

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية

الشعبة : علوم تجارية

التخصص : تسويق خدمات

إعداد الطالبة : أم الخير ربوح

بعنوان :

## دور التسويق في مؤسسات النقل في تحقيق التنمية المستدامة

(دراسة حالة شركة الوحدة للنقل)

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 2013/06/24

أمام اللجنة المكونة من السادة :

الدكتور/ محمد حمزة بن قرينة (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا

الأستاذ/ بن عبد الهادي منير (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة ) رئيسا

الأستاذ/ بن جروه حكيم (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية : 2013/2012



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير  
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي  
الميدان : علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية  
الشعبة : علوم تجارية  
التخصص : تسويق خدمات

إعداد الطالبة : أم الخير ربوح

بعنوان :

**دور التسويق في مؤسسات النقل في تحقيق التنمية  
المستدامة  
(دراسة حالة شركة الوحدة للنقل)**

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 2013/06/24

أمام اللجنة المكونة من السادة :

الدكتور/ محمد حمزة بن قرينة (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا  
الأستاذ/ بن عبد الهادي منير (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة ) رئيسا  
الأستاذ/ بن جروه حكيم (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية : 2013/2012

# الإهداء

بسم الله وكفى والصلاة على المصطفى، أما بعد أهدي  
هذه إلى ثمرة جهدي  
والدي العزيزين إخوتي و أخواتي، وإلى كل من يعرفني  
من قريب أو بعيد.

و إلى دفعة الثانية ماستر تسويق خدمات 2013/2012  
بدون استثناء

إلى كل من جف حبر قلبي في كتابة أسمائهم ومنال قلبي  
يذكره م.

إلى كل هؤلاء أهدي عملي هذا

## الشكر والتقدير

الحمد لله الذي أنعم علينا بنور العلم وكرمنا بالقلم، الحمد لله أولاً وأخيراً  
فله الحمد والمنة على فضله ونعمه، ألا بفضل الله تتم الصالحات،  
الحمد لله الذي أمدني بالصبر والعزيمة ويسر لي إتمام هذه الرسالة.  
وبعد شكره عز وجل، لا يسعني إلا أن أتقدم أولاً بجزيل الشكر والامتنان  
والعرفان بالجميل إلى الأستاذ المشرف محمد حمزة بن قرينة لما أسداه  
لي من نصائح و توجيهات كان له أكبر أثر في إنجاز هذا العمل.  
كما لا يفوتني أن أدون شكري للأساتذة: عبد العزيز بن قيراط، حكيم بن  
جروه، السعيد هتهات، صياغ رمزي، الذين أحاطوني بالرعاية و التوجيه وما  
أمدوني به من بحر علمهم ولم يخلوا علي بنصريحة أو رأي.  
كذلك أتقدم بالشكر و الامتنان إلى الموظفين في شركة الوحدة للنقل  
وخاصة السيد يزيد بروال علي ما قدمه من مسعدات وتسهيلات في  
الحصول على المعلومات الميدانية.  
كما أتقدم بالشكر إلى اللجنة المناقشة التي تبنت مسؤولية  
مناقشة هذا العمل.  
و إلى كل من ساعدني على انجاز هذا العمل

## ملخص

تهدف هذه المذكرة إلى محاولة دراسة علاقة تسويق خدمة النقل بالتنمية المستدامة من خلال إبراز مساهمة النقل في تحقيق متطلبات البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، لفهكن من الحصول على خدمات نقل تتسم بالجودة والكفاءة و تلبي احتياجات مختلف مستخدميها.

ولقد كانت إشكالية البحث تدور حول : ما هو دور تسويق خدمة النقل في تحقيق التنمية المستدامة؟ حيث تمثلت

الدراسة التطبيقية للتسويق والتنمية المستدامة في شركة الوحدة للنقل بحاسي مسعود- ورقلة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن دور تسويق خدمة النقل تجلى 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.

## Résumé

Ce mémoire a pour but l'étude de la relation sur le marche entre le marketing du service de transport et développement durable. En mettant en évidence la contribution du transport dans la réalisation, des exigences de la dimension économique, sociale et environnementale. Afin de faciliter l'obtention des services du transport qualifiés, qui répondent aux besoins des différents utilisateurs.

Notre problématique repose sur la question suivante: "Quel est le rôle du marketing des services du transport dans la réalisation du développement durable?" L'étude pratique était au niveau de la société ELWIHDA de transport à Hassi Messaoud, Ouargla.

L'étude a révélé à ce que le rôle du marketing des services du transport est de répondre aux exigences économiques, sociales et environnementales du développement durable, mais cela reste relatif à cause du manque d'indicateurs de développement durable liés au transport de marchandises d'une façon directe et liée au sujet de notre recherche.

**Mots clé**: Transport, marketing du transport, développement durable.

## قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
III	الإهداء
IV	الشكر
V	المخلص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال البيانية
IX	قائمة الملاحق
X	قائمة الاختصارات والرموز
أ	مقدمة
<b>01</b>	<b>الفصل الأول : تسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة والدراسات البيولوجرافية</b>
02	تمهيد
03	المبحث الأول : مفاهيم أساسية لتسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة
11	المبحث الثاني : الدراسات البيولوجرافية للموضوع
13	خلاصة الفصل
<b>14</b>	<b>الفصل الثاني : الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل</b>
15	تمهيد
16	المبحث الأول : منهجية وأدوات الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل
19	المبحث الثاني : التسويق في شركة الوحدة للنقل ومساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة
37	خلاصة الفصل
38	خاتمة
42	قائمة المراجع
46	الملاحق
53	الفهرس

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
23	زيادة العتاد والوظائف ورقم أعمال الشركة من 2008 إلى 2012	(3.2)
24	التغيرات السنوية لرقم الأعمال، المبيعات والمشتریات من 2008 إلى 2012	(4.2)
25	حمولة ونوع شاحنات الشركة	(5.2)
25	الموارد البشرية للشركة حسب كل مصلحة	(6.2)
26	زيائن الشركة	(7.2)
28	توزيع (عدد المركبات) الحظيرة الوطنية للمركبات حسب التصنيف	(8.2)
33	نتائج تقدير الجدول رقم (4.2)	(12.2)
35	عمر الشاحنات من 2000 إلى 2012	(14.2)

## قائمة الأشكال البيانية

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
06	أسس تسعير خدمات نقل البضائع	(1.1)
09	أبعاد التنمية المستدامة	(2.1)
17	بطاقة التعريف للشركة الوحدة للنقل	(1.2)
21	مراحل عملية تقديم خدمة النقل من قبل الشركة	(2.2)
29	زيادة العتاد وعدد الوظائف ورقم الأعمال من 2008 إلى 2012	(9.2)
30	تأثير المبيعات والمشتريات في رقم الأعمال من 2008 إلى 2012	(10.2)
31	التمثيل النقطي لعلاقة رقم الأعمال بدلالة كل من المبيعات والمشتريات	(11.2)
35	القيم المقدرة والحقيقية لرقم الأعمال	(13.2)
36	علاقة شركة الوحدة للنقل بالتسويق والتنمية المستدامة	(15.2)

## قائمة الملاحق

الصفحة	الاسم	الرقم
47	الهيكل التنظيمي لشركة الوحدة للنقل	01
48	وثيقة الأمر بمهمة	02
49	وسائل الشركة المادية	03
50	الترويج للشركة الوحدة للنقل	04
51	الترويج للشركة من خلال مناقصات المنشورة في نشرات خاصة	05
52	الهيكل المادي للشركة	06

## قائمة الاختصارات والرموز

CODE	Explication
STI	System Transport Intelligent
TMS	Transport Management System
FMS	Fleet Management System
DDI	Dynamic Driver Information
VDO	Vehicle Driving Operation
CH	CHiffres affaiare
V	Vente
ACH	Achats



إن العصر الراهن يحتم على بلادنا مواكبة تطورات اقتصادية في جميع المجالات من أجل تنمية شاملة مستدامة، فالواجب إذاً الأخذ بأسباب هذه التنمية وذلك من خلال المبادرة والبحث عن أحسن الأساليب التي يمكن أن تكون عاملاً حاسماً في تحقيق ذلك. إذ تعد المؤسسات الاقتصادية في هذا العصر أحد هذه العوامل، خاصة تلك التي تنشط في قطاع الخدمات المعروف بالقطاع الثالث منها : النقل، البنوك، الفنادق، الصحة...

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 تنمي 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 وإليها، 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. إن انتهاج الجزائر لمفهوم الخصوصية بعد قانون 88/17 الذي نص على استقلالية تسيير المؤسسات وذلك من خلال زيادة نمو الطلب على خدمات النقل بشكل متسارع وكبير سواءً من قبل المسافرين أو المؤسسات لنقل بضائعها، الأمر الذي جعل المنافسة بين هذه المؤسسات قوية وشديدة، مما شجع مدراء هذه المؤسسات ودفعهم نحو تبني المفهوم التسويقي الذي يعتبر أحد الأساليب الفعالة الممكن استخدامها لتحسين مردود وأداء المؤسسة.

#### أ - إشكالية الدراسة

يمكن صياغة الإشكالية الرئيسية للدراسة في السؤال الرئيسي التالي : ما هو دور تسويق خدمة النقل في تحقيق

التنمية المستدامة ؟

يمكن أن نقسم هذه الإشكالية إلى الأسئلة الفرعية التالية :

- ما المقصود بخدمة النقل ودور نظم النقل في تفعيلها في ظل المفهوم التسويقي ؟

- كيف تساهم شركة الوحدة للنقل في تحقيق التنمية المستدامة ؟

#### ب - فرضيات الدراسة

وللإجابة على هذه الأسئلة نطرح الفرضيات التالية :

- إن تطبيق عناصر المزيج التسويقي لخدمة النقل يساعد في تلبية احتياجات الأفراد من بضائع؛
- إن الدور التي تؤديه نظم النقل يتمثل في تحسين مستوى الخدمة وتعظيم كفاءتها؛
- تساهم شركة الوحدة للنقل في تحقيق التنمية المستدامة عن طريق الاستجابة لمتطلبات البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي.

### ت - مبررات اختيار الموضوع

- الاهتمام الشخصي بموضوع النقل والتنمية المستدامة والرغبة الشديدة في مواصلة البحث فيه؛
- أهمية الموضوع كونه يعالج إشكالية واقعة في الوقت الراهن.

### ث - أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الاهداف التالية :

- دراسة العلاقة بين النقل والتنمية المستدامة؛
- التعريف بشركة الوحدة للنقل وما إذا كانت تعتمد لتقنيات التسويق في نشاطها.

### ج - أهمية الدراسة

- تكمن أهمية الدراسة في كونها تعالج موضوعا يعتبر من أهم المواضيع النظرية الملموسة عمليا، والذي يعتبر من مواضيع الساعة من حيث أنها تعالج إشكالية تسويق خدمة النقل في ظل التنمية المستدامة، وذلك من خلال تقديم دراسة لنشاط التسويق ومدى تطبيقه في أحد الشركات العاملة في قطاع النقل.

### ح - حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية : تمحورت الدراسة حول تسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة؛
- الحدود المكانية : شملت الدراسة شركة الوحدة للنقل بولاية ورقلة "حاسي مسعود"؛
- الحدود الزمانية : أُنجزت الدراسة بالاعتماد على معطيات السنوات من 2008 إلى 2012.

### خ - المنهج المتبع

- المنهج الوصفي : استنادا الى طبيعة الموضوع وهذا لتحديد وتأسيس المفاهيم النظرية فيما يتعلق بتسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة.

- منهج دراسة الحالة : للقيام بالدراسة الميدانية، اختبار فرضيات الدراسة والتوصل للنتائج.

#### د - أدوات الدراسة

من أجل معالجة دراسة الحالة الخاصة بموضوع الدراسة، اعتمدنا في ذلك مجموعة من الأدوات المتمثلة في : المسح المكتبي بالإطلاع على مختلف المراجع التي لها علاقة بجوانب الموضوع ، المقابلة الشخصية، تحرير الوثائق (الخاصة بالشركة محل الدراسة)، ومعالجة البعض منها بواسطة البرنامج الإحصائي Eviews، الملاحظة.

#### ذ - صعوبات الدراسة

- صعوبة التطبيق التي واجهتني وبالأخص في مجال التنمية المستدامة؛

- ظروف التنقل التي واجهتني أثناء إعداد المذكرة.

#### ر - هيكل البحث

من أجل تحقيق أهداف الدراسة ومعالجة إشكالياتها، تم تقسيم البحث إلى فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي كما يلي :

يتناول الفصل الأول أهم المفاهيم المتعلقة بتسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة والدراسات البيبليوغرافية، حيث تم تقسيمه إلى مبحثين، الأول منه خصص لمفاهيم أساسية لتسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة. أما المبحث الثاني، فخصص للدراسات البيبليوغرافية المرتبطة مباشرة بالموضوع.

أما الفصل الثاني وهو الفصل التطبيقي المعنون بـ الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل ، حيث تم تقسيمه إلى مبحثين. تم التطرق في المبحث الأول لمُهجية وأدوات الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل، من خلال التطرق إلى تعريفها، منهجية وأدوات الدراسة، أما المبحث الثاني فقد تم التعرج للتسويق

في شركة الوحدة للنقل ومساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة، واستعملنا لذلك مجموعة من الأدوات المتمثلة في التقرير الوصفي، تحليل وثائق الشركة والمقابلة الشخصية مع رؤساء المصالح.



## الفصل الأول

تسويق خدمة النقل والتنمية  
المستدامة والدراسات الجيوجرافية

## الفصل الأول ——— تسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة والدراسات الجيولوجرافية

تمهيد:

يعتبر التفكير في تسويق الخدمات أحد الاتجاهات المهمة الحديثة التي عرفت توسعا في السنوات الأخيرة وفي مختلف المجتمعات، والسبب يعود لتزايد الدور الكبير للخدمات في الحياة المعاصرة ومن بينها خدمات النقل والأهمية التي تمثلها في حياتنا اليومية للطلب المتزايد على النقل وحاجة الأشخاص للتنقل والبضائع.

لذلك ينظر لهذا القطاع بأنه العصب الحساس في الكيان الاقتصادي والاجتماعي نظرا لدوره الأساسي في ربط مختلف القطاعات هذا من جانب، ومن جانب آخر نجد أنه يصعب علينا الحد من آثاره السلبية على البيئة، وبالتالي وجب علينا ترشيد استعمال وسائل النقل للتخفيف من سلبياتها. حيث أن اكتمال الجانبين سيعطي دفعة كبيرة لتحقيق تنمية مستدامة.

من هذا المنطلق سوف نركز في هذا الفصل لهذه الدراسة على النقاط التالية :

1. مفاهيم أساسية لتسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة؛

2. الدراسات الجيولوجرافية للموضوع.

### المبحث الأول : مفاهيم أساسية لتسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة

إن النشاط التسويقي يعتبر الشغل الشاغل لكل مؤسسة نظرا للدور الفعال الذي يؤديه وانعكاساته على تحقيق أهدافها، بما فيها مؤسسات النقل التي أصبحت أمام مهمة حاسمة ألا وهي إرضاء وإشباع رغبات الزبون من خلال تلبية احتياجاته وإيصالها بأعلى جودة ممكنة دون إهمال حق الأجيال القادمة في تلبية حاجاتهم. وبالتالي سنقتصر في هذا المبحث على العرض في المطلب الأول لتسويق خدمة النقل، ومفاهيم أساسية للتنمية المستدامة في المطلب الثاني، أما المطلب الثالث سنتطرق لمساهمة النقل في التنمية المستدامة.

#### المطلب الأول : تسويق خدمة النقل

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<sup>1</sup>. لذلك سنتطرق في هذا المطلب لمفهوم الخدمة عامة ومن ثم خدمة النقل وخصائصها و نظام إدارة النقل ليليه المزيج التسويقي الخاص بالنقل.

#### الفرع الأول : خدمة النقل وخصائصها

##### أولا : تعريفها

تعرف الخدمة على أنها: "نشاط أو منفعة يقدمها طرف لطرف آخر وتكون أساسا غير ملموسة ولا يترتب عليها أي ملكية، فتقدم الخدمة يكون مرتبط بمنتج مادي أو لا يكون"<sup>2</sup>.  
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"<sup>3</sup>.  
من خلال التعريف السابق نستنتج أن للنقل ضرورة وجود ثلاثة عناصر أساسية وتمثل في: الناقل، المنقول ووسيلة النقل.

<sup>1</sup> حمد سليمان المشوخي ، اقتصاديات النقل والمواصلات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003، ص.ص 22 – 23.

<sup>2</sup> Philip kotler et autres, **marketing management**, 13<sup>ème</sup> édition, Pearson éducation, paris, France, 2009, P452.

<sup>3</sup> زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، ط 2، دار المنهاج للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 37.

### ثانيا : خصائصها

تمثل الخدمة منافع يقدمها طرف لآخر، فبالإضافة للخصائص التي تتميز بها الخدمات عامة،<sup>1</sup> فإن خدمة النقل

تتميز بالخصائص التالية:<sup>2</sup>

- أ - الطلب على خدمة النقل هو طلب محفوز أو مشتق؛
- ب - تباين معدلات الطلب على خدمة النقل وفقا لاختلاف مستوى النشاط الاقتصادي؛
- ت - تقلبات (اليومية، الأسبوعية، الموسمية) في معدلات الطلب على خدمة النقل؛
- ث - اختلاف تكاليف عرض خدمة النقل باختلاف وسيلة النقل المستخدمة؛
- ج - عرض خدمة قطاع النقل يتصف بعدم القابلية للتخزين والتجزئة؛
- ح - اختلاف عرض خدمة النقل من حيث معدل تكرار الخدمة وإنجازها على الوجه الأكمل.

### الفرع الثاني : نظم النقل الذكية (STI)

إن ما تتميز به (STI)\* هو استخدامها لتقنيات الحاسب الآلي والإلكترونيات والاتصالات والتحكم في مواجهة العديد من التحديات التي تواجهها في النقل. حيث تساهم بدرجة كبيرة في جمع وتبويب البيانات الخاصة بأداء مختلف مكونات منظومة النقل، بما يساعد كل مستويات الإدارة في التعرف على الأحداث الطارئة والتفاعل معها، كما تساهم بمجموعة فوائد منها:

السلامة والأمان، النواحي البيئية، توفير الوقت.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> لمزيد من التفصيل (الخصائص الخدمة عامة) أنظر:

Christopher Lovelock et autres, **Marketing des services**, 6<sup>ème</sup> édition, Pearson Education: Paris, France, 2007, P- P 14 - 18.

<sup>2</sup> سميرة إبراهيم أيوب، **اقتصاديات النقل**، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، 2002، ص.ص 24- 33.

\* تتكون نظم النقل الذكية من مجموعتين، الأولى خاصة بالبنية الأساسية (داخل أو بين المدن)، والثانية خاصة بالمركبات ذاتها (الخفيفة، التجارية، العامة، الخاصة).

<sup>3</sup>بناءا على المراجع التالية:

— نظام نقل ذكي، على الموقع: <http://ar.Wikipedia.org> تاريخ الاطلاع: 2013/03/17.

— عبد العزيز بن قيراط، أداء وجودة الخدمات اللوجستية ودورها في خلق القيمة (دراسة ميدانية)، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة 08 ماي 1945 قالة، الجزائر، 2010/2009، ص.56.

### أولا : نظم إدارة النقل (TMS)

يعتبر نظام إدارة النقل بأنه برنامج متكامل لإدارة سلسلة التوريد وكل ما يتعلق بعملية النقل وما يتبعها من خدمات كالصيانة، الأمن...<sup>1</sup> حيث تم تصميمه خصيصا للأطراف الفعالة في الاقتصاد والمتمثلة في الشركات التي تعمل في مجال النقل مثل شركات شحن ونقل البضائع التي تسير مجموعة من المركبات سواء كانت للملكيتها أو للغير.<sup>2</sup>

### ثانيا : نظم إدارة الأسطول (FMS)

إن من بين النظم المتقدمة للنقل العام نجد نظم إدارة البضائع وأسطول النقل التي تهدف إلى تعظيم كفاءة النقل وتخفيض تكاليف التشغيل وتحسين مستوى الخدمات، وذلك عن طريق استخدام تقنيات لقياس أداء الأسطول في تلبية متطلبات الزبون، مما يؤدي إلى زيادة معامل الحمولة وبالتالي تحسين الوضع المالي للشركة، حيث تتضمن هذه النظم مجموعة مختلفة من التقنيات والمتمثلة في: التحديد الأوتوماتيكي لموقع المركبة، نظم التشغيل، نظم الاتصالات، نظم المعلومات الجغرافية...<sup>3</sup>

### الفرع الثالث : المزيج التسويقي لخدمة النقل

يعتبر التسويق العملية الخاصة بتخطيط، تنفيذ، تسعير، ترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات اللازمة لإتمام عملية التبادل، باتجاه إشباع حاجات الأفراد وتحقيق أهداف المنظمة. (حسب الجمعية الأمريكية للتسويق).<sup>4</sup> أما فيما يخص التسويق الخدمي فهو يعتمد على تقديم قيمة مقابل قيمة أخرى، من خلالها يحصل الأفراد على ما يحتاجونه من خدمات.<sup>5</sup>

وبالتالي فإن 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 عائقا أمامها في تلبية حاجات المستفيدين من خدماتها، وكانت معظم المشاكل التي تواجهها هي مشاكل تسويقية. فنجد أن تأخر هذه المنظمات

<sup>1</sup> Manhattan Associates et autres, **Transportation management system**, 2013. Sur le site :

[http://en.wikipedia.org/wiki/Transportation\\_management\\_system](http://en.wikipedia.org/wiki/Transportation_management_system), consulté le 25/03/2013.

<sup>2</sup> Ludovic Dodé, **la gestion des transports et les TMS**, 2010. Sur le site :

[http://www.acteos.com/build/client/Article\\_Presse/PDF/20100616-TIL-dossier.special.TMS.pdf](http://www.acteos.com/build/client/Article_Presse/PDF/20100616-TIL-dossier.special.TMS.pdf) consulté le 10/03/2013.

<sup>3</sup> فريق من خبراء المنظمة العربية للتنمية الإدارية، المفاهيم الحديثة في إدارة خدمات النقل واللوجيستيات، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007، ص.ص. 364-365.

<sup>4</sup> تامر البكري، **التسويق (أسس ومفاهيم معاصرة)**، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 21.

<sup>5</sup> زكي خليل المساعد، **مرجع سبق ذكره**، ص 23.

## الفصل الأول ——— تسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة والدراسات الجغرافية

بالأخذ بالمبادئ التسويقية في تسويق خدماتها هو تركيز جهودها على الإنتاج دون التسويق.<sup>1</sup> ومنه يمكن تعريف المزيج التسويقي على أنه المتغيرات التي يمكن السيطرة عليها و تنظيمها و التحكم بها والتي تسعى إلى تنسيقها أي مؤسسة لإشباع حاجات و رغبات المستهلكين.<sup>2</sup> وتمثل الأدوات التسويقية التي تعرف بالمزيج التسويقي الخدمي فيما يلي :

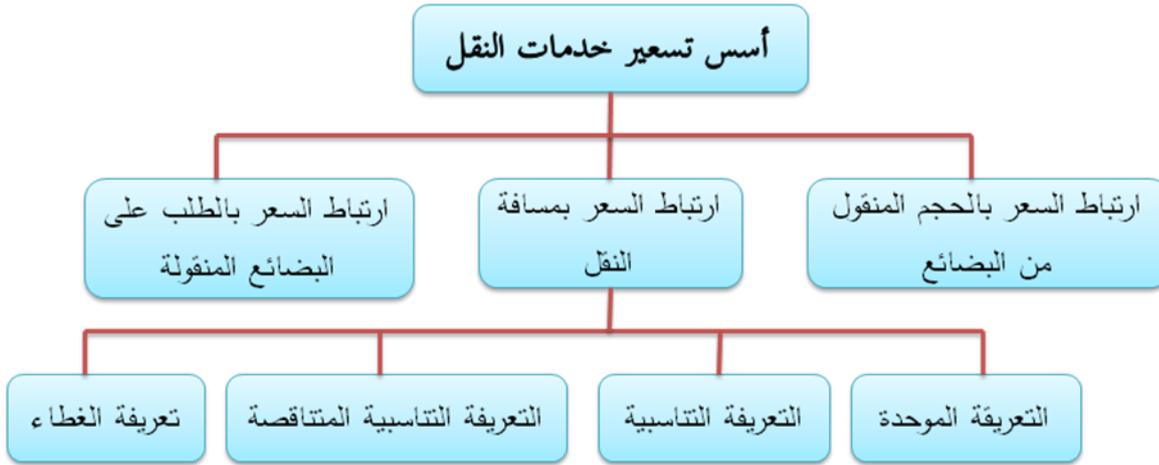
### أولاً : المنتج (خدمة النقل)

تعتبر خدمة النقل هي أساس كل النشاطات في مؤسسة النقل والمتمثلة في التنقل أو عملية النقل في حد ذاتها، والتي يعبر عنها بوحدة الطاقة التحميلية من خلال قياسها كمياً من الناحية التكنولوجية بالوزن والمسافة، حيث أنها تقدر بالطن/كلم في حالة نقل البضائع، والراكب/كلم في حالة نقل المسافرين.<sup>3</sup>

### ثانياً : التسعير (تسعير خدمات النقل)

إن تسعير خدمات النقل يعني وضع تعريفية \* محددة وملائمة مقابل ما يقدم من منافع التي يتوقع الحصول عليها عند الاستفادة من الخدمة.<sup>4</sup> وهناك أسس رئيسية يتم على أساسها تحديد أسعار النقل وهي موضحة في الشكل التالي:<sup>5</sup>

### الشكل رقم (1.1) : أسس تسعير خدمات نقل البضائع



**المصدر :** من إعداد الباحثة بناء على، فريق من خبراء المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مرجع سبق ذكره، ص.ص 70 - 71.

<sup>1</sup> زكي خليل المساعد، نفس المرجع السابق، ص 333.

<sup>2</sup> عصام حسن السعيد، التسويق و الترويج السياحي و الفندقية، الطبعة الأولى، دار الراية، الأردن، 2009، ص 57.

<sup>3</sup> فريق من خبراء المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مرجع سبق ذكره، ص 69.

\* يعبر عن السعر في قطاع النقل بسعر التنقل أي التعريفية: التي هي مقدار من المال الذي يدفعه مستعمل وسيلة النقل لمالكها.

<sup>4</sup> حمد سليمان المشوخي، مرجع سبق ذكره، ص 580.

<sup>5</sup> لمزيد من التفصيل انظر: فريق من خبراء المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مرجع سبق ذكره، ص.ص 70 - 71.

## الفصل الأول ——— تسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة والدراسات البيولوجرافية

أما بالنسبة لبقية عناصر المزيج التسويقي لخدمة النقل فهي كالتالي :<sup>1</sup>

### ثالثا : التوزيع (توزيع خدمات النقل)

نظرا لعدم ملموسية خدمات النقل، وعدم إمكانية خزنها أو نقلها تقوم مؤسسات النقل بالتوزيع المباشر لخدماتها (أي على متن المركبة)، وتعتمد التوزيع غير المباشر بواسطة مكاتب الحجز، متعهدي النقل والانترنت.

### رابعا : الترويج (ترويج خدمات النقل)

يمثل جميع الجهود والأساليب الموجهة لمستعملي خدمات النقل وذلك باستخدام عناصر المزيج الترويجي (الإعلان، البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، النشر، العلاقات العامة)، التي تهدف إلى تحقيق الاتصال بالمستفيدين من خدمات النقل وتعريفهم بها ومساعدة المؤسسة على تصريف خدماتها، إذ يعتمد عليه لتحقيق أهداف الإدارة وحث الأفراد لاستعمال خدمة النقل.

### خامسا : الدليل المادي

تميز خدمة النقل بعدم ملموسيتها لذلك يعتمد الزبون لتقييمها على العنصر المادي فيها. إذ تسعى المؤسسات المقدمة لهذه الخدمات للاهتمام بوسيلة النقل، مكاتب المؤسسة من حيث المظهر الخارجي، الديكور الداخلي، الأجهزة والمعدات، ملابس العاملين والألوان الموحدة والمميزة للمؤسسة، وغيرها من الأدلة التي تساهم على الحكم بجودة الخدمة من جانب الزبون.

### سادسا : العنصر البشري (الأفراد)

يمثل الأفراد العنصر الأهم في مجال الخدمات بشكل عام وخدمات النقل بشكل خاص لذلك يتم اختيار الأكفاء منهم، وذلك لتأهيلهم بشكل جيد و تنمية املاكهم للمهارات لتناسب طريقة تقديم الخدمة المكلفون بها وتحقيق الميزة التنافسية التي تسعى المؤسسة الوصول لها.

### سابعا : العمليات

وهي الأنشطة المستخدمة لمساعدة المؤسسة على تقديم الخدمة، وبالتالي فإن نقل السلع من مكان إنتاجها لمكان بيعها وإيصالها بأمان وسلامة للمكان المحدد لها والوقت المتفق عليه مع صاحب السلعة، تمثل العمليات التي سمحت له بالحصول على خدمة النقل بكفاءة وجودة عالية مما يحقق له الإشباع والرضا.

<sup>1</sup> غنية بركات، قياس رضا مستعملي خدمات النقل العمومي الحضري الجماعي (حالة مدينة عنابة)، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة 08 ماي 1945، قلمة،

## الفصل الأول ——— تسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة والدراسات البيولوجرافية

المطلب الثاني : مفاهيم أساسية للتنمية المستدامة

إن التنمية المستدامة في مجال النقل تعني إنجاز وتطوير هذا القطاع الحيوي وتلبية احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة

الأجيال القادمة على تلبية حاجاتهم. حيث سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم التنمية المستدامة، الأهداف والأبعاد.

### الفرع الأول : مفهوم التنمية المستدامة

صاغ مفهوم التنمية المستدامة وللمرة 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".<sup>1</sup>

وبالتالي فإن التنمية المستدامة تعني ذلك الاستخدام العقلاني\* للموارد سواء كانت المتجددة أو غير المتجددة حاضرا

وذلك بمراعاة المتطلبات والاحتياجات الآنية للأفراد والمستقبلية دون إهمال الأجيال القادمة وما يلزمهم لتغطية متطلباتهم وذلك

بالتوفيق بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

### الفرع الثاني : أهداف التنمية المستدامة

تسعى التنمية المستدامة من خلال محتواها إلى تحقيق جملة من الأهداف منها :<sup>2</sup>

1. تحقيق نوعية حياة أفضل للسكان؛
2. احترام البيئة الطبيعية؛
3. ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف المجتمع؛
4. تعزيز وعي السكان بالمشكلات البيئية القائمة؛
5. تنشيط وتوفير فرص المشاركة لتبادل الخبرات والمهارات، وتتسم في تفعيل التعليم والتدريب لتحفيز الإبداع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> 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](http://www.mercator-publicitor.fr/IMG/pdf/Mercator_Debat_developpement_durable.pdf), consulté le 04/03/2013.

\* الاستخدام العقلاني يعني استخدام الموارد التي تخضع لظروف ومعطيات الواقع ويسعى لتحقيق أقصى منفعة بأقل تكلفة اقتصادية واجتماعية وبيئية ممكنة.

<sup>2</sup> عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنت، التنمية المستدامة (فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها)، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 29.

<sup>3</sup> جميلة الجوزي، مداخلة بعنوان : أهمية المحاسبة البيئية في استدامة التنمية، الملتقى العلمي الدولي حول سلوك المؤسسات الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، يومي 20 و 21 نوفمبر 2012، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ص 4.

## الفصل الأول — تسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة والدراسات البيئية الجغرافية

إن الهدف الأمل للمعلن للتنمية المستدامة هو التوفيق بين التنمية الاقتصادية والمحافظة على البيئة والسعي إلى بلوغ الحد

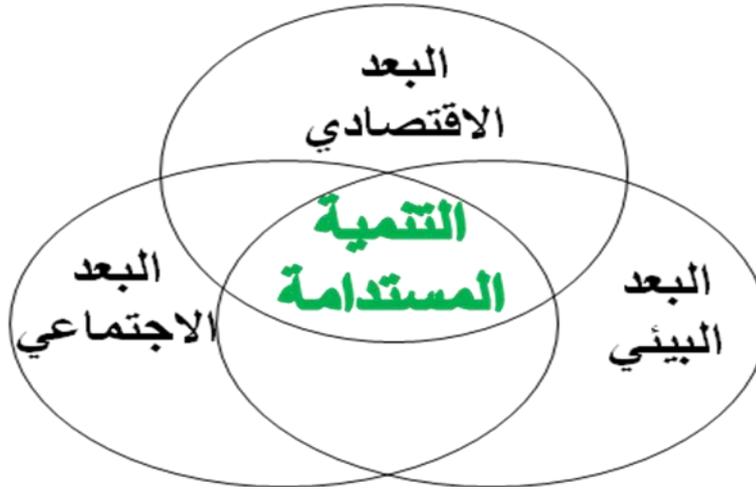
الأقصى من أهداف الأنظمة الثلاثة\* و المتمثلة في البيولوجية والاقتصادية والاجتماعية.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث : أبعاد التنمية المستدامة

من تعريف التنمية المستدامة يظهر جليا أنها تتضمن ثلاثة أبعاد تتسم بالترابط والتكامل في إطار يتميز بالتنظيم

والاستغلال العقلاني للموارد، ومنه يمكن توضيح ذلك في الشكل التالي :

#### الشكل رقم (2.1): أبعاد التنمية المستدامة



Thierry Raes et autres, développement durable (aspects stratégiques et opérationnels),

Editions Francis Lefebvre, 2010, P17.

### أولا : البعد الاقتصادي

تسعى التنمية المستدامة إلى تحسين مستوى الرفاهية للمجتمع من خلال زيادة نصيبه من السلع والخدمات الضرورية، ولن

يتحقق هذا المسعى إلا من خلال<sup>2</sup>:

أ - إيقاف تبيد الموارد الطبيعية والمساواة في توزيعها؛

ب - تقليص تبعية البلدان النامية؛

\* الأنظمة الثلاثة تتمثل في: البيولوجي (التنوع الجيني والمرونة والقدرة على الانتعاش والإنتاجية البيولوجية) والاقتصادي (تلبية الاحتياجات الأساسية للإنسان وتعزيز العدالة وزيادة السلع والخدمات المفيدة) والاجتماعي (التنوع الثقافي والاستدامة المؤسساتية والعدالة الاجتماعية).

<sup>1</sup> رابع حمدي باشا، أزمة التنمية والتخطيط في ظل التحولات الاقتصادية العالمية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007/2006، ص156.

<sup>2</sup> عبد السلام أديب، أبعاد التنمية المستدامة، تم التصفح على الموقع: <http://ebooks9.com/doc-8.html> بتاريخ الاطلاع: 2013/01/06

ج - مسؤولية البلدان المتقدمة عن التلوث ومعالجته.

### ثانياً : البعد الاجتماعي

يمثل حق الإنسان الطبيعي في العيش ببيئة نظيفة وسليمة بالإضافة إلى نصيب عادل من الثروات الطبيعية والخدمات الصحية والتعليمية الأساسية خاصة في المناطق الريفية، وتحقيق أكبر قدر من المشاركة الشعبية والقوى في تنمية وتطوير الثقافات المختلفة للمجتمعات.<sup>1</sup>

### ثالثاً : البعد البيئي

يتعلق بالحفاظ على المصادر الطبيعية مثل الاستخدام العقلاني للأراضي الزراعية والموارد المائية في العالم.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث : مساهمة النقل في التنمية المستدامة

يعتبر النقل ذا علاقة بالتنمية المستدامة من خلال الأسباب التالية :<sup>3</sup>

- إن الإحصائيات تقدم أرقام مرتفعة من ناحية التلوث إذ يساهم فرع النقل ب 25% من التلوث و 75% للقطاعات

الأخرى؛

- كذلك علاقة التنمية المستدامة بالنقل هو استغلاله للطاقات النابضة (بنزين- مازوت- الغاز) <sup>4\*</sup>، 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.

<sup>1</sup> السعيد دراجي، مداخلة بعنوان: التنمية المستدامة من منظور الاقتصاد الإسلامي، الملتقى العلمي الدولي حول سلوك المؤسسات الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، يومي 20 و 21 نوفمبر 2012، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ص 6.

<sup>2</sup> خالد مصطفى قاسم، إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، الإسكندرية، 2007، ص.ص 28- 29.

<sup>3</sup> 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، 2010/2011، ص.ص 49-50.

\* (بنزين- مازوت- الغاز): محرك المازوت يلوث أكثر بعده البنزين العادي وأحسن منه الحالي من الرصاص ليأتي فيما بعد الغاز الذي يحتوي على ثاني أكسيد الكربون.

### المبحث الثاني : الدراسات الجغرافية للموضوع

سنتطرق في هذا المبحث إلى الدراسات السابقة للموضوع وذلك في حدود علم الباحثة، من بينها نجد :

#### المطلب الأول : الدراسات الجغرافية باللغة العربية

1 - دراسة فؤاد مسعودي (2011/2010) : "التسويق في النقل الحضري، دراسة حالة المؤسسة العمومية للنقل

الحضري بسطيف (ETUS)"، جامعة الحاج لخضر - باتنة-

تمثل هذه الدراسة مذكرة ماستر وقد كانت إشكالياتها تدور حول ما مدى تطبيق التسويق في خدمات النقل للمؤسسة العمومية للنقل الحضري بسطيف (ETUS)؟ حيث يتمثل هدف البحث في التعرف على واقع النقل الحضري بسطيف وما إذا كانت المؤسسة "ETUS" تستخدم تقنيات التسويق في نشاطها، من خلال تعرج الطالب لدراسة وصفية استطلاعية لهذه المؤسسة توصل إلى أن وجود محطة حضرية واحدة على مستوى الولاية ونقصها أدى لفوضى على مستوى الوسط الحضري، أما بما يخص المؤسسة "ETUS" فقد قلبت موازين سوق النقل الحضري بسطيف من حيث طريقة تسيير نشاطها المنطلق بتطبيق مبادئ التسويق في خدماتها.

لكن هذه الدراسة لم تتطرق لموضوع التنمية المستدامة في مجال النقل ومدى مساهمته في تحقيقها.

2 - دراسة لامية عبيد الله (2011/2010) : " خدمة النقل الحضري الجماعي وعلاقتها بالبعد الاجتماعي

للتنمية المستدامة، دراسة حالة النقل الحضري الجماعي في مدينة باتنة"، جامعة الحاج لخضر - باتنة-

كذلك هذه الدراسة هي مذكرة ماستر حيث تمحورت إشكالياتها حول ما هي الخصائص الأساسية لخدمة النقل الحضري الجماعي وعلاقتها بالتنمية المستدامة من وجهة نظر اجتماعية؟، حيث تمثل هدفها في التعرف على نوعية الخدمة في النقل الحضري وقياس البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة في خدمة النقل الحضري من جانب نظر مستعمليه بتطبيق دراسة ميدانية بواسطة استبيان موزع على 18 محطة من أصل 30 تتبادل فيه آراء 100 راكب، وقد توصلت عند تفريغ وتبويب البيانات المتحصل عليها باستعمال SPSS17 إلى أن مستوى الخدمة في أضعف درجاته وأن جزء كبير من مدينة باتنة لا يصلها النقل الحضري الجماعي ويعود السبب إلى ضيق الأحياء أو عدم صلاحية التنقل فيها بالإضافة إلى بعدها.

لكن هذه الدراسة تعلقت بالنقل الحضري ولم تتطرق للبعد الاقتصادي والبيئي للتنمية المستدامة.

3 حراسة غنية بركات (2010/2009) : " قياس رضا مستعملي النقل العمومي الحضري الجماعي، دراسة حالة

المؤسسة العمومية للنقل الحضرية عنابة (ETA)، جامعة 8 ماي 1945 قالمة.

أما هذه الدراسة فهي مذكرة ماجستير حيث تدور إشكالياتها حول ما مدى رضا مستعملي خطوط المؤسسة العمومية للنقل الحضري بعنابة (ETA)؟، حيث هدفت هذه الدراسة إلى قياس رضا مستعملي خطوط "ETA" وإبراز تأثير النقل على البيئة. من خلال العرض لدراسة استطلاعية، مقابلة، ملاحظة ومن ثم وضع مؤشرات جودة خدمة النقل في استبيان موجه لـ 218 ركاب لدى "ETA"، وعند تفرغ وتبويب البيانات باستعمال SPSS17، توصلت هذه الدراسة إلى أن المؤسسة لم تقم بأي قياس لرضا زبائنها منذ بداية نشاطها وذلك لاهتمامها بالجودة من جانب نظر المسؤولين وليس من جانب نظر الزبائن، أما بالنسبة لتأثيرها على البيئة فإن الحافلة تحافظ على البيئة وتخفف الازدحام داخل المدينة.

لكن هذه الدراسة لم تتطرق للبعدين الاقتصادي والاجتماعي في "ETA" وركزت على البعد البيئي في الدراسة التطبيقية.

### المطلب الثاني : الدراسات الجغرافية باللغة الأجنبية

4 حراسة: Christophe Bouni et al (2009)

" Indicateurs du développement durable des transports et concertation avec le public : postures stratégiques et argumentations, natures sciences sociétés"

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز مؤشرات التنمية المستدامة في النقل والتطرق لسياساته من أجل تحقيق المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وذلك لاعتبار قطاع النقل العنصر الفعال في تحريك المجتمع. وقد توصل الباحثين اعتمادا على دراسات سابقة كحجاج ومن ثم نقدها إلى أن تحديد مؤشرات النقل بإتباع سياساته من ناحية تأثيره على البنية التحتية، سهولة الوصول، المدة، خدمة الأشخاص المعاقين، هو من أجل ضمان خدمة ذات جودة واستخدام أفضل للتنقل والتقليل من أثاره السلبية. لكن هذه الدراسة لم تتطرق لأبعاد التنمية المستدامة في مجال نقل البضائع ولا لجانب تطبيقي وإنما اكتفت بتحليل ونقد بعض الدراسات السابقة لنفس الموضوع.

إن ما تميز به هذه الدراسات هو أن مجال تطبيقها كان في النقل الحضري. وبالتالي توجهنا في اختيارنا هذا لدراسة دور

تسويق خدمة النقل في تحقق التنمية المستدامة في مجال نقل البضائع براء، وذلك عن طريق مساهمته في الجانب الاقتصادي

والاجتماعي والبيئي، وبالتالي الربط بين المتغيرين ألا وهما خدمة النقل والتنمية المستدامة ومعالجة إشكالية الدراسة والخروج بنتائج.

قد تم التعرض في هذا الفصل لتسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة من خلال التطرق لأهم المفاهيم والدراسات البيئية الجغرافية المتعلقة بالموضوع. حيث تعتبر خدمة النقل إحدى الآليات التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة، باعتبار تسويق خدمة النقل تسمح لنا بمعرفة مدى تأثيرها على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، للحصول على أفضل خدمة للنقل يمكن الاعتماد عليها وتلبي احتياجات مختلف مستخدميها دون إهمال حق الأجيال القادمة.

ويمكن تلخيص أهم النقاط التي تم التطرق لها كما يلي :

- خدمة النقل هي المنتج النهائي لمستخدميها، حيث يتوقف نجاحها في تلبية الاحتياجات المختلفة لهم على مدى سلامة وتطبيق خصائصها؛
- نظم النقل هي مجموعة التقنيات والإجراءات الحديثة في عملية النقل، لها مكونات وأهداف وهي تضم عدة أنواع، يتم تطبيقها من قبل الشركات العاملة في مجال النقل لضبط نشاطها (تسيير مركباتها)؛
- التزام الشركة بتطبيق نظم النقل الذكية يساعدها في تفعيل خدمة النقل وذلك من خلال اتصاف هذه النظم بالشروط التي تسمح للشركة بأداء مهامها بفعالية وبشكل كفي؛
- عدم وجود مؤشرات في التنمية المستدامة تتعلق بنقل البضائع، لدى اكتفينا بالأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة ودراساتها في شركة الوحدة للنقل من الفصل الموالي؛
- احترام الشركة لمتطلبات الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للتنمية المستدامة يساعدها في تقديم خدمة نقل تتسم بالكفاءة والفعالية ويمكن الاعتماد عليها، إذا طبقت ذلك بنجاح.



## الفصل الثاني

الدراسة الميدانية في شركة

الوحدة للنقل

تم التطرق في الفصل النظري للمفاهيم المتعلقة بتسويق خدمات النقل والتنمية المستدامة، وسنحاول في هذا الفصل

اختبار مدى تطابق الجانب النظري مع الجانب التطبيقي، والذي خصص بدراسة شركة الوحدة للنقل.

وبالتالي سنتطرق في هذا الفصل إلى ما يلي :

1. منهجية وأدوات الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل؛
2. التسويق في شركة الوحدة للنقل و مساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة.

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

### المبحث الأول : منهجية وأدوات الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

تحتل الشركة اليوم دورا هاما في الحياة الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية، حيث أن الاستقرار على مستوى الشركات يؤدي للاستقرار على المستوى الكلي والقاعدي والحياة اليومية للمواطن، لذا سعت الجزائر إلى فتح المجال للخصوصية في جميع القطاعات من بينها نجد قطاع النقل، والمتمثل في شركة الوحدة للنقل.

وعليه سنتناول هذا المبحث من خلال التعرج ل :

1. منهجية الدراسة للشركة؛

2. أدوات الدراسة.

### المطلب الأول : منهجية الدراسة للشركة

قامت هذا الدراسة المسطرة تحت عنوان دور التسويق في مؤسسات النقل في تحقيق التنمية المستدامة بإتباع المنهج الوصفي المتعلق بالإطار المفاهيمي ألا وهو تسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة ومن ثم تجسيده في دراسة ميدانية لإحدى شركات النقل والمتمثلة في شركة الوحدة للنقل بحاسي مسعود لولاية ورقلة، وذلك خلال الفصل الثاني من الموسم الدراسي 2012 / 2013، وبالتحديد خلال شهر مارس 2013.

### أولا : التعريف بالشركة

تأسست شركة الوحدة للنقل سنة 1996م من طرف كواشي العيد، عيادي 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.

### ثانيا : بطاقة التعريف الخاصة بالشركة

بطبيعة الحال فإن لكل شركة دليل وهذا ما نجده لدى شركة الوحدة للنقل المسمى بطاقة التعريف التي تتضمن بعض المعلومات المتعلقة بها، والتي ترشد الزبائن في حالة احتياجهم لخدمة نقل البضائع إلى الاعتماد عليها بهدف الوصول لغايتهم.

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

وهذا ما يوضحه الشكل التالي :

الشكل رقم (1.2) : بطاقة التعريف للشركة الوحدة للنقل

<b>اسم الشركة :</b> شركة الوحدة للنقل <b>WIHDA TRUCKING COMPANY</b>
<b>العنوان :</b> بئر مسعود. ص.ب. 1216 - 30500 - حاسي مسعود.
<b>المقر الأساسي :</b> عين جاسر باتنة.
<b>الهاتف :</b> 029 73 27 10 / 67 41
<b>الفاكس :</b> 029 73 60 42
<b>الهاتف النقال :</b> 07 70 98 51 24 / 06 61 64 06 23
<b>البريد الإلكتروني :</b> wihdatruckingcompany@hotmail.com
<b>موقع الشركة على شبكة الانترنت :</b> <a href="http://www.wihdatrucking.com">www.wihdatrucking.com</a>
<b>المدير العام :</b> صالح عيدلي

**المصدر :** من إعداد الباحثة بناء على معلومات الشركة

### المطلب الثاني : أدوات الدراسة

بهدف معالجة إشكالية الدراسة واختبار الفرضيات، تم الاعتماد في دراستنا لشركة الوحدة للنقل على الأدوات التالية :

#### أولا : المقابلة الشخصية

تم الاعتماد على هذه الأداة من خلال القيام بمجموعة من المقابلات المباشرة مع من لديهم ارتباط مباشر لموضوع الدراسة، والذي يمكن تمثيلهم في رؤساء المصالح التالية :<sup>1\*</sup>

أ - **مصلحة المالية والمحاسبة :** تهتم بتسديد الممولين وإصدار تصريحات مصالح الضرائب، من خلال إنشاء مختلف

الميزانيات اليومية والنهائية ومتابعة الحالة المالية للشركة، حيث تمثلت مقابلاتنا في الإطلاع على وثائق المبيعات

والمشتريات ورقم أعمال الشركة، وبالتالي فإن هذه المصلحة تتمثل في الجانب الاقتصادي الذي سنفصل فيه لاحقا؛

ب - **مصلحة الإمداد والتمويل :** يتم فيها برمجة وإرسال طلبات الزبائن من تموين وعتاد، وبالتالي تمثلت مقابلاتنا لهذه

المصلحة في معرفة المزيج التسويقي لخدمة للشركة؛

\* للإطلاع أكثر على مصالح شركة الوحدة للنقل أنظر الملحق رقم (01).

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

ت - مصلحة الموارد البشرية والأجر : تقوم هذه المصلحة بمتابعة عقود الموظفين ومستحقاتهم الشهرية، وقد تمثلت مقابلتنا

هنا في معرفة عدد الموظفين في الشركة، وهذا ما يمثل الجانب الاجتماعي في الشركة الذي سنستعرضه لاحقاً.

ث - مصلحة الأمن والصحة والحفاظ على البيئة : تقوم بالسهر على أمن وسلامة الشركة، المتابعة الطبية لموظفيها

والمحافظة على المحيط، وبالتالي فقد تمثلت مقابلتنا هنا في معرفة عمر الشاحنات التي تمتلكها الشركة، لذلك فهي تعبر

عن الجانب البيئي الذي سنفصله لاحقاً؛

### ثانياً : تحرير الوثائق

من خلال ما سبق من مقابلات اطلعنا على الوثائق المهمة لكل مصلحة والتي تمثلت في الهيكل التنظيمي للشركة، وثيقة

الأمر بمهمة وصور للشركة في مجلتي الصفحات الصفراء وكومباس.

### ثالثاً : الملاحظة

من خلال النظر لميدان الشركة وحدة المنافسة المحيطة بما ارتأينا أن نرى دورها في تطبيق الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة.

### رابعاً : استعمال برنامج Eviews

وذلك من أجل معالجة المعادلة التي تم اقتراحها، والتي توضح العلاقة بين المبيعات والمشترتات ورقم الأعمال.

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

### المبحث الثاني : التسويق في شركة الوحدة للنقل و مساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة

تتمارس خدمات النقل دوراً حيويًا 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 وجمعيتها عدة أهداف تسعى إلى تحقيقها منها ما هو اقتصادي، اجتماعي وبيئي، وكذلك الوصول لمكانة في السوق وكسب رضا زبائنها. لذلك سنتطرق في هذا المبحث ل :

1. التسويق في شركة الوحدة للنقل؛

2. مساهمة الشركة في تحقيق التنمية المستدامة.

#### المطلب الأول : التسويق في شركة 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.

#### الفرع الأول : المزيج التسويقي للشركة

##### أولاً : 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 البترولية<sup>1\*</sup> وتمركزها، أما 20% من خطوطها تكون في الشمال.

وفيما يلي نستعرض مراحل عملية تقديم خدمة النقل من قبل الشركة :\*\*

أ يقوم الزبون بطلب خدمة النقل من الشركة الذي تستقبله مصلحة الإمداد والتموين؛

\* معظم زبائن شركة الوحدة للنقل هي شركات بترولية.

\*\* 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 ؟

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

ب - 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؛

ج - بعد ذلك تقوم الشركة بالتأكد من سلامة وجاهزية العتاد من خلال توجيهه لمصلحة المراقبة والأمن؛

ح - 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... )؛

خ - بعد التأكد من توفير كل ما سبق تعد مصلحة الإمداد والتموين الوثيقة التي يحتاجها السائق أثناء رحلته ألا وهي وثيقة

الأمر بمهمة<sup>1</sup>، لتأتي بعدها عملية التنفيذ التي تقوم المصلحة بمتابعتها من خلال الاتصال والاطمئنان على السائق بأنه

أنجز المهمة بنجاح؛

د - 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؛

ذ - 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.

\* للإطلاع أكثر على وثيقة الأمر بمهمة أنظر الملحق رقم (02).

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

ومن خلال ما سبق نلخص مراحل عملية النقل في الشكل التالي :

الشكل رقم (2.2) : مرحل عملية تقديم خدمة النقل من قبل الشركة



المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معلومات الشركة

### ثانيا : 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 الرباعي، شاحنات ذات الدفع الرباعي)، (أنظر الملحق رقم 03).
- أما في حالة الإيجار فالسعر يحدد وفقا لمدتها (يوم، شهر، سنة...)، ونوع وسيلة النقل المؤجرة.

### مثال تطبيقي:<sup>1\*</sup>

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

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

\* تم التعرف على كيفية تسعير خدمة النقل بالشركة من خلال طرح السؤال التالي على مصلحة الإمداد والتمويل : كيف يتم حساب سعر الخدمة لديكم ؟ وهل هناك عوامل تحدد ذلك ؟

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

السعر = 14.000 دج × 30 يوم = 420.000 دج.

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

ب - طلب زبون يتضمن شاحنة واحدة ذات الدفع الزوجي بحمولة 29طن، لنقل بضاعة من حاسي مسعود إلى عين أميناس.

فطريقة الحساب تتم بتحديد :

-مسافة الطريق<sup>1</sup>\* من حاسي مسعود إلى عين أميناس التي هي 700 كلم؛

-سعر الكيلومتر الواحد الذي هو 100 دج.

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

السعر (عين أميناس) = 700 كلم × 100 دج = 70.000 دج (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 (التعريف التناسبي)، وذلك لحدة المنافسة التي

تشهدها الشركة من قبل العديد من شركات النقل بالمنطقة\* ، وكذلك وفقا لنوعية البضائع المنقولة.

### ثالثا : 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.

\* لا تأخذ شركة الوحدة للنقل نوعية الطريق الرملي في تحديد سعر الخدمة بل تأخذ في ذلك نوع الوسيلة والمسافة فقط.

\* من بين الشركات المنافسة لشركة الوحدة للنقل بمنطقة حاسي مسعود نجد شركة بعوشي للنقل، شركة ألف قبة للنقل...، وهذا حسب معلومات مديرية النقل بوقلة.

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

رابعاً : الترويج

تسعى الشركة للتعريف بخدماتها لدى زبائنها بواسطة الدخول في المناقصات المنشورة في نشرات خاصة ، وكذلك بواسطة الاشتراك في مجلات لإشهار الشركات مثل: الصفحات الصفراء، الصفحات المغربية، بالإضافة إلى استخدام البريد الإلكتروني الذي أبرزناه في بطاقة التعريف للشركة السابقة الذكر. (أنظر الملحقين رقم 04، 05).

وبالتالي فقد تمثلت حصيلة نشاط الشركة عبر الترويج في الزيادة للعتاد والوظائف ورقم أعمالها من سنة 2008 إلى 2012، وهذا ما يوضحه الجدول الموالي :

**الجدول رقم (3.2) : زيادة العتاد والوظائف ورقم أعمال الشركة من 2008 إلى 2012**

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

**المصدر :** من إعداد الباحثة بناء على معلومات الشركة

إن ما نلاحظه من الجدول 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 منصب سنة 2012، وبالتالي نجد أن زيادة عتاد الشركة يؤدي إلى الزيادة في عتاد الخطيرة الوطنية.

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

أما بالنسبة لرقم الأعمال فهو في تزايد مستمر وذلك بدلالة الزيادة في العتاد والوظائف هذا من جهة، ومن جهة ثانية نجد أن المبيعات 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 التالي يبرز التغيرات السنوية لرقم الأعمال، المبيعات والمشتريات خلال الفترة الممتدة من 2008 إلى 2012 :

### الجدول رقم (4.2) : التغيرات السنوية لرقم الأعمال، المبيعات والمشتريات من 2008 إلى 2012

رقم الأعمال دج	نسبة الزيادة في المشتريات %	المشتريات دج	نسبة الزيادة في المبيعات %	المبيعات دج	المدة
45500000000	15,72	41203282043	17,51	45915853400	2008
46040000000	13,70	35908305464	17,56	46041485700	2009
50100000000	15,07	39479273357	19,11	50101462797	2010
54740000000	16,47	43190765088	20,88	54748091678	2011
65700000000	20,73	54355343059	25,06	65923128363	2012
<b>080 000 000</b>	<b>81,69</b>	<b>136 969 011</b>	<b>99,97</b>	<b>730 021 938</b>	
<b>262</b>		<b>214</b>		<b>262</b>	<b>المجموع</b>

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على وثائق الشركة

نلاحظ من خلال الجدول أن المبيعات في تزايد مستمر من 2008 إلى 2012، بخلاف المشتريات التي تنخفض 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 في المطلب الثاني.

### خامسا : 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، (بالإضافة للملحق (03) أنظر الملحق رقم 06).

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

### أ - 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 حيث :

#### الجدول رقم (5.2) : حمولة ونوع شاحنات الشركة

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

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معلومات الشركة

### سادسا : مقدمي الخدمة

تكون الشركة معنية وبشكل واضح بالجوانب التشغيلية للأداء، لذلك وضعت من أجل إرضاء زبائنها 155 عاملاً، والجدول الموالي يوضح توزيعهم حسب كل مصلحة :

#### الجدول رقم (6.2) : الموارد البشرية للشركة حسب كل مصلحة

المصلحة	المحاسبة	الموارد البشرية	الفوترة	الإمداد	الوقاية	المخزن	تسيير حظيرة	السائقين
	والمالية	والأجر	والتحصيل	والتأمين	والأمن	والصيانة	العتاد (المرأب)	
العدد	1	2	3	3	2	9	5	130

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معلومات الشركة

يتبين لنا من خلال الجدول بأن المصلحة الأخيرة متمثلة في عدد السائقين الذي هو 130 سائق، بحيث يخص لـ 60 شاحنة 120 سائق وذلك بالتناوب شهريا، أي لكل شاحنة سائقين، أما الباقي فهو موجه للشاحنات الباقية (10 شاحنات)، وذلك لوجود مركبات صغيرة تكون تحت طلب المؤسسة أو زبائنها.

كما تشترط شركة الوحدة في عملية توظيفها للسائقين الخبرة والتخصص في سياقة المعدات ذات الحجم الكبير، والتقييد 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.

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

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 تعطيه وثيقة أخرى بالإضافة رخصة السياقة، كما أنها تشترط اختيار الشاحنات الجديدة.

وبالتالي يمكن توضيح زبائن الشركة فيما يلي :

### الجدول رقم (7.2) : زبائن الشركة

شركات ذات شراكة أجنبية وطنية	شركات وطنية	شركات أجنبية
1. HESP	1. WILLDA GROUP 2. ENAFOR	1. SCHLUMBERGER 2. HALLIBURTON 3. WEATHER FORD 4. EXPRO GULF

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معلومات الشركة

### سابعاً : 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 الإلكتروني أو الهاتف إلى غاية تنفيذه على أتم وجه، لذلك وفرت الشركة كافة الوسائل الإلكترونية والإجراءات المساعدة في تنظيم وترتيب المعلومات الخاصة بالشركة والزبائن، لتسهيل عملية تنفيذ هذا الطلب.

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

### الفرع الثاني : نظم النقل المعتمدة لدى الشركة

تواجه شركة الوحدة للنقل عدة تحديات منها: حركة المرور، الظروف الخاصة والمناخية للمنطقة...، الأمر الذي جعل منها أكثر حرصاً على سلامة إيصال البضائع لمستحقيها أن تعتمد تقنيات متقدمة بهدف المساعدة في قيادة المركبات وتحسين مستوى الأمان، ويتمثل ذلك في اعتمادها للنظامين التاليين :

### أولاً : نظم معلومات قاندي المركبات (DDI)

تعتبر إحدى نظم النقل الذكية من الجيل الأول التي تساعد قائد المركبة في تحديد السرعة و كمية استهلاك الوقود والمراقبة أثناء المهمة عن بعد (أي عن طريق التتبع بالانترنت)، مع توفير كل ما يستلزمه من بيانات ومعلومات أثناء سيره.

### ثانياً : نظم تشغيل المركبات (VDO)

تعتبر إحدى نظم إدارة الأسطول من الجيل الثاني أي بتعبير آخر متطورة عن النظم السابقة وهي تقوم بنفس مهامها، فبالإضافة إلى ذلك تقوم بتحديد مسار السير (موقع المركبة) ومتطلبات السلامة والأمان وحمولة المركبة. بالإضافة إلى ما سبق فإن شركة الوحدة للنقل في حالة عدم تمكنها من تحديد موقع أو مسار مركباتها من خلال الانترنت (عدم وجود الخط) فإنها تلجأ لاستخدام هاتف الترية من أجل الاطمئنان على سلامة سائقها والبضاعة المنقولة.

### المطلب الثاني : مساهمة الشركة في تحقيق التنمية المستدامة

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

### الفرع الأول : مساهمة الشركة في الجانب الاقتصادي و الاجتماعي

إن زيادة عتاد الشركة جراء حصيلة نشاطها عبر الترويج أدى لزيادة عتاد الحظيرة الوطنية و الجدول الموالي يوضح ذلك :

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

**الجدول رقم (8.2) : توزيع (عدد المركبات) الحظيرة الوطنية للمركبات حسب التصنيف**

السنوات	2007	2008	2009 <sup>1</sup>
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
دراجات نارية	9866	10434	10978
<b>المجموع</b>	<b>3655378</b>	<b>3985958</b>	<b>4171827</b>

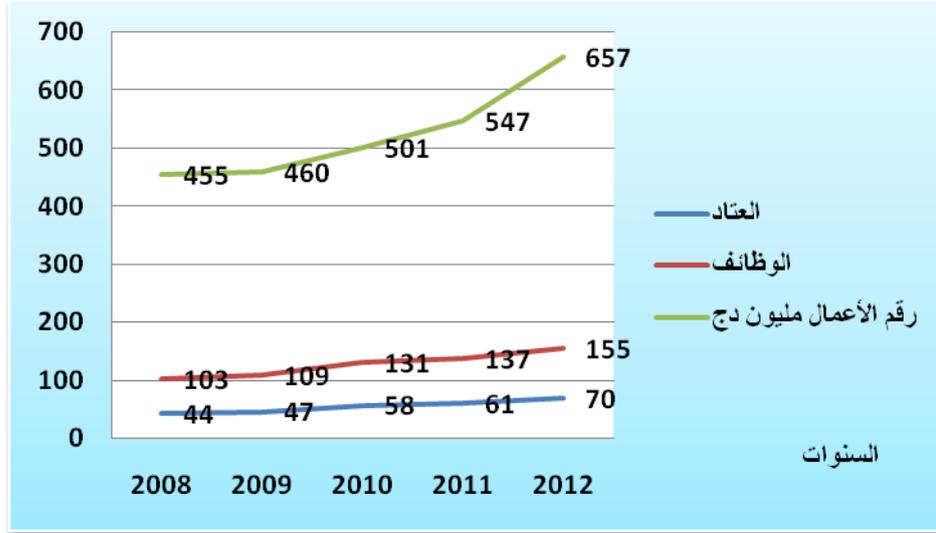
**المصدر:** المركز الوطني للإحصائيات

إن ما نلاحظه من خلال الجدول أن حجم الحظيرة الوطنية للمركبات في تزايد مستمر حيث تجاوزت 3 مليون مركبة سنة 2008، لتعزز الحظيرة الوطنية للسيارات بـ 185869 سيارة إضافية لتبلغ 4171827 مركبة سنة 2009 حسب المعطيات الأخيرة للديوان الوطني للإحصائيات. 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 الزبائن وهذا ما يوضحه الشكل التالي :

<sup>1</sup> بالنسبة للإحصائيات الحديثة فهي غير مرتبة من طرف الديوان الوطني للإحصائيات وقد تم الاكتفاء بهذه الإحصائيات من 2007 إلى 2009.

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

الشكل رقم (9.2): زيادة العتاد وعدد الوظائف ورقم الأعمال من 2008 إلى 2012



المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معطيات الجدول رقم (3.2)

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 اعتمادها لنظم النقل أنها تسعى لتقديم خدماتها بأعلى جودة وذلك من أجل إرضاء زبائنهم، الذي سيعود عليها بكسب حصة سوقية أكبر من خلال تحقيق مبيعات أكبر ومنه الزيادة في أرباحها، وهذا ما يوضحه الشكل أعلاه الذي يمثل تصاعد رقم أعمال الشركة من 2008 إلى 2012 بدلالة الزيادة في العتاد والوظائف، ومنه فإن لمبيعات الشركة

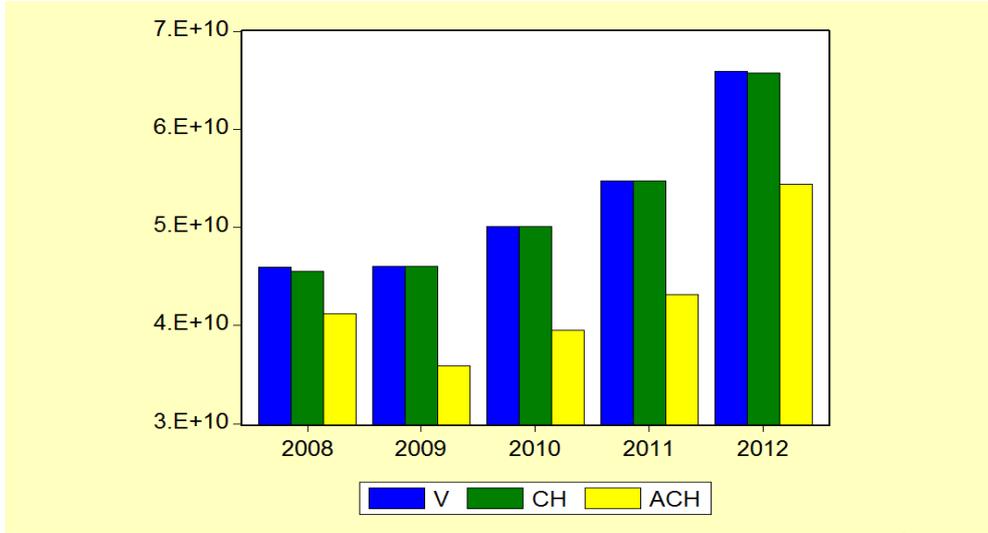
ومشترياتها علاقة برقم الأعمال، وسنحاول إثبات ذلك بواسطة اقتراح نموذج قياسي لرقم الأعمال<sup>1</sup>:

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 التالي يوضح ذلك :

<sup>1</sup> تم تطبيق هذا النموذج بواسطة برنامج Eviews بمساعدة الأستاذ هتهات السعيد.

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

الشكل رقم (10.2) : تأثير المبيعات والمشتريات في رقم الأعمال من 2008 إلى 2012



المصدر : من إعداد الباحثة باستعمال برنامج Eviews بناء على معطيات الجدول رقم (4.2)

حيث  $3.E+10$  تمثل (30 000 000 000 دينار جزائري)، وهكذا بالنسبة  $4.E+10$  والبقية.

### أولا : 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 4.2).

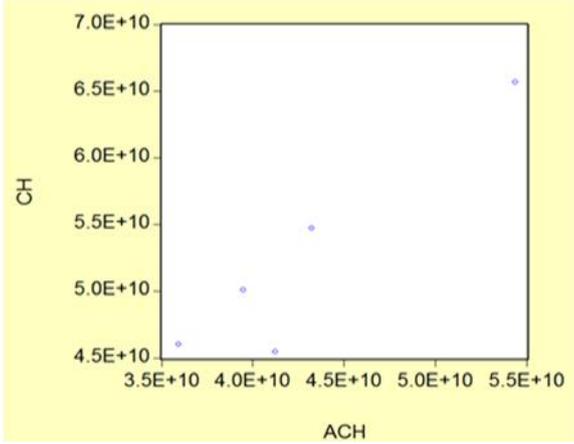
إذ من خلال الجدول رقم (4.2) يمكن تمثيل علاقة رقم الأعمال بدلالة كل من المبيعات والمشتريات بالتمثيل النقطي

التالي :

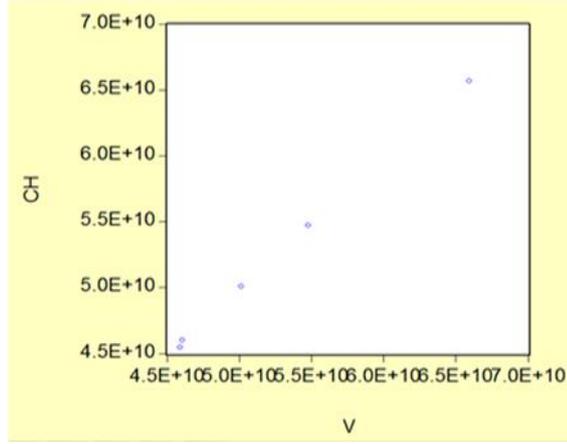
## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

الشكل رقم (11.2) : التمثيل النقطي لعلاقة رقم الأعمال بدلالة كل من المبيعات والمشتريات

### التمثيل النقطي لعلاقة رقم الأعمال بدلالة المشتريات



### التمثيل النقطي لعلاقة رقم الأعمال بدلالة المبيعات



المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج Eviews بناء على معطيات الجدول رقم (4.2)

إن ما نلاحظه من خلال الشكل السابق نجد أن التمثيل النقطي يمكن أن يبين بشكل مبدئي نوع العلاقة بين رقم الأعمال بدلالة كل من المبيعات والمشتريات.

حيث 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 :

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

حيث :

$CH_t$  : تمثل تغيرات رقم الأعمال (متغير تابع)؛

$V_t$  : تمثل تغيرات المبيعات (متغير مستقل)؛

$ACH_t$  : تمثل تغيرات المشتريات (متغير مستقل ثاني)؛

$\beta_2, \beta_1$  : معاملات النموذج المطلوب تقديرها؛

$\varepsilon_t$  : حد الخطأ ويدرج في المعادلة لعدة أسباب من بينها :

- عدم وجود علاقة خطية تامة؛

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

- أخطاء القياس؛

- إمكانية عدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى.

ثانيا : تقدير المعادلة الخطية لرقم الأعمال بدلالة المبيعات والمشتريات

نحاول في هذا الجانب تقدير معاملات النموذج السابق  $\beta_1$ ،  $\beta_2$  وأحسن طريقة لذلك هي طريقة المربعات الصغرى التي

تعطينا تقديرات لهما  $\hat{\beta}_1$ ،  $\hat{\beta}_2$  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 المقدرة.

❖ 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

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

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

والجدول التالي يبين نتائج التقدير بالاستعانة ببرنامج Eviews :

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

الجدول رقم (12.2) : نتائج تقدير الجدول رقم (4.2)

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 الباحثة باستعمال برنامج Eviews بناء على معطيات الجدول رقم (4.2)

نلاحظ من خلال الجدول بأن القيم المقدرة هي :

حيث :

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

ومنه يمكن كتابة المعادلة المقدرة :

$$\widehat{CH}_t = \widehat{\beta}_1 V_t + \widehat{\beta}_2 ACH_t$$

$$\widehat{CH}_t = 1,063333 V_t - 0,080743 ACH_t$$

ثالثا : تفسير المعادلة

نلاحظ من المعادلة أنه إذا زادت المبيعات ( $V_t$ ) بـ 1 دج يزيد رقم الأعمال بـ 1,063333 دج (علاقة طردية)، مع ثبات

المشتريات  $\beta_2 = -0,080743$ ، أما في حالة ثبات المبيعات و زيادة المشتريات ( $ACH_t$ ) بـ 1 دج فإن رقم الأعمال

ينخفض بـ 0,080743 دج، أي وجود علاقة عكسية بينهما.

رابعاً : تشخيص النموذج المقدر

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

أ - معنوية المعامل المقدرة : من خلال الشكل رقم (12.2) نلاحظ أن قيم الاحتمالية هي 0,0002 و 0,000

(أقل من 0,05)، ومنه نقبل الفرضين  $H_1: \beta_1 \neq 0$ ،  $H_1: \beta_2 \neq 0$  على التوالي، أي أن المعامل  $\beta_1, \beta_2$  لا

تختلف معنوياً على الصفر عند مستوى معنوية 5%، أي وجود دلالة إحصائية لعلاقة رقم الأعمال لكل من

المبيعات والمشتريات.

ب - معنوية الكلية للنموذج القياسي لرقم الأعمال :

➤  $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$

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

من خلال قيم الاحتمالية (أقل من 0,05) نقبل الفرضية  $H_1$  ونرفض  $H_0$ ، أي أنه المعامل المقدرة تختلف معنوياً

على الصفر على الإجمال وأن قيم  $R^2$  لها دلالة إحصائية.

ت - 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.

ث - اختطبو 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  $[d_2 - 4 - d_1^1]$  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

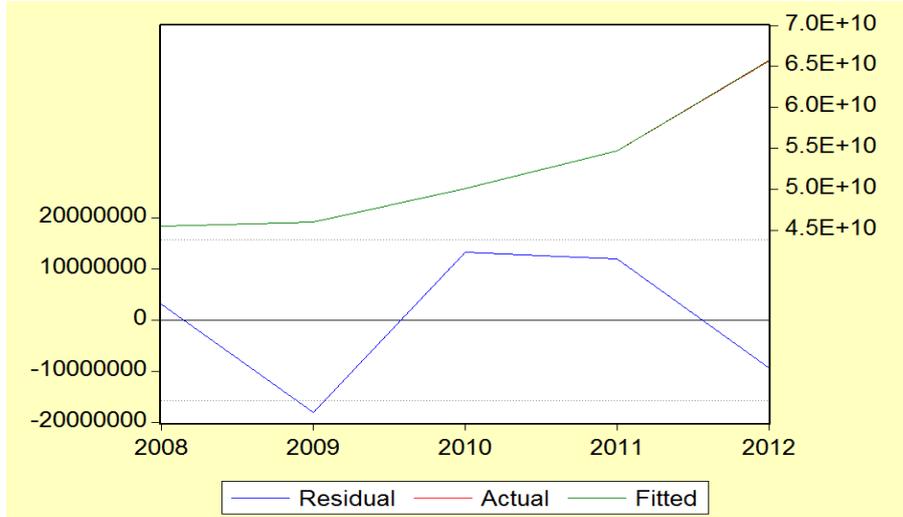
المبيعات والمشتريات، والدلالة الإحصائية للتفسيرات المقدمة من خلال المعادلة.

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 التالي :

<sup>1</sup>  $d_2, d_1$  القيم الجدولية للاختبار.

الشكل رقم (13.2) : القيم المقدرة والحقيقية لرقم الأعمال



المصدر : من إعداد الباحثة باستعمال برنامج Eviews بناء على معطيات الجدول (4.2)

إن ما نلاحظه 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 في الفرع التالي.

#### الفرع الثاني : مساهمة الشركة في الجانب البيئي

تتمثل مساهمة الشركة في تحقيق الجانب البيئي من خلال تحديد عمر الوسائل المادية التي تم لتكها، وهذا ما يعبر عنه الجدول

التالي :

الجدول رقم (14.2) : 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 الباحثة بناء على معلومات الشركة

## دراسة حالة ————— الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل

نلاحظ من خلال الجدول 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<sup>1\*</sup>، هناك من يشترط عليها العمل بالشاحنات الغير ملوثة التي عمرها أربعة سنوات.

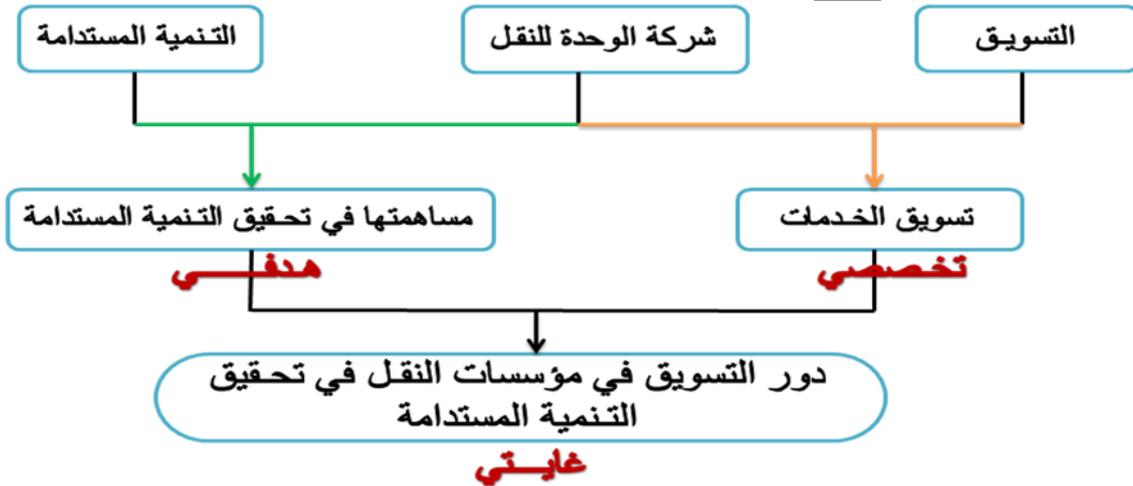
وبالتالي تسعى الشركة للمحافظة على البيئة من خلال وضعها لمصلحة خاصة بهذا الجانب ألا وهي مصلحة الوقاية والأمن والحفاظ على المحيط، كما تقوم بوضع مخلفات الشاحنات من زيوت في براميل ثم تتصل بمؤسسات خاصة لهذه المهمة من أجل رمي هذه المخلفات في المكان المخصص لذلك.

### نتيجة :

بالرغم عن ما تم الوصول إليه، إلا أنه فيه نقائص قد أغفلناها في تقييمنا لهذا الموضوع، وهذا ما يؤثر عليه 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 بالموضوع. وبالتالي يمكننا أن نلخص ما سبق في الشكل التالي :

### الشكل رقم (15.2) : علاقة شركة الوحدة للنقل بالتسويق والتنمية المستدامة



المصدر : من إعداد الباحثة

\* الشركتين الأجنبية الأولى والثانية في الجدول رقم (6.2).

- هدفت الدراسة التطبيقية بشكل أساسي إلى محاولة الكشف عن مساهمة تسويق خدمة النقل في تحقيق التنمية المستدامة، وذلك عن طريق تقييم الجانب الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي في شركة الوحدة للنقل، وذلك باستعمال مجموعة من الأدوات المتمثلة في : التقرير الوصفي؛ الملاحظة والمقابلة؛ بالإضافة لوثائق الشركة وتحليلها بالبرنامج الإحصائي Eviews.
- ويمكن تلخيص أهم النتائج التي توصلنا إليها كما يلي :
- بناء على تقييمنا للمزيج التسويقي للخدمة المقدمة من طرف الشركة، فإن عملية تلبية طلب زبائننا مقبولة إلى حد بعيد من حيث استيفائها للشروط اللازمة (الجودة، الكفاءة، تلبية الطلب حتى وإن لم يكن متوفر لديها...).
  - تتميز الشركة بتطبيق نوعين من أنظمة النقل، وكليهما يساعدها على أداء أنشطتها من خلال مراقبة سلامة سائقيها ومركباتها...؛
  - بما أننا تحققنا من دور خدمة النقل وتسويقها في تحقيق متطلبات البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي ، فكنتيجه لذلك تكون أبعاد التنمية المستدامة قد تحققت؛ إلا أن دور تسويق خدمة النقل في تحقيق التنمية المستدامة يبقى نسبي لعدم وجود مؤشرات للتنمية المستدامة تخص نقل البضائع بصفة مطلقة؛
  - إن عدم امتلاك الشركة لنظام معلومات ونظم إدارة النقل ، سيؤثر هذا حتما على تقديمها لخدمات ذات جودة بشكل متسمر؛
  - إن 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.



يعتبر قطاع النقل من أهم القطاعات التي تدعم الهيكل الاقتصادي إذ يعتبر الركيزة الأساسية للاقتصاد القومي حيث يمثل قطاع النقل بمختلف خدماته دعامة أساسية من دعائم التقدم التي تساعد المؤسسة بمختلف أنواعها على الاستمرارية، كونه يساهم في ضبط نشاطها ويؤدي دورا هاما في المساعدة على توفير ما يحتاج إليه الفرد من بضائع في الوقت والمكان المناسبين، وكذا تقديم خدمة في أحسن الظروف ذات كفاءة وفعالية. وبالتالي فقد كانت إشكالية البحث تدور حول ما هو دور تسويق خدمة النقل في تحقيق التنمية المستدامة ؟

وعليه يمكن اختبار الفرضيات وذكر نتائج البحث المتوصل إليها، ومن ثم التوصيات وأخيرا أفاق البحث كما يلي :

### أولا : اختبار الفرضيات

- من خلال توفر العناصر التالية في خدمة النقل من جودة الوسائل المستخدمة في ذلك وبتقنيات متطورة وأشخاص أكفاء لها وسعر مقبول من خلال التوزيع والترويج والاهتمام بمحيطها وكل الأنشطة المساعدة في تقديمها، فإننا في المقابل نحصل على خدمة ذات كفاءة وجودة عالية تلي كل ما يحتاج إليه الأفراد من بضائع، وبناء على هذا نقبل الفرضية الأولى والثانية، ونكون قد أجبنا على الإشكالية الجزئية الأولى.

- من خلال الدراسة التطبيقية للشركة الوحيدة للنقل بحاسي مسعود فإنها تساهم في تحقيق التنمية المستدامة بواسطة تخفيف العبء على الاقتصاد العام وذلك بامتصاص حجم البطالة، كما أنها تسعى لتحسين المستوى المعيشي لسكان المنطقة، هذا من جانب اقتصادي واجتماعي، أما الجانب البيئي فإن الشركة لا ترمي مخلفات شاحناتها عبثا وإنما تتصل بمن يختص في ذلك وهذا من أجل الحفاظ على المحيط البيئي، وبناء على هذا نقبل الفرضية الثالثة، ونكون قد أجبنا على الإشكالية الجزئية الثانية.

### ثانيا : نتائج البحث

لقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج منها نظرية وأخرى تطبيقية، وهي في تقديرنا كما يلي :

#### أ) النتائج النظرية :

- يعتبر النقل شريان أساسي في حياة الأفراد والمؤسسات وهو قطاع فعال قي الاقتصاد القومي؛
- يمكن النقل من إضافة قيمة سواء للأفراد أو للبضائع وذلك بتحقيق المنفعة المكانية والزمانية؛

- نظم النقل هي مجموعة التقنيات والإجراءات الحديثة في عملية النقل، لها مكونات وأهداف وهي تضم عدة أنواع، يتم تطبيقها من قبل الشركات العاملة في مجال النقل لضبط نشاطها (تسيير مركباتها)؛
- خدمة النقل هي المنتج النهائي لمستخدميها، حيث يتوقف نجاحها في تلبية الاحتياجات المختلفة لهم على مدى سلامة وتطبيقها خصائصها؛
- عدم وجود مؤشرات في التنمية المستدامة تتعلق بنقل البضائع، لدى اكتفينا بالأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة وتطبيقها في شركة الوحدة للنقل.

### (ب) النتائج التطبيقية :

- تتميز شركة الوحدة للنقل بتطبيق نوعين من أنظمة النقل وهذا من أجل مساعدتها على إدارة أنشطتها من خلال مراقبة سلامة سائقيها ومركباتها...؛
- تقدم الشركة خدمات ذات جودة عالية وبكفاءة، 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 عامليها، 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.

ثالثا : التوصيات

- بناء على النتائج السابقة، يمكننا اقتراح بعض التوصيات نأمل أنه بتطبيقها، ستعود بالنفع على الشركة، ونوردها كما يلي :
- ضرورة توزيع المهام سواء بين الأفراد أو بين المصالح، وهذا لتسهيل أداء العمل، وكذا لاكتساب العامل المهارة الفنية من خلال تكرار العملية؛
  - تبني الشركة لنظم إدارة الأسطول ونظم النقل الذكية يجعلها تساهم في التقليل من الأخطاء بشكل فعال؛
  - اعتماد مصلحة مستقلة خاصة بالنقل والبيئة في الشركة؛
  - تدعيم نظم النقل المتواجدة بالشركة بنظام للمعلومات من أجل الاهتمام بعملية تسيير نشاطها (أي تسيير عملية النقل) على أساس متين.

رابعا : أفاق البحث

نظرا لأهمية موضوع تسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة، فإننا نأمل أن يتوسع البحث فيهما، لذا نقترح مجموعة من

المواضيع كالتالي :

- نظم النقل الذكية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة؛
- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز جودة خدمة النقل من أجل تنمية مستدامة؛
- دور التسويق في تحقيق النقل المستدام؛
- مدى مواكبة شركات النقل لمتطلبات تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل تحقيق نقل مستدام؛
- أثر النقل المتعدد الوسائط في تحقيق التنمية المستدامة.



# قائمة المراجع

أولا : الكتب

1. سميرة إبراهيم أيوب، اقتصاديات النقل، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، 2002.
2. ثامر البكري، التسويق (أسس ومفاهيم معاصرة)، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
3. خالد مصطفى قاسم، إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، الإسكندرية، 2007.
4. حمد سليمان المشوخي، اقتصاديات النقل والمواصلات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003.
5. عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنت، التمنية المستدامة (فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها)، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
6. عصام حسن السعيد، التسويق و الترويج السياحي و الفندقى، الطبعة الأولى، دار الراية، الأردن، 2009.
7. فريق من خبراء المنظمة العربية للتنمية الإدارية، المفاهيم الحديثة في إدارة خدمات النقل واللوجيستيات، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007.
8. زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، ط 2، دار المنهاج للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

ثانيا : البحوث الجامعية

أ - أطروحات الدكتوراه

1. رابع حمدي باشا، أزمة التنمية والتخطيط في ظل التحولات الاقتصادية العالمية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007/2006.

ب - مذكرات الماجستير

1. عبد العزيز بن قيراط، أداء وجودة الخدمات اللوجستية ودورها في خلق القيمة (دراسة ميدانية)، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة 08 ماي 1945 قالة، الجزائر، 2010/2009.
2. غنية بركات، قياس رضا مستعملي خدمات النقل العمومي الحضري الجماعي (حالة مدينة عنابة)، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة 08 ماي 1945، قالة، 2010/2009.

1. فؤاد مسعودي، التسويق في النقل الحضري (دراسة حالة المؤسسة العمومية للنقل الحضري بسطيف  
ETUS)، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010/2011.
2. زينب محزم، الإجراءات القانونية للتقليل من الأضرار الناجمة عن سير المركبات على البيئة من أجل التنمية  
المستدامة، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010/2011.
3. لامية عبيد الله، خدمة النقل الحضري الجماعي وعلاقتها بالبعد الاجتماعي للتنمية المستدامة (دراسة حالة  
النقل الحضري الجماعي في مدينة باتنة)، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة،  
2010/2011.

ثالثا : واقع التظاهرات العلمية

1. السعيد دراجي، مداخلة بعنوان: التنمية المستدامة من منظور الاقتصاد الإسلامي، الملتقى العلمي الدولي حول سلوك  
المؤسسات الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، يومي 20 و 21 نوفمبر 2012، جامعة  
قاصدي مرياح، ورقلة.
2. جميلة الجوزي، مداخلة بعنوان: أهمية المحاسبة البيئية في استدامة التنمية، الملتقى العلمي الدولي حول سلوك  
المؤسسات الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، يومي 20 و 21 نوفمبر 2012، جامعة  
قاصدي مرياح، ورقلة.

رابعا : الانترنت

1. عبد السلام أديب، أبعاد التنمية المستدامة، تم التصفح على الموقع :  
<http://ebooks9.com/التنمية/doc-8.html> تاريخ الاطلاع : 2013/01/06.
2. نظام نقل ذكي، تم التصفح على الموقع :  
<http://ar.Wikipedia.org> تاريخ الاطلاع : 2013/03/17.

أولا : الكتب

1. Philip kotler et autres, **marketing management**, 13<sup>ème</sup> édition, Pearson éducation, paris, France, 2009.
2. Christopher Lovelock et autres, **Marketing des services**, 6<sup>ème</sup> édition, Pearson Education: Paris, France, 2007.
3. Thierry Raes et autres, **développement durable (aspects stratégiques et opérationnels)**, Editions Francis Lefebvre, 2010.

ثانيا : المواقع الالكترونية

1. Jacques Lendrevie et Julien Lévy, **débat Mercator "marketing et développement durable (transformation ou recuperation ?)"**, Sur le site : [http://www.mercatorpublicitor.fr/IMG/pdf/Mercator\\_Debat\\_developpement\\_durable.pdf](http://www.mercatorpublicitor.fr/IMG/pdf/Mercator_Debat_developpement_durable.pdf) consulté le 04/03/2013.
2. Ludovic Dodé, **la gestion des transports et les TMS**, 2010. Sur le site : [http://www.acteos.com/build/client/Article\\_Presse/PDF/20100616-TIL-dossier.special.TMS.pdf](http://www.acteos.com/build/client/Article_Presse/PDF/20100616-TIL-dossier.special.TMS.pdf) consulté le 10/03/2013.
3. Manhattan Associates et autres, **Transportation management system**, 2013. Sur le site: [http://en.wikipedia.org/wiki/Transportation\\_management\\_system](http://en.wikipedia.org/wiki/Transportation_management_system) Consulté le 25/03/2013.

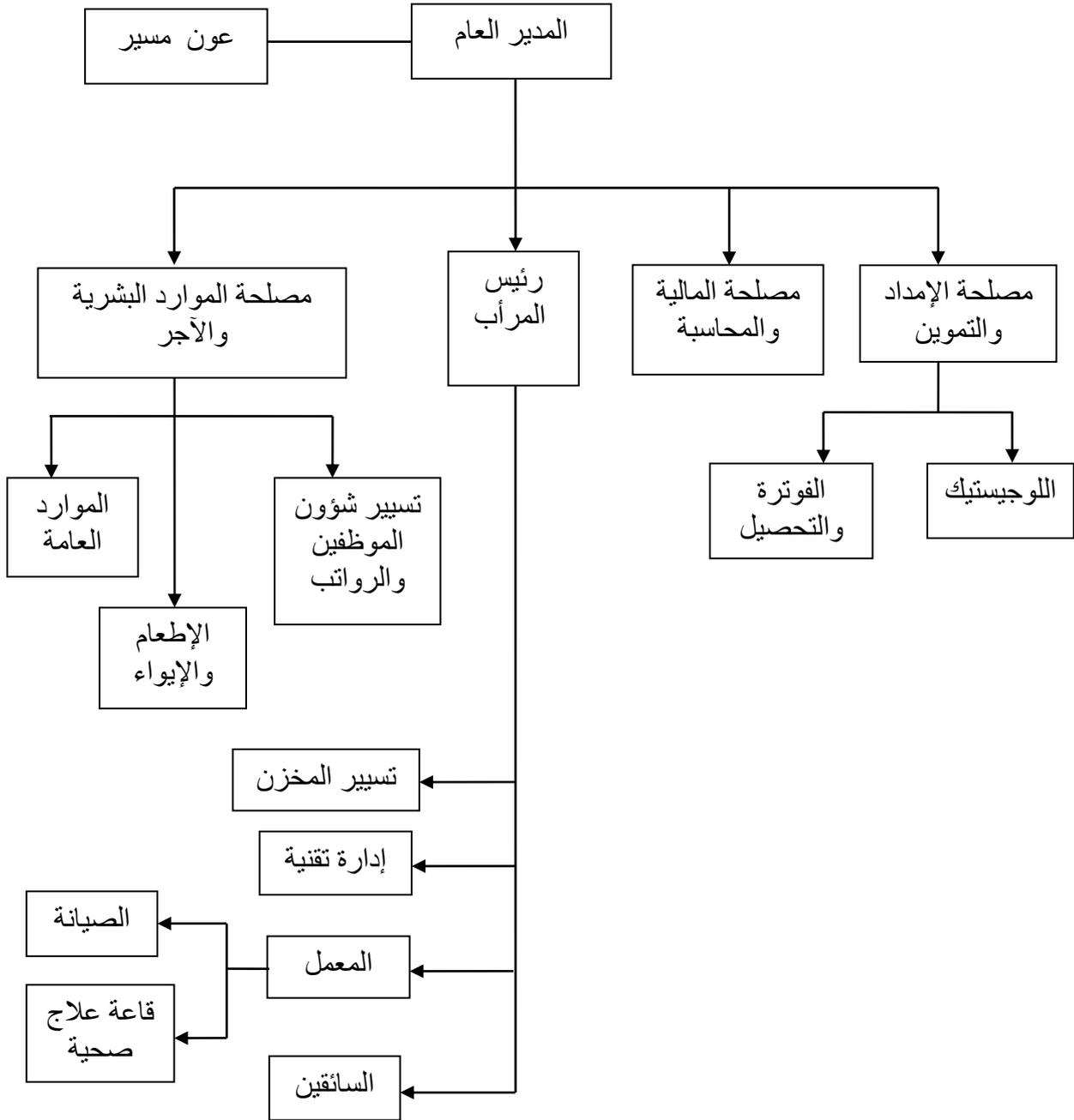
ثالثا : المقالات

1. Bouni Christophe et al, **Indicateurs du développement durable des transports et concertation avec le public: postures stratégiques et argumentations**, natures sciences sociétés, 2009/4 Vol. 17.



الملاحق

الملحق رقم (01) : الهيكل التنظيمي لشركة الوحدة للنقل



المصدر : وثائق شركة الوحدة للنقل، 2013

الملحق رقم (02) : وثيقة الأمر بمهمة



EL-WIHDA

# WIHDA TRUCKING COMPANY

## شركة الوحدة للنقل

LE : .....201.....

### MISSION ORDER

### أمر بمهمة

NAME OF THE DRIVER : .....

اسم السائق

TRUCK LICENCE N° : .....

رقم التسجيل

TYPE : .....

النوع

TRAILER LICENCE : .....

المقطورة

CLIENT : .....

الزبون

LOADING PLACE : .....

مكان التحميل

UNLOADING PLACE : .....

مكان التفريغ

DEPARTURE DATE : .....

تاريخ الذهاب

RETURN DATE : .....

تاريخ العودة

CLIENT SIGNATURE & STAMP

إمضاء وخاتم الزبون

EL WIHDA SIGNATURE & STAMP

إمضاء وخاتم المؤسسة

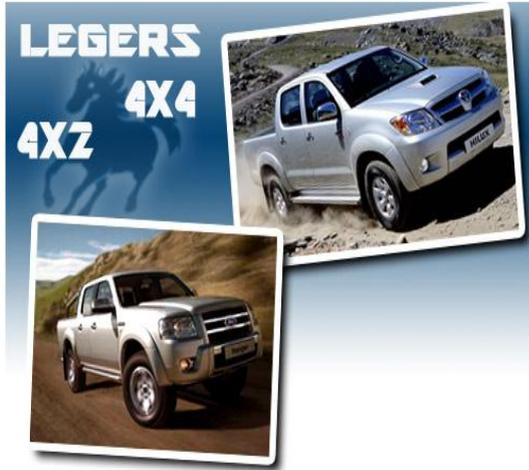
BACKLOAD - RETOUR A CHARGE	STAND BY - MOBILISATION	OBSERVATIONS FOR SUPPLIER
From:.....	Time In:..... Date:.....	.....
To:.....	Time Out:..... Date:.....	.....
Name & Position:.....	Name & Position:.....	.....
Signature:.....	Signature:.....	.....

Bir Messaoud Route vers IRRARA  
P.O Box 1216 Hassi Messaoud  
Siège Social Ain Djasser BATNA  
E-mail: wihdatruckingcompany@hotmail.com

Tél : 029 73 27 10  
: 029 73 67 41  
Fax : 029 73 60 42  
Mob: 06 61 64 06 23

المصدر : وثائق شركة الوحدة للنقل، 2013

الملحق رقم (03) : وسائل الشركة المادية



1 صورة تظهر نقل الشركة للبضائع (عتاد) :



المصدر : وثائق شركة الوحدة للنقل، 2013

الملحق رقم (04) : الترويج للشركة الوحيدة للنقل

LES PAGES MAGHREB  
L'ANNUAIRE ECONOMIQUE ALGERIEN

**L'annuaire**  
DES PROFESSIONNELS

www.lespagesmaghreb.com

ALGER 2010

TRANSPORTS 7/09

**SARL SERTRAG**  
Services & Transport de Carburant & Marchandises  
Maîtrise et performance

Le transport terrestre est notre métier

Tél. : +213 (0) 29 73 47 25

**WIHDA TRUCKING COMPANY**

Un progrès vers l'exceptionnel à votre service

Transport de marchandises vers toutes destinations  
Transport de différents tonnages et volumes - Transports des hors gabarit  
Location de matériels de travaux publics  
Manutention de chariots élévateurs et grues  
Supervision et démantèlement de camps et bases de vie

Tél. : +213 (0) 29 73 27 10

**كومباس KOMPASS**

**gaco** S.A.S  
Équipement pour le froid Commercial et industriel Gaz réfrigérant et composants frigorifiques

Une solution pour tous vos projets de réfrigération

gaco s.a.s 26, Rue BENCHARIF Madani, Bellevue Constantine 21 000 Tel: 031 92 34 34 / 031 93 22 23 / 031 83 33 62 Fax: 031 92 33 45 gacoal@hotmail.com

ALGERIA 2012

**OMPASS**  
Connects business to business

VOLUME 3/3  
PRODUCTS AND SERVICES

**WIHDA TRUCKING COMPANY**

www.wihdatrucking.com

- Transport Marchandises Toutes Destinations
- Transport Tout Tonnage et Tout Volume
- Location Matériels Travaux Publics
- Manutention Chariots Élévateurs et Grues
- Déménagements
- Parc de Stockage à Mostaganem

ADRESSE : Bir Messaoud Route Vers IRARA BP N° 1216, Hassi Messaoud - OUAUGLA  
SIEGE SOCIAL : Ain Djaïssac, BATNA  
Tél. : 029 73 27 10 / 029 73 67 41 - Fax: 029 73 60 42  
E-mail: wihdatruckingcompany@hotmail.com

المصدر : وثائق شركة الوحدة للنقل، 2013

الملحق رقم (05) : الترويج للشركة من خلال مناقصات منشورة في نشرات خاصة

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
MINISTÈRE DE L'ÉNERGIE ET DES MINES

Édition du Dimanche

# Baosem

N° 881

Bulletin des Appels d'Offres du Secteur de l'Énergie et des Mines

Comment archiver  
104 numéros  
dans 1 espace  
de 144 cm<sup>2</sup>?

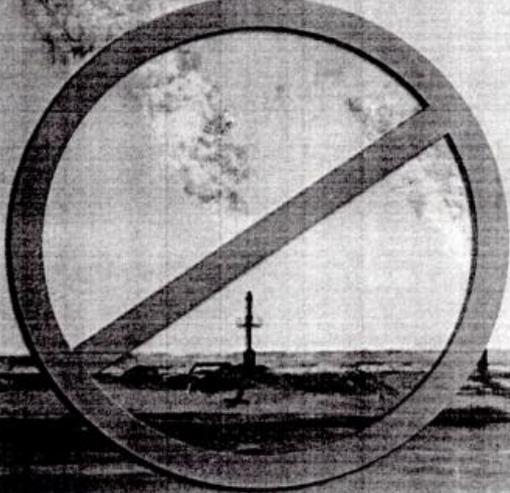
Collection  
Baosem  
2004/2005

BYNM

Bimensuel paraissant le Dimanche et le Mardi • Dimanche 5 août 2012 Prix public : 100 DA CD Pressé

Réduction des volumes de gaz torchés

## LA BANQUE MONDIALE SALUE LES EFFORTS DE L'ALGÉRIE



PUBLICITÉ

### ENTRASER Location de véhicules aux entreprises

250 collaborateurs, une flotte de 700 véhicules

**Met en location au profit des entreprises situées au sud**

#### Minicars Toyota Coaster neufs

30 places assises, climatisés, toutes options

- Licences d'un ou plusieurs minicars ;
- Durée de location moyenne ou longue ;
- Assurance tous risques ;
- Maintenance assurée par nos soins ;
- Meilleures conditions de prix ;
- Prise en charge de la maintenance ;
- Remplacement du minicar dans les 24 heures ;
- Tous les sièges sont équipés de ceintures de sécurité ;
- Les chauffeurs sont titulaires d'un brevet professionnel de conduite et ont plus de 10 ans d'expérience ;
- Assurance IVI et 24h/24.

Tél: 0555.13.69.52 - Fax: 021.87.90.02  
Email: contact@entraser.com - Site web: www.entraser.com

PUBLICITÉ

### CALORIFUGEAGE ISOLATION

# ISOL industries

Matériaux et Equipements  
Bacs et Réservoirs

www.isolindustries.com

CALORIFUGES dans les PETROLE - GAZ - RAFFINAGE - GPL - CHIMIE - CIMENT - BITUME  
SIDERURGIE - ENERGIE - BATIMENT - ALIMENTAIRE - STOCKAGE - BACS - FROID

THERMAL INSULATION  
HOT and COLD  
For PIPES and VESSELS  
SUPPLIES and INSTALL

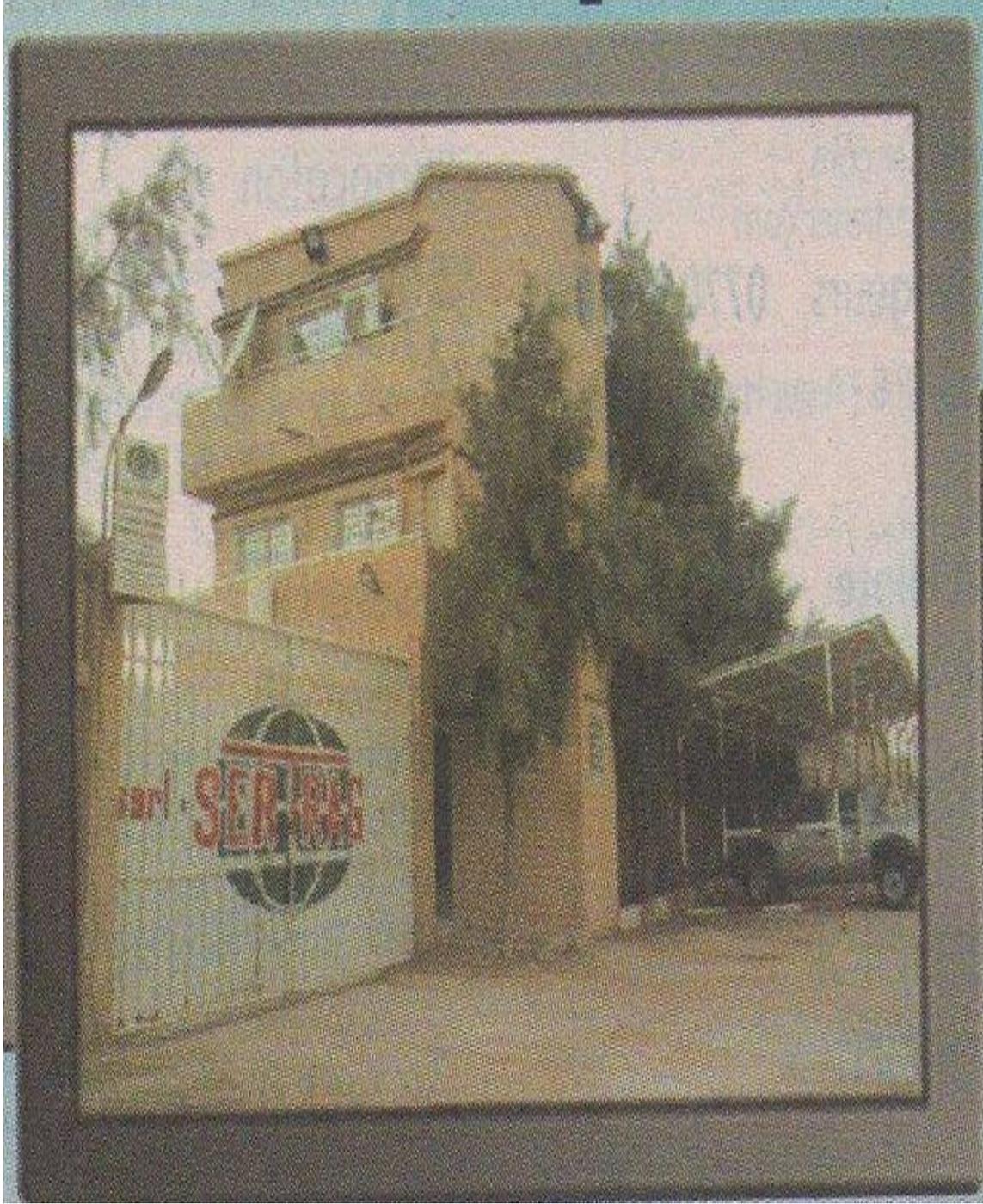
- Mineral Rock Wool
- Aluminium Jacket

Tél: 213 (21) 44 08 34 • 213 (21) 54 37 11 • 213 (21) 44 01 52 • E-mail: isolindustries@yahoo.fr

PUBLICITÉ

المصدر : وثائق شركة الوحدة للنقل، 2013

الملحق رقم (06) : الهيكل المادي للشركة



المصدر : وثائق شركة الوحدة للنقل، 2013

الصفحة	الفهرس
III	الإهداء.....
IV	الشكر .....
V	الملخص.....
VI	قائمة المحتويات.....
VII	قائمة الجداول.....
VIII	قائمة الأشكال البيانية.....
IX	قائمة الملاحق.....
X	قائمة الاختصارات والرموز.....
أ	المقدمة العامة.....
01	الفصل الأول : تسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة والدراسات البييليوغرافية.....
02	تمهيد.....
03	المبحث الأول : مفاهيم أساسية لتسويق خدمة النقل والتنمية المستدامة.....
03	المطلب الأول : تسويق خدمة النقل.....
03	الفرع الأول : خدمة النقل وخصائصها.....
04	الفرع الثاني : نظم النقل الذكية (STI).....
05	الفرع الثالث : المزيج التسويقي لخدمة النقل.....
08	المطلب الثاني : مفاهيم أساسية للتنمية المستدامة.....
08	الفرع الأول : مفهوم التنمية المستدامة.....
08	الفرع الثاني : أهداف التنمية المستدامة.....
09	الفرع الثالث : أبعاد التنمية المستدامة.....

10	المطلب الثالث : مساهمة النقل في التنمية المستدامة.....
11	المبحث الثاني : الدراسات البيليوغرافية للموضوع.....
11	المطلب الأول: الدراسات البيليوغرافية باللغة العربية.....
12	المطلب الثاني : الدراسات البيليوغرافية باللغة الأجنبية.....
13	خلاصة الفصل الأول.....
14	الفصل الثاني : الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل.....
15	تمهيد.....
16	المبحث الأول : منهجية وأدوات الدراسة الميدانية في شركة الوحدة للنقل.....
16	المطلب الأول : منهجية الدراسة للشركة.....
17	المطلب الثاني : أدوات الدراسة.....
19	المبحث الثاني : التسويق في شركة الوحدة للنقل ومساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة.....
19	المطلب الأول : التسويق في شركة الوحدة للنقل.....
19	الفرع الأول : المزيج التسويقي للشركة.....
27	الفرع الثاني : نظم النقل المعتمدة لدى الشركة.....
27	المطلب الثاني : مساهمة الشركة في تحقيق التنمية المستدامة.....
27	الفرع الأول : مساهمة الشركة في الجانب الاقتصادي و الاجتماعي.....
35	الفرع الثاني : مساهمة الشركة في الجانب البيئي.....
37	خلاصة الفصل الثاني.....
38	الخاتمة.....
42	قائمة المراجع.....
46	الملاحق.....

47	الملحق الأول : الهيكل التنظيمي لشركة الوحدة للنقل.....
48	الملحق الثاني : وثيقة الأمر بمهمة.....
49	الملحق الثالث : وسائل الشركة المادية.....
50	الملحق الرابع : الترويج للشركة الوحدة للنقل.....
51	الملحق الخامس : الترويج للشركة من خلال مناقصات منشورة في نشریات خاصة.....
52	الملحق السادس : الهيكل المادي للشركة.....
53	الفهرس.....

