

## دور التسويق الأخضر في تحقيق التنمية المستدامة في ظل نظام الإدارة البيئية

د/شعباني مجيد

د/بوسنة محمد

جامعة بومرداس

### Abstract :

The economic environment of the economic establishments has witnessed a rapid and dangerous development such as pollution in all its forms, increasing depletion of natural resources, damage to the ozone layer in the atmosphere, leakage of toxic substances, killing of biological activity, production and marketing of harmful products to the environment and human beings. And the state through the enactment of government legislation to regulate the relationship between the consumer and the environment, which made many of these institutions to review their production and administrative policies, including the environmental dimension and social responsibility. In this sense, interest in a new type of marketing has become known as green marketing. A branch of green economics this paper was presented to highlight the relationship between green marketing and sustainable development. The problem is thus crystallized in the following question:

**Keywords:** green marketing, sustainable development, environmental management

### المخلص :

تشهد بيئة أعمال المؤسسات الاقتصادية في الآونة الأخيرة تطورات سريعة و خطيرة كالتلوث بكل أشكاله، وتزايد استنزاف الموارد الطبيعية، تلف طبقة الأوزون في الغلاف الجوي وكذا تسرب المواد السامة وقتل النشاط الحيوي، وإنتاج وتسويق سلع ضارة بالبيئة والإنسان، بموازاة ذلك لقيت هذه المؤسسات ضغوطات شديدة من طرف جمعيات وهيئات مختلفة تتادي بالمحافظة على البيئة، و كذلك الدولة من خلال سن تشريعات حكومية لتنظيم العلاقة بين المستهلك والبيئة، مما جعل الكثير من هذه المؤسسات تراجع سياساتها الإنتاجية والإدارية، بإدراجها للبعد البيئي و التقيد بالمسؤولية الاجتماعية و البيئية، من هذا المنطلق بدا الاهتمام بنمط جديد من التسويق عرف بالتسويق الأخضر. وهو أحد فروع علم الاقتصاد الأخضر جاءت هذه الورقة البحثية لإبراز العلاقة بين التسويق الأخضر والتنمية المستدامة،

الكلمات المفتاحية :التسويق الأخضر،

التنمية المستدامة، الإدارة البيئية.

**مقدمة:**

تواجه المنظمات اليوم تحديات عدة في شتى المجالات (اقتصادية، تكنولوجية، اجتماعية، والتحديات البيئية التي تجعل من الإحياء البيئي فلسفة وجب على هذه المنظمات تبنيها بما تحمله من التزامات وأخلاقيات بيئية، الأمر الذي أدى بها إلى اللجوء إلى استراتيجيات التسويق الأخضر البيئي بهدف تقليل المخاطر البيئية، وتقديم منتجات وخدمات آمنة للمستهلك، ومنه تحقيق التنمية المستدامة ضمن متطلبات نظم الإدارة البيئية.

يعتبر موضوع التسويق الأخضر من المواضيع الحديثة في حقل إدارة التسويق ولكنها اقل تناولا في الأدبيات المختصة في العلوم الإدارية، لذلك أصبحت أغلب المنظمات بحاجة إلى تبني هذا المفهوم نتيجة تنامي وعي المستهلك وانتشار حركات وجمعيات حماية المستهلك فضلا عن التعبير باهتمامها بمسئولياتها الاجتماعية والأخلاقية تجاه زبائنها، وإقحام البعد البيئي في استراتيجياتها.

وفي هذا السياق تأتي إشكالية المداخلة كالاتي:

**كيف يساهم التسويق الأخضر في تحقيق التنمية المستدامة في ظل نظام الإدارة البيئية؟  
أهمية الدراسة:**

يتناول هذا البحث إحدى المواضيع الهامة والحساسة خاصة في ظل الظروف الحالية المحلية والدولية من خلال التعرض لمتغيري البحث وهما مفهوم التسويق الأخضر والتنمية المستدامة وإيجاد العلاقة بينهما لمواجهة موضوع التلوث البيئي الذي كان ومازال يشكل مشاكل جسيمة لدى العديد من الدول وخاصة الصناعية منها، وبالتالي تحقيق الاستدامة للموارد الحالية للأجيال اللاحقة.

**أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور التسويق الأخضر في تحقيق التنمية المستدامة والتي يتطلع إليها المواطن الجزائري الحالي لتستفيد منها الأجيال اللاحقة. كذلك التعرف على مدى إدراك المؤسسات الاقتصادية لمفهوم التسويق ومدى تطبيقه، وماهي إسهامات الدولة في هذا المجال.

أما عن هيكل الدراسة: فهو يشتمل على العناصر الآتية:

. ماهية التسويق الأخضر، أبعاده وكذا المزيج التسويقي الأخضر.

. مفهوم التنمية المستدامة ومبادئها، أبعادها ومؤشراتها.

. سبل تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر في ظل نظام الادارة البيئية.

الدراسات السابقة: نذكر على سبيل المثال لا الحصر

أولا: الإطار المفاهيمي للتسويق الأخضر:

1- ماهية التسويق الأخضر.

أ- تعريف التسويق الأخضر.

إن تحديد التعريف ليس بالأمر الهين خاصة بالنسبة للمصطلحات الحديثة، وفي مفهوم التسويق الأخضر اثرت عدة تساؤلات سواء في اوساط الزبائن او العاملين، فبالنسبة للمجموعة الاولى فكلما اخضر تشير أكثر من معنى في اذهانهم كحماية البيئة، مسؤولية الشركة اجتماعيا...اما بالنسبة للعاملين في مجال التسويق فانه ينظر للتسويق الاخضر انه عبارة عن أنشطة اعادة التدوير او المساهمة الانشطة الاجتماعية الرامية الى حماية البيئة فقط. وعليه نجد تباين في التعاريف من مرحلة لأخرى، فمثلا عرفته الجمعية الأمريكية للتسويق على انه "عملية دراسة النواحي الايجابية والسلبية للنشطة التسويقية وأثرها في تلوث البيئة واستنفاد الطاقة"<sup>1</sup>

كما عرفه شارتروبولونسكي (Charter&Polonsky) بأنه: "عملية استراتيجية تهدف الى تعريف وتحديد وارضاء حاجات المالكين مقابل مكافأة مقبولة مع عدم الاضرار او التأثير في الافراد والبيئة الطبيعية".<sup>2</sup>

أما سنتتون وآخرون (Stanton&al) فقد عرفوا التسويق الأخضر على أنه: «أي نشاط تسويقي خاص بشركة معينة، يهدف إلى خلق تأثير إيجابي أو إزالة التأثير السلبي لمنتج معين على البيئة».<sup>3</sup>

وقد عرفه كل من بريد وفيريل (Pride&Ferrell) بأنه: «عملية تطوير وتسعير وترويج منتجات لا تحقق أي ضرر بالبيئة الطبيعية».<sup>4</sup>

وعليه يمكن فهم التسويق الأخضر بأنه: عملية نظامية شاملة تهدف إلى التزام منظمات الأعمال بتقديم منتجات، أنشطة، مفاهيم، معلومات وخبرات غير ضارة بالمجتمع والبيئة الطبيعية، ومن جهة أخرى التأثير في تفضيلات الزبائن بصورة تدفعهم لطلب المنتجات غير الضارة بالبيئة.

ج- أهمية التسويق الأخضر.

يترتب عن تبني المنظمات للتسويق الأخضر عدة مزايا نذكر منها:

➤ إرضاء حاجات المالكين:

➤ تحقيق الأمان في تقديم المنتجات وإدارة العمليات: إ

➤ تحقيق القبول الاجتماعي للمنظمة:

➤ يساعد الالتزام البيئي للمنظمة على كسب التأييد الاجتماعي لها وعلى توطيد علاقاتها مع عملائها الحاليين وكسب عملاء جدد في المستقبل.

➤ ديمومة الأنشطة:

➤ 2- أبعاد التسويق الأخضر.

يعتمد تطبيق منهج التسويق الأخضر على أربعة أبعاد رئيسية هي :

✓ تقليل التلف والضياع،

✓ توضيح العلاقة بين الكلفة والسعر،

✓ جعل التوجه البيئي أمرا مريحا،

✓ تغيير المفاهيم المتعلقة بالمنتجات،

✓ 3- المزيج التسويقي الأخضر.

تم تصنيف عناصر المزيج التسويقي الأخضر إلى مجموعتين خارجية وداخلية.

أ- المزيج التسويقي الخارجي:

- العملاء (المشتررون) الخضر: وهم العملاء المقنعون بفلسفة التسويق الأخضر والذين يرغبون في شراء منتجات خضراء

- المزودون (المجهزون): الذين يعملون تحت غطاء التسويق الأخضر، ويتعاملون مع المواد والتجهيزات الصديقة للبيئة.

- السياسيون الذين يؤمنون بالفكر الأخضر ولهم تأثير على القرار الحكومي من أجل إصدار قرارات وقوانين لدعم التوجه البيئي بشكل عام.

- المشكلات والقضايا: حيث تربط منظمات الأعمال بقضايا تتعلق بالالتزام البيئي والمسؤولية الأخلاقية والاجتماعية.

- جماعات الضغط: هم الذين يشبهون السياسيين من حيث إيمانهم بالفكر الأخضر وممارسة الضغط على أصحاب القرار.

- التنبؤ أي التنبؤ بالمشكلات: والتغيرات البيئية التي يمكن أن تواجه المنظمة عند قيامها بأنشطة التسويق الأخضر، والاستعداد للتعامل معها مستقبلا.

- الشركاء: هم الذين يرتبطون بقضايا تتعلق بالجوانب البيئية والمسؤولية الاجتماعية.

ب- المزيج التسويقي الأخضر الداخلي:

يتألف من ثمانية عناصر وهي كما يلي:

- المنتج الأخضر
- التسعير الأخضر.
- التوزيع الأخضر.
- الإعلان الأخضر:
- المعلومات،
- العمليات،
- السياسات،
- الأفراد،

ثانيا: الإطار النظري للتنمية المستدامة

1- مفهوم التنمية المستدامة:

مصطلح التنمية المستدامة حديث النشأة، حيث تباينت معانيه في مختلف المجالات العلمية والعملية (رؤية أخلاقية، نموذج تنموي جديد، ...) هذا ما يجعل تحديد تعريف دقيق له من الامر الصعب، ولأكثر شمولية يجب ان نفرق بين اربعة ابعاد للاستدامة على النحو التالي:  
-النظم الايكولوجية.-النظم الاقتصادية والأنشطة الاجتماعية،-الحكم والنشاط السياسي.  
-الأداء وقدرات المؤسسات.

وتعرف كذلك: "بأنها النشاط الذي يؤدي الى الارتقاء بالرفاهية الاجتماعية أكبر قدر مع الحرص على الموارد الطبيعية المتاحة وبأقل قدر ممكن من الأضرار البيئية." <sup>5</sup> وتختلف التنمية المستدامة عن التنمية الاقتصادية من حيث التعقيد والتداخل، حيث تعد التنمية المستدامة اشمل لأنها تأخذ بعين الاعتبار والجوانب، الاقتصادية، الاجتماعية البيئية.

2- أهداف ومبادئ التنمية المستدامة:

تسعى التنمية المستدامة الى تحقيق الأهداف التالية:<sup>6</sup>

- تحقيق نوعية حياة أفضل للسكان
- تعزيز وعي السكان بالمشكلات البيئة القائمة
- احترام البيئة الطبيعية

من خلال التركيز على العلاقات بين نشاطات السكان والبيئة، والتعامل مع النظم الطبيعية ومحتواها على أساس حياة الإنسان، وذلك عن طريق مقاييس الحفاظ على نوعية البيئة والإصلاح والتهيئة، على أن تكون العلاقة في الأخير علاقة تكامل وانسجام.

- تحقيق استغلال واستخدام عقلائي للموارد

- ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف المجتمع

- إحداث تغيير مستمر ومناسب في حاجات وأوليات المجتمع

وفق نمط يلائم إمكانيات هو يسمح بتحقيق التوازن الذي بواسطته يمكن تفعيل التنمية الاقتصادية والسيطرة على جميع المشكلات البيئية وإيجاد الحلول المناسبة دون أن تستنزف قاعدة الموارد الطبيعية اللازمة لدعم التنمية في المستقبل.

- تحقيق نمو اقتصادي تقني

بحيث يحافظ على الرأسمال الطبيعي الذي يشمل الموارد الطبيعية، ويبحث عن بدائل ذات كفاءة بالاعتماد على التطور التكنولوجي، وهذا بدوره يتطلب تطوير مؤسسات وبنى تحتية وإدارة ملائمة للمخاطر والتقلبات لتؤكد المساواة في تقاسم الثروات بين الأجيال المتعاقبة وفي الجيل نفسه

3- مبادئ التنمية المستدامة. تتجسد مبادئ التنمية المستدامة فيما يلي:

- الإنتاج والاستهلاك المسؤول،

- التضامن،

- المشاركة والالتزام،

- حماية البيئة،

- الحذر،

وقد ظهر مبدأ " حقوق التلوث تحت تعويض نقدي تحددها لسوق " في إطار تبني التنمية المستدامة، حيث تلعب الدولة دورا هاما لخلق المساحات التي تساعد السوق على تصحيح نفسها، خاصة إذا تجاوز الملوث الحدود المسموح بها، كما تحول دون سيطرة المصلحة الاقتصادية على المفاوضات المباشرة التي تجر بين الملوث والضحية من التلوث، معتمدة على الأسس المستنبطة من بروتوكول كيوتو، الذي أصدر كجزء من مشروع دولي لمكافحة ظاهرة الاحتباس الحراري للحصول على تصاريح الانبعاث.

4- ابعاد التنمية المستدامة للتنمية المستدامة عدة ابعاد ومن اهمها:<sup>7</sup>

لتحقيق التنمية المستدامة يجب الترابط والاندماج بين ثلاثة محاور اساسية والمتمثلة في  
-المحور الاقتصادي.- المحور الاجتماعي- المحور البيئي

#### ا- البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة:

نقصد به النظام الاقتصادي المستدام والذي يسمح بإنتاج السلع والخدمات لإشباع الحاجات الإنسانية، وتحقيق الرفاهية بشكل مستمر ودائم دون الاضرار بالبيئة. وهذا بتغيير انماط الانتاج الحالية وكذلك الاستهلاك المعتمد على الموارد الطبيعية بطريقة غير مقبولة عن طريق هدر الموارد الطبيعية، والبحث عن اساليب جديدة وفعالة لتحقيق استدامة التنمية الاقتصادية وتلبية الحاجات الاقتصادية دون اضرار بالبيئة والحد من التلوث.

#### ب- البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة:

نقصد باستدامة التنمية اجتماعيا تحقيق العدالة في توزيع الثروة بين افراد المجتمع وايصال جميع الخدمات الضرورية الى جميع الفئات والقضاء على جميع الفوارق بين سكان المدن والارياف، والمساهمة في تحقيق التنوع الاجتماعي، واتاحة المشاركة في المشاورة للجميع.

#### ج- البعد البيئي للتنمية المستدامة:

تقرض التنمية المستدامة ضرورة المحافظة على قاعدة ثابتة من الموارد الطبيعية، باتباع انماط انتاج واستغلالها بطرق عقلانية، لتجنب استنزاف الطاقات المتجددة، وتحقيق التنوع الحيوي، ونقاء الهواء، وخصوبة التربة، والمحافظة على التنوع البيولوجي.

#### 5- مؤشرات تحقيق التنمية المستدامة: يجب تحقيق المؤشرات التالية<sup>8</sup>

تتم صياغة المؤشرات الموالية من طرف لجنة الامم المتحدة لتحقيق التنمية المستدامة فيما يعرف بتوصيات الاجندة وهي مؤشرات تغطي الابعاد السابقة وهي:

#### ا- المؤشرات الاقتصادية للتنمية المستدامة:

لا تعد المؤشرات السابقة كمتوسط الدخل الفردي والوطني الخام كافية رغم الحاجة لها، لكن هذا التصور يخلق جدل كبير فيما يخص الخلل الذي يحدثه في توزيع الثروة، وانعدام العدالة في ذلك وهو ما يحرم الاجيال القادمة من الاستفادة من ثروات البلاد ومن المنطلق السالف الذكر يجب تغيير انماط الانتاج والاستهلاك من اجل تحقيق رفاهية للجيل الحالي وعدم استنزاف حق الجيل المستقبلي لتتال حقها من الثروة وبقاء البيئة نظيفة وصالحة لأكبر مدة زمنية ممكنة.

مما سبق ولتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة يجب الاعتماد على المؤشرات التالية:

-معدل استخدام الموارد الطبيعية في الانتاج كلما كان اقل فهو أحسن.

-معدل استهلاك الفرد من الطاقة سنويا.

-كمية النفايات الصناعية والمنزلية ومعالجتها.

### ب- المؤشرات الاجتماعية للتنمية:

هي مؤشرات تركز على الجانب الاجتماعي لكل بلد اي المساواة الاجتماعية والعدالة في توزيع الثروة، والمساهمة والمشاركة في اتخاذ القرار، وتساوي الفرص في الحصول على الخدمات.

### ج- المؤشرات البيئية للتنمية المستدامة: تتمثل اساسا في

-معدل التلوث البيئي المسموح به (الهواء، الماء، الطبيعة).

-معدل الصناعات الملوثة بالنظر الى القطاع الصناعي ككل.

-التأثير البيئي على حياة الفرد.

### 6- واقع وأفاق التنمية المستدامة في الجزائر

#### أ - تحديات التنمية المستدامة في الجزائر

ان تحقيق التوازن بين الالتزامات البيئية ومتطلبات التنمية المستدامة معادلة صعبة التحقيق ولكن ليست مستحيلة، ولعل الدولة الجزائرية قد أدركت تلك الحقيقة من خلال الإدارة والتسيير العقلاني للموارد في سبيل تحسين الأحوال المعيشية، الاقتصادية والاجتماعية للمواطن،

في دراسة حديثة تعود إلى سنة 2012، أجراها مركزي للسياسات والقوانين البيئية التابع لجامعة يال الأمريكية والخاص بمؤشر الفعالية البيئية في الوسط الصناعي والتي مست 132 دولة، تحتل الجزائر المركز<sup>9</sup> 86 حول الوضع البيئي للقطاع الصناعي في الجزائر، وفي دراسة أخرى أجراها مركز للتعاون الألماني سنة 2007 GTZ تبين أن " الخسائر الإيكولوجية التي يتسبب فيها هذا القطاع تتراوح بين 850 و 950 مليون دولار أمريكي، أي ما يعادل % 1,8 إلى % 2 من الناتج المحلي الداخلي للجزائر<sup>10</sup>." ويسود هذا الوضع السلبي بالرغم من كل ما تبذله السلطات العمومية في الجزائر من مجهودات في مجال البيئية. على المستوى المؤسسي السياسي والتشريعي:

- وضع الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة: والتي سميت بالخطة الوطنية من أجل البيئة والتنمية المستدامة الذي قامت بإعداده وزارة تهيئة الإقليم والبيئة سنة 2002 على

- الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة التي تمتد من الفترة ما بين 2001 و 2011. وتشتمل الأدوات التي تم وضعها في إطار إدماج البيئة ضمن انشغالات التسيير على مستوى المؤسسات الاقتصادية في الجزائر ما يلي:
- القيام بدراسة من خلالها تم تحليلاً لأثر البيئي للنشاطات الممارسة من طرف العديد من المؤسسات الاقتصادية
  - القيام بالتدقيق البيئي بعض المؤسسات الاقتصادية
  - مرافقة المؤسسات الاقتصادية فيوضع أنظمة للإدارة البيئية المطابقة للمواصفات القياسية الإيزو 14001
  - إصدار القوانين والتشريعات البيئية: إن أهم القوانين والتشريعات التي أصدرتها الدولة لحماية البيئة هي كالتالي:
  - إدماج الرسمال ايكولوجي) الجباية البيئية (منذ سنة 2005 انطلاقا من مبدأ على من يلوث البيئة أن يدفع الثمن و الهدف من ورائه هو حث المؤسسات الصناعية على انتهاج تصرفات أكثر حماية للبيئة .في هذا الصدد تم إدخال الرسم البيئي في قانون المالية لسنة 2005 وصدرت في نفس السنة تعليمية وزارية توضح كيفية تطبيق الرسم .حدد مبلغ الرسم ب 10.500 دج .عن كل طن إذا كان الملوث يمارس نشاطا صناعيا كما تم صياغة جملة من القوانين منذ سنة 2001 وأهمها:
  - القانون 01-19 المؤرخيوم 12 ديسمبر 2001 المتعلق بتسيير و مراقبة والتخلص عن الفضلات،
  - القانون 01-20 المؤرخيوم 12 ديسمبر 2001 المتعلق بالتهيئة العمرانية في إطار التنمية المستدامة،
  - القانون 03-10 المؤرخيوم 19 جويلية 2004 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة،
  - القانون 04-09 المؤرخيوم 14 أوت 2004 المتعلق بترقية الطاقات المتجددة في إطار التنمية المستدامة،
  - القانون 04-20 المؤرخيوم 25 ديسمبر 2004 المتعلق بالوقاية من الأخطار الكبيرة وتسيير الكوارث في إطار التنمية المستدامة.
  - الآليات التمويلية:

تم وضع مجموعة من الآليات التمويلية التي من شأنها أن تحت المؤسسات الاقتصادية على القيام باستثمارات صديقة للبيئة. أهم هذه الصناديق هي صندوق تحسين التنافسية الصناعية الذي تشرف عليه وزارة الصناعة والصندوق الوطني للبيئة ومحاربة التلوث والذي تشرف عليه وزارة البيئة تهيئة الإقليم والذي يهتم بتهيئة المؤسسات الصناعية لتطبيق أنظمة الإدارة البيئية:

يتولى صندوق تحسين التنافسية الصناعية تمويل برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة و من بينها -

البرنامج الوطني للتقييس يقع هذا البرنامج تحت وصاية وزارة الصناعة. ويعنى بتطوير تطبيق المواصفات القياسية العالمية وحث المؤسسات الاقتصادية بقطاعها العمومي والخاص على تطبيقها. يقدم هذا البرنامج المساعدات المالية للمؤسسات الاقتصادية الراغبة في الحصول على شهادات المطابقة للمواصفات القياسية العالمية أهمها الإيزو ففي إطار 9001 والأيزو 14001 والأيزو 22000 والشهادة الخاصة بالصحة والسلامة المهنية 18001

الصندوق الوطني لتحسين التنافسية الصناعية، تم إدراج الحصول على شهادة إيزو 14001 إصدار 2004 ضمن برنامج التأهيل. فكلما تتخذه المؤسسة من إجراءات بغرض الحصول على هذه الشهادة يعتبر من ضمن عمليات التأهيل ويتحمل الصندوق تمويل العملية في حدود ما تقتضيها إجراءات المعمول بها و المتمثلة في تحمل الدولة لنسبة % 80 من تكاليف وضع نظام إدارة بيئية مطابق للمواصفات القياسية إيزو 14001:2004 وكذلك تكاليف الحصول على الشهادة على أن تتحمل المؤسسة ما نسبته %20 المتبقية. للإشارة تم اعتماد هذا الأسلوب الجديد في التمويل بدءا من سنة 2011 بعد تم ملاحظة عزوف الكثير من المؤسسات الاقتصادية على مثل هذا البرنامج، حيث كانت النسب المعمول بها سابقا هي % 50 على عاتق الدولة و % 50 على عاتق المؤسسة الاقتصادية.

تدعم الاستراتيجية الوطنية المذكورة أعلاه بإنشاء الصندوق الوطني للبيئة و مكافحة التلوث و الذي تم إقرار ميزانيته في قانون المالية التكميلي لسنة 2001 ويهدف هذا الصندوق إلى تقديم مساعدات مالية للمؤسسات الصناعية التي تسعى في جهودها إلى القضاء على مصادر التلوث أو التحكم فيها من خلال إنشاء وحدات لتجميع النفايات و معالجتها . ويحصل هذا البرنامج على تمويله من مصدرين، الأول تتمثل في دعم من خزينة الدولة و

تقدر بثلاثة مليارات دينار جزائري من خزينة الدولة في إطار برنامج الإنعاش الاقتصادي وثاني متأتي من إيرادات الرسم الإيكولوجي الذي أقره المجلس الوطني الشعبي في قانون المالية لسنة 2002 كما يمول هذا الصندوق برامج أهمها برنامج عقود الفعالية البيئية الذي تشرف على إدارته وزارة البيئة وهيئة الإقليم. ومما يشمل هذا البرنامج أن المؤسسات الاقتصادية المنخرطة فيه طوعية بتطبيق واحترام كل القوانين التي تسمح بحماية البيئة حيث تحدد إدارة المؤسسة اقتصادية بشكل طوعي التزاماتها البيئية والتي قد تكون تحديد الإجراءات وتطبيقها المتعلقة بالحد من التلوث وتطوير تلك الإجراءات ورد الاعتبار للأراضي التي أصابها التلوث بفعل النشاط الممارس من طرف المؤسسة وإدارة النفايات الصلبة. ويشمل العقد التزامات للطرفين، الوزارة و المؤسسة الاقتصادية. فمن ضمن التزامات الوزارة تقديم الدعم للمؤسسة في صياغة أهدافها الاستراتيجية التي تساعد في تحقيق الإنتاج النظيف والخطط التي تسمح بتحقيق هذه الأهداف خاصة منها ذات البعد البيئي. ومن جانبها تلتزم المؤسسة بتنفيذ كل البرامج التي تديرها الوزارة وأهمها وضع أنظمة للإدارة البيئية و وضع إجراءات للرقابة على إدارة النفايات ومكافحة التلوث وصياغة ميثاق البيئة للمؤسسة وإنشاء منصب مندوب البيئة على مستوى كل مؤسسة اقتصادية.

#### - الاستعانة ببرامج الدعم الفني الأجنبية:

تطبيق البرنامج التأهيل البيئي الذي نفذته الجزائر تحت إشراف وزارة البيئة وهيئة الإقليم، فقد تم الاستعانة بجملة من الخبرات الأجنبية في المجال البيئي وذلك بإجراء دراسات تقنية تدخل ضمن جملة الاتفاقيات الثنائية هدفها الاستفادة من الخبرات التقنية لبعض الهيئات الدولية المختصة ومن بينها. في هذا الصدد استفادت بعض المؤسسات الاقتصادية من الخبرات التقنية التالية:

ECOSYS :برنامج إيكوسيس والتي يهدف إلى مايلي :

- التعرف على الفوائد الاقتصادية للقطاعات الصناعية عند انتهاجه السياسات حماية البيئة.
- التعرف على مدى التأثير السلبي للقطاع الصناعي على البيئة الطبيعية للبلاد
- اقتراح الامتيازات والحوافز الاقتصادية التي يمكن تطبيقها بها من أجل التحكم في الآثار السلبية للقطاع على البيئة.

بالتقييم الاقتصادي للأثار البيئية للقطاع الصناعي بالربط بين المستوى الجزئي المتمثل في مؤسسة وتقوم دراسة اقتصادية والمستوى الكلي المتمثل في الدولة، هذا الربط يسمى بالمستوى القطاعي

GTZ. برنامج مراقبة التلوث البيئي والذي يتولى تنفيذه وتمويله مشروع التعاون التقني الجزائري الألماني جتر

:الذي ينشط كثيرا في مجال التنمية المستدامة في الجزائر يتولى، إضافة إلى هذا البرنامج، تمويل جملة من المشاريع الأخرى و أهمها

-مشروع كونفورم : 1997من خلال هذا المشروع تم تكوين جملة من الخبراء الجزائريين في مجال الإدارة البيئية وفي وضع المواصفة القياسية إيزو 14001 والتدقيق البيئي.

-مشروع الإدارة البيئية المربحة والذي يهدف إلى تحقيق ما يلي:

تحقيق الفعالية الاقتصادية من خلال التقليل في التكاليف تخفيض الأثر البيئي من خلال التقليل من النفايات والمياه المستعملة والهواء المنبعث وكل المخلفات الأخرى توفير التنظيم المناسب الذي يسمح بإحداث التغيير في التسيير .

#### برنامج دلنا:

هي منظمة تعتبر جزءا من خطة عمل لنشاط مركز الأعمال المستدامة، هذه المنظمة تنشط مع المؤسسات من أجل حثها على الاهتمام بالإدارة البيئية بغرض تحسين فعاليتها الاقتصادية و التقليل من الآثار السلبية للنشاط الذي تمارسه على البيئة .  
لقد استفادت بعض المؤسسات الاقتصادية في الجزائر من الدعم التقني لهذا البرنامج ومن أهم ما تم الاستفادة منه وضع لوحات قيادة الأداء البيئي والتدريب على كيفية إجراء التشخيص البيئي الذاتي.

#### الخاتمة:

إن صدور المواصفات القياسية البيئية (إيزو 14001 ) من شأنها تعزيز و تدعيم تطبيق نظم الإدارة البيئية بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية، فالدولة الجزائرية وبالرغم من الجهود المبذولة في مجال مراقبة وحث القطاع الاقتصادي على الاعتناء بالبعد البيئي، إلا أن النتائج المتواصل إليها تبقى بعيدة عن التوقعات. فغياب ثقافة المسؤولية البيئية في أذهان القائمين على إدارة مؤسسات القطاع الاقتصادي كرس هذا الفشل، فالوضع يتطلب اتخاذ جملة من التدابير لتحسيس هذه الفئة بالبعد البيئي في التسيير بواسطة تطبيق أنظمة الإدارة

البيئية، وكذلك تبني فلسفة التسويق الأخضر الذي اخذ حيزا واهتماما كبير من خلال السنوات الأخيرة من قبل المؤسسات و الدول و الجمعيات على حد سواء لما له من علاقة وتأثير على المستهلك لإنتاج أكثر نظافة، بعيد عن الأضرار البيئية والمخلفات الضارة، لذا على المؤسسات الاهتمام الجدي بإنتاج و تسويق منتجات خضراء خالية من الأضرار البيئية وعدم إضرارها بالمستهلك بشكل دائم، كما يجب التخلي عن الأساليب التقليدية في الإنتاج ، وعصرنتها لإنتاج منتجات خضراء تكون أسعارها مناسبة للمستهلك الفرد، والعمل على تطوير المعرفة الفنية لدى العمال لمواجهة التطورات التكنولوجية الحديثة من اجل تعزيز قدرات المؤسسة التنافسية.

كل هذه الإجراءات لتحقيق ائزان العلاقة بين البيئة و التنمية تحت مصطلح التنمية المستدامة لتلبية حاجات الحاضر دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة في تلبية حاجاتهم مع الأخذ في عين الاعتبار محدودية الموارد البيئية الطبيعية وحدود قدرة الأرض على تحمل إجهاد الاستنزاف من ناحية و التلوث و التدهور من الناحية الأخرى.

### الهوامش:

<sup>1</sup> ثامر البكري-احمد نزار النوري، التسويق الاخضر، دار اليازوري، عمان-الأردن، 2009،ص44.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص45.

<sup>3</sup> ثامر البكري-احمد نزار النوري، مرجع سبق ذكره، ص45.

<sup>4</sup> نفس المرجع، ص46.

<sup>5</sup> عماري عمار، اشكالية التنمية المستدامة و ابعادها، المؤتمر العلمي الدولي للتنمية المستدامة و الكفاءة

الاستخدامية للموارد المتاحة، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 7-8 افريل 2008، ص4.

<sup>6</sup> عثمان محمد غنيم، ماجدة أبو زنت - التنمية المستدامة ،فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها-دار

الصفاء، الطبعة الأولى، عمان-الأردن .2007،ص - ص29-30

<sup>7</sup> عامر عيساني ، الاهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة ، حالة الجزائر، اطروحة دكتوراه، جامعة الحاج

لخضر، باتنة، الجزائر، 2009-2010، ص47-49

<sup>8</sup> عامر عيساني ، الاهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة ، حالة الجزائر، اطروحة دكتوراه، جامعة الحاج

لخضر، باتنة، الجزائر، 2009-2010، ص50-51.

<sup>9</sup>Yale center for environmental law and policy, Yale University, Environmental performance

index and pilot trend environmental performance index, 2012, p. 10 نقلا عن

-عبد الرحمن العايب- الشريف بقة، قراءة في دور الدولة والاداء عملتحسينا الأداء البيئيالمستدامللمؤسساتالاقتصادية

ص87-حالةالجزائر

---

<sup>10</sup>Dirck SCHEER & Kerstin BARK, innovations écologiques : expériences à l'échelle européenne – défis maghrébins, étude de synthèse : la mise à niveau environnementale. Etat des lieux et opportunités, expertise sur l'ordre de la Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH (Gemeinnützig), 2007, p. نقلا عن المرجع السابق، ص 87.