

دور تسويق خدمة النقل في تحقيق التنمية المستدامة
(دراسة حالة شركة الوحدة للنقل بحاسي مسعود)

د. بن جروة حكيم - جامعة قاصدي مرباح ورقلة
أ. ربوح أم الخير - جامعة قاصدي مرباح ورقلة

Abstract:

The aim of this study was to try to find a relationship marketing service transport to sustainable development by highlighting the contribution of transport to achieve the requirements of economic and social dimension and environmental, To be able to get transportation services are quality and efficiency and to meet the needs of different users. Where the study was applied for marketing and sustainable development in the company for the transfer of the unit Hassi Messoud Ouargla.

The study found that the role of marketing service transport requirements are reflected in the achievement of economic and social dimensions of environmental and sustainable development, but that it remains relatively to the lack of indicators for sustainable development regarding the transfer of goods in absolute and directly linked to the subject.

Key words: transport, marketing mix to serve the transportation, sustainable development

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة إيجاد علاقة تسويق خدمة النقل بالتنمية المستدامة من خلال إبراز مساهمة النقل في تحقيق متطلبات البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، لتمكّن من الحصول على خدمات نقل تتسم بالجودة والكفاءة وتلبي احتياجات مختلف مستخدميها. حيث تمثلت الدراسة التطبيقية للتسويق والتنمية المستدامة في شركة الوحدة للنقل بحاسي مسعود- ورقلة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن دور تسويق خدمة النقل تتجلى في تحقيق متطلبات الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للتنمية المستدامة، إلا أن هذا الأمر يبقى نسبياً لعدم وجود مؤشرات للتنمية المستدامة تتعلق بنقل البضائع بصفة مطلقة ومرتبطة مباشرة بالموضوع.

الكلمات المفتاح : النقل، المزيج التسويقي لخدمة النقل، التنمية المستدامة.

تمهيد :

يحتل قطاع النقل مكانة متميزة في مختلف مجالات التنمية من خلال الخدمات التي يقدمها لبقية الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية إضافة إلى أنه من أبرز وأهم القطاعات التي ترمي تطور أي دولة في وقتنا الحاضر، فيعتبر أحد المؤشرات الدالة على مستوى التنمية لربطه مختلف المناطق كمناطق الإنتاج بمناطق الاستهلاك وفي تأمين انتقال الأفراد ونقل المواد الخام والبضائع من مناطق الاستثمار إليها، وهو معيار من معايير التقدم، حيث يتم قياس تقدم الدول بتقدم وسائل ونظم النقل فيها، وبالرغم من أهمية النقل البري في عملية التنمية الاجتماعية والاقتصادية من خلال تسهيل حركة نقل المسافرين والبضائع، إلا أن له تأثيرات سلبية على البيئة، وذلك أن قطاع النقل هو الأكثر استهلاكاً للطاقة وهو أحد التحديات الرئيسية التي تواجه التنمية المستدامة.

إضافة إلى ذلك فإن خدمات النقل تمارس دوراً حيوياً وفعالاً في دفع عملية الإنماء الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي في كافة أرجاء الوطن، ذلك أنه من متطلبات الحياة ومستلزماتها (خاصة في نقل البضائع)، لذلك جاءت شركة الوحدة للنقل وبجعبتها عدة أهداف تسعى إلى تحقيقها منها ما هو اقتصادي، اجتماعي وبيئي، وكذلك الوصول لمكانة في السوق وكسب رضا زبائنها. لذلك سنتطرق في هذه الدراسة للتسويق في شركة الوحدة للنقل، ومساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة. وبناء على ما سبق نطرح الإشكالية التالية:

ما هو دور تسويق خدمة النقل في تحقيق التنمية المستدامة؟

وللإجابة على هذه الإشكالية سوف يتم التعرض للنقاط التالية:-

1- تسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة:-

إن النقل يحتل مكانة بين مجموعة القطاعات الموجودة داخل أي دولة لأنه نشاط يضمن حمل الأشخاص والسلع من موضع لآخر، بالوسائل المتباينة النوع والسرعة والسعة، وذلك لتعظيم المنافع الزمانية والمكانية.

1-1 تسويق خدمة النقل :

إن التقدم الاقتصادي والثقافي والحضاري أدى إلى زيادة حاجات الإنسان للخدمات ومن بينها خدمات النقل، ونتيجة لزيادة الطلب عليها فقد واجهت المنظمات المقدمة لهذه الخدمات الكثير

من المشاكل التي تعد عائقاً أمامها في تلبية حاجات المستفيدين من خدماتها، وكانت معظم المشاكل التي تواجهها هي مشاكل تسويقية. فنجد أن تأخر هذه المنظمات بالأخذ بالمبادئ التسويقية في تسويق خدماتها هو تركيز جهودها على الإنتاج دون التسويق.¹ إذ تعرف الخدمة على أنها: "نشاط أو منفعة يقدمها طرف لطرف آخر وتكون أساساً غير ملموسة ولا يترتب عليها أي ملكية، فتقديم الخدمة يكون مرتبطاً بمنتج مادي أو لا يكون"². هذا بالنسبة للخدمة عامة أما خدمات النقل فهي: "المنتجات التي تقدمها المؤسسات الخاصة بقطاع النقل بمختلف أنواعه، وذلك لتسهيل وتأمين عملية نقل الأشخاص ومنتجاتهم من مكان لآخر"³.

من خلال التعريف السابق نستنتج أن للنقل ضرورة وجود ثلاثة عناصر أساسية وتتمثل في: الناقل، المنقول ووسيلة النقل.

2- علاقة النقل بالتنمية المستدامة :-

صاغ مفهوم التنمية المستدامة للمرة الأولى سنة 1987 من خلال وثيقة نشرت من قبل اللجنة العالمية المعنية بالتنمية على أنها : " تلبية احتياجات الأفراد في الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتهم"⁴؛ وبالتالي يعتبر النقل ذا علاقة بالتنمية المستدامة من خلال الأسباب التالية :

إن الإحصائيات تقدم أرقام مرتفعة من ناحية التلوث إذ يساهم فرع النقل بـ 25% من التلوث و 75% للقطاعات الأخرى؛

كذلك علاقة التنمية المستدامة بالنقل هو استغلاله للطاقات النابضة (بنزين - مازوت - الغاز)⁵، وهذه الموارد الطبيعية ليست متواجدة بصفة دائمة لذلك يجب الحفاظ على حق الأجيال المقبلة من خلال التفكير في الطاقات المتجددة؛

أما الناحية الاجتماعية لعلاقة التنمية المستدامة بالنقل تتمثل في إيجاد توازن في توزيع وسائل النقل بين أفراد مجموعات السكان، عند منح حق لذوي العاهات والفقراء، وهذا ما يحقق الترابط.⁶

3- التسويق في شركة الوحدة للنقل :-

تأسست شركة الوحدة للنقل سنة 1996م من طرف كواشي العيد، عيدلي صالح ببلدية عين جاسر ولاية باتنة. وهي شركة تضامن تتميز بطبيعة نشاط خدمي يتمثل في نقل البضائع على

كل المسافات، وقدر رأسمالها ب4.200.000دج من سنة 1996م إلى 2011م ليصبح 250.000.000دج سنة 2012م.

1-3 المزيج التسويقي لشركة الوحدة للنقل :

إن معرفة حاجات ورغبات الزبائن من الخدمات ليس بالأمر الهين، لذلك يمثل التسويق عند الشركة بأنه عملية تسعى من خلالها إلى تكوين علاقة بزبائنها من أجل تحقيق أرباح من هذا الأخير، وبالتالي فإنها تسعى جاهدة في تلبية ذلك من خلال التسويق لخدماتها والمتمثل في عناصر المزيج السبع الخاصة بها.

الخدمة

تسعى الشركة إلى الاهتمام بالجانب الملموس والمتمثل في وسيلة النقل التي يجب أن تكون ذات مواصفات معينة بحسب نوع الخدمة المقدمة والمتمثلة في نقل البضائع عبر كافة المسافات، بالإضافة إلى إيجار (كراء) معدات النقل، وجانب غير ملموس متمثل في خطوط الشركة التي نجد منها 80% في الجنوب الصحراوي وذلك حسب طلب الشركات البترولية⁷ وتمركزها، أما 20% من خطوطها تكون في الشمال.

وفيما يلي نستعرض مراحل عملية تقديم خدمة النقل من قبل الشركة⁸ :

- يقوم الزبون بطلب خدمة النقل من الشركة الذي تستقبله مصلحة الإمداد والتموين؛
- تقوم المصلحة بالاتصال برئيس مصلحة المرأب وذلك لتوفير ما يحتاجه الزبون من عتاد أما في حالة عدم توفره لديها فتقوم الشركة بتلبيته من خارج الشركة؛
- بعد ذلك تقوم الشركة بالتأكد من سلامة وجاهزية العتاد من خلال توجيهه لمصلحة المراقبة والأمن؛

- من ثم تقوم مصلحة المراقبة والأمن بالاتصال بالسائق وإبلاغه بوجود مهمة ليتحضر لها، ثم يعود للمصلحة من أجل مراقبة استيفائه لشروط المهمة (كمتلاكه لوثيقة السياقة، ارتدائه لملابس العمل، توفر قارورة إطفاء الحريق في الشاحنة...)

- بعد التأكد من توفير كل ما سبق تعد مصلحة الإمداد والتموين الوثيقة التي يحتاجها السائق أثناء رحلته ألا وهي وثيقة الأمر بمهمة، لتأتي بعدها عملية التنفيذ التي تقوم المصلحة بمتابعتها من خلال الاتصال والاطمئنان على السائق بأنه أنجز المهمة بنجاح؛

- بعد عودة السائق يقوم بتسليم وثيقة الأمر بمهمة لمصلحة الإمداد والتموين لتتأكد من أن السائق أنجز مهمته وذلك بوجود ختم وإمضاء الزبون على الوثيقة، ليتم تسليمها بعد ذلك لمصلحة الفوترة التي تقوم بتوثيق كل مصاريف المهمة وإعدادها في ثلاث نسخ؛
- بعد ذلك توجه هذه النسخ لمصلحة المالية والمحاسبة التي تقوم بالتأكد من أن كل المعلومات في هذه الوثائق خالية من الأخطاء، ليتم فيما بعد تقديم نسخة للزبون مع الاحتفاظ بنسختين لديها وذلك من أجل متابعة إجراءات الدفع. والشكل رقم (1) ⁹ يلخص مراحل عملية النقل.
السعر: تحدد شركة الوحدة للنقل سعر خدماتها وفقا للعوامل التالية :

- نوعية الطريق (طريق معبد، ممر رملي)؛
- المسافة؛

- وزن الحمولة؛

- نوع وسيلة النقل (شاحنات ذات الدفع الزوجي، شاحنات ذات الدفع الرباعي)،
أما في حالة الإيجار فالسعر يحدد وفقا لمدتها (يوم، شهر، سنة....)، ونوع وسيلة النقل المؤجرة.

مثال تطبيقي ¹⁰ :

طلب زبون يتضمن شاحنة واحدة ذات الدفع الرباعي بحمولة تتعدى 29طن لمدة 30 يوم.

إذا فطريقة الحساب هي : السعر = سعر الخدمة لليوم × المدة.

$$\text{السعر} = 14.000 \text{ دج} \times 30 \text{ يوم} = 420.000 \text{ دج.}$$

أما في حالة عدم الإيجار فعملية تسعير الخدمة تتم حسب الوجهة، ومثال ذلك :

طلب زبون يتضمن شاحنة واحدة ذات الدفع الزوجي بحمولة 29طن، لنقل بضاعة من

حاسي مسعود إلى عين أميناس.

فطريقة الحساب تتم بتحديد :

مسافة الطريق ¹¹ من حاسي مسعود إلى عين أميناس التي هي 700كلم؛

سعر الكيلومتر الواحد الذي هو 100دج.

والتالي فالسعر (عين أميناس) = المسافة × سعر الكيلومتر الواحد

السعر (عين أميناس) = 700كلم × 100دج = 70.000دج (بدون تطبيق الرسوم).

يتم حساب السعر بدون تطبيق الرسوم وذلك أن 90% من الشركات التي تتعامل معها معفاة من الضرائب لأنها شركات استثمار في مجال الخدمات البترولية.

أما في حالة عدم توفر طلب الزبون لدى الشركة فيتم توفيره من طرف شركات أخرى في النقل تعتمد نفس الأسعار أو خواص (أفراد يمتلكون وسيلة النقل وغير تابعين لأي شركة في هذا المجال). فيتم بناء على ذلك حساب السعر الإجمالي بنسبة 20% لشركة الوحدة و80% للشركة الخارجية أو السائق الخاص.

وبالتالي فإن من بين أسس التسعير التي تعتمد عليها الشركة هي التسعير التناسبي (التعريفية التناسبية)، وذلك لحدة المنافسة التي تشهدها الشركة من قبل العديد من شركات النقل بالمنطقة¹²، وكذلك وفقا لنوعية البضائع المنقولة.

التوزيع: يشمل أغلبية سوق الشركة شركات مخصصة في خدمات البترول، ولهذا فهي تعتمد التوزيع المباشر لخدماتها وذلك بتلقي طلبات زبائنها عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني أو استقبالهم بمقر الشركة.

الترويج: تسعى الشركة للتعريف بخدماتها لدى زبائنها بواسطة الدخول في المناقشات المنشورة في نشریات خاصة، وكذلك بواسطة الاشتراك في مجلات لإشهار الشركات مثل: الصفحات الصفراء، الصفحات المغربية، بالإضافة إلى استخدام البريد الإلكتروني.

وبالتالي فقد تمثلت حصيلة نشاط الشركة عبر الترويج في الزيادة للعتاد والوظائف ورقم أعمالها من سنة 2008 إلى 2012، والجدول رقم (1) يوضح ذلك.

إن ما نلاحظه من الجدول رقم (1) أن الزيادة في العتاد تقابلها الزيادة في عدد الوظائف الذي يقابلها تزايد في رقم الأعمال حيث تكون عدد الشاحنات والوظائف في تزايد مستمر من سنة 2008 إلى 2010، لتتخفف سنة 2011 هذه الزيادة ب3 شاحنات مقابل 6 مناصب شغل، ثم يعود هذا العدد إلى الزيادة ب9 شاحنات مقابل توفير 18 مناصب سنة 2012، وبالتالي نجد أن زيادة عتاد الشركة يؤدي إلى الزيادة في عتاد الحظيرة الوطنية.

أما بالنسبة لرقم الأعمال فهو في تزايد مستمر وذلك بدلالة الزيادة في العتاد والوظائف هذا من جهة، ومن جهة ثانية نجد أن لمبيعات الشركة ومشترياتها لها دور في ذلك، حيث تمثل هذه

الأخيرة كل اللوازم التي تستحقها الشركة سواء كانت خاصة بالعمال مثل : مواد غذائية، مواد طبية، ألبسة عمل، أو خاصة بالوسائل المادية (الشاحنات) مثل : الوقود، زيوت، قطع الغيار. أما المبيعات فهي تتمثل في خدمة النقل وإيجار المركبات التي تقدمها الشركة، والجدول رقم (2) يبرز التغيرات السنوية لرقم الأعمال، المبيعات والمشتريات خلال الفترة الممتدة من 2008 إلى 2012.

كما نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) أن المبيعات في تزايد مستمر من 2008 إلى 2012، بخلاف المشتريات التي تتخفف سنة 2009 بنسبة 2,02 في المائة لتعود للزيادة من 2010 إلى 2012، حيث نجد أن نسبة الزيادة في رقم المبيعات أكبر من نسبة الزيادة في المشتريات، وبالتالي فإن للمبيعات تأثير كبير في رقم الأعمال وهذا ما سنبرزه لاحقاً. الدليل المادي: يتمثل الدليل المادي للشركة في وسائلها المادية والشكل الخارجي لها (أي بناء الشركة)، والتي تساهم في الحكم على جودة الخدمة من وجهة نظر زبائننا.

الوسائل المادية للشركة

تشمل الوسائل المادية للشركة على 70 شاحنة، منها 30 شاحنة يتم كرائها بصفة يومية، شهرية، أما 40 شاحنة الباقية فتستخدم حسب الطلب، وبالتالي يمكننا التمييز بين شاحنات الشركة من خلال الجدول رقم (3).

مقدمي الخدمة: تكون الشركة معنية وبشكل واضح بالجوانب التشغيلية للأداء، لذلك وضعت من أجل إرضاء زبائننا 155 عامل، والجدول رقم (4) يوضح توزيعهم حسب كل مصلحة. يتبين لنا من خلال الجدول رقم (4) بأن المصلحة الأخيرة متمثلة في عدد السائقين الذي هو 130 سائق، بحيث يخصص لـ 60 شاحنة 120 سائق وذلك بالتناوب شهرياً، أي لكل شاحنة سائقين، أما الباقي فهو موجه للشاحنات الباقية (10 شاحنات)، وذلك لوجود مركبات صغيرة تكون تحت طلب المؤسسة أو زبائننا.

كما تشترط شركة الوحدة في عملية توظيفها للسائقين الخبرة والتخصص في سياقة المعدات ذات الحجم الكبير، والتقيد في مواعيد أداء الخدمة وكذلك وثيقة تثبت الحالة الصحية للسائق من حيث النظر. بالإضافة إلى ذلك فإن الشركة تقدم خدمات دعم وتحفيز لموظفيها والمتمثلة في الإيواء، الإطعام والمرافقة الصحية.

إن وقوف وسهر الشركة على كفاءة تقديم الخدمة لا تتم عند مقدميها فقط، بل نجد أيضا مشاركة الزبون له دور هام في ذلك، فعلى سبيل المثال نجد أن الشركات الأجنبية تشترط عمل اختبار من طرفها لسائقي شركة الوحدة وذلك كي تعطيهم وثيقة أخرى بالإضافة رخصة السياقة، كما أنها تشترط اختيار الشاحنات الجديدة.

العمليات: تتمثل العمليات في المراحل التي تقوم بها الشركة من خلال تقديمها لخدمة النقل والإيجار، وذلك بداية من وصول طلب الزبون سواء كان استقباله بالمقر أو البريد الالكتروني أو الهاتف إلى غاية تنفيذه على أتم وجه، لذلك وفرت الشركة كافة الوسائل الالكترونية والإجراءات المساعدة في تنظيم وترتيب المعلومات الخاصة بالشركة والزيائن، لتسهيل عملية تنفيذ هذا الطلب.

2-3 مساهمة شركة الوحدة للنقل في تحقيق التنمية المستدامة :

لتوضيح علاقة شركة الوحدة للنقل بالتنمية المستدامة، لابد لنا من الوقوف على واقع استجابة خدماتها لمتطلبات الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

- مساهمة الشركة في الجانب الاقتصادي و الاجتماعي

إن زيادة عتاد الشركة جراء حصيلة نشاطها عبر الترويج أدى لزيادة عتاد الحظيرة الوطنية و الجدول رقم (5) يوضح ذلك؛ حيث أن حجم الحظيرة الوطنية للمركبات في تزايد مستمر حيث تجاوزت 3 مليون مركبة سنة 2008، لتعزز الحظيرة الوطنية للسيارات ب185869 سيارة إضافية لتبلغ 4171827 مركبة سنة 2009 حسب المعطيات الأخيرة للديوان الوطني للإحصائيات¹³. كما نرى أن هناك تزايد ملحوظ في عدد الشاحنات والمقطورات وهذا بسبب فتح الدولة لقطاع النقل أمام المتعاملين الخواص، الذي من بينهم نجد شركة الوحدة للنقل التي تسعى إلى الظفر بنصيب أكبر من الحصة السوقية أي نصيب أكبر من الزيائن وهذا ما يوضحه الشكل رقم (2).

إذ من خلال مساهمة الشركة في زيادة عتاد الحظيرة الوطنية الذي بدوره يؤدي إلى خلق مناصب شغل التي هي كذلك تحسن من الإنتاجية أي زيادة خدمات الشركة فإن هذا يطرح في مجال تخفيف العبء على الاقتصاد العام، وذلك من خلال امتصاص البطالة المتمثل في تحسين المستوى المعيشي لبعض العائلات.

كما تعتبر الشركة جراء تقديمها خدمات بأعلى جودة وذلك من أجل إرضاء زبائننا، أنها تسعى لكسب حصة سوقية أكبر من خلال تحقيق مبيعات أكبر ومنه الزيادة في أرباحها، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (2) الذي يمثل تصاعد رقم أعمال الشركة من 2008 إلى 2012 بدلالة الزيادة في العتاد والوظائف، ومنه فإن لمبيعات الشركة ومشترياتها علاقة برقم الأعمال، وسنحاول إثبات ذلك بواسطة اقتراح نموذج قياسي لرقم الأعمال¹⁴:

نحاول في هذا الجانب الاستفادة من الأساليب الرياضية التي توفرها لنا نظرية القياس الاقتصادي من أجل اقتراح معادلة تمثل علاقة رقم الأعمال بدلالة كل من المبيعات والمشتريات في الفترة الممتدة من 2008 إلى 2012، والشكل رقم (3) يوضح ذلك : حيث $3.E+10$ تمثل (30 000 000 000 دينار جزائري)، وهكذا بالنسبة $4.E+10$ والبقية.

صياغة المعادلة الرياضية لرقم الأعمال

في حالة عدم وجود نظرية خاصة تبين صيغة العلاقة لرقم الأعمال بدلالة كل من المبيعات والمشتريات فإن الأساليب القياسية تعتمد على التمثيل النقطي لتغيرات رقم الأعمال في الفترة الممتدة من 2008 إلى 2012 بدلالة كل من المبيعات والمشتريات أنظر الجدول رقم (1) والذي من خلاله يمكن تمثيل علاقة رقم الأعمال بدلالة كل من المبيعات والمشتريات بالتمثيل النقطي

الذي يوضحه الشكل (4) حيث نجد أن التمثيل النقطي يمكن أن يبين بشكل مبدئي نوع العلاقة بين رقم الأعمال بدلالة كل من المبيعات والمشتريات.

وبالتالي نجد أن شكل انتشار النقاط في الحالتين يأخذ شكل خط مستقيم مما يبين إمكانية وجود علاقة خطية بين رقم الأعمال وكل من المبيعات والمشتريات.

يمكن كتابة هذه العلاقة من الشكل التالي :

يمكن كتابة هذه العلاقة من الشكل التالي :

$$= \beta_1 V_t + \beta_2 ACH_t + \varepsilon_t CH_t$$

حيث :

CH_t : تمثل تغيرات رقم الأعمال (متغير تابع)؛

V_t : تمثل تغيرات المبيعات (متغير مستقل)؛

ACH_t : تمثل تغيرات المشتريات (متغير مستقل ثاني)؛

β_2, β_1 : معاملات النموذج المطلوب تقديرها؛

ε_t : حد الخطأ ويدرج في المعادلة لعدة أسباب من بينها :

عدم وجود علاقة خطية تامة؛

أخطاء القياس؛

إمكانية عدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى.

تقدير المعادلة الخطية لرقم الأعمال بدلالة المبيعات والمشتريات

نحاول في هذا الجانب تقدير معاملات النموذج السابق β_2, β_1 وأحسن طريقة لذلك هي

طريقة المربعات الصغرى التي تعطينا تقديرات لهما $\hat{\beta}_2, \hat{\beta}_1$ على التوالي، التي تضمن أقل

قيمة ممكنة لمجموع مربعات بواقي التقدير :

$$\sum e_i^2 = \sum (CH_t - \widehat{CH}_t)^2$$

وهذا بواسطة العلاقة التالية :

$$\hat{\beta} = (x'x)^{-1}x \cdot CH$$

حيث : $\hat{\beta} = \begin{pmatrix} \hat{\beta}_1 \\ \hat{\beta}_2 \end{pmatrix}$ شعاع المعالم المقدر.

مصفوفة المتغيرات المستقلة :

$$x = \begin{pmatrix} \sum V_t^2 & \sum V_t \cdot ACH_t \\ \sum V_t \cdot ACH_t & \sum ACH_t^2 \end{pmatrix}$$

x' منقول المصفوفة

$$x'x \text{ معكوس المصفوفة } (x'x)^{-1}$$

$$x \cdot CH = \begin{pmatrix} \sum CH_t \cdot V_t \\ \sum CH_t \cdot ACH_t \end{pmatrix}$$

والجدول رقم (6) يبين نتائج التقدير بالاستعانة ببرنامج Eviews حيث نلاحظ من خلاله بأن

القيم المقدرة هي _____

$$\hat{\beta} = \begin{pmatrix} \hat{\beta}_1 \\ \hat{\beta}_2 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 1,063333 \\ -0,080743 \end{pmatrix}$$

ومنه يمكن كتابة المعادلة المقدرة :

$$\widehat{CH} = \widehat{\beta}_1 V_t + \widehat{\beta}_2 ACH_t$$
$$\widehat{CH} = 1,063333 V_t - 0,080743 ACH_t$$

تفسير المعادلة :

نلاحظ من المعادلة أنه إذا زادت المبيعات (V_t) ب 1 دج يزيد رقم الأعمال ب 1,063333 دج (علاقة طردية)، مع ثبات المشتريات $\beta_2 = -0,080743$ ، أما في حالة ثبات المبيعات و زيادة المشتريات (ACH_t) ب 1 دج فإن رقم الأعمال ينخفض ب 0,080743 دج، أي وجود علاقة عكسية بينهما.

تشخيص النموذج المقدر : كمرحلة ثانية بعد صياغة النموذج وتقديره نحاول في ما يلي دراسة القوة الإحصائية للنموذج المقدر حسب النقاط التالية:

معنوية المعالم المقدرة : من خلال الشكل رقم (12.2) نلاحظ أن قيم الاحتمالية هي 0,000 و 0,0002 (أقل من 0,05)، ومنه نقبل الفرضين $H_1: \beta_1 \neq 0$ ، $H_1: \beta_2 \neq 0$ على التوالي، أي أن المعالم β_1 ، β_2 لا تختلف معنويًا على الصفر عند مستوى معنوية 5%، أي وجود دلالة إحصائية لعلاقة رقم الأعمال لكل من المبيعات والمشتريات.

معنوية الكلية للنموذج القياسي لرقم الأعمال :

$$\beta_2 = 0 = H_0: \beta_1$$
$$(\beta_2 \neq 0) \text{ أو } H_1: (\beta_1 \neq 0)$$

من خلال قيم الاحتمالية (أقل من 0,05) نقبل الفرضية H_1 ونرفض H_0 ، أي أنه المعالم المقدرة تختلف معنويًا على الصفر على الإجمال وأن قيم R^2 لها دلالة إحصائية.

جودة التوفيق : من خلال قيمة R^2 معامل التحديد فإن النموذج المقدر يفسر 99% من التغيرات الاحتمالية لرقم الأعمال وهي نسبة مثالية، تعبر عن قوة تمثيل علاقة رقم الأعمال بدلالة كل من المبيعات والمشتريات.

- اختبار وجود الارتباط الذاتي للأخطاء : يمكن اختبار وجود ارتباط ذاتي للأخطاء من الدرجة الأولى عن طريق اختبار داربين واتسون، حيث $DW=2,53$ تقع في المجال $[d1 . 4 - d2]$ مما يبين عدم وجود مشكل ارتباط ذاتي للأخطاء.

من خلال النقاط الأربع السابقة تبين أن القوة الإحصائية جيدة للنموذج القياسي لتمثيل علاقة تبين رقم الأعمال وكل من المبيعات والمشتريات، والدلالة الإحصائية للتفسيرات المقدمة من خلال المعادلة.

وهذا ما يظهر من خلال تمثيل لتغيرات رقم الأعمال الحقيقي CH ، ورقم الأعمال المقدر من خلال المعادلة \widehat{CH} . وبالتالي فإن هذا ما يوضحه الشكل رقم (5)، كما يلاحظ من الشكل أن هناك شبه تطابق بين القيم المقدرة والحقيقية لرقم الأعمال، وهذا ما يثبت مصداقية النتائج المفسرة.

وبالتالي فإن العلاقة الطردية بين رقم الأعمال والمبيعات تفسر بأن للشركة اهتمام بالتسويق وذلك من خلال تطبيقها لعناصر المزيج التسويقي التي تؤدي لتلبية احتياجات الأفراد من بضائع، مما يساهم في زيادة المبيعات وبدورها تؤدي لزيادة رقم أعمال الشركة الذي ينصب في الجانب الاقتصادي والاجتماعي لها، أما عن العلاقة العكسية بين رقم الأعمال والمشتريات فإنها تفسر بالتأثير الإيجابي للشركة في الحفاظ على الجانب البيئي، الذي سنوضحه فيما يلي.

- مساهمة الشركة في الجانب البيئي

تتمثل مساهمة الشركة في تحقيق الجانب البيئي من خلال تحديد عمر الوسائل المادية التي تمتلكها، وهذا ما يعبر عنه الجدول رقم (7) الذي نلاحظ من خلاله بأن أغلبية الشاحنات عمرها 8 سنوات (من 2005 إلى 2012) بنسبة 38,57%، تليها الشاحنات التي عمرها 4 سنوات بنسبة 37,14%، لتمثل النسبة المتبقية بـ 24,29% في الشاحنات التي عمرها 12 سنة، وهي تعتبر لحد الآن بحالة جيدة وذلك لامتلاك الشركة مصلحة تقوم بمراقبة العتاد والحفظ على المحيط. كما نجد أن من بين زبائن الشركة، هناك من يشترط

¹ d1، d2 القيم الجدولية للاختبار.

عليها العمل بالشاحنات الغير ملوثة التي عمرها أربعة سنوات. وبالتالي تسعى الشركة للمحافظة على البيئة من خلال وضعها لمصلحة خاصة بهذا الجانب ألا وهي مصلحة الوقاية والأمن والحفاظ على المحيط، كما تقوم بوضع مخلفات الشاحنات من زيوت في براميل ثم تتصل بمؤسسات خاصة لهذه المهمة من أجل رمي هذه المخلفات في المكان المخصص لذلك.

خلاصة :

بالرغم عن ما تم الوصول إليه، إلا أنه فيه نقائص قد أغفلنا في تقييمنا لهذه الدراسة، وهذا ما يؤثر عليها من خلال عدم إيجاد مؤشرات خاصة بمجال نقل البضائع تحقق التنمية المستدامة. وكنتيجة لما سبق فإننا نكون قد تحققنا من دور خدمة النقل وتسويقها في تحقيق متطلبات البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، فنتيجة لذلك نكون قد حققنا أبعاد التنمية المستدامة. إلا أن دور تسويق خدمة النقل في تحقيق التنمية المستدامة يبقى نسبي لعدم وجود مؤشرات بصفة مطلقة ومرتبطة مباشرة بالدراسة.

ومن بين النتائج المتوصل إليها نجد :

تقدم الشركة خدمات ذات جودة عالية وكفاءة، وذلك بتوفير وسائل النقل المطلوبة وتسليم البضائع في الوقت والمكان المناسبين؛

بما أننا تحققنا من دور خدمة النقل وتسويقها في تحقيق الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة، إلا أن هذا الأمر يبقى نسبي لعدم وجود مؤشرات للتنمية المستدامة بصفة مطلقة في مجال نقل البضائع؛

عدم امتلاك الشركة لنظم إدارة الأسطول ونظام معلومات، سيؤثر هذا حتما على تقديمها لخدمات ذات جودة بشكل مستمر؛

تسهر الشركة على غرس روح المبادرة وحب العمل لدى عاملها، وهذا بتوفيرها بعض الخدمات الاجتماعية على مستواها (من صحة، أمن، أكل...)

التزام الشركة بتقديم خدمات ذات كفاءة وفعالية عالية يساعدها على كسب زبائن بشكل مستمر، وبالتالي فإن قوة العلاقة الجيدة لرقم الأعمال بدلالة كل من المبيعات والمشتريات، التي تم إثباتها بواسطة برنامج Eviews تعتبر كدليل على اعتماد الشركة للتسويق لخدماتها، التي بدورها تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

الهوامش والإحالات:

- 1- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، ط 2، دار المنهاج للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص. 333.
- 2- Philip kotler et autres, marketing management, 13ème édition, Pearson éducation, paris, France, 2009, P452.
- 3- زكي خليل المساعد، نفس المرجع السابق، ص. 37.
- 4- Jacques Lendrevie et Julien Lévy, débat Mercator "marketing et développement durable (transformation ou recuperation ?)", Sur le site : http://www.mercator-publicitor.fr/IMG/pdf/Mercator_Debat_developpement_durable.pdf, consulté le 04/03/2013.
- 5- (بنزين- مازوت- الغاز): محرك المازوت يلوث أكثر بعده البنزين العادي وأحسن منه الخالي من الرصاص ليأتي فيما بعد الغاز الذي يحتوي على ثاني أكسيد الكربون.
- 6- محزم زينب، الإجراءات القانونية للتقليل من الأضرار الناجمة عن سير المركبات على البيئة من أجل التنمية المستدامة، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011/2010، ص.ص. 49-50.
- 7- معظم زبائن شركة الوحدة للنقل هي شركات بترولية.
- 8- تم التعرف على مراحل عملية تقديم خدمة النقل بالشركة من خلال طرح السؤال التالي على رئيس مصلحة الإمداد والتموين : ما هي الإجراءات التي تقوم بها الشركة عند طلب الزبون لخدمة النقل ؟
- 9- سيتم إدراج جميع الأشكال والجدوال في نهاية الدراسة (ملحق الجداول والأشكال البيانية).
- 10- تم التعرف على كيفية تسعير خدمة النقل بالشركة من خلال طرح السؤال التالي على مصلحة الإمداد والتموين : كيف يتم حساب سعر الخدمة لديكم ؟ وهل هناك عوامل تحدد ذلك ؟
- 11- لا تأخذ شركة الوحدة للنقل نوعية الطريق الرملي في تحديد سعر الخدمة بل تأخذ في ذلك نوع الوسيلة والمسافة فقط.
- 12- من بين الشركات المنافسة لشركة الوحدة للنقل بمنطقة حاسي مسعود نجد شركة بعوشي للنقل، شركة ألف قبة للنقل...، وهذا حسب معلومات مديرية النقل بورقلة.
- 13- بالنسبة للإحصائيات الحديثة فهي غير مرتبة من طرف الديوان الوطني للإحصائيات وقد تم الاكتفاء بهذه الإحصائيات من 2007 إلى 2009.
- 14- تم تطبيق هذا النموذج بواسطة برنامج Eviews.

ملحق الجداول والأشكال البيانية

الجدول 1 _ زيادة العتاد والوظائف ورقم أعمال الشركة من 2008 إلى 2012

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012
عتاد (شاحنة)	44	47	58	61	70
عدد التوابع في الشاحنات	/	3 شاحنات جديدة	11 شاحنة جديدة	3 شاحنات جديدة	9 شاحنات جديدة
الوقوف	103	109	131	137	155
عدد التوابع في الوظائف	/	توظيف 6 أشخاص	توظيف 22 شخص	توظيف 6 أشخاص	توظيف 18 شخص
رقم الأعمال (دج)	455 000 000.00	460 400 000 .00	501 000 000 .00	547 400 000 .00	657 000 000 .00

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معلومات الشركة

الجدول 2 _ التغيرات السنوية لرقم الأعمال، المبيعات والمشتريات من 2008 إلى 2012

العدد	دج المبيعات	نسبة الزيادة في المبيعات %	المشتريات دج	نسبة الزيادة في المشتريات %	رقم الأعمال دج
2008	45915853400	17.51	41203282043	15.72	45500000000
2009	46041485700	17.56	35908305464	13.70	46040000000
2010	50101462797	19.11	39479273357	15.07	50100000000
2011	54748091678	20.88	43190765088	16.47	54740000000
2012	65923128363	25.06	54355343059	20.73	65700000000
المجموع	262 730 021 938	99.97	214 136 969 011	81.69	262 080 000 000

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على وثائق الشركة

الجدول 3 _ حمولة ونوع شاحنات الشركة

حمولة الشاحنة	29طن	من 29طن إلى 40طن
نوع الشاحنة	الدفع الزوجي	الدفع الرباعي

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معلومات الشركة

الجدول 4 _ الموارد البشرية للشركة حسب كل مصلحة

المصلحة	المحاسبة والمالية	الموارد البشرية والأجر	التفكير والتحصي	الإمداد والتموين	التوكية والأمن	المخزن والصيانة	تسيير حظيرة العتاد (المرتب)	العمال
العدد	1	2	3	3	2	9	5	130

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معلومات الشركة

الجدول 5 _ توزيع (عدد المركبات) الحظيرة الوطنية للمركبات حسب التصنيف

السنوات	2007	2008	2009
سيارات سياحية	2228042	2462003	2593310
شاحنات	334404	351017	362257
شاحنات صغيرة	729895	790111	821626
حافلات	59799	67311	70070
جرارات	56132	60233	63417
جرارات فلاحية	127358	129473	130839
سيارات متخصصة	3106	3262	3358
مقطورات	106776	112114	115972
درجات نارية	9866	10434	10978
المجموع	3655378	3985958	4171827

المصدر : المركز الوطني للإحصائيات

الجدول 6 _ نتائج تقدير الجدول رقم (1)

Dependent Variable: CH
Method: Least Squares
Date: 05/09/13 Time: 16:02
Sample: 2008 2012
Included observations: 5

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
V	1.063333	0.002782	382.2212	0.0000
ACH	-0.080743	0.003411	-23.66999	0.0002
R-squared	0.999997	Mean dependent var	5.24E+10	
Adjusted R-squared	0.999996	S.D. dependent var	8.30E+09	
S.E. of regression	15698337	Akaike info criterion	36.26518	
Sum squared resid	7.39E+14	Schwarz criterion	36.10896	
Log likelihood	-88.66296	Durbin-Watson stat	2.539094	

المصدر : من إعداد الباحثين باستعمال برنامج Eviews بناء على معطيات الجدول رقم (1)

الجدول 7 _ عمر الشاحنات من 2000 إلى 2012

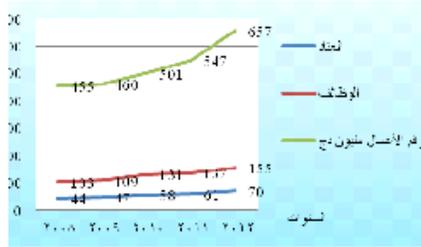
السنوات	من 2000 إلى 2004	من 2005 إلى 2008	من 2009 إلى 2012	المجموع
العدد	17 شاحنة	27 شاحنة	26 شاحنة	70
النسبة %	24.29	38.57	37.14	100

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معلومات الشركة

دور تسويق خدمة النقل في تحقيق التنمية المستدامة دراسة حالة شركة الوحدة للنقل بحاسي مسعود

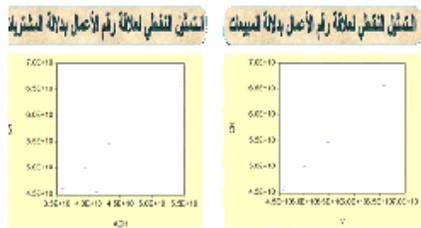
د. بن جروة حكيم
أ. ربوح أم الخير

الشكل 2 - زيادة العماد وعدد الوظائف ورقم الأعمال من 2008 إلى 2012



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول رقم (1)

الشكل 4 - التمثيل التقني لعلاقة رقم الأعمال بدلالة كل من المبيعات والمشتريات



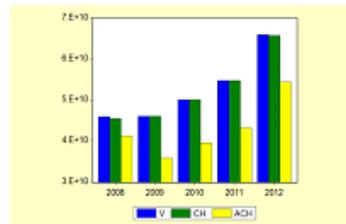
المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام برنامج Eviews بناء على معطيات الجدول رقم (1)

الشكل 1 - مرحل عملية تقديم خدمة النقل من قبل الشركة



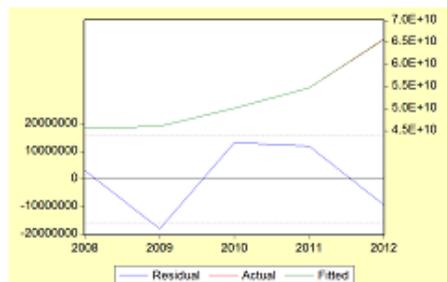
المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معلومات الشركة

الشكل 3 - تأثير المبيعات والمشتريات في رقم الأعمال من 2008 إلى 2012



المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام برنامج Eviews بناء على معطيات الجدول رقم (1)

الشكل 5 - قيم المقدره والحقيقية لرقم الأعمال



المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام برنامج Eviews بناء على معطيات الجدول رقم (1)