Alive PDF Merger: Order full version from www.alivemedia.net to remove this watermark!

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

Université Mohamed Boudiaf - M'SILA
Faculté des Sciences Économiques
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département Sciences de Gestion

العنـــوان:

الميزة التنافسية للسلع البيئية في التجارة دولية دراسة حالة –السوق العربية للسلع البيئية–

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال التجارة الخارجية

من إعداد الطالب: بن قداح عامر

تاريخ المناقشة يوم: 2015/09/17

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د. بلواضح جيلاني	أستاذ محاضر	المسيلة	رئيسا
أ. مشرف عسلي نورالدين	أستاذ مساعد	المسيلة	مشرفا و مقررا
أ. بحري علي	أستاذ مساعد	المسيلة	ممتحنا

السنة الجامعية 2015/2014

بسم الله الرحمن الرحيم

شكـــر وتقديـــر

الحمد والشكر للعلي القدير الذي وفقني لإنجاز هذا العمل المتواضع واعترافا بالفضل لأهله:

*أتقدم بالشكر الجزيل للمشرف الأستاذ: **عسلي نورالدين** والذي كان طيلة إنجاز هذا العمل المتواضع نعم*

المشرف والناصـــح والموجـــــه والذي لمست منه كل خير فشكرا لـــــه.

كما أتقدم بالشكر الجزيل للأساتذة الكرام الذين قدموا لي النصائح وإرشادات.

إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة المشكورين على تلبيتهم مناقشة هذه المذكرة.

إلى كل زملائي وأصدقائي الذين زاولت دراستي معهم.

*ولا ننسى شكر الأخ "شرف الدين" بمقهى أنترنت **"TOCQUE-VILLE"***

شكـــــــرا لكل من نسيه قلمي ويتذكره قلبي دائما وأبدا ويجازيه ربـــي عني كل خير.

اعتراف ـــــا بجميلكم كلكـــــم

شكـرا لكـــم

عامر بن قدّاح.

الإهداء

إلى كل من نطق بكلمة التوحيد لسانه وصدقها قلبه إلى كل من صلى على خير البرية

محمد عليه الصلاة والسلام.

إلى أعظم امرأة بين نساء الكون أمي الغالية التي حملتني وهنا على وهن جنينا وسقتني لبن التوحيد مع الأخلاق رضيعا وعلمتني صغيرا ورافقتني بدعائها كبيرا.

إلى أبي الفاضل رحمه الله ورحم الله جميع أموات المؤمنين والمؤمنات

إلى دفئ البيت وسعادته إخوتي وأخواتي كل بإسمه.

إلى أصدقائي: مصطفى ،كريم ،حمزة،إبراهيم،عادل، إسلام،محمد ،مراد .

إلى كل من جمعني معهم المشوار الدراسي من بدايته إلى نهايته كل من هم على الدرب سائرون

إلى دفعة: إدارة أعمال تجارة دولية

إلى من أحببناهم بإخلاص وبادلونا نفس الشعور وإلى كل من عرفني وسيعرفني إن شاء الله .

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي

عـامر

للسنة الجامعية :2014– 2015.

قائـــــمة المحتويـات	الصفحة
الإهداء	I
الشكر	II
الفهرس	III
قائمة الجداول	IV
قائمة الأشكال	V
مقدمة	أ–د
الفصل الأول:التجارة الخارجية وعلاقتها بالبيئية	
تمهيد	06
المبحث الأول : ماهية التجارة الخارجيةواهميتها	07
المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية	07
المطلب الثاني: اهمية التجارة الخارجية و فوائدها	08
المطلب الثالث : النتائج المترتبة على قيام التجارة الخارجية	09
المطلب الرابع :سياسات التجارة الخارجية	10
المبحث الثاني : المنتجات و الخدمات البيئية	12
المطلب الأول : التلوث البيئي و آليات الحفاظ على البيئة	12
المطلب الثاني: العلاقة بين التجارة والبيئة	15
المطلب الثالث : ماهية السلع البيئية، و الخدمات البيئية و تسويقها	17
المطلب الرابع :التسويق الاخضر (تسويق المنتجات البيئية)	18
المبحث الثالث : دور الادارة البيئية في تسويق المنتجات البيئية	21
المطلب الأول : ماهية النظام إدارة البيئة	21
المطلب الثاني:عوامل ظهور المواصفة (ISO 14000)	23
المطلبالثالث :دوافع تبني الإدارة البيئيةفي المؤسسة	24
المطلب الرابع :المزايا و العيوب المترتبة من تبني الايزو14000	26
خلاصة الفصل	28

الفصل الثاني: الميزة التنافسية المستدامة	
تمهيد	30
المبحث الأول :الميزة التنافسية ، المفهوم ، المصادر، العوامل المؤثرة	31
المطلب الأول : ماهية الميزة التنافسية	31
المطلب الثاني :مصادر الميزة التنافسية	34
المطلب الثالث :العوامل المؤثرة على الميزة التنافسية	35
المبحث الثاني :استراتيجيات الاساسية للميزة التنافسية و مراحل تطورها	36
المطلب الأول : مراحل تطور الميزة التنافسية	36
المطلب الثاني :التحليل الاستراتيجي محدد رئيسي لبناء الميزة التنافسية	37
المطلب الثالث : الاستراتيجيات الاساسية للميزة التنافسية	39
المبحث الثالث: تطوير واستمارية المزايا التنافسية	42
المطلب الأول : الميزة التنافسية والمستدامة	42
المطلب الثاني :تنمية المزايا التنافسية من خلال الابداع التكنولوجي	47
المطلب الثالث :تنمية المزايا التنافسية من خلال اليقظة الإستراتيجية	49
خلاصة الفصل	53
الفصل الثالث : دراسة حالة سوق ا العربية للسلع البيئية	
تمهيد	55
المبحث الأول : واقع الاقتصادي والاجتماعي لدول العربية و تأثيرها على البيئة	56
المطلب الأول : الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية وتأثيراتهاعلى البيئةفي الدول العربية	56
المطلب الثاني: تطورات التعاون العربي لحماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة	59
المطلب الثالث:مستقبل التعاون في مجال حماية البيئة عبر الحدود العربية	61
المبحث الثاني : واقع تحرير التجارة السلع البيئية في الدول العربية	63
المطلب الأول: الجهود الرامية إلى تصنيف السلع البيئية	63
المطلب الثاني: العوائق التي تعترض صادرات الدول العربية من سلع البيئة	67
المطلب الثالث: القائمة العربية للسلع البيئية	69
خلاصة الفصل	76
الخاتمة العامة	79
قائمة المراجع	
الملخص	

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	تطور الإستثمار في الطاقة المتجدّدة خلال الفترة 2004-2009	21
2	ترتيب العوائق الفنية المطبقة على الصنف (أ) للسلع البيئية	68

قائمة الأشـــكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
01	دورة حياة الميزة التنافسية	32
02	مفهوم الابداع	47
03	السلع البيئية وفق القائمة المشتركة (OECD APEC O+A LIST)	66
04	وردات الدول العربية من الدول العالم الصنف ا للسلع البيئية مقسمة حسب نوع الخدمة البيئية خلال الفترة 1999-2013	71
05	صادرات الدول العربية الى دول العالم من الصنف (أ) للسلع البيئية مقسمة	73
06	الميزان التجاري لتجارة الدول العربية مع الدول العالم من صنف(أ) للسلع البيئية خلال الفترة:(2006 -2013)	74

مقدمة

مقدمة:

إن الم تاب ع لتغيرات التجارة الخارجية في الدول العربية يرى أن تحقيق التنمية المستدامة بها يتطلب مواكبتها للتغيرات الحاصلة في العالم ،كما يجب عليها أن تعمل على دراسة الوضعية البيئية للمؤسسات الحالية وتحول اهتمام المؤسسة إلى استخدام تكنولوجيات أكفأ وأنظف مما يجعلها تستهلك أقل قدر من الطاقة والموارد وتنتج أدنى حد من الغازات والملوثات، كما تستخدم معايير معينة تؤدي إلى الحد من تدفق النفايات وتجعلها قابلة للتدوير.

كما تزايدت اهتمامات الدول العربية بالتنمية البيئية في إطار الجهود التي تبذلها لتحقيق التقدم الاقتصادي والتنمية المستدامة، حيث سعت إلى استحداث الأطر المؤسسية لتحقيق التكامل ب ين متطلبات حماية البيئة وأهداف التنمية المستدامة، غير أن أوضاع البيئة في الدول العربية تتأثر بشكل مباشر بعدة عوامل، بعضها يعود للأوضاع الناجمة عن العوامل الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية، وبعضها الآخر للسياسات الاقتصادية المتبعة في العديد من الدول العربية ، فمن جانب تأثيرات العوامل الطبيعية والاقتصادية، فإن تناقص مصادر المياه المتجددة، والاستنزاف السريع وتدهور نوعية مياه الشرب، وتفاقم مشكلة التخلص من مياه الصرف الصحي والصناعي الملوث في المجاري المائية، وتدني كفاءة استخدام المياه في الزراعة، وتزايد التصحر كلها عوامل تساهم في تدهور البيئة . بالإضافة، فإن النزاعات بين بعض الدول العربية والدول المجاورة لها حول التقاسم المشترك لمياه الأنهار، والحروب التي عانت منها المنطقة العربية خلال العقدين الماضيين أدت أيضاً إلى تدهور الأوضاع البيئية في الدول العربية.

فمن هذا المنطلق تأتي التوجهات الحثيثة للدول المتقدمة بصفة عامة و الدول العربية بصفة خاصة نحو تضمين الاعتبارات البيئية في نظم و سياسات التجارة الدولية ، غير أنّ ذلك يعتمد في المقام الأول على توافر سياسات بيئية سليمة تأخذ في اعتبارها العوامل البيئية الخارجية، و الداخلية على حد سواء، لذا ظهر بعد جديد يتمثل في زيادة التركيز على الحواجز التقنية المتعلقة بمعايير الجودة، و الحفاظ على البيئة من مظاهر التلوث ، و الاستنزاف، و كذلك الحفاظ على صحة، وسلامة الانسان ، و ظهور نوع جديد من السلع يتم تبادله بين بعض الدول يتمثل في **"السلع البيئية."**

فاليوم أصبح لزاما على الدول اعتماد معايير بيئية خاصة، لإنتاج سلع بيئية استجابة لضغوط عدة من أجل الحفاظ على البيئة، و تدعيم مراكزها التنافسية في ظل البحث عن أبعاد جديدة تعمل على تعميق القدرة التنافسية.

الإشكالية الرئيسة :

و مما سبق يمكن طرح إشكالية بحثنا هذا و كانت كالتالي :

الى أي مدى يمكن لتحرير تجارة السلع البيئية في الدول العربية من خلق ميزة تنافسية ؟

و تندرج تحت هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

- ✓ ماهية المنتجات والخدمات البيئية؟
- ✓ ما مدى مساهمة الادارة البيئية في تسويق المنتجات البيئية وتعزيز تنافسيتها؟

- ✓ كيف يمكن للسلع البيئية أن تكون اطارا ايجابيا في تعزيز التنافسية ؟
- ✓ ما هو واقع تحرير تجارة السلع البيئية في الدول العربية ؟

1. فرضيات البحث:

بناء ا على التساؤلات المطروحة تم صياغة الفرضيات على النحو التالي:

- ✓ المنتجات النظيفة تقلل من التلوث البيئي في عملية انتاجها.
- ✓ تساهم الإدارة البيئية في تعزيز التنافسية من خلال تقليل التكاليف و تسهيل تسوقها .
- ✓ يمكن للسلع البيئية ان تكون إطار إيجابي من خلال لتعزيز التنافسية.
- ✓ يمكن للدول العربية أن تستفيد من عملية تحرير التجارة في السلع و الخدمات البيئية.

2. أهداف الدارسة

تهدف هذه الدارسة الى معرفة مدى اهتمام الدول العربية بالتجارة في السلع البيئية، ومدى مساهمتها في تشجيع و دعم التنافسية في السوق العالمية .

3. أهمية الموضوع

- ✓ إثراء المكتبة الجزائرية نظرا لقلة الدراسات التي تعالج الموضوع ،تنافسية السلع البيئية في السوق العربية ؛
- ✓ التشجيع على انتهاج أساليب جديدة تسمح بابتكار سلع، و منتجات تكون رفيقة بالبيئة في الدول العربية ؛

4. منهجية الدارسة

لغرض التحقق من صحة الفرضيات، تم التوجه إلى اختيار كل من مصادر البيانات، منهج البحث، و مجتمع و عينة البحث بما يتفق و يتناسب مع أهداف البحث، كما يلي:

تم جمع البيانات بالاعتماد على مصادر مختلفة ،وهي:

- ✓ **البيانات الثانوية بصيغتها الورقية و الإلكترونية** :من خلال الرجوع إلى كافة الأدبيات ذات الصلة بموضوع البحث :الكتب، الأبحاث(رسائل ماجستير و دكتوراه، أوراق عمل مقدمة للمؤتمرات أو منشورة في مجلات محكمة.)
- ✓ سيتم في هذا البحث الإطلاع على واقع تجارة السلع البئية في الدول العربية مع غيرها من الدول العالم 1999 - 2013 ، وذلك بتحليل البيانات عن الصادرات و الواردات بعد جمعهما.

5. حدود البحث

بالنسبة لحدود الدراسة فهي كما يلي:

- ✓ **الحدود الزمانية:** من سنة 1999-2013
- ✓ **الحدود المكانية:** شملت السوق العربية لسلع البيئية

6. هيكل البحث:

ينقسم البحث إلى ثلاثة فصول:

- ✓ الفصل الأول: السلع والخدمات البيئية في ظل التجارة الخارجية؛
- ✓ الفصل الثاني: الميزة التنافسية المستدامة؛
- ✓ لفصل الثالث: دراسة حالة واقع السوق العربية للسلع البيئية.

7. دراسات سابقة

- مذكرة ماجستير لحيزية لصاق ، من جامعة الجزائر ، تحت عنوان، **أثر ترشيد الموارد الطاقوية على التنمية المستدامة دارسة حالة الجزائر**، وكانت إشكاليتها تتلخص في: ما هو أثر ترشيد الموارد الطاقوية على التنمية المستدامة؟. حيث ركزت الدارسة على العلاقة بين مكانة الموارد الطاقوية غير المتجددة الحالية، وواقع الموارد الطاقوية المتجددة وآفاقها، لتخلص في النهاية إلى أهمية ترشيد الطاقة من أجل استمرارية التنمية، والعمل من أجل استغلال الموارد الطاقوية المتجددة في المستقبل.
- عبد الرؤوف حجاج، **الميزة التنافسية للمؤسسة : مصادرها، ودور الابداع التكنولوجي في تنميتها دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي**، مذكرة ماجستير في علوم التسيير جامعة سكيكدة، 2006، قسم الطالب بحثه إلى ثلاثة فصول أما الفصلين الأولين كانا عبارة عن الجزء النظري بحيث تناول في الفصل الأول الميزة التنافسية للمؤسسة، وأثر المحيط عليها، ثم بعد ذلك تطرق إلى مصادر الميزة التنافسية، ودور الابداع التكنولوجي في تنميتها في الفصل الثاني، أما الفصل الثالث كان عبارة عن الدراسة الميدانية والتي أجراها الطالب في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي.
- حمزة ضويفي، التجارة الدولية وتأثيرها على التنمية المستدامة في البلدان النامية (حالة الجزائر) ،2008 رسالة ماجستير في علوم التسيير فرع مالية ومحاسبة، جامعة يحي فارس بالمدية، عالج الباحث هذا البحث من خلال أربعة فصول، بحيث تناول في الفصل الأول موضوع البيئة والتنمية المستدامة، أما الفصل الثاني فقد خصصه للتجارة الدولية والدول النامية، أمّا الفصل الثالث فتناول فيه الأبعاد البيئية لمنظمة التجارة العالمية، وتأثيرها على التنمية المستدامة، ختم بحثه بالفصل الرابع والذي تناول فيه آفاق وتحديات انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة.
- مذكرة ماجستير لعبد الله الحرتسي حميد، من جامعة الشلف، تحت عنوان: **السياسة البيئية ودروه في تحقيق التنمية المستدامة مع د ا رسة حالة الجزائر 1994-2004** حيث كانت إشكاليتها تتمثل في : ما هي أدوات السياسة البيئية الكفيلة بضمان التنمية المستدامة الجزائر ؟ .وقد تركزت هذه

الدارسة على مضمون السياسة البيئية وأدواتها، والتي تتمثل أساساً في الأدوات التنظيمية والأدوات الاقتصادية، والاتجاهات الحديثة للسياسة البيئية، كما وقف على حدود كل أداة من أدوات هذه السياسة،

الفصل الأول

التجارة الخارجية وعلاقتها بالبيئة

تمهيد:

تتجه الكثير من الدول الصناعية في الوقت الحاضر للاهتمام بالاعتبارات البيئية في استراتيجيات أعمالها وخططها طويلة الأجل .وهذا التوجه يعد أساسا لبقائها في السوق وتنافسها مع نظرائها من المهتمين بالبيئة، وكذلك نقطة بدء لضمان تطبيق المواصفات البيئية في النشاطات الممارسة من قبل المؤسسات الدول ، لذلك يجب أن تتوافر على إدارة بيئية ذات مستوى متميز وفعال حيث تساعد في الرقابة والتخطيط وتطوير الأداء البيئي بما يتلاءم مع السياسة البيئية للدولة .

المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية وأهميتها

يعد التبادل التجاري بين الدول حقيقة لا يتصور العالم من غيرها اليوم فلا يمكن لدولة ما أن تستقل باقتصادها عن بقية العالم سواء كانت متقدمة أو نامية، ولذلك ونظرا لأهمية التبادل التجاري الخارجي، والذي يكتسب أهمية متزايدة كما انه يتخذ اشكالا وأساليب جديدة لم تكن معروفة من قبل وهذا في ظل ظروف الثورة العلمية والمعلومات والتكنولوجيا والاتصالات، ونشوء اقتصاديات المعرفة... وغيرها.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية

1- تعريف التجارة الخارجية:

هناك عدة تعار يف للتجارة الخارجية منها ما يلي

- ✓ **التعريف الأول:** «كلا من الصادرات والواردات المنظورة وغير المنظورة » [(1)]
- ✓ **التعريف الثاني:** «هي عملية التبادل التجاري التي تتم بين الدولة ودول العالم» [(2)]
- ✓ **التعريف الثالث:** «عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل» [(3)]

التعريف الرابع: «المعاملات التجارية الدولية في صورها الثلاثة المتمثلة في انتقال السلع والأفراد ورؤوس الأموال تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة أو بين حكومات ومنظمات اقتصادية تقطن وحدات سياسية مختلفة» [(4)]

2- الفرق بين التجارة الداخلية و الخارجية:

كل من التجارة الداخلية و الخارجية تكون نتيجة للتخصص وتقسيم العمل الذي يؤدي بالضرورة إلى قيام التبادل إلا أن هذا لا يمنع من وجود بعض الاختلافات بين التاجرتين تكمن فيما يلي:

- ✓ التجارة الداخلية داخل حدود الدولة الجغرافية أو السياسية في حين أن التجارة الخارجية على مستوى العالم.

(1) سامي عفيفي حاتم، التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية، سنة 1993، ص36.

(2) نداء محمد الصوص، التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي لنشر والتوزيع عمان، الأردن، سنة 2008، ص09.

(3) حمدي عبد العظيم، اقتصاديات التجارة الدولية، مكتبة زهراء الشرق، سنة 1996 ص18.

(4) رشاد العصار، عليان الشريف، حسام داود ومصطفى سلمان، التجارة الخارجية، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان الطبعة الأولى 2000، ص 12 .

- ✓ التجارة الخارجية تتم مع نظم اقتصادية وسياسية مختلفة في حين أن التجارة الداخلية في ظل نظام واحد.
- ✓ اختلاف ظروف السوق والعوامل المؤثرة فيه في حالة التجارة الخارجية عنها في حالة التجارة الداخلية.
- ✓ مرحلة النمو الاقتصادي في العالم (الرواج، الكساد).
- ✓ وجود فرصة للتكتلات والاحتكارات التجارية في حالة التجارة الخارجية [1]
- ✓ سهولة انتقال عوامل الإنتاج داخل الدولة الواحدة في حين يصعب ذلك في التجارة الخارجية [2]

المطلب الثاني: أهمية التجارة الخارجية و فوائدها

1. أهمية التجارة الخارجية

- ✓ للتجارة الخارجية أهمية بالغة حيث ان اهم مميزاتها انها تمكن الدولة من ان تستفيد من مزايا الدول الاخرى فلو ان كل دولة اغلقت حدودها واعتمدت على ماتجود به أراضيها لما حققت اشباع لحاجياتها في كل المجالات لانها لاتستطيع انتاج كل ماتحتاج اليه ولو ان الانسان في عصرنا الحديث حاول تجاوز كل العقبات فتراه يستعين بالمطاط الصناعي على المطاط الطبيعي مثلا ولا تقتصر التجارة الدولية على هذا فحسب بل نجد ان دولة ما كانجلترا على سبيل المثال تستورد السلع الدقيقة من سويسرا بالرغم من انها قادرة على انتاجها محليا لان تكلفتها عند صناعتها اكبر مقارنة باستيرادها.
- ✓ بفضل التجارة الخارجية يصبح اي مورد لاي دولة ذا نفع كبير اذا أحسنت استغلاله لاكتفائها الذاتي وبفضل التجارة تصدره الى باقي دول العالم.
- ✓ التجارة الخارجية من القطاعات الحيوية في اي مجتمع سواء متقدما او ناميا وهي تقوم بربط الدول مع بعضها البعض و تساهم في توسيع القدرة التسويقية وتساعد على رفاهية البلاد عن طريق توسيع قاعدة الاختيارات فيما يخص مجالات الاستهلاك والاستثمار وتخصيص الموارد الإنتاجية بشكل عام.
- ✓ التجارة الخارجية مؤشرا جوهريا على قدرة الدول الانتاجية والتنافسية في السوق الدولي وانعكاس ذلك على رصيد الدولة من العملات الاجنبية وما له من اثار على الميزان التجاري، كما انها لها علاقة وثيقة بالتنمية الاقتصادية ويمكن للتجارة الدولية ان تلعب دورا للخروج من الفقر وخاصة عند تشجيع

(1) رشاد العصار، عليان الشريف، حسام داود ومصطفى سلمان، مرجع سابق، ص13-14.

(2) محمود يونس، أساسيات التجارة الدولية، الدار الجامعية الإسكندرية مصر، سنة 1993، ص13.

الصادرات. فينتج عن ذلك الحصول على مكاسب جديدة في صورة راس المال الاجنبي جديد يلعب دورا في زيادة الاستثمارات الجديدة في بناء المصانع وانشاء البنية الاساسية ويؤدي ذلك في النهاية الى زيادة التكوين الرأسمالي والنهوض بالتنمية الاقتصادية.[1]

2. فوائد التجارة الخارجية على النشاط الاقتصادي:

للتجارة الخارجية عدة فوائد تحققها للدول نذكر منها[2]

- ✓ **زيادة الرفاهية الاقتصادية:** نتيجة حصول السكان على اشباع أكبر لحاجياتهم من خلال استهلاك السلع المستوردة، كذلك الحصول على هذه السلع بسعر أقل مما يمكن أن تكون عليه إذا ما أنتجت محليا إذا كان بالإمكان إنتاجها.
- ✓ **الاستغلال الأمثل للموارد:** إذا قامت الدولة بإنتاج عدد كبير من السلع فإنها تستغل الموارد المتاحة لديها بطريقة أقل كفاءة مما لو استخدمتها في انتاج سلع معينة تتخصص في انتاجها، واستبدال الفائض منها بالسلع المنتجة في الدول الأخرى، الأمر الذي يعكس الاستغلال الأمثل للموارد بسبب وفورات الحجم الكبير والخبرة.

بالإضافة إلى ذلك يترتب على قيام التجارة الخارجية تحقيق عدة مزايا أخرى نذكر منها: [3]

- ✓ منع الاحتكار وتحقيق موارد مالية عن طريق الرسوم الجمركية.
- ✓ يؤدي زيادة مستوى التجارة الخارجية بين الدول إلى اتجاه أسعار الموارد الاقتصادية، كالعمل والمواد الخام إلى التساوي بين الدول مما يقلل من الحاجة إلى نقل هذه الموارد بين الدول.

المطلب الثالث: النتائج المترتبة على قيام التجارة الخارجية

- ✓ التجارة الخارجية كمحرك لعناصر الإنتاج:

إن قيام التجارة الدولية يجعل عوامل الإنتاج تتحرك من المناطق حسب معيار الندرة النسبية ولا يعني أن آل العناصر تنتقل من بلد لآخر،الأمر الذي يترتب عليه ارتفاع أسعار عوامل الإنتاج الوفيرة نسبيا العكس صحيح، مع الأخذ بعين الاعتبار عامل تكلفة النقل.

- ✓ التجارة الدولية و دورها في إعادة توزيع الدخل:

(1) رشاد العصار وآخرون، التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2000 ص12 .

(2) نداء محمد الصوص، مرجع سابق، ص11

(3) السيد محمد احمد السريتي، التجارة الخارجية، الدار الجامعية، الأردن، 2009 ، ص ص12-13.

ذلك أن عناصر الإنتاج التي تمتاز بالوفرة النسبية في بلد ما ستجد لها أسواقا في بلد آخر بعد انتقالها للخارج، ما يترتب عليه ارتفاع أسعارها و بالتالي زيادة عوائد أصحاب تلك العوامل التي تتصف بالوفرة في البلد الأول والعكس بالنسبة للتي تتصف بالندرة النسبية.

- ✓ التجارة الدولية آعنصر مؤثر في التنمية الاقتصادية:

تلعب دورا هاما في التنمية، وتشارك مشارآة فعالة في النمو الاقتصادي في البلدان الآخذة في النمو فالصادرات عامل إضافة للدخل والواردات تساهم من المواد الأولية والمعدات والخبرات الفنية في البناء الإنتاجي مما يحقق فرص عمل إضافية، آذلك توفر بعض السلع الاستهلاآية الضرورية.

- ✓ تسعى إلى تحقيق الرفاهية الاقتصادية:

تعمل على زيادة معدلات التنمية في الدول الآخذة بالنمو لإمكان إزالة الفوارق الكبيرة بين مستويات المعيشة ونشر التقدم الفني وتحسين وسائل الإنتاج بانتقال الفنون الإنتاجية.

- ✓ التجارة الدولية تساهم في زيادة حجم التوظيف.
- ✓ التجارة الدولية والاتجاهات الاقتصادية والسياسية:

قد تستخدم التجارة الدولية لخدمة الأغراض العسكرية أو لأغراض اقتصاديات إحدى الدول أو لغرض الحصار الاقتصادي، هذا بسبب الخلافات الدولية و الصراع العنيف للسيطرة على عوامل الإنتاج. [1]

- ✓ التجارة وأثرها في توازن ميزان المدفوعات:

هناك طرق مختلفة وسياسات تجارية تضعها الدول وتهدف من وراءها إلى تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، آفرض رقابة على الصرف، أو وضع قوانين لتشجيع الصادرات وربما بعض الإعفاءات للمواد الأولية اللازمة للمنتجات التي تصدر فيما بعد.

المطلب الرابع: سياسات التجارة الخارجية

1. تعريف السياسة التجارية:

التعريف الأول: تعرف السياسة التجارية على انها «مجموعة من القواعد والأدوات والاساليب والاجراءات والتدابير التي تقوم بها الدولة في مجال التجارة الدولية لتعظيم العائد وكذا لتحقيق تنمية اقتصادية من خلال التعامل

(1) أحمد ضياء الدين زيتون، مبادئ في علم الاقتصاد، المكتب العلمي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2001 ، ص ص 242-245 .

مع باقي دول العالم في اطار تحقيق هدف التوازن الخارجي ضمن منظومة تحقيق الاهداف الاقتصادية الاخرى للمجتمع خلال فترة زمنية معينة كهدف التشغيل التام استقرار الصرف».[1]

التعريف الثاني: «يقصد بها في مجال العلاقات الدولية هي مجموعة من الوسائل التي تلجأ اليها الدولة في تجارتها الخارجية بقصد تحقيق الهدف الذي ترمي اليه وهو التوظيف والاكتفاء الذاتي تثبيت سعر الصرف .لكن في الواقع السياسة التجارية ليست إلا وسيلة كباقي الوسائل الاخرى كالاجراءات المالية والنقدية التي تتخذها الدالة لتحقيق هذه الأهداف،فقد تريد الدولة تشجيع تصدير نوع من السلع او الخدمات في بعض الأحيان وتعمل على الحد من خروجها في احيان اخرى، كما انها قد تشجع دخول نوع من السلع والخدمات او انها تحد من دخولها».[2]

2. أهداف السياسة التجارية:

يسعى السياسة التجارية الى تحقيق اهداف وبلوغ غايات تختلف من دولة الى اخرى فهناك الاهداف الاقتصادية الهادفة الى تنمية الاقتصاد الوطني ومنها حماية الصناعات الوطنية، تحقيق توازن ميزان المدفوعات، تحقيق موارد الخزينة العامة والاهداف السياسية حيث تسعى بعض الدول الى توفير اكبر قدر من الاستقلال تحقيق الاكتفاء الذاتي والاهداف الاجتماعية مثل حماية الصحة العامة عن طريق منع استراد المواد المخذرة وتشديد القيود علي استراد المشروبات الكحولية او حماية مصالح فئات اجتماعية معينة كالمزارعين بالحد من استراد المنتوجات الزراعية ونلخصها كما يلي:[3]

- ✓ تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات.
- ✓ حماية المنتوج المحلي من المنافسة الاجنبية وحماية الاقتصاد الوطني من الإغراق.
- ✓ تشجيع الاستثمار من اجل التصدير وزيادة العمالة ومستوى التشغيل في الإقتصاد.
- ✓ حماية الصناعات الناشئة والصناعات الإستراتيجية.
- ✓ التعامل مع التقلبات الخارجية بايجاد الية للتكيف مع التحولات الاقتصادية العالمية.
- ✓ حماية بعض الصناعات الوطنية لاعتبارات اجتماعية.

(1) عبد المطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية، الجزء الثاني، على مستوى الاقتصاد القومي، مجموعة الدول العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2003، ص124.

(2) مجدي محمود شهاب، أساسيات الاقتصاد الدولي، الطبعة الثالثة، دار الجامعة الجديدة، السكندرية، 1998، ص197 .

(3) زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص105 .

المبحث الثاني : المنتجات و الخدمات البيئية

شهدت مرحلتي الثورة الصناعية، وثورة المعلومات قمة التداخل الإنساني في إحداث المشكلات البيئية وتفاقمها،حيث أثبتت الدراسات العلمية الحديثة أن الدمار بات خطرا يهدد جميع أجزاء البيئة الطبيعية نتيجة لما لحقها من تدهور بيئي مس صحة، و سلامة الإنسان، و حتّى باقي الكائنات الحية الأخرى، و يمكن إرجاع ذلك إلى مصادر التلوث الكثيرة التي تتسبب في إيجاد، و ظهور آثار خط يرة على مختلف الكائنات الحية.

المطلب الأول : التلوث البيئي و آليات الحفاظ على البيئة

1. مفهوم التلوث البيئي:

يعرف التلوث على أنه: "اختلاف في توزيع نسبة، وطبيعة مكونات الهواء، والماء، والتربة [1] "فالتلوث يمكن أن ينتج من أشياء عادية كالغازات، والنفايات، والكيماويات، كما أنه يمكن أن ينتج من أشياء غير عاديةكالحرارة العالي ة، أو الضوضاء الزائدة عن الحدّ، وغيرها... ويعرف العالم البيئي "أديم" التلوث البيئي على أنه: "أيّ تغيير فيزيائي، أو كيميائي، أو بيولوجي مميز، ويؤدّ ي إلى تأثير ضار على الهواء، أو الماء، أو الأرض، أو ما يضر بصحة الإنسان، والكائنات الحي ة الأخرى، ويؤدي بالإضرار بالعملية الإنتاجية للتأثير على حالة الموارد المتجددة" [2]

2. أنواع التلوث البيئي:

ينقسم التلوث إلى نوعين أساسيين:

أ- **تلوث مادي:** وهو التلوث بمواد محسوسة يمكن تقديرها بسهولة (مثل تلوث الهواء، والماء، والتربة)

ب- **تلوث غير مادي (معنوي)** وهو تلوث بأشياء غير محسوسة من الصعب تقديرها كالضوضاء التي تأثر على أعصاب الإنسان، وتلحق به الكثير من الأذى الفيزيولوجي، والضرر السيكولوجي، والنفسي، هذا بالإضافة إلى الضرر العضوي بإصابة جهاز السمع و خلافه، و كذا التلوث الكهرومغناطيسي، وما له من أضرار على صحة الإنسان.

أمّا من حيث طبيعة الملوثات فينقسم التلوث إلى نوعين رئيسيين هما: [3]

أ- **ملوثات طبيعية:** وهي الملوثات النابعة من مكونات البيئة ذاتها كتلوث بلميكروبات، والحشرات الضارة والنباتات، والحيوانات السامة...الخ

(1) عبد القادر رزيق المخادمي، **التلوث البيئي مخاطر الحاضر و تحديات المستقبل**، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2006، ص22

(2) المرجع نفسه، ص 23.

(3) إسماعيل دحماني، المرجع السابق، ص12 .

ب- **ملوثات صناعية (مستحدثة)**: وهي التي تتكون نتيجة لما استخدمه الإنسان في البيئة من ملوثات، وما ابتكره من مواد مختلفة صناعيا، أي تلك الناتجة عن الصناعات، والتحضيرات الذرية، ووسائل المواصلات، وما تسببه من ملوثات (غازية، ضوضاء....)

3. أسباب التلوث البيئي:

ان أسباب التلوث التّي ساهمت في إيجاده أو زادت من حدّته إلى ما يلي:

- ✓ زيادة عدد السكان .
- ✓ الثورة الصناعية و كذلك الت قدم التكنولوجي.
- ✓ الحروب و السّباق نحو التسلح.
- ✓ الكوارث الطبيعية.
- ✓ ظهور العولمة، و تلاشي كافة الحواجز، و القيود الجغرافية، و غيرها.

4. آليات المحافظة على البيئة و مواجهة التلوث.

تأخذ المحافظة على البيئة أشكالا مختلفة للحد من التلوث والتدهور البيئي، كتوعية وتثقيف وتربية الإنسان، ومعالجة النفايات والفضلات قبل رميها، أو استرجاعها، وإعادة تدويرها، وإنشاء محطات لمعالجة المياه المستعملة، والالتزام بالقوانين البيئية، ونحن في هذه الفقرة نحاول التطرق لبعض الوسائل التي تساهم في المحافظة على البيئة، ومكافحة التلوث وهي: [1]

4-1. التشريع البيئي:

ان عملية الحماية تتطلب اصدار تشريعات موحدة، وشاملة ومتكاملة تهدف الى حماية النظام الكوني كا كل وإعداد هذه القوانين تكون بواسطة لجان متخصصة تضم خبراء مؤهلين في كافة المجالات البيئية، ويتم هذا بعد دراسة متأنية، و أبحاث معمقة، وإطلاع شامل على ما توصل إليه الفقه والقانون المقارن في هذا الشأن، كما أنّه لابد أن يتبنى التشريع البيئي مفهوما واسعا للبيئة لا يقتصر على العناصر الطبيعية الماء، الهواء، والتربة، بل يشمل العناصر المشيدة الاصطناعية الأخرى.

(1) عارف صالح مخلف، **الإدارة البيئية - الحماية الإدارية للبيئية-**، اليازوري، الأردن، 2009، ص ص 401-404.

4-2. الإدارة البيئية السليمة:

إنّ السياسة القانونية الدقيقة المرسومة لحماية البيئة لن تؤتي أكلها، ما لم تكن هناك إدارة بيئية سليمة تتمثل في إيجاد جهة إدارية واحدة تتولى إدارة شؤون البيئة، كاستحداث وزارة خاصة بشؤون البيئة بدلا من تشتت الإدارات و ضياع المسؤولية بين أكثر من جهة، مع دعم هذه الإدارة كإنشاء مثلا شرطة خضراء تتولى متابعة وتعقب الأفعال المض رّة بالبيئة، وإنشاء محكمة إدارية بيئية متخصصة تنظر في المنازعات الإدارية البيئية، وأن يكون القضاة فيها على درجة من الوعي، والثقافة البيئية.

4-3. التربية البيئية:

تساهم الثقافة، والوعي البيئي في مؤازرة المشرع، والإدارة في حماية المصلحة التّي يسعيان لبلوغها من خلال وضع القواعد القانونية اللازمة لحماية البيئة، وتحسينها، ويتم ذلك من خلال وسائل المعرفة المقروءة والمسموعة والمرئية، ولا يقتصر نشر المعرفة على جيل معين بل يجب تعزيز التوعية، والحسن البيئي لكافة الأعمار ولاسيما تعليم الأطفال، وإدخال مفردات البيئة ضمن المناهج الدراسّ ية في المراحل كافة، كما يتطلب الأمر الى استحداث مراكز أو مؤسسات للمعلومات البيئية التي تتيح للجميع الاطلاع، والإلمام بالثقافة البيئية، إذ أنّ نشر الثقافة والوعي البيئي يشكل ضمانة حقيقية تكفل احترام، وتطبيق القانون البيئي.

المطلب الثاني: العلاقة بين التجارة والبيئة

1. التطور التاريخي لمعالجة موضوع التجارة والبيئة في اتفاقية الغات والمنظمة العالمية للتجارة: [1]

جاءت الاشارة الوحيدة، وغير المتعلقة بالبيئة في الغات في 1947 في المادة 20، وهي مادة الاستئناف، وهي التي تسمح بوضع قيود تجارية لحماية الانسان، والحيوان، والحياة النباتية، والصحة، والموارد الطبيعية القابلة للنفاذ بشرط عدم التمييز في استخدامها، وألاّ تكون وسيلة حمائية.

- ✓ بدأ إهتمام الغات بموضوع البيئة في أوائل السبعينيات، عند موافقة مجلس الغات في 1972 على تشكيل مجموعة عمل لبحث موضوع التجارة و البيئة، إلاّ أنّ هذ تشكيلها.
- ✓ بمشروع 1990، تقدمت دول مجموعة **الأفتا** يفضي بإعادة نشاط مجموعة العمل الخاصة بالبيئة إلاّ أنه بفشل اجتماع بروكسل، وعدم التوصل إلى إتفاق في المواضيع الأصلية التي دعا اليها، ولم يتم اتخاذ اي قرار بشأن مجموعة العمل الخاصة بالبيئة.
- ✓ خلال اجتماع الأطراف المتعاقدة بالجات في 1جانفي 1991، أعادت دول الأفتا طرح الموضوع، واتّخذ القرار في ماي 1991، والذي قرر بأن تبدأ مناقشات مفتوحة في مجلس الغات لاتخاذ قرار حول كيفية معالجة موضوع علاقة البيئة، والتجارة الدولي ة في إطار الغات

2. لجنة التجارة والبيئة (CTE)

تعدّ لجنة التجارة، والبيئة المنتدى الرئيسي لمناقشة قضايا التجارة، والبيئة في إطار المنظمة العالمية للتجارة وفي هذا الاطار تمّ إنشاء لجنة الانتخابات المركزية بشأن التجارة والبيئة وهذا بعد إعتماد القرار الوزاري في 1994 كما تم تكليف أعضائها وفقا للفقرة 32 إلى النظر في ثلاثة مسائل على وجه الخصوص:

- ✓ تأثير التدابير البيئية على الوصول إلى الأسواق بالنسبة للدول النامية، وبالأخص الأقل نموا.
- ✓ الأحكام ذات الصّلة من اتفاق الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.
- ✓ متطلبات وضع العلامات للأغراض البيئية.

(1) محسن أحمد هلال، **موضوع البيئة بين التجارة الدولية و التنمية الاقتصادية(الموضوعات ذات العلاقة بين التجارة و البيئة– تطور تاريخي)** عن اللجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغربي آسيا (الاسكوا)، على الموقع http :llwww.un-trade.environnement.org اطلع يوم: 2015-02-02.

مهام اللجنة: [1]

حدّدت مرجعية القرار المنشأ للجنة التجارة والبيئة داخل منظمة التجارة العالمية مهام اللجنة، وذلك في تحديد العلاقة بين احكام النظام التجا ري العالمي المتعدد الاطراف، والاجراءات التجارية المتخذة لأغراض بيئية والعلاقة بين السياسات البيئية المتعلقة بالإجراءات البيئية ذات الاثار التجارية و احكام النظام التجا ري متعدد الاطراف، وتتلخص مهام اللجنة في:

- ✓ تحديد العلاقة بين احكام النظام التجاري العالمي متعدد الاطراف، والرسوم، والضرائب المفروضة لأغراض البيئة، والمتطلبات البيئية المتعلقة بالمنتجات،كما تتضمن المعايير، والنظم الفنيّة، والتعبئة، والتغليف، واعادة الاستخدام.
- ✓ توضيح أحكام النظام التجاري متعدد الاطراف بشأن الشفافية للإجراءات التجارية المتخذة لتحقيق اهداف بيئية، والاجراءات، والمتطلبات البيئية ذات الأثر التجاري الفعال .
- ✓ توضيح العلاقة بين آليات تسوية المنازعات في النظام التجاري متعدد الاطراف، وتلك المتضمنة في الاتفاقيات الدولية المعنية بالبيئة.
- ✓ تحديد أثر الاجراءات البيئية على النفاذ الى الاسواق خاصة بالنسبة للدول النامية، وعلى الأخص الدول الاقل نموا منها، والفوائد البيئيّة الناتجة عن إزالة قيود التجارة،، وصادرات السلع المحظورة الاستهلاك محليا.

فضلا عن ذلك فقد كل فت في الوزاري للمنظمة بشأن اتفاقية التجارة في الخدمات، واتفاقية الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية وفقا لشروط المرجعية،كما كل فت أيضا بالنظر في الاجراءات المناسبة للعلاقة بين المنظمات الحكومية، وغير الحكومية المعنية بالبيئة، ومنظمة التجارة العالمية.

3. العلاقة بين الاتفاقيات البيئية متعدّ دة الأطراف وقواعد التجارة وآلية فض المنازعات بمنظمة التجارة العالمية [2] .

ترى لجنة التجارة، والبيئة أنّ الإطار الأمثل لمعالجة المشكلات البيئية هو التعاون في ظل الإتفاقيات البيئية متعددة الأطراف، كما تؤكّد الل جنة على عدم السّماح بوجود الإجراءات الأحادية بدعوى الحفاظ على البيئة والتّي تتنافى مع قواعد حرية التجارة بمنظمة التجارة العالمية، كما لم ترحب اللجنة باقتراحات بعض الدّول لتوسيع نطاق

(1) إسماعيل دحماني، مرجع سابق، ص 25.

(2) هشام الصادق، **البعد البيئي في اتفاقيات المنظمة العالمية للتجارة** على الموقع : http://www.orientindicators.net اطلع يوم 2015-01-05.

استخدام الاجراءات البيئية لتطبيق الاتفاقيات البيئية متعددة الأطراف في التبادل التجاري مع الدّول غير الأعضاء بتلك الاتفاقيات، وأمّا في حالة نشوب أيّ نزاع يتعلق بالمسائل البيئيّة، وعلاقتها بالتجارة أقرت لجنة التجارة والبيئة على أحقيّة كل الدول الأعضاء اللجوء إلى جهاز فض المنازعات الخاص بالمنظمة، إلّا في حالة إتفاق أطراف النزاع من الدول في تسويته خارج نطاق هذه الآليّة، ومن جانبه فإنّ الدول المتقدمة ترى ضرورة إعطاء الأولوية لفض المنازعات البيئية في إطار الاتفاقيات البيئية الدوليّة متعددة الاطراف، بينما تفضل الدّول الن امية اللجوء إلى تسويته في إطار منظمة التجارة العالمية، والتمسك بحقّ ها في اللجوء إلى جهاز فض المنازعات.

المطلب الثالث : ماهية السلع البيئية، و الخدمات البيئية

1. **ماهية السلع البيئية:** لايوجد تعريف موحد لسلع البيئية و نعرض بعض التعاريف كاتالي:

"هي سلع تختص بالقياس، والرّصد، والمنع، أو الحدّ من، أو معالجة التدهور البيئي الذّي يسب به تلوث المياه، أو الهواء، أو التربة، أو مشاكل الفاقد، والضّوضاء[1] "

كما تتبنّى وزارة التجارة الأمريكية التعريف التالي للسّلع البيئية ":هي السّلع اللازمة لتحقيق الإلتزام البيئي والتقييم، وتفادي التلوث في المشاريع الجديدة، وإدارة الفاقد، والحدّ من التلوث، ومعالجته مع إعادة تأهيل المواقع الملوثة بالإضافة إلى إنتهاج تكنولوجيات ترشيد إستخدام المياه، والطاقة، وإعادة تدوير الفاقد، وكذلك. التقنيات الخاصة بزيادة كفاءة إستخدام الموا رد، وتحسين الإنتاجية، ودعم التنمية الإقتصادية المستدامة) "

(UNCTAD بينما يعرّف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية المنتجات التّي تؤدّي لتأثيرات بيئية سلبية غير محسوسة خلال دورة حياة المنتوج بالمقارنة مع المنتجات الأخرى التّي تحقق نفس الغرض، أو تلك التّي يؤدي إنتاجها، وإستخدامها إلى الحفاظ على البيئة[2] "

2. **ماهية الخدمات البيئية:**

يصعب إيجاد تعريف شامل لقطاع الخدمات البيئية و نذكر منها[3] :

2-1. خدمات بيئية تقليدية : وهي تلك الخدمات المتعلقة بمياه الشّرب ومعالجة المياه المستعملة، وإدارة النفيات.

---

(1) اجتماع الخبراء حول أولويات التجارة البيئة في المنطقة العربية، **قائمة السلع البيئية العربية للاسترشاد بها في إعداد السياسات البيئية الوطنية ومفاوضات التجارة العالمية**،القاهرة – جراند حياة،2007 ص03.

(2)**زهية كواش، الميزة التنافسية للسلع البيئية في التجارة الدولية –دراسة حالة السّوق العالمي للسّلع البيئية–**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ،تخصص : إقتصاد البيئة ، السنة الجامعية: 2012-2013، ص 112.

(3) مرجع نفسه،ص113

2-2. خدمات "الجيل القادم" البيئية : وهي تلك الخدمات التي تهدف الى مساعدة الشركات على خفض التلوث من أجل تحقيق الكفاءة في الموارد، وتحقيق الإنتاجية المرتفعة، وزيادة القدرة التنافسية.

المطلب الرابع : التسويق الاخضر (تسويق المنتجات البيئية)

1. مفهوم التسويق الاخضر:

البعد الفلسفي لمفهوم التسويق الأخضر :لم يعد ينظر إلى التسويق على انه عمليات بيع وممارسة لاعمال تجارية وترويجية واشباع لحاجات المشتري فحسب .بل أن التسويق اصبح في عالمنا المعاصر هو بمثابة فلسفة فكرية، وممارسات ابداعية وابتكارية في التواصل مع الجمهور وبناء علاقات بعيدة الأمد .حتى اصبح المستهلك اليوم هو بمثابة جزء اساسي من العملية التسويقية مشارك ومصمم لها، وهذا ما ذهب إليه الكثير من المفكرين الرواد في مجال التسويق .حيث يشير بهذا الخصوص بيتر دركر Perter Dracker الى ان" التسويق هو فلسفة لكونه النقطة المحورية لجميع الانشطة التجارية للمنظمة باتجاه جذب العملاء وتلبية حاجاتهم وهي أوسع من كونها عملية بيع كما ينظر اليها البعض بشكل مجتزأ [1]

ومن هنا فأن فلسفة التسويق تعني توجه المدراء في الادارة العليا لتحمل المسؤولية في توطيد واستمرار العلاقة مع زبائنها، ودون حصول أي خلل في مجمل عملياتها الموجهه نحو الاهداف التي تسعى الى تحقيقها عبر الاسواق المستهدفة .وهذا ما ذهب اليه Barwell عندما اشار الى ان التسويق هو فلسفة وليس نظام للعمل أو هيكل تنظيمي داخل المنظمة، ليحدد بأبعاد ومسارات ذات قوالب جامدة.

وقد انتقل الفكر التسويقي وعبر مراحل زمنية مختلفة، إلى توجهات وممارسات عبرت عن طبيعة الفلسفة التي تؤمن بها إدارات المنظمات على وفق أتساقها مع البيئة التي تعمل بها.

باعتبار أن النشاط التسويقي هو النشاط الرئيسي المعتمد من قبل ادارة المنظمة ككل، لكونه الوسيلة والأداة التي تتصل من خلاله بالجمهور .ولتعبر عما تحمله من افكار وفلسفة، لتجسدها في عملها وممارساتها مع الجمهور المستهدف.

ويمثل التسويق الاخضر اليوم الابداع الفكري والتطبيقي لفلسفة التسويق وهو بالتالي الامتداد المنطقي لتلك الفلسفة ، لكونه المنهج المعاصر لتعامل الافراد ومنظمات الاعمال مع كل ما يحيط بها من متغيرات باتجاه الحفاظ على البيئة وحمايتها من الاخطار المحتملة التي قد تصيبها . وكونه يمثل ايضا انتهاج لسلوك خلاق ومبدع في التعامل مع الحاجات والرغبات التي يسعى الى تحقيقها الافراد او المنظمات.

(1) www.marketingteacher.com

لقد أثار مصطلح التسويق الاخضر وبخاصة في الفترات الأولى لظهوره تفسيراتكثيرة، حيث يرى البعض على أنه يمثل تعبير عن مسؤولية الشركة الاجتماعية، أو انه توجه نحو حماية المستهلك، أو هو تعبير عن توجه المنظمة غير الهادف للربح .أو يراه البعض أبعد من ذلك على أنه عملية اعادة التدوير Recycling للمواد بعد استخدام المنتجات للاستفادة منها مرة اخرى .كما يرى البعض على أنه يعني التسويق البيئي Environmental Marketing على اعتبار انه ينصب في جوهره على حماية البيئة واتخاذ القرارات والالتزامات الواجبة للتعامل مع البيئة التي نعيش بها وبكل مكوناتها بشكل حذر وسليم .وهذا ما ذهبا اليهHenion&Kinner 1976 في كتابهما المعنون " التسويق الاحيائي "والذي جاء كأحد مخرجات ورشة العمل التي اقامتها جمعية التسويق الامريكية عام 1985 عندما عرفا التسويق الأخضر على أنه " دراسة السمات الايجابية والسلبية للاثار المترتبة على الانشطة التسويقية فيما يتعلق بالتلوث البيئي وهدر الطاقة ونضوب الموارد الطبيعية " [1]

وعلى الرغم مما يمكن اثارته من انتقاد الى هذا التعريف في محدودية مضمونه وابعاده الا انه كان بمثابة نقطة البداية لتعاريف اخرى لاحقة ومنها تعريف Polonsky 1994 والذي عرفه على انه " كل الانشطة المصممة لتوليد وتسهيل عمليات التبادل بأتجاه اشباع حاجات ورغبات الزبائن والافراد، وان لا يكون لها تأثير ضار على البيئة الطبيعية."

وتاسيسا على ذلك فأن التسويق الأخضر يعني مدى واسع من الانشطة التي تتضمن تعديل المنتج وتغير العملية الانتاجية وطريقة توزيعه، ليكون اكثر توافقاً مع حاجات المستهلك وانسجاماً مع البيئة .وهذا ما يتطلب ايضاً من تغير في طريقة التغليف وحتى في اعادة تدوير المنتج بعد استهلاكه او مخلفات استعماله.فالتسويق الأخضر هو تعبير عن وصف دقيق للرسالة التسويقية التي تعتمدها الشركات للتعبير عن خصوصية منتجاتها او العمليات التي تقوم بها،وبما يتوافق لأن تكون أكثر اماناً للبيئة .وكذلك في قدرتها للاستجابة الى حاجات المستهلكين والزبائن وبما ينسجم مع الشروط الأمنة والسليمة للتعامل مع منتجاتها المقدمة أو ما تقوم به من عمليات.فالعديد من الشركات تعمل اليوم لأن تكون أعمالها أو حتى جزءاً منها ذات توجه أخضر، وسواء كان ذلك في انشطتها الخارجية عبر المنتجات التي تقدمها، أو في انشطتها الداخلية. [2]

وهذا يعني بأن التسويق الأخضر يسعى في مضمون تطبيقه الى الاستعداد المبكر لاحتمالات انتهاء تلك الموارد الطبيعية او شحتها بشكل كبير في المستقبل المنظور اوالبعيد.

---

(1) www.ne.wikipedia.com

(2)ثامر البكري،**الأبعاد الإستا رتيجية لإعادة التدوير في تعزيز فلسفة التسويق الأخضر" استعراض لتجارب منتقاة من شركات ودول مختلفة** ،مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة تكريت – كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد 7، العدد 23، سنة 2011، ص 15.

كما أن الاستنزاف المفرط للموارد الطبيعة وبخاصة تلك التي تعطي صورة مبهجة للطبيعة من شأنه أن تؤثر على جمالية الطبيعية ويفسد متعة الحياة للإنسان .ومن هنا بدأ التفكير في جانب جوهري لتطبيق أفكار وفلسفة التسويق الأخضر، ويتمثل ذلك في اعادة تدوير الموارد والسلع المنتهي استخدامها او استهلاكها للانتفاع منها كبديل مناسب للموارد الاولية الطبيعية أو المصنعة بدلاً من استهلاك خامات جديدة من الطبيعة[1] .

2. أبعاد التسويق الأخضر

يشكّل التسويق الأخضر القوة الدّ افعة نحو تحسين الأداء البيئي للمنظمات من خلال توجّ هه نحو حماية البيئة وتركيزه على ضرورة تحقيق رضا الزّبون، ومن جهة أخرى تحقيق المؤسّسة للرّبحية، وهذا ما سنتطرق إليه من خلال إستعراضنا لأبعاده في هذا المطلب.

يأخذ التسويق الأخضر ثلاثة أبعاد رئيسية تتمثل في [2]:

- ✓ **التوجه نحو حماية البيئة؛**
- ✓ **التوجه نحو تحقيق رضا الزبون الأخضر؛**
- ✓ **التوجه نحو تحقيق ربحية المؤسسة .**

3. حماية البيئة من خلال التجارة في المنتجات البيئية

تعتبر التنمية إحدى وسائل الارتقاء بالفرد أصبحت منذ وقت غير بعيد وسيلة لإستنفاذ الموارد البيئية بالتالي الإضرار بالبيئة، وحاليا أصبح الإهتمام بقطاع البيئة واضحا من خلال التركّيز على الإقتصاد الأخضر هذا الإقتصاد الذي تقل فيه إنبعاثات الكربون ، والتلوث وتزداد فيه كفاءة إستخدام الموارد، كما يستوعب جميع الفئات الإجتماعية، إلى تحقيق مشاريع صديقة بالبيئة لا تضرها ، معتمدة في ذلك على التكنولوجيا الحديثة لتوليد الطاقة المتجدّدة من مصادر طبيعية لا تفنى كالشمس، والرياح ...وغيرهما ، غير الملوثة للبيئة وهذا كبديل عن الطاقة التقليدية الملوثة للبيئة. والجدول التالي يوضح الاستثمار في الطاقة المتجددة .

الجدول(01): تطور الإستثمار في الطاقة المتجدّدة خلال الفترة 2004-2009

السنوات	2004	2005	2006	2007	2008	2009
تطور الاستثمار (مليار دولار)	46	72	109	157	183	162

المصدر : مسارات إلى التنمية المستدامة و القضاء على الفقر، مرجع سابق، ص 22

(1)ثامر البكري،**مرجع سبق ذكره ص16.**

(2) كريمة بكوش، **مرجع سبق ذكره** ، ص ص 213-218.

من الجدول السّابق نلاحظ نموا واضحا للطاقة المتجدّدة حيث بلغت في 2004 نحو 46 مليار دولار وزاد النمو ليصل إلى 183 مليار دولار، وانخفض في 2009 حيث قدّ ر ب 162 مليار دولار، مما سبق نستنتج أنّ للطاقة المتجددة لها أهمية بالغة في حماية البيئة بإعتبارها طاقة غير نظيفة، وتوفر عامل الأمان البيئي، ولهذا ومن أجل تخضير قطاع الطاقة لا بدّ من استبدال الإستثمارات في مصادر الطاقة المعتمدة على الكربون بإستثمارات في الطاقة النظيفة، وهذا يدل على أن المنتجات البيئية تساهم في حماية البيئة وتطورها .[1]:

المبحث الثالث : دور الإدارة البيئية في تسويق المنتجات البيئية

تتجه الكثير من المؤسسات الصناعية في الوقت الحاضر للاهتمام بالاعتبارات ا لبيئية في استراتيجيات أعمالها وخططها طويلة الأجل .وهذا التوجه يعد أساسا لبقائها في السوق وتنافسها مع نظرائها من المهتمين بالبيئة وكذلك نقطة بدء لضمان تطبيق المواصفات البيئية في النشاطات الممارسة من قبل المؤسسات الصناعية، لذلك يجب أن تتوافر على إدارة بيئية ذات مستوى متميز وفعال حيث تساعد في الرقابة والتخطيط وتطوير الأداء البيئي بما يتلاءم مع السياسة البيئية للمؤسسة ، ومن خلال هذا المبحث سوف نتطرق الى اهم الجوانب المتعلقة بالإدارة البيئية .

المطلب الأول : ماهية النظام إدارة البيئة

1-1. مفهوم نظام الإدارة البيئية:

هو جزء من النظام الإداري الشّامل، والذّ ي يتضمّن الهيكل التنظيمي، ونشاطات التخطيط والمسؤوليات، والممارسات، والاجراءات، والعمليات، والموارد المتعلقة بتطوير السّياسة البيئية، وتطبيقها، ومراجعتها والحفاظ عليها. [2]

وتعرفها UNEP مجموعة من العمليات والإجراءات المتوافقة مع الأهداف البيئية مجموعة من العمليات والإجراءات المتوافقة مع الأهداف البيئية [3]

التعريفين السّابقين، تعدّ الإدارة البيئية حلقة وصل بين المنظمة، والبيئة الطبيعية بمعنى بقاء المنظمة وضمان إستدامتها، ومن جهة أخرى أخذ البعد البيئي بعين الإعتبار، وهذا من خلال الحفاظ على الموارد الطبيعية، ومعالجة التلوث وغيرها

(1) كريمة بكوش، **مرجع سبق ذكره** ، ص 218.

(2) نجم العزاوي، عبدالله حكمت النقار، **أنظمة إدارة الجودة والبيئة**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمّان، 2002، ص 122

(3) المرجع نفسه، ص122.

1-2. عناصر نظام الإدارة البيئية:

تعتبر عناصر نظام الإدارة من أكثر الأنظمة إستجابة للمتطلبات البيئية، وتكمن في: [1]

- **السّياسة البيئية :** تحدّد السّياسة البيئية أنشطة المنشأة، وحجم التأثير البيئي المحتمل لهذه الأنشطة، ومدى الإلتزام بالتشريعات البيئية كما لا بد، وأن تتضمن هذه السياسة الإلتزام بالتحسين المستمر ووضع برنامج للحدّ من التلوث، نستطيع القول بأنّ السياسة البيئية في حقيقة الأمر هي إلتزام الإدارة العليا تجاه البيئة.
- **التخطيط البيئي :** هو جزء من التخطيط الشامل يهتم بالقدرات، أو الحمولة البيئية بحيث لا يتعدّى مشروعات التنمية وطموحاتها الحد البيئي الحرج، وهو الحدّ الذّي لابدّ وأن تتوقف عنده ولا تتعدّاه، حتى لا تحدث نتائج عكسية قد تؤدّ ي إلى كارثة بيئية، فهذا النوع من التخطيط ترتكز عليه الإدارة البيئية لطالما يسهر على تطبيق المفهوم البيئي، والرؤية البيئية السّليمة في خطط التنمية الوطنية، بمعنى يراعي في ذلك الإستغلال المتوازن للعناصر البيئية دون إحداث خلل في البيئة.

- ✓ **التغيير والتشغيل :** يحتاج تحديد المهام، والمسؤوليات البيئية على الأجهزة المعنية إلى دعم مالي، وبشري وتطبيق تفاصيل البرنامج يحتاج إذن إلى كثير من الجهود التّي تبذل للوصول إلى الأهداف المرجوة.
- ✓ **الإجراءات التصحيحية :** تعمل على تحديد الأساليب، والممارسات السّليمة التّي يجب أن تستخدم كما تتضمّ ن هذه الأخيرة المتابعة، والقياس من أجل مراقبة تنفيذ خطة العمليات التفصيلية بما يتفق مع الأهداف المرسومة، وإعداد الإجراءات المستخدمة لأنّه أحيانا يحصل عدم المطابقة بالتالي يستدعي الأمر إلى إعداد الإجراءات التصحيحية، والوقائية.
- ✓ **مراجعة الإدارة** :لابد ان يكون للادارو نهج للمراجعة بغية تاكد أكد من فاعلية، وملائمة هذا النظام مع توفر المعلومات الكافية لذلك، ومن هذا المنطلق فالإدارة بقيامها بمراجعة المنتج، وعمليات التشغيل وإدارة الشّ ركة بيئيا يمكنها من مساعدة المنشأة على تبنّي إستراتيجية معي نة تعمل على خفض التكاليف، ورفع مستوى الأداء.

[1] مرجع نفسه، ص 123.

المطلب الثاني:عوامل ظهور المواصفة (ISO 14000) و مستويتها .

يمكن إعتبار سلسلة الإيزو 14000 أول محاولة دولية من أجل إدخال البيئة ضمن اهتمامات الدّول والشركات .

1. عوامل ظهور المواصفة ISO 14000

إجتمعت مجموعة من العوامل ساهمت في إيجاد هذه المواصفة، نذكر أهم ها فيما يلي: [1]

1-1. **التنمية المستدامة:** وهي تلك التنمية التّي تلبي حاجيات الجيل الحاضر، دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتهم .

1-2. **إنتشار المواصفات الوطنية، والإقليمية :** ظهور المواصفة البريطانية BS 7750 في 1992 لأنظمة الإدارة البريطانية، كان لها الفضل في إيجاد الإيزو 14001 حيث بنيت هذه الأخيرة إلى حدّ كبير عليها، هذا إلى جانب ظهور التشريع الأوروبي EAMS وإنتشار مواصفات مماثلة عديدة في كل من فرنسا، إيرلندا، وإسبانيا... الخ، فعدم تماثل متطلبات تلك المواصفات بل، وتناقضها أحيانا خلق عوائق تجارية عجّلت بضرورة إيجاد مواصفة دولية تتغلب على الحواجز التجارية غير الجمركية، وتحظى بقبول عالمي بما يضمن حرية التجارة الدّولية، وحماية البيئة في ذات الوقت.

1-3. **تطور الوعي البيئي:** ساهم تطور الوعي البيئي للمجتمعات الحديثة على تشكيل جماعات بيئية ضاغطة على المؤسّسات الصّناعية وكذلك الخدمية، كما دفعها لإتخاذ التدابير اللازمة لمنع التلوث، وحماية البيئة مما دفع بالمؤسسات إلى تبنّي مواصفات دولية لأنظمة الإدارة البيئية، والتّي ستمكّنها من إيجاد جو من التوافق مع التشريعات.

1-4. **مشاكل البيئة العالمية:** أسهمت المواصفات الدّ ولية في توفير المناخ المناسب لحل مشاكل البيئة الدّولية والتّي أصبحت أشدّ صعوبة وتعقيدا من تلك المشاكل البيئية الوطنية نظرا لعدم وجود سلطة دولية واحدة تشرع في سنّ القوانين، ورسم السّياسات وتنفيذها، والمواصفات الدّولية تعدّ أحد الحلول الضّرورية لمعالجة مثل هذه المشاكل التي تعتبر تحدّيات عالمية.

1-5. سلسلة المواصفات الدولية ISO 9000 : نجاح المواصفة الدولية**ISO 9000 ال**خاصة بأنظمة إدارة الجودة، وتبنيها من طرف منظمات القطاع الصّناعي، والخدمي، والحكومي على إمتداد بلدان العالم، هذا ما دفع بالإيزو إلى تبني مواصفات تعالج الشّأن البيئي، وتعتمد في بنائه على إطار عمل**ISO 9000 نفسه** .

[1] كريمة بكوش، **مرجع سبق ذكره** ، ص 251.

1-6. **تطور التشريعات البيئية :** ظهور التشريعات، وزيادة القوانين البيئية، وإنشاء مجالس حماية، والتطبيق الحازم للغرامات بحقّ المخالفين، كل هذا وغيره ساهم في خلق مناخ قانوني حازم دفع إلى إيجاد، وظهور مواصفات دولية لأنظمة الإدارة البيئية، وتقويمها ونست قوانين استعمال تكنولوجيا أنظف.

كل هذه الأسباب، وغيرها تعدّ عوامل رئيسية ساهمت في إيجاد المواصفة إيزو 14000 للإدارة البيئية وقياس الأداء البيئي، وتقييمه لتحقيق مزيد من التطور في نظام حماية البيئة.

2. مستويات التعامل بالمواصفة إيزو 14000:[1]

إنّ التعامل مع هذه المواصفة من قبل الشّركات يتمّ عبر مستويات:

المستوى الأول مستوى التقييم الذّاتي: تستخدم هذه المواصفة من اجل انشاء وتقسم نظام الإدارة البيئي داخليا، وهذا دون الحاجة إلى تدخل من طرف أية جهة خارجية أخرى، مما سيترتب عنه منافع تنعكس على المنظمة وهذا من خلال مساعدتها على بناء خبراتها الذاتية، وتحقيق ما يجعلها أفضل بيئيا، وتحديد ما هو مطلوب لتبني الخطط البيئية، وتحقيق بعضا من نقاط الق وّة لدعم الميزة التنافسية في الأداء البيئي للشّركة.

المستوى الثاني : مستوى التقييم الخارجي

يتمّ هذا التقييم بإستخدام المراجعة الخارجية من قبل مراجع خارجي (محلي، أو دولي) مرخص يقوم وفق إجراءات المراجعة النظامية المحدّدة في مواصفات الإيزو (14010-14012)، هذا لتحديد ما إن كان نظام، الشّركة يتعامل مع الأهداف، والسياسات، والمشكلات البيئية، ومن ثم يتمّ تحديد الفجوة البيئية بين مستوى الشّركة الحالي، والمواصفات من أجل قيام الشّركة بمعالجتها وصولا إلى حصول الشّركة على شهادة الإيزو (14001)، والتّي تؤكّد على أنّ الشّركة تملك نظاما خاصا بالإدارة البيئية.

المستوى الثالث: المعايير البيئية

تقدّم المعايرة البيئية نموذجا فع الا للإستقصاء، والتعلم من أفضل الشّركات المنافسة، ومن ثم التحسين في إطار مواصفات الإيزو 14000، وهذا من أجل :

- ✓ تقليص أو إزالة الفجوة البيئية بين الشركة، وأفضل المنافسين الودّيين بيئيا .
- ✓ تعزيز نقاط القوة البيئية في سياسات، وممارسات المنظمة بالمقارنة مع المنافسين.
- ✓ تحقيق أهداف بيئية جديدة تحقق تميزا بيئيا على المنافسين.

المطلب الثالث : دوافع تبني الإدارة البيئية في المؤسسة

إن تبني الإدارة البيئية في المؤسسة الصناعية رغم عدم وجوبه قانونيا، إلا أنه صار من المرتكزات الأساسية في عصرنا هذا، فقد صار المنتج البيئي مطلوبا عالميا ومن المتطلبات الأساسية في شروط الانضمام لمنظمة التجارة العالمية

[1] كريمة بكوش، **مرجع سبق ذكره** ، ص 152.

OMC، لهذا نجد المؤسسة الصناعية تدمج هذه الإدارة في الظاهر طواعية لكن الأصل فيها الإجبار، ويمكن توضيح ذلك من خلال الآتي:

1. أسباب التبني الطوعي للإدارة البيئية:

إن طوعية تبني الإدارة البيئية في المؤسسة الصناعية تتعلق بالدرجة الأولى والأساسية تتحدد بمقدار الأرباح التي يمكن أن تتحصل عليها المؤسسة في ظل دمجها للإدارة البيئية ضمن هيكلها التنظيمي، من تخفيض في التكاليف، تحسين الإنتاجية، تحقيق وفرة مالية ومزايا تسويقية، مما يزيد من قدرتها التنافسية

بالإضافة إلى منافع أخرى منها :

- ✓ حماية الأنظمة البيئية واستخدام أكفأ للموارد الطبيعية كالأراضي والمياه والطاقة؛
- ✓ تقليل كمية النفايات وبالتالي تقل المخاطر الناتجة عن الانبعاثات والإصدارات الإشعاعية فيؤدي ذلك إلى تحسين صحة الإنسان في العمل والمجتمع؛
- ✓ الإسهام ولو بجزء بسيط في معالجة مشكلة الاحتباس الحراري وحماية طبقة الأوزون التي أصبحت تهدد مستقبل الأجيال القادمة؛
- ✓ التضامن والتعاون مع السلطات العمومية في حل المشاكل البيئية – . زيادة الوعي بالمشاكل البيئية في المنطقة التي تتمركز فيها المؤسسة وفروعها ؛
- ✓ تحسين الأداء في النواحي البيئية ودفع العاملين للتعرف على المتطلبات البيئية وتحسين قدراتهم على الأداء الصناعي البيئي، وتدريبهم واثبات دورهم الكبير في حماية البيئة؛
- ✓ للإدارة البيئية أثر عميق في تحسين صورة الشركات بيئيا، تحسين الصورة العامة للمؤسسة أمام مجتمعها وقواه الفاعلة في مجال حماية المستهلك والبيئة وتمكين المؤسسات بالتالي من كسب ودهم ودعمهم ؛
- ✓ خلق الشعور لدى المؤسسات بضرورة إشراك المجتمع والسلطات المحلية الحكومية في النشاطات البيئية التي تتبناها المؤسسات مما يزيد من وعي المجتمع بالبيئة والحفاظ عليها.

2. الضغوط الخارجية لتبني الإدارة البيئية:

لقد أصبح تبني الإدارة البيئية مطلبا أساسيا للعديد من الجهات الخارجية ذات المصلحة كالجماعات الضاغطة، المستهلكين والموردين، المساهمين والمقرضين، الهيئات الحكومية وجماعات الضغط البيئي.

المطلب الرابع :المزايا و العيوب المترتبة من تبني الايزو

1. المزايا المترتبة منتبني الإيزو 14000

تتمثل المزايا المترتبة من تبني الإيزو 14000 في ثلاثة مجموعات، المنافع الاقتصادية، والمنافع الاجتماعية، والمنافع البيئية [1]:

1-1. المنافع الإقتصادية :

- ✓ تقليص كمية المواد، والطاقة المستخدمة في إنتاج المنتج مما يخفّض من تكلفته، وبالتالي التخلص من النفايات أيضا سيكون بتكلفة أقل.
- ✓ في ظل نظام الإدارة البيئية وبتطبيق الإيزو 14000 يمكن أن يجنب الشّركات تحمل تكاليف أكثر عند تعرضها للشكاوي جراء عدم الالتزام البيئي.
- ✓ نظام الإدارة البيئية يقلص من حوادث التلوث والنفقات العالية المطلوبة للمعالجة.
- ✓ زيادة الأرباح، والعوائد من خلال عملية إعادة تدوير نفايات التصنيع، والمدخلات غير المستخدمة.
- ✓ تحسين صحة وسلامة العاملين يرفع من الإنتاجية، ويخفض من المخاطر التي يتمّ التأمين عليها.

1-2. المنافع الإجتماعية :

- ✓ **إنّ** إلتزام الشّركات بمتطلبات الإدارة البيئية يسهّل على إيجاد مناخ نظيف من (هواء، تربة، ومياه).
- ✓ ترشيد الإستخدام للمصادر الطبيعية المتجدّدة منها وغير المتجدّدة.
- ✓ رفع مستوى الوعي البيئي.
- ✓ تبنّي الإيزو 14000، يؤدّ ي إلى نفايات أقل.

المنافع البيئية:

- ✓ تعمل المنظمة على إعتبار القرار البيئي جزء من قرارات بيئة الأعمال.
- ✓ تعزيز الوعي البيئي في الدّول النامية، والتّي استغلت بيئتها لعدم تطور التشريعات البيئية اللازمة لحمايتها.
- ✓ تساهم في إنشاء، وتعزيز منظمات إقليمية، ودولية من أجل حماية البيئة.

2. الإنتقادات الموجهة للإيزو 14000 :

يمكن الإشارة إلى جملة الإنتقادات التّي وجّهت لهذه المواصفة، وهذا من خلال: [2]

2-1. الإنتقادات الدّ اخلية:

وتتمثل في الطاقة اللازمة من قبل المدراء، والكوادر من جهد، وتكلفة، ووقت كبير لأجل إقامة، وتشغيل نظام الإدارة البيئية.

---

[1] نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص ص 311-313

[2] نجم العزاوي، عبدالله حكمت النقار، مرجع سابق، ص ص 130-131.

2-2. الإنتقادات الخارجية:

- ✓ تتمثل في كونها تهدف أساسا الى مراعاة مصالح المنظمات الأخرى إلى جانب المحافظة على البيئة على حساب عمل المنظمة، هذا بالإضافة إلى تحمّل تكاليف الإستثمارات، والبرامج الخارجية.
- ✓ إعتماد المنظمة على هذا النظام يعد بمثابة عودة إلى النظام البيروقراطي، وهذا نظرا لما يستخدمه من إجراءات، وخطوات دقيقة.

خلاصة:

يعتبر التبادل التجاري من أهمّ العوامل التي تؤثر بشكل فعال في اقتصاديات الدّول، ولذا يجب مراقبته بصورة مستمرة ويقظة في نفس الوقت لأن انتقال السّلع، والخدمات، وما شابه ذلك من دولة لأخرى ليس بالأمر السهل، والسبب يكمن بكل بساطة في تلك التأثيرات المستقبلية لهذا التبادل على البيئة.

فهناك محاولات كثيرة بذلت ترمي إلى حماية البيئة، وعدم تلوثها، أو تغييرها، وذلك لما للتلوث من آثار سلبية على صحة المواطنين، وتنامي التكاليف اللّا زمة لعلاج الأمراض التّي يسببها، وأثاره السّ لبية على التنمية الاقتصادية، والاجتماعية، وقد أثمرت هذه المحاولات في الحدّ بشكل نسبي من التلوث، وكان للسياسات الاعلامية، ونشر الوعي البيئي، وسنّ التشريعات أثرا كبيرا في ذلك.

فالتجارة وعلاقتها بالبيئة موضوع جديد طرح في سياق جولة الأرغواي، ونظرا لمدى أهميته شكلت لجنة التجارة والبيئة، حيث ينحصر عمل هذه الأخيرة على الجوانب التجارية المتصلة بالبيئة من أجل بحث القضايا المتعلقة بالتجارة والبيئة في إطار المنظمة العالمية للتجارة .

إن مدخل الإدارة البيئية الذي انبثق عن الجهود الرامية إلى إيجاد طريقة يتم من خلالها دمج الاعتبارات البيئية ضمن الإدارة وعمليات صنع القرار يقدم للمؤسسات نهجا إداريا فعالا في اكتساب مستوى من التميز يمكن أن تتفوق به على غيرها من المؤسسات المنافسة، ويتأتى ذلك من خلال انعكاساته الإيجابية على أداء وظائف المؤسسة كافة (الإنتاجية، التجارية، المحاسبة والمالية، تسيير الموارد البشرية، البحث والتطوير، التسويق،...) من جهة وعلى أداء وظائف الإدارة من جهة أخرى مما يؤدي إلى تحسين الأداء الكلي لها.

الفصل الثاني

الميزة التنافسية المستدامة

تمهيد:

يعتبر مفهوم الميزة التنافسية، ثورة حقيقية في عالم إدارة الأعمال على المستوى الأكاديمي والعملي فأكاديمياً لم يعد ينظر للإدارة كهم (داخلي) أو كمواجهة وقتية مع مشاكل ليست ذات بعد استراتيجي ولكن أصبح ينظر للإدارة كعملية ديناميكية ومستمرة تستهدف معالجة الكثير من الهموم الداخلية والخارجية لتحقيق التفوق المستمر للمؤسسة على الآخرين أي على المنافسين والموردين والمشترين وغيرهم من الأطراف الذين تتعامل معهم، وبطبيعة الحال لن يكون تحقيق التفوق هذا عملاً وقتياً أو قصير المدى ولكنه محاولات دائمة لحفظ توازن المؤسسة تجاه الأطراف الأخرى في السوق.

المبحث الاول: الميزة التنافسية، المفهوم، المصادر، والعوامل المؤثرة

تجتهد المؤسسات في بيئة تنافسية؛ قصد التفوق على منافسيها ولن يتسنى لها ذلك إلا إذا حازت على عنصر أو عناصر تميزها عنهم.

المطلب الاول: ماهية الميزة التنافسية:

1- تعريف الميزة التنافسية:

يقول (M.Porter) أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرائق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هدا الاكتشاف ميدانيا بمعنى أخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع. (1)

أما (نبيل مرسي خليل) فيعرف الميزة التنافسية على «أنها ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حال إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس» (2).

يبدو تعريف (M.Porter) أكثر دلالة وإقناعا؛ لأنه يركز على جوهر الميزة التنافسية ألآ وهو الإبداع، أما تعريف (نبيل مرسي خليل) فهو يعتمد على مصدر من مصادر الميزة التنافسية والمتمثلة في إستراتيجية التنافس.

عرف Jean Jackes Lambin الميزة التنافسية على أنها مجموع الخصائص أو الصفات التي يتصف بها المنتج أو العلامة، و التي تعطي للمؤسسة بعض التفوق على منافسيها المباشرين (3).

2- محددات الميزة التنافسية

تتحدد الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال متغيرين أو بعدين هامين وهما: حجم الميزة التنافسية ونطاق التنافس (4)

2-1 حجم الميزة التنافسية:

يتحقق للميزة التنافسية سمة الإستمرارية إذا أمكن للمؤسسة المحافظة على ميزة التكلفة الأقل أو تمييز المنتج في مواجهة المؤسسات المنافسة، وبشكل عام كلما كانت الميزة أكبر كلما تطلب ذلك جهودا أكبر من المؤسسات المنافسة للتغلب عليها أوللحد من أثرها، ومثلما هو الحال بالنسبة لدورة حياة المنتجات الجديدة فإن للميزة التنافسيةدورة حياة تبدأ هي الأخرى بمرحلة التقديم أو النمو السريع ثم يعقبها مرحلة التبني من قبلالمؤسسات

(1) علي السلمي، "إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية"، دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة، 2001، ص104 .

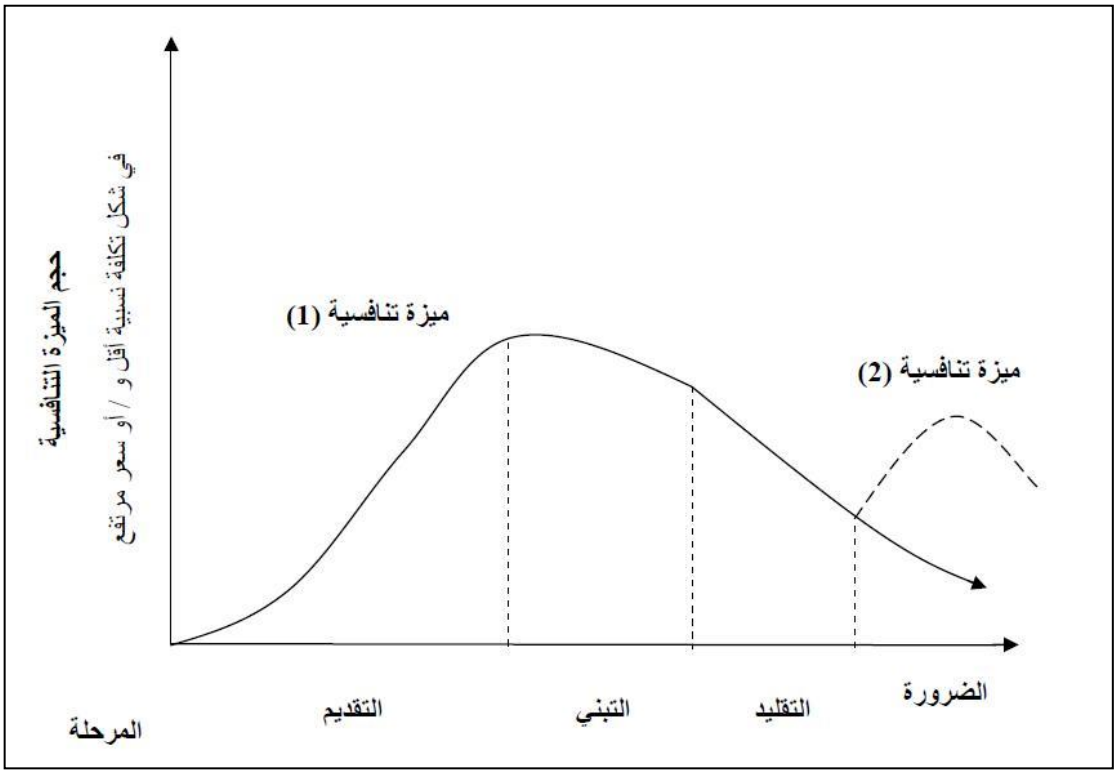
(2) مرسي نبيل خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال.- مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 1998ص37

(3) طاهر محسن منصور الغالبي، الادارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر، ط2،، عمان،الاردن، 2009، ص 309

(4) مرسي نبيل خليل، مرجع سابق، ص 87.

المنافسة، ثم مرحلة الركود في حالة قيام المؤسسات المنافسة بتقليد ومحاكاة الميزةالتنافسية ومحاولة التفوق عليها. وهنا تظهر مرحلة الضرورة أو بمعنى آخر الحاجة إلى تقدم تكنولوجي جديد لتخفيض التكلفة أو تدعيم ميزة تمييز المنتج، ومن هنا تبدأ المؤسسة في تجديد أو تطوير وتحسين الميزة الحالية أو إبداع ميزة تنافسية جديدة تحقق قيمة أكبر للمستهلك أو العميل كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر: مرسي نبيل خليل، مرجع سابق، ص 87

2-2 نطاق التنافس أو السوق المستهدف

يعبر النطاق عن مدى إتساع أنشطة وعمليات المؤسسة بغرض تحقيق مزايا تنافسية، فنطاق النشاط على مدى واسع يمكن أن يحقق وفورات في التكلفة عن المؤسسات المنافسة، ومن أمثلة ذلك الإستفادة من تقديم تسهيلات إنتاج مشتركة، خبرة فنية واحدة، إستخدام نفس منافذ التوزيع لخدمة قطاعات سوقية مختلفة، أو في مناطق مختلفة، أو صناعات مترابطة وفي مثل هذه الحالة تتحقق إقتصاديات المدى وخاصة في حالة وجود علاقات متداخلة ومترابطة بين القطاعات السوقية أو المناطق أو الصناعات التي تغطيها عمليات المؤسسة، و من جانب

آخر يمكن للنطاق الضيق تحقيق الميزة التنافسية من خلال التركيز على قطاع سوق معين و خدمته بأقل تكلفة أو إبداع منتج مميز له. [1]

ويمكن إيجاد أربعة أبعاد لنطاق التنافس من شأنها التأثير على الميزة التنافسية، ونوردها فيما يلي : [2]

2-2-1 نطاق القطاع السوقي: ويقصد به مدى تنوع كل من مخرجات المؤسسة والعملاء الذين تقوم بخدمتهم، وهنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق.

2-2-2 النطاق الرأسي: ويعبر على مدى أداء المؤسسة لأنشطتها، سواء كانت الداخلية أو الخارجية ذلك بالاعتماد على مصادر التوريد المختلفة، فالتكامل الرأسي المرتفع مقارنة مع المنافسين قد يحدد مزايا التكلفة الأقل أو التمييز، ومن جانب أخر يتيح التكامل درجة أقل من المرونة للمؤسسة في تغيير مصادر التوريد في حالة التكامل الرأسي الخلفي، أو منافذ التوزيع في حالة انتهاج المؤسسة لإستراتيجية التكامل الرأسي الأمامي.

2-2-3 النطاق الجغرافي: ويعكس عدد الأماكن أو المناطق الجغرافية أو الدول التي تنشط بها المؤسسة وبالتالي تتنافس فيها، ويسمح هذا النطاق الجغرافي للمؤسسة بتحقيق مزايا تنافسية؛ وذلك من خلال مشاركتها في تقديم نوعية واحدة من الأنشطة والوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة، أو ما يعرف بأثر مشاركة الموارد، وتبرز مدى أهمية هذه الميزة بالنسبة للمؤسسة التي تعمل حاليا على نطاق عالمي حيث تقدم منتجاتها ليس على المستوى المحلي بل في كل مكان من العالم.

2-2-4 نطاق الصناعة: وهو يعكس مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها المؤسسة، فوجود روابط وعلاقات مشتركة بين مختلف الأنشطة عبر عدة صناعات، من شأنه إتاحة فرص لتحقيق ميزة أو عدة مزايا تنافسية بالنسبة للمؤسسة، فقد يؤدي استخدام نفس أنشطة الإنتاج أو قنوات التوزيع عبر الصناعات المختلفة التي تنشط فيها المؤسسة إلى امتلاكها لميزة تنافسية.

إن الأبعاد الأربعة السابق ذكرها، إضافة إلى حجم الميزة التنافسية تعتبر كمحددات للميزة التنافسية للمؤسسة، وبالتالي ينبغي على المؤسسة أخذها بعين الاعتبار من أجل المحافظة على ميزتها التنافسية وتعزيز موقفها التنافسي.

---

[1] مرسي نبيل خليل، مرجع سابق، ص87.

[2] سملالي يحضية وسعيدي وصاف، نحو تسيير استراتيجي للمعرفة، ورقة مقدمةالى لملتقى الدولي حول المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي. للمؤسسات والاقتصاديات، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، بسكرة، 2005، ص 36

3- متطلبات الميزة التنافسية:

إن امتلاك ميزة تنافسية مجموعة من المتطلبات، يمكن تلخيصها في النقاط التالية[1]:

- ✓ أن يتولى المستهلك بنفسه تقييم المفهوم. فالميزة التي لا يقدرها العميل لن ينتج عنها أية زيادة في المبيعات.
- ✓ ألا تكون قابلة للإحلال أو الاستبدال. وتحدث قابلية الإحلال والاستبدال لما يستطيع المنافس استخدام ميزة مشابهة للوصول إلى زبائن شركة أخرى.
- ✓ يجب أن يتوفر لدى المؤسسة الموارد والإمكانيات التي تمكنها من تقديم الميزة. فكون الميزة رغوبة غير كاف إذا لم تستطع المؤسسة الوفاء بها.
- ✓ يجب أن تتميز بصفة الدوام؛ أي يصعب تقليدها لوجود عائق معين يمنع عملية التقليد، كوفرات الحجم أو الكفاءة الإستخدامية أو التعاقد مع أفضل الموردين.

المطلب الثاني: مصادر الميزة التنافسية:

تتعدد مصادر الميزة التنافسية للمؤسسة، ونذكر منها فيما يلي: [2]

1- الابتكار:

إن الانحدار المتزايد في عدد المؤسسات، والذي صاحبه انفجار تنافسي على المستوى الوطني والعالمي أدى إلى تصاعد اهتمام المؤسسات بالابتكار والتركيز عليه إلى درجة اعتباره الحد الأدنى من الأسبقيات التنافسية إلى جانب التكلفة والجودة، وأصبحت القدرة على الابتكار مصدرا متجددا للميزة التنافسية مثال: شركة (British Airwary) الذي استخدمت درجة رابعة في الطائرة أسمتها "المسافر العالمي الجديد".

2- الزمن:

يعتبر الوقت سواء في إدارة الإنتاج أو في إدارة الخدمات ميزة تنافسية أكثر أهمية مما كان عليه في السابق، فالوصول إلى الزبون أسرع من المنافسين يمثل ميزة تنافسية، وهنا نشير إلى أهمية الزمن في تحقيق ميزة تنافسية كالتالي:

- ✓ تخفيض زمن تقديم المنتجات الجديدة إلى الأسواق من خلال اختصار دورة حياة المنتج.
- ✓ تخفيض زمن دورة التصنيع للمنتجات.
- ✓ تخفيض زمن الدورة للزبون (الفترة الفاصلة بين طلب المنتج و التسليم).

---

(1) محمد محمود مصطفى، التسويق الاستراتيجي للخدمات، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان،2003، ص81.

(2) عبود نجم، الابتكار مصدر متجدد للميزة التنافسية" أخبار الإدارة، نشرة فصلية العدد 28 سبتمبر 1999 ص 9.

✓ الالتزام بجداول الجودة لتسليم المكونات الداخلة في عملية التصنيع.

3- المعرفة:

إذا كانت المعرفة هي حصيلة أو رصيد خبرة ومعلومات وتجارب ودراسات فرد أو مجموعة من الأفراد في وقت محدد، فإننا نعيش حتما حالة "انفجار المعرفة" حيث أصبحت هذه الأخيرة المورد الأكثر الأهمية في خلق الميزة التنافسية، ومنه فإن المؤسسات الناجحة هي التي تخلق بشكل مسبق المعرفة الجديدة وتجسدها من تكنولوجيا وأساليب وسلع، وخدمات جديدة.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على الميزة التنافسية

تنشأ الميزة التنافسية نتيجة لعوامل داخلية أو عوامل خارجية، نذكرها كالتالي[1]:

1- العوامل الخارجية

تتمثل في تغير احتياجات العميل أو التغيرات التكنولوجية أو الاقتصادية أو القانونية، والتي قد تخلق ميزة تنافسية لبعض المؤسسات نتيجة لسرعة رد فعلهم على التغيرات، على سبيل المثال يمكن القول بأن المنظمة التي استوردت التكنولوجيا الحديثة والمطلوبة في السوق أسرع من غيرها استطاعت خلق ميزة تنافسية عن طريق سرعة رد فعلها على تغير التكنولوجيا واحتياجات السوق.

من هنا تظهر أهمية قدرة المنظمة على سرعة الاستجابة للمتغيرات الخارجية، ويعتمد هذا على مرونة المنظمة وقدرتها على متابعة المتغيرات عن طريق تحليل المعلومات وتوقع التغيرات، ووجود نظام معلومات أصلا.

2- العوامل الداخلية:

هي قدرة المنظمة على امتلاك موارد وبناء أو شراء قدرات لا تكون متوفرة لدى المنافسين الآخرين، من بينها الابتكار والإبداع اللذين لهما دور كبير في خلق ميزة تنافسية. ولا ينحصر الإبداع هنا في تطوير المنتج أو الخدمة، ولكنه يشمل الإبداع في الإستراتيجية والإبداع في أسلوب العمل أو التكنولوجيا المستخدمة أو الإبداع في خلق فائدة جديدة.

[1] بن عيشاوي أحمد، إدارة المعرفة وتحسين الميزة التنافسية، ورقة مقدمة الى الملتقى الدولي حول: المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات والاقتصاديات، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، بسكرة، 2005، ص 267

المبحث الثاني: الاستراتيجيات الاساسية للميزة التنافسية و مراحل تطورها

تمرّ الميزة التنافسية بأربع مراحل خلال تطورها، وهذا على حسب رأي بورتر، الذّي أوضح أنّه ليس من الضروري أن تمر الميزة التنافسية لدولة ما بجميع هذه المراحل، ولكن أن تمر ببعضها، أو إحداها، وكذلك ليس ضروريا ترتيب هذه المراحل.

المطلب الاول: مراحل تطور الميزة التنافسية

تمرّ الميزة التنافسية بأربعة مراحل، حيث تمثل المراحل الثلاثة الأولى فترة الإرتقاء، أو النهوض للمزايا التنافسية، في حين تمث ل المرحلة الرابعة والأخيرة مرحلة الهبوط والإنحدار، والشّكل الموالي يوضح ذلك. [1]

المرحلة الأولى: مرحلة الدّ فع من خلال عوامل الإنتاج

في هذه المرحلة تعتمد الميزة التنافسية على عوامل الإنتاج الأساسية (العمل، الموقع الجغرافي، رأس المال، الأرض)، كما تعتمد أيضا على تخفيض تكاليف الإنتاج، و تتسم الميزة التنافسية في هذه المرحلة بعدم الاستقرار.

المرحلة الثانية: مرحلة الدّفع من خلال الإستثمار

في هذه المرحلة تعتمد الميزة التنافسية على رغبة، وقدرة الدّولة، ومنشاتها على الارتقاء والنهوض بمعدّلات الإستثمار، وتلعب الإستثمارات الأجنبية دورا هاما في هذه المرحلة، وذلك من خلال إتاحة الفرصة لممارسة الوسائل والتقنيات التكنولوجية الحديثة، كما أنّ الإنتاج في هذه المرحلة هو الآخر يعتمد على التكنولوجيات، والمعدّات الأجنبية.

تتميز هذه المرحلة عن المرحلة السّابقة بإعتماد الميزة التنافسية على تدفقات رؤوس الأموال بين الدّول كما حدث في كوريا، هونغ كونغ، سنغافورة، إسبانيا، البرازيل.

المرحلة الثالثة: مرحلة الدّفع من خلال الإبتكار

في هذه المرحلة تتفاعل محدّدات الميزة التنافسية سالفة الذّكر، مما يؤدّي في النهاية إلى تحسين مستوى المعيشة من خلال زيادة الدّخل، كما أنّ المنافسة المحلية تلعب دورا كبيرا في تزايد القدرة التنافسية لبعض الصّناعات في الدّولة، بالتالي يتقلص دور الحكومة من خلال توجيه القطاع الخاص وتقييم الحوافز المناسبة لتهيئة البيئة المحلية التّي تساعد على الإبتكار والتطوير.

[1] سامي عفيفي حاتم، الإ تّجاهات الحديثة في الإقتصاد الدولي والتجارة الدّولية – مبادئ إقتصاديات التجارة الدّولية، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005 ص ص، 290-291.

المرحلة الرابعة: مرحلة قيادة الثروة

تمثل المراحل الثلاث السالفة الذّكر مرحلة التقدم، والتطور بينما تمثل هذه المرحلة بداية التدهور والانحدار، ويرجع هذا نتيجة لتراكم الثروة التي خلفتها المراحل السابقة إلى جانب رغبة المستثمرين في الحفاظ على الابتكارات والاستثمارات دون الرّغبة في التطوير، وعدم تحمل المخاطر ومن جهة أخرى نتيجة لتزايد وارتفاع الضرائب على الثروة، فهذه كلها عوامل وأسباب تشترك فيما بينها بالتالي تتدهور الميزة التنافسية.

المطلب الثاني: التحليل الاستراتيجي محدد رئيسي لبناء ميزة تنافسية

يدور موضوع التحليل الاستراتيجي حول محورين أساسيين يتمثلان في التحليل الاستراتيجي للمحيط الداخلي والمحيط الخارجي للمؤسسة؛ تشمل البيئة الداخلية كل الإمكانيات والقدرات المتاحة في المؤسسة سواء كانت مادية، مالية، بشرية، أو تنظيمية، ما يدفع المؤسسة إلى تقييم أداءها الداخلي بصفة مستمرة وهو ما يسمح لها بتحديد مواضع القوة والضعف لديها.

أما المحيط الخارجي فيتكون من مجموع القوى في المجتمع الأوسع التي تؤثر اجتماعيا أو اقتصاديا أو قانونيا أو سياسيا أو تكنولوجيا على عمل المؤسسة، فهذه القوى لا تؤثر على مؤسسة معينة، وإنما يمتد تأثيرها إلى جميع المؤسسات، ويمكن حصر هذه القوى في: قوى اقتصادية، ديمغرافية، تكنولوجية، سوسيو -ثقافية، سياسية/قانونية؛ إضافة إلى ذلك تضم البيئة الخارجية مجموعة المؤسسات والأفراد والقوى التي تتعامل بصورة مباشرة مع مجال نشاط المؤسسة، فهي تؤثر عليه وتت أثر به، وتعتبر هذه البيئة المحدد الرئيسي لاستمرار المؤسسة ذلك أن عناصر هذه البيئة تؤثر بشكل مباشر على تنافسية المؤسسة.

تتميز بيئة التنافس الحديثة بمجموعة من الخصائص، يمكن حصرها في النقاط التالية: [1]

- ✓ تزايد المنافسة العالمية، الشيء الذي أدى إلى اتساع نطاق وحجم الأسواق والاتجاه إلى الأسواق العالمية، بدلا من الاقتصار على المنافسة في الأسواق المحلية.
- ✓ التركيز على وضع استراتيجيات تحقيقا للميزة التنافسية، باعتبارها عنصرا جوهريا وأساسيا في خلق قيم للزبائن، لذا اتجهت أغلب المؤسسات إلى إجراء تحليلات لبيئتها ووضع استراتيجيات للمنافسة بهدف تحقيق ميزة تنافسية مستمرة.

[1] مرسي نبيل خليل، مرجع سابق، ص ص،15-23 .

- ✓ ظهور المنافسة المعتمدة على عنصر الزمن، وهي المنافسة على أساس تخفيض عنصر الزمن لصالح الزبون، ومن ثم تحسين القدرة التنافسية لمنظمات الأعمال.
- ✓ تزايد معدلات الابتكار والتغير التكنولوجي، مما أدى إلى تقليص زمن دورة حياة المنتجات، لذا وجب الاهتمام بعمليات تصميم المنتجات بحيث تتم بسرعة وكفاءة أعلى.
- ✓ التركيز على عمليات ونظم التصنيع الحديثة، وذلك بالتركيز على معدلات مرتفعة من الآلية والكفاءة حيث نجد في ظل بيئة التصنيع الحديثة الاهتمام بتكنولوجيا التصنيع المتقدمة، مما يمكن من زيادة حجم الإنتاج ومن ثم تخفيض تكلفة إنتاج الوحدة.
- ✓ توجيه الاهتمام نحو إدارة العلاقات مع الموردين، وذلك بتوجيه مزيد من الاهتمام نحو وظيفة الشراء لتوفير احتياجات المؤسسات من المواد والمكونات، ومن هنا يتم توجيه مزيد من الجهد لبناء علاقات جيدة مع الموردين.
- ✓ التركيز على مفاهيم إدارة الجودة الشاملة، وتستهدف إحداث تغيير وتطوير على مستوى المؤسسة ككل، وليس على مستوى منتج معين، أو فرد من الأفراد، أو وحدة تنظيمية معينة، فهي تطبق على كل وظائف المؤسسة بدءا من الشراء وانتهاء بالتسويق والتمويل.

– التوجه نحو فلسفة الوقت المحدد، وتعتمد هذه الفلسفة على أنه يمكن تحقيق قيمة مضاعفة للمدخلات كلما أمكن تخفيض عنصر الزمن، نظريا لا يوجد مخزون لأن المواد الخام يتم الحصول عليها عند الحاجة إليها، كما أن المنتجات النهائية يتم بيعها فورا.

قدم مايكل بورتر في 1985 نموذجا يصف طبيعة المحيط الذي تتفاعل عبره المؤسسة وأهم الضغوطات التي تمارسها عناصر هذا المحيط عليها، يصطلح على هذا النموذج اسم "القوى الخمس" والمقصود منه هو وجود خمسة قوى أساسية تؤثر على شدة المنافسة والصراع بين المؤسسات، وبالتالي التأثير على أرباح المؤسسات المعنية، فكلما. كانت هذه القوى في صالح المؤسسة يقل الضغط أو التأثير السلبي على ربحية المؤسسة والعكس صحيح.[1]

[1] مرسي نبيل خليل، مرجع سابق، ص ص،15-23.

المطلب الثالث: الاستراتيجيات الاساسية للميزة التنافسية

تنقسم الاستراتيجيات الاساسية للميزة التنافسية حسب بورتر إلى 03 أنواع هي[1] :

1- استراتيجية القيادة بالتكلفة:

ووفق هذه الاستراتيجية يتم تصميم وإنتاج منتجات بمواصفات عالية التنافس وبأقل تكلفة ممكنة، وتعمل التكلفة الأقل على توفير ميزة تنافسية للمؤسسة تعطيها وتمكنها من احتلال موقع الرِّيادة في السوق مقارنة بنظيراتها، وخفض التكلفة لن يكون على صعيد الإنتاج فقط، ولكن على مستوى كل وظائف المؤسسة بما في ذلك وظائف البحوث والتطوير والمبيعات والتسويق.

وتتحقق استراتيجية القيادة بالتكلفة بإتباع مجموعة من السياسات المتمثلة في:

- ✓ رفع الكفاءة المالية للمؤسسة.
- ✓ الرقابة على خطط الإنفاق وخفض التكاليف.
- ✓ رفع المبيعات.

وبجانب ذلك وحتى تتوفر أقصى درجات التوقع لنجاح الاستراتيجية وجب توفير مجموعة من الآليات الداعمة والمساندة لذلك وأهمها:

- ✓ العمل على النفاذ إلى مصادر المواد الخام.
- ✓ الحصول على كفاءة استخدام المنتج الناتجة عن التصميم الجيد.
- ✓ توفير التكنولوجيات الحديثة وبمستوى عال من الكفاءة.
- ✓ إتباع سياسة خفض الأسعار.
- ✓ خفض تكاليف مدخلات العملية الإنتاجية.
- ✓ الحصول على المعلومات الكافية الخاصة بتكاليف المنافسين.

وحسب بورتر فان هذه الاستراتيجية هي الأسهل والأكثر وضوحا وإدراكا من قبل المستهلك مقارنة باستراتيجيات التميز والتركيز، ويحتل السعر مكانة هامة باعتباره ميزة هذه الاستراتيجية.

إن الوصول إلى تكلفة متدنية يتطلب اهتماما بكل أنواع التكاليف، وفي كل مرحلة من مراحل المنتج من التصميم ومرورا بالتصنيع والتطوير إلى خطة المزيج التسويقي حتى المستهلك النهائي، ويتمثل الخفض لأنواع من

[1] شارلز وجاريت جونز، الإدارة الاستراتيجية، الجزء الأول، مدخل متكامل، دار المريخ للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، 2007، ص 176 .

التكاليف المادية والبشرية والمالية والمعلوماتية، وعدم الاستهانة بأي منها، لما له من دور في تحديد هذه الاستراتيجية.

2- استراتيجية التميز في المنتج:

تهدف إلى إيجاد ميزة ما للمنتج تعطي قيمة عند المستهلك، مع مراعاة أهمية السعر التنافسي وخفض التكلفة. والتميز يعني قدرة المؤسسة على تقديم منتج متميز وفريد له قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك (جودة أعلى، خصائص خاصة بالمنتج، وخدمات ما بعد البيع). [1]

ويتخذ التميز في المنتجات مداخل عدة منها:

- ✓ صورة المؤسسة.
- ✓ صفات المنتج.
- ✓ قنوات التوزيع.
- ✓ الخدمات المقدمة للعملاء.
- ✓ متانة وجودة ورفاهية المنتج.

ومن جهة أخرى فان استراتيجية التميز تعني كذلك إيجاد المنظمة لمركز تنافسي مميز، يتصف بدرجة عالية من تمايز المنتجات، وبشكل يختلف عما يقدمه المنافسون. ويتوقف نجاح استراتيجية التميز بمدى نجاح المؤسسة على تحديد المميزات التي ترتبط باتجاهات الاستراتيجية وهي:

أ - تحديد أسلوب التنافس: تختار المؤسسة أسلوبا يساعدها على مواجهة منافسيها، فتختار بين المنتج المتميز وبسعر اقل، أو تعتمد على ميزة تنافسية من خلال التوزيع الجغرافي، أو تعمد إلى استخدام طرق إنتاج معتدلة التكاليف.

ب - تحديد مجال التنافس: إذ يمكن بموجب ذلك للمؤسسة أن تعتمد على قطاعات معينة من السوق ونوعية معينة ومتميزة من العملاء، حسب الاعتبارات المتوفرة لها من جودة وتكلفة ونوعية المنتج ومدى قوة المنافسة، وغيرها من المتغيرات المساعدة على اختيار مجال التنافس.

ج - تحديد أساس التنافس: وفق ما سبق في النقطتين السالفتين الذكر تحدد المؤسسة ميزتها عن بقية المنافسين، ومن ثم الاهتمام بالبيئة الخارجية المرتبطة بالسوق والمنافسين، للوصول إلى المركز التنافسي الذي يسمح لها بتصريف

[1] نبيل مرسي خليل، مرجع سابق، ص84 .

منتجاتها اعتمادا، على استراتيجيات تحليل موارد المؤسسة، وإمكاناتها المادية والبشرية، وتحليل السوق وأشكال المنافسة وعناصر النجاح.

3- استراتيجية التركيز:

تركز المؤسسات في هذا النوع من الاستراتيجيات على قطاع سوقي معين أو شريحة معينة من المستهلكين، بدلا من تركيزها على الصناعة مثلما هو جار في النوعين السابقين، ويأخذ هذا التركيز الصفات التالية:

- ✓ شريحة معينة من المستهلكين.
- ✓ خط معين من خطوط الإنتاج.
- ✓ منتج معين من مزيج من المنتجات.
- ✓ نمط معين من التكنولوجيا.
- ✓ سلسلة من المنتجات الموجهة إلى نوع واحد من العملاء أو المناطق.

ويمكن للمؤسسة أن تتدرج في استخدام مختلف الاستراتيجيات، بدءا من استراتيجية التميز أو استراتيجية التكلفة لتحقيق استراتيجية التركيز، وتتميز هذه الاستراتيجية بتكاليف إنتاج عالية مقارنة باستراتيجيتي القيادة في التكلفة والتميز، وهذا بسبب انخفاض كمية المخرجات، وهو ما يحرمها من تحقيق اقتصاديات حجم كبيرة، ولكنها تعوض ذلك بتميزها من خلال تقديم خدمات عالية الجودة للعملاء، كما أن الميزة التنافسية في ظل استراتيجية التركيز تتحقق من خلال: [1]

- تمييز المنتج بشكل أفضل يشبع حاجات القطاع السوقي المستهدف.
- تحقيق تكاليف اقل للمنتج المقدم لهذا القطاع السوقي.
- استهداف التمييز والتكلفة الأقل معا.

ويعتبر الهيكل الوظيفي الأنسب والأفضل لطبيعة استراتيجية التركيز لما يوفره ويتميز به من تناسب وطبيعتها وخدمتها شريحة معينة في السوق، أو طرحها لسلسلة ضيقة من المنتجات، إضافة إلى انخفاض تكلفة هذا الهيكل.

[1] شارلز وجاريت جونز، مرجع سابق، ص690 .

المبحث الثالث: تطوير و استمرارية المزايا التنافسية

إنّ الحديث عن الميزة التنافسية المستدامة يقودنا إلى طرح السؤال التالي: كم من الوقت سوف تستمر المزايا التنافسية بعد استحداثها؟، لأنّه يستحيل على المنشأة أن تحتفظ بنفس الميزة الت نافسية انطلاقا من نفس المصادر، و الكفاءات بالاع في ظلّ المنافسة الشديدة، لكن الأمر يستدعي من المؤسّسة ضرورة تنمية و تطوير المزايا الت نافسية لتضمن بقاءها من جهة، و تضمن الحصول على ميزة تنافسية مستدامة من جهة أخرى، فالأمر لا ينتهي بمجرد تحقيق المؤسسة للميزة التنافسية و إنّما يتطلب من المؤسسة السّعي دائما لتنمية مزاياها التنافسية.

المطلب الأول: الميزة التنافسية المستدامة

انبثق مفهوم الميزة التنافسية المستدامة في عام 1985 عندما ناقش بورتر الأنواع الأساسية للإستراتيجيات التنافسية التّي تحقق الميزة التنافسية المستدامة، وفي عام 1991 تم التوصل إلى تقديم تعريف رسمي لها من قبل (J.Barney) جاي باربي وهو ": تمتلك الشّركة ميزة تنافسية مستدامة عندما تنفذ استراتيجية انشاء القيمة بحيث لا تنفذ بشكلّ متزامن مع أيّ من منافسيها الحاليين والمستقبليّن وعندما الشّركات الأخرى لا تكون قادرة على استنساخ منافع هذه الاستراتيجية".[1]

وتعرف الميزة التنافسية المستدامة أيضا على انها محصلة مجموعةاعمال تقوم بها المؤسسة تحقق من خلالها غاياتها الاستراتيجية، و التّي تتمثل في تأسيس موقع يحقق ربحا دائما مع ضمان الرضا لمختلف الأطراف داخليا، و خارجيا."[2]

من التعريفين السّابقين نستنتج بأنّ الميزة التنافسية هي تلك التّي تضع المؤسّسة دائما في موقع يحقّق لها الرّبح مقارنة بمنافسيها الحاليّين أو حتّى المستقبليّين، وفي ذات الوقت تضمن رضا زبائنها.

كما انها تقوم على ثلاثة ابعاد أساسية لضمان استمراريتها، و هذا ما سنحاول التطرق إليه من خلال هذا المطلب.

---

[1] نجم عبود نجم، البعد الاخضر للاعمال" المسؤولية البيئية لرجال الاعمال"، مرجع سابق، ص 451.

[2] عبد الكريم شوكال، سمير براهيمي، وأخرون، دور تطوير المنتجات في تفعيل الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، يومي 9، 10 نوفمبر / 2010، ص 8.

1- أبعاد الميزة التنافسية المستدامة

تقوم الميزة التنافسية المستدامة على ثلاثة أبعاد، و هي[1]:

البعد الأوّل: المنافسة الديناميكية

يشير هذا البعد إلى مدى قدرة الميزة التّنافسية التأثير على المعيار الذّي يستخدمه المستهلك عند اتخاذه لقرار شراء المنتج.

- البعد الثاني: القدرات الجوهرية

تتمثل القدرات الجوهرية في مجموع موارد، وكفاءات، ومهارات المؤسّسّة والتّي بواسطتها يمكن تقديم منتجات حسب المواصفات والمقاييس المرغوبة من قبل المستهلك، وفي أيّ وقت .

- البعد الثالث: المراكز التشغيلية

يتمثل هذا البعد في قدرة المؤسّسّة على نقل، وتحويل بعض أنشطتها الى مراكز تشغيلية جديدة بهدف خلق عرض جديد يستجيب لاحتياجات المستهلك، ويتمّ ذلك بواسطة إتباع أسلوب التنويع، أو التعقد والتخصص في العمليات الهادفة إلى بلوغ مستوى أداء تشغيلي أعلى من المنافسين.

ثانيا: أبعاد الميزة التنافسية البيئية المستدامة

تقوم الميزة التنافسية البيئية المستدامة على الأبعاد التالية[2]:

1- الالتزام الايجابي باللوائح البيئية، والذّي ينعكس على سمعة بيئية عالية الجودة، والتأثير.

2- قدرات جوهرية: تكنولوجيا أنظف، أفراد واتّجاهات بيئية، مفاهيم وأساليب خضراء.

3- استراتيجية موجّهة للتمييز البيئي بالتّركيز على فئة الزّبائن الخضر.

4-الإبتكار البيئي: بأن تكون الاختراقات أو التحسينات الجديدة لعمليات، ومنتجات الشّركة تتعلق بحلّ المشكلات البيئية، ومعالجة التأثيرات السّلبية عليها.

5- الثقافة الخضراء: والتي تقوم على القيم والمعايير الخضراء في المنشأة.

6-القيمة اللاملموسة الخضراء: الشّركة المعروفةبانها ذات صورة ذهنية خضراء، وسمعة ناصعة بيئيا من حيث المبادرات والابتكارات النسبية.

---

[1] عبد الكريم شوكال، سمير براهيمي، وأخرون، مرجع نفسه، ص9.

[2] نجم عبود نجم، مرجع سابق، ص454.

إنّ الميزة التنافسية المستدامة تسمح بالمحافظة على الموقع التنافسي للشركة في السّوق، كما أنّ الدّراسات أكدت على أنّ البيئة والاستدامة البيئية هي مصدر للميزة التنافسية المستدامة، حيث أنّ هذه الأخيرة تعتمد في مصدر قوتها، أو عائدها الأعلى على المنافسين، أو في إنشاء قيمتها في السّوق على البيئة ومن معالجتها للمشكلات البيئية، والميزة البيئية هي تعبير قوي عن الاستجابة الابتكارية والفعّالة للقضايا البيئية.

3- إستمرا رية المزايا التنافسية

إنّ استمرار المزايا التنافسية للمؤسّسة يرتكز على ثلاث عوامل أساسية:

العامل الأول: عوائق التقليد

تتجه المؤسّسات المنافسة نحو تقليد تلك المؤسّسات التي تستحوذ على مزايا تنافسي، كما انها حقّقت أرباحا و تدخل بمنتجات متشابهة في السوق، وهذا من شأنه أن يبعث بإشارات للمنافسين يفيد بأنّ المؤسسة تمتلك بعضا من الكفاءات المتميزة و التّي تحقّق لها النجاح، ومن الطبيعي جدّا أن يحاول منافسوها التعرف على هذه الكفاءات ومحاولة تقليدها، وفي هذه الحالة يمكننا القول بأنّه كل ما نجح المنافسون في تقليد كفاءات المؤسّسة المتميزة في وقت أسرع كل ما كانت المزايا التنافسية أقل استمرارية.

وفيما يخص **الكفاءات** فهي تلك التي تنطوي على امتلاك الموارد المادّية من مباني، مصانع وتجهيزات... ونتيجة لسهولة الحصول عليها من أسواق التوريد، أمّا فيما يخص **الكفاءات المتميزة** فهي تلك التّي ترتكز على الموارد المعنوية كالعلامة والاسم التجاري... وغيرها، فهذا النوع من الكفاءات أكثر صعوبة من حيث الحصول عليها لانها غالبا ما تكون غير مرئية، ولا يستطيع المنافسون إدراك مغزاها فهي ترمز لسمعة المؤسسة.

إنّ العامل الحاسم هنا هو الوقت، فكل ما طال الوقت الذّي يستغرقه المنافسون في تقليد الكفاءة المتميزة، كلما زادت فرصة المؤسّسة في بناء مركز قويّ في السّوق فضلا عن سمعة طيبة لدى المستهلكين، كما أنّ عوائق التقليد تعتبر المحدّد الرئيسي لسرعة انجاز التقليد، وهي عبارة عن عوامل تقف في وجه المنافس الذي يستنسخ الكفاءات المتميزة للمؤسسة .

تقليد الكفاءات :

تمتازعملية تقليد الكفاءات بانها اكثر صعوبة مقارنة بتقليد الموارد الملموسةو المعنوية (غير الملموسة) وذلك راجع إلى أنّ قدرات المؤسّسة غالبا ما تكون غير مرئية، وحيث أنّ الكفاءات القدرات ترتكز على الطيقة التّي تتخذ بها القرارات والعمليات التّي يجري ادارتها داخل المؤسسة لذا يكون من الصّعب على المنافسين التمييز

بين تلك العمليات، أو إدراك مغزاها، فالطبيعة غير المرئية للكفاءات قد لا تكفي لحدوث عمليات التقليد، أمّا الموارد الملموسة، وغير الملموسة فهي تتميز بسهولة التقليد مقارنة بالكفاءات، في حين نجد بأنّ الميزة التنافسية المرتكزة على كفاءات المؤسّسّة يمكن أن تكون أكثر استمرارية أي أقل عرضة للتقليد مقارنة بتلك التّي ترتكز على الموارد الملموسة، وغير الملموسة.

العامل الثاني: قدرة المنافسين

يرى البعض بأنّ المحدّ د الرئيسي لقدرة المنافسين على تقليد المزايا التنافسية للمؤسسة يكمن في أولوية الالتزامات الاستراتيجية للمنافسين، ويقصد **بالالتزام الاستراتيجي":** إلتزام المؤسسة بطريقة خاصة في انجاز، وتنفيذ أعمالها، أي تطوير مجموعة معينة من الموارد."

فعند إعلان المؤسّسّة للالتزام الاستراتيجي سوف نجد أنّه من الصّعب الاستجابة إلى المنافسة الجديدة، وهذا هو الحال بالنسبة لتلك المؤسّسّات التي تعلن التزاما طويلا أمام طريقة معينة لأداء العمل وهذا ما يؤدّي إلى بطء المزايا التنافسية لمؤسّسّة جديدة، وبالتالي ستكون مزاياهم التنافسية تتسم بالاستمرار نسبيا، ومن ناحية أخرى تستطيع المؤسّسّات بناء مزايا تنافسية أكثر استمرارية، وديمومة إذا ما كانت قادرة على عمل استثمارات تؤدّ ي إلى بناء، وتعزيز عوائق التقليد.

العامل الثالث: ديناميكية المؤسّسة

تعتبر البيئة الصّناعية الدّيناميكية من البيئات سريعة التغير، والتّي تستحوذ على معدّلات عالية من تجديد المنتجات، وعلى مدار الوقت، الأمر الذي يؤدي إلى قصر دورة حياة المنتجات، وعليه يمكن أن تكون المزايا التنافسية مؤقتة.

مما سبق إستمرار المزايا التنافسية للمؤسّسّة يقوم على ثلاثة عوامل، عوائق التقليد، وقدرة المنافسين على محاكاة التجديد، والمستوى الدّ يناميكي العام في البيئة الصّناعية، فيكثر المنافسون القادرين على التقليد عندما تتسم عوائق التقليد بالسّهولة والوضوح، وتتحول البيئة إلى بيئة ديناميكية وتتجه المزايا التنافسية لأن تكون مؤقتة عند حدوث تطور في عمليات التجديد على مدار الوقت، في حين يكون بمقدور الشّركات بناء مزايا تنافسية أكثر إستمرارية، وديمومة إذا كانت قادرة على عمل استثمارات تؤدّي إلى بناء وتعزيز عوائق التقليد.

رابعا: أسباب تطوير، وتنمية الميزة التنافسية.

يعتبر إمتلاك مزايا تنافسية حقيقية يصعب تقليدها بمثابة ضمان للبقاء، والنمو، والاستمرار في السّوق، لذا تسعى أي منشأة دوما إلى تنمية وتطوير مزاياها التنافسية الحالية، وهذا من خلال اكتشاف آليات جديدة للمنافسة، ومن ضمن أهمّ الأسباب، والدّوافع التي تؤدّي بالمنظمة إلى ضرورة تنمية وتطوير مزاياها التنافسية نذكر ما يلي[1]:

1- ظهور تكنولوجيا جديدة :

إنّ ابتكار تكنولوجيا جديدة سيكون له تأثير مباشر على تصميم المنتج، الانتاج والتوزيع وتسويقه بالإضافة إلى خدمات ما بعد البيع المقدّمة للزبائن ...وغيرها.

2- ظهور حاجات جديدة للمشترين أو تغيرها:

تعدّ حاجات ورغبات المستهلك متجدّدة بإستمرار، وهذا نتيجة لإنتشار الوعي الإستهلاكي وإرتفاع المستوى المعيشي... وعليه يحدث تجديد في الميزة التنافسية الحالية، أو تنميتها.

3- ظهور قطاع جديد في الصّناعة :

إنّ ظهور قطاع صناعي جديد، أو طرق جديدة لإعادة تجميع القطاعات الحالية في السوق ينتج عنه خلق ميزة جديدة.

4- تغير تكاليف المدخلات، أو درجة توافرها :

تتغير الميزة التنافسية بتغيير يعدّ جوهريا في التكاليف المطلقة، أو النسبية للمدخلات مثل: العمالة، المادة الأولية، الطاقة، وسائل الانتاج... وغيرها.

5- حدوث تغييرات في القيود الحكومية:

للقيود الحكومية تأثير مباشر على الميزة التنافسية فيما يخص مواصفات المنتج، حملات حماية البيئة من التلوث، قيود الدّ خول و الخروج من السّوق.

على ضوء النقاط سالفة الذّكر نستنتج بأنّ المنظمة تسعى لتحقيق التفوق والتميز على منافسيها، بما انها تعمل في بيئة تنافسية، وهذا ما يستدعي منها امتلاك مهارات، وتقنيات، وموارد متميزة تمكّنها من تنمية،و تطوير واستمرار ميزتها التنافسية.

---

[1] لويزة قويدر، كشيدة حبيبة، **دور الميزة التنافسية في بيئة الأعمال و مصادرها**، الملتقى العلمي الدولي حول المعرفة في الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، عن معهد العلوم الاقتصادية و علوم التسيير يومي 28/27 نوفمبر 2007، ص 10

المطلب الثاني: تنمية المزايا التنافسية من خلال الإبداع التكنولوجي

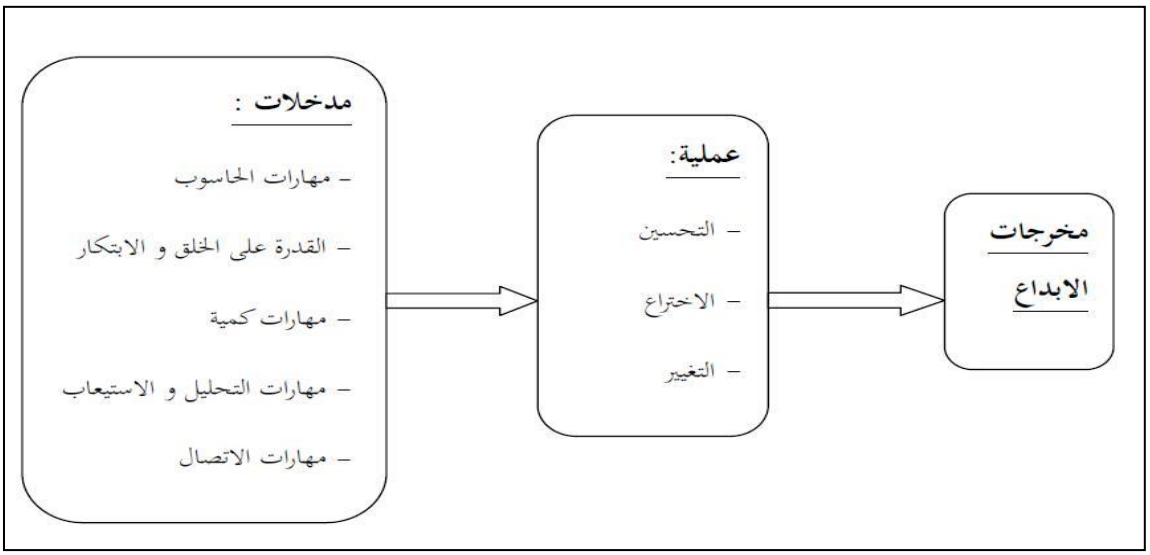
يعدّ الابداع التكنولوجي عنصرا أساسيا في المنافسة العالمية عموما، ولمنشآت الأعمال عاملا حاسما على البقاء خصوصا، فالجودة، والمرونة، والتّكلفة المناسبة رغم أهميتها البالغة الا انها لم تعد كافية نظرا لحدّة المنافسة، وفي هذا المطلب نحاول الاحاطة بجوانب هذا الموضوع انطلاقا من ابراز مفهوم هذا النوع من الابداع، وتبيان طبيعته، ودوافعه وغيرها وصولا إلى عوامل تحفيزه، ومع وقات اكتسابه.

1- مفهوم الإبداع

يعرف الإبداع على أنّه ":مخرجات لعمليّات التّغيير، والإختراع، والتّحسين، والتي تكون مدخلاتها الأساسيّة القدرة على الخلق، والابتكار فضلا عن المهارات الكميّة، ومهارات الحاسوب ومهارات أخرى[1]."

والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (02): **مفهوم الابداع**



المصدر: صالح مهري محسن العامري، **العوامل التكنولوجية و التنظيمية المؤثرة في الابداع التكنولوجي: دراسة ميدانية على عينة من الشركات الصناعية الأردنية**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، المجلد 21، العدد 02، 2005، ص 148 .

مما سبق فلإبداع هو عمليّة تنظيم للأفكار في بناء جديد ومتناسق بغرض التحسين، الاختراع أو تغيير شيئ ما، وهذا انطلاقا من عناصر موجودة (المدخلات) بغرض الوصول إلى مخرجات الابداع وتجدر الاشارة الى

[1] صالح مهري محسن العامري، **العوامل التكنولوجية و التنظيمية المؤثرة في الابداع التكنولوجي : دراسة ميدانية على عينة من الشركات الصناعية الأردنية**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، المجلد21 .، العدد 02، 2005، ص 148

ان الابداع لا يشمل تطوير السلع والعمليات المتعلقة بها، وإعداد السّوق فحسب وإنّما يتعدّى ذلك الآلات، والمعدّات وطرق التّصنيع، والتّحسينات في التّنظيم، ونتائج التّدريب، وكذلك الرضا عن العمل ...، وغيرها. .

ويمرّ الإبداع بالمراحل التّالية:[1]

- **المرحلة الأولى: مرحلة الإعداد، أو التحضير**

في هذه المرحلة تحدّد المشكلة من جميع جوانبها ويتّم فيها جمع المعلومات عن المشكلة .

- **المرحلة الثانية: مرحلة الكمّون، أو الإحتضان.**

وهي تمثل امتصاصا لكل المعلومات، والخبرات المكتسبة الملائمة، و توليفها شعوريا، أو لا شعوريا والتّي تتعلّق بالمشكلة، اذ تتميّز هذه المرحلة بالجهد الشّديد الذّي يبذله المبدع في سبيل حلّ المشكلة، كما انها تعطي العقل فرصة للتّخلص من كل الشّوائب، والأفكار الخطأ التّي تعيق حلّ المشكلة، أو تعطل الأجزاء الهامة فيها.

- **المرحلة الثالثة: مرحلة الإشراق، أو الإلهام**

وهي مرحلة خروج شرارة الإبداع و إنطلاقه، أو بعبارة أخرى هي تلك اللّحظة التّي تولد فيها الفّكرة الجديدة التّي تؤدّي بدورها إلى حلّ المشكلة، ولذا تعتبر مرحلة العمل الدّقيق للعقل في عمليّة الإبداع.

- **المرحلة الرابعة: مرحلة التحقيق و التنفيذ، و إعادة النّظر**

وهي مرحلة الإختبار الت جريبي للفكرة الجديدة.

2- مفهوم الإبداع التكنولوجي، خصائصه .

مفهوم الابداع التكنولوجي

يعرف الإبداع التكنولوجي إنطلاقا من واحد من أربعة عناصر، تقديم منتج جديد تماما للسّوق أو تحسين المنتجات الموجودة حاليا، وكذلك إبتكار عمليات، وأساليب إنتاجية جديدة، أو تحسين العمليات، والأساليب الإنتاجية المستخدمة حاليا[2].

كما يعرف أيضا على أنه " نوع من التحديث، والأصالة في المنتج، وبعبارة أخرى فهو تطوير أو تحسين لمنتج موجود، أو إطلاق منتج جديد في السّوق"[3] .

من هذا التعريف يمكن أن نستنتج بأنّ الإبداع التكنولوجي هو حالة من الحالات التالية:

- منتج جديد تماما

---

[1] أطلع يوم 17 فيفري 2015، http:// www.ibtesama.com

[2] حجاج عبد الرؤوف، مرجع سابق، ص 70

[3] صالح مهري محسن، مرجع سابق، ص 148

- تحسين منتوج موجود في السوق
- عملية جديدة تماما
- تحسين عملية موجودة
- خدمات

خصائص الإبداع التكنولوجي:

يتميز الإبداع الت كنولوجي بالخصائص التالية: [1]

- ✓ نتيجة تطبيق معارف فنية، أو تكنولوجية، معترف بها بمعني كل جديد يقوم على المعلومات غير دقيقة يؤدي الى نتائج غير فعالة لايمكن اعتباره ابداع تكنولوجي أن يكون الابداع مرتبطا بالإنتاج والانتاجية، بمعنى كل إبداع لا يؤدّي إلى تحسين عملية الانتاج، أو توفير منتجات جديدة، أو تحسين منتجات جديدة لا يعتبر إبداعا تكنولوجيا جديدا.
- ✓ إنّ الابداع التكنولوجي بدون انتشاره في الأسواق يكون محدود الفعالية، والكفاءة فالإبداع التكنولوجي هو عامل أساسي في المنافسة، وبالت الي في ديناميكية السّوق الحرة .
- ✓ يحمل الإبداع التكنولوجي في طياته المنافسة في التكلفة النهائية.

المطلب الثالث: تنمية المزايا التنافسية من خلال اليقظة الإستراتيجية

تقدم اليقظة الاستراتيجية للمنظمة منافع كثيرة، كالقدرة على اتخاذ القرارات الصّائبة، وضمان لاستمرارية،و تحقيق مكاسب على حساب منافسيها، وهذا عن طريق تزويدها بالمعلومات الكافية التي تؤهّلها لأن تواجه المنافسة، ونحن في هذا المطلب سنحاول تسليط الضوء على مفهومها، وعلى أنواعها.

1- مفهوم اليقظة الإستراتيجية[2]

إختلفت تعاريف اليقظة الاستراتيجية، وهذا على حسب اختصاص كل مفكر، وفيما يلي سنحاول إستعراض بعضا من هذه التعاريف:

تعرّف اليقظة الإستراتيجية " تنظيم وجمع وإختيار، ونشر المعلومات المتعلقة بتحسين القرارات الإستراتيجية للمؤسسة"

---

[1] http://technologie789.blogspot.com اطلع يوم: 03-03-2015

[2] 1La veille stratégique : collecte, analyse et diffusion d'informations stratégiques, revu l'essentiel du management, N39, mai 1998, p 114.

"سيرورة معلوماتية إرادية تبحث المؤسّسّة من خلالها عن معلومات ذات طابع تنبؤي تتعلق بتطوير بيئتها الاقتصادية و الاجتماعيةبهدف خلق الفرص الفرص و تقليل الأخطار المرتبطة بعدم التأكد، ومن بين هذه المعلومات إشارات الإنذار المبكّر".

2- أنواع اليقظة الإستراتيجية

تتكون اليقظة الاستراتيجية من الأنواع التالية: [1]

اليقظة التكنولوجية :

وهي مجموعة الاجراءات، والتدابير التّي تتخذها المؤسّسّة للكشف عن التطورات، والمستجدّ ات الحاصلة في البيئة العلمية، التقنية، والتكنولوجية من خلال تتبع المعلومات، وجمعها من مصادرها الأصلية، تنظيمها، وتحليلها ثم نشرها لمراكز اتّخ اذ القرار.

اليقظة التنافسية:

يهتم هذا النوع من اليقظة بالمنافسين الحالي ين، والدّاخلين الجدد إلى السّوق بمنتجات بديلة، وهي مكمّلة لكلّ من اليقظة التكنولوجية، واليقظة التجارية، تسعى هذه اليقظة إلى جمع المعلومات من البيئة الت نافسية بالمتابعة الدّقيقة والصّارمة لتحركات المنافسين، وأنشطتهم .

اليقظة التجارية:

تسعى هذه الأخيرة إلى تتبع وترقب كل التغيرات الحاصلة في بيئة المؤسّسّة والمرتبطة بتغيّر أذواق المستهلكين وتطوير رغباتهم واحتياجاتهم .

اليقظة البيئية:

تعرف باليقظة الشّاملة، أو الاجتماعية على حسب نوع وطبيعة المؤسّيةّ، وهي تضمّ باقي أنواع الي قظة دون الأنواع سالفة الذّكر (اليقظة التكنولوجية، والتنافسية، والتجارية)، تسعى إلى التيقظ والمراقبة المستمرة، والمتواصلة بجمع المعلومات المتعل قة بكل الأحداث، والتطورات التي تطرأ على الميادين الاقتصادية، السياسية، والقانوني، والاجتماعية التي تميز المؤسّسّة عن منافسيها، ثم تقوم بمعالجتها على حسب طبيعتها، ومن ثم ها عبر شبكات الاتصال إلى مراكز اتّخاذ القرار.

---

[1] عبد الفتاح بوخمخم، عائشة مصباح، **دور اليقظة الاستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية**، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية، 10 نوفمبر / 2010 للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، يومي ص ص 9 - 11.

اليقظة على الموارد البشرية:

يعتبر العنصر البشري الرّكيزة الأساسية في المنظمة، ومصدر أساسي للميزة التنافسية، لذا على المنظمة أن تكون يقظة لمختلف العوامل التّي يمكن أن تأثر بالإيجاب، أو بالسّالب على أداء وسلوك الأفراد، حتّى تتمكن من توجيه هذا السّلوك، وذلك الأداء لصالح المنظمة.

اليقظة القانونية:

تسمح اليقظة القانونية، أو التشريعية بتتبع ورصد تطور القوانين، والتشريعات التي يمكن أن تصدرها الهيئات الحكومية، أو الوزارية، أو جميع أصحاب القرار في الدّولة بصفة عامة، فهذا الترصد الذّي تقوم به المنظمة لمختلف الت شريعات، والقوانين يسمح للمنظمة من تكوين ردة فعل تجعلها تنتهز الفرص، أو تفادي الأخطار والتأثيرات السّلبية التّي يمكن أن تحدثها القّوانين والتشريعات الجديدة.

3- مراحل اليقظة الإستراتيجية

تمر عملية اليقظة الإستراتيجية مهما كان نوعها بالمراحل التالية [1]:

المرحلة الأولى: مرحلة الجمع

خلال هذه المرحلة يتم جمع المعلومات المطلوبة من البيئة باتباع الخطوات التالية:

- ✓ تحديد عناصر البيئة المستهدفة من عملية المراقبة، ونوعية المعلومات المطلوبة بناءا على أهداف المؤسسة
- ✓ القيام بعملية جرد لكل المصادر الشرعية، والتي يمكن الحصول من خلالها على المعلومات المستهدفة.
- ✓ وضع خطة مفصّلة لليقظة تتضمن تحديد الوسائل والتقنيات، وتوزيع المهام، ووضع رزنامة وميزانية العمل .
- ✓ جمع كل ما أمكن من معلومات عن العناصر المستهدفة من المصادر المعنية تبعا للخطة الموضوعة.

المرحلة الثانية: مرحلة التحليل و التركيب

بعد جمع المؤسّسّة لكمّ معيّن من المعلومات تأتي مرحلة تحليل، وتركيب ما تم جمعه كما يلي:

- فرز وترتيب المعلومات للاحتفاظ بالملائمة والمفيدة منها، وترتيبها حسب أهميتها.

- ✓ تحليل المعلوماتة، والتنبؤ بآثارها المستقبلية، وذلك بالاعتماد على الوسائل المتخصّصّة، وقدرات الخبراء من داخل أو خارج المؤسّسّة.
- ✓ تركيب ما تم التوصل إليه من تحاليل، قصد الخروج بنتائج دقيقة ذات مصداقية، وتكون ملائمة لحاجة

---

[1] سهيلة بومعزة، **دور اليقظة في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر - موبيليس-**، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري بقسنطينة، الجزائر، 2008-2009، ص126-127.

- ✓ خلال هذه المرحلة يتم جمع المعلومات المطلوبة من البيئة باتباع الخطوات التالية:
- ✓ تحديد عناصر البيئة المستهدفة من عملية المراقبة، ونوعية المعلومات المطلوبة بناءا على أهداف المؤسسة
- ✓ القيم بعملية جرد لكل المصادر الشرعية، و التي يمكن الحصول من خلالها على المعلومات المستهدفة.
- ✓ وضع خطة مفصّلة لليقظة تتضمن تحديد الوسائل والتقنيات، وتوزيع المهام، ووضع رزنامة وميزانية العمل .
- ✓ جمع كل ما أمكن من معلومات عن العناصر المستهدفة من المصادر المعنية تبعا للخطة الموضوعة.

المرحلة الثالثة: مرحلة النشر وإتخاذ القرار

لا يكون لعملية اليقظة الاستراتيجية أية جدوى، ما لم يتم نشر النتائج المتوصّل إليها، لاستعمالها من طرف الأطراف المعنية، ولهذا فعلى المؤسّسة اتباع الخطوات التالية لنشرها، واتّخاذ القرارات اللازمة لذلك :

- ✓ القيام بصياغة النتائج المتوصّل إليها، وعرضها على متخذّي القرار والجهات الطالبة لها بأسرع وقت لتفادي تقادم المعلومات .
- ✓ دراسة متخذّوا القرار للمعلومات المقترحة واختيار أنسبها، وأكثرها ملائمة لتطوير الاستراتيجيات الإبداعية الناجحة.
- ✓ تنفيذ القرارات المتخذة، ومتابعتها بغية تقييم نتائجها، وانطلاقا منها يتم تحديد الفجوات بين ما تم تحقيقه، وما هو مسطر من أهداف، بعدها يأتي البحث من جديد عن معلومات حيوية تمكّن من القضاء على هذه الفجوات.

خلاصة:

تشهد البيئة التنافسية للمؤسّسّة الاقتصادية العديد من التقلبات والتطورات، فالمؤسسة اليوم ولكسب رهان هذا التحدي كان لزاما عليها أن تضمن استمراريتها، وتطويرها من أجل كسب الأسواق الخارجية، وأن تعتمد على استراتيجية تنافسية واضحة المعالم محددة الأهداف تنطلق من تثمين مواردها حقيقي كفيل بتحقيق اندماج ايجابي كما أنّه لا تكفي حيازة المؤسّسّة لميزة تنافسية، بل عليها تنميتها باستمرار للحفاظ عليها أطول فترة ممكنة وهذا لضمان بقائها في السّوق، ومواكبة مختلف المستجدات في البيئة مع ضمان الأسبقية المتواصلة على المنافسين، وتنمية هذه المزايا يمثل تحدّ يا كبيرا بالنسبة للمؤسّسّات نتيجة لانتهاجها طرق كثيرة كالإبداع التكنولوجي الذّي يسعى لتنمية، وتعزيز الميزة التنافسية، و إستمرارها على غرار عملية اليقظة الإستراتيجية.

الفصل الثالث

دراسة حالة السوق العربية للسلع البيئية

مقدمة الفصل :

من الطبيعي ان يثار الجدل حول الآثار الإيجابية التي تنجم عن تحرير تجارة السلع والخدمات البيئية في الدول النامية ، إذا بأن ذلك قد يساهم في الحفاظ على البيئة و ترقية النمو الإقتصادي ، و دفع عجلة التنمية المستدامة قدما كما يمكن ان ينتقل الاستثمار الأجنبي المباشر الى الدول النامية لنشر المعارف والتكنولوجيا النظيفة و اتاحة السلع الغير ملوثة مما يساهم في خدمة المستهلك و البيئة .

من المنطقي أن تنطبق مثل هذه الحقائق على الدول العربية بإعتبارها دول في أمّس الحاجة اليها ، غير ان الواقع يناقض هذا المنطق ، و لاسيما ان النسبة الكبرى من الصادرات الدول العربية تقتصر على المواد الأولية التي تمثل سوى نسبة من السلع البيئية ، و في صوء مما سبق ، سيتم من خلال عذا البحث التعرف الى طبيعة السلع البيئية ، و إجراء مسح للجهود الدول الرامية الى تصنيفها ،كما سيتم الكشف عن وظعية الدول العربية حيال هذا النوع من السلع.

سيتم في هذا الفصل الإطلاع على واقع تجارة السلع البئية في الدول العربية مع غيرها من الدول العالم.

المبحث الأول :واقع الاقتصادى والاجتماعي لدول العربية و تأثيرها عى البيئة

تعتبر حماية البيئة أحد الركائز الأساسية بجانب النمو الاقتصادي والتنمية الاجتماعية لتحقيق التنمية المستدامة، ذلك أن الممارسات المتبعة في عمليات الإنتاج والاستهلاك تؤثر بصورة مباشرة في الحفاظ على البيئة المستدامة ، وبالنسبة للدول العربية، فقد حققت إنجازات ملحوظة في مجالات الصحة والتعليم والخدمات البيئية والتحسن المطرد في مستويات المعيشة، إلا أن الأوضاع الناجمة عن العوامل الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية تؤثر آثيراً على البيئة في الدول العر بية، فندرة مصادر المياه والتصحر وقضايا مياه الشرب النقية والكثافة السكانية في المناطق الساحلية وتزايد المدن الصناعية والحضرية وانتشار الوحدات السكنية العشوائية، والنزاعات المسلحة في بعض الدول العربية، تنعكس كلها على كفاءة الخدمات البيئية وسرعة استنزاف الموارد وعدم فاعلية برامج مكافحة التلوث، الأمر الذي يؤدي إلى تردي الأوضاع البيئية، وعلى الأخص في الدول الأقل نمواً.

المطلب الأول : الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية وتأثيراتها على البيئة في الدول العربية

الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية و هي كالاتي : [1]

1. ندرة مصادر المياه

تعتبر ندرة مصادر المياه من أهم المشاكل البيئية التي تؤثر على التنمية الاقتصادية والبشرية في الدول العربية، فقد أدت محدودية مصادر المياه واستنفاذ المصادر المتاحة إلى التناقص المستمر في متوسط نصيب الفرد منها حيث يتوقع أن ينخفض من 1000 م ^{3} في عام 2000 إلى 460 م ^{3} في عام 2005 ومما يزيد في حدة مشكلة ندرة المياه في الدول العربية تزايد معدلات النمو السكاني واتساع رقعة المناطق القاحلة وشبة القاحلة وقلة معدلات هطول الأمطار أقل من 100مم سنويا في 72 في المائة من مساحة المنطقة العربية بالإضافة إلى اعتماد المنطقة على أكثر من 60 في المائة من موارد المياه من أنهار تنبع فى دول خارج المنطقة ، وتشير التقديرات إلى أن مخزون المياه الجوفية في الد ول العربية يبلغ 7734 مليار م^3 ، إلا أن ارتفاع معدلات السحب في معظم الأحواض الجوفية يؤدي للاستنزاف السريع وتدهور نوعية المياه وخصوصا في المناطق الساحلية . مما يزيد من تفاقم مشكلة التخلص من مياه الصرف الصحي والصناعي الملوثة في المجاري المائية و تدني استعمالات المياه خاصة في قطاع الزراعة والذي يستأثر بحوالي 85 في المائة من الطلب على المياه في المنطقة العربية.

2. مياه الصرف الصحي

تواجه الدول العربية صعوبات متزايدة لتوفير مياه شرب نقية وصرف صحي مناسب لسكانها وذلك نتيجة لتسارع الزيادة السكانية وعدم توافر الاس تثمارات لتنفيذ مشروعات التوسع والتجديد لمرافق المياه والصرف الصحي . ولمواجهة الطلب المتزايد على المياه يتم في العديد من الدول العربية، وخصوصا دول الخليج العربية ، معالجة و

([1])صالح فلاحي و ليلي شيخة ، مداخلة في المؤتمر الدولي التنمية المستدامة و الكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة ،عنوان المداخلة واقع تحرير تجارة السلع البيئية في الدول العربية ،كلية العلوم التجارية و الاقتصادية و علوم التسيير ،جامعة فرحات عباس سطيف،يومي 07-08 افريل 2008 ،ص 20.

تجديد المياه غير المعالجة و إعادة استخدامها لري المحاصيل غير الغذائية و المساحات الخضراء . وتتمثل إحدى عقبات التوسع في إعادة استخدام المياه المستعملة وبشكل خاص في الدول منخفضة الدخل في ارتفاع آلفة الاستثمارات اللازمة لبناء مشاريع معالجة مياه الصرف الصحي ومد شبكات منفصلة لتوزيع المياه غير المعالجة . إلا أن مياه الصرف الصحي المعالجة تمثل واحدة من أهم البدائل المتاحة لتوفير موارد إضافية للمي اه العذبة باعتبارها مصدرا متجددا يمكن استخدام هـ بطريقة آمنة صحيا وبيئيا لأغراض الري . وتقدر آمية الصرف الصحي بالمنطقة العربية بحوالي 12 مليار م ^{3} سنوياً، يتم معالجة حوالي 35 في المائة منها بالطرق الأولية أو الثنائية ويعاد استخدام 30 في المائة من مياه الصرف المعالج في أغراض الري والتشجير وتجميل المدن، بينما يتم التخلص من الجزء المتبقي بالصرف في البحار والأنهار أو الأحواض الجوفية.

3. تلوث البيئة البحرية والمناطق الساحلية

تطل المناطق الساحلية العربية على البحر المتوسط و البحر الأحمر وخليج عدن والخليج العربي والمحيطين الأطلسي والهندي وتتركز فيها معظم التجمعات العمرانية والأنشطة الإنمائية . ويمر بمضيق هرمز أكثر من 60 في المائة من النفط العالمي المعد للتصدير، ويعبر الخليج العربي حوالي 12000 سفينة سنويا أآثر من 70 في المائة منه ناقلات نفط يصب معظمها آميات هائلة من مياه التوازن الملوثة بصورة غير قانونية، مما يؤدي إلى تأثيرات مدمرة على الثروة السمكية والأعشاب المرجانية . وقامت بعض دول الخليج بإنشاء العديد من المرافق في منطقة الخليج العربية لفصل الزيت من مياه التوازن.

ومن ناحية أخ رى، فقد أدى التوسع العمراني في المدن الساحلية إلى زيادة الحفر والردم في المناطق البحرية وتدمير الثروة السمكية وتهديد التنوع البيولوجي في مناطق الردم . آما أن التوسع المستمر في الصناعات البترولية ومحطات التحلية والصناعات الكيميائية والثقيلة في المناطق الساح لية أدى لزيادة معدلات التلوث، مما استدعى أن تتخذ الدول المعنية إجراءات جادة لمعالجة مشآل التلوث في هذه المناطق

4. تزايد التصحر

تتسم الأوضاع البيئية في الدول العربية بانتشار التصحر والاستخدام غير المرشد للموارد الطبيعية وتدهور الأراضي الزراعية وتتعرض المنطق ة لظروف مناخية غير مواتية) تكرار فترات الجفاف الطويلة وتراجع معدلات هطول الأمطار وسيادة الرياح القارية (وزحف الكثبان الرملية من المناطق الصحراوية . ومن ناحية أخرى، فإن انتشار الأساليب غير الملائمة في الزراعات المطرية والتعامل الجائر مع الغابات الطبيعية قد أدى إلى الإضرار بموائل التنوع البيولوجي وزيادة نسبة الأحياء المهددة بالانقراض، مما دعا العديد من الدول العربية إلى تنفيذ برامج لحماية الحياة الفطرية والتوسع في إنشاء المحميات الطبيعية[1].

(1) صالح فلاحي و ليلي شيخة، مرجع سابق ،ص21.

5. الحضرنة وانتشار الوحدات السكنية العشوائية

أدى تسارع الحضرنة وانتشار الوحدات السكنية العشوائية وارتفاع معدلات البطالة وزيادة معدلات الفقر في العديد من الدول العربية إلى النزوح المستمر من الريف إلى المدن سعيا وراء فرص العمل وتحسين الأحوال المعيشية . ويمتد تأثير الحضرنة السريعة إلى انتشار السكن العشوائي والتعدي على المناطق الز راعية الخصبة لسد احتياجات السكن للفقراء وزيادة الضغوط على مرافق المياه والصرف الصحي وانتشار الصناعات الصغيرة الملوثة داخل الكتلة السكنية. وتعاني معظم المدن العربية من قصور خدمات جمع القمامة والتخلص منها بوسائل سليمة بيئيا، ويرجع ذلك لعدم توافر التمويل وقص ور الموارد البشرية والمعدات وعدم فاعلية وسائل الفرز وإعادة التدوير وصعوبة توفير المكبات الصحية في مواقع قريبة من المدن . وفي إطار الاهتمام بتطوير إدارة النفايات الصلبة ، تم مؤخرا إسناد هذه المهمة إلى القطاع الخاص في عدة مدن رئيسية في الدول العربية ، ومنها مصر وتونس ولبنان والمغرب والإمارات . وتشمل المشاريع الجديدة عمليات التجميع والتصنيف وا لفرز والنقل وإعادة الاستخدام والتخلص منها في مكبات صحية. وقد استطاعت الشرآات المتخصصة في معظم الحالات تشغيل مكبات صحية تتفق مع ما تفرضه الاشتراطات البيئية الوطنية. ومن ناحية أخرى، يؤدي ترآيز وسائل النقل في المدن والزحف الحضري إلى المناطق المجاورة لمحطات توليد الطاقة الكهربائية والتجمعات الصناعية لتفاقم مشآل تلوث الهواء في المجتمعات العمرانية . وعلى الرغم من أن غياب نظم للرصد المستمر لنوعية الهواء في العديد من الدول العربية يؤ دي لصعوبة تقييم أوضاع التلوث الجوي، إلا أن المعلومات المتاحة تشير لارتفاع معدلات الإنبعاثات، خصوصاً في المدن الكبرى نتيجة للازدحام وآثافة الصناعة ووسائل النقل وعدم فاعلية إجراءات الحد من الانبعاثات الملوث [1]

6. التلوث الصناعي

شهدت المنطقة العربية خلال العقدين الماضيين جهودا مكثفة لتحديث أساليب ومعدات التصنيع وإدخال تقنيات الإنتاج الأنظف .وقد صاحب ذلك تحسناً نسبياً للأوضاع البيئية ف ي المنشآت الصناعية نتيجة لخفض أحمال الصرف ا لسائل والملوثات الغازية و المخلفات الصلبة ويؤدي توفير البنية الأساسية والاهتمام بإنشاء المدن والمناطق الصناعية الجديدة في مواقع بعيدة عن المدن والمجتمعات العمرانية القائمة إلى مزيد من تحسين البيئة في الدول العربية وقد صاحب الاتجاه إلى الخصخصة حدوث تطور في المفاهيم البيئية حيث تزايد الاهتمام بتحديث الصناعة وسيلة للوقاية والحد من التلوث عند المنبع ، بدلا من معالجة الملوثات بعد تولدها وهناك اتجاه واضح في الدول العربية إلى الاهتمام بتقنيات الإنتاج الأنظف و تنفيذ برامج للصيانة الوقائية وإدخال أساليب متطورة للإدارة الكلية للجودة بهدف ترشيد استخدام المواد الخام والطاقة والمياه وزيادة كفاءة الإنتاج وتحسين نوعية المنتجات.

ويلاحظ أن الأوضاع الاقتصادية في الدول العربية غير النفطية لا تسمح بالقيام باستثمارات كافية لضبط التلوث الناجم عن المنشآت الصناعية، وتمويل تكاليف عمليات إنشاء وتشغيل وحدات معالجة ا لتلوث .ويمكن تفادي

[1] صالح فلاحي و ليلي شيخة، مرجع سابق ،ص23

هذه العقبة بتوجيه عناية اكبر للبدائل الوقائية قليلة الكلفة، مثل ترشيد استخدام المياه والخامات والطاقة وإعادة تدوير فاقد الإنتاج وضبط العمليات الصناعية، وهو ما يحد بدوره من الأعباء المالية لمكافحة التلوث . وتسعى بعض الدول العربية التي تحصل على مساعدات مالية من الدول المانحة إلى تخصيص جزء من هذه المساعدات في صورة تمويل ميسر للمنشآت الصناعية للإقلال من الأعباء المالية لمشروعات معالجة التلوث الصناعي.

7. السياسات الاقتصادية والتدهور البيئي في الدول العربية

إن ضمان استدامة الإنتاج والاستهلاك في المنطقة العربية يستوجب إعادة النظر في سياسات تسعير المنتجات والخدمات لتعظيم كفاءة الاستخدام والحد من الفاقد، على أن يتم ذلك في إطار عدالة التوزيع ومراعاة عدم زيادة الأعباء على محدودي الدخل . ويمثل الدعم غير الموجه في بعض الأحيان أحد العوامل المؤدية للتدهور البيئي وسرعة استنفاذ الموارد في المنطقة العربية . وعلى سبيل المثال، فإن تأمين ا لطاقة بأسعار رخيصة لا يشجع على ترشيد استخدامها ويجنب الاستثمار في التقنيات الأكثر تكلفة ذات الاستخدام المحدود للطاقة لعدم جدواها الاقتصاد ية وهو ما يؤدي بدوره لتفاقم مشاكل تلوث الهواء . كما يؤدي توفير مياه الشرب للصناعة بأسعار تقل كثيراً عن الكلفة الفعلية للإسراف في استخدامها، وفي العديد من الأحيان ، فإن السياسات الحكومية تمنع فرض رسوم على استخدامات المياه في الزراعة وهو ما يؤد ي إلى زيادة غير طبيعية في مقتنيات ر ي المحاصيل الزراعية مقارنة بالمعدلات العالمية ولا يشجع ذلك على الحد من استخدام المياه أو إتباع أساليب لترشيد استهلاكها في الزراعة[1]

المطلب الثاني: تطورات التعاون العربي لحماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة

1. الآليات المؤسسية للتعاون العربي في مجال البيئة [2]

✓ **مجلس الوزراء العرب لشؤون البيئة:** تأسس مجلس الوزراء العرب لشؤون البيئة في عام 1987 بهدف تعزيز العمل العربي في مجالات حماية البيئة والحفاظ على الموارد وتحديد المشكلات البيئية ذات الطبيعة الإقليمية وشبه الإقليمية، واقتراح خطط العمل المشتركة لمواجهتها .ويهتم المجلس بتنسيق مواقف المجموعة العربية في المحافل البيئية الدولية وتعظيم دور المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية.

✓ **المبادرة العربية للتنمية المستدامة:**

نالت قضايا البيئة والتنمية اهتمام القادة العرب، حيث تم اعتماد المبادرة العربية للتنمية المستدامة في القمة العربية بتونس في مارس 2004 كما تم اعتماد المخطط التنفيذي للمبادرة في قمة الجزائر في مارس2005.

وتهدف المبادرة للتصدي لتحديات التنمية المستدامة في المنطقة العربية، ويقدم المخطط التنفيذي إطارا عاما لتنفيذ البرامج والأنشطة المشتركة وإيجاد الآليات المناسبة للتمويل وبناء الشراكات مع الأقاليم والمجموعات الأخرى في إطار الجهود الدولية لتحقيق التنمية المستدامة و تفعيل مساهمة المجتمع المدني والمرأة . وتتطرق المبادرة لموضوعات

---

[1] صالح فلاحي و ليلي شيخة، مرجع سابق ،ص23-24.

(2) صالح فلاحي ، **الأوضاع البيئية والتعاون العربي في مجال البيئة والتنمية المستدامة**، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، الفصل الثاني عشر، عن الموقع http://www.arabfund.org ، تاريخ الاطلاع 2015/08/28، ص210

عديدة، هي، السلام والأمن، الأطر المؤسسية، الحد من الفقر، السكان والصحة والتعليم، التوعية والبحث العلمي، نقل التكنولوجيا، إدارة الموارد، الاستهلاك والإنتاج، والعولمة والتجارة والاستثمار.

- ✓ **منظمات العمل العربي المشترك المتخصصة** : تهتم المنظمات المتخصصة لجامعة الدول العربية كل في مجالها لابتنفيذ برامج لبناء القدرات في مجالات ترشيد الموارد والتحكم في التلوث وإعداد الأدلة الإرشادية وعقد حلقات العمل والدورات التدريبية المتخصصة . وعلى سبيل المثال، يقوم المركز العربي لدراسات المناطق القاحلة وشبة القاحلة (الأكساد)، بتنفيذ برامج للإدارة المتكاملة للموارد المائية العربية وبناء نظم معلومات عن الموارد المائية وإعداد الخارطة الرقمية للموارد المائية في المنطقة العربية وبرنامج تنمية موارد المياه غير التقليدية . آما يقو م بتنفيذ برامج لمراقبة التصحر ومكافحته وتأهيل المناطق المتدهورة وإدارة موارد الأراضي وتنمية موارد الحبوب والمراعي والموارد الحراجية وتحسين إنتاجية الثروة الحيوانية والحفاظ على التنوع الحيوي.
- ✓ **التعاون في مجال حماية البيئة عبر الحدود العربية**

تحظى حماية البيئة عبر الحدود باهتمام الدول العربية، ويتم التركيز على قضايا موارد المياه للأنهار والأحواض المشتركة وحماية البيئة البحرية، آما تزايد الاهتمام مؤخرا بمشاكل انتقال الملوثات الهوائية عبر المناطق الحدودية وتهديد التنوع البيولوجي . وعلى الرغم من وجود بعض الاتفاقيات لاقتسام موارد المياه المشتركة إلا أن الدول المعنية لم تتخذ إجراءات جادة لحمايتها من التلوث الناجم عن الأنشطة الزراعية والصناعية والبشرية في المناطق المتاخمة للأنهار، آما تفتقر إدارة أحواض المياه الجوفية إلى آليات لتنسيق الاستخدام بين الدول المعنية مما يؤدي إلى استنزاف هذه الموارد الهامة . وعلى الرغم من اضطلاع الدول العربية بدور هام في أنشطة المنظمات المعنية بحماية البيئة البحرية، فإن ممارسات التخلص من المخلفات الصلبة والسائلة في مياه البحار وحوادث ناقلات النفط والتخلص من مياه توازن الناقلات الصبورة والصيد الجائر للأسماك وعمليات الحفر والردم ما زالت منتشرة في المناطق الساحلية العربية. [1]

ويؤدي التوسع الصناعي وزيادة الأنشطة البشرية وارتفاع معدلات استهلاك الطاقة في المناطق الحدودية إلى تزايد الجسيمات الدقيقة والملوثات العضوية الثابتة وتفاقم مشاكل التغيرات ا لمناخية عبر الحدود المشتركة لبعض الدول العربية .ومن ناحية أخرى فإن تزايد حركة النقل البري والجوي بين دول المنطقة مع عدم الالتزام بالاشتراطات الدولية لعوادم الاحتراق يؤدي لزيادة الإنبعاثات الملوثة في الأجواء العربية . ويلاحظ أن انحسار رقعة الأهوار في فترة ما قبل احتلال العراق قد أدى لتغيرات ايكولوجية تعدت حدود العراق إلى الدول المجاورة ، كما أدى التوسع في السياحة الصحراوية وعدم إحكام الرقابة على الرعي الجائر في المناطق الحدودية في العديد من الدول العربية إلى التأثير على التنوع البيولوجي والحياة البرية في هذه المناطق.

[1] صالح فلاحي، مرجع سبق ذكره ، ص213.

✓ **تنسيق المواقف العربية من الاتفاقيات البيئية متعددة الأطراف**[1]

تشارك الدول العربية في معظم الاتفاقات والبروتوكولات الدولية المتعلقة بالتحكم في التلوث العابر للحدود والتجارة في الأحياء المهددة بالانقراض . وبالنسبة لاتفاقية الأمم المتحدة بشأن تغير المناخ وبروتوكول كيوتو الملحق بها، فقد قامت الدول العربية بتنسيق مواقفها بالنسبة لعدم قبول مقترحات الدول الصناعية حول التفاوض لفترة الالتزام الثانية لما بعد عام 2012 ، وخاصة فيما يتعلق بخفض الانبعاثات في الدول النامية . آما يتم حاليا وضع خطة تنفيذية عربية وإعداد مشاريع إقليمية للاستفادة من صناديق ومصادر التمويل وآليات المرونة لبروتوكول كيوتو وخاصة آلية التنمية النظيفة،ومتابعة تقارير الهيئة الحكومية الدولية المعنية بتغير المناخ، آما تتخذ حاليا الإجراءات التمهيدية نحو إنشاء قاعدة إقليمية للمعلومات عن الغازات الدفيئة وبناء القدرات وإعداد البلاغ الوطني للوفاء بالالتزامات المقررة في الاتفاقية.

وتسعى الدول العربية لتنسيق طلب الدعم المادي والفني المتاح في الاتفاقيات البيئية الدولية الخاصة بالمواد والنفايات الخطرة، وتأييد مطلب الكويت في استضافة المركز الإقليمي للمنطقة العربية لاتفاقية استكهولم، وكذلك مطلب المغرب في استضافة المركز الإقليمي لإفريقيا للاتفاقية . وتعمل الدول العربية حاليا على اتخاذ إجراءات مشتركة لبناء القدرات وتنمية الموارد البشرية لإعداد وتنفيذ خطط العمل الوطنية . آما انضمت معظم الدول العربية إلى اتفاقية روتردام بشأن إجراءات الموافقة المسبقة في التعامل مع بعض الكيماويات ومبيدات الآفات الخطرة المتداولة في التجارة الدولية . ويتم

حاليا إنشاء وحدات للتنسيق وعمل قواعد البيانات الوطنية للمواد الكيماوية والمشاركة في أنشطة كل نظام العالمي الموحد والمنسق لتداول المواد الكيماوية على المستوى الدولي . آما تطالب الدول العربية الأمم المتحدة بتشكيل لجنة لتقصي الحقائق حول الاشتباه في تهريب النفايات الإسرائيلية ودفنها في الأراضي الفلسطينية المحتلة.

المطلب الثالث : مستقبل التعاون في مجال حماية البيئة عبر الحدود العربية

✓ **التعاون في مجال حماية البيئة عبر الحدود العربية**

تتطلب التنمية المستدامة بصورة أساسية العناية ببناء القدرات وتوفير الحريات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للمجتمعات العربية وتطوير النظم التشريعية وآليات المشاركة الشعبية.

ولمواجهة التحديات البيئية المستقبلية بفاعلية، فإن الدول العربية مدعوة لاتخاذ إجراءات فعالة لدعم الشراكة مع القطاع الخاص وتعزيز مشاركته في وضع السياسات والاستراتيجيات البيئية وخلق المناخ المناسب لتحفيز الاستثمار في مشروعات الإنتاج الأنظف واستحداث الآليات الاقتصادية المناسبة لدعم الالتزام البيئي للصناعات الصغيرة والمتوسطة والعمل على توحيد المعايير والمواصفات البيئية بين الدول العربية، في إطار منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى.

---

[1] عادل عبد الرشيد عبد الرزاق ،ندوة دور التشريعات والقوانين في حماية البيئة العربية، الشارقة – الإمارات العربية المتحدة 7-11مايو (أيار) 2005ص 14.

ومن جانب آخر، يتوقع أن تشهد المرحلة القادمة مزيدا من الجهود المشتركة للحد من تأثيرات التلوث على البيئة العالمية و الإقليمية والالتزام باشتراطات الاتفاقيات البيئية متعددة الأطراف و إنشاء آليات أآثر فاعلية لتخفيف التلوث العابر للحدود .وتسعى الدول العربية المنضمة لهذه الاتفاقيات للحصول على منح مالية عن طريق مرفق البيئة العالمي والحصول على تقنيات الإنتاج الأنظف من خلال آلية التنمية النظيفة . وينتظر أن يتم في السنوات المقبلة اتخاذ خطوات إيجابية نحو إنشاء مرفق البيئة العربي برعاية جامعة الدول العربية، والذي يع تمد على مصادر تمويل غير تقليدية وتسهم فيه الدول وصناديق التمويل العربية والإسلامية كآلية لتمويل الأنشطة البيئية ذات الخصوصية العربية، مثل دراسات الجدوى والتقييم البيئي للمشروعات المشتركة في إطار منطقة التجارة العربية الحرة الكبرى وتنفيذ مشروعات تجريبية للحد من التلوث وترشيد استخدام الموارد.

وفي إطار مواكبة التطورات العالمية والإقليمية، يتم حاليا إعداد دراسة تقنية أولية عن مشروع إنجاز قمر صناعي عربي لملاحظة الأرض والاستشعار عن بعد وسيوفر المشروع المنتظر تنفيذه في السنوات المقبلة وسيلة فعالة لمراقبة الأرض من الفضاء الخارجي وفهم أدق للتحولات المناخية والبيئية في المنطقة العربية . ومن ناحية أخرى، فقد تم إعداد مشروع النظام الأساسي للإتحاد العربي للمحميات الطبيعية والذي سيتم إشهاره قريبا . ويهدف إنشاء الاتحاد لتوفير الدعم الفني والمشورة في إدارة المحميات الطبيعية العربية، والمساعدة في بناء القدرات المؤسسية، وإجراء تقييم إقليمي للمناطق المحمية يرتكز على التراث المميز والسمات البيئية للأقاليم المختلفة، والمساعدة في توفير الدعم المادي لتأسيس المناطق المحمية الجديدة في دول الاتحاد.[1]

[1] عادل عبد الرشيد عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره ،ص 16

المبحث الثاني : واقع تحرير التجارة السلع البيئية في الدول العربية

سيتم في هذا المحث معرفة موقع الدول العربية مما يجرى فيها ميدان التجارة السلع البيئية ، مما يمكنها في المستقبل من رسم اطار الذي يأهلها للمنافسة الدولية ، بفضل تجاوبها مع المعايير التقنية التي تفرضها الدول المتقدمة و اسغلال إمكانياتها الكاملة.

المطلب الأول : الجهود الرامية الى تصنيف السلع البيئية

أوصت الفقرة 31 من اتفاق الدوحة الدول المشاركة فيه بالدخول في مفاوضات حول ثلاث نقاط :

تتمثل النقطة الأولى في العلاقة بين القوانين السائدة في ضل منظمة التجارة العالمية و الالتزامات التجارية الخاصة التي تنص عليها الاتفاقيات البيئية المتعددة الأطراف ،و البحث في إمكانية اقتصار تطبيق قوانين المنظمة على الدول الأعضاء في تلك الاتفاقيات .

تتعلق النقطة الثانية بأليات التبادل المنتظم للمعلومات بين أمانات تلك الاتفاقيات و اللجنة المعنية في منظمة التجارة العالمية .

أما النقطة الثالثة ، فتركز على تخفيض الرسوم الجمركية و العوائق غير الجمركية أمام تجارة السلع و الخدمات البيئية ، و العمل على إزالتها إن أمكن .

لقد واجهت الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية صعوبات جمة في التفاوض حول تحرير تجارة السلع البيئية ، و لاسيما أنها انطلقت في هذه العملية دون أن تتفق على تعريف موحد لها ، وتمكن أهمية الاتفاق على تصنيف و التعريف في تمكين الدول من تناول السلع بسهولة ،مما جعل عملية التصنيف فى حد ذاتها تخضع للتفاوض ، و قد واجهت بدورها صعوبات على الرغم من الجهود التي سبقت هذه المحاولة . [1]

1. تصنيف منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (OECD)

لقد ظهرت المحاولات الأولى لتعريف صناعات السلع و الخدمات البيئية في بداية التسعينيات نمت القرن العشرين ، حيث بادرت منظمة التعون الاقتصادي و التنمية عام 1992 الى وضع قائمة لها بالاستعانة بمختلف المعطيات حول الانتاج و التشغيل و التجارة و البيئة و الاستثمار و البحث والتطوير ، و ذالك للوصول الى حل مشاكل البيئة المترتبة عن تزايد حدة التنافس الصناعي في الدول المتقدمة من تلويث للجو و المياه و التلوث الصوتي .

و في عام 1995 تمكنت دول منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية ، بالتعاون مع مكتب الاحصائي للاتحاد الاوروبي (sastistical Office of the European (EUROSTAT)

من وضع أول قائمة للسلع و الخدمات البيئية بناء على منطلق يقضي بتمييز صناعات السلع و الخدمات البيئية على اساس مقاربة الاستخدام النهائي ، أو ما يعرف بـ: (End ues approach)

(1) http://www.arabfund.org تاريخ الاطلاع في 2015/08/20 الساعة 10.00.

مما جعل منتجات مثل المواد الغذائية العضوية تغيب عن قائمة التصنيف ، على الرغم من أنها تتوافق مع شروط حماية البيئة . و طالما كان الطلب علة هذا النوع من السلع في تنام مستمر فقد اعتبرت بعض الدول هذا الغياب تضييعا لفرص سانحة كان من المحتمل أن تستفيد منها الدول النامية باعتبارها مصدرا مهما لهذه السلع .

و عرف المكتب الاحصائي للاتحاد الأوروبي و منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية الصناعات البيئية بأنها النشاطات التي تنتج منها سلع و خدمات لقياس ومنع التدهور البيئي الذي يتعرض له الماء و الهواء و التربة ،و تخفيفه و تفاديه أو الحد منه أو علاجه ، بالاضافة الى المشاكل المتعلقة بالنفايات و الضجيج . وتم تقسيمها وفقا لهذا التعريف الى ثلاث مجموعات : إدارت التلوث ،و المواد و التكنولوجيا الانظف ،و إدارة الموارد الطبيعية .

و بالرجوع الى التعريف الوارد في بداية هذا البحث ، تندرج السلع المفضلة بيئيا (EPP) ضمن المجموعتين الاخيرتين

و عليه فإن قائمة المكتب الاحصائي للاتحاد الأوروبي و منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية تضم 124 منتجا.منها قائمة 132 منتجا لديه ما يقابل و فق الترميز الجمركي المنسق ذي الستة أرقام (digit hs code) ، وهي بدورها تتضمن 25 منتجا تمثل مواد معدنية و كميائية تستخدم في معالجة المياه و النفايات و الصرف الصحي ، و في أنظمة الطاقات المتجددة ،و 98 منتجا تمثل المصنوعات التي تدخل كمركبات في الانظمة و الهياكل القاعدية المستعملة لتقديم خدمات بيئية .و المتقبي من 163 منتجا ليس لديها ما يعبر عنها و فق الترميز المنسق ، و هذه تمثل في الواقع السلع البيئية البحتة و تعرف ايضا بالتكنولوجيا مثل و سائل النقل الكهربائية و انظمة توليد الطاقة .[1]

2. تصنيف رابطة التعاون الاقتصادي لأسيا و المحيط الهادي (APEC)

بعد أن اهتدت دول منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية الى وضع أول قائمة للسلع البيئية ، بادرت رابطة التعاون الاقتصادي لأسيا و المحيط الهادي عام 1998 الى القيام بمحاولة مماثلة كاجراء مسبق لتعديل الرسوم الجمركية ، وتحرير تجارة مجموعة محددة من السلع بين الدول الاعضاء . و تم التفاوض حول منتجات القطاعات الصناعية التي قد يؤدي تحريرها الى افراز اثار اجابية و في التجارة و الاستثمار و النمو الصناعي في دول المجموعة . وقد تمخض عن هذا الجهد وضع قائمة 109 منتجات منها 104 لديها مقابل و فق الترميز المنسق .

و من منطلق قناعة الدول الاعضاء في منظمة التجارة العالمية بأهمية تكامل الاهداف البيئية ، و أهداف تحرير التجارة لجميع الدول ، فقد اعتبرت المنظمة اطارا دوليا مناسبا لاستكمال التفاوض المتعدد الاطراف . وقد حدد الاول من 02جانفي 2005 كاخر اجل للتفاوض حول السلع البيئية .وعندما انطلقت العملية في اطار مجموعة التفاوض المختصة بقضايا دخول الاسواق(NGMA) تم تداول القائمتين المعدتين من قبل منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية و رابطة التعاون الاقتصادي لأسيا و المحيط الهادي و قد انقسمت الدول المتفاوضة الى فريقين : أحدهما يؤدي الاعتماد على قائمتين و الاخر يرفض اعتبراهما قاعدة صالحة للشروع في التفاوض .

[1] عادل عبد الرشيد عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره ،ص 20 .

وقد اختير الترميز المنسق كلغة للتعبير عن السلع البيئية غير ان هذا الاختيار لم يكن مناسبا الى الدرجة كبيرة اذا وجد ان العديد من السلع التي تحتويها قائمة المنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية غير المعبر عنها وفق الترميز المنسق ذي الستة ارقام مما يصعب عملية التفاوض بشانها ومن المشاكل العويصة التي واجهتها المفوضات عدم التوافق بين القائمتين لاتمثيل الا 30 بالمئة من العدد الكلي للسلع وبعد الجداول العديد من القضايا اتضح ان الخلاف بين الدول مرده الى النقاط الاتية :

- كيف يمكن تصنيف السلع التي لها استخدامات نهائية تختلف عن الاستخدام البيئي ؟
- هل يع الاستخدام النهائي معيار كافيا لتعريف السلع البيئية ؟
- هل يمكن ادخال طرق عملية الانتاجية PODUCTION POCESS METHODS كمعيار جديد للتصنيف ؟
- كيف يمكن للترميز المنسق ان يستوعب كل السلع محل التفاوض؟
- كيف يمكن معالجة المفهموم النسبي لعبارة (صديق البيئية) ؟

والى غاية عام 2005 كانت المفاوضات في ضل المنظمة العالمية للتجارة مقتصرة على السلع البيئية من الصنف (أ) اما الصنف (ب) فلم تدرج منه إلا القليل من السلع .[1]

3. تصنيف المؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD)

تم في مؤتمرالامم المتحدة للتجارة والتنمية 2005 تقديم مبادرة تختلف عن تلك التي ساهمت بها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ورابطة التعاون الاقتصادي لأسيا والمحيط الهادي وهنا وضعت قائمة تضم عدد محدود من السلع الأساسية المفضلة بيئيا التى تمثل اهمية تصديرية للدول النامية اطلق عليها EPP(UNCATAD CORE LISTE) وحاولت الاونكتاد من خلالها تفادي التعارض مع قواعد منظمة التجارة العالمية التي تقضي بعدم السماح بتمييز السلع حسب طرق انتاجها كما طالبت به الدول النامية ، بل اعتمدت في اعداد القائمة على الخصائص البيئية لاستخدام تلك السلع والتخلص من مخلفاتها، كما انها لا تضم السلع المفضلة بيئيا على السلع مماثلة .

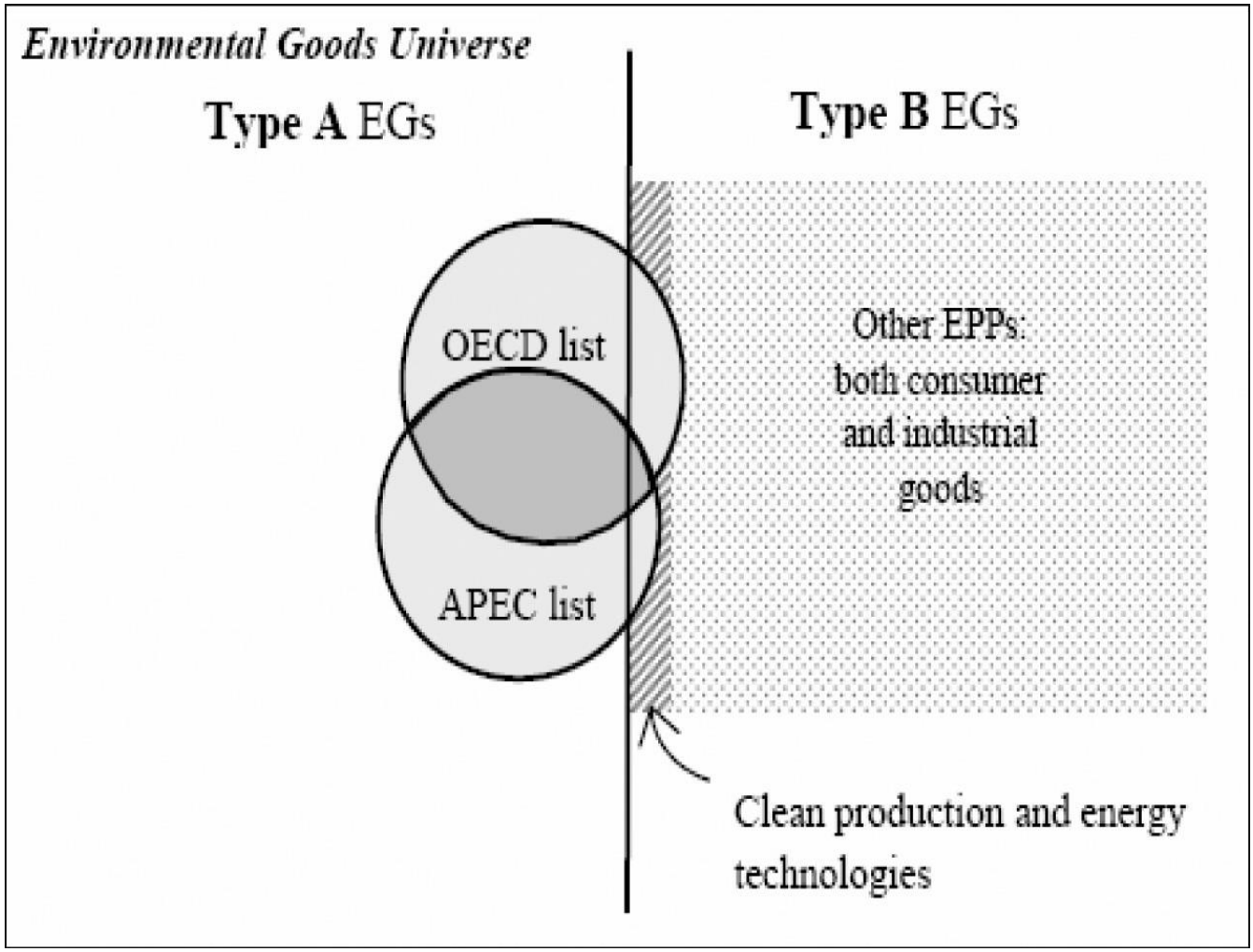
وتتضمن قائمة الاونكتاد، على سبيل المثال، الألياف الطبيعية والصباغ والصابون الطبيعي .وصنف الغاز الطبيعي والوقود النظيف في قائمة خاصة بالتكنولوجيا الأنظف وعلى الرغم من ذلك ظلت القائمة المشتركة لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ورابطة التعاون الاقتصادي لأسيا والمحيط الهادئ تحظى بتأييد أغلب الدول .

تحتوي القائمة على 54 سلعة مشتركة، ويبين الشكل رقم: (03) أن النسبة الكبيرة من السلع الواردة في القائمتين المقترحتين من الجانبين تنتمي الى الصنف(أ) من السلع البيئية التي ذات اهمية تصدرية بالنسبة الى الدول المتقدمة، بينما لاتحتوي القائمتان الا على الجزء بسيط من السلع تنتمي الى الصنف (ب) التي تعد ذات اهمية تصديرية بانسبة الى الدول النامية،وهذا مادفعها الى محاولة وضع قائمة خاصة بها ،وركزت اساسا على اضافة سلع اخرى

[1] http://www.arabfund.org تاريخ الاطلاع في 2015/08/20 الساعة 22.00

الى قائمة الصنف (ب) كالمواد الأولية والموارد الطبيعية المستهلكة، كالغذاء ومستحضرات التجميل ، الطبية ، والالبسة، والاثاث ،والادوات المنزلية، ومواد البناء

الشكل رقم:(3) السلع البيئية وفق القائمة المشتركة (OECD APEC O+A LIST)



المصدر:http://www.arabfund.org تاريخ الاطلاع في 2015/08/20 الساعة 22.00

غير ان القوانين منظمة التجارة العالمية الى غاية 2005 لم تكن تسمح بالتمييز بين السلع، حسب طريقة صنعها، مما جعل الدول النامية تركز جهودها في تعريف السلع صنف (ب) على الاستخدام النهائي لها والتخلص من مخلفاتها وعليه سيتم التركيز على السلع من هذا الصنف باعتبرها نالت حضها من التفاوض بخلاف السلع ب التي لم تحظ بذلك

وللاشارة فان القوئم السلع البيئية التي اقترحتها منظمة التعاون الالقتصادي والتنمية لا تعد الوحيدة حيث قدمت العديد من دول المتفاوضة اقترحات مختلفة تعتمد على معايير متباينة ولتحديد قوائمها الخاصة اعلنت ،كندا، واليابان ،والولات متحدة الاميركية، تعاريف واسعة للصناعات البيئية ،بينما عمدت الدول الاخرى الى تضييق المفهوم ،مثل ايطاليا والنرويج.

وهذه حصرت السلع البيئة في النشاطات المعدة خصيصا لمنع التلوث، والخدمات التجارية ذات العلاقة، مثل الهندسة والبحث التطوير والعمل الاستشاري

المطلب الثاني : العوائق التي تعترض صادرات الدول العربية من سلع البيئة

ان العقبات التي تعترض الصدرات الدول العربية لاتختلغ في الواقخ عن تلك التي تعاني منها الدول النامية في مجملها وهي لاتمثل بتاتا في الرسوم الجمركية باعتبارها رسوم مطبقة على وردات الدول المتقدمة من سلع البيئية التي تاتيها من الدول النامية تعد منخفضة وقد بلغ المتوسط المرجح لتلك الرسوم عام 2001 مايعادل 1 بالمئة او اقل من ذالك بالنسبة الى الصنف (أ) و2 بالمئة بنسبة الى الصنف ب بينما بلغت الرسوم التي فرضتها الدول العربية خلال الفترة 2005-2013 على وردتها من الصنف (أ) ما نسبة 10 بالمئة وبالنسبة الى السلع المفضلة بيئيا 2 بالمئة حسب قائمة الاونكتاد ومن ثم فان العوامل التي تعتبر فعلا عراقيل في وجه صدرات الدول العربية تتمثل في عوائق غير الجمركية وهي ذاتها التي تتعرض لها باقي المنتتجات الصناعية للدول النامية .

وقد تم تاكيد هذه الحقيقة في الدراسة التي قام بها هاوس (howse)(وفان بوك van bokعام 2007) ، ولم يؤيدهما في ذلك البحث انجزه ر . ستينبلك (R.steeblikوم) .كينيت(M .kennet) في الدراسة انجزها على سبع عشر دولة عام: 2005 ، حيث قلل هذان الباحثان من اهمية العوائق غير الجمركية ومختلف العوائق الفنية . بينما اكد كاثون(kathun) في عام 2004 ماتوصل اليه هاوس وفان بوك ، اذ تحقق من صدرات الدول النامية من السلع البيئية تجد صعوبة كبيرة في دول الاسواق الدول المتقدمة، لعدم قدرتها على الاستجابة للمعايير التقنية التي تفرضها تلك الدول على النتجات المستوردة .

وقد اجرت (اتاك attac) في السياق ذاته استطلاعا للراي حول الموضوع عام 1998 شمل مصدري ومستوردي موزعي السلع البيئية، ومختلف الجهات المعنية في 15 دولة من آسيا، و09 من افريقيا، و22 دولة من أميركا اللا تنيية والكاريبي ،وخلص الاستطلاع في وضع قائمة باثني عشر نوعا من العوائق الفنية، وبعضها الاخر لم يتم تحديده ، وهي موضحة في الجدول رقم: (02) [1]

[1] صالح فلاحي و ليلي شيخة، مرجع سابق ،ص26

الجدول الرقم: (02) ترتيب العوائق الفنية المطبقة على الصنف (أ) للسلع البيئية

الرتبة	نوع العائق	عدد الاجابات	الرتبة	نوع العائق	عدد الاجابات
1	التقييس	32	5	القيود على التسويق	21
			2	الاعانات	14
2	التضيق على الواردات و الملصقات و التغليف	34	8	انتهاكات الملكية الفكرية	10
3	متطلبات التوثيق	33		قيود الاستثمار و العلاقات التجارية	9
4	التنظيمات الصحية	25	7	قييود اخرى (غير محددة)	6
4	القيود على المستوردين	25			
4	اساليب المعاملة التميزية	25	9	الحصص	2
5	قيود التوزيع و الامدادية و الخدمات البنكية	21	10		

يبين الجدول رقم :02 أن قيود التقييس التي تفرضها الدول المتقدمة تعد من اكثر العوائق ازعاجا لدول المعنية التي اجريت عليها الدراسة (ممثلة ب 36 اجاية)، تليها في الشدة القيود على الوردات ثم شروط التغليف، بينما يعتبر تاثير نظام الحصص ضعيفا، اذا يحتل الملاتبة الاخيرة . ومرد ذلك القونين التي تفرضها المنظمة التجارة العالمية.

كما ان نظام الحصص لا يمكن التنصل منه، كما هو الحال بالنسبة الى باقي العوائق الفنية التي يمكن ان تطبقها الدول دون ان تتعارض مع المبادئ المنظمة .

وتكمن المعضلة عند تصدير السلع البيئية من صنف (ب) في استحالة حصول الدول المستوردة على الخصائص البيئية للعمليات الانتاجية التي تعتمد على هذا النوع من السلع، الا اذا صرحت بذلك الدول المصدرة، ولا سيما ان تقديم طلب المعاملة التمييزية لهذه السلع يتطلب اجراءات معقدة وتكاليف باهظة للحصول على الشهادة.

ويمكن ان تتعدى تلك التكاليف . الارباح المنتظرة من المعاملة المنتظرة من المعمالة الضريبة التمييزية، ويستثني من ذلك الحالات التي تكون فيها الرسوم الجمركية للدول المستوردة مرتفعة، وهذا ما لا ينطبق على الدول المتقدمة التي تعتبر رسومها مفروضة على الوردات في اصل منخفضة. و ينطبق هذا الارتفاع فقط على السلع الزراعية التي تعتبر رسومها اساسا مرتفعة في الاسواق الدولية .

المطلب الثالث: القائمة العربية للسلع البيئية

بدأ الاهتمام بدراسة واقع تجارة السلع والخدمات البيئية في الدول العربية بموجب قرار صادر عن جامعة الدول العربية للوزاء العرب المسؤلين على الشؤن البيئية عام :2003 ونفذ هذا القرار في شكل مبادرة قامت بها الجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا (الاسكو) بتطبيق برنامج اقليمي حول بناء القدرات في مجال التجارة والبيئية في المنطمة العربية، في اطار مشروع التنمية اوسع تابع للامم المتحدة، وقد تمخض عن هذه المبادرة دراسة قيمة اعدت على مرحلتين ركزت الاولى: 2005-2006 على فهم ماوصلت اليه المفوضات في منظمة التجارة العالمية حول السلع البيئية، لمعرفة سبيل استفادة الدول العربية من تحرير تجارتها في هذا المجال، والوقوف على الخسائر المحتملة من التخفيضات الجمركية المراد تطبيقها ، اما الثانية: 2006-2008 فتم الاهتمام خلالها بإعداد دراسة تقييمية اقتصادية للقائمة المرجعية للسلع البيئية التي اعدتها اللجنة الفنية لمجلس جامعة الدول العربية للوزراء العرب المسؤلين عن الشؤن البيئية في: ديسمبر 2006 في اطار الدورة الثامنة عشر لدول هذا المجلس، وتهدف هذه القائمة الى التنسيق بين الدول العربية في اعداد قوئمها الوطنية للسلع البيئية المراد تحريريها عند التفاوض تحت مظلة المنظمة التجارة العالمية .

وكغيرها من الدول المتفاوضة حول تحرير السلع البيئية التي تعمل على الدفاع عن مصالحها، كان لزما على الدول العربية ان تحدد السلع التي تمثل بالنسبة اليها اهمية اقتصادية ، و في اطار اجتماع الخبراء حول اولويات التجارة والبيئة في المنطقة العربية المنعقد في القاهرة عام 2008 تم تدوال القائمة الاسترشادية التي تم اعدادها في عام2006 ، غير انها لم تكن الزامية وانما كانت بمثابة دليل، وقد تم تصنيف السلع لبيئية العربية الى خمس مجموعات متباينة .

1- سلع بيئية رئيسية ذات اولوية في الدول العربية: وعددها 145 منتجا وتم الاتفاق على ان يتم اضافتها الى قائمة السلع البيئية في المرحلة الاولى في المفاوضات ، في اطار المنظمة التجارة العالمية

2-سلع بيئية رئيسة: تضم 234 منتجا ويتم تخفيض الرسوم الجمركية الخاصة بها على المراحل تبعا الى الاحتياجات التنموية للدول العربية .

3-سلع بيئية تكميلية: ممثلة في 55 منتجا، وهي سلع محدودة الاستخدام للاغراض البيئية، مقارنة بالاستخدمات الاخرى، وتخص الدول العربية فقط .

4-سلع بيئية تكميلية : وتشمل 16 منتجا ، وهي خاصة بدول العربية الأقل نموا مثل السودان، جيبوتي ، جزر القمر، موريتانيا، وتخضع في تمييزها للمعايير الصحية والبيئية العالمية

5- سلع بيئية سلبية: وتضم 387 منتجا، وتمثل مجموعة السلع التي لا تخضع لتعهدات اتفاقيات الغات ، بسب موانع بيئية وفنية واقتصادية يحضر تحرير التجارة فيها، واعداد هذه القائمة بالسلع التي يحظر الاتجار بها تعد سابقة مهمة احرزتها الدول العربية .[1]

[1] صالح فلاحي و ليلي شيخة، مرجع سابق ،ص28

وعند تصنيف السلع البيئية العربية، حسب الخدمات البيئية التي تقدمها، يلاحظ انها لا تشمل كافة الخدمات الوردة في قائمة الموحدة لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ورابطة الاقتصادي لاسيا والمحيط الهادئ وقد تم الاستناد في اختيار السلع البيئية العربية الى اربعة عشر معيارا تعبر في الواقع عن الاثار الاجابية لتحرير تلك السلع في اقتصاديات الدول العربية ، منها تحقيق" اهداف الحفاظ على الموارد البيئية نتيجة التوسع في انتاج السلع ذات الافضلية البيئية" ، وخدمة برامج التنمية وتوفير احتياجتها من السلع البيئية المستوردة بأسعار منخفضة وقد اعتمدت الدول العربية في استبيعاد بعض السلع من القائمة على ثمانية اسباب تعبر عن اضرار التي قد تلحق بالمصالح البيئية العربية اذا ما تم تحرير تجارتها ، منها المبالغة في منح اعفاءات جمركية لسلع البيئية لديها استخدمات متعددة تختلف عن الاغراض البيئية .

وكانت قطر اول دولة عربية تساهم بمدخلاتها مهمة في مجال التفاوض حول السلع البيئية وكان ذلك في افريل 2003 حيث قدمت اقتراحا حول ترميز السلع ذات العلاقة بلغاز، وفق الترميز الجمركي المنسق لتسهيل التعرف عليها في المفوضات ، وفي 28 جانفي 2003 ركز الاقتراح على التفاوض بشان الوقود والتكنولوجيا الكفوءة والاقل انتاجا لانبعاث غز الكربون والملوثات الاخرى، وفي 9 اكتوبر 2002 دار النقاش حول السلع البيئية بصفة عامة وقد شاركت مصر ايضا بإقترحات ، وحول الاردن اعداد قائمة وطنية بالسلع البيئية في عام 2005 ويمكن استغلالها في التفاوض .

خامسا: تجارة السلع البيئية في الدول العربية

تعاني الدول العربية كغيرها من الدول العالم التأثيرات السلبية التي يخلفها تطور النشاط الاقتصادي في البيئة، وفي حياة الافراد، نتيجة النمو الديموغرافي المتزايد الذي يسهم في نضوب ثورات غير متجددة، وقد أدى نمو الديموغرافي السريع فيها الى زيادة الطلب على خدمات التخلص من نفايات الناتجة عن الاستهلاك ، وخدمات الصرف الصحي، ومعالجة المياه الملوثة، وإمدام المناطق الحضارية والريفية على حد سواء بمياه للشرب، مما فرض على الحكومات العربية ضغوطا وتحديات جديدة للإستجابة لهذه المتطلبات التي تعمل، دون شك على تحسين ظروف معيشة لمواطنيها فمالت الدول العربية الى الرغبة في اقتناء السلع والتكنولوجيات البيئية، بهدف تقديم الخدمات بيئية والتقليل من تلك التاثيرات السلبية لنمو النشاط الاقتصادي .

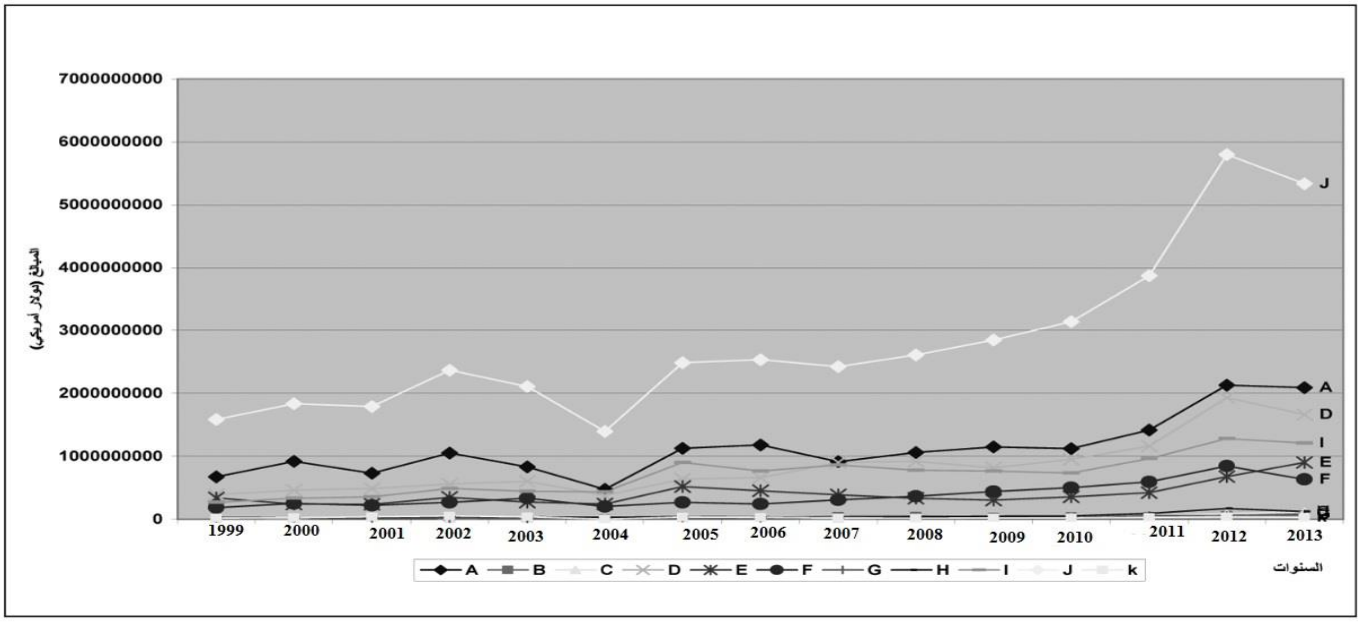
ويمكن توفير تلك الخدمات، اما عن طريق تشجيع المنتجين المحليين على الاستثمار في انتاج السلع البيئية، او تحرير تجارتها لتمكين اصحاب المصانع من استراد مدخلات بيئية بأسعار أقل، تسهل الامتثال لشروط الحفاظ علا سلامة البيئية المفروضة على الصناعة ، وتساهم في تخفيض تكاليف الانتاج.

ومن ثم فإنه، لا يمكن الوقوف على الأثار البيئية الايجابية لتخفيض الرسوم الجمركية في السلع البيئية التقليدية ، إلا إذا أدى ذالك الى تخفيض التكاليف الصناعات عند إمتثالها للتنظيمات البيئية، كما كان تخفيض الرسوم على السلع الصنف (ب) يعد ضروريا قياسا الى الطلب الدولي المتزايد على تلك السلع، إن تخفيض الرسوم على هذه

السلع يؤدي حتما إلى تخفيض تكاليف الحصول عليها من طرف المستهلك النهائي ، مما يساهم في إيجاد فرص كبيروة لتوسيع الصادرات، وضمان التجاه نحو صناعات وخدمات كثيرة حفاظا على البيئة .

وتعد السعودية والامارات العربية المتحدة وعمان وقطر ، بدرجة أقل المغرب وتونس ومصر والأردن ، ومن أهم الدول العربية التي قامت بخطوة جادة نحو فتح قطاع الخدمات البيئية امام الاستثمار الأجنبي المباشر ، ولا سيما في معالجة المياة وادراة النفايات .

الشكل رقم (04): وردات الدول العربية من الدول العالم الصنف(أ) للسلع البيئية مقسمة حسب نوع الخدمة البيئية خلال الفترة 1999-2013



المصدر : صالح فلاحي ، **الأوضاع البيئية والتعاون العربي في مجال البيئة والتنمية المستدامة**، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، الفصل الثاني عشر، عن الموقع http://www.arabfund.org ، تاريخ الاطلاع 2015/08/28، ص210

ملاحظات : مفتاح الشكل: a التحكم في التلوث الهواء: b المواد الفعالة النظيفة: c.العمليات والتكنولوجيات الفعالة: d التقييم وتحليل الرصد البيئي: e ادراة وتخزين الطاقة والحرارة: f ضبط الضوضاء والاهتزازات: g تنظيف واعادة تاهيل التربة h.معدات الطاقة المتجددة: i ادراة النفايات الصلبة: Jادارة مخلفات السائلة: kامداد المياه .

يبين الشكل الرقم:(04) ان السلع البيئية ذات علاقة بإدرة التلوث السائلة استحوذت على النصيب الاكبر من الوردات طيلة الفترة الممتدة: 1999-2013 ، تليها السلع ذات علاقة باتحكم في التلوث الهواء: متبوعة بسلع التحليل والتقييم والرقابة البيئية، ثم ادراة النفايات الصلبة، وبينما كانت واردات السلع المتستخدمة في ادراة التخزين الطاقة الحرارية تميل الى الارتفاع في العام الاخير، فان باقي السلع تميل الى الانخفاض. اما الوردات الدول العربية من السلع المتعلقة ببقية الخدمات فهي متدنية وتكاد لا تذكر .

ويلاحظ ن نصيب السلع المستخدمة في ادراة الملوثات السائلة يترواح مابين: 41بالمئة و66 بالمئة من حجم الكلي للوردات من السلع البيئية الصنف (أ) طيلة الفترة الموضحة في الشكل رقم: (04) مما يدل على اهميتها في اقتصاديات الدول العربية التي تعاني من مشكلة ندرة المياه نتيجة محدودية مخزونها من المياه السطحية والجوفية ،وانخفاض معدل التساقط وزيادة الطلب على المياة لتطوير النشاط الزراعي وتحقيق الأمن الغذائي وهذا مادفع ويدفع الدول العربية الى المزيد من الاهتمام بتقنية المياه الملوثة وتحلية مياه البحر، ومن ثم توفير الوسائل لذلك .

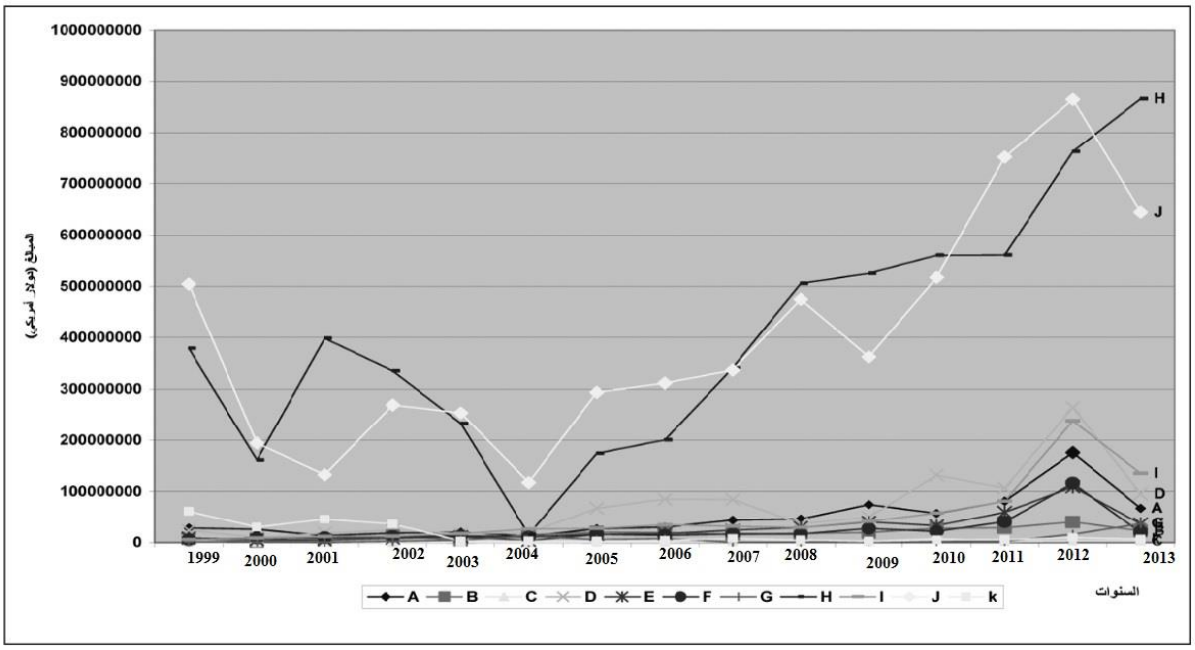
ان انخفاض وردات معدات الإمداد بالمياه ليس في صالح الدول لعربية إطلاقا، والملاحظة نفسها في تنطبق على السلع المتعلقة بانتاج طاقات المتجددة التى تعتبرمنخفظة مقارنة بباقي السلع، ومرد ذلك الى الاعتماد على الوقود لتوليد الطاقة النظيفة كالطاقة الكربائية، بدل الاعتماد على المياه لتوليدها لمحدودية هذا العنصر ،مما يؤثر سلبا في نقاوة الهواء .

وفي هذا السياق ، يلاحظ ان الاردن والسعودية وسورية والعراق ولبنان تلجا الى النفط لتوليد الطاقة الكهربائية التي تحتاجها ، بدل الغاز الذي يعد طاقة نظيفة نسبيا مما يرفع من أنبعاث أكسيد الكبريت ، وأكسيد النيتروجين، وثاني أكسيد الكربون،

مع ذلك أثار سلبية في نقاوة الهواء مما يزيد الطين بلة هوانبعاث الغازات من المركبات القديمة في وقت الذي تتجه فيه باقي الدول العالم تديرجيا الى تشجيع استخدام الوسائل النقل التي تعتمد في حركتها على الطاقة الشمسية والطاقة الكهربائية .

وينعكس انخفاض وردات معدات التخلص من النفايات الصلبة سلبا على الدول العربية على توفير هذه الخدمة بطريقة سليمة ، مما يساهم في تعميق مشكلة ندرة المياه الصالحة للشرب ، بسبب السموم التي ترشحها النفايات الصلبة في المياه الجوفية ، و تلويث الهواء عند حرق تلك النفايات التي تنبعث منها غازات سامة كالديوكسين وتحتل وردات ذات العلاقة بإدراة النفايات الصلبة مرتبة متقدمة نسبيا، كما تم استخدام المواد المستوردة في جميع النفايات ، وليس في التخلص منها وفي عام: 2005 ترواح نصيب وردات السلع البيئية من الحجم الكلي للوردات العربية بين: 3 بالمئة و12 بالمئة، وسجلت أعلى نسبة في قطر، يليها السودان بـ: 10 بالمئة .

الشكل(05): صادرات الدول العربية الى دول العالم من الصنف (أ) للسلع البيئية مقسمة حسب نوع الخدمة البيئية خلال الفترة (1999-2013)



المصدر : صالح فلاحي ، **الأوضاع البيئية والتعاون العربي في مجال البيئة والتنمية المستدامة**، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، الفصل الثاني عشر، عن الموقع http://www.arabfund.org ، تاريخ الاطلاع 2015/08/28، ص210

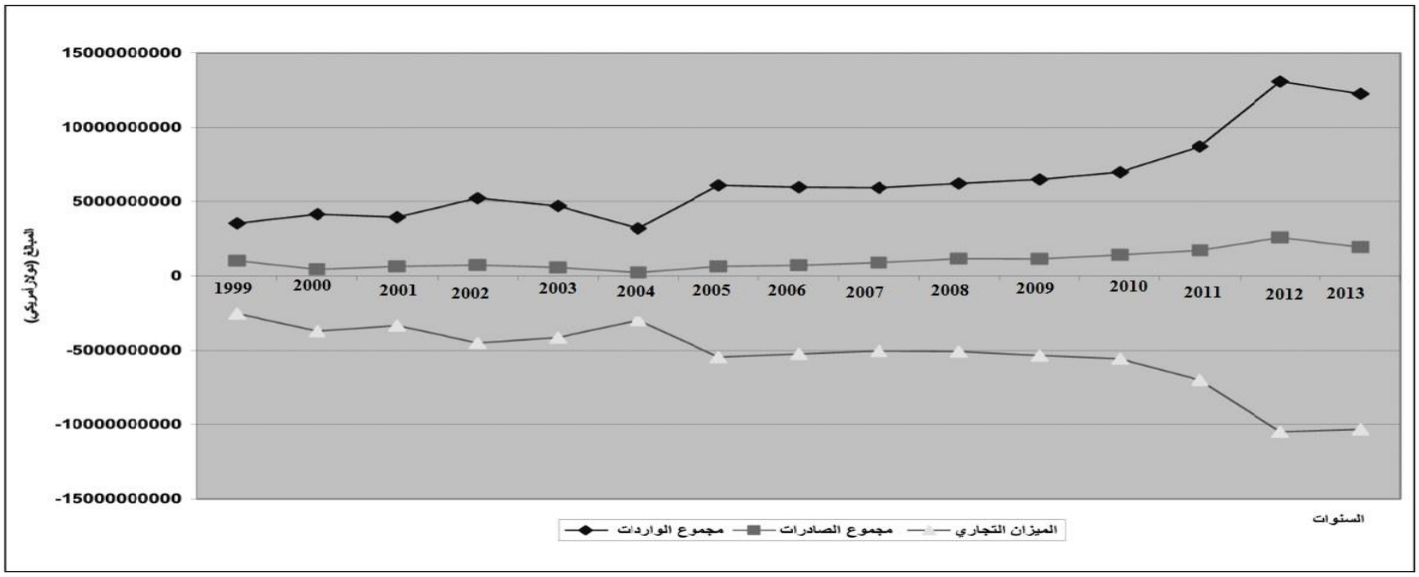
ملاحظات A: مفتاح الشكل التحكم في التلوث الهواء:B المواد الفعالة النظيفة العمليات والتكنولوجيات الفعالة النظيفة :C التقييم والتحليل والرصد البيئي:E ادرة وتخزين الطاقة والحرارة: Fضبط الضوضاء والاهتزازات: تنظيف واعادة تاهيل التربة: Hمعدات الطاقة المتجددة: Iادرة النفايات الصلبة: J ادراة المخلفات السائلة kامداد المياه

يبين الشكل الرقم:(5): ان المنشات الطاقة المتجددة ، وسلع الملوثات السائلة ، تهيمنان على صادرات الدول العربية من السلع البيئية طول الفترة :(1999- 2013) غير أن منشأت الطاقة المتجددة مالت الى التفوق في العام الاخير، حيث بلغ نصيبها من الصادرات الكلية من الصنف (أ) نحو: 45 بالمئة. ولعل اهتمام الدول العربية بهذه المنشأت يعتبر مرحلة انتقالية للمطالبة بتخفيضات اكثر من الدول المستوردة في جولات المفاوضات التي تلت عام: 2006 ، ولم يكن تطور صادرات هاتين المجموعتين من السلع رتيبا، بل عرف الانخفاض تارة، والارتفاع تارة اخرى. ويدل تفوقهما على باقي المجموعات السلعية انهما مهمتان في صادرات الدول العربية .

والمؤشر الذي قد ينذر بتردي وضعية صادرات الدول لعربية من السلع البيئية هو الانخفاض الملحوظ الذي سجلته صادرات السلع ذات العلاقة بالتقييم البيئي، وادراة النفايات الصلبة، والتحكم في التلوث الهواء ،وادراة تخزين الطاقة، ومكافحة الاهتزازات والضوضاء .

بعد ان حققت صدراتها تحسنا بين عامي: 2003و2005 وقد بلغ صادرات الدول العربية من الصنف (أ) كنسبة من الصادرات الدول العربية الكلية اقل من: 3 بالمئة عام 2005 وكانت هذه النسبة اقل من: 1 بالمية في معظم الدول العربية .

الشكل (6) : الميزان التجاري لتجارة الدول العربية مع الدول العالم من صنف(أ) للسلع البيئية خلال الفترة:(2006 -2013)



المصدر نفسه

يوضح الشكل الرقم:(6) الفرق الشاسع بين صادرات وواردات الدول العربية من الصنف (أ) ،حيث تتفوق الواردات على الصادرات ، مما يعني وقوع الدول العربية في عجز يزعزع ميزانها التجاري في هذا نوع من السلع.

ويزداد العجز حدة مع مرور السنوات ، حيث تجاوزت الواردات الصادرات بستة اضعاف عام: 2013 بعد ان تراوح الفرق بينهما منذ عام: 2008 بين اربعة وخمسة اضعاف .

ويبين ايضا ان الوقت الذي تنمو في الوردات بشكل ملحوظ ، فإن الصادرات تتطور ببطء ، وتكاد تكون ثابية كما يدل على ذلك ميل منحى الصادرات، والشكل المتطابق الذي اتخذه منحى الواردات، ومنحنى الميزان التجاري. واللافت للانتباه، في الشكل هو ان الصادرات والواردات انخفضت من السلع البيئية انخفضت عام: 2013 ويمكن تفسير ذلك بركود يكون قد أصاب تجارة هذا النوع من السلع في ذلك العام

واللافت للانتباه ايضا ان تطور وردات والصدرات للدول العربية من الصنف (أ) للسلع البيئية يتحرك في كل الاتجاه نفسه تقريبا، اذا يعني ارتفاع احدهما انخفاض الأخر . وهذا يدل على ان السلع لا تتحرك بمنطق زيادة الصادرات ، وانخفاض الواردات اوالعكس . ويستثنى هذه الملاحظة سلع التحليل والتقييم البيئي وادارة الملوثات السائلة . ولم تتفوق الصادرات العربية على الواردات الا في تجارة الطاقات المتجددة التي تفوقت فيها الصادرات طول الفترة:(9199-2013) وهنا يبدو الفرق شاسعا بين الصادرات والواردات .

ولا تختلف الوضعية التجارة العربية في السلع البيئية من الصنف (ب) عن الوضعية المسجلة بالنسبة الى الصنف(أ) وهنا تجاوزت واردات الدول العربيه من هذه السلع من هذه السلع صادراتها عام 2008 باكثر من اربعة اضعاف وفقا لقائمة EPP- code في حين سجل الميزان التجاري للدول النامية ككل في عام نفسه فائضا مهما. كما

ساهمت الدول العربية في ذلك العام بـ: 0.6 بالمئة من الصادرات العالمية لهذا الصنف من السلع، وبلغ نصيبها من الواردات 1.3 بالمئة .

ومما سبق، فإن تشجيع الدول العربيه على تحرير تجارتها من السلع البيئية يستوجب ان يتم بشئ من الحذر، ولا سيما إذا ما تم تقييم الخسائر التي تتكبدها جراء تخفيضها للرسوم الجمركية المرتفعة التي تفرضها وارداتها من السلع البيئية ، اذا قورنت بالخسائر البسيطة التي تتحملها الدول المتقدمة، التي تفرض رسوما منخفضة في الأصل .

وقد تم تقييم ما يتوقع ان تخسره الدول العربية من العوائد الجمركية وفق القائمة الاسترشادية العربية للسلع البيئية التي تقسم السلع البيئية الى اربع مجموعات.

و تم هذا التقييم على اساس الرسوم المطبقة من طرف الدول العربية على كل مجموعة سلعية على حدة ، وهي مقدرة بـ: 13 بالمئة للأولى ، و14 بالمئة للثانية، و11 بالمئة و17 بالمئة للمجموعتين الثالثة والرابعة على التوالي ويمكن القول ان الامارات العربية المتحدة ومصر والمغرب والكويت من الدول اكثر تضررا بالنسبة الى التخفيض الرسوم على المجموعة الاولى التي تتضمن الوقود النظيف، بينما ينصح بالتخفيض التدريجي والمدروس في المجموعة السلعية الثانية التي تتكون من تجهيزات الصناعية واستهلاكية ذات كفاءة عالية من استخدام الطاقة . واذا ما يتعلق الأمر بالمجموعة الثالثة، فان الخسائر العربية تكون محدودة ماعدا الإمارات العربية المتحدة. اما القائمة الرابعة. فأثرها السلبي باعتبارها تضم القليل من السلع .

خلاصة الفصل :

من خلال هذا البحث يمكن التوصل الى ان قائمة السلع البيئية لم تكتمل بعد، على الرغم من انطلاق الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية في التفاوض حول تحرير تجارتها . وأيا كانت طبيعة القوئم المقترحة ،فإنها لا تخضع بالضرورة للمعايير البيئية، كما كان ينتظر منها ، وانما أعدت بطريقة تتوافق ومصالح الاطراف التي اقترحتها بكيفية احتوت العديد من القوائم على السلع لا تعد صديقة للبيئة . وفي المقابل تغيب عن التصنيف بعض السلع التي تحقق هذه الخاصية ، وهذه تضمن مصالح الدول النامية ، ومن بينها الدول العربية .

خـــاتمة

خاتمة:

قد تنامى الجدل حول الإهتمام العالمي بالبيئة، ولأنّ المشاكل البيئية تجاوزت الحدود الوطنية لذا يتطلب حلها تظافر الجهود على المستوى الدّولي، وفي مثل هذه الحالة أصبحت الحاجة ماسة إلى المؤسسات الدولية تلك التي تكون متسقة في إستجابتها مع التحديات البيئية العالمية، كما أنّ جملة المفاوضات بشأن العلاقة بين المنظمة العالمية للتجارة والإتفاقيات البيئية متعدّدة الأطراف، تعدّ فرصة فريدة لخلق التآزر الإيجابي فيما بين التجارة والبيئة على الصّعيد الدّولي.

ان الوضعية صدرات الدول العربية من السلع البيئية لاتختلف كثيرا عن باقي السلع حيث تعتبر الدول العربية مستوردا صارفا لتلك السلع مما افرز عجزا في ميزانها التجاري مع باقي الدول العالم طوال الفترة 1999-2013 ويعود القصور المسجل في باقي الصدرات الدول العربية من السلع البيئية ولاسيما الصنف ا الى العوائق الفنية المفروضة عليها من الدول الصناعية الكبرى ومادامت المفاوضات متعلقة بتحرير تجارة السلع البيئية في ايطار منظمة التجارة العالمية لم تتوقف بعد على الدول العربية تنتهز الفرصة ، و تستفيد من أخطائها السابقة في التفاوض مع الدول المتقدمة ، و ألا تقدم تعهدات لا يمكن الالتزام بها ، حتى لا تضطر الى اللجوء الى المنازعات في وقت لا حق عندما تتعارض مصالحها مع ما تم الاتفاق عليه.كما يجب عليها الاخذ بعين الاعتبار متطلباتها التنموية ، و التشبث بمطالبها بالنسبة الى السلع التي تشكل اهمية تصديرية لا قتصاديتها ، و عليها ان تحاول استشراف السلع التي من الممكن ان تكون ذات اهمية عند الاتفاق على قائمة نهائية للسلع البيئية العربية .

ان افضل انجاز يمكن تحققه الدول العربية يتمثل في التفاوض ككتلة واحدة ،كما تفعله باقي الاتحادات و التجمعات الدولية الضاغطة . و بالموزاة مع ذلك عليه المضي في التخفيض التدريجي للرسوم الجمركية على واردات السلع البيئية ،لما لذلك من فوائد في تشجيع المستثمرين الخواص على القيام بمشاريع صديقة للبيئة . ويتحقق ذلك بفضل التحكم في تكاليف الانتاج الذي يعتمد على مدخلات منخفضة التكاليف . و في هذه الحالة ، يمكن للدول العربية ان تدخل كمنافس قوي في سوق صادرات السلع البيئية ، مع العمل على محاولة عدم التوسع في تخفيض الرسوم الجمركية على السعل التي تعد الدول العربية نشطة في انتاجها ،و من ثم يكون التحرير انتقاليا ، حيث يمكن للتخفيضات الجمركية ان تشجع التجارة البيئية العربية في والوقت ذاته . وعلى الدول العربية ان تناضل من اجل ادراج سلع بيئية جديدة تتلائم و خصوصيات الاقتصادية العربية ، للتفاوص حولها في اطار منظمة التجارة العالمية .

وعلى الرغم من المنافع المتوخاة من تحريرة جارة السلع البيئية ، الا انها تبقى محدودة بالنسبة للدول العربية طالما ان الدول الصناعية تصر على ان تقتصر القوائم المعتمدة على المنتجات الصناعية تحتاج الى تقنيات متطورة لا تتوفر الا في الدول المتطورة مثل الاجهزة المنزلية ، اجهزة التبريد والتسخين ، و هي اجهزة تنتجها الدول النامية على العموم بطاقة كفائة اقل مما يقلل من حظوظ دخول منتجاتها الى الاسواق الدولية .

1. **النتائج: بناءا على الدّراسة تم التوصل إلى النتائج التالية**

- ✓ يعد موضوع حماية البيئة في الدول العربية من اهم المواضيع التي يجب عليها ادراجها في تجارتها الخارجية من اجل اكتساب مزايا تنافسية؛
- ✓ إنّ قضية حماية البيئة من أهم القضايا والمشكلات التّي فرضت نفسها، وحظيت بإهتمام واسع على كافة الأصعدة والمستويات الدّولية هذا عكس الدول العربية لم تحظي بالاهتمام ؛
- ✓ تساهم السلع البيئية في اكتساب مزايا تنافسية للمؤسساتبيصفة خاصة و الدول بصفة عامة و ذلك من المواضيع المعاصرة في التجارة الخارجية ؛

2. **توصيات:**

يمكن إبداء التوصيات التالية:

- ✓ لتعزيز قطاع البيئة، والتصدي للمشاكل التّي تعاني منها غالبية الدّول العربية ، لابد من صياغة تشريعات بيئية مناسبة.
- ✓ أن تعمل الدول العربية على إدراج إدارة في المؤسسة توجه الأداء البيئي وتعمل على تحسينه.
- ✓ التأكد من أنّ جميع الحوافز، والدعم الحكومي المقدّم لتلك البرامج الرّامية إلى تعزيز قطاع السّلع والخدمات البيئية شفافة، ومتسقة مع إلتزامات المنظمة العالمية للتجارة.

3. **آفاق الدراسة:** في ختامنا لبحثنا هذا سنقترح بعض النقاط ذات الصّلة بتفعيل الحماية الدّولية للبيئة والحفاظ على مواردها في إطار منظمة التجارة العالمية، والتّي نراها جديرة بأن تكون آفاق بحث نذكر منها:

- ✓ تأثير العولمة، والتجارة الحرّة البينية العربية على البيئة.
- ✓ التنمية المستدامة من خلال حماية البيئة في الجزائر ، وتحرير التجارة الدّولية.
- ✓ التجارة الدّولية بين النم والإقتصادي العربي ، وحماية البيئة.
- ✓ تعزيز النمو الاقتصادي في الدول العربية من خلال حماية البيئة.

قائمة

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

قائمةالمراجع:

1. ـ سامي عفيفي حاتم، التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية، سنة 1993.
2. ـ نداء محمد الصوص، التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي لنشر والتوزيع عمان، الأردن، سنة2008.
3. ـ حمدي عبد العظيم، اقتصاديات التجارة الدولية، مكتبة زهراء الشرق، سنة1996.
4. رشاد العصار، عليان الشريف، حسام داود ومصطفى سلمان، التجارة الخارجية، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان الطبعة الأولى 2000.
5. ـ محمود يونس، أساسيات التجارة الدولية، الدار الجامعية الإسكندرية مصر، سنة 1993.
6. ـ السيد محمد احمد السريتي، التجارة الخارجية، الدار الجامعية، الأردن، 2009.
7. أحمد ضياءالدين زيتون،مبادئ في علم الاقتصاد،المكتب العلمي للنشروالتوزيع،الإسكندرية، 2001.
8. عبدالمطلب عبدالحميد، السياسات الاقتصادية، الجزء الثاني، على مستوى الاقتصادالقومي، مجموعة الدول العربية، الطبعة الأولى،القاهرة، 2003.
9. مجدي محمودشهاب، أساسيات الاقتصادالدولي، الطبعة الثالثة، دارا لجامعة الجديدة، السكندرية، 1998.
10. زينب حسين عوضالله،الاقتصادالدولي،الدارالجامعية،الإسكندرية، 1999.
11. عبدالقادر رزيق المخادمي، **التلوث البيئي مخاطرالحاضروتحديات المستقبل**، ديوانا لمطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2006 .
12. عارف صالح مخلف، **الإدارةالبيئية – الحمايةالإداريةللبيئية–**، اليازوري، الأردن، 2009.
13. نجم العزاوي،عبدالله حكمت النقار،أنظمةإدارةالجودةوالبيئة،داروائل للنشروالتوزيع،عمّان، 2002.
14. علي السلمي، "إدارةالمواردالبشريةالاستراتيجية"،دارغريب للنشروالطباعة،القاهرة، 2001.
15. مرسينبي لخليل،الميزةالتنافسيةفي مجال الأعمال.- مركزالإسكندريةللكتاب،الإسكندرية، 1998.
16. طاهرمحسن منصورالغالبي،الادارةالاستراتيجية منظورمنهجي متكامل،داروائل للنشر،ط2،،عمان،الاردن، 2009.
17. سملالي يحضية وسعيد يوصاف،نحوتسيير استراتيجي للمعرفة،ورقة مقدمة الملتقى الدولي حول ا لمعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي. للمؤسسات والاقتصاديات،كليةالعلوم الاقتصادية والتسيير،بسكرة، 2005.
18. محمد محمود مصطفى،التسويق الاستراتيجي للخدمات، الطبعةالأولى، دارالمناهج للنشروالتوزيع،عمان،2003.

19. سامي عفيفي حاتم،الإتّجاهات الحديثةفي الإقتصاد الدولي والتجارةالدّولية – مبادئ إقتصاديات التجارة الدّولية،الدار المصرية اللبنانية،مصر، 2005.
20. شارلز وجاريتجونز،الإدارة الاستراتيجية،الجزء الأول،مدخل متكامل،دارالمريخ للنشر و التوزيع، الرياض،السعودية، 2007.

رسائلعلمية:

1. زهيةكواش،الميزة التنافسية للسلع البيئية في التجارة الدولية –دراسة حالةالسّوق العالمي للسّلع البيئية- ،أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية،تخصص : إقتصاد البيئة، جامعة الجزائر3السنة الجامعية: 2012-2013.
2. سهيلةبومعزة، دور اليقظة في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر – موبيليس-،مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية،جامعة منتوري بقسنطينة،ا لجزائر، 2008-2009.

تقاريـــر:

1. محسن أحمد هلال، موضوع البيئةبين التجارة الدولية و التنمية الاقتصادية (الموضوعات ذات العلاقةبين التجارةوالبيئة –تطورتاريخي) عن اللجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغرب آسيا (الاسكوا)،على الموقع http :llwww.un-trade.environnement.org اطلع يوم: 02-02-2015.
2. هشام الصادق،البعدالبيئي في اتفاقيات المنظمةالعالمية للتجارةعلى الموقع : http://www.orientindicators.netاطلع يوم 05-01-2015.
3. اجتماع الخبراء حول أولويات التجارة البيئة في المنطقة العربية، **قائمة السلع البيئية العربية للاسترشاد بها في إعداد السياسات البيئية الوطنية ومفاوضات التجارة العالمية**، القاهرة – جراندحياة،2007 .
4. صالح فلاحي،الأوضاع البيئية والتعاون العربي في مجال البيئة والتنمية المستدامة ،التقرير الاقتصادي العربي الموحد،الفصل الثاني عشر،عن الموقعhttp://www.arabfund.org،تاريخ الاطلاع 2015/08/28.

الملتقيات ومجلات:

الملتقيات:

1.بن عيشاوي أحمد، إدارة المعرفة و تحسين الميزة التنافسية ،ورقة مقدمة الملتقى الدولي حول: المعرفة الركيزة الجديدة و التحدي التنافسي للمؤسسات و الاقتصاديات ،كلية العلوم الاقتصادية و التسيير، بسكرة،2005
2.عبدالكريم شوكال، سمير براهيمي، وأخرون، دور تطوير المنتجات في تفعيل الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع

المحروقات في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، يومي 9، 10 نوفمبر 2010.

3.لويزة قويدر،كشيدة حبيبة، دور الميزة التنافسية في بيئة الأعمال و مصادرها، الملتقى العلمي الدولي حول المعرفة في الاقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، عن معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير يومي 28/27 نوفمبر 2007

4.عبد الفتاح بوخمخم، عائشة مصباح، دور اليقظة الاستراتيجية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ،الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية، 10 نوفمبر 2010 / للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، يومي ص ص 9 .11 –

5.صالح فلاحي وليلي شيخة، مداخلة في المؤتمر الدولي التنمية المستدامة و الكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، عنوان المداخلة و اقع تحرير تجارة السلع البيئية في الدول العربية ،كلية العلوم التجارية و الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، يومي 07-08 افريل 2008.

مجـــلات:

1. صالح مهري محسن العامري، العوامل التكنولوجية والتنظيمية المؤثرة في الابداع التكنولوجي دراسة ميدانية على عينة من الشركات الصناعية الأردنية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد21 .، العدد 02، 2005
2. عبود نجم،الابتكار مصدر متجدد للميزة التنافسية" أخبار الإدارة،نشرة فصلية العدد 28 سبتمبر 1999.
3. صالح مهري محسن العامري،العوامل التكنولوجية و التنظيمية المؤثرةفي الابداع التكنولوجي : دراسة ميدانية علىعينة من الشركات الصناعية الأردنية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، المجلد. 21،العدد 02، 2005
4. عادل عبدالرشيد عبدالرزاق،ندوة دور التشريعات والقوانين في حمايةالبيئة العربية، الشارقة – الإمارات العربيةالمتحدة 11-7 مايو (أيار) 2005.

مراجع باللغة الأجنبية:

1. La veille stratégique: collecte, analyse et diffusion d'informations stratégiques, revu l'essentieldu management, N39, mai 1998, p 114.

مواقــع الالكترونية:

1. www.marketingteacher.com
2. أطلع يوم 17 فيفري 2015، http:// www.ibtesama.com
3. http://technologie789.blogspot.com اطلع يوم: 03-03-2015
4. http://www.arabfund.org تاريخ الاطلاع في 2015/08/20 الساعة 10.00.

ملخص البحث:

إن العالم العربي يسعى إلى البحث عن طرق وسبل تمكنه ،من تحرير السلع البيئية من خلال العمل على الزيادة في حجم ، صدارتها وتقيل وارداتها فجميعنا يعلم أن التجارة مرتبطة ارتباطاً عضوياً ،بالبيئة وبمواردها الطبيعية، كما تمثل، مصدراً لكل إنماء للدول العربية اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا ، كما تمثل السلع البيئة بمفهومها المتكامل الركن الأساسي للميزة التنافسية المستدامة.

ولعل الإحصائيات التي لدينا تصرخ عالياً وتخاطبنا كابحتين وتحاول أن تنير ضمائرنا لمستقبلنا، من اجل مواكبة التطور الحاصل في العالم من تحرير السلع البيئية فالمنطقة، العربية تتميز ببيئتها ومواردها الطبيعية الغنية التي تقوم عليها القطاعات الاقتصادية كافة.

إلا أن السلع البيئية العربية تواجه العديد من التحديات ،والضغوط التي تهدد استدامتها. وبالتالي بحث عن فرص وإمكانيات التنمية الاجتماعية والاقتصادية، مما يضع المنطقة العربية أمام خطر تدهور بيئي واقتصادي واجتماعي.

Résumé :

Que le monde arabe vise à trouver les moyens d'être en mesure de modifier les biens environnementaux de la détérioration continue et croissante Sarnath
Nous savons tous que le commerce organiquement liés à l'environnement et les ressources naturelles, comme une source de développement pour chacun des pays arabes économiquement, socialement et politiquement, comme représentant l'environnement de marchandises concept intégré est la pierre angulaire de la fonction Alta vésical mstdamh, Peut-être les chiffres économiques.
Nous crions haut et fort.
Kangshan et nous et d'essayer d'éclairer nos consciences pour notre avenir, afin de suivre, le rythme des progrès dans le monde de la libéralisation des biens environnementaux adresses
La région arabe se caractérise par son environnement et sur lequel tous les secteurs économiques de riches ressources naturelles. Mais les biens environnementaux arabes face à de nombreux défis et des pressions qui menacent leur durabilité. Et donc chercher des opportunités et des possibilités de développement économique et social, en mettant la région au risque ,de dégradation de l'environnement, économique et social.