



مجلة الاستراتيجية والتنمية

مجلة علمية دولية محكمة
متخصصة في الميدان الاقتصادي
تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



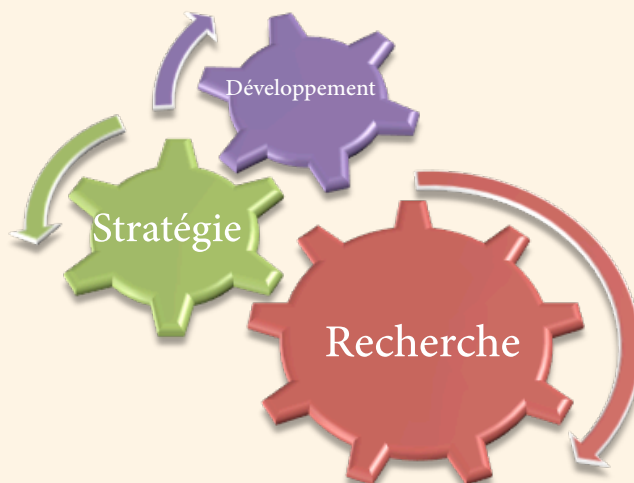


UNIVERSITÉ
ABDELHAMID BEN BADIS
MOSTAGANEM

Revue
Stratégie et Développement



Revue Scientifique Internationale Approuvée
Spécialisée dans le domaine économique
éditée par la Faculté des sciences économiques,
commerciales et des sciences de gestion



- الرئيس الشرفي للمجلة: أ.د. أحمد محمد صالح الدين صديقي- مدير جامعة مستغانم
- مدير ورئيس تحرير المجلة: د. العجال عدالة
- مدير مساعد ومستشار قانوني: د. جيلالي بوشرف
- أعضاء هيئة التحرير: د. فاطمة الزهراء زرواط
- أ. أحمد بلقاسم
- أ. عبد الله بوقصة
- أ. محمد عبد الرزاق بوطغان
- أ. الحبيب سعيد قوار
- أ. يوسف مبابي
- المكلف باللوجستيك: السيد عباسة أحمد- الأمين العام للكلية
- خلية الإعلام والاتصال: أ. بلال دقيوس
- خلية الإعلام الآلي: السيد نبيل عليوات
- السيد محمد بلبية

لجنة القراء:

- أ.د. مسيكة بعداش (جامعة الجزائر)
- د. عبد القادر عدالة (جامعة معسكر)
- د. الحاج بن زيدان
- د. خالد عبد الوهاب البنداري (جامعة مصر)
- د. محمد محمود ولد محمد عيسى (جامعة مستغانم)
- د. محمد رضاني (جامعة مستغانم)

اللجنة العلمية:

- د. عبد القادر براينيس (جامعة مستغانم) - عميد الكلية
- أ.د. ألبار لورد - رئيس جامعة سانغور أليكسوندري
- أ.د. عبد القادر بابا (جامعة مستغانم) الجزائر
- أ.د. مصطفى بلقاسم (جامعة تلمسان) الجزائر
- أ.د. محمد بن بوزيان (جامعة تلمسان) الجزائر
- أ.د. عبد السلام بندي عبدالله (ح تلمسان)- عميد كلية
- أ.د. عبد الرزاق بن حبيب (جامعة تلمسان) الجزائر
- أ.د. عبد القادر حفلاط (جامعة ليل) فرنسا
- أ.د. سعدية قصاب (جامعة دالي ابراهيم) الجزائر
- أ.د. عبد العزيز سالم (جامعة وهران) الجزائر
- أ.د. عاطف جابر طه عبد الرحيم (جامعة مصر) مصر
- أ.د. رشيد يوسفني (جامعة مستغانم) الجزائر
- أ.د. بلقاسم زايري (جامعة وهران) الجزائر
- أ.د. دليلة زناكي (جامعة وهران) الجزائر
- د. بشير بكار (جامعة مستغانم) الجزائر
- د. معمر بلخير (جامعة وهران) الجزائر
- د. كمال بوصافي (المدرسة العليا للتجارة) الجزائر
- د. نور الدين شريف الطويل (جامعة مستغانم) الجزائر
- د. بلقاسم دواح (جامعة مستغانم) الجزائر
- د. محمد العيد (جامعة مستغانم) الجزائر
- د. بوحفص حاكمي (جامعة وهران) الجزائر
- د. محمد التليلي حامدي (جامعة المنستير) تونس
- د. عبد الله حمود سراج (جامعة حضرموت) اليمن
- د. عبد المجيد سعدي (جامعة قرنوبل) فرنسا
- د. مليكة صديقي (جامعة دالي ابراهيم) الجزائر

مجلة الاستراتيجية والتنمية

مجلة علمية دولية محكمة متخصصة في الميدان الاقتصادي

تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير - جامعة مستغانم



التقديم الدولي: 2170-0982

رقم الإيداع القانوني: 2011-4793



مقاييس النشر

تصدر مجلة " الاستراتيجية والتنمية " عن كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير - جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم. يتعلق الأمر بمجلة علمية دولية محكمة تهتم بالميدان الاقتصادي. تفتح فضاء لجميع أصحاب القدرات العلمية في الجزائر وخارجها بالمساهمة بأحد المواضيع المتعلقة بالاقتصاد ومستجداته، لا سيما في الجزائر، في الدول العربية وعلى المستوى الدولي.

تخضع البحوث العلمية التي ترد إلى المجلة لشروط نشر يتعين على الباحثين الالتزام بها، وهي كالاتي:

- كتابة اللقب والاسم والعنوان مرفق برقم الهاتف أو الفاكس والبريد الإلكتروني على ورقة مستقلة عن البحث؛
- أن ترسل البحوث في نسخة واحدة مكتوبة بالوارد (Word) إضافة إلى قرص مضغوط أو عن طريق البريد الإلكتروني للمجلة.
- لا تقبل إلا البحوث التي لم يسبق نشرها؛
- أن يشمل البحث على ملخصين لا يتجاوز كل منهما نصف صفحة أحدهما باللغة العربية والآخر بإحدى اللغتين الأجنبية (الفرنسية أو الإنجليزية). كما يتضمن الملخص الهدف من البحث والنتائج المتوصل إليها؛
- ألا يتجاوز البحث 30 صفحة وألا يقل عن 15 صفحة إتباعا للمقاييس التالية:
 - البحث المنجز باللغة العربية محررا بخط (Traditional Arabic) حجم 14 بالنسبة للنص وحجم 12 بالنسبة للأرقام في العرض؛
 - البحث المنجز باللغة الأجنبية مكتوبا بالوارد وبخط (T. New Roman) بحجم 12؛
 - الهوامش بالسنتيمتر: علوي/ سفلي: 1,5، يمين/ يسار: 1,5 ؛ بين الأسطر: 1,0 ؛
 - حجم الورقة: عرض: 17 / طول: 24.
- يجب احترام المقاييس الأكاديمية والشروط الشكلية في إعداد المقالة، وراعى في ذلك خاصة:

- مقدمة البحث: تحديد أهداف البحث ومنهجيته؛
- كتابة الهوامش أو توماتيكيا في أسفل الصفحة؛
- ترقيم الأشكال والجداول والرسومات ترقيما متسلسلا ولكل على حدة؛
- أن ينتهي البحث بخاتمة تتضمن النتائج، مع إدراج قائمة المراجع في آخر البحث مرتبة حسب الحروف الأبجدية؛
- إذا كان المرجع كتابا يدون الاسم الكامل للمؤلف(ة)، عنوان الكتاب بخط مغاير (مكان النشر: الناشر، سنة النشر)، الصفحة.
- تخضع البحوث للتحكيم من طرف هيئة علمية لقبول أو رفض نشرها أو القيام ببعض التعديلات اللازمة؛
- البحوث التي ترسل إلى المجلة لا ترد إلى أصحابها نشرت أم لا؛
- تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، وإعادة نشر موضوع الباحث يتطلب موافقة كتابية من المجلة؛
- المقالات التي يتم نشرها في المجلة، تعرض على مستوى موقع المجلة وهي قابلة للتحميل؛
- لا يمكن نشر مقال ثاني إلا بمضي ثلاث سنوات بعد نشر الأول؛
- المفاهيم والآراء المعبر عنها في المقالات لا تلزم إلا أصحابها.

المراسلة والاهتمام:

مجلة الاستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية - موقع خروبة - جامعة مستغانم

ولاية مستغانم 27000 ، الجزائر

فاكس: 00213 45 421140 / البريد الإلكتروني: strg.dev@gmail.com

الموقع الإلكتروني: www.rsd-dz.net

مجلة الاستراتيجية والتنمية

مجلة علمية دولية محكمة متخصصة في الميدان الاقتصادي



التقييم الدولي: 2170-0982



رقم الإيداع القانوني: 2011-4793

العدد الرابع - جانفي 2013

الفهرس

الصفحة	صاحب المقال	العنوان
05		كلمة العدد للدكتور عبد القادر براينيس/ عميد كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير - جامعة مستغانم
08	د. عاطف جابر طه عبد الرحيم (مصر)	تحليل درجة استجابة المديرين للتوافق مع المشكلات التنظيمية باستخدام النموذج اللوغارتمي الخطي لجدول التوافق ذات الفئات المرتبة (بال تطبيق علي قطاعي البنوك والبترول)
39	أ. مزيان التاج (م. ج. عين تموشنت-الجزائر) أ. درويش عمار (جامعة مستغانم-الجزائر)	التسيير الإستراتيجي للموارد البشرية باستخدام لوحة القيادة دراسة حالة مؤسسة إنتاج الإسمنت - بني صاف
59	د. بوروبة محمد الحاج (جامعة مستغانم-الجزائر) أ. بن لحسن الهواري (جامعة وهران-الجزائر)	التنمية المستدامة والقضاء على الفقر وجهين للاقتصاد الأخضر
78	د. لحر عباس (جامعة مستغانم-الجزائر)	الفجوة الرقمية ومقومات الاندماج في الاقتصاد الجديد
107	أ. حواس أمين (جامعة تيارت-الجزائر)	المعجزات الآسيوية: بعض الدروس للبلدان النامية الأخرى
133	أ. بوضلاح محمد عبد اللطيف (جامعة سعيدة-الجزائر) أ. بوجرفة بن ناصر (جامعة معسكر-الجزائر)	نحو تفعيل دور إدارة التغيير بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية
153	د. عدالة عبد القادر (جامعة معسكر-الجزائر)	الشغل بين نظرية ابن خلدون والفكر المعاصر (بحث في الفلسفة الاقتصادية)
173	د. العيد محمد (جامعة مستغانم-الجزائر)	الصناعة السياحية ودورها في التنمية المستدامة
202	أ. شوقي جباري (جامعة أم البواقي-الجزائر) أ. محمد محجوب الحداد (جامعة مصراتة-ليبيا)	مساهمة الاستثمار الأجنبي المباشر في النمو الاقتصادي لدول شمال إفريقيا دراسة حالة: (تونس ، ليبيا ، مصر)



كلمة العدد

تسويق الخدمات والخدمات العمومية وأثر خصائص الخدمات على سياسات التسويق تشكل موضوع هذه المقدمة لمجلة الاستراتيجية والتنمية. فكل يوم تظهر خدمات وتتطور أخرى، وكلها تحتاج إلى متطلبات الانسجام، الانفتاح والمرونة، وبالتالي إلى تسويق فعال للخدمات.

ولقد كان لأهمية قطاع الخدمات والتطور الملحوظ الذي شهده، أثر كبير في توليد الاهتمام الكبير بتسويق الخدمات والمشاكل المرتبطة به، وأهمها مشكلة تكييف وربط سياسات التسويق مع الخصائص المميزة للخدمات بصفة عامة، وللخدمات العمومية بصفة خاصة، الأمر الذي يميز تسويق الخدمات عن التسويق بصفة عامة. وهنا تجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من النمو الكبير الذي عرفه نشاط الخدمات، والخدمات العمومية في العالم الغربي بسبب إستفادته كثيرا من التطور الذي عرفه التسويق... على الرغم من ذلك، لا يزال قطاع الخدمات في الجزائر وفي غيره من الدول النامية بحاجة للكثير من منافع التسويق.

ولذلك فإن أي دراسة جدية لتسويق الخدمات يجب أن تركز على المحاور التالية:

- الإطار النظري لاقتصاد الخدمات، ويتضمن محاولة لفهم تاريخ الخدمات ومراحل وعوامل تطوره، وأسباب تأخر إدماج وتطبيق التسويق فيه؛
- الإطار النظري لتسويق الخدمات ويتضمن محاولة فهم قطاع الخدمات بصفة عامة وقطاع الخدمات العمومية بصفة خاصة، ثم محاولة فهم تسويق الخدمات، من حيث مراحل إدماجه، ودور وإختلاف وتميز هذا التسويق؛
- العوامل التي تساعد على تطبيق المفهوم التسويقي وكيفية تدعيمها؛
- العوامل التي تعيق تطبيق المفهوم التسويقي، وكيفية التغلب عليها؛
- الأدوات التسويقية اللازمة لوضع الإستراتيجيات، ويتضمن التعرف على خصائص الخدمات، وخصائص الخدمات العمومية، وأثر ذلك على سلوك المستهلكين، وأخيرا خصوصية تسويق الخدمات والخدمات العمومية؛
- عناصر المزيج التسويقي في مجال الخدمات بدءا بدراسة سياسة المنتج الخدمي بالتركيز على خصوصية سياسة منتجات الخدمات، ومشاكل عرضها والأساليب التسويقية لمواجهة هذه المشاكل. ثم تحليل

سياسة تسعير الخدمات وذلك بمعالجة خصوصية السعر في ميدان الخدمات الخاصة ثم في ميدان الخدمات العمومية. ثم تناول سياسة الترويج في مجال الخدمات وذلك بمعالجة خصوصية ترويج الخدمات، وشروط وكيفيات الإشهار والترويج في هذا القطاع الحساس والمهم. وأخيرا إستراتيجية تقديم الخدمات من حيث مفهوم التسليم، وأهدافه، وتحديد مكان وزمان أداء الخدمة، وتحديد منافذ توزيع وتقديم الخدمات، ومشاكل قرارات تقديم تلك الخدمات. ثم التعرض لأهمية وخصوصية بائعي الخدمات وأثرهم على جودة الخدمات. إضافة الى ذلك يتضمن هذا الجزء بالإنجاز باقي العناصر المساعدة للمزيج التسويقي في مجال الخدمات. يتعلق الأمر بثلاثة عناصر مهمة تم استحداثها مؤخرا: الجمهور، والبيئة المادية والعمليات.

وفيما يتعلق بطبيعة وأبعاد، وأهداف، وأهمية مجال تسويق الخدمات فإننا نشير إلى أن التسويق أصبح في السنوات الأخيرة مجالا ذا أهمية متزايدة في إدارة مؤسسات الخدمات. فالمبادئ والمفاهيم التي لها أثر فعال في النشاط التسويقي للمؤسسات التجارية التي تهدف إلى الربح، أصبحت ملائمة وبشكل متزايد مع النشاط التسويقي لمؤسسات الخدمات.

فمؤسسات الخدمات لا تعتبر استثناء عن تلك المؤسسات، فهي تحتاج إلى معرفة وتفهم أسواقها وجمهورها، والبيئة التي تعمل فيها... وغيرها لتمكينها من توجيه إمكاناتها المتاحة لتحقيق أهدافها. إضافة الى أن هذه المؤسسات الخدمية تواجه الكثير من المشاكل، التي تصحح في غالب الأحيان -عند غياب التسويق- عائقا أمام إنجاز مهامها. ومن هذه المشاكل:

- تحديد طبيعة المستعملين الحاليين والمرتقبين الذين تقدم لهم الخدمات، دراسة وتوضيح سلوكياتهم وإحتياجاتهم، ورغباتهم، وإتجاهاتهم وعاداتهم. وكيفية تحديد حجمهم وتوزيعهم وكمية طلباتهم؛
- كيفية إعداد وتصميم المنتجات بشكل يتلائم مع حاجات ورغبات المستفيدين، وإعداد وتحديد أسعار تتناسب (في آن واحد) مع القدرات الشرائية للمستعملين ومع أهداف المؤسسة، وإستخدام برامج فعالة ومتطورة للاتصالات والترويج للتأثير على المستعملين، وإعداد برامج أخرى للتوزيع تهدف إلى تيسير الإستفادة من خدماتها، وإعداد طرق للتحكم في تسيير الموظفين للإتصال (بائعي الخدمات) وتكوينهم تكويننا تقنيا وتجاريا يتناسب مع حاجات ورغبات المستفيدين، وإعداد النظم اللازمة لدراسة ردود الفعل عند المستفيدين لقياس مدى رضاهم.

لكن تطبيق المفاهيم والأساليب التسويقية في مؤسسات الخدمات يتطلب توفير عدد من المتغيرات منها:

- إدراك خصوصية قطاع الخدمات بصفة عامة، وقطاع الخدمات العمومية بصفة خاصة، وفهم خصائصها التي تميزها عن السلع المادية؛

- فهم خصوصية سلوك مستعملي الخدمات والخدمات العمومية المتأثر بالخصائص المميزة للخدمات والخدمات العمومية؛
- إعادة تكييف السياسات التسويقية (عناصر المزيج التسويقي) كسياسة المنتج، السعر، الترويج، والتوزيع للمؤسسات التجارية لتلائم مع طبيعة وخصائص مؤسسات الخدمات العمومية وخصوصية سلوك مستعملها؛
- محاولة تدعيم وتوفير العوامل التي تساعد على تطبيق المفهوم التسويقي بمؤسسات الخدمات والخدمات العمومية، والتغلب على العوامل التي تعيق ذلك.

وتعد دراسة التسويق في قطاع الخدمات من الدراسات الهامة وذلك بالنظر للعديد من الاعتبارات منها أن القطاع الذي تتناوله الدراسة يعد من القطاعات الاقتصادية الهامة في جميع دول العالم بما فيها الجزائر. إضافة إلى أن هذا الموضوع - أي تسويق الخدمات - لم يتناوله الكثير من الباحثين من قبل بالدراسة والبحث وخاصة في الجزائر، حيث لم يسبق القيام بدراسات شاملة حول هذا الموضوع - في حدود علمنا -، على الرغم من الأهمية التي تحتلها هذه المؤسسات الخدمية بين أفراد المجتمع، إضافة إلى ما يعكسه ذلك من تأثير على الإقتصاد الوطني. ثم أن التسويق لم يحظ بإهتمام مؤسسات الخدمات في العديد من الأقطار النامية ومنها الجزائر، على الرغم مما تواجهه تلك المؤسسات من مشاكل تسويقية متعددة، تتعلق بمخدراتها وزبائنها مما يشكل عائقا أمام أداء نشاطاتها. وعليه فالأخذ بتلك المفاهيم والأساليب من شأنه إيجاد الحلول المناسبة لتلك المشاكل، والتحسين في الأداء وفي الخدمات، الأمر الذي يترتب عليه أن يحظى التسويق بالاهتمام المتزايد من قبل تلك المنظمات. وأخيرا فإن حاجة طلبة الجامعة والأساتذة والباحثين إلى الإحاطة بهذا الموضوع المهم في الإقتصاد لما له من تأثير مهم على التنمية في كل المجتمعات، يعد من الدوافع والمبررات لزيادة الاهتمام بهذه الدراسات في مجال تسويق الخدمات والخدمات العمومية.

أخيرا، نرجو أن يحقق هذا الموضوع حظه من الاهتمام والدراسة والعناية اللازمة بغية تحقيق الأهداف المسطرة والغايات المرجوة من هذه الدراسة، والله المعين. وفقنا الله جميعا لخدمة العلم والمعرفة.

بقلم الدكتور براينيس عبد القادر

عميد كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير بجامعة مستغانم

Président d'honneur: Pr. M'hammed Med Saleh Eddine SEDDIKI -
Recteur de l'Université de Mostaganem

Directeur et Rédacteur en Chef: Dr. Laadjal ADALA

Directeur Adjoint et Conseiller juridique: Dr. Djilali BOUCHERF

Comité de rédaction: Dr. Fatima Zohra ZEROUAT
Mr. M'hammed BELGACEM
Mr. Abdellah BOUGUessa - Univ. Chlef
Mr. Mohammed Abderrezak BOUTAGHANE
Mr. El Habib Said GAOUAR
Mr. Youcef MEBANI

Responsable de la logistique : Mr. Ahmed ABBASSA - S.G de la Faculté

Cellule d'information et des Relations : Mr. Bilal DAKIOUS

Cellule d'informatique : Mr. Nabil ALIOUAT
Mr. Mohamed BELBIA

Comité de lecture: Pr. Massika BAADACHE - Univ. d'Alger
Dr. Abdelkader ADALA - Univ. Mascara
Dr. El hadj BENZIDANE
Dr. Khaled Abdelouaheb ELBANDARI - Univ. le Caire- Egypte
Dr. Med Mahmoud O. MED AISSA - Univ. Mostaganem
Dr. Mohamed RAMDANI - Univ. Mostaganem

Comité Scientifique:

Dr. Abdelkader BRAINIS – Université de Mostaganem - Doyen de la Faculté
Pr. Albert LOURDE – Recteur de l'université SENGHOR Alexandrie
Pr. Abdelkader BABA - Univ. de Mostaganem- Algérie
Pr. Mustapha BELMOKADEM - Univ. de Tlemcen- Algérie
Pr. Mohammed BENBOUZIANE - Univ. de Tlemcen- Algérie
Pr. Abdeslam BENDIABDELLAH (Doyen) - Univ. de Tlemcen - Algérie
Pr. Abdelrazak BENHABIB - Univ. de Tlemcen- Algérie
Pr. Abdelkader DJAFLAT - Univ. de Lille- France
Pr. Sadia KASSAB - Univ. Dali Brahim- Algérie
Pr. Abdelaziz SALEM - Univ. d'Oran- Algérie
Pr. Atef gaber TAHA ABDERAHIM - Univ. le Caire- Egypte
Pr. Rachid YUCEFI - Univ. de Mostaganem- Algérie
Pr. Belgacem ZAIRI - Univ. d'Oran- Algérie
Pr. Dalila ZENNAKI - Univ. d'Oran- Algérie
Dr. Bachir BEKKAR -Univ. de Mostaganem- Algérie
Dr. Maamar BELKHEIR - Univ. d'Oran- Algérie
Dr. Kamel BOUSAFI - Univ. d'Alger- Algérie
Dr. Nour Eddine CHERIF TOUIL - Univ. de Mostaganem- Algérie
Dr. Belkacem DOUAH - Univ. de Mostaganem- Algérie
Dr. Mohammed LAID (Univ. de Mostaganem) Algérie
Dr. Mohammed El Telili HAMEDDI - Univ. El Manestir- Tunisie
Dr. Abdellah HAMOUD SERRADJ - Univ. Hadramout- Yemen
Dr. Abdelmadjid SAIDI - Univ. de Grenoble- France
Dr. Malika SEDDIKI - Univ. Dali Brahim- Algérie



REVUE STRATEGIE ET DEVELOPPEMENT

*Revue Scientifique Internationale Approuvée
Spécialisée dans le domaine économique*



Editée par la Faculté des Sciences Economiques, Commerciales
et des sciences de Gestion –Université de Mostaganem

ISSN: 2170-0982 - ISBN: 2011-4793

CRITERES DE PUBLICATION

La revue « Stratégie et Développement » est éditée par la faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion –Université Abdelhamid BEN BADIS -Mostaganem. Il s'agit d'une revue scientifique internationale approuvée qui s'intéresse au domaine économique. Elle ouvre un espace à toutes les potentialités en matière scientifique en Algérie et à l'extérieur de par la contribution dans l'un des thèmes relatifs à l'économie et à ses mutations, en Algérie notamment, dans les pays arabes et au niveau international.

Les articles à finalité recherche scientifique édités par la présente revue sont fondés sur des critères de publication auxquels doivent se conformer les chercheurs, en l'occurrence :

- Mention du nom, prénom et adresse accompagnés du numéro du téléphone ou du fax et de l'email, sur une feuille distincte de l'article ;
- Envoi de l'article en un seul exemplaire au moyen du Word, d'un CD ou de l'email de la revue ;
- Ne sont recevables que les articles qui n'ont pas connu de publication auparavant ;
- L'article doit comporter deux résumés dont le volume ne doit pas dépasser une demi-page pour chaque résumé. L'un rédigé en langue arabe, l'autre en langue française ou en langue anglaise. De même que le résumé doit montrer la finalité de la recherche et ses résultats ;
- Le volume de l'article ne doit pas dépasser 30 pages, et ne pas être en deçà de 15 pages, et ce suivant les critères énumérés ci-dessous :
 - L'article réalisé en langue arabe est rédigé selon les caractères (Traditional Arabic), police 14 pour ce qui est du texte, et police 12 pour les chiffres ;
 - L'article rédigé en langues française ou anglaise est saisi en caractère (Times New Roman), police 12 ;
 - La mise en page : H-B : 1,5 , G-D : 1,5 ; Interligne: 1,0 ;
 - Taille papier : L: 17 , H : 24 .
- Il est impératif de respecter les normes académiques et les critères formels en ce qui est de l'élaboration de l'article, à savoir :

- Présentation de l'article en délimitant ses objectifs et la méthodologie employée ;
 - Mentionner les notes de bas de page de façon automatique ;
 - Numérotter les graphes, les tableaux et les dessins, au moyen d'une numérotation progressive et distincte ;
 - En fin de l'article, il y a lieu de rédiger une conclusion qui relate les résultats de la recherche ;
 - Toujours en fin de l'article, mentionner les sources et références selon le classement alphabétique ;
 - En cas de référence ayant trait à une œuvre sur papier, il y a lieu de mentionner le nom en entier de l'auteur(e), le titre de l'ouvrage en caractères différents (le lieu de publication: l'éditeur, l'année de publication)
- Les articles sont soumis à l'examen par un comité scientifique, et ce, pour l'acceptation ou le refus de leur publication, et à tout le moins procéder à des modifications nécessaires ;
 - Les articles transmis à la revue ne sont pas retournés à leurs auteurs, qu'ils aient été publiés ou pas ;
 - La revue conserve l'ensemble des droits inhérents à la publication. De ce fait, une deuxième publication du même article exigerait une autorisation écrite de la revue;
 - Tout article publié sur la revue, est téléchargeable à partir du site de la revue ;
 - Un deuxième article n'est publiable que trois années après la publication du premier ;
 - Les concepts et les opinions exprimés dans les articles n'engagent que leurs auteurs.

Adresse: Revue Stratégie et Développement, Faculté des Sciences Economiques-
site Kharouba, Université de Mostaganem

– W- Mostaganem 27000 , Algérie

Fax: 00213 45421140 - **E-mail:** strg.devp@gmail.com

Site web: www.rsd-dz.net

REVUE STRATEGIE ET DEVELOPPEMENT

Revue Scientifique Internationale Approuvée Spécialisée
dans le domaine économique



ISBN: 2011-4793

ISSN : 2170-0982



Numéro : 04 - Janvier 2013

SOMMAIRE

Incitations, coûts de transactions et greenwashing : Le renouveau de l'action publique environnementale profite-t-il aux entreprises algériennes ?	Dr. KHELLADI Mohammed Amine Mehdi	(l'EPSECG d'Oran) Algérie	Page 05
Place et rôle du financement off shore dans l'intermédiation financière	Dr. DOUAH Belkacem	(Univ. De Mostaganem) Algérie	Page 26
Les Compétences Clés et L'avantage Concurrentiel : La Qualité du Produit Cas de la Société les Grands Moulins du Dahra Mostaganem	Pr. KERZABI Abdellatif Mme DEBBAHI Yamina	(Univ. de Tlemcen) Algérie	Page 40