التدويل هو المحرك الأساسي للربحية ويكاد يكون المصدر الحصري لها.

المطلب الثاني: إستخلاص النتائج.

أولا:العلاقة بين التدويل والربحية.

بناء على الدراسة الميدانية التي أبرزت بشكل لا يدعو للشك العلاقة الطردية الموجبة بين التدويل والربحية. ومن خلال الكثير من المعطيات الميدانية نرى انه يمكن تعميم هذا النموذج على باقي المؤسسات الجزائرية المستفيدة كلها من التدويل لتحسين ربحيتها.

ويمكن أن نفسر ذلك بالعوامل التالية:

-تدني قيمة العملة الوطنية ما يسمح بتحسي النتائج عند التحويل من العملة الصعبة إلى الوطنية.

-غياب المنافسة المحلية،خاصة بالنسبة للمؤسسة العاملة بقطاع إستخراج للثروات الباطنية.

-التوجه للاسواق الشاغرة.

ثانيا:معيقات سوميفوص.

من خلال اتصالاتنا بمسؤولي الشركة عرفنا أنها تتعرض للعديد من المعوقات على الصعيد المحلي و كذا الدولي تتمثل في ما يلي:

-عدم توفر نظام للمعلومات الذي يتضمن كافة البيانات و الإحصائيات التي ترتبط بالعملية الإنتاجية في السوق.

-غياب التحفيز المادي والمعنوي داخل المؤسسة الذي قضى على كل فرص الإبداع والإبتكار كأسلوب عملي يمكن لسوميفوص من تحضير منتجات التي تتلاءم مع متطلبات الوضع الحالي.

-التطور التكنولوجي و الإعلام والاتصال أدى إلى ضعف منتجات(الصادرات) سوميفوص على مواجهة الهزات التنافسية من نظيراتها.

-غياب استراتيجية محددة المعالم للتصدير ،وغياب ثقافة التصدير لدى المتعاملين الاقتصاديين و ميلهم للإستيراد.

-غياب تام لمنتوجاتها على مواقع التسويق الإلكتروني و عدم استحداث مواقع خاصة بالمؤسسة.

-قلة المهارات الإدارية و التسويقية.

-ضعف شهرة العلامة التجارية لسوميفوص.

- عدم تجديد خط السكة الحديدية الرابط بين بئر العاتر وعنابة وهو الخط التمويني الرئيسي مما يؤدي في الكثير من الأحيان إلى إنحراف القطارات كما أن عدم إمتلاك شركة النقل بالسكة الحديدية للقاطرات يؤثر بصفة سلبية على التموين المنتظم بهذه المادة.

-إقتصار نقل الفوسفات من مركب جبل عنق إلى ميناء عنابة على وسيلة نقل واحدة تتمثل في السكك الحديدية والتي تتميز بالمحدودية وإرتفاع أسعارها مما أدى بالمؤسسة إلى اللجوء إلى النقل بواسطة الشاحنات التابعة للقطاع الخاص والتي تتميز أيضا بارتفاع تكلفتها والتي تقدر بـ 1000 دج/طن.

-إعلان دول جديدة عن التنقيب على مادة الفوسفات كإهند وإيران بإمكانيات تفوق نظيرتهم سوميفوص. منشآت قديمة خاصة منها المنجمية والتي تحتاج استثمارات كبيرة ومبالغ ضخمة لتجديدها.

-نقطة التعادل لديها مرتفعة جدا نتيجة إرتفاع التكاليف الثابتة بالنسبة لحجم الإنتاج.

-تقلص وتراجع عدد الزبائن للمؤسسة في السوق الأوروبية نتيجة غلق مصانع تحويل الفوسفات بناء على دعوى لحماية البيئة من فضلات هذه المصانع.

خلاصة الفصل:

من خلال هذه الدراسة التطبيقية، وقيامنا بدراسة ربحية مؤسسة سوميفوص وكذا درجة تدويلها خلال الفترة 2012-2018، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتي تتمثل في مايلي:

- تصدر مؤسسة سوميفوص ل 16 دولة من كميتها المنتجة.
- تحتفظ مؤسسة سوميفوص بالمحفظة من الزبائن بمعدل صادرات مختلف.
- تحقيق المؤسسة نتائج جيدة خلال سنة 2012 وهذا راجع إلى ارتفاع في رقم الأعمال.
- إنخفاض رقم الأعمال سنة 2013 وهذا راجع إلى تحمل المؤسسة تكاليف إضافية حيث فاقت الكمية المنتجة الكمية المباعة.
- ارتفاع الأعباء العملية وإنخفاض المنتوجات العملية أدى إلى إنخفاض النتيجة العملية لسنة 2013.
- ضعف كفاءة إدارة مؤسسة سوميفوص في إدارة عناصر تكلفة المبيعات ما جعلها تسجل نقص في مجمل الربح للمبيعات لسنة 2017.
- حققت مؤسسة سوميفوص ربحية معتبرة هذا ما جعل تجربتها تدوم في السوق الدولية.
- تمثل السوق الأوربية أهم الأسواق التي تنشط فيها مؤسسة سوميفوص.

خاتمة

من خلال كل ما سبق فقد توصلنا إلى مختلف الإجابات عن الأسئلة الفرعية الموضوعية وكذلك الإشكالية وذلك بصفة دقيقة. حيث وجدنا أن التدويل هي ظاهرة معاصرة تكاد تمس غالبية المؤسسات، ومع تواصل سيرورة العولمة سوف تصبح كافة المؤسسات يوما ما مؤسسات دولية نظرا للعديد من الأسباب التجارية والمالية. يعبر التدويل باختصار عن عملية تخطي المؤسسات لحدودها الوطنية وهناك عدة طرق لقياسها كالمؤشرات الهيكلية، المركبة ومؤشرات التنوع الجغرافي.

كذلك توصلنا من خلال هذا العمل إلى أن الربحية هي من العناصر الهامة لتقييم الأداء وإستمراريتها تعتبر هدف كل المؤسسات. تمثل الربحية باختصار قدرة المؤسسة على توليد الفوائض المالية من نشاطها العملياتي، كما أن لها عدة مظاهر وأهمها النتيجة الصافية للمؤسسة. تقيم الربحية بواسطة عدة مؤشرات كمؤشر نتيجة الإستغلال، مؤشر القيمة المضافة، نسبة صافي الربح إلى المبيعات.

نتائج الدراسة:

لقد تأكد لنا بفضل هذا العمل بما لا يدعو للشك أن هناك علاقة طردية خطية موجبة بين التدويل والربحية. حيث أن التدويل يعتبر العامل الأساسي المسؤول عن زيادة وانخفاض أرباح المؤسسة التي تمت دراستها، فقد لاحظنا أن إرتفاع مستوى التدويل يصاحبه بالضرورة إرتفاع في مستوى الأرباح و العكس صحيح، لدرجة أنه يمكن القول أن مختلف الأسباب المعروفة الأخرى المؤثرة على الربحية تعتبر أسباب هامشية مقارنة بالتدويل.

من هذا المنطلق فإننا نؤكد صحة الفرضية الموضوعية لهذا البحث و المتمثلة في أن التدويل له الأثر الإيجابي على الربحية وهذا الأثر مستمر عبر الزمن، كما نرى أن هذا الأثر على المؤسسة المدروسة يمكن تعميمه على باقي المؤسسات الجزائرية وهذا الأمر تدعمه الملاحظات الميدانية و المعطيات الموجودة عن المؤسسات الأخرى.

أفاق البحث:

إن هذا البحث لا يمثل سوى إضافة بسيطة للبحوث المهمة بظاهرة التدويل ومدى تأثيرها بالربحية ويرجع هذا لتوسع مفهوم التدويل وإمكانية دراسته من جوانب عديدة وبأبعاد مختلفة، من هذا المنطلق نقترح عددا من البحوث المستقبلية التي يمكن أن تكون إشكاليات رئيسية:

- متطلبات تدويل المؤسسات الجزائرية وسبل تعزيزه.

-مدى إرتباط التدويل بمؤشرات أداء أخرى .

-العلاقة بين التدويل والحجم.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:
الكتب:

1. السعيد فرحات جمعة، الأداء المالي لمنظمات الأعمال، الطبعة الأولى، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2002.
2. براهيم زرزور، إدارة الأعمال الدولية، دار التعليم الجامعي، إسكندرية، 2019.
3. براهيم زرزور، إدارة الأعمال الدولية الشركات متعددة الجنسيات-الاستثمار الأجنبي، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2019.
4. حمزة محمود الزبيدي، التحليل المالي لأغراض تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
5. خالد راغب الخطيب، التدقيق على الإستثمار في الشركات متعددة الجنسيات في ضوء معايير التدقيق الدولية، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2009.
6. دونالد ووترز، 101 طريقة لتطوير أداء الشركات، الطبعة الأولى، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، 2002.
7. راوية حسن، إدارة الموارد البشرية، رؤية مستقبلية، الدار الجامعية ، مصر، 2020.
8. زياد رمضان، الإدارة المالية في الشركات المساهمة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر، عمان، 1998.
9. سمير محمد عبد العزيز، إقتصاديات الإستثمار التمويل التحليل المالي، مدخل في التحليل وإتخاذ القرار، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 1998.
10. عبد السلام أبوقحف، إقتصاديات الإدارة والإستثمار، دار الجامعية، بيروت، 1993.
11. عبد السلام أبو قحف، مبادئ التسويق الدولي، الطبعة الثانية، دار جامعية للنشر، بيروت.
12. عبد السلام أبو قحف، دراسات في إدارة الأعمال، مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2001.
13. عبد السلام أبو قحف، إدارة أعمال دولية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002.

14. عبد السلام أبو قحف، بحوث التسويق والتسويق الدولي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004.
15. عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 1989.
16. عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي-نظرية التدويل-، طبعة 2003، دار جامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر.
17. عبد الغفار الحنفي، تقييم الأداء المالي ودراسات الجدوى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2009.
18. عليان الشريف وآخرون، الإدارة والتحليل المالي، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
19. غول فرحات، مفاهيم وأسس النجاح في الأسواق العالمية، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
20. فضيل فارس، التسويق الدولي، الطبعة الأولى، مطبعة الإخوة أموساك، القبة، الجزائر العاصمة، 2010.
21. مبارك لسوس، التسيير المالي، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2004.
22. محمد المبروك أبو زيد، التحليل المالي شركات وأسواق مالية، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية.
23. محمد محمود الخطيب، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
24. محي محمد مسعد، عولمة الإقتصاد في الميزان، مكتب جامعي الحديث، الإسكندرية، 2008.
25. مصطفى يوسف كافي، تقنيات دراسة الجدوى الاقتصادية، دار رسلان، دمشق، سوريا، 2009.
26. هيثم محمد الزعبي، الإدارة والتحليل المالي، الطبعة الأولى، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2000.

مذكرات وأطروحات:

1. تارقة عائشة، عبدي الله وردة، تقنيات تسيير الخزينة وانعكاسها على ربحية المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة مؤسسة إنتاج الكهرباء وحدة أدرار للفترة 2014-2017، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص مالية المؤسسة، قسم العلوم التجارية، 2018-2019.
2. حمداني محمد، استراتيجيات التدويل وأشكال التواجد في الأسواق الخارجية-حالة السوق الجزائرية-، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص مالية وإقتصاد دولي، كلية علوم اقتصادية وعلوم التسيير، جامعة وهران، 2010-2011.
3. خديري دلال، دراسة ربحية المؤسسة باستخدام الأرصد الوسيطة للتسيير، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2013-2014.
4. خليفة أحمد عبد الجبار، التحكم في التكاليف وأهميتها في زيادة ربحية المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للأقمشة الضناعية و التقنية EATIT، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017-2018.
5. رقية شطبي، الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية ومؤشرات تقييمه، دراسة ميدانية مؤسسة ملبنة نوميديا -قسنطينة- مذكرة نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص إستراتيجية مالية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2011.

مجالات علمية ومقالات:

1. بوليحة طيب، بوجعة عمر، تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية دراسة تطبيقية على مجموعة بنوك الإسلامية للفترة 2009-2013، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 14، مخبر العولمة وإقتصاديات شمال إفريقيا، 2016، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف.
2. جباري شوقي، حمزة العوادي، تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بين فرص النجاح ومخاطر الفشل، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 4، الجامعة أم البواقي، ديسمبر 2013.
3. عمار رفعت أحمد قطب، طريقة التمويل وأثرها على الربحية، مجلة كلية التراث الجامعة، العدد 10، معهد الإدارة، الرصافة.
4. ليلي جاد وآخرون، دراسات تدويل الشركات المصرية، مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، الإدارة العامة للدراسات التنموية، مصر، فيفري 2006.

5. محجوبي خالد، الصادرات ودورها في الاقتصاد الليبي، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد6، جامعة فرحات عباس سطيف الجزائر،2006.

الملتقيات:

6. محمد يعقوبي،رضا زروت، تدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر بين تحديات إختراق الأسواق العالمية ورهانات تنويع الصادرات، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي، إستراتيجية تطوير القطاع الصناعي في إطار تفعيل برنامج التنويع الاقتصادي في الجزائر، يومي 6 و7 نوفمبر2018.

-المراجع الأجنبية:

1. Audur Hermansdottir, instiue of business Research, university of Iceland, School of business,september 2008,issn1670-7168.
2. corinne Pasco-Berho, Marketing International, 4éme éd,Dunod,paris,2002 .
3. Hassel,A.Hopner,M.Kurdelbusch,A.,Rehder ,B.& Zugehor,RTwo dimensions of the internationalisation of firms, MPifG Working Paper ,2001.
4. kristof Kraemer,Gohannes Ritz,Practical Application of the Uppsala Internationalization Model-Lessons from8 Case Studies,Munich Business School Working Paper Series,ISSN 2367-3869 .
5. Pasco bercho.marketing international,2édition,dunod,paris.
6. pham Hoanh Son Nguyen,Un modèle intégrateur des effets de l'internationalisation sur la performance de l'entreprise,16 e Conférence de l'AIMS(Association Internationale de Management Stratégique)- 2007,montreal,Canada.
7. S. Ronen, O. Shenkar, Clustering countries on attitudinal dimensions: A review and synthesis, The Academy of Management Review, Vol 10, No.03, 1985.
8. Stanescu Danisa Mihaela ,Inaedpaturelsabine,BTS Commerce internatinal,l2013,studyrara,paris, France.
9. Vernimmen pierre,Finance d'entreprise,analyse et gestion ,Editions Dalloz,Paris1991.
10. Philip kotler and other, Marketing mangment ,Pearson Education,12th édition france 2006.
11. UNCTAD, World Investment Report: Transnational Corporations and Competitiveness, 1995.

12. Ietto-Gillies G., **Different conceptual frameworks in the assessment of the degree of internationalisation: empirical analysis of various indices for the top 100 TNCs.** Transnational Corporations, Vol. 7, 1998.
13. Sullivan D., **Measuring the degree of internationalization of a firm, journal of international business studies,** 2ND QUARTER 1994.
14. Perlmutter H.v, **L'entreprise internationale : trois conceptions,** Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes, Vol.23, No. 2, 1965.
15. Caligiuri P., **Top managers' national diversity and boundary spanning: attitudinal indicators of a firm's internationalization,** Journal of Management Development, Vol. 23 NO. 9, 2004.

المسألة الأولى

FERPHOS

GROUP


ملحق 01
مجموعة فرفس
**SOCIETE DES MINES DE PHOSPHATE
 SOMIPHOS/SPA**

 SPA AU CAPITAL DE 1.600.000.000 DA
 ZHUN II B.P. 122 TEBESSA 12000 (ALGERIE)

 Ident. Fiscale : 0005.1205 830 62 64
 Article d'imposition : 1201.4701452

Mine of : DJEBEL ONK	Client : INDAGRO S.A. 14, Chemin De Normandie 1206, Geneva, SWITZRLAND.
Contract N° : 87/VL/2013 Date : 24/12/2013	Domiciliation :
Nature of Goods : ROCK PHOSPHATE 66/68 PCT BPL IN BULK	
Vessel Name : M.IZMIR B/L Date : 03rd January 2014	
Destination: NEA KARVALI, GREECE	
Commercial Invoice N°: 01/2014	Date : 06th January 2014

CDE : 14000002
Description of Goods and/or Services : **Rock Phosphate 66/68 PCT BPL in Bulk**
Quantity / Weight as per B/L : **6.190,000 TM**
Less Spillage (1%) : **(61.900) TM**
Invoice Quantity : **6.128,100 TM**
Unit Price of : **USD 70,00 PER MT, FOB ANNABA, ALGERIA (AS PER INCOTERMS 2010).**
Total Amount: **USD 70,00 X MT 6.128,100 = 428.967,00 USD x 78,0889 = 33 497 346,68 DA.**
Say: **FOUR HUNDRED TWENTY EIGHT THOUSAND NINE HUNDRED SIXTY SEVEN US DOLLARS.**
MANAGING DIRECTOR,**M.AHMED SISTA**
COMMERCIAL DIRECTOR,**D. OULD MESSAOUD**

COMPTE DE RESULTATS

Rubriques	Note	Réalisation 2013	Réalisation 2012
Ventes et produits annexes (chiffres d'affaires)		6 759 858 877,87	10 436 663 695,27
Variation stocks produits finis et en cours		136 636 196,11	29 462 103,60
Production immobilisée		61 488 581,00	-
Subventions d'exploitation		198 361 912,97	-
I- PRODUCTION DE L'EXERCICE		7 156 345567,95	10 466 125 798,87
Achats consommés	-	713 258 961,15	624 528 349,16
Services extérieurs et autres consommations	-	911 965 148,03	839 891 804,42
II- CONSOMMATION DE L'EXERCICE	-	1 625 224109,18	- 1 464 420 153,58
III- VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)		5 531 121458,77	9 001 705 645,29
Charges de personnel	-	1 580 511 232,06	1 268 048 449,95
Impôts, taxes et versements assimilés	-	16 842 209,37	19 754 369,23
IV- EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		3 933 768017,35	7 713 902 826,11
Autres produits opérationnels		21 563 519,01	419 820 007,13
Autres charges opérationnelles	-	468 256 177,67	29 442 937,50
Dotations aux amortissements, provisions et pertes de valeur	-	1 503 314 067,34	1 516 884 447,15
Reprise sur pertes de valeur et provisions		599 112 277,64	209 721 755,93
V- RESULTAT OPERATIONNEL		2 582 873568,98	6 797 117 204,52
Produits financiers		155 390 355,32	108 311 486,07
Charges financières	-	84 494 722,10	47 980 035,25
VI- RESULTAT FINANCIER		70895633,22	60 331 450,82
VII- RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS (V+VI)		2 653 769202,20	6 857 448 655,34
Impôts exigibles sur résultats ordinaires	-	26 074 991,01	36 210 502,79
Impôts différés (variations) sur résultats ordinaires	-	5 935 416,07	
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES		7 932 411719,91	11 203 979 048,00
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	-	5 310 652924,80	- 4 382 740 895,44
VIII- RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES		2 621 758795,12	6 821 238 152,55
Eléments extraordinaires (produits)			
Eléments extraordinaires (charges)			
IX- RESULTAT EXTRAORDINAIRES	-		-
X- RESULTAT NET DE L'EXERCICE		2 621 758795,12	6 821 238 152,55

COMPTES DE RESULTATS

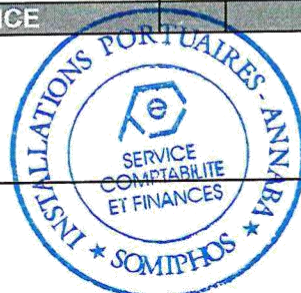
Rubriques	Note	2014	2013
Ventes et produits annexes (chiffres d'affaires)		6 988 870 075,37	6 759 858 877,87
Variation stocks produits finis et en cours		65 369 333,57	136 636 196,11
Production immobilisée		47 998 212,11	61 488 581,00
Subventions d'exploitation		249 429 971,91	198 361 912,97
I- PRODUCTION DE L'EXERCICE		7 351 667 592,95	7 156 345 567,95
Achats consommés		- 798 044 698,20	- 713 258 961,15
Services extérieurs et autres consommations		- 1 241 314 963,71	- 911 965 148,03
II- CONSOMMATION DE L'EXERCICE		- 2 039 359 661,91	- 1 625 224 109,18
III- VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)		5 312 307 931,04	5 531 121 458,77
Charges de personnel		- 1 932 396 519,00	- 1 580 511 232,06
Impôts, taxes et versements assimilés		- 18 197 351,44	- 16 842 209,37
IV- EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		3 361 714 060,61	3 933 768 017,35
Autres produits opérationnels		54 474 223,24	21 563 519,01
Autres charges opérationnelles		- 238 380 505,85	- 468 256 177,67
Dotations aux amortissements, provisions et pertes de valeur		- 980 869 704,02	- 1 503 314 067,34
Reprise sur pertes de valeur et provisions		500 739 883,18	599 112 277,64
V- RESULTAT OPERATIONNEL		2 697 677 957,17	2 582 873 568,98
Produits financiers		252 253 396,91	155 390 355,32
Charges financières		- 1 646 308,36	- 84 494 722,10
VI- RESULTAT FINANCIER		250 607 088,55	70 895 633,22
VII- RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS (V+VI)		2 948 285 045,72	2 653 769 202,20
Impôts exigibles sur résultats ordinaires		- 15 452 498,84	- 26 074 991,01
Impôts différés (variations) sur résultats ordinaires		2 192 404,57	- 5 935 416,07
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES		8 159 135 096,29	7 932 411 719,91
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES		- 5 224 110 144,85	- 5 310 652 924,80
VIII- RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES		2 935 024 951,45	2 621 758 795,12
Eléments extraordinaires (produits)			
Eléments extraordinaires (charges)			
IX- RESULTAT EXTRAORDINAIRES		-	-
X- RESULTAT NET DE L'EXERCICE		2 935 024 951,45	2 621 758 795,12

COMPTE DE RESULTATS

Rubriques	Note	2017	2016
Ventes et produits annexes (chiffres d'affaires)		5 552411236,21	8 323 885 817,56
Variation stocks produits finis et en cours		128 870439,45	319 082 414,40
Production immobilisée		30597295,11	2 247 492,29
I- PRODUCTION DE L'EXERCICE		5 711 878 970,78	8 645 215 724,25
Achats consommés		- 986 991 415,06	- 1 093 240 943,50
Services extérieurs et autres consommations		- 976 611 045,32	- 1 277 904 930,77
		- 1 963 602 460,38	- 2 371 145 874,27
III- VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)		3 748 276 510,40	6 274 069 849,98
Charges de personnel		- 2 102 242948,96	- 2 765 737 059,12
Impôts, taxes et versements assimilés		- 23160204,11	- 38 363 584,27
IV- EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		1 622 873 357,33	3 469 969 206,59
Autres produits opérationnels		181 877849,41	86 862 855,18
Autres charges opérationnelles		- 422090378,98	- 312 128 441,76
Dotations aux amortissements, provisions et pertes de valeur		- 1 595 566 802,86	- 1 560 933 801,13
Reprise sur pertes de valeur et provisions		661 934 596,15	495 940 965,48
V- RESULTAT OPERATIONNEL		449 028 621,06	2 179 710 784,36
Produits financiers		1 225614505,18	1 385 446 797,55
Charges financières		- 27305884,93	- 16 226 027,72
VI- RESULTAT FINANCIER		1 198 308 620,25	1 369 220 769,83
VII- RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS (V+VI)		1 647 337 241,31	3 548 931 554,19
Impôts exigibles sur résultats ordinaires		- 560203769,61	- 12 695 321,58
Impôts différés (variations) sur résultats ordinaires		186 293064,99	2 549 825,14
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES		7 967 598 986,51	10 616 016 167,60
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES		- 6 694 172 449,83	- 7 077 230 109,85
VIII- RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES		1 273 426 536,68	3 538 786 057,75
Eléments extraordinaires (produits)			
Eléments extraordinaires (charges)			
IX- RESULTAT EXTRAORDINAIRES			-
X- RESULTAT NET DE L'EXERCICE		1 273 426 536,68	3 538 786 057,75

COMPTE DE RESULTATS

Rubriques	Note	2018	2017
Ventes et produits annexes (chiffres d'affaires)		6 863 519 848,60	5 552 411 236,21
Variation stocks produits finis et en cours	-	83 432 662,39	128 870 439,45
Production immobilisée		4 121 651,53	30 597 295,11
Subventions d'exploitation		-	
I- PRODUCTION DE L'EXERCICE		6 784 208 837,74	5 711 878 970,78
Achats consommés	-	1 100 816 004,64	- 986 991 415,06
Services extérieurs et autres consommations	-	1 053 029 576,25	- 976 611 045,32
	-	2 153 845 580,89	- 1 963 602 460,38
III- VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)		4 630 363 256,85	3 748 276 510,40
Charges de personnel	-	2 253 015 818,61	- 2 102 242 948,96
Impôts, taxes et versements assimilés	-	13 901 114,83	- 23 160 204,11
IV- EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		2 363 446 323,41	1 622 873 357,33
Autres produits opérationnels		113 740 213,31	181 877 849,41
Autres charges opérationnelles	-	209 674 984,62	- 422 090 378,98
Dotations aux amortissements, provisions et pertes de valeur	-	919 296 609,85	- 1 595 566 802,86
Reprise sur pertes de valeur et provisions		12 735 263,78	661 934 596,15
V- RESULTAT OPERATIONNEL		1 360 950 206,03	449 028 621,06
Produits financiers		1 246 572 423,77	1 225 614 505,18
Charges financières	-	15 549 127,68	- 27 305 884,93
VI- RESULTAT FINANCIER		1 231 023 296,09	1 198 308 620,25
VII- RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS (V+VI)		2 591 973 502,11	1 647 337 241,31
	-	451 329 606,57	
Impôts exigibles sur résultats ordinaires	-	702 315 779,74	- 560 203 769,61
Impôts différés (variations) sur résultats ordinaires		22 474 167,75	186 293 064,99
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES		8 157 256 738,60	7 967 598 986,51
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	-	6 696 454 455,05	- 6 694 172 449,83
VIII- RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES		1 460 802 283,55	1 273 426 536,68
Eléments extraordinaires (produits)		-	
Eléments extraordinaires (charges)		-	
IX- RESULTAT EXTRAORDINAIRES		-	-
		-	
X- RESULTAT NET DE L'EXERCICE		1 460 802 283,55	1 273 426 536,68



الملحق 06

الصادرات X	الربحية y	xi	yi	xiyi	xi^2	
10 242 541 750,54	6 821 238 152,55	2 696 200 519,08	3 218 477 352,66	8,67766E+18	7 269 497 239 110 380 000,00	
6 698 344 162,08	2 621 758 795,12	-847 997 069,38	-981 002 004,77	8,31887E+17	719 099 029 669 800 000,00	
6 839 308 255,75	2 935 024 951,45	-707 032 975,71	-667 735 848,44	4,72111E+17	499 895 628 735 277 000,00	
8 740 880 411,22	6 568 288 822,16	1 194 539 179,76	2 965 528 022,27	3,54244E+18	1 426 923 851 991 930 000,00	
8 074 169 243,03	3 538 786 057,75	527 828 011,57	-63 974 742,14	-3,37677E+16	278 602 409 802 464 000,00	
5 456 909 762,95	1 273 426 536,68	-2 089 431 468,51	-2 329 334 263,21	4,86698E+18	4 365 723 861 581 950 000,00	
6 772 235 034,62	1 460 802 283,55	-774 106 196,84	-2 141 958 516,34	1,6581E+18	599 240 403 979 454 000,00	
52 824 388 620,19	25 219 325 599,26	0	0	2,00154E+19	15 158 982 424 871 200 000,00	المجموع

$$X = 52\,824\,388\,620,19 / 7 = 7\,546\,341\,231$$

$$Y = 25\,219\,325\,599,26 / 7 = 3\,602\,760\,800$$

$$b = (\sum xi yi) / \sum xi^2 = 2,00154E+19 / 15\,158\,982\,424\,871\,200\,000,00 = 1,320366846$$

$$a = Y - bX = 3\,602\,760\,800 - 1,320366846(7\,546\,341\,231) = -636\,117\,7970$$

الملحق 07

y [^]	ei= y - y [^]	ei ²	X ²	Yi ²	
7162734581	-341 496 427,99	116 619 810 331 174 000,00	104 909 661 511 555 000 000,00	10 358 596 469 557 700 000,00	
2483093588	138 665 207,56	19 228 039 788 185 400,00	44 867 814 513 671 200 000,00	962 364 933 371 168 000,00	
2669217903	265 807 048,07	70 653 386 805 611 100,00	46 776 137 417 170 100 000,00	445 871 163 297 610 000,00	
5179990734	1 388 298 088,62	1 927 371 582 852 600 000,00	76 402 990 363 249 500 000,00	8 794 356 450 843 200 000,00	
4299687411	-760 901 353,18	578 970 869 263 745 000,00	65 192 208 965 091 600 000,00	4 092 767 632 427 840,00	
843944764,9	429 481 771,75	184 454 592 261 475 000,00	29 777 864 160 979 000 000,00	5 425 798 109 784 040 000,00	
2580656646	-1 119 854 362,36	1 254 073 792 904 260 000,00	45 863 167 364 134 600 000,00	4 587 986 285 739 810 000,00	
	-27,53	4 151 372 074 207 050 000,00	413 789 844 295 851 000 000,00	30 579 066 180 226 000 000,00	المجموع

$$R^2=1-\frac{\sum ei^2}{\sum(Y-yi)}$$

$$=0,864241372$$

$$r =\sqrt{R^2}= 0,929645832$$

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT
SUPERIEUR ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET
COMMERCIALES ET SCIENCES DE GESTION

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

DEPARTEMENT DE SCIENCES DE GESTION
Ref : D.G/F.S.E.C.S.G/UG/20.....
Guelma le :

قسم علوم التسيير

الرقم: ق.ع.ت.ك.ع.ات.ع.ت.ج.ق/ 20.....
قالمة في : 2019/11/12

إلى السيد: ..
الهندسي ..

الموضوع : ف/ي إجراء زيارة ميدانية أو تربص

نحن رئيس قسم علوم التسيير نشهد بأن:

الطالب (ة): ..

الطالب (ة): ..

مسجل (ة) بقسم علوم التسيير سنة (أولى)/(ثانية) ماستر فرع: (علوم التسيير)/(علوم مالية)

تخصص: ..

بمؤسستكم .

موضوع الزيارة: ..

لذا نرجو من سيادتكم الموافقة لتحقيق هذه الغاية.

ولكم من فائق التقدير والاحترام

رئيس القسم

اسم و لقب و إمضاء الأستاذ المشرف



مساعد رئيس القسم الكاف بما بعد الترخيص 45 قالمة
الدكتور: ..

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

د. الواح ..

الملخص:

يعتبر التدويل من إستراتيجيات النمو المهمة للشركات حيث أن العلاقة بين التدويل والربحية من القضايا البحثية البارزة حالياً. تسعى هذه الدراسة إلى فهم العلاقة المعقدة بين التدويل وأرباح الشركات حيث تهدف إلى معرفة مدى تأثير التدويل على ربحية المؤسسة والتعرف على طرق قياسهما.

لقد أظهرت نتائج هذا البحث أن هناك علاقة طردية وإرتباط شديد بين مستوى التدويل والربحية وهذا بفضل قيامنا بدراسة حالة مؤسسة سوميفوس التي مارست التدويل بشكل واسع ضمناً لبقائها في السوق والإستمرارية لفرض نفسها وكسب حصة سوقية.

الكلمات المفتاحية: التدويل، طرق قياس التدويل، مؤشرات الأداء، الربحية.

Conclusion :

Internationalization is an important growth strategy for companies as the relationship between internationalization and profitability is currently a prominent research issue. This study seeks to understand the complex relationship between internationalization and corporate profits, and aims to find out how internationalization affects the profitability of the organization and how to measure them.

The results of this research have shown that there is a strong correlation between the level of internationalization and profitability, thanks to our study of the case of Sumifus, which has practiced internationalization extensively to ensure its survival in the market and continuity to impose itself and gain market share.

Keywords: Internationalization, methods of measuring internationalization, performance indicators, profitability.