

كان هناك شعار سائد في تلك الفترة وهو بسيط جداً، وتم تطبيقه بطريقه كارثية للغاية: ‘إما أن تكبر أو تختفي!!’



وتحت هذا الشعار توحدت استراتيجيات تلك الشركات في العمل على توسيع قاعدة العملاء، والعمل على زيادة الوعي بعلاماتهم التجارية عن طريق التسويق المكثف، حتى لو كان هذا على حساب زيادة الديون والتسبب في خسارة سنوية.

ففي يناير عام 2000 في دورة ألعاب كرة القدم الوطنية في الولايات المتحدة الأمريكية دفعت كل شركة من 16 شركة حوالي 2 مليون دولار مقابل إعلان تجاري مدته 30 ثانية! وفي حركة غير مسبوقة قامت إحدى الشركات بإعطاء 10 ملايين دولار لأحد المتسابقين في أحد البرامج على قناة CBS للقيام بدعاية لها. هذا بالإضافة إلى حملات التوعية عن طريق إعلانات التلفزيون والإعلانات المطبوعة. ولا داعي لذكر أن معظم تلك الشركات ناشئة ولم تحقق أرباحاً بالقدر الذي يمكنها من إنفاق بهذا الحجم.

فبالرغم من تجاهل معظم تلك الشركات للمبادئ القانونية ولأسس التمويل فقد شجع الإعلام هذا النوع من الاستثمارات كما كان رئيس البنك الفيدرالي في ذلك الوقت يصادق على تقييمات الأسهم بالرغم من جميع الشواهد التي تثبت المغالاة فيها.

على الرغم من عدم تحقيق العديد من شركات الإنترنت للأرباح، استمرت قيمتها السوقية في الارتفاع، مما أدى إلى تقييمات مبالغ فيها. حيث شهدت أسعارها ارتفاعاً سريعاً ومستمرًا.

أصبحت الكثير من الشركات غير قادرة على سداد ديونها وعلى تحمل العبء المالي فأجبرت على إعلان إفلاسها، وتم اتهام الكثير من المدراء التنفيذيين بالاحتيال لسوء استخدام أموال المساهمين.

حدثت ظاهرة الفقاعة في العديد من الأوقات على مر التاريخ، مما أدى إلى خسائر مالية كبيرة وأزمات اقتصادية. ففي أحيان كثيرة يعتقد المستثمرون أن أسعار الأصول ستستمر في الارتفاع إلى ما لا نهاية. وبالتالي يتجاهلون مؤشرات القيمة الأساسية

تسهم أسعار الفائدة المنخفضة والائتمان السهل في تغذية الفقاعات المالية، كما تفعل عقلية القطيع أي ميل الأفراد إلى اتباع أفعال أو معتقدات مجموعة أكبر، يمكن أيضاً أن يساهم التلاعب بالسوق والأنشطة الاحتيالية في تكوين الفقاعات المالية.

تبدأ الفقاعات المالية غالباً بحدث تبديل يجذب انتباه المستثمرين، مثل تطور تكنولوجي جديد أو تغيير في السياسات الاقتصادية. يمكن أن يسفر هذا الحدث عن زيادة الطلب على الأصول ذات الصلة، مما يؤدي إلى ارتفاع أسعارها.

فقاعة الإنترنت (دوت كوم)



في التسعينيات، شهد العالم تطوراً تكنولوجياً هائلاً مع ظهور الإنترنت وتوسيع نطاق الاتصالات. أدى ذلك إلى ظهور العديد من الشركات الناشئة والمؤسسات المرتبطة بالإنترنت والتكنولوجيا.

بدأ المستثمرون في توجيه اهتمامهم إلى شركات الإنترنت الناشئة، مع توقعات بأن الإنترنت سيغير العالم ويخلق فرص استثمارية هائلة. تعزز هذا الحماس المستثمرين للتفاؤل والتكهنات حول قيمة هذه الشركات. ساعد على هذا أيضاً سعر الفائدة المنخفض عام 1998-1999 فتوجه الجميع إلى الاقتراض وتوجيه مدخراتهم إلى الاستثمار في القطار الصاعد الذي يعد بالثراء؛ وسجلت ظاهرة في ذلك الوقت باستقالة الناس من وظائفهم ليتاجروا بشكل دائم في الأوراق المالية

على الرغم من عدم توفر البنية التحتية الأساسية ولا الوعي بين العامة بكيفية استخدام التكنولوجيا الجديدة، حتى في الدول الصناعية. لكن كل ما كان يهم هو تحقيق الأرباح الضخمة!



وتسبب انهيار السوق المالية في خسارة 5 تريليون دولار من القيمة السوقية لتلك الشركات في الفترة من مارس 2002 حتى أكتوبر 2002. وتبع انفجار الفقاعة انخفاض في الناتج المحلي الإجمالي للولايات المتحدة الأمريكية في الربع الأول من عام 2002 وكان الأكبر منذ عام 1992، حيث وصل النشاط الاقتصادي أقصاه في مارس 2001 وتبعها فترة كساد استمرت حتى شهر نوفمبر.

الأسئلة:

1. ما هي الفقاعة المالية؟
2. كيف تسهم الفائدة المنخفضة والائتمان السهل في تغذية الفقاعات؟
3. حلل أسباب فقاعة دوت كوم متتبعا مراحل الفقاعة؟
4. في رأيك ما هو القطاع الذي تتوقع أن تكون فيه فقاعة مستقبلا في العالم؟ وفي الجزائر؟