

إعادة تدوير النفايات كآلية لتعزيز مفهوم التنمية المستدامة والتسويق الأخضر
- الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب بالجزائر نموذجاً إحصائيات وتحليل-
**Waste Recycling As A Mechanism to Enhance The Concept of Sustainable
Development and Green Marketing**
**- National Agency for Supporting Youth Employment in Algeria a model-
Statistics and analysis**

حليمة قمري¹ ، رضوان أنساعد² ، مصطفى جعفر³

¹ جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف (الجزائر)

² جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف (الجزائر)

³ جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف (الجزائر)

تاريخ الاستلام: 2021/04/29؛ تاريخ القبول: 2021/06/04؛ تاريخ النشر: 2021/06/30

ملخص: تماشياً مع الاتجاه العالمي بضرورة الحفاظ على البيئة، ومكافحة التلوث وضرورة تركيز المؤسسات على الاستخدام الكفء للموارد التي تتميز بالندرة، أصبح تبني مفهوم التسويق الأخضر هو الركيزة الأساسية من أجل تقديم القيمة للعملاء من جهة بإعتبارها منتجات صديقة للبيئة، وتوعيتهم بضرورة المساهمة في تبني مشاريع إعادة تدوير النفايات وهذا من أجل الاستدامة في استخدام الطاقات والموارد. حيث تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على مساهمة إعادة تدوير النفايات في تعزيز مفهوم التنمية المستدامة و التسويق الأخضر، بإعتبار أن مفهوم التنمية المستدامة نتيجة العلاقة بين البيئة والتنمية، ومفهوم التسويق الأخضر هو أساس المحافظة على البيئة، وكلاهما قائم على المحافظة على البيئة من التلوث، فعملية التدوير هي بمثابة إستراتيجية لضمان إستمرارية الإنتاج من خلال وكالة التشغيل ودعم الشباب بالجزائر.

الكلمات المفتاحية: إعادة تدوير النفايات ؛ تنمية مستدامة ؛ تسويق أخضر ؛ وكالة وطنية لتشغيل الشباب ،

تصنيف JEL : Q01 ؛ O10

Abstract: Following the international trend of the necessity to preserve environment, anti pollution and the need for enterprises to focus on the effective use of scarce resources. The adoption of the concept of green marketing has become the main pillar in order to provide value to customers on the one hand as environmentally friendly products, and to make them aware of the need to contribute to the adoption of waste recycling projects and waste in order to sustainability in the use of energy and resources.

This paper aims to identify the contribution of waste recycling to Enhance The Concept of Sustainable Development and Green Marketing Considering that the concept of sustainable development is the result of the relationship between environment and development.

The concept of green marketing is the basis of the environment conservation . Both are based on preserving the environment from pollution. Recycling is an order as a strategy to ensure continuity of production through the Employment and Youth Support Agency in Algeria.

Keywords: Waste Recycling ; Sustainable Development ; Green Marketing ; National Agency for Supporting Youth Employment.

Jel Classification Codes : Q01 ; O10

أ. تمهيد :

يشهد العالم خلال الآونة الأخيرة في العقود الثلاثة الماضية إدراكا متزايدا بأن النفايات أصبحت تشكل هاجسا في شتى المجالات (اجتماعيا إقتصاديا و بيئيا)، خاصة وأن هذا التطور الخطير أصبح مرتبط بنمط استهلاكي معين للأفراد متعلق بظهور بوادر الأزمات البيئية مثل تلوث الماء والهواء والطبيعة، واستنفاد الموارد غير المتجددة، مما دفع بعدد من الباحثين في مجال التنمية المستدامة و التسويق للمنتجات الخضراء محاولة البحث عن طرق لتحقيق الانسجام بين تحقيق الأهداف التنموية من جهة وحماية البيئة واستدامتها من جهة أخرى، كما يعتقد الكثيرون أنه لا يمكن الإستفادة من هاته النفايات، لكن إذا ما تم إستغلالها بشكل جيد وهذا عن طريق تدويرها أو ما يسمى برسكلتها، فإن هذا سيساهم بشكل كبير في تطبيق مفاهيم التسويق الأخضر والذي بدوره يساهم في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة من خلال توفير مناصب شغل و التقليل من إستهلاك الطاقة و إستنزاف المواد الطبيعية و هو من شأنه كذلك أن يساهم في تجسيد مفاهيم الإقتصاد الأخضر.

✓ طرح الإشكالية:

ومن أجل دراسة وتحليل مساهمة آلية إعادة تدوير النفايات في تعزيز مفهومي التنمية المستدامة والتسويق الأخضر بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب، قمنا بطرح الاشكالية الرئيسة التالية: كيف يساهم برنامج إعادة تدوير النفايات بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب في تعزيز مفهومي التنمية المستدامة والتسويق الأخضر؟ للإجابة على هذه الإشكالية تم تقسيم هذه الورقة البحثية الى ثلاثة محاور:

- ماهية إعادة تدوير النفايات.
- عموميات حول التنمية المستدامة والتسويق الأخضر.
- مجهودات الحكومة الجزائرية في مجال إعادة تدوير النفايات كآلية لتعزيز مفهوم التنمية المستدامة و التسويق الأخضر- دراسة حالة الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب .

✓ منهجية الدراسة:

من أجل الاجابة على الاشكالية المطروحة ومعالجة عناصر الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال وصف الخلفية النظرية للموضوع وكذلك تحليل ودراسة العلاقة التأثيرية بين متغيرات الدراسة، وفي الاخير تسليط الضوء على جهود الدولة الجزائرية في سبيل تبني مفهوم التسويق الاخضر و التنمية المستدامة من خلال مشاريع إعادة تدوير النفايات خاصة بالوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب.

✓ أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من الأهمية التي حظي بها مفهومي التنمية المستدامة والتسويق الأخضر في الآونة الأخيرة وهذا في المحافظة على قدرة الأجيال الحالية لتلبية متطلبات الاجيال القادمة حيث تسعى لدراسة مساهمة إعادة تدوير النفايات في تعزيز مفهومي التسويق الأخضر والتنمية المستدامة، من خلال الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب.

II - الطريقة والأدوات :

1. الإطار المفاهيمي لإعادة تدوير النفايات:

يمكن تعريف إعادة التدوير على أنه: " عملية تحويل السلعة أو المادة المحدودة القيمة إلى سلعة أو مادة أخرى ذات فائدة، ولتمثل قيمة مضافة حقيقية لعملية الإنتاج أو الإستخدام أو حتى الإستهلاك " ويتضح من هذا التعريف أنه يتضمن الإشارة إلى الآتي: (خالد ،

(2011 : ص23)

- تحويل المواد أو الأجهزة المختلفة غير الصالحة للاستخدام أو إعادة الاستخدام بالشكل المقرر لها والتي لا يكون لها قيمة مادية حقيقية والمرسلة إلى أماكن الطمر، لكي تكون مادة أو منتج آخر جديد.
- المواد المستخدمة في إعادة التدوير في الغالب لا يكون لها قيمة مادية حقيقية وقد تكون معدومة، ولكن من خلال إعادة التدوير يصبح لها قيمة مضافة حقيقية أو ذات فائدة جديدة

-المواد الخارجة من عملية إعادة التدوير يمكن إستخدامها لأغراض عمليات الإنتاج الصناعي أو الاستخدام لتأدية خدمات معينة أو حتى يمكن أن تتم لأغراض الإستهلاك البشري أو الحيواني.

كما يشير مفهوم التدوير إلى " العملية التي تخص إعادة تصنيع النفايات، أو بقايا المواد المستعملة مثل القناني الفارغة، وأكياس البلاستيك، والأجهزة التالفة وغيرها، ونقلها إلى أماكن إنتاجها أو بيعها، وهذا ما يعرف بنقطة البيع عوضا من رميها، وذلك مقابل الحصول على مبالغ مالية وتقليل مشاكل البيئة و الإستفادة من المواد الخام، وتحويلها إلى منتجات جديدة، وتحويلها إلى منتجات جديدة، وتجدر الإشارة إلى أن المنتجات الناتجة عن المواد القابلة للتدوير، يجب أن تحمل علامة معينة ترشد الزبون إلى أن هذا المنتج مصنوع من نفايات مدورة، وأن هذه المنتج يمكن تدويره والإستفادة منه بعد الإستعمال. (حفيفي، 2014: ص 94)

مفهوم النفايات يقصد بها: "كل ماينتج من إستهلاك المواد الطبيعية بواسطة الإنسان والحيوان وكافة الكائنات الحية، أو المواد التي تنتج من إستخدام الصناعات ولم يعد لها قيمة، ومن ثم يلزم التخلص منها.

❖ شروط ومتطلبات عملية إعادة التدوير:

ان عملية التدوير تمثل في جوهرها مجموعة من المتطلبات والشروط الفنية وهذا من أجل البلوغ إلى الخطوة الأخيرة وهي عملية إعادة التدوير ولكي يتم تحقيق النتائج الإقتصادية والبيئية المرجوة، فإنه لا بد أن تنجز المتطلبات اللازمة لذلك على وفق خطوات تنسيقية دقيقة ومتعاقبة وتتمثل بالآتي: (البكري، 2012: ص 18)

- **التجميع:** هي المتطلب الفني الأول من سلسلة عملية التدوير، والمتمثل بالوصول إلى منابع إنتاج النفايات والتي قد تكون مؤسسات الدولة، القطاع الخاص، كالمنتجعات السياحية، المدارس المطاعم والفنادق، والمصانع على اختلاف تخصصاتها...إلخ، هذه جميعها تولد نفايات وبأشكال وأنواع وأحجام ودرجة خطورة مختلفة، إن جمع النفايات يرتبط بالجوانب الثقافية والإجتماعية والإهتمام بالبيئة، حيث يمكن للقائمين في إدارة المؤسسات والمصانع المختلفة من المساهمة في تبسيط عمليات التدوير النفايات ورفع كفاءتها من خلال المساهمة الجادة بعملية الفرز المسبق، لأنواع النفايات، حيث يتم رمي النفايات بحسب نوعها في الحاوية المخصصة لذلك وهذا الأمر من شأنه أن يسهل من عملية الفرز لاحقا ويسرع من عملية إعادة التدوير ودون حدوث أي أضرار أو مخاطر في مخرجات عملية التدوير.
- **النقل:** هذا المتطلب هو بمثابة العصب الحساس في عملية التدوير ولتحقيق الكفاءة المطلوبة بإنجاز إعادة التدوير لاحقا، عملية النقل للنفايات تتم بشكل أساسي في المدن الحديثة بسيارات مخصصة لذلك وتسمى بكابسات النفايات، تحتوي على صناديق متعددة لتوضع النفايات حسب نوعها سواء كانت زجاج، بلاستيك، ورق، نفايات صلبة...إلخ، حيث يتم نقل المحتويات بالسيارة إلى مكبات الطمر أو المصانع المخصصة لعمليات التدوير ومن الشروط الواجبة لعملية النقل ولتحقيق الكفاءة المطلوبة هو أن تمتاز بالدقة ووجوب النقل السليم للمحتويات ودون أي تسرب أو وقوع شئ منها في شوارع المدينة، وكذلك يشترط ان تكون عملية النقل مستمرة وفق توقيت زمني متوافق مع كمية النفايات المتجمعة عند منابع النفايات، وقدرة مصانع التدوير لإستقبال النفايات بالكميات التي يحتاجها لإستمرار العمل في إعادة التدوير.

- **الفرض :** يعتبر هذا المتطلب من المراحل الأساسية والمهمة والصعبة بذات الوقت في عملية التدوير لأنها ستكون أساس مهم في سهولة وصعوبة عملية إعادة التدوير وتأثيرها المتحقق سلبا أو إيجابا على المخرجات النهائية في إعادة التدوير، ويمكن أن تتم عملية الفرض بطريقتين: الأولى: وهي الفرض اليدوي أو الفرض الآلي .
- **التفكيك :** غالبا ما تستخدم عملية التفكيك ضمن عملية التدوير في الأجهزة الكهربائية والمعدات الميكانيكية التي تتطلب جهدا بشريا واضحا في هذه العملية، رغم الكلف المترتبة على هذا العمل لكونه عمل مجهد وصعب، ولكن يمكن تجاوز عملية التفكيك اليدوي بالقيام بعملية الفرغ (الطحن) للمواد ولكي تخرج في النهاية مواد مطحونة ويمكن فرزها بطرق ميكانيكية لاحقا، ولكن المشكلة هنا تكمن في عدم نظافة هذه المواد وقد تبلغ مستوى عال من درجة الخطورة فيها لذلك يتوجب القبول في العمل اليدوي في التفكيك وتحمل تكاليف مضافة من أجل بلوغ النظافة المرجوة في المواد المعاد تدويرها .
- **النظافة :** ظهر ومنذ فترة قريبة نسبيا مصطلح "الإنتاج النظيف" والذي يعني إسترجاع المخلفات المفيدة في العملية الإنتاجية بدلا من التخلص منها، وبالتالي فإن الإنتاج النظيف وإعتماده من قبل الشركات المنتجة وبشكل صحيح سيعفيها من تحمل المسؤولية والتي أساسا قائمة في عملها على حماية البيئة والتحسب لأي أخطاء محتملة في عملها، كما أن إعتداد الإنتاج النظيف البيئية سوف يساهم في تحقيق فوائد إقتصادية تتمثل بإعادة إستخدام المواد التي يمكن إستخدامها بدلا من إتلافها كنفائات.
- **إعادة التدوير :** هي المتطلب الأخير من متطلبات عملية التدوير بمجملها والمتمثلة بإستحصال المواد أو الأجزاء من المكونات لإعادة إستخدامها أو إدخالها في عمليات إنتاجية لاحقة، أو في إرسالها إذا ما كان معمل متخصص في عملية التدوير إلى الجهات التي تحتاجها أو جرى الاتفاق المسبق على تزويدها بها ومن الأمثلة على ذلك هي:
- إعادة الزجاج المعاد تدويره إلى مصانع الزجاج.
- -إعادة الأخشاب وما يرتبط به إلى مصانع الخشب المضغوط
- -الأوراق القديمة والصحف والنفايات السليلوزية إلى مصانع الورق والكرتون.
- -المواد الغذائية والأطعمة.... إلخ، وغيرها ستدخل مرة أخرى في عملية تصنيعية جديدة وتكون مواد بديلة عن مواد يمكن أن تكون في أغلبها طبيعية.

❖ التنمية المستدامة (الإطار المفاهيمي) :

مع بداية الثمانينات بدأ العالم يشترك في مشاكل بيئية خطيرة أصبحت تهدد الوجود البشري على الأرض، بسبب إهمال التنمية للجوانب البيئية لعقود طويلة ماضية، هذا ما عجل بظهور مفهوم جديد للتنمية ذات بعد بيئي هي التنمية المستدامة التي جاءت في تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية بعنوان "مستقبلنا المشترك Our common future" والذي نشر لأول مرة سنة 1987 و الذي يعرف أيضا بتقرير برونتلند نسبة لرئيسة اللجنة لرئيسة اللجنة "غروهرلم بورتلاند. (عثمان و ماجدة ، 2007: ص 32)

هذه المشاكل والمخاطر البيئية التي تؤثر سلبا على باقي جوانب الحياة (اجتماعية ، اقتصادية ، سياسية إلخ) نظم المجتمع الدولي تجمعا حافلا وهو مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية المستدامة سنة 1992 في مدينة ريو دي جانيرو بالبرازيل و عرف المؤتمر ب "قمة الأرض" لأنها اهتمت اهتماما شاملا بالتنمية المستدامة على المستوى العالمي ولكل المجالات، تعليمية اقتصادية ، سياسية ، اجتماعية ، بيئية.

❖ مفهوم التنمية المستدامة:

قبل التطرق لمفهوم التنمية المستدامة لابد من معرفة ما المقصود بمصطلح التنمية، فنقصد بالتنمية "العملية التي من خلالها نتحقق في متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي على مدار الزمن والتي تحدث من خلال تغيرات في كل من هيكل الإنتاج ونوعية السلع والخدمات المنتجة ، إضافة إلى إحداث تغيير في هيكل توزيع الدخل لصالح الأفراد". (عبد القادر، 2003 : ص 23)

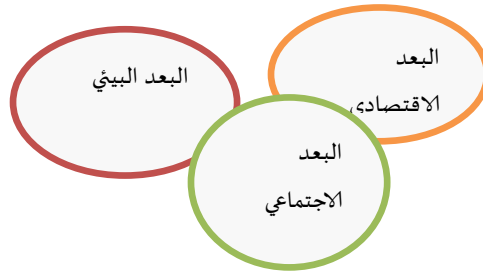
أما بالنسبة للتنمية المستدامة فحسب قاموس ويبستر Webster هي تلك التنمية التي تستخدم الموارد الطبيعية دون ان تسمع باستنزافها أو تدميرها جزئيا أو كليا .

أما اللجنة العالمية للتنمية المستدامة، فقد عرفت على أنها: "التنمية التي تفي احتياجات الحاضر دون المجازفة بموارد أجيال المستقبل" وقد توصلت في تقريرها المعنون " مستقبلنا المشترك" الى أن هناك حاجة الى طريق جديد للتنمية، طريق يستديم التقدم البشري ليس في أماكن قليلة، أو خلال بعض السنين بل للكثرة الأرضية بأسرها وصولا الى المستقبل البعيد.

❖ أبعاد التنمية المستدامة:

التنمية المستدامة لا تركز على الجانب البيئي فقط بل تشمل أيضا الجوانب الاقتصادية والاجتماعية وبالتالي فهي تنمية ثلاثية الأبعاد مترابطة متكاملة ومتداخلة في إطار تفاعل يتسم بالضبط والتنظير والترشيد للموارد كما يتضح من الشكل الموالي:

الشكل رقم (01): الدعائم الثلاث للتنمية المستدامة



المصدر: (Gabriel & Dominique , 2015)

- **البعد الاقتصادي:** ان التنمية المستدامة من وجهة النظر الاقتصادية تعني تحسين مستوى الرفاهية للإنسان، في ضوء نصيبه من السلع الغذائية، وخدمات السكن والنقل والتعليم والصحة، ويجب ان يكون النظام الاقتصادي مستدام قادرا على الانتاج السلع والخدمات على اساس مستمر ضمن مستويات انتاج يمكن التحكم فيها
 - **البعد البيئي:** يتعلق بالمحافظة على قاعدة الموارد المادية والبيولوجية وعلى النظم الايكولوجية، ولصعوبة ادارة العلاقات بين الاهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية فان هذا البعد يتعرض لتحديات، تتطلب من صانعي القرار اعداد السياسات والاجراءات الكفيلة بتحقيق التوازن البيئي، فالنمو الاقتصادي يمكن تحقيقه بوساطة القوة الابداعية البشرية التي تمكن من تغيير الطبيعة لتفي بالاحتياجات الاساسية والمتطلبات الراحة المادية المطلوبة للحياة اليومية، ولكن عملية النمو تتبعها في الكثير من الاحيان استنفاد للبيئة الطبيعية كتلوث الهواء وتغيير المناخ وفقدان التنوع الحيوي
 - **البعد الاجتماعي:** يتناول هذا البعد تحقيق العدالة الاجتماعية في التوزيع وتوافر الخدمات الاجتماعية بما في ذلك الصحة والتعليم والمساواة بين الجنسين والمساءلة والمشاركة في صنع القرار
- ❖ ماهية التسويق الأخضر:

إن أول ظهور للتسويق الأخضر يعود الى الثمانينات بأول غلاف قابل للتدوير، مواد التنظيف الخالية من الفوسفات، والسيارات قليلة الاستهلاك للبنزين. وحتى في هذه الفترة فإن المنظمات الايكولوجية كانت الى حد ما تشبه المنظمات الحالية، ولكن الاهتمام بالمسائل البيئية زاد مع ازدياد الازمات البيئية و الطاقوية من جهة، والتطور التكنولوجي من جهة أخرى، خصوصا بعد انعقاد قمة الارض الاولى (ريو) سنة 1992.

❖ **تعريف التسويق الأخضر:** إن مفهوم التسويق الأخضر لا يقتصر على قطاع معين من قطاعات الاقتصاد، بل أنه يشمل التسويق في كل القطاعات ومنها: السفر والسياحة، المستشفيات، الطب، الطاقة، التعليم والزراعة، عمليات الانتاج و التصنيع وغيرها من المجالات، و المصطلح "الأخضر" يعطي مدلولات و معاني مختلفة حسب ما يراه المتعامل سواء كان مستهلك أو أفراد من المجتمع مثل حماية البيئة، مسؤولية اجتماعية، التوجه الغير الهادف للربح، حماية المستهلك... إلخ (البكري ، 2012: ص51) ولقد جاءت تعاريف عدة للتسويق الأخضر نذكر منها :

فحسب الجمعية الأمريكية للتسويق (AMA) فهو "عملية دراسة النواحي الإيجابية و السلبية للأنشطة التسويقية و أثرها في تلوث البيئة و استنفاد الطاقة"

❖ **أبعاد التسويق الأخضر:** هناك مجموعة من الأبعاد الأساسية تتكامل فيما بينها لتحقيق مفهوم التسويق الأخضر وتتمثل في:

- **إلغاء مفهوم النفايات أو تقليلها:** من إحدى مقومات التسويق الأخضر استخدام النفايات و استغلالها من خلال عملية اعادة التدوير ونشرها لجعلها كممارسة و ثقافة و عمل ما بين أفراد المجتمع و المؤسسات الاقتصادية، و إعادة التدوير هي عملية الاستفادة من مخلفات أو بقايا المنتج أو المواد المستعملة أو الغير صالحة للاستعمال باستغلال أجزائها أو تغيير مواصفاتها لتكون مادة أولية لذات المنتج أو تدخل في إنتاج منتج آخر حيث تصبح لها قيمة مضافة حقيقية و ذات فائدة جيدة. (البكري ، 2010 : ص 14)

- **جعل التوجه البيئي مربحا :** التوجه البيئي للمؤسسات الاقتصادية الساعي إلى حماية الموارد الطبيعية و التعامل الايجابي مع المتغيرات البيئية هو توجه لم يضر بأرباح هذه المؤسسات، و انما ساهم في توظيف فرص جديدة لزيادة رقم أعمالها و من ثم أرباحها و حصتها في السوق من خلال استقطاب المزيد من المستهلكين و الحصول على دعمهم لهذا التوجه نتيجة الوعي البيئي المكتسب لديهم و تحولهم إلى مستهلكين خضرو و بالتالي و في ظل المنافسة الشديدة التي يعرفها قطاع الأعمال و الاقتصاد أصبح التسويق الأخضر يشكل منفذا تنافسيا استراتيجيا و يمنح ميزة تنافسية. (مصطفى، 2012 : ص 288)

- **وضوح العلاقة بين السعر و التكلفة:** كقاعدة عامة ينبغي الالتزام بها عند تحديد السعر الخاص بأي منتج هي أن تكون التكلفة هي المرآة العاكسة للسعر و بالنتيجة فإن السعر يفترض أن يوازي القيمة المقدمة من ذلك المنتج إلى المستهلك ، و على هذا الأساس و لخصوصية المنتجات الخضراء فقد برزت زيادة نسبية في أسعار تلك المنتجات لأنها تمتلك قيمة أعلى لا تعكس فقط كونها منتجات لا تضر بالبيئة نمو إنما تعكس أيضا الجانب الآخر لها المتمثل في البحث عن موارد بديلة و حماية الموارد الطبيعية و ما يحتويه ذلك من تكلفة عالية لعل أبرز مصادرها تكلفة البحث و التطوير. (منور و حمو، 2010 : ص 230)

- **إعادة تشكيل مفهوم المنتج:** هنا المنتجات يفترض تطويرها لتواكب التوجهات البيئية، إذا أن المنتجات الجديدة ينبغي أن تعتمد بشكل كبير على موارد أولية غير ضارة بالبيئة، و لا تستهلك الكثير من المواد الأولية، فضلا عن ضرورة تدوير المنتجات بحيث أن بعد استخدامها ينبغي تعود إلى المؤسسة المنتجة لها لإعادة تصنيعها أو الإفادة منها، فضلا عن ضرورة تغيير

أساليب تعبئة المنتجات و تغليفها بحيث أن الأغلفة المتبقية بعد استخدام المنتج يكون بالإمكان الإفادة منها مرة أخرى و ضرورة أن لا تتضمن مواد ضارة أو مؤذية.

❖ علاقة إعادة تدوير النفايات بمفهوم التسويق الأخضر والتنمية المستدامة:

لا شك أن مفهوم التسويق الأخضر يمكن أن يقدم أدلة كثيرة على كونه يعمل وفق مدخل كسب-كسب أي انه بقدر ما يحقق التحسين في الاداء الكلي للمؤسسات فانه يحسن الاداء البيئي أيضا، وهذا ما حاول " بورتر ولند " ابرازه، فهو كاستجابة للوائح البيئية يمكن أن يؤدي الى : (بورزاق، 2015 :ص 122)

✓ خفض تكاليف الحد وازالة التلوث الذي يلغي او يحول الى شيء ما ذا قيمة.

✓ وهذا ما يظهر في التكنولوجيات الجديدة الملاحية المطورة من قبل احدى الشركات التي سمحت لاستخدام الكثيف للورق القابل للتدوير.

✓ أنه يتجه نحو الاسباب المتجذرة للتلوث من خلال تحسين انتاجية الموارد.

❖ علاقة المنتجات الخضراء بإعادة التدوير :

هناك عدة مفاهيم تناولت مصطلح المنتج الأخضر نذكر أهمها :

عرف (Peattie 1992) المنتج الأخضر بأنه: "تشكيلة واسعة من النشاطات و التعديلات التي يتم إجراؤها على المنتج العادي لضمان حماية الزبائن و المحافظة على البيئة الطبيعية و عدم إلحاق الضرر بها"

و تتميز المنتجات الخضراء بما يلي: (كسرا عنتر و شيماء محمد ، 2012 : ص 50)

✓ المنتجات الخضراء هي منتجات ذات منافع للبيئة كأجهزة معالجة التلوث البيئي والتخلص الامن من النفايات والانبعاثات.

✓ منتجات أقل ضررا وتكلفة بيئية مقارنة بالمنتجات المماثلة الأخرى (كالمنتجات ذات علب التغليف القابلة لتدوير أو التحليل البيولوجي أو لإعادة الاستخدام او مثلا السيارات التي تستعمل البنزين الخالي من الرصاص.

✓ منتجات أكثر استخداما للمواد والطاقات المتجددة كالمنتجات الغذائية من مواد زراعية أو المنتجات التي تستهلك الطاقة الشمسية.

✓ منتجات أقل استخداما للمواد الخطرة كالمواد الحافظة و الكيماوية و النووية.

✓ منتجات أكثر تحقيقا للجودة البيئية كأن تكون أقل تلفا و تلوثا، و في المقابل أكثر استجابة لحاجات الزبائن و جمعيات حماية المستهلك.

✓ منتجات موجهة لحاجات حقيقية خضراء لدى الزبائن و ليس نحو الرغبات التي يخلقها التسويق و الإعلان السلبي عن طريق إثارة حاجات مزيفة.

✓ منتجات أكثر تحقيقا لإعادة الخمس (5Rs) و هي: إعادة التدوير، إعادة الاستعمال، إعادة التكييف، إعادة التصنيع، إعادة التصليح.

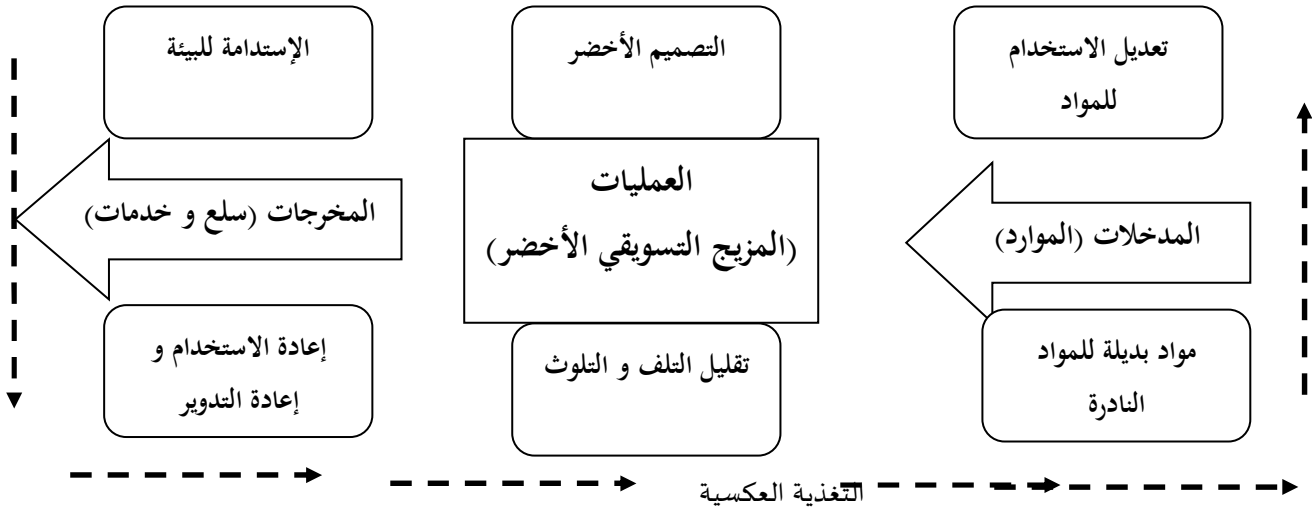
و يمكن تعديل المنتج القائم أيضا بعدة طرق لكي يصبح منتجا بيئيا كالتعديل في أسلوب التعبئة و التغليف أو تغيير نسب بعض المكونات و إعادة استعمال بعض المواد من خلال عملية إعادة التدوير أو استبدال بعض المكونات الأصلية بمكونات أخرى أقل تأثيرا

من الناحية البيئية، و من المهم ان تراعي المؤسسة الخصائص الأصلية للمنتج في تحوله إلى منتج أخضر لأن ذلك يعتبر حسب الدراسات التسويقية عاملاً أساسياً في استقطاب الزبائن نحو المنتج البيئي وتخليهم عن المنتج التقليدي.

و أما عند تصميم المنتج الأخضر فيجب مراقبة دورة حياته بشكل كامل ابتداء من المواد الأولية إلى مرحلة ما بعد الاستعمال و تقييم تأثيرات كل مرحلة على البيئة و أصبحت العديد من المؤسسات تتبنى بما يسمى التصميم البيئي الذي يكون لأغراض حماية البيئة ويشمل عدة نقاط أهمها: (Elizabeth pastore ,2007: p61)

- ✓ استخدام المواد المعاد تدويرها.
- ✓ مراقبة المخاطر.
- ✓ استخدام المواد المتجددة.
- ✓ استدامة المنتج، وعليه نخلص للعلاقة الوطيدة الموجودة بين تبني وتطبيق مفهوم التسويق الأخضر وعملية إعادة تدوير، والشكل الموالي يوضح العلاقة النظامية الموجودة بين إعادة التدوير والتسويق الأخضر والاستدامة البيئية.

الشكل رقم (02) : علاقة إعادة التدوير بالتسويق الأخضر والاستدامة البيئية



المصدر: (البكري ، 2012: ص53)

III- النتائج ومناقشتها :

جهود الحكومة الجزائرية في التنمية المستدامة وتعزيز مفهوم التسويق الأخضر- الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب أنموذجا

تسعى الحكومة الجزائرية لتعزيز مفهوم التسويق الأخضر بالإعتماد على مؤسساتها لدعم وتشغيل الشباب وهذا من خلال تجسيد مشروع رسكلة المنتجات أو إعادة تدوير النفايات، والذي يعتبر أحد الأبعاد الأساسية للتسويق الأخضر وتفعيل مشروع التنمية المستدامة.

فالجزائر كغيرها من دول العالم أبدت اهتمامها بالتسويق الأخضر والتنمية المستدامة من خلال سن القوانين والتشريعات وإنشاء مراكز وهيئات إدارية تساعد المؤسسات الاقتصادية في تبني هذا المفهوم الحديث للتسويق ومن هذه الهيئات نجد الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب).

● بطاقة تعريفية بالوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSE) :

هي هيئة عمومية أنشأت في عام 1996، مكلفة بتشجيع ودعم والمراقبة على إنشاء المؤسسات، هذا الجهاز موجه للشباب العاطل عن العمل والبالغ من العمر من (19-35) و الحامل لأفكار مشاريع تمكنهم من خلق مؤسسات يضمن الجهاز عملية المرافقة التي مراحل خلق المؤسسة وتوسيعها، يعنى الجهاز بالمشاريع التي لا تفوق تكلفتها الإجمالية 10 ملايين دينار.

كما أنشأ أساسا لإجراءات الدعم التالية :

- مساعدة و تكوين مميز للشباب صاحب المشروع، من خلال تنضيج المشروع ووضع مخطط العمل.
- ✓ المساعدات المالية: يمثل القرض على شكل هبة من 28 إلى 29 بالمائة من التكلفة الإجمالية للمشروع.
- التخفيض في الضرائب البنكية.

- المساعدة في الحصول على التمويل من البنك (70٪ من التكلفة الإجمالية للمشروع) من خلال إجراء مبسط من لجنة الإلتقاء والتصديق وتمويل المشاريع والضمان على القروض، وهذا من خلال صندوق الضمان المشترك/قروض. بالإضافة الى ذلك إنشاء الوكالة الوطنية للنفايات (AND) بموجب المرسوم التنفيذي رقم 175-02 في 20 ماي 2002 التي تعتبر جزء من الاستراتيجية الوطنية للبيئة (SNE) و خطة عمل وطنية للبيئة و التنمية المستدامة (PNAE-DD) و من مهامها:

(www.and.dz، 2019)

- ✓ منع والحد من انتاج النفايات و أضرارها من المصدر.
- ✓ تنظيم فرز، تجميع، نقل و معالجة النفايات.
- ✓ الاستفادة من النفايات و جعل لها قيمة من خلال إعادة استخدام وإعادة تدوير.
- ✓ معالجة بيئية عقلانية للنفايات.
- ✓ إعلام وتوعية المواطنين بخطورة النفايات و أثارها على الصحة و البيئة.
- ✓ وضع مخططات تسير كبرنامج الوطني المتكامل لتسيير النفايات المنزلية الصلبة (PROGDEM) و المخطط الوطني لتسيير النفايات الخاصة (PROGDES).

🌈 فحسب المكلفة بالإعلام والتسويق بالوكالة الوطنية للنفايات "تازروت سارة"

من خلال حملة تصنيف النفايات في الحاويات خلال "2014" اتضح أنه توجد :

- 17 % من نفايات البلاستيك، 10 % من نفايات الورق والكرتون، 54 % من النفايات العضوية. وقد تقلصت نسبة هذه الأخيرة بعد أن كانت في سنة 2010 تمثل 70 %.

في "2015" :

- تم استرجاع 125 طن من النفايات من الورق على مستوى 10 وزارات، حيث يقوم 5 آلاف مواطن حاليا بفرز النفايات من الورق على مستوى الادارات.

في "2016" :

- 12 مليون طن هو حجم النفايات المسجلة على مستوى الوطن ككل .
- حيث تم رسكلة 10 % منها في حين وجه 36 % منها نحو مراكز الردم التقني و 1 % فقط وجه نحو عملية التسميد و 46 % تم تحويلها نحو المفاغ العمومية.
- 🇩🇿 تم ابرام اتفاقية مع الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب لتشجيع فئة الشباب وحاملي المشاريع فيما يخص تسيير النفايات من خلال: (<http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20160808/85515.html>, 2019)
- وضع تحت تصرفهم بنك معلومات وكذا بورصة النفايات التي تجعلهم على اتصال دائم مع منتجي النفايات خاصة الصناعيين لرسكلتها وتسييرها.
- مرافقة الجماعات المحلية في كل المخططات التوجيهية لضمان التسيير الأمثل للنفايات وكذا التركيز على تامين النفايات للتقليل من حجمها خاصة نفايات التغليف كالورق والكرتون والبلاستيك والنفايات الحديدية وكيفية الاستفادة منها في الحصول على المواد الأولية وخلق فرص العمل..
- كما أبرمت الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لونساج اتفاقية مع الوكالة الوطنية للنفايات والمعهد الوطني للتكنولوجيات البيئية بهدف دعم المؤسسات المصغرة في مجال جمع وفرز ورسكلة النفايات بجميع أنواعها والاستفادة من برنامج تكويني خاص .
- تقديم تكوين نوعي لفائدة الشباب الناشط في مجال حماية البيئة ورسكلة النفايات يمكنه أن يساهم تدريجيا في تحويل أزيد من 13 مليون طن تنتجها الجزائر سنويا من النفايات بأنواعها كافة إلى ثروة اقتصادية مولدة لآلاف من مناصب الشغل.
- كما أوضح مستشار المدير العام للونساج مكلف بالاتصال والإصغاء الاجتماعي "سليمان بوليقرينات" أن الهدف من هذه الاتفاقية مساعدة المؤسسات المصغرة على تطوير نشاطها وفقا للمعايير المعمول بها دوليا ، وكذا استغلال كل الطاقات ضمن مرافقة نوعية نتيجة التوجهات العامة للحكومة في مجال الاقتصاد الأخضر
- كما أكدت مديرة التسيير المندمج للنفايات بالوكالة الوطنية للنفايات "فاطمة زهراء برصا" أن الوكالة الوطنية للنفايات تأخذ على عاتقها مهمة المرافقة التقنية للشباب المنخرط في المهن الخضراء وذلك بالموازاة مع المشاريع النموذجية للأحياء النظيفة التي أطلقتها عبر الجزائر العاصمة في مجال الفرز الانتقائي للنفايات في انتظار تعميمها على باقي الولايات.
- يمثل سوق رسكلة النفايات بالجزائر ما قيمته 38 مليار دينار وهو غير مستغل بشكل لائق حاليا حيث يمكن للمستثمرين استغلاله والحصول على عوائد مالية معتبرة.
- 🇩🇿 وحسب المدير العام للوكالة الوطنية للنفايات " كريم ومان" :
- حيث بلغت النفايات المنزلية قيمتها المالية 38 مليار دينار، والذي يمثل رقم كبير واستغلاله يساهم في تقليص استيراد العديد من المواد، وهذا من خلال توفير المواد الأولية واستغلال الامكانيات الوطنية، سيما في مجال البحث العلمي في هذا القطاع .
- تساهم في عملية الجمع ورسكلة النفايات 1000 مؤسسة اونساج .
- كمية النفايات التي تخلفها الاسرة الواحدة بلغت 310 كلف سنويا، وهو مؤشر كبير على ارتفاع النفايات المنزلية والتي يستوجب استغلالها والاستفادة منها لاستمرارية التنمية المستدامة .
- 95 كلف منها يتم إعادة تدويره، حيث أن الفرد الواحد يخلف ما قيمته 0.9 كغ يوميا بالنسبة للمقيمين بالحضر وما قيمته 0.8 كغ في المناطق الريفية.

- إن نشاط استرجاع النفايات سيدعم الخزينة العمومية بهامش ربح قد يصل الى حدود 56 مليار دينار.
- إن الحظيرة الوطنية لردم النفايات تتوفر على 164 مركز للردم التقني.
- في ظل استراتيجية الوكالة في تدوير النفايات، فقد تم استحداث اليات التدوير على المستوى الوطني، من خلال عقد شراكات عديدة مع الفاعلين في القطاع ، على غرار الجامعات ومراكز التكوين من اجل تكوين خبراء في هذا المجال لتحقيق تسيير الحسن.
- توفير مناصب شغل للشباب في مجال الرسالة والاستدامة البيئية وتبني مفهوم الاقتصاد للمنتجات الخضراء.
- استحداث انظمة جديدة لمسيرة التطورات الحاصلة من خلال التظاهرات الدولية المتعلقة بالشركات العاملة في مجال الرسالة وحماية البيئة.

IV- الخلاصة:

إن البيئة في الوقت الراهن أصبحت مهددة بالعديد من الآثار السلبية الناتجة عن التطورات والتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتقنية، وباعتبار الانسان ركن أساسي من هاته البيئة يؤثر ويتأثر بها ويستهلك مما تنتجه هاته الأخيرة.

فتبني مفهوم التسويق الأخضر من خلال المنتجات المقدمة له، يقوم على أسس وركائز متفق عليها عالميا وهي التعديل في استخدام الموارد الاولى الداخلة في العملية الانتاجية، أي محاولة تقليل نسبة المواد غير القابلة للاسترجاع، وخفض نسبة التلوث ومحاولة إعادة تدوير النفايات، وهذا من اجل استدامة الموارد والطاقات للأجيال الصاعدة.

حيث تعتبر مشاريع رسالة النفايات أمراً حيوياً لتحقيق الاستدامة البيئية والتنمية المستدامة في كل أنحاء العالم، وقد بات من المستحيل تبني مفهوم التسويق الأخضر أو تطبيق معالم التنمية المستدامة دون وجود إدارة رشيدة لمشاريع قائمة ومستدامة هدفها الاساسي إعادة تدوير النفايات، ومبنية على خطط استراتيجية من قبل الدولة، وهذا ما استحدثته الجزائر من خلال وكالة دعم وتشغيل الشباب، حيث تشكل المشاريع والبرامج المسطرة حول رسالة النفايات نهجا فعالا لمراقبة استمرارية وديمومة تدفق المواد الاولى، وتسهم في الحفاظ على الطاقة والموارد الطبيعية مثل المعادن والخامات ومصادر الطاقة والوقود والتربة والمياه والموارد البيولوجية والغلاف الجوي والنظم الإيكولوجية عن طريق زيادة إنتاجية الموارد وتقليل إنتاج النفايات وتحسين إعادة استخدام وتدوير المواد بطريقة تخفف من استنزاف الموارد الطبيعية وتؤدي إلى الحفاظ على البيئة وتساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، ونشر فكر استهلاك وبيع المنتجات الخضراء الصديقة للبيئة.

ويمكن اعتبار إعادة تدوير النفايات بمثابة الحل الأمثل لتعزيز مفهوم التسويق الأخضر والتنمية المستدامة بالمؤسسات وهذا لمواجهة مشكل التلوث والقدرة على الامتثال لمعايير البيئة الدولية، اضافة الى اشباع حاجات المستهلكين بطريقة امنة من خلال منتجات بيئية قابلة للتدوير من أجل استمرارية تدفق المواد للأجيال القادمة.

و بناء على الدراسة التحليلية التي أجريت حول إعادة تدوير النفايات كآلية لتعزيز مفهوم التنمية المستدامة و التسويق الأخضر بالوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب بالجزائر، فقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات:

➤ النتائج:

- ❖ تحقيق التنمية المستدامة يتطلب تحقيق إطار معيشي متكامل و التجهيزات اللازمة لمعالجة النفايات ، و ايجاد التوازن بين متطلبات المستهلك اللامتناهية و الموارد التي تتصف بالندرة النسبية و مشكلة التلوث و المحافظة على البيئة.
- ❖ يعتبر التسويق الأخضر عملية متكاملة تهتم بالمؤسسة، المجتمع والبيئة.

- ❖ تبني مفهوم التسويق الأخضر هو ضمان للمجتمع الاستدامة في الموارد والطاقات المتجددة على الأمد الطويل.
- ❖ يمكن تطبيق التسويق الأخضر من قبل مؤسسات الدولة لتحقيق التنمية المستدامة.
- ❖ إعادة تدوير النفايات يساهم بشكل ايجابي على المحافظة على البيئة، كما يعتبر أسلوب حديث لتطبيق مفهومي التسويق الأخضر والتنمية المستدامة.

➤ التوصيات:

- خلصت الدراسة الى مجموعة من التوصيات والاقتراحات ندرج أهمها:
- تشجيع الاستثمار في المجال البيئي من خلال تقديم تحفيزات ودعم للشباب وهذا من اجل تطبيق وتبني مفهوم التسويق الأخضر.
- ضرورة توعية المستهلكين للمشاركة في دعم المؤسسات التي تنشط في مجال حماية البيئة.
- ضرورة التركيز على البحوث التي تسعى لتطوير تقنيات المحافظة على البيئة، والاعتماد على الطاقات المتجددة في جل العمليات الانتاجية.
- السهر على القيام بتعاون في اطار تطوير منشأة حديثة ومصممة بتقنيات عالية، متمثلة في معدات محمولة "عديمة الانبعاثات" كضاغطات النفايات الجديدة.
- الاستفادة من خبرة "نموذج الشارقة" وما حققته من تقدم على مستوى إنتاج الطاقات المتجددة من النفايات، باعتباره ضمن المشاريع الرائدة على المستوى العالمي، وتعد نموذجا يحتذى به في مجال الطاقات النظيفة والاستدامة البيئية.

قائمة المراجع:

1. آسيا بورزاق. (2015). دور التسويق الأخضر في تنمية الثقافة البيئية دراسة حالة بناسونيك. *مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال*، (1)، 123-124.
2. امحمد عطية عبد القادر. (2003). *اتجاهات حديثة في التنمية*. مصر: الدار الجامعية للنشر.
3. جعفر عيسى حسن العيسى مصطفى . (2012). التسويق البيئي و دور المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال اتجاه المستهلك العراقي ' دراسة استطلاعية. *مجلة الدراسات محاسبة و المالية*، 7(19)، 282-283.
4. <http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20160808/85515.html> (10. 11، 2019).
5. Elizabeth pastore reiss— (23.05.2020).
6. *le marketing durable* .paris2007 .Edition Eyrolles.
7. Dominique Bourg ، و Salerno Gabriel .(2015). *Les scénarios de la durabilité* . England: Bookboon .edition.
8. www.and.dz . (23 افريل ، 2019). www.and.dz . تم الاسترداد من www.and.dz .
9. أوسريز منور ، و محمد حمو. (2010). *الاقتصاد البيئي*. الجزائر: دار الخلدونية.
10. ثامر البكري . (2012). *استراتيجيات التسويق الأخضر تطبيقات، حالات دراسية، دراسات سابقة*. عمان، الاردن: دار اثراء للنشر والتوزيع.

11. ثامر البكري. (2010). الأبعاد الإستراتيجية لإعادة التدوير في تعزيز فلسفة التسويق الأخضر إستعراض لتجارب منتقاة من شركات ودول مختلفة. *مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية*، 7(23)، ص 16-18.
12. صليحة حفيفي. (2014). تسيير النفايات الصلبة وعلاقة تدويرها بالتنمية المستدامة -دراسة حالة بالجزائر-. *طروحة دكتوراه*. كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، الجزائر: جامعة الجزائر 3.
13. عبد الله موسى كسرا عنتر ، و نجيب جميل شيماء محمد . (2012). اثر توجهات المنتج الأخضر على البيئة الاقتصادية في ظل العولمة في بلدان نامية. *مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية*، 8(20)، ص 51.
14. غنيم محمد عثمان، و أبو زنت ماجدة . (2007). التنمية المستدامة فلسفتها و أساليب تخطيطها و أدوات قياسها. الأردن: دار الصفاء للنشر و التوزيع.
15. مصطفى فهمي خالد . (2011). *الجوانب القانونية لحماية البيئة من التلوث في ضوء التشريعات الوطنية والإتفاقيات الدولية-دراسة مقارنة-*. الاسكندرية (مصر): دار الفكر الجامعي.

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

حليمة قمري، رضوان أنساعد و مصطفى جعفر (2021)، إعادة تدوير النفايات كآلية لتعزيز مفهوم التنمية المستدامة و التسويق الأخضر ، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية المجلد 03(العدد 01)، الجزائر: المركز الجامعي أفلو، الجزائر.ص.ص 23-33.