



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم تجارية

تخصص: تسويق دولي

مخبر التطبيقات الكمية والنوعية للاقتراف الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بالمؤسسات

الجزائرية جامعة غرداية

أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث (LMD) في العلوم التجارية

مساهمة تسويق خدمات النقل البحري لآحداث التنوع الاقتصادي في الجزائر

تحت إشراف:

أ.د. بلخير فاطمة

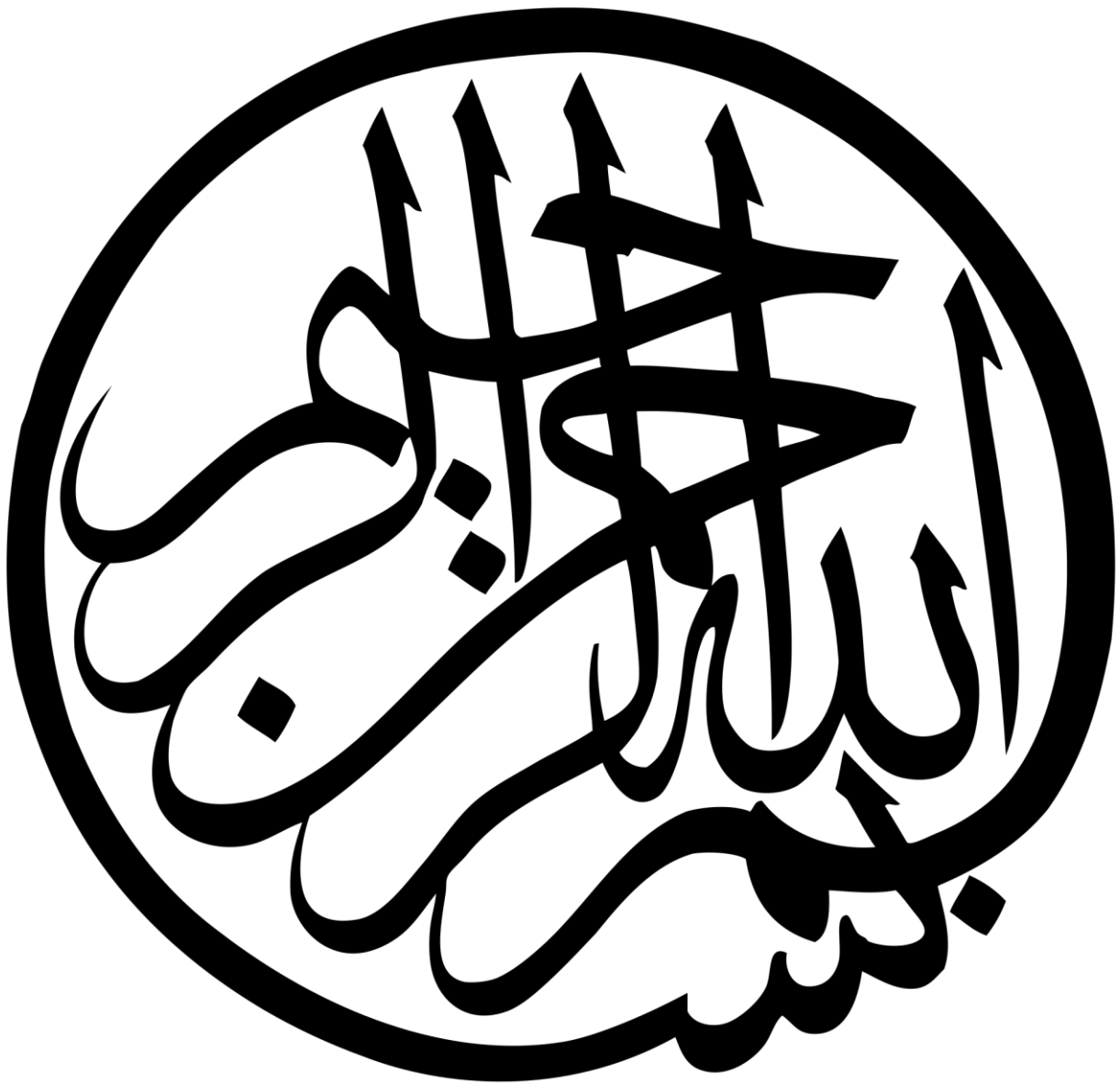
إعداد الطالبة:

- بوطالبي فوزية

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الدرجة	الجامعة	الصفة
تيماوي عبد المجيد	أستاذ التعليم العالي	جامعة غرداية	رئيسا
بلخير فاطمة	أستاذ محاضر ا	جامعة غرداية	مشرفا ومقررا
بلخير لعربي احمد	أستاذ محاضر ا	المركز الجامعي افلو	مشرف مساعد
يحياوي عبد الحفيظ	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجلفة	مناقشا
مراكشي عبد الحميد	أستاذ محاضر ا	جامعة غرداية	مناقشا
عبد اللطيف أولاد حيمودة	أستاذ التعليم العالي	جامعة غرداية	مناقشا

السنة الجامعية: 2026/ 2025



إهداء

إلى من غرسوا في قلبي حبّ العلم والمعرفة...

إلى والديّ الكريمين، منبوعي الحنان والدعم، سندي في الحياة، الذين منحوني القوة كلما اعتراني التعب...
الذين علّماني أن العلم نورٌ لا يُطفأ...

إلى أخي وأخواتي، كل ما املك في الحياة،...

إلى أساتذتي الأفاضل، الذين كانوا شموعاً أنارت طريقي...

إلى كل من دعمني بكلمة أو دعاء...

أهديكم ثمرة هذا الجهد، عربون حب ووفاء وامتنان

شكر وعرّفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تكفل هذا الجهد المتواضع بالنجاح.

أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى المشرفة الكريمة الأستاذة الدكتورة بلخير فاطمة، لما بذلته من جهد كبير وتوجيه ونصح كريم طيلة مسيرتي العلمية، كما أتوجه بجزيل الشكر إلى الأستاذ الدكتور بوداود بومدين على إرشاداته القيمة وملاحظاته البناءة.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والعرّفان إلى كافة أساتذة جامعتي الأغواط وغرداية، الذين كان لهم دورٌ فعّال في بناء شخصيتي العلمية، وأخص بالذكر: الأستاذ الدكتور فرحي محمد، الأستاذ الدكتور دحو سليمان، الأستاذ الدكتور الشارف عبد القادر، الأستاذ الدكتور أولاد حيمودة، الأستاذ الدكتور قويدري محمد، الأستاذة الدكتورة بهاز لويّزة، الأستاذة الدكتورة نعيجات، الدكتور شلوفي عمير، الدكتور بكيري جمال، والأستاذ مفتاح غزال، الدكتور مسعودي بوعلام لما قدموه من دعم وتسهيلات ومساندة لأبحاثي العلمية.

كما أتوجه بخالص الشكر إلى لجنة المناقشة الموقرة على قبولهم مناقشة هذه الأطروحة وما سيبدونه من ملاحظات قيمة لإثرائها.

ولا أنسى أن أخص بالشكر إدارة ميناء جن جن وميناء مستغانم، وكل المسؤولين والمتعاملين الاقتصاديين الذين تعاونوا معي في جمع البيانات وإنجاح الدراسة الميدانية.

وخالص المحبة والتقدير لعائلي الغالية وأصدقائي الأعمام، الذين كانوا خير سندٍ وداعمٍ لي طيلة رحلة البحث والعلم.

جزاكم الله عني خير الجزاء، ووفقنا جميعًا لما فيه خير العلم والعمل

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور الحيوي الذي يمكن أن تلعبه استراتيجيات تسويق خدمات النقل البحري في تعزيز مسار التنويع الاقتصادي في الجزائر، لاسيما في ظل التحديات الاقتصادية الراهنة الناتجة عن تقلبات أسعار النفط والاعتماد الكبير على قطاع المحروقات كمصدر أساسي للإيرادات الوطنية. وفي هذا الإطار، تبرز أهمية تطوير وتسويق خدمات النقل البحري كأداة فعالة لدعم القطاعات غير النفطية ورفع كفاءة التجارة الخارجية الجزائرية.

وقد تم اعتماد منهج وصفي تحليلي مدعوم بدراسة ميدانية تطبيقية تم تنفيذها على ميناءي **جن (ولاية جيجل) ومستغانم**، من خلال إجراء مقابلات مع مسؤولين في القطاع واستطلاع آراء فاعلين اقتصاديين باستخدام استبيان علمي. وتم تحليل البيانات باستخدام الأدوات الإحصائية SPSS و SMART PLS، مما أتاح الوقوف بدقة على مستوى الأداء التسويقي للخدمات البحرية في هذين الميناءين، ومدى مساهمتهما في دعم الاقتصاد الوطني خارج إطار المحروقات.

توصلت الدراسة إلى أن هناك ضعفاً نسبياً في التسويق الفعال لخدمات النقل البحري في الجزائر، بسبب محدودية الاستراتيجيات التسويقية، ضعف الاستثمارات، وغياب الرؤية التكاملية بين القطاعين العام والخاص. كما أظهرت النتائج أن تحسين الأداء التسويقي لمؤسسات الموانئ يمكن أن يسهم بشكل كبير في استقطاب الاستثمارات، دعم الصادرات، وتوسيع العلاقات التجارية الدولية، بما يعزز فرص التنويع الاقتصادي.

الكلمات المفتاحية: تسويق خدمات - النقل البحري - التنويع الاقتصادي

Abstract :

This study aims to shed light on the vital role that marketing strategies for maritime transport services can play in enhancing the path toward economic diversification in Algeria, particularly in light of current economic challenges resulting from fluctuations in oil prices and the country's heavy dependence on the hydrocarbons sector as the primary source of national revenue. In this context, the development and marketing of maritime transport services emerge as effective tools to support non-oil sectors and improve the efficiency of Algeria's foreign trade.

A descriptive-analytical approach was adopted, supported by an applied field study conducted at the ports of **Djen Djen (Jijel Province)** and **Mostaganem**, through interviews with sector officials and a survey targeting economic operators. The data was analyzed using statistical tools such as **SPSS** and **SMART PLS**, which provided a precise assessment of the marketing performance of maritime services at these two ports and their contribution to supporting the national economy beyond hydrocarbons.

The study concluded that there is a relative weakness in the effective marketing of maritime transport services in Algeria, due to limited marketing strategies, insufficient investments, and the absence of an integrated vision between the public and private sectors. The findings also showed that improving the marketing performance of port institutions can significantly contribute to attracting investments, supporting exports, and expanding international trade relations, thereby enhancing opportunities for economic diversification.

Keywords: Service Marketing – Maritime Transport – Economic Diversification

فهرس المحتويات

I	إهداء
II	شكر وعرهان
III	الملخص :
V	فهرس المحتويات
VIII	قائمة الأشكال
X	قائمة الجداول
XI	قائمة الملاحق
ج	مقدمة

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

4	1.1. إشكالية الدراسة
4	1-2 فرضيات الدراسة
4	1-3 أهمية الدراسة
5	1-4 أهداف الدراسة
5	1-5 المنهج المستخدم
6	1-6 دوافع اختيار الموضوع
6	1-7 صعوبات الدراسة
7	1-8 حدود الدراسة
7	1-9 متغيرات الدراسة
8	1-10 الدراسات السابقة
8	1-11-1 استعراض الدراسات السابقة
21	1-11-2 أوجه التشابه والاختلاف
23	1-11-3 الإضافة العلمية

الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي

26	المبحث الأول: تسويق خدمات النقل البحري
----	--

26	المطلب الأول: مفهوم تسويق خدمات النقل البحري
26	أولاً: مفهوم النقل وأنواعه
33	الفرع الثاني: المزيج التسويقي لخدمات النقل البحري
34	المطلب الثاني: عناصر مزيج تسويق خدمات النقل البحري
36	المبحث الثاني: التنوع الاقتصادي
37	المطلب الأول: مفهوم التنوع الاقتصادي وأهدافه
40	المطلب الثاني: فوائد التنوع الاقتصادي
41	المطلب الثالث: نماذج التنوع الاقتصادي في بعض الدول العربية
46	المطلب الرابع: الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية لتشجيع المنتج الوطني في إطار السياسة

الفصل الثالث: الدراسة التحليلية

51	المبحث الأول: واقع تسويق خدمات النقل في الجزائر
51	المطلب الأول: تسويق خدمات النقل البحري في الجزائر
55	المطلب الثاني: التشريعات والسياسات اللوجستية في تسويق خدمات النقل
59	المطلب الثالث: حركة التجارة الخارجية عبر قطاع النقل البحري بالجزائر
62	المطلب الرابع: المزيج التسويقي لخدمات النقل البحري
69	المبحث الثاني: التنوع الاقتصادي في الجزائر
70	المطلب الأول: مفهوم التنوع الاقتصادي في الجزائر، أهميته، أهدافه
73	المطلب الثاني: التطور التاريخي للتنوع الاقتصادي في الجزائر
75	المطلب الثالث: النشاط الاقتصادي الوطني

الفصل الرابع: الدراسة التطبيقية

87	تمهيد
87	المبحث الأول: ميناء جن جن بجيجل
88	المطلب الأول: التعريف ميناء جن جن والهيكل التنظيمي له
92	المطلب الثاني: أسئلة المقابلة بميناء جن جن
97	المبحث الثاني: ميناء مستغانم
97	المطلب الأول: نشأة ميناء مستغانم والتعريف به والهيكل التنظيمي له

97	أولاً: التعريف والنشأة.....
99	ثانيا : الهيكل التنظيمي لمؤسسة ميناء مستغانم
100	المطلب الثاني : أسئلة المقابلة بميناء مستغانم
100	أولاً: الأسئلة.....
102	ثانيا : تحليل المقابلة وعرض نتائجها
	المبحث الثالث : تحليل مساهمة تسويق خدمات النقل البحري لاحداث التنويع الاقتصادي باستخدام
104	smart pls و spss.....
104	المطلب الأول: أداة الدراسة
105	أولاً: تحليل الوصفي للخصائص العينة المدروسة
113	ثانيا: دراسة اتجاهات الدراسة
117	المطلب الثاني : تحليل نتائج نموذج الدراسة
118	أولاً : ثبات أداة الدراسة
119	ثانيا : أدلة صدق التقارب.....
123	ثالثاً : أدلة صدق التمايز (Discriminant validity)
126	المطلب الثالث : تقييم النموذج البنائي واختبار فرضيات الدراسة.....
126	أولاً : مؤشرات جودة النموذج.....
132	الاستنتاجات:.....
135	خاتمة.....
139	قائمة المراجع.....
144	الملاحق.....

قائمة الأشكال

- الشكل 1: أنواع النقل والمواصلات 30
- الشكل 2 : معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي الربعي (على أساس سنوي%) 42
- الشكل 3: يمثل الناتج المحلي الاجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة من سنة 1975 الى 2020. 45
- الشكل 4:يمثل الدائرة النسبية الموضحة للفرق بين الناتج المحلي النفطي والناتج المحلي غير النفطي في دولة الامارات العربية المتحدة 45
- الشكل 5:الهيكل العام لتسويق خدمات النقل 53
- الشكل 6: أعمال اللوجستيات..... 57
- الشكل 7 :تصدير حسب المجموعة المنتجة في 2022 61
- الشكل 8 : زهرة خدمات النقل..... 63
- الشكل 9 : حركة النقل في موانئ الحاويات (وحدات تعادل 20 قدماً) 64
- الشكل 10: أسس تسعير خدمات نقل البضائع..... 66
- الشكل 11: نمو وتطور اجمالي الناتج الداخلي 75
- الشكل 12: نمو وتطور اجمالي الناتج الداخلي خارج المحروقات 76
- الشكل 13: نمو القطاع الزراعي 78
- الشكل 14: نمو قطاع الخدمات المُسَوِّقَة 80
- الشكل 15: نمو قطاع الخدمات غير المُسَوِّقَة 81
- الشكل 16: نمو قطاع المحروقات 82
- الشكل 17: نمو قطاع الصناعة 84
- الشكل 18 : الهيكل التنظيمي العام لمؤسسة ميناء جن جن 90
- الشكل 19 :الهيكل التنظيمي لميناء مستغانم..... 99
- الشكل 20 : توزيع عينة الدراسة حسب القطاع الاقتصادي 106
- الشكل 21: تركيبة حسب حجم الشركة 107
- الشكل 22 : تركيبة عينة الدراسة حسب المنصب 108
- الشكل 23 : تركيبة عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة 109
- الشكل 24 : تركيبة عينة الدراسة حسب الفترة 110
- الشكل 25 : حسب التصدير والاستيراد..... 112

113.....	الشكل 26 : حسب التعامل مع الموائى
117.....	الشكل 27 : النموذج البنائى العام للدراسة وفق أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية
119.....	الشكل 28 : نتائج قيم معامل الثبات ألفاكرونباخ للدراسة
121.....	الشكل 29 : نتائج الموثوقية المركبة
122.....	الشكل 30 : نتائج متوسط التباين المستخرج
126.....	الشكل 31 : النموذج النهائى للدراسة
127.....	الشكل 32 : نتائج مؤشر معامل التحديد (R^2)
129.....	الشكل 33 : نتائج مؤشر حجم التأثير (F^2)

قائمة الجداول

- الجدول 1: الناتج المحلي الإجمالي حسب القطاعات التنظيمية 42
- الجدول 2 : اجمالي الصادرات والواردات في النقل البحري في الجزائر من سنة 2005-2022م .. 60
- الجدول 3 : التقسيم القطاعي لنمو إجمالي الناتج الداخلي الحقيقي 85
- الجدول 4 : يمثل المقابلة مع رؤساء المصالح 93
- الجدول 5 : يمثل المقابلة مع رئيس الاستغلال والتجارة 100
- الجدول 6 : بيان تفصيلي للعبارات المكونة للاستبيان 104
- الجدول 7 : توزيع عينة الدراسة حسب القطاع الاقتصادي 105
- الجدول 8 :توزيع عينة الدراسة حسب حجم الشركة..... 106
- الجدول 9 : توزيع عينة الدراسة حسب المنصب 108
- الجدول 10 : توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة 109
- الجدول 11 : توزيع عينة الدراسة حسب الفترة 110
- الجدول 12 : حسب التصدير والاستيراد 111
- الجدول 13 : حسب التعامل مع الموانئ 112
- الجدول 14 : اتجاه إجابات افراد العينة على عبارات البعد الأول 114
- الجدول 15: اتجاه إجابات افراد العينة على عبارات البعد الثاني 114
- الجدول 16 : اتجاه إجابات افراد العينة على عبارات البعد الثالث 115
- الجدول 17 : اتجاه إجابات افراد العينة على عبارات البعد الرابع 116
- الجدول 18 : اتجاه إجابات افراد العينة على عبارات المتغير التابع..... 116
- الجدول 19 : نتائج قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ للدراسة 118
- الجدول 20 : نتائج معامل التحميل Factor Loading 120
- الجدول 21 : نتائج الموثوقية المركبة 121
- الجدول 22 : نتائج متوسط التباين المستخرج 122
- الجدول 23 : نتائج مؤشر التوافق cross loading 123
- الجدول 24 : نتائج مؤشر ارتباط المتغير (VC) 125
- الجدول 25 : نتائج مؤشر معامل التحديد (R²) 127
- الجدول 26 : نتائج مؤشر حجم التأثير (F²) 128
- الجدول 27 : نتائج اختبار الفروقات للمتغيرات 130

قائمة الملاحق

- الملحق 01 :استبيان 145
- الملحق رقم 02 : قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان 152
- الملحق 03 :تقارير الاستبيان من قبل الأساتذة 153
- الملحق رقم 04 :دليل المقابلة الموجه لمسؤولي لميناء جن جن و ميناء مستغانم 155
- الملحق 05 : الهيكل التنظيمي لمؤسسة ميناء جن جن 160
- الملحق 06 :الهيكل التنظيمي لمؤسسة ميناء مستغانم 160
- الملحق 07 : اتفاقية تربص لميناء جن جن 161
- الملحق 08 :تسهيل مهمة لميناء جن جن 163
- الملحق 09 :بطاقة تصريح الدخول 164
- الملحق 10 :صورة واجهة ميناء جن جن 164

مقدمة

في الوقت الراهن، يشهد العالم تحولات اقتصادية متسارعة نتيجة لتنامي حركة التجارة الدولية وتزايد الترابط الاقتصادي بين مختلف الدول، مما أفضى إلى تزايد أهمية قطاع النقل البحري باعتباره من الركائز الأساسية للتنمية الاقتصادية العالمية. وفي ظل هذه الظروف الاقتصادية الجديدة، برز مفهوم **التنوع الاقتصادي** كضرورة ملحة، خاصة في الدول التي تعتمد بشكل كبير على قطاع واحد مثل النفط، الأمر الذي يحتم عليها التوجه نحو تعزيز وتطوير القطاعات البديلة.

تعد الجزائر من بين الدول التي تسعى بجدية إلى تحقيق تنوع اقتصادي حقيقي من خلال التقليل من اعتمادها التاريخي على قطاع المحروقات، الذي شكّل لفترة طويلة المصدر الرئيسي للدخل الوطني. ومن هنا تبرز أهمية تطوير وتفعيل قطاع النقل البحري الجزائري؛ لما له من قدرة على تحفيز القطاعات الاقتصادية الأخرى، وتعزيز الصادرات والواردات، وخلق بيئة اقتصادية متنوعة ومستدامة. على سبيل المثال، تشير البيانات الحديثة إلى أن حجم التجارة الجزائرية عبر البحر شهد نموًا بنسبة **5.2%** سنويًا في العقد الأخير، مما يبرهن على الأهمية المتزايدة لهذا القطاع في الاقتصاد الوطني.

وعلى الرغم من الإمكانيات الكبيرة التي تتمتع بها الجزائر من حيث الموقع الجغرافي الاستراتيجي والواجهة البحرية الهامة، إلا أن قطاع النقل البحري ما زال يواجه تحديات عديدة؛ منها ضعف البنية التحتية، وغياب استراتيجيات التسويق الفعالة، ومحدودية الاستثمار في تطوير الخدمات البحرية اللوجستية. لذلك، تبرز أهمية هذه الدراسة في تركيزها على **تسويق خدمات النقل البحري** كأحد العوامل الرئيسية القادرة على تعزيز التنوع الاقتصادي في الجزائر، وذلك عبر تحليل عميق ومتخصص لاستراتيجيات التسويق المتبعة في اثنين من أهم الموانئ الجزائرية، وهما: **ميناء جن جن بولاية جيجل، وميناء مستغانم**.

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين تسويق خدمات النقل البحري والتنوع الاقتصادي في الجزائر، من خلال تحديد الواقع الحالي لتسويق هذه الخدمات، والكشف عن التحديات التي تواجهها، وصولًا إلى اقتراح استراتيجيات تسويقية فعالة تساهم في تحسين أداء

مينائي جن جن ومستغانم، وتدعيم مساهمتهما في الاقتصاد الوطني. كما تأتي هذه الدراسة لسد فجوة علمية واضحة، تتمثل في قلة الدراسات التي تربط بين استراتيجيات التسويق في قطاع النقل البحري والتنويع الاقتصادي في الجزائر، وهو ما يمنح هذه الدراسة قيمة علمية وعملية هامة؛ حيث ستسهم النتائج والتوصيات التي ستخلص إليها في توفير قاعدة معلوماتية تساعد متخذي القرار والمسؤولين في صياغة سياسات تسويقية وتنموية أكثر فعالية.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1. إشكالية الدراسة

انطلاقاً من الأهمية البالغة التي يلعبها قطاع النقل البحري كرافعة استراتيجية لتحقيق التنمية الاقتصادية والتنوع الاقتصادي في الجزائر، ومع وجود تحديات واضحة في استغلال وتسويق خدمات هذا القطاع، تتبلور إشكالية الدراسة الرئيسية فيما يلي:

الى أي مدى يساهم تسويق خدمات النقل البحري في تحقيق التنوع الاقتصادي في مينائي جن جن ومستغانم؟

ويتفرع هذا السؤال الى مجموعة من الأسئلة على النحو التالي

• ما دور جودة خدمات النقل البحري في تعزيز النشاط التسويقي في مينائي جن جن ومستغانم؟

• كيف يؤثر تسعير خدمات النقل البحري على فعالية التسويق؟

• الى أي مدى تؤثر الاستراتيجيات الترويجية لخدمات النقل البحري على القدرة التنافسية لمينائي جن جن ومستغانم؟

• ما مدى مساهمة قنوات التوزيع في تعزيز تسويق هذه الخدمات؟

1-2 فرضيات الدراسة

وللإجابة على الأسئلة الفرعية يمكن صياغة الفرضيات الآتية

• هنالك تأثير إيجابي لخدمات النقل البحري على تسويق خدمات النقل البحري؟

• هنالك تأثير إيجابي لتسعير خدمات النقل البحري على تسويق خدمات النقل البحري؟

• هنالك تأثير إيجابي لترويج خدمات النقل البحري على تسويق خدمات النقل البحري؟

• هنالك تأثير سلبي لتوزيع خدمات النقل على تسويق خدمات النقل البحري في مينائي جن جن ومستغانم محل الدراسة؟

• جن جن ومستغانم محل الدراسة؟

1-3 أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من جانبين:

• الجانب النظري: إثراء المكتبة الأكاديمية الجزائرية والعربية في مجال تسويق الخدمات البحرية.

الجانب التطبيقي: توفير نتائج وتوصيات تساعد المسؤولين على تطوير استراتيجيات التسويق في الموانئ الجزائرية لتعزيز مساهمتها في التنوع الاقتصادي لذلك، فإن هذه الدراسة تقدم تحليلاً معمقاً لكيفية تسويق خدمات النقل البحري كعامل مؤثر في تعزيز القطاعات الاقتصادية الأخرى، وزيادة التنافسية الدولية، وجذب الاستثمارات. كما أن النتائج المتوصل إليها قد تساهم في تقديم توصيات لصناع القرار والمسؤولين عن إدارة الموانئ الجزائرية لتعزيز دورها في الاقتصاد الوطني.

4-1 أهداف الدراسة

• تحليل واقع تسويق خدمات النقل البحري في الجزائر، مع التركيز على مينائي جن جن ومستغانم كنموذجين رئيسيين.

• تقييم تأثير تسويق الخدمات البحرية على التنوع الاقتصادي، من خلال دراسة مدى مساهمة هذه الخدمات في تطوير القطاعات غير النفطية.

• استكشاف التحديات التي تواجه الموانئ الجزائرية في تبني استراتيجيات تسويقية فعالة لتحسين خدماتها وتعزيز قدرتها التنافسية.

• تقديم مقترحات وتوصيات للمساهمة في تطوير استراتيجيات تسويقية أكثر فاعلية في قطاع النقل البحري، بما يدعم تحقيق الأهداف الاقتصادية الوطنية.

5-1 المنهج المستخدم

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يتم تحليل البيانات المتعلقة بتسويق خدمات النقل البحري في الجزائر، وتقييم مدى تأثيرها على التنوع الاقتصادي.

كما تم استخدام المنهج الكمي من خلال توزيع استبيانات وتحليل البيانات باستخدام برمجيات إحصائية مثل SPSS و SMART PLS لاستخلاص نتائج دقيقة تدعم فرضيات الدراسة.

بالإضافة إلى ذلك، تم توظيف المنهج النوعي من خلال إجراء مقابلات مع المسؤولين في مينائي جن جن ومستغانم، مما أتاح الوصول إلى رؤية شاملة حول استراتيجيات التسويق الحالية والتحديات التي تواجهها

1-6 دوافع اختيار الموضوع

• الأهمية الاستراتيجية للنقل البحري في دعم الاقتصاد الجزائري، خاصة مع سعي الحكومة لتنويع مصادر الدخل بعيداً عن النفط.

• ضعف التسويق في قطاع النقل البحري الجزائري مقارنة بدول أخرى، مما يستدعي دراسة معمقة لكيفية تطوير هذا الجانب.

• قلة الدراسات التطبيقية حول العلاقة بين تسويق الخدمات البحرية والتنويع الاقتصادي، مما يجعل هذه الدراسة مساهمة جديدة في هذا المجال.

• توصيات المنظمات الاقتصادية الدولية التي تؤكد على ضرورة تعزيز كفاءة النقل البحري لدعم الاقتصاد الوطني.

1-7 صعوبات الدراسة

لا تكاد تخلو أي دراسة أكاديمية من صعوبات، حيث واجهتنا الصعوبات التالية

• صعوبة الوصول إلى البيانات الدقيقة المتعلقة بتسويق خدمات النقل البحري، نظراً لعدم توفر إحصائيات محدثة في بعض المؤسسات المينائية.

• التحديات المرتبطة بجمع البيانات الميدانية، مثل التأخير في الحصول على ردود من المسؤولين في الموانئ الجزائرية لإجراء المقابلات والاستبيانات.

• غياب ثقافة التسويق لدى بعض الفاعلين في قطاع النقل البحري، مما جعل تحليل استراتيجيات التسويق الحالية أمراً معقداً.

• التحديات اللوجستية المرتبطة بإجراء المقابلات الميدانية، خاصةً أن فترة البحث امتدت لعشرة أيام من 11 إلى 21 أوت، مما تطلب تنسيقاً مكثفاً مع الجهات الرسمية.

1-8 حدود الدراسة :

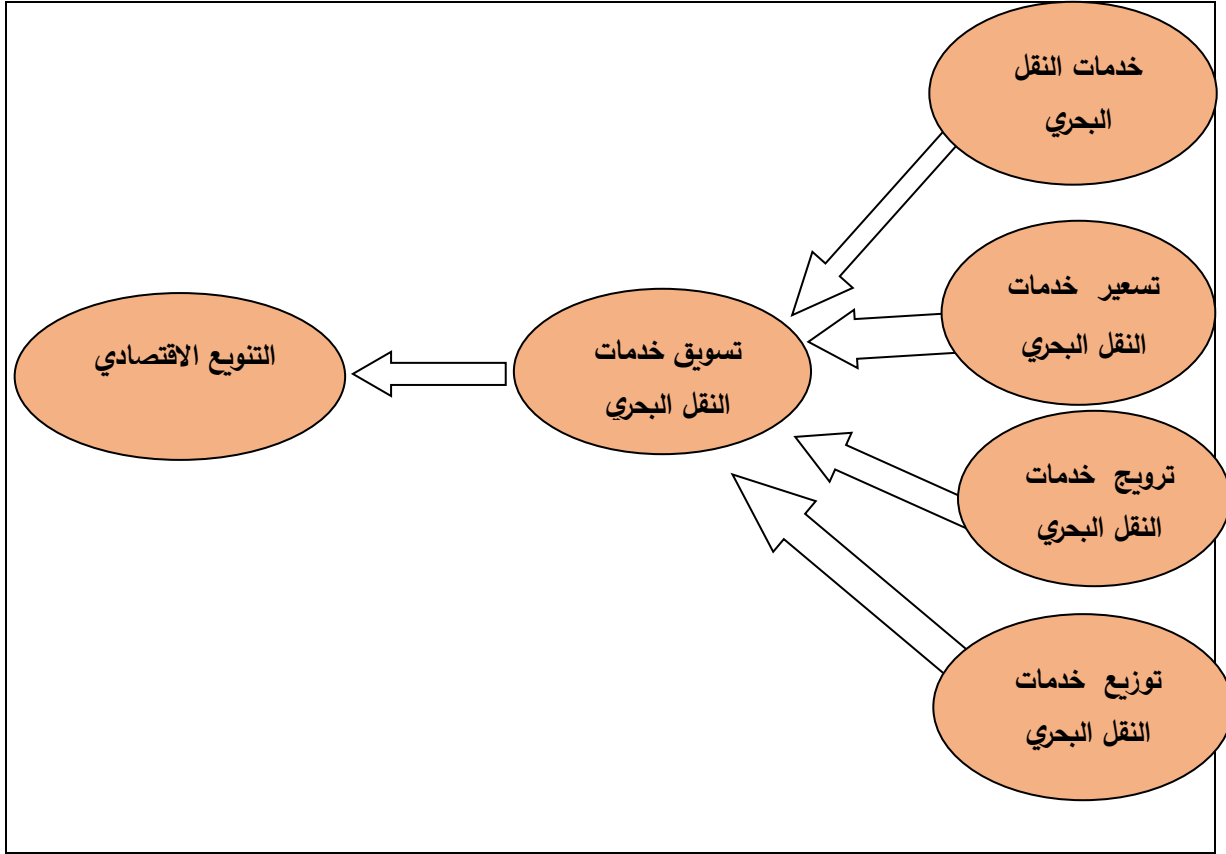
- الحدود المكانية: اقتصرَت الدراسة على ميناء جن جن (جيجل) وميناء مستغانم والمتعاملين الاقتصاديين
- الحدود البشرية: تم اختيار عينة عشوائية مكونة من شخص من المتعاملين الاقتصاديين وتوزيع الاستبيان ومقابلة المسؤولين في ميناء جن جن وميناء مستغانم
- الحدود الزمانية: امتدت الدراسة بين عامي 2025 و2024

1-9 متغيرات الدراسة

- المتغير المستقل** : تسويق خدمات النقل البحري والمكون مما يلي :
- (1- خدمات النقل البحري 2- تسعير خدمات النقل البحري 3- ترويج خدمات النقل البحري
 - 4- توزيع خدمات النقل البحري)
- المتغير التابع** : التنوع الاقتصادي

نموذج الدراسة يتضمن النموذج او المخطط الافتراضي الموضح في الشكل التالي :

شكل رقم : نموذج الدراسة



المصدر: من اعداد الطالبة بناء على الدراسات السابقة

1-10 الدراسات السابقة

1-1-11 استعراض الدراسات السابقة

- دراسة: جون¹ سميث، "تحليل تأثير النقل البحري على التجارة والصناعات التحويلية في الدول النامية"

Analysis of the Impact of Maritime Transport on Trade and Manufacturing Industries in Developing Countries

هدف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تحليل وتقييم مدى تأثير التحسينات التي تحدث في قطاع النقل البحري على تطور التجارة وأداء الصناعات التحويلية في الدول النامية. سعت الدراسة إلى توضيح كيف أن تحسين كفاءة خدمات النقل البحري يمكن أن يعزز من فرص هذه الدول في المنافسة في الأسواق العالمية، ويؤثر إيجابًا على نمو صناعاتها المحلية.

¹ جون سميث، "تحليل تأثير النقل البحري على التجارة والصناعات التحويلية في الدول النامية"، مجلة التجارة الدولية، العدد 45، سنة 2023، ص 125-130.

النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- كشفت النتائج عن علاقة إيجابية واضحة بين تحسين خدمات النقل البحري وزيادة حجم التجارة الدولية في الدول النامية.
 - تحسين كفاءة النقل البحري يؤدي إلى تقليل تكاليف النقل بشكل كبير، ما يزيد من تنافسية منتجات الدول النامية.
 - توصلت الدراسة إلى أن تحسين البنى التحتية البحرية والموانئ يؤدي إلى جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، خاصة في قطاع الصناعات التحويلية.
 - بينت الدراسة أن الدول التي استثمرت في تحديث النقل البحري شهدت نموًا واضحًا في اقتصادها الصناعي وتحسنًا في سلاسل التوريد الخاصة بها.
- دراسة: كريس¹ ويليامز، "أثر تحسين النقل البحري على سلسلة التوريد في الصناعات التحويلية"

The Impact of Improving Maritime Transport on Supply Chains in Manufacturing Industries

هدف الدراسة: ركزت هذه الدراسة على تقييم التأثير المباشر لتحسين خدمات النقل البحري على كفاءة وأداء سلاسل التوريد في قطاع الصناعات التحويلية، من خلال تحديد الطرق التي تؤدي فيها التحسينات في خدمات النقل البحري إلى خفض تكاليف التوريد وتعزيز مرونة وأداء الشركات الصناعية.

النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أظهرت الدراسة أن التحسينات في النقل البحري تساهم بشكل كبير في تقليل الوقت والتكاليف المرتبطة بعمليات التوريد والإنتاج.

¹ كريس ويليامز، "أثر تحسين النقل البحري على سلسلة التوريد في الصناعات التحويلية"، مجلة اللوجستيات البحرية، العدد 22، سنة 2024، ص 90-95.

- أشارت النتائج إلى أن تحسينات النقل البحري تؤدي إلى تعزيز استجابة الشركات لاحتياجات السوق، من خلال تسريع عمليات التوريد.
- بينت الدراسة أن جودة المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركات الصناعية شهدت تحسناً ملحوظاً بسبب كفاءة عمليات النقل البحري.
- أكدت الدراسة أن الاستثمار في النقل البحري يؤدي إلى تعزيز تنافسية الشركات على المستوى الدولي، بفضل انخفاض تكاليف سلسلة الإمداد.

- دراسة: أحمد عبد الكريم، "النقل البحري والخدمات المينائية في الجزائر: التقييم وفرص التنمية في إطار الاقتصاد الأزرق"

"Maritime Transport and Port Services in Algeria: Evaluation and Development Opportunities within the Framework of the Blue Economy"

هدف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى تقييم واقع النقل البحري والخدمات المينائية في الجزائر، مع تحديد الفرص والتحديات المرتبطة بتطوير هذا القطاع في إطار مفهوم الاقتصاد الأزرق، والذي يركز على استدامة الموارد البحرية واستغلالها لتعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- كشفت النتائج أن الموانئ الجزائرية بحاجة إلى تحسينات كبيرة في البنية التحتية والتقنيات المستخدمة، لزيادة الكفاءة وتسهيل التجارة.
- أكدت الدراسة أهمية وضع استراتيجيات تسويقية فعّالة تهدف إلى جذب الاستثمارات وتعزيز القدرات التنافسية للموانئ الجزائرية.
- أشارت الدراسة إلى وجود إمكانات وفرص كبيرة يمكن استغلالها في مجال الاقتصاد الأزرق لتعزيز التنمية الاقتصادية.
- أوصت الدراسة بضرورة الاستثمار في البنية التحتية للموانئ وتبني تقنيات حديثة لتحسين كفاءة النقل البحري ودعم التنوع الاقتصادي.

- دراسة سامي¹ محمود، "تحليل تأثير النقل البحري على التجارة في الدول النامية: دراسة مقارنة"

Analysis of the Impact of Maritime Transport on Trade in Developing Countries: A Comparative Study

هدف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى إجراء مقارنة تحليلية لأثر تحسين النقل البحري على التجارة في مجموعة من الدول النامية، وتحديد مدى فاعلية الاستثمار في تطوير الموانئ والبنية التحتية البحرية في زيادة القدرة التنافسية وتعزيز النمو الاقتصادي.

النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أوضحت النتائج أن الدول التي تمتلك بنية تحتية بحرية متطورة شهدت نمواً ملحوظاً في حجم تجارتها الدولية.
 - أكدت الدراسة على وجود علاقة مباشرة بين تحسين النقل البحري وزيادة التنوع الاقتصادي في الدول النامية.
 - أظهرت الدراسة أن الاستثمارات في تحسين البنى التحتية للموانئ ساهمت في تعزيز القدرة التنافسية للصناعات المحلية.
 - خلصت الدراسة إلى ضرورة تبني سياسات واستراتيجيات واضحة لتعزيز قطاع النقل البحري في الدول النامية، بما يخدم أهدافها الاقتصادية والتنموية.
 - مجال النقل البحري أن يُشجع على زيادة التكامل وتعزيز التعاون بين القطاعين المذكورين .
- من بين النتائج الرئيسية التي تم التوصل إليها:

¹ سامي محمود، "تحليل تأثير النقل البحري على التجارة في الدول النامية: دراسة مقارنة"، مجلة التنمية الاقتصادية العالمية، العدد 33، سنة 2021، ص 75-80.

✓ تعزيز كفاءة النقل: يسهم التحسين في البنية التحتية والعمليات في قطاع النقل البحري في تعزيز كفاءة عمليات النقل، مما ينعكس إيجاباً على تكاليف الشحن ويعزز جدولة الإنتاج في قطاع التصنيع.

✓ تقليل التكاليف اللوجستية: يمكن للتكامل بين قطاعات التجارة والتصنيع أن يقلل من النفقات اللوجستية العامة، بما في ذلك تكاليف التخزين والنقل.

✓ تعزيز التنافسية: تعزز عمليات التكامل بين التجارة والتصنيع قدرة الشركات على التنافس بفعالية أكبر على الصعيدين المحلي والعالمي.

✓ تحسين الارتباط في سلاسل الإمداد والتوريد: يمكن للتحسينات في قطاع النقل البحري أن تعزز التنسيق والتواصل بين مختلف جوانب سلاسل الإمداد والتوريد، مما يؤدي إلى تحسين جودة الخدمة وتقليل انقطاعات التوريد.

بشكل عام، تُظهر هذه النتائج أهمية الاستثمارات في قطاع النقل البحري كوسيلة لتعزيز التكامل والتنمية في قطاعات التجارة والتصنيع.

-دراسة بعنوان "دور¹ مزيج تسويق خدمات النقل البحري في تحقيق التنمية المستدامة".

The Role of the Maritime Transport Services Marketing Mix in Achieving Sustainable Development

دراسة "دور مزيج تسويق خدمات النقل البحري في تحقيق التنمية المستدامة" التي أُجريت عام 2023 من قبل الباحث حكيم بن جروة وزملاؤه تبرز بأهميتها الملحوظة يتناول هذا البحث استقصاء تأثير مزيج التسويق في خدمات النقل البحري على تحقيق التنمية المستدامة، ويستعرض دراسة حالة شركة الوحدة للنقل البحري في الجزائر، اعتمدت الدراسة على منهج دراسة حالة لشركة الوحدة للنقل البحري، حيث تم جمع البيانات من خلال المقابلات مع كبار

¹ بن جروة، حكيم، وربوح أم الخير. "دور مزيج تسويق خدمات النقل البحري في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة شركة الوحدة للنقل البحري في الجزائر". مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية 15.2(2023): 29-46

المسؤولين في الشركة، وتحليل الوثائق الرسمية، بالإضافة إلى استطلاعات الرأي التي أُجريت مع الموظفين والعملاء. كما تركز الدراسة على تحليل كيفية استخدام استراتيجيات التسويق دامي في هذا القطاع لتحقيق التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للتنمية. تتضمن الأهداف الرئيسية للدراسة

▪ فهم أثر النقل البحري على التنمية المستدامة: يتمثل ذلك في دراسة تأثير خدمات النقل البحري على الاقتصادات المحلية والعالمية، بما في ذلك تأثيرها على النمو الاقتصادي والتنمية الاجتماعية وحفظ البيئة.

▪ تحليل مزيج التسويق في صناعة النقل البحري: يهدف إلى فهم كيفية استخدام مزيج التسويق (المنتج، والسعر، والتوزيع، والترويج) في تعزيز خدمات النقل البحري وتحقيق التنمية المستدامة.

▪ تحديد العوامل المؤثرة على استراتيجيات التسويق الاستدامي: يتعلق هذا بدراسة العوامل التي تؤثر على قدرة صناعة النقل البحري على اتباع استراتيجيات التسويق الاستدامي، مثل السياسات الحكومية وتطلعات العملاء والتوجهات البيئية.

▪ تقديم توصيات لتعزيز التنمية المستدامة من خلال مزيج التسويق في النقل البحري: يتضمن ذلك استنتاجات وتوصيات تهدف إلى تحسين مزيج التسويق في قطاع النقل البحري لدعم التنمية المستدامة، سواء على المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي أو البيئي. واهم نتائج الدراسة هي :

✓ تؤكد الدراسة أهمية دور مزيج التسويق في دعم التنمية المستدامة، حيث يظهر أن الاستفادة من مزيج تسويق متميز لخدمات النقل البحري يمكن أن تلعب دوراً حيوياً في تحقيق أهداف الاستدامة للشركة. يشمل ذلك تعزيز النمو الاقتصادي، والحفاظ على البيئة، ودعم المجتمع المحلي.

✓ تظهر الدراسة أيضاً أن استراتيجيات التسويق التي تركز على تعزيز الوعي بفوائد خدمات النقل البحري، إلى جانب تبني أساليب تسويق صديقة للبيئة وتوفير التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، تلعب دوراً بارزاً في تحقيق النجاح المستدام للشركة.

✓ على صعيد البعد الاقتصادي، ساهم مزيج التسويق في زيادة إيرادات الشركة وتحسين كفاءتها التشغيلية وتعزيز قدرتها التنافسية.

✓ أما على صعيد البعد الاجتماعي، فقد ساهم مزيج التسويق في تحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء وتعزيز رضاهم وخلق فرص عمل جديدة.

✓ على صعيد البعد البيئي، فقد ساهم مزيج التسويق في تقليل التأثيرات البيئية السلبية لأنشطة النقل البحري للشركة.

✓ تواجه الشركة تحديات في تحقيق التوازن بين الأبعاد الثلاث للتنمية المستدامة يعتبر التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية تحدياً رئيسياً، حيث يتطلب من الشركة اتخاذ استراتيجيات تسويق متوازنة تحقق الفوائد الاقتصادية بينما تحافظ على البيئة وتدعم المجتمع المحلي.

باختصار، تبرز الدراسة أهمية دور مزيج التسويق في تعزيز التنمية المستدامة لشركة الوحدة للنقل البحري في الجزائر، وتسلط الضوء على التحديات التي تواجهها الشركة في تحقيق التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية للتنمية المستدامة.

-دراسة بعنوان "واقع التنوع¹ الاقتصادي في الجزائر وآلية تفعيله لتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة"

The Reality of Economic Diversification in Algeria and the Mechanism for Its Activation to Achieve Sustainable Economic Development

¹ ضيف احمد ، عزوز احمد ، " واقع التنوع الاقتصادي في الجزائر والية تفعيله لتحقيق التنمية المستدامة "، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، العدد 19 (2018)، ص 36_13.

التنوع الاقتصادي ضروري للدول التي تعتمد على منتج واحد في التصدير، لتجنب تأثير تقلبات أسعاره في الأسواق العالمية. الاقتصاد الجزائري يواجه تحديات بسبب اعتماده على النفط، مما يجعله عرضة لتقلبات أسعاره السلطات تعمل على تعزيز التنوع الاقتصادي من خلال دعم القطاعات الفلاحية والصناعية والسياحية، لتحقيق النمو الاقتصادي المستدام وتوفير فرص العمل والاستقرار الاقتصادي

الغرض الرئيسي من الدراسة هو إلقاء الضوء على حالة التنوع في الاقتصاد الجزائري، بما يشمل فهم مدى التنوع الحالي والتعرف على العوامل التي تؤثر عليه بالإضافة إلى ذلك، تهدف الدراسة إلى وضع آليات وسياسات فعّالة لتعزيز هذا التنوع، بهدف تحقيق نمو اقتصادي مستدام ومستقر في البلاد من خلال استخدام أدوات التحليل الاقتصادي والاجتماعي، تتطلع الدراسة إلى تقديم توصيات موضوعية للسياسات العامة والاستراتيجيات الاقتصادية المستقبلية لتعزيز النمو والاستقرار في الاقتصاد الجزائري.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج رئيسية تبرز الوضع الحالي للاقتصاد الجزائري:

- **هيمنة قطاع المحروقات:** يُشكل قطاع المحروقات نسبة تقريبية تصل إلى 95% من إجمالي صادرات الجزائر، و40% من الناتج المحلي الإجمالي، مما يخلق تفوقاً ساحقاً لهذا القطاع ويضعف القطاعات الأخرى.

- **ضعف مساهمة القطاع الخاص:** يُساهم القطاع الخاص بشكل ضئيل في النشاط الاقتصادي، حيث تسيطر الدولة على العديد من القطاعات الإستراتيجية.

- **بيئة الأعمال غير مواتية:** تعاني بيئة الأعمال في الجزائر من العديد من العراقيل، مثل البيروقراطية، والفساد، ونقص التمويل.

- **نقص المهارات:** يُعاني سوق العمل الجزائري من نقص في المهارات اللازمة للقطاعات غير النفطية.

- **عدم استغلال الموارد البشرية بشكل كافٍ:** تتمتع الجزائر بموارد بشرية هائلة، لكنها غير مُستغلة بشكل كافٍ في النشاط الاقتصادي.

- ضعف الابتكار: يُعاني الاقتصاد الجزائري من ضعف الابتكار، مما يُعيق نموه وتطوره.
- اعتماد كبير على الواردات: تعتمد الجزائر بشكل كبير على الواردات، خاصةً في مجال السلع الغذائية والأدوية، مما يُشكل عبئاً على الاقتصاد الوطني.
- دراسة بعنوان "التنوع¹ الاقتصادي وأثره على النمو الاقتصادي في الدول العربية" (2019)

Economic Diversification and Its Impact on Economic Growth in Arab Countries (2019)

الهدف من الدراسة هو فهم العلاقة بين التنوع الاقتصادي والنمو الاقتصادي في الدول العربية، بما في ذلك تحليل كيفية تأثير التنوع الاقتصادي على استقرار الاقتصادات العربية. تهدف الدراسة أيضاً إلى تقديم توصيات سياسية واقتصادية للحكومات العربية لتعزيز التنوع الاقتصادي وتحقيق نمو اقتصادي مستدام، مع التركيز على فهم التحديات والعوائق التي قد تواجه هذا العملية وكيفية تجاوزها بالإضافة إلى ذلك، تسعى الدراسة لتوضيح الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للتنوع الاقتصادي وكيف يمكن أن يسهم في تعزيز التنمية المستدامة في المنطقة. تكمن أهمية هذه الدراسة في تزويد المسؤولين الحكوميين، والمحللين الاقتصاديين، والمستثمرين، والباحثين، والمجتمع الدولي بالمعرفة اللازمة لتطوير السياسات والاستراتيجيات الفعالة التي تعزز التنمية الاقتصادية في الدول العربية.

نتائج الدراسة تشير إلى عدة نقاط رئيسية²:

✓ وجود علاقة إيجابية بين التنوع الاقتصادي والنمو الاقتصادي: تظهر الدراسة أن هناك علاقة إحصائية قوية تربط بين تنوع الاقتصاد في الدول العربية ومعدلات نموها الاقتصادي، حيث زاد معدل النمو كلما زاد التنوع الاقتصادي، والعكس صحيح.

¹ محمد الجوهري، 'التنوع الاقتصادي في الدول العربية: التحديات والفرص'، مجلة الاقتصاديات، العدد 12 (2019) ص 55_35.

✓ دور التنوع الاقتصادي في تقليل مخاطر التقلبات الاقتصادية: تؤكد الدراسة أن التنوع الاقتصادي يلعب دورًا كبيرًا في تقليل مخاطر التقلبات الاقتصادية التي تواجهها الدول العربية، وذلك من خلال تقليل الاعتماد على قطاع واحد مثل قطاع النفط والغاز.

✓ تأثير التنوع الاقتصادي على الصادرات وجذب الاستثمارات: تشير الدراسة إلى أن التنوع الاقتصادي يؤدي إلى زيادة تنوع الصادرات العربية وتقليل الاعتماد على صادرات النفط والغاز، مما يساهم في جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

✓ العوامل المؤثرة على التنوع الاقتصادي: تحدد الدراسة عدة عوامل تؤثر على قدرة الدول العربية على تحقيق التنوع الاقتصادي، منها السياسات الحكومية، والمؤسسات، والموارد البشرية، والبنية التحتية.

✓ -دراسة بعنوان "دور النقل¹ البحري للبضائع في تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة حالة الشركة الوطنية للنقل البحري CNAN / SNTM "

الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو استكشاف وتحليل دور النقل البحري للبضائع في تحقيق التنمية الاقتصادية، مع التركيز على دراسة حالة الشركة الوطنية للنقل البحري / SNTM CNAN يسعى البحث إلى فهم كيفية تأثير خدمات النقل البحري التي تقدمها الشركة على النمو الاقتصادي، وعلى التنمية المستدامة للمناطق البحرية والساحلية ومن خلال تحليل دراسة الحالة هذه، يهدف الباحثون إلى تحديد التحديات والفرص التي تواجهها الشركة في تحقيق دورها الكامل كمحرك للتنمية الاقتصادية، وتقديم توصيات عملية لتعزيز أدائها وزيادة الفوائد الاقتصادية التي تقدمها خدمات النقل البحري وأظهرت نتائج الدراسة :

➤ دور النقل البحري في تعزيز التجارة الخارجية والتنمية الاقتصادية: يعتبر النقل البحري دورًا بالغ الأهمية في تعزيز التجارة الخارجية وتنمية الاقتصاديات، حيث تتمثل أهمية هذا النوع من النقل في كونه أكثر الأنماط النقلية ملائمة من حيث التكلفة لنقل الشحنات الكبيرة إلى

¹ ولد الاغواطي سعيدة ، دور الشركة الوطنية للنقل البحري (SNTM / CNAN) في تعزيز التجارة الخارجية الجزائرية رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الجزائر 2016 ، ص 165-168 .

مسافات بعيدة يتميز النقل البحري بوجود خطوط ملاحية بصورة طبيعية، مما يقلل من الحاجة للاستثمارات الكبيرة في إنشائها أو صيانتها، وهذه الميزات جعلته يتحمل نقل ما نسبته 85% من إجمالي التجارة العالمية بالإضافة إلى ذلك، تقوم التقنيات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات في السفن والموانئ بجعل هذا النوع من النقل أكثر اندماجًا وانسجامًا مع المنظومة الحديثة للنقل متعدد الوسائط

➤ **دور النقل البحري في دعم التجارة العالمية والتنمية الاقتصادية:** يتجلى دور النقل البحري البارز في نقل التجارة العالمية، ودعم التنمية الاقتصادية من خلال تسهيل العمليات الإنتاجية والتوزيع وتظهر المحصلة النهائية لدور النقل البحري في إجمالي التكلفة بالنسبة للسلع المنتجة أو الخدمات المقدمة للعملاء.

➤ **مساهمة قطاع النقل البحري في تحسين ميزان المدفوعات:** يمكن لتعزيز نشاط النقل البحري أن يحقق مزايا لميزان المدفوعات، من خلال توفير جزء كبير من النقد الأجنبي الذي تنفقه الدولة في نقل منتجاتها عبر السفن الأجنبية، بالإضافة إلى استغلال الأسطول التجاري الوطني كمصدر للنقد عبر تأجيره للدول والشركات الأجنبية، وتدعيم الأنشطة المكملة لنشاط النقل البحري.

➤ **ضعف وعدم فعالية الأسطول الوطني وتأثيره على الاقتصاد:** ترجع مشكلة ضعف الأسطول الوطني وعدم فعاليته إلى قدم السفن المكونة له، مما يؤثر بشكل كبير على العمالة ويؤدي إلى خروج العملة الصعبة من الدولة بسبب استئجار السفن الأجنبية.

➤ **تحليل الميزانية والنتائج المالية للشركة الوطنية للملاحة:** تعتمد الشركة الوطنية للملاحة بشكل كبير على مصادر تمويل خارجية، وتبدي سياسة تجارية غير سليمة نظرًا لبعدها عن التحليل المالي عن القيم النموذجية.

- دراسة بعنوان : "دور اللوجيستيات¹ في تطوير الموانئ البحرية دراسة مقارنة بين ميناء روتردام وميناء وهران"

رصاص حياة رسالة مقدمة للأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري لاستكمال متطلبات نيل درجة الدكتوراه تحت 2019/2018 تطرقت الدراسة الى مقارنة دور اللوجيستيات في تطوير ميناء روتردام في هولندا وميناء وهران في الجزائر. يتم تحليل كيفية استخدام مبادئ اللوجيستيات في تطوير هذين الميناءين، مع التركيز على تحديد الفروق والتشابهات بينهما بالإضافة إلى ذلك، يتم تقديم توصيات لتطوير ميناء وهران باستخدام الخبرات المكتسبة من تجربة ميناء روتردام.

النتائج المتوقعة من الدراسة تشمل مقارنة البنية التحتية واستخدام التكنولوجيا في كل من الموانئ، وتحليل الفروق في الإدارة والتشريعات، وتسهيل الضوء على أهمية الشراكات والتعاون في تطوير الموانئ كما سيتم تحديد التحديات التي تواجه ميناء وهران والفرص المتاحة لتحسين أدائه اللوجستي وأخيرًا، ستقدم الدراسة توصيات محددة لتعزيز دور ميناء وهران كمركز للتجارة البحرية، مع التركيز على تحسين البنية التحتية وإدارة العمليات وتعزيز التعاون الدولي.

- دراسة بعنوان "دور المراكز اللوجيستية² في تطوير منظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر دراسة حالة : ميناء الجزائر"

خليفة ماجدة و ودفل نعاة رسالة مقدمة للأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري 2022/2021 يهدف البحث إلى فهم وتحليل دور المراكز اللوجيستية في تطوير منظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر، مع التركيز على ميناء الجزائر كحالة دراسية. يهدف البحث

¹ رصاص، حياة". دور اللوجيستيات في تطوير الموانئ البحرية: دراسة مقارنة بين ميناء روتردام وميناء وهران ".أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران 2، الجزائر، 2019، ص 35-38 .

² خليفة، ماجدة، وودفل، نعاة". دور المراكز اللوجيستية في تطوير منظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر: دراسة حالة ميناء الجزائر ".مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، برج بوعريبيج، الجزائر، 2022، ص. 55.

أيضًا إلى تحديد التحديات والفرص التي تواجه هذا القطاع واستكشاف سبل تعزيز كفاءته وفعاليتها. و توصلت هاته الدراسة إلى التأكيد على الأهمية الحاسمة للمراكز اللوجيستية في تعزيز كفاءة وفعالية منظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر بالإضافة إلى أن تطوير البنية التحتية اللوجيستية في ميناء الجزائر يمكن أن يسهم بشكل كبير في زيادة حركة البضائع وتسهيل عمليات الشحن والتفريغ كما كشفت الدراسة عن تحديات تواجه عملية تطوير المراكز اللوجيستية في الجزائر، مثل البيروقراطية ونقص التمويل والتكنولوجيا، وتوصي باتخاذ إجراءات لتجاوز هذه التحديات. ضف لذلك أهمية التعاون بين القطاع العام والخاص والأكاديمي في تحقيق تحسينات في منظومة النقل البحري في الجزائر.

دراسة بعنوان " مردودية المؤسسات¹ المينائية : دراسة حالة مؤسسة ميناء الجزائر EPAL
Port Institutions' Efficiency: Case Study of the Port of Algiers (EPAL)"

هدف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل وتقييم مردودية مؤسسة ميناء الجزائر (EPAL) ، من خلال دراسة العوامل المؤثرة على أدائها، سواء كانت داخلية مثل التنظيم والإدارة، أو خارجية مثل السياسات الاقتصادية والتجارية. كما تسعى إلى تقديم توصيات لتحسين كفاءة وفعالية المؤسسة في ظل التحديات التي تواجهها.

النتائج المتوصل إليها:

• **تأثير العوامل الداخلية:**

○ أظهرت الدراسة أن التنظيم الداخلي للمؤسسة، بما في ذلك هيكلها الإداري ونظام اتخاذ القرار، يؤثر بشكل كبير على مردوديتها.

○ نقص التدريب والتأهيل للموظفين يؤدي إلى ضعف في الأداء العام للمؤسسة.

• **تأثير العوامل الخارجية:**

¹ حملاوي، ربيعة". مردودية المؤسسات المينائية: دراسة حالة مؤسسة ميناء الجزائر ". (L'EPAL) أطروحة دكتوراه في

العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2008، ص. 55

○ السياسات الاقتصادية والتجارية للدولة، مثل قيود الاستيراد والتصدير، تؤثر على حجم النشاط في الميناء وبالتالي على مردودية المؤسسة.

○ التغيرات في الطلب العالمي على السلع والبضائع تؤثر على حجم الحركة في الميناء.

• التوصيات:

○ ضرورة إعادة هيكلة التنظيم الإداري للمؤسسة لتحسين كفاءتها.

○ توفير برامج تدريب وتأهيل مستمرة للموظفين.

○ تطوير استراتيجيات تسويقية لجذب مزيد من العملاء والشركات.

○ الاستثمار في تحديث البنية التحتية والتجهيزات التقنية للميناء.

2-11-1 أوجه التشابه والاختلاف

نضع بين ايديكم أوجه التشابه والاختلاف بين دراستنا الحالية والدراسات السابقة

الدراسة	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
دور مزيج تسويق خدمات النقل البحري في تحقيق التنمية المستدامة	التركيز على تسويق خدمات النقل البحري.	الدراسة السابقة ركزت على مفهوم التنمية المستدامة بشكل عام دون التطرق مباشرة إلى التنوع الاقتصادي بينما دراستي تركز بوضوح على العلاقة المباشرة بين تسويق خدمات النقل البحري والتنوع الاقتصادي تحديداً في الجزائر.
التنوع الاقتصادي وأثره على النمو الاقتصادي في الدول العربية (2019)	الاهتمام بالتنوع الاقتصادي كعامل أساسي للنمو	تركز الدراسة عامة على الدول العربية، بينما دراستي تركز على الجزائر وقطاع النقل البحري تحديداً
دور النقل البحري للبضائع في تحقيق التنمية الاقتصادية: دراسة حالة الشركة الوطنية للنقل البحري SNTM/CNAN	تناقش أهمية النقل البحري في التنمية الاقتصادية.	ركزت الدراسة على شركة واحدة فقط (SNTM/CNAN)، بينما دراستي تركز على التسويق والتنوع الاقتصادي بشكل أوسع وأكثر تخصصاً في ميناءي جن جن ومستغانم
دور اللوجستيات في تطوير الموانئ البحرية: دراسة مقارنة بين ميناء روتردام وميناء وهران	تدرس أهمية اللوجستيات في تطوير الموانئ.	ركزت الدراسة على الجانب اللوجستي ومقارنة بين مينائين، في حين أن دراستي تركز على التسويق وعلاقته بالتنوع الاقتصادي في الموانئ الجزائرية

<p>ركزت الدراسة على المراكز اللوجستية تحديداً، بينما دراستي ركزت على التسويق بشكل رئيسي وأثره على التنوع الاقتصادي</p>	<p>اهتمام مشترك بتطوير النقل البحري في الجزائر.</p>	<p>دور المراكز اللوجستية في تطوير منظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر: دراسة حالة ميناء الجزائر</p>
<p>الدراسة عامة ركزت حول التنوع الاقتصادي دون تحديد قطاع معين، بينما دراستي متخصصة في قطاع النقل البحري بشكل واضح ومباشر</p>	<p>الاهتمام بالتنوع الاقتصادي والتنمية الاقتصادية في الجزائر.</p>	<p>واقع التنوع الاقتصادي في الجزائر وألية تفعيله لتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة</p>
<p>الدراسة تشمل الدول النامية بشكل عام، ولم تتطرق للجزائر تحديداً ولا التسويق كعنصر أساسي، وهو ما ركزت عليه دراستي بوضوح</p>	<p>تهتم بتأثير النقل البحري على التجارة والصناعة.</p>	<p>تحليل تأثير النقل البحري على التجارة والصناعات التحويلية في الدول النامية (جون سميث، 2023)</p>
<p>الدراسة لم تركز على الجزائر ولا على الجانب التسويقي بوضوح، بينما دراستي اهتمت بالتسويق وأثره على التنوع الاقتصادي في الجزائر</p>	<p>تدرس تحسين أداء النقل البحري وأثره الاقتصادي.</p>	<p>أثر تحسين النقل البحري على سلسلة التوريد في الصناعات التحويلية (كريس ويليامز، 2024)</p>
<p>الدراسة تركز على تقييم عام للموانئ دون تركيز واضح على التسويق، بينما دراستي متخصصة في التسويق وخدمات النقل البحري لتحقيق التنوع الاقتصادي</p>	<p>تناقش واقع النقل البحري في الجزائر.</p>	<p>النقل البحري والخدمات المينائية في الجزائر: التقييم وفرص التنمية (أحمد عبد الكريم، 2022)</p>
<p>تركز الدراسة على المقارنة بين دول متعددة دون تركيز على الجزائر ولا التسويق كأداة مباشرة لتحقيق التنوع الاقتصادي، عكس دراستي التي تركز على هذه الجوانب</p>	<p>تهتم بتأثير النقل البحري على التجارة الدولية.</p>	<p>تحليل تأثير النقل البحري على التجارة في الدول النامية: دراسة مقارنة (سامي محمود، 2021)</p>
<p>ركزت على الطلب والعرض بصفة عامة في النقل البحري، بينما دراستي تركز على تسويق هذه الخدمات لتحقيق التنوع الاقتصادي بشكل متخصص</p>	<p>تناقش جانب الطلب والعرض في خدمات النقل البحري في الجزائر.</p>	<p>العرض والطلب في خدمات النقل البحري للبضائع: دراسة حالة الشركة الوطنية للنقل البحري SNTM/CNAN</p>
<p>ركزت على تقييم الأداء (المردودية) دون تخصيص التسويق كعنصر رئيسي في الدراسة، بينما دراستي تركز بوضوح على التسويق وأثره في التنوع الاقتصادي للموانئ الجزائرية</p>	<p>تهتم بتحسين أداء ومردودية الموانئ الجزائرية.</p>	<p>مردودية المؤسسات المينائية: دراسة حالة مؤسسة ميناء الجزائر (EPAL)</p>

3-11-1 الإضافة العلمية

تتمثل الإضافة العلمية التي تقدمها الدراسة الحالية مقارنة بالدراسات السابقة فيما يلي:

ركزت الدراسات السابقة بشكل عام على النقل البحري أو اللوجستيات أو التنمية الاقتصادية بشكل منفصل، فإن دراستي تطرح بوضوح العلاقة المباشرة بين تسويق خدمات النقل البحري وتحقيق التنوع الاقتصادي في الجزائر، وهذا الجانب لم يتم تناوله بهذا الشكل المفصل من قبل .

كما قدمت قيمة مضافة من خلال اعتماد دراسة ميدانية تطبيقية معمقة لميناء جن جن وميناء مستغانم، مما يسمح بإنتاج توصيات عملية وواقعية يمكن تنفيذها لتحسين الوضع الاقتصادي. واعتمدت دراستي على منهجية ميدانية دقيقة، مثل المقابلات والاستبيانات مع المسؤولين، واستخدمت التحليل الإحصائي المتقدم (SPSS) و(SMART PLS)، ما يضمن مصداقية ودقة النتائج التي حصلت عليها.

حيث ان دراستي لا تكتفي بالتشخيص، بل تقدم حلولاً عملية قابلة للتطبيق لتحسين الخدمات التسويقية في الموانئ، مما يعزز من قدرتها التنافسية ويساهم في التنوع الاقتصادي.

12-1 افاق الدراسة :

بناءً على النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، يمكن اقتراح عدة مجالات بحثية مستقبلية:

1. تحليل تأثير التقنيات الحديثة في تسويق خدمات النقل البحري: يمكن دراسة كيف يمكن لتقنيات مثل الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء (IoT) أن تساهم في تحسين تسويق الخدمات اللوجستية البحرية في الجزائر.

2. دراسة تأثير الاستثمار في البنية التحتية للموانئ على الاقتصاد الوطني: البحث في العلاقة بين تحسين البنية التحتية للموانئ الجزائرية وزيادة قدرتها التنافسية على الصعيد الدولي.

3.دراسة تطبيقات التسويق الرقمي في الموانئ الجزائرية :بما أن التسويق الإلكتروني بدأ في أخذ دور متزايد في الموانئ العالمية، قد يكون من المفيد البحث في كيفية تكامل هذه الاستراتيجيات في الجزائر.

4. البحث في تأثير سياسة الشراكة بين القطاعين العام والخاص (PPP) على تطوير الموانئ الجزائرية :يمكن أن تساهم هذه الدراسات في تقديم حلول لاستقطاب الاستثمارات الأجنبية والمحلية لتطوير القطاع البحري في الجزائر.

الفصل الثاني

الإطار المفاهيمي

المبحث الأول: تسويق خدمات النقل البحري

المطلب الأول: مفهوم تسويق خدمات النقل البحري

يعتبر النقل من الأنشطة المرتبطة بحياة الفرد الذي يسعى دوماً لإدراجها في أولويات اهتماماته وذلك لإشباع حاجته الشخصية والاجتماعية والاقتصادية، وبدا هذا المفهوم يظهر في حياة الإنسان منذ إن اتسمت بالترحال والاستقرار، وذلك نتيجة الحركة والسكون التي يعرفها ومع مرور الزمن تطورت حياة الإنسان وتغيرت وازدادت تعقيداً فتعددت الآراء حول تعريف مصطلح النقل.

أولاً: مفهوم النقل وأنواعه

يعتبر النقل حلقة الوصل بين مسكن الشخص ومقر عمله والمدرسة و/أو الجامعة التي يتعلم فيها، إضافة إلى أنه يساهم في إنجاح رحلات التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمعات، والتسوق والتنزه ولأغراض أخرى كثيرة تستوجب ذلك.

1. تعريف النقل

يعني النقل ببساطة عملية الانتقال من مكان إلى آخر، وهناك عدة تعاريف من بينها تعريف شيري الذي عرفه على أنه: "وسائط مهمتها نقل الأشخاص والبضائع على شبكة الطرقات"¹ كما عرفه الخبير في شؤون النقل لدى البنك الدولي للإنشاء والتعمير هانز ادلر بأنه: "يعبر عن خدمة أو حدث لإيصال مراكز الإنتاج والمناطق الأهلة بالسكن ببعضها"²، في حين عرفه الاقتصادي الإنجليزي جي ام تومسن بأنه "على الأغلب خدمة وسيطة ووسيلة إلى هدف دون أن تكون هدفاً بذاتها ويكون الهدف المقصود تغييراً في الموقع سواء بالنسبة للناس أو السلع".

¹ محمود جواد عباس شبع، واقع النقل في مدينة النجف الاشرف، بحث منشور في مجلة "آداب الكوفة" العممية المحكمة

، العدد السادس، 2010، ص 1

² محمود جواد عباس شبع، مرجع سبق ذكره، ص 1

وفي تعاريف أخرى يعني النقل: "زيادة المنافع عن طريق حمل الأفراد والمتاع والسلع والمعارف والتقنيات ورؤوس الأموال من موضع إلى موضع آخر، باستخدام وسائل ووسائط مختلفة النوع والسرعة والسعة، عبر المسافات والأبعاد المتباينة، وفق اقصر الطرق وأيسرها وأقل تكلفة، و في أقل وقت ممكن". "و هناك من يعرفه بأنه: "نشاط متعلق بوظائف الإنتاج¹ أو أنه: "وسيلة مادية حوي مجموعة من التقنيات المسطرة من أجل نقل الأشخاص و البضائع.²"

أما في تعريف القانون الجزائري للنقل فعرف حسب المادة 16 من القانون رقم 17/88 المؤرخ في 10 مايو سنة 1988 بأنه: "يعد نقل كل نشاط ينقل بواسطة شخص طبيعي أو معنوي أشخاصا أو بضائع من مكان لآخر على متن مركبة مهما كان نوعها."

ومن هذا نستنتج ان النقل يتلخص في كونه عملية انتقال الأشخاص أو البضائع من مكان إلى آخر باستخدام وسائل متعددة مثل السيارات، القطارات، الطائرات، أو السفن. وهو عنصرًا أساسيًا في الحياة اليومية والاقتصاد، حيث يسهم في تسهيل الوصول إلى الموارد، تعزيز التبادل التجاري، وتقوية الروابط بين المجتمعات. بحيث يعتمد على بنية تحتية مثل الطرق والموانئ والمطارات، ويتأثر بعوامل متنوعة مثل التطور التكنولوجي، التنظيم، والبيئة

أنواع النقل

ينقسم النقل حسب الوسيلة المستعملة للتنقل إلى ثلاثة أنواع رئيسية والمتمثلة في:

1.1. النقل البري

أول ما ظهر النقل البري كان عن طريق الأشخاص مشيا على الأقدام، وعن طريق العربات المجرورة بالحيوانات... تطور هذا النوع في الدول المصنعة مع اختراع المحرك. و يكون النقل البري على أو فوق اليابسة بكافة طرقه ووسائله، ويمكن تمييز نوعين من النقل البري الذي

¹ Frybourg Michel،L'innovation dans les transports., 1986. France, paradigme p 11

² Ziv Jean Claude et Napoléon Charles. Le transport urbain, 1981. . France, Dunod p 1

يستخدم لنقل الإنسان (المسافر) وإنتاجه (السلع والبضائع) ، ونوع آخر يستخدم لنقل مصادر الطاقة السائلة والغازية¹.

1.1.1. النقل بالسيارات: يعد وسيلة مهمة يزداد الاعتماد عليها من سنة إلى أخرى، وذلك من خلال المرونة والاستجابة العالية التي يتصف بها لتلبية حاجات نقل الأفراد أو البضائع، فلو تمت مقارنته بغيره نجد أنه يتميز عن ذلك بتكلفة شحن وتفريغ منخفضة نسبيا، وإمكانية تسييره اقتصاديا بحمولات صغيرة إضافة إلى سيولة وسرعة الترابط ما بين المناطق الجغرافية خاصة في الوصول إلى المناطق التي يصعب اللحاق إليها بواسطة الوسائل الأخرى².

1.1.2. النقل بالسكك الحديدية: يعتبر من أهم وسائل النقل التي تعتمد عليها الدول وبشكل كبير في تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والعسكرية وذلك فيما يتعلق بنقل الأفراد أو البضائع على حد سواء، وتأتي أهمية النقل بالسكك الحديدية من خلال قدرتها الكبيرة على نقل الحمولات الثقيلة والمسافات البعيدة وبسرعات عالية قد تجاوزت فيها بعض القطارات 300 كم/سا، ويعتبر النقل بواسطة السكك الحديدية عامل من عوامل التوطن الصناعي حيث تبرز أهميته في مرحلتي الإنتاج والتوزيع من خلال زيادة فرص نقل المواد الأولية وعنصر العمل والسلع الوسيطة وكذلك نقل الإنتاج إلى أنماط التخزين والاستهلاك.

1.1.3. النقل بالأنابيب: وهو نظام يستخدم عادة لنقل المواد السائلة (النفط ومشتقاته أو مياه الشرب أو الصرف الصحي أو الغاز) ويشمل هذا النظام كذلك خطوط أنابيب لنقل المواد الصلبة ولكن على نطاق ضيق، وتتم عملية النقل من خلال ضغط هذه المواد داخل أنابيب بواسطة مضخات تتناسب قوتها مع كمية المواد المراد نقلها³.

¹ سمير بوختالة، محمد زرقون، نوال بن عمارة، بحث منشور في المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية بعنوان: واقع وآفاق

تطوير قطاع النقل الجزائري ودوره في التنمية الاقتصادية، عدد 06 جوان 2017 ص 48

² سمير بوختالة، محمد زرقون، نوال بن عمارة، مرجع سابق ص 48

³ سمير بوختالة، محمد زرقون، نوال بن عمارة، مرجع سابق ص 48

1.1.4. النقل المعلق: يتواجد هذا النوع من النقل في المناطق الجبلية عادة، ولا يقتصر على نقل الأشخاص فقط بل يستخدم كذلك في نقل البضائع، وفي مثالنا عن ذلك يتواجد في مناجم غانا محطة نقل معلق متطورة تشتغل بحمولة 300 طن في الساعة¹.

1.2. النقل المائي: وينقسم إلى نوعين بحري ونهري

1.2.1. النقل النهري: وهو لا يقل استخداما عما ذكر فهناك انهارا عملاقة يمكن أن تستوعب سفنا بحرية قد تصل حمولتها إلى 50000 طن أو أكثر، مثلما يحدث في نهر الألب بألمانيا ونهر سانت لورانس بكندا ولذلك يعد من بين أحد أنواع النقل ذات اقتصاديات الحجم الكبير.

1.2.2. النقل البحري: من المعلوم أن النقل البحري هو أرخص وسيلة لعملية نقل البضائع، ولذلك يعد الوسيلة الرئيسية في نقل التجارة العالمية، حيث يعبر حوالي 25000 بليون طن من الشحنات المحيطات سنويا أي ما يشكل نسبة 71 من الشحن العالمي².

1.3. النقل الجوي

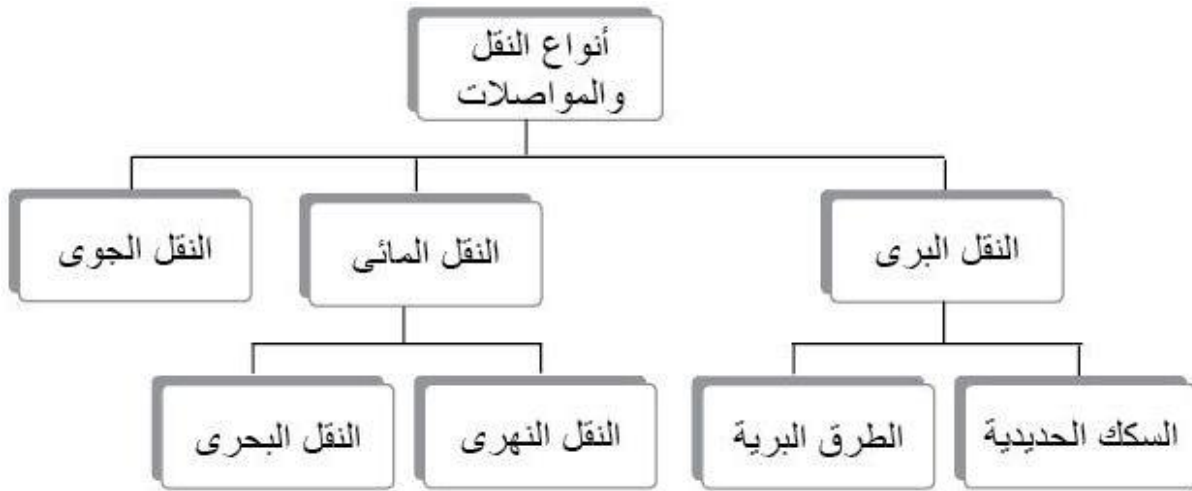
يعد النقل الجوي احد أنماط النقل وأسرعها، وأكثرها تطورا واستخداما للتكنولوجيا المتطورة³. كما لم يبقى يقتصر هذا النوع في قيامه بنقل الركاب والبضائع بين البلدان والقارات فقط، وإنما أصبح يؤدي ذلك الدور بين المدن في البلد الواحد، بالإضافة إلى ذلك فهو يمثل احد العوامل الأساسية في نقل السلع ذات القيمة العالية التي يجب أن تتواجد في الأسواق بسرعة مثل المنتجات الزراعية القابلة للتلف، وبالتالي فهو وسيلة أساسية اقتصاديا واجتماعيا في جميع أنحاء العالم.

¹ حميد الطفيلي، جغرافيا المواصلات و الاتصالات، دار المنهل، لبنان، 2009. ص 2.

² تقرير النقل البحري في إطار منظمة التجارة العالمية، إعداد مركز الدراسات والبحوث بغرفة الشرقية، أكتوبر 2009، ص 3

³ محمد خميس الزوكة، الجغرافيا الاقتصادية للعالم، دار المعرفة، الإسكندرية، 2006، ص 488.

الشكل 1: أنواع النقل والمواصلات



المصدر: المدونة الالكترونية [/HTTPS://01123272232.BLOGSPOT.COM](https://01123272232.BLOGSPOT.COM) 2019

يعرف النقل البحري بأنه صناعة اقتصادية تعتمد على نظام تكنولوجي دقيق يتحدد فيه مستوى صناعة منتجات النقل ومستوى تشغيل هذه المنتجات كيفية إدارتها لتحقيق الفائدة العظمى لقطاعات الاقتصاد الأخرى¹.

يعبر عن النقل البحري بأنه نشاط بحري حيوي يسهم في تحريك المنقولات والركاب حول العالم².

يعرف نشاط النقل البحري بأنه: نشاطا إنتاجيا من حيث ما يضيفه للسلعة المنقولة من منفعة اقتصادية "مكانية وزمانية" وذلك بنقلها من مكان لأخر، كما يعد نشاطا توزيعيا نظرا لدوره الأساسي في عملية التبادل والتوزيع للسلع والخدمات على كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية.

1. مميزاته

للنقل البحري دور حيوي وفعال في اقتصاد الدول المتقدمة و النامية على حد سواء، و ذلك لما يقدمه للتجارة الخارجية و حركة تنقل الأفراد من خدمات مهمة و ماله من تأثير مباشر

¹ مصطفى احمد حمد منصور، اقتصاديات النقل، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا (2008م) ص 7.

² عثمان إبراهيم السيد، قضايا النقل في السودان ، مركز دراسات الشرق الأوسط وأفريقيا ، (2004) ص 24.

على حركة تنقل الأفراد في العالم و النشاط الاقتصادي و الدخل الفردي للدول، فالنقل البحري يعتبر قطاعا هاما و حساسا تحرص الدول على تماسكه و حمايته، فهو يؤثر على الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية و يساعد على تعمير المناطق والتخطيط الإقليمي و توطين الصناعات من خلال التوسع في مشاريع الموانئ والترسانة البحرية، و من ثم نشوء الكثير من الخطوط البحرية و المرافق التابعة لها¹.

وإذا كانت أهمية النقل البحري تظهر من خلال دوره في التنمية الاقتصادية والعمليات الإنتاجية والتسويقية، ومساهمته في تحيين ميزان المدفوعات وعمله على توسيع دائرة السوق سواء سوق التنقل بالنسبة للأفراد أو سوق المبادلات التجارية، فان دور النقل البحري وأهميته لا تقتصر على ذلك دائما إنما تتعداها.²

فمتى وجدت صناعة وطنية جيدة و قوية للنقل البحري فيمكن ان يكون لها دورها في توزيع العمالة و خلق فرص جديدة للعمل، سواء في صناعة النقل البحري أو في الخدمات، فالصناعة البحرية هي صناعة ذات كثافة عمالية عالية، فهي تتطلب إلى جانب الأسطول البحري عملية بناء و إصلاح سفن، و خدمات ملاحية و توريدات و ما إلى ذلك، كما أن مستوى التوظيف بشكل عام يزيد نتيجة التحسين في نشاط النقل البحري و زيادة الدخل القومي، كما أن امتلاك الدول لأسطول بحري وطني يحد من المصاعب التي من الممكن أن تواجه الدولة في أوقات الحروب و الأزمات.³

3- خدمات النقل البحري:

لقد أولت الدول البحرية المتقدمة أهمية كبيرة لتجارة الخدمات البحرية إدراكا منها لما يحققه هذا النشاط من قيمة مضافة إلى الاقتصاد وعائد اقتصادي للاستثمار، ذلك لأن العناصر التي

¹ Bernard. Katz, Managing Export Marketing, Gower Co., Stockholm, 1987, p125

² ولد لغواطي سعيدة، دور النقل البحري للبضائع في تحقيق التنمية الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، 2015 ص 10.

³ ولد لغواطي سعيدة، مرجع سابق ذكره 2015 ص 10.

تعرفنا عليها لابد لها من خدمات تؤدي للسفن والبضائع لاكتمال هذا النشاط وانه من المناسب أن نولي هذه الخدمات نظرة تتلاءم مع آثارها الاقتصادية ويمكن تقسيمها إلى ما يلي:

خدمات الشحن والتفريغ: يعتبر هذا النشاط من أهم النشاطات في مجال خدمات السفن والبضائع في الموانئ، إذ يختص هذا النشاط بشحن وتفريغ البضائع وكلما ارتفعت معدلاته كلما انخفضت مدة بقاء السفن بالموانئ وارتفعت معدلات التداول¹، وهذا ينعكس أثره على زيادة الطاقة الاستيعابية للموانئ وتحديد مستويات النوالين* وتنقسم عمليات الشحن والتفريغ إلى قسمين هما:

شحن وتفريغ تقليدي من السفينة إلى الرصيف والعكس صحيح؛ شحن وتفريغ الحاويات .

خدمات التخزين: يتم تخزين البضائع الصادرة حتى شحنها على السفن والبضائع الواردة لحين تسليمها لأصحابها في المخازن والمساحات الموجودة بالميناء أو الملحقة به. وتعتبر هذه الخدمة مكملة لعمليات الشحن والتفريغ والتجارة العابرة (الترانزيت).² ولذلك فإن توفير المخازن والمساحات الكافية لاستيعاب ما يتم تفريغه أو شحنه يسهم في تحقيق معدلات عالية للشحن والتفريغ للبضائع وسرعة تداولها. وليس معنى ذلك أن تصبح الموانئ مناطق لتخزين البضائع بل على العكس من ذلك فإن من المرغوب فيه أن تكون الموانئ طاردة للتخزين وليس جذابة.

خدمات القطر والإرشاد: وهذه الخدمة هي خدمة إرشاد السفن للدخول إلى الميناء والخروج منه بصورة سليمة، وكلما كانت هذه الخدمات منظمة وسريعة كلما كان دخول وخروج السفن من وإلى الميناء بطريقة آمنة وسريعة.³

خدمات الوكالات الملاحية: تقوم هذه الخدمات على تمكين السفن الأجنبية من دخول الموانئ وتكليف الجهات التي تقوم على خدمة السفينة أو تموينها أو إصلاحها للقيام بهذه العمليات،

¹ ربح بوقرة، محاد عريوة، أهمية تفعيل نشاط مؤسسات قطاع النقل البحري ودورها في النهوض بالتجارة الخارجية والمساهمة في التنمية الاقتصادية الشاملة في الجزائر، ملتقى دولي حول " استراتيجيات وآفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر في إطار التنمية الوطنية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، يومي 07-08 نوفمبر 2013

* النولون هو كمية من النقود يتحصل عليها مالك السفينة نظير نقل البضائع وتسليمها بأمان من ميناء الشحن إلى ميناء التفريغ

² رابح بوقرة، محاد عريوة، مرجع سابق ص 10

³ المرجع السابق نفسه ص 233

وتقوم هي على الجانب الآخر بسداد مستحقات هذه الجهات خصما من حسابات السفن لديها وتغذي حسابات السفن من أموال الملاك سواء بتحويل النقد الأجنبي المباشر من الخارج أو بتحصيل نوالين تلك السفن، وسداد ما عليها من التزامات بالداخل وتحويل فوائضها إلى الخارج بالنقد الأجنبي¹. ونشير هنا أن عمل الوكالات الملاحية لا يتطلب رؤوس أموال كبيرة، لأنه يعتمد على الخبرة ووسائل الاتصال بالدرجة الأولى أو لخدمة الكافية لاستقبال السفن الأجنبية بالموانئ، بالإضافة إلى توفر أجهزة الاتصال المحلية والدولية.

خدمات صيانة واصلاح السفن وتخريدها: تعتبر هذه الخدمات من أهم الأنشطة الصناعية والخدمية التي تقدم بواسطة الشركات المتخصصة، وتشمل هذه الخدمات أعمال الصيانة والإصلاح اللازمة للسفن.²

خدمات تموين السفن: تعد خدمات تموين السفن من الخدمات الهامة التي يتم توفير احتياجات السفن الأساسية من الوقود والزيوت والمواد الغذائية وغيرها، وتعتبر من الخدمات التي لها مردود اقتصادي مرتفع إذا ما نفذت هذه الخدمات بأسلوب جيد وبأسعار منافسة فان ذلك يؤدي إلى جذب العديد من السفن إلى الميناء وتحقيق عائد مجزي وقيمة مضافة عالية³.

الفرع الثاني: المزيج التسويقي لخدمات النقل البحري

يعتبر مفهوم المزيج التسويقي جزءا أساسيا من إستراتيجية التسويق، ويعرف المزيج التسويقي بأنه "مجموعة العناصر الموجهة التي من خلالها تستطيع المؤسسة أن تؤثر على آراء العميل في خدماتهم"⁴، كما أن خدمات النقل تحمل من الخصوصية ما يجعلنا نقف عند مميزات تطبيق المزيج التسويقي الذي يعتبر بأنه: "مجموعة المتغيرات القابلة للسيطرة والتي يمكن لمؤسسة النقل أن تستخدمها لبلوغ أهدافها في الأسواق المستهدفة والمحددة مسبقا"⁵.

¹ تقرير مركز الدراسات والبحوث بغرفة الشارقة، النقل البحري في إطار منظمة التجارة العالمية، على الخط، 2009 متاح

على <http://www.chamber.org.sa/Trans.pdf> /WTO/Documents/Sea > ص 12

² محمود حامد محمود عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص 239

³ المرجع السابق نفسه ص 238

⁴ سعد الدين عشاوي، تنظيم وإدارة النقل، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1975، ص 75.

⁵ زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2010، ص 217.

ومن المهام الرئيسية لإدارة التسويق في أي مؤسسة سواء كانت إنتاجية أو خدماتية هي إعداد مزيج تسويقي، بحيث يتم تحقيق حاجات المؤسسة و العملاء، ولكن هناك عوامل خارجية قد تؤثر على المسوقين حيث تجعل السيطرة على عناصر المزيج التسويقي ضعيفة، منها على سبيل المثال العوامل الثقافية، اختلاف الحالة الاجتماعية بالسوق والبيئة السياسية وما إلى ذلك. وهذه المتغيرات يجب أن تكون واضحة إلى المؤسسة، بحيث يمكن تقديم المزيج التسويقي على حساب التغييرات الطارئة، ويمكن تطوير المزيج التسويقي داخل المؤسسات الخدماتية بما يتلاءم مع طبيعتها كمؤسسات النقل ولكن ما يريد إبرازه هنا هو أهمية المزيج التسويقي لإستراتيجية التسويق¹.

المطلب الثاني: عناصر مزيج تسويق خدمات النقل البحري

نظرا لاختلاف خصائص الخدمات ومنها خدمات النقل عن خصائص السلع المادية فإن عناصر المزيج التسويقي للخدمات تتأثر بعدم ملموسية الخدمة وطبيعة السلع الداعمة في تقديمها ودور الأفراد في ذلك، تتمثل عناصر المزيج التسويقي سبع عناصر رئيسية هي:

أولاً: سياسة المنتج: يجب على مؤسسة النقل البحري لإنتاج خدمة جديدة أن تنتج أولاً في تنظيم العمل داخل المؤسسة نفسها ولتحقيق هذا النجاح يجب أن يتم في المراحل الأولية خلال عملية تصميم المؤسسة في بدايتها، كما يتطلب إنتاج النقل أن يؤخذ في الاعتبار المدى الذي يسهل إليه التنقل، وكذلك نوعية ومستوى الخدمة، و أيضاً خدمة ما بعد البيع وأراء المستهلكين في الخدمة لتحسين و التجويد دائماً في نوعية هذه الخدمة.

ثانياً: سياسة التسعير: تضع جميع مؤسسات النقل عادة ومؤسسة النقل البحري خاصة السعر الذي ترغب فيه لبيع خدماتها، ومن أهم الاعتبارات التي تؤخذ في الحسب أن عند وضع السعر، نتحسب للتأثيرات الرئيسية على اختيار مشتري لخدمة، فهناك العديد من مساحات عرض النقل، ولا ننسى انه لا يوجد منتج قياسي للخدمة، و أن هناك مؤشرا هاما لنوعية

¹ نفس المرجع السابق، ص75.

الخدمة، والسعر عامل هام لاختيار المستهلك خدمة النقل عن غيرها، وخاصة في ظل المنافسة الحادة في النقل.

ثالثا: سياسة المكان (التوزيع): يهتم المستهلك أن تصل بضاعته مباشرة إلى مستهلك آخر يحتاج إلى هذه البضاعة في مكان آخر ولا يقصد بالمكان التوصيل فقط من مكان إلى مكان، ولكن نعني أيضا قدرة مؤسسة النقل البحري على الاتصال، كالاتصال للاستعلام عن البضاعة وعن عملية النقل، أو من خلال الوسطاء مثل وكلاء الشحن، فمن المهام إرضاء حاجات المستهلكين أكثر من نقل البضاعة نفسها من مكان إلى آخر.

رابعا: سياسة الترويج: بعد قيام المؤسسات الإنتاجية سواء كانت منتجات أو خدمات بتصميم المنتج و تسعيره، تقوم بتوفيره و على تلك المؤسسات إعلان زبائنها و مستهلكي الخدمة بإمكانيات هذه الخدمة المتوفرة، و عليه فان الترويج يقوم بالاهتمام بإعلان المستهلك عن الخدمات المتوفرة، و هناك مستويان من الترويج، المستوى الأول: الطرق التقليدية في الترويج مثل : الإعلان و الإشهار عن الخدمة، و المستوى الثاني: الاستشارة إلى الخدمة مثل اسم المؤسسة و بياناتها و شعارها، و على موظفي الاتصال في المؤسسة تطوير هذه الأفكار للوصول إلى جذب المستهلكين إلى خدماتهم¹.

كما توجد مؤثرات خارجية أيضا يكون لها تأثير كبير على المزيج التسويقي، وتؤثر بالطريقة نفسها كتأثير المتغيرات السبعة، ويمكن تلخيص المتغيرات الخارجية فيما يلي² :

أ. **المنافسة:** لا يستطيع موردوا النقل البحري السيطرة على إستراتيجيات التسويق بشكل مباشر، بسبب تكتيكات المنافسة، فالتنبؤ بطرق المنافسين وإستراتيجياتهم التسويقية وما يتطلب ذلك من فعل وقائي لهذه الإستراتيجيات، يؤثر على قرارات المزيج التسويقي الخاصة بمؤسسة النقل البحري.

¹ شريف محمد ماهر، إدارة النقل البحري "التجارة الخطية" فعاليات التطبيق - متطلبات الريادة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006 ص، 265.

² نفس المرجع السابق، ص 266

ب. **البيئة الاجتماعية:** تختلف البيئة الاجتماعية لمؤسسة النقل البحري باختلاف الدول، والتي يكون لها تأثير مباشر على المزيج التسويقي، ومدى ملائمة الخدمة للمجتمع، فلكل بيئة اجتماعية أسلوبها في النقل، كما تؤثر البيئة الثقافية أيضا في اختيار النقل البحري مع احتمال تشابه احتياجات المستهلكين الأساسية للنقل البحري وإن اختلفت إحتياجاتهم لطبيعة هذا النقل باختلاف بيئتهم بالشكل الذي يشبع رغباتهم.

ت. **البيئة القانونية:** هناك عدد من القوانين الداخلية للدولة التي تعمل بها مؤسسة النقل البحري، والتي تؤثر بشكل مباشر على المزيج التسويقي للنقل البحري، مثل القوانين الخاصة بالصحة العامة والأمان والقضايا البيئية، وقوانين حماية المستهلك... إلخ، والغرض من هذه القوانين في المقام الأول حماية المستهلك، الأمر الذي يؤثر مباشرة على إستراتيجية التسويق لخدمات النقل البحري.

ث. **المؤسسات:** يقصد بالمؤسسات هنا المؤسسات الدولية أو المحلية التي تدعم حقوق المستهلكين ويجب الرد عليهم فورا بتغيير إستراتيجية التسويق الخاصة بالمؤسسة الخدمائية أي (مؤسسة النقل البحري)، وذلك للحفاظ على سمعة المؤسسة والتي تأثر على تأدية خدمة النقل البحري.

المبحث الثاني: التنوع الاقتصادي

تلجأ البلدان إلى التنوع الاقتصادي من أجل رفع مساهمات القطاعات الاقتصادية البديلة في الناتج المحلي الإجمالي، لاسيما في الدول النامية التي لا تزال تعتمد على مساهمة النشاطات الريفية في تكوين إجمالي الناتج الداخلي. وتعتبر الصادرات هي البضائع، والخدمات المنتجة في بلد واحد، والتي يتم شراؤها من قبل المقيمين في بلد آخر، ولا تعتبر معرفة نوعية هذه البضائع، أو الخدمات، أو كيفية إرسالها من الأمور المهمة؛ حيث يمكن أن يتم إرسال هذه البضائع عبر الشحن، أو حملها في الأمتعة الشخصية على متن الطائرة، أو إرسالها عبر البريد الإلكتروني.

المطلب الأول: مفهوم التنوع الاقتصادي وأهدافه

1- تعريف التنوع الاقتصادي

للتنوع الاقتصادي تعاريف متعددة، تختلف عن بعضها البعض باختلاف النظرة التي ينظر من خلالها إلى التنوع، ولضبط مفهوم التنوع الاقتصادي سنتناول مجموعة من التعاريف فيما يلي :

يقصد بالتنوع الاقتصادي أنه عملية تهدف لتوسيع القاعدة الاقتصادية، وإقامة ركائز اقتصاد حقيقي مكون من قاعدة إنتاجية ومالية وخدمائية، وبالتالي المساهمة في إيجاد مصادر أخرى للدخل¹.

كما يعرف التنوع الاقتصادي على أنه: محاولة إيجاد صادرات جديدة، ومصادر مختلفة للإيرادات غير المصادر التقليدية المعروفة، والعمل على الحصول على إيرادات دائمة ومستقلة من خلال التخلي عن الدور القيادي للقطاع العام و تعزيز دور القطاع الخاص في كل القطاعات الاقتصادية².

و يقصد بالتنوع الاقتصادي الرغبة في تحقيق عدد أكبر لمصادر الدخل الأساسية في البلد والتي من شأنها أن تعزز قدراته الحقيقية في إطار التنافسية العالمية، وذلك بمحاولة رفع القدرات الإنتاجية فيقطاعات متنوعة حتى وان كانت تلك القطاعات لا تتميز بميزة نسبية عالية، وهو يقوم على أساس النهوض بواقع عدد من هذه القطاعات تدريجيا لتكون بدائل يمكنها أن تحل محل المورد الواحد، أي أن التنوع الاقتصادي من منطلق هذا المفهوم ينطبق على البلدان التي تعتمد على مصدر وحيد وغير مستديم³.

¹ صادق هادي، دور التنوع الاقتصادي في تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاديات النفطية، دراسة مقارنة بين الجزائر والنرويج خلال الفترة 2000-2012، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد دولي وتنمية مستدامة، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2013-2014، ص 04.

² نزار ذياب عساف و خالد روكان عواد، متطلبات التنوع الاقتصادي في العراق في ظل فلسفة إدارة الاقتصاد الحر، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية و الإدارية، المجلد 06، العدد 12، جامعة الأنبار-العراق، 2014، ص 467.

³ عاطف لافي مرزوك، التنوع الاقتصادي في بلدان الخليج العربي، مقارنة للقواعد و الدلائل، مجلة الاقتصاد الخليجي، العدد 04، 2013، ص 07.

في اقتصاديات الدول النفطية يعرف التنوع الاقتصادي بأنه عملية الغرض منها تنمية القطاعات غير النفطية وتقليص دور القطاع الحكومي وتعزيز دور القطاع الخاص في النشاط الاقتصادي، وذلك لتقليل مساهمة النفط في الناتج المحلي الإجمالي وفي الإيرادات الحكومية¹.

كما يعرف التنوع الاقتصادي على أنه عملية إسهم قطاعات مختلفة من الاقتصاد وذلك بإشراكها في الاستثمارات بهدف تقليل المخاطر التي يتعرض لها البلد في حالة اعتماده على مورد واحد .

في مجال التصدير يعرف التنوع الاقتصادي على أنه يتمثل في مختلف السياسات التي تهدف إلى تقليل الاعتماد على عدد محدود من السلع والخدمات المصدرة، والتي تكون عرضة للعديد من المخاطر كتقلبات أسعارها في السوق الدولية، وتبعاً لذلك فإن التنوع الاقتصادي قد يكون أفقياً ، وهو ذلك التنوع الذي ينطلق من توزيع الاستثمارات على أدوات من نفس الفئة وفي نفس القطاع، أو أن يكون التنوع رأسياً، وهو الذي يعتمد على توزيع الاستثمارات على قطاعات متنوعة كالصناعة والزراعة والخدمات أو فئات مختلفة من الأدوات كالأسهم والسندات ، وهو ما يتطلب إضافة المزيد من مراحل معالجة المدخلات المحلية أو المستوردة، وبالتالي بالتنوع الرأسي يشجع الروابط الأمامية والخلفية في الاقتصاد².

بناءً على ما تم ذكره، يمكن القول إن التنوع الاقتصادي هو هدف تسعى إليه الدول ذات الاقتصادات الأحادية، خصوصاً الدول النفطية. ويُعتبر التنوع الاقتصادي عملية تشمل توسيع الإنتاج، تنوع الصادرات من السلع والخدمات، تنوع مصادر الدخل والإيرادات الحكومية، بالإضافة إلى إشراك القطاع الخاص في مختلف مجالات الاقتصاد.

¹ بلقعة إبراهيم، سياسات الحد من الآثار الاقتصادية غير المرغوبة لتقلبات أسعار النفط على الموازنة العامة في الدول العربية المصدرة للنفط- مع الإشارة لحالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف الجزائر، 2015، ص 134.

² ضياء الناروز، أهم قضايا الموارد الاقتصادية و التنوع الاقتصادي، دار التعليم الجامعي، مصر، 2019، ص 199.

2- أهداف التنوع الاقتصادي

تهدف سياسات التنوع الاقتصادي إلى تقليل الاعتماد على قطاع اقتصادي واحد من خلال تطوير قطاعات متعددة. يُسهم هذا في تعزيز استقرار الاقتصاد وزيادة فرص العمل وتحقيق النمو المستدام. كما يعزز من قدرة الدولة على مواجهة التحديات الاقتصادية العالمية ويقلل من تأثير تقلبات الأسواق على الاقتصاد الوطني. ويمكن تلخيص أهم الأهداف التي تسعى الدول لتحقيقها من خلال تبنيها لإستراتيجيات التنوع الاقتصادي فيما يلي:

- التقليل من نسبة المخاطر الاقتصادية والقدرة على التعامل مع أزمات والصدمات الخارجية.
- إحلال الواردات وتنويع الصادرات من خلال تطوير القطاعات المختلفة للاقتصاد، بها يضمن زيادة الناتج المحلي الإجمالي وتنمية عائدات الموازنة العامة .
- تمكين القطاع الخاص من لعب دورا مهم من خلال زيادة مساهمته في تحقيق التنمية الاقتصادية.

- فسح المجال أكثر للاستثمار سواء كانت محلية أو أجنبية .
- تمكين الروابط بين مختلف القطاعات الاقتصادية.
- الرفع من عدد المتعاملين التجاريين في الأسواق العالمية.
- العمل على ضمان واستدامة عجلة التنمية الاقتصادية الشاملة، من خلال توفير الميكانيزمات الاقتصادية اللازمة، عبر الموارد والأدوات المطلوبة لنجاح عملية التنوع الاقتصادي¹.

من جهة أخرى، يمكن التمييز بين أهداف التنوع الاقتصادي حسب الأفق الزمنية. فعلى المدى القصير، قد يكون الهدف هو التوسع وتعزيز عائدات القطاع الرئيسي البترول مثلا، وبالتالي زيادة نصيب هذا القطاع في كل من الناتج المحلي الإجمالي والعائدات التصديرية أما على المدى الطويل، فالهدف المنشود هو استخدام العوائد المكتسبة عن القطاع الرئيسي

¹مسعودي محمد. استراتيجيات التنوع الاقتصادي على الصعيد الدولي: تجارب ونماذج رائدة، مجلة الاقتصاد وأداة الأعمال (2018) .:ص 228-229.

في إحداث تنمية اقتصادية ومرتكزة على التنويع والتوجه نحو الاستثمار في قطاعات أخرى. أي أن القطاع الرئيسي، كالنفط، قد يتم الاعتماد عليه ليصبح وسيلة لإحداث التنوع الاقتصادي¹.

المطلب الثاني: فوائد التنويع الإقتصادي

تظهر أهميته وفائدته من خلال تحاشي المشاكل التي تكون اقتصاديات الدول الريعية عرضة لها باعتبارها تعتمد بصورة كبيرة على إيرادات مورد وحيد، والمتأتي من امتلاكها للموارد الطبيعية (النفط، الغاز،...) ما يؤدي إلى ضعف مساهمة القطاعات الإنتاجية في الإنتاج، وتكوين الناتج المحلي الإجمالي وبالتالي تهتم بالتوزيع دون الإنتاج. وباعتبار الموارد الطبيعية ناضبة وغير متجددة ما يلزم الدولة النفطية عاجلا أم آجلا حتمية التنويع لتوزيع الخطر لتقادي أي مشاكل ناتجة عن تقلبات أسعاره في الأسواق الدولية، وذلك من خلال دراسة تجارب السابقة للدول سواء الناجحة أو الفاشلة فالأولى تفيدنا في النجاح والثانية تقادي الاستراتيجيات التي تسببت بفسلها.

احتلت مسألتي النمو والتنويع مكانة هامة في تاريخ الفكر الاقتصادي، حيث تدور جميع تفسيراتهم حول النمو وتنويع الأنشطة الاقتصادية، وتوصلت الدراسات إلى أن النمو والتنويع الاقتصادي أمران حاسمان في تحقيق التنمية المستدامة في البلدان، خاصة النفطية وذلك لسببين: أولهما تركز الصادرات في قطاع واحد مما يجعلها عرضة لتقلبات أسعار النفط. ثانيا الاعتماد على قطاع النفط لا يولد فرص عمل، وبالتالي يؤدي إلى ضعف القطاعات الإنتاجية التي من شأنها خلق فرص عمل وعدم مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي.

يرتبط توازن استقرار الموازنة العامة في البلدان الريعية ارتباطا وثيقا بأسعار النفط، ولذا تكمن ضرورة التنويع الاقتصادي في تحقيق الاستقرار للموازنة العامة وذلك من خلال تفعيل القطاعات الإنتاجية الأخرى بحيث تكون لها نفس مساهمة قطاع النفط في الناتج المحلي

¹ عمال السعيد بوشول، نذير غانية، سعاد جرمون. المقاولاتية كإستراتيجية للتنويع الاقتصادي - دراسة حالة المملكة العربية السعودية -، مجلة الجزائر للتنمية الاقتصادية، (2017) ص 229.

الإجمالي والصادرات، ومن جهة أخرى يؤدي ذلك إلى تشجيع تنفيذ الخطط المستقبلية من خلال توفير الكفاءات من رأس مال بشري، وتكنولوجيا، ومؤسسات إدارية، وبيئة اجتماعية منافسة. وباعتبار النفط مادة ناضبة يستلزم وجوب إنشاء قاعدة إنتاجية بديلة تهتم بالإنتاج في القطاعات الأخرى غير النفط، كقطاع الصناعة التحويلية، الزراعة أو الخدمات. وعلى هذا الأساس يستلزم على كل دولة ريعية مهما كان القطاع التي تعتمد عليه تنوع مصادر إيراداتها من خلال التركيز على بقية القطاعات الأخرى مثل الزراعة والصناعة التحويلية والخدمات. وكذلك الاهتمام بالسياحة وذلك لتجنب مشاكل المورد غير المتسم بصفة الاستقرار نتيجة التقلبات في أسعاره¹.

المطلب الثالث: نماذج التنوع الاقتصادي في بعض الدول العربية

أولاً: تطور الناتج المحلي الإجمالي في المملكة العربية السعودية نموذجاً:

كشفت الهيئة العامة للإحصاء عن أن الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي للسعودية انخفض بنسبة 0.8% في عام 2023 مقارنة بعام 2022. وأشارت الهيئة في تقريرها، إلى أن الأنشطة النفطية في عام 2023 شهدت انخفاضاً بنسبة 9%، في حين حققت الأنشطة غير النفطية نمواً بنسبة 4.4%، كما حققت الأنشطة الحكومية ارتفاعاً بنسبة 2.1%².

وقالت الهيئة العامة للإحصاء في بيان لها، أنها تبنت منهجية السلاسل المتحركة في الحسابات القومية لحساب الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي، حيث أصدرت النشرة للربع الرابع من عام 2023 والنشرة السنوية للعام نفسه بالمنهجية الجديدة بدلاً من المنهجية السابقة التي كانت تقوم على استخدام سنة الأساس الثابتة.

وأوضحت أن منهجية السلاسل المتحركة تعتبر منهجية ديناميكية تُستخدم في قياس معدلات النمو الاقتصادي، وتحديدًا في تقدير معدلات النمو الحقيقية للحسابات القومية، وذلك باستخدام

¹ إسماعيل صاري، التنوع الاقتصادي وتنوع التنمية كبديل للحد من الصدمات النفطية الخارجية في الجزائر (تقديم نموذج مقترح)، مجلة البشائر الاقتصادية، 2019، ص 43.

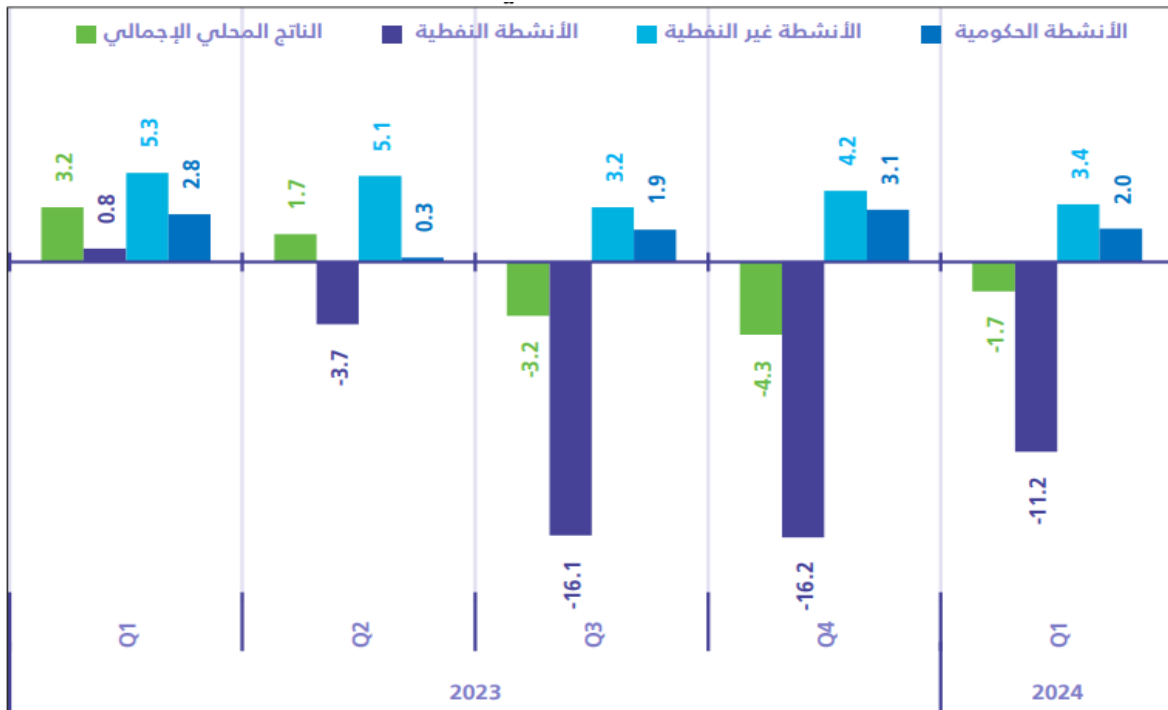
² الهيئة العامة للإحصاء بالمملكة العربية السعودية

أوزان وأسعار السنة السابقة لسنة القياس لتوفير قياس في إطار فترات زمنية متجاورة، وتعكس بدقة الظروف الحالية في اقتصاد أي دولة تستخدم هذه المنهجية.¹

الجدول 1: الناتج المحلي الإجمالي حسب القطاعات التنظيمية (منهجية السلاسل المتحركة، مليار ريال)

القطاع	2022	2023	التغير
الأنشطة النفطية	1129.94	1027.52	(% 9.1)
الأنشطة غير النفطية	1658.64	1731.79	% 4.4 +
الأنشطة الحكومية	598.69	611.24	% 2.1 +
القيمة المضافة الإجمالية	3401.63	3353.80	(% 1.4)
صافي الضرائب على المنتجات	102.01	114.83	% 12.6 +
الناتج المحلي الإجمالي	3497.46	3470.74	(% 0.8)

المصدر: البيانات يتم تحديثها وفقاً لنشرات الهيئة العامة للإحصاء بالمملكة العربية السعودية



الشكل 2 : معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي الربعي (على أساس سنوي %)

الهيئة العامة للإحصاء بالمملكة العربية السعودية

شهد الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي في المملكة العربية السعودية انخفاضاً بنسبة 0.8% في عام 2023 مقارنة بعام 2022، متأثراً بشكل كبير بانخفاض الأنشطة النفطية بنسبة 9%.

¹ الهيئة العامة للإحصاء بالمملكة العربية السعودية

في المقابل، حققت الأنشطة غير النفطية نموًا ملحوظًا بنسبة 4.4%، مما يعكس جهود التنوع الاقتصادي في المملكة. على الصعيد الآخر، نلاحظ أن الجزائر تعتمد بشكل كبير على قطاع النفط والغاز، حيث يسهم بحوالي 20-25% من الناتج المحلي الإجمالي وأكثر من 90% من صادرات البلاد. وبالتالي، أي انخفاض في أسعار النفط يؤثر بشكل كبير على الاقتصاد الجزائري، مما يعرضه لتقلبات اقتصادية شديدة مقارنة بالسعودية، التي بدأت تشهد تحسنًا في الأنشطة غير النفطية بفضل جهود التنوع المستمرة.¹

ثانياً: تطور الناتج المحلي الإجمالي في دولة الإمارات المتحدة:

حلت دولة الإمارات في المرتبة الأولى إقليمياً والمرتبة 18 عالمياً في مؤشر تنمية السياحة والسفر لعام 2024 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، لتحقق تقدماً بمقدار 7 مراكز مقارنة بالمرتبة الـ 25 عالمياً في العام 2019.

تواصل دولة الإمارات العربية المتحدة تعزيز مكانتها كوجهة سياحية رائدة على المستوى الإقليمي والدولي، مدفوعةً برؤية القيادة الرشيدة واستراتيجياتها الاستشرافية. يعكس الأداء الإيجابي للقطاع السياحي في الدولة النتائج الملموسة لسياسات التنوع الاقتصادي، التي تهدف إلى تقليل الاعتماد على الموارد النفطية وتعزيز مساهمة القطاعات الأخرى في الناتج المحلي الإجمالي.²

من خلال "الاستراتيجية الوطنية للسياحة 2031"، تسعى الإمارات إلى تعزيز مكانتها كأحد أبرز الوجهات السياحية في العالم. هذه الاستراتيجية تركز على مجموعة من المشاريع والمبادرات الرائدة، التي تشمل تطوير بنية تحتية سياحية متقدمة وفقاً لأفضل الممارسات العالمية، وتقديم منتجات وخدمات سياحية متفردة تسهم في تحسين تجربة الزوار. ومن المتوقع

¹ من اعداد الطالبة على ضوء المعطيات تطور الناتج المحلي الإجمالي في المملكة العربية السعودية

² ينظر ، الموقع الرسمي لوزارة الاقتصاد لدولة الامارات العربية المتحدة <https://www.moec.gov.ae> ،شاهد يوم

أن يشهد القطاع السياحي في الإمارات نمواً ملحوظاً خلال عام 2024، مما يعزز دوره كمساهم رئيسي في الاقتصاد الوطني، بما يتماشى مع "رؤية نحن الإمارات 2031".

كما أن نجاح الإمارات في تعزيز تنافسيتها السياحية يتجلى في تصدرها لمؤشرات دولية، مثل مؤشر التنمية والسياحة لعام 2024 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي. يقيس هذا التقرير أداء 119 دولة وفقاً لعوامل وسياسات تساهم في خلق بيئة مستدامة ومرنة لقطاع السفر والسياحة. تصدر الإمارات للمشهد السياحي العالمي في عدة مؤشرات فرعية، مثل شمولية بيانات السفر والسياحة والسياسات الممكنة للسفر، يعكس فعالية الاستراتيجية الوطنية والتزام الدولة بتطوير قطاع السياحة كجزء لا يتجزأ من مسيرتها التنموية.¹

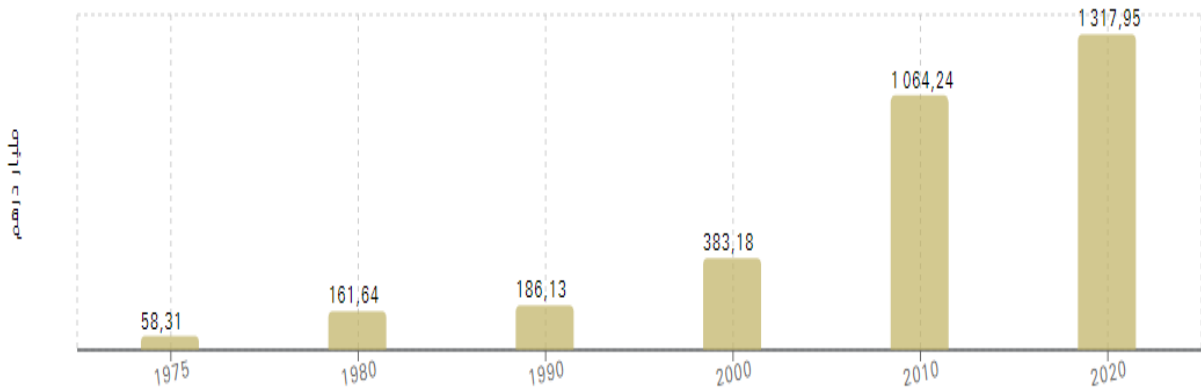
هذه الإنجازات هي نتيجة لسياسات مرنة ومبتكرة تتبناها الدولة، والتي تهدف إلى تعزيز مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، بما يعكس التزام الإمارات بتحقيق أهدافها الطموحة على الصعيدين الاقتصادي والتنموي.

وأشار التقرير إلى أن دولة الإمارات جاءت في المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر توفير بيانات السفر والسياحة، وفي محور "البنية التحتية لقطاع النقل الجوي"، وفي المرتبة الثانية عالمياً في مؤشر البنية التحتية والخدمات، وفي المرتبة الثالثة عالمياً في مؤشر شمولية بيانات السفر والسياحة، وكذلك في مؤشر كفاءة خدمات النقل الجوي، وفي مؤشر السياسات والظروف الممكنة للسياحة والسفر.

إضافة إلى ذلك، أظهر التقرير أن الدولة حصلت على المرتبة الأولى عالمياً في 6 مؤشرات، ومن ضمن الخمس الأوائل في 15 مؤشراً، وكذلك من ضمن العشر الأوائل في 27 مؤشراً، كما حققت الدولة تقدماً في 32 مؤشراً من إجمالي المؤشرات التي شملها التقرير.

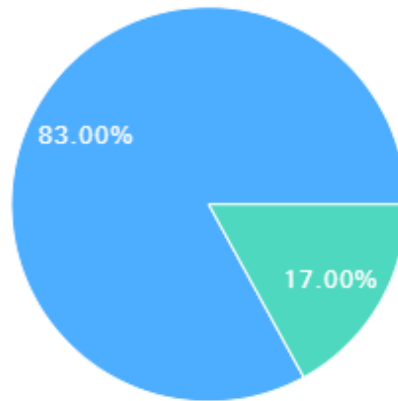
¹ ينظر، الموقع الرسمي لوزارة الاقتصاد لدولة الإمارات العربية المتحدة <https://www.moec.gov.ae>، شوهذ يوم

يُذكر أن القطاع السياحي الإماراتي حقق نمواً كبيراً بنسبة 26% في العام 2023 مقارنةً بعام 2022 ومتخطياً مستويات عام 2019 بنسبة 14%، لتصل مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي للدولة نحو 220 مليار درهم أي ما يعادل 11.7% من إجمالي الناتج المحلي للدولة، ومن المتوقع أن ترتفع مساهمته في الاقتصاد الوطني في العام 2024 لتصل إلى 236 مليار درهم أي ما يعادل 12% من إجمالي الناتج المحلي للدولة، وذلك وفقاً لتقرير صادر عن "المجلس العالمي للسفر والسياحة".¹



الشكل 3: يمثل الناتج المحلي الاجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة من سنة 1975 الى 2020. المصدر: الموقع الرسمي لوزارة الاقتصاد لدولة الامارات العربية المتحدة متوفر على الموقع:

[/HTTPS://WWW.MOEC.GOV.AE](https://www.moec.gov.ae)



■ الناتج المحلي الإجمالي النفطي ■ الناتج المحلي الإجمالي غير النفطي

الشكل 4: يمثل الدائرة النسبية الموضحة للفرق بين الناتج المحلي النفطي والناتج المحلي غير النفطي في دولة الامارات العربية المتحدة

¹ الموقع الرسمي لوزارة الاقتصاد لدولة الامارات العربية المتحدة [/https://www.moec.gov.ae](https://www.moec.gov.ae)، شوهذ يوم

الشكل 03 يوضح النسبة بين الناتج المحلي الإجمالي النفطي والناتج المحلي الإجمالي غير النفطي في دولة الإمارات العربية المتحدة. يُظهر الشكل أن الناتج المحلي النفطي يشكل 17% فقط من إجمالي الناتج المحلي، بينما يشكل الناتج المحلي غير النفطي 83%. هذه النسبة تعكس نجاح الإمارات في تنويع اقتصادها وتقليل الاعتماد على قطاع النفط، حيث أصبحت القطاعات غير النفطية المساهم الأكبر في الاقتصاد الوطني.

بالمقارنة مع الجزائر، يظهر الاختلاف الكبير في هيكلية الاقتصاد. الجزائر تعتمد بشكل أكبر على النفط والغاز كمصدر رئيسي للناتج المحلي الإجمالي. يُشكل القطاع النفطي في الجزائر جزءاً كبيراً من الاقتصاد، مما يجعل البلاد عرضة لتقلبات أسعار النفط العالمية. في حين أن الإمارات نجحت في تقليل هذا الاعتماد من خلال تنمية قطاعات أخرى مثل السياحة، الخدمات المالية، والصناعة، ما يعزز استقرارها الاقتصادي ويساهم في تحقيق نمو مستدام على المدى الطويل.

المطلب الرابع: الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية لتشجيع المنتج الوطني في إطار السياسة الصناعية في الجزائر:

1. المراسيم والقوانين التشريعية الصادرة بهدف تشجيع المنتج الوطني في إطار السياسة الصناعية في الجزائر:

عرفت الجزائر بعد انخفاض الكبير في أسعار النفط منتصف عام 2014 عدة مراسيم وقوانين لتنظيم عملية التجارة الخارجية بهدف تخفيض فاتورة الاستيراد والتقليل من عجز ميزان التجاري، وهذا من خلال تبني سياسات تجارية حمائية وتوطين المنتجات الأجنبية وكذا تشجيع المنتج الوطني:

❖ مرسوم تنفيذي رقم 15-306 يحدد شروط وكيفيات تطبيق أنظمة رخص الاستيراد أو التصدير للمنتجات والبضائع يعتبر المرسوم التنفيذي رقم 15-306 المؤرخ في 6 ديسمبر 2015 والصادر في الجريدة الرسمية المحدد لشروط وكيفيات تطبيق نظام رخص الاستيراد أو التصدير من بين القرارات الحاسمة والجريئة التي اتخذتها الحكومة الجزائرية لتنظيم التجارة

الخارجية، وضع حد للنزيف الحاد الذي أصاب الخزينة العمومية لسنوات طويلة بسبب الاستيراد المكثف لكل أنواع السلع الاستهلاكية رغم أن الكثير منها يصنع مثله بالجزائر، حيث نصت المادة 02 على ما يلي: " تخضع المنتجات والبضائع المستوردة أو المصدرة في إطار أنظمة الرخص المذكورة في المادة الأولى أعلاه إلى ترخيص مسبق يسمى حسب الحالة "رخصة الاستيراد" أو " رخصة التصدير"¹

وكانت الحكومة تأمل أن يساهم قرار فرض رخص الاستيراد في تنظيم قطاع الواردات الذي لم تضبطه قيود طيلة السنوات الماضية عملاً بمبدأ حرية التجارة فكان متاحاً للمتعاملين الاقتصاديين توريد ما رغبوا من سلع ومن شتى أنحاء العالم، مما سبب في إغراق الأسواق المحلية بكل أنواع السلع الاستهلاكية وبكميات كبيرة تتجاوز الاحتياجات، وكانت النتيجة تضاعف فاتورة الاستيراد التي أثقلت كاهل الخزينة العمومية كما كانت تأمل أن يفسح القرار المجال لانعاش الصناعة المحلية وإعادة الاعتبار للسلع الجزائرية التي عانت طويلاً من منافسة المنتجات الأجنبية غير العادلة.

❖ مرسوم تنفيذي رقم 18-202 مؤرخ في 19 ربيع الثاني عام 1439 الموافق 7 يناير سنة 2018، يتضمن تعيين البضائع موضوع التقييد عند الإستيراد:

أعلنت الحكومة إلغاء نظام رخص الاستيراد المطبق منذ 2016، وذلك اعتباراً من العام 2018، لكونه أثبت محدوديته وأنه نظام بيروقراطي يفقد للشفافية فضلاً عن تسببه في تذبذب السوق من حيث التموين بالسلع، حيث تم تعليق استيراد قرابة 900 منتج ابتداءً من يناير 2018 في سياق التأطير الجديد للتجارة الخارجية، ويتعلق الأمر على الأخص بالفواكه الجافة والاجبان (منتجات كاملة) والفواكه الطازجة (باستثناء الموز) والخضر الطازجة (باستثناء الثوم) واللحوم باستثناء بعض الاصناف مثل لحوم البقر و التونة... إلخ، ويأتي هذا القرار في إطار سياسة الحكومة الرامية إلى استعادة توازن ميزان المدفوعات، كما يهدف هذا الاجراء

¹ الجريدة الرسمية مرسوم تنفيذي رقم 155-306، 2015، صفحة 08.

حسب الحكومة إلى تحسين تنافسية المنتجات المحلية مقارنة بنظيرتها المستوردة وأيضا بتعزيز الإيرادات المالية المحصلة من عمليات استيراد بعض المنتجات الكمالية.

وتنص المادة على ما يلي: 01: "تستبدل قائمة البضائع الخاضعة للتعليق المؤقت عند الاستيراد الواردة في ملحق المرسوم التنفيذي رقم 02-18 المؤرخ في 19 ربيع الثاني عام 1439 الموافق لـ 7 يناير سنة 2018 والمذكور أعلاه بالقائمة المرفقة بهذا المرسوم"¹

❖ مرسوم تنفيذي رقم 139-18 مؤرخ في 21 مايو سنة 2018، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 02-18 المؤرخ في 7 يناير سنة 2018 والمتضمن تعيين البضائع موضوع التقييد عند الإستيراد:

أكدت الحكومة من خلال اصدار المرسوم التنفيذي رقم 1-18- أن السلع الخاضعة لنظام تقييد الاستيراد لا تمثل قائمة جديدة وإنما تحيينا للقائمة الأولية الملحقة في المرسوم التنفيذي رقم 02-18 حيث أصبح من الضروري إجراء بعض التعديلات على قائمة السلع المعلقة مؤقتا لدى الاستيراد بهدف حذف بعض المنتجات التي تشكل مدخلات للأداة الإنتاجية من القائمة وإضافة بعض السلع كاملة الصنع، والتي يغطي فيها الإنتاج المحلي حاجيات السوق بشكل واسع. وعليه، فإن قائمة السلع المعلقة مؤقتا لدى الاستيراد كانت محل تحيين.

وعليه فإن قائمة البضائع موضوع التقييد عند الاستيراد المذكورة في الملحق المرسوم التنفيذي 02-18 تم تعويضها بالقائمة الملحقة في المرسوم التنفيذي رقم 139-18، وهذا ما نصت عليه المادة 01 تستبدل قائمة البضائع الخاضعة للتعليق المؤقت عند الاستيراد الواردة في ملحق المرسوم التنفيذي رقم 2018 المؤرخ في 19 ربيع الثاني عام 1439 الموافق لـ 7 يناير سنة 2018 والمذكور أعلاه بالقائمة المرفقة بهذا المرسوم "²

¹ (الجريدة الرسمية، مرسوم تنفيذي رقم 02-18، 2018، صفحة 04).

² (الجريدة الرسمية مرسوم تنفيذي رقم 139-18، 2018، صفحة 03)

كما كشفت الحكومة أنه تم اقتراح في مشروع قانون المالية التكميلي 2018 إنشاء نظام جديد لتنظيم الواردات وحماية ميزان المدفوعات من خلال وضع رسوم إضافية للحماية المؤقتة بدلا من تعليق المؤقت للاستيراد، وأضافت الوزارة انه سيتم فرض رسم إضافي مؤقت للضمانات كما في حالة الرسوم الجمركية بمعدلات رادعة للغاية بين 30 و200 بالمئة.

❖ مرسوم تنفيذي رقم 11-1995- المؤرخ في 24 جانفي 2019 يعدل المرسوم التنفيذي رقم 18-02-10 المؤرخ في 7 يناير 2018 والمتضمن تعيين البضائع موضوع التقييد عند الاستيراد:

أصدرت الحكومة بتاريخ 27 يناير 2019 قرارا آخر يحدد قائمة البضائع (1095 منتج) والتي يمكن أن يتم استيرادها لكنها خاضعة للرسم الإضافي المؤقت الوقائي بنسب تتراوح بين 30 في المائة و200 في المائة، حيث تم تعديل المرسوم التنفيذي 7 يناير 2018 المتضمن البضائع موضوع التقييد عند الاستيراد بمرسوم تنفيذي نشر في الجريدة الرسمية رقم 6 بتاريخ 27 يناير 2019، بالإضافة الى ذلك، تم استبدال قائمة البضائع الخاضعة للتعليق المؤقت عند الاستيراد المذكورة في ملحق المرسوم التنفيذي لشهر يناير 2018 بقائمة أخرى أصغر. حيث نصت المادة 01 تستبدل قائمة البضائع الخاضعة للتعليق المؤقت عند الاستيراد المذكورة في ملحق المرسوم التنفيذي رقم 18-02 المؤرخ في 19 ربيع الثاني عام 1439 الموافق لـ 7 يناير سنة 2018 والمذكور أعلاه، بالقائمة المرفقة بهذا المرسوم " ¹

كما تم تأسيس رسم وقائي إضافي مؤقت، يطبق على البضائع المستوردة بنسبة تتراوح بين 30% و200% وسيتم تطبيق هذه النسبة على المنتجات الفاخرة المستوردة، التي ستكون خاضعة للرسم بدلا من منعها، الأمر الذي ستنرتب عنه إيرادات بالنسبة للخزينة ولجأت الحكومة الى الرسم الوقائي المؤقت بهدف ترشيد الإيرادات التي تبقى تشكل فاتورة جد ثقيلة بالنسبة لاحتياجات البلاد من الصرف حسبها.

¹ (الجريدة الرسمية مرسوم تنفيذي رقم 11-12 مرسوم تنفيذي رقم 11-12 المؤرخ في 24 جانفي 2019، يعدل المرسوم التنفيذي رقم 18-02-10 المؤرخ في 7 يناير 2018 والمتضمن تعيين البضائع موضوع التقييد عند الاستيراد، 2019، صفحة 06).

الفصل الثالث

الدراسة التحليلية

المبحث الأول: واقع تسويق خدمات النقل في الجزائر

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 واشباع رغبات الزبون من خلال تلبية احتياجاته وإيصاله بأعلى جودة. و بما أن 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، ما يستوجب على مؤسسات النقل العامة و الخاصة الاهتمام أكثر فأكثر بالأنشطة التسويقية التي تضمن ولاء المسافرين و مقاومة المنافسة الحادة خاصة و أن قطاع النقل يتمتع بمنافسة شديدة و ذلك لوجود وسائل نقل مختلفة، والتي تشكل جزءا مهما في الحياة المعاصرة وتحقق نوعا من التنوع الاقتصادي، فمن خلالها يقاس مستوى تحضر الدولة لأنها المسؤولة عن تنشيط حركة الحياة فيها بكافة أبعادها الاقتصادية والاجتماعية. في هذه المحاضرة سنتطرق لمفهوم خدمة النقل وخصائصها، مفهوم تسويق خدمات النقل وأهميته، سوق خدمة النقل وفي الأخير نظام بحوث التسويق في مجال النقل¹.

المطلب الأول: تسويق خدمات النقل البحري في الجزائر

1- ماهية تسويق خدمات النقل:

إن التقدم الاقتصادي والثقافي والحضاري أدى إلى زيادة حاجات الانسان لخدمات النقل، ونتيجة لزيادة الطلب عليها فقد واجهت المنظمات المقدمة لهذه الخدمات الكثير المشاكل التي تعد عائقا أمامها في تلبية حاجات المستفيدين من خدماتها، وكانت معظم المشاكل التي تواجهها مشاكل تسويقية، فنجد أن تأخر هذه المنظمات بالأخذ بالمبادئ التسويقية في تسويق خدماتها هو تركيز جهودها على الانتاج دون التسويق².

¹ حمدون أسماء، تسويق خدمات النقل، جامعة سيدي بالعباس، 2019، ص 72

² محمد دحمان، الخدمة التسويقية، دراسة جودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الجزائرية، مذكرة ماجستير، جامعة بن

يوسف بن خدة" الجزائر"، 2008، ص 08

فلنجاح المؤسسة ووصولها إلى الأهداف المسطرة لابد من تظافر عدة عوامل وتكامل مختلف الوظائف الموجودة فيها، حيث كان الهم الأكبر في البداية هو كيفية مزج عوامل الإنتاج المختلفة للوصول إلى خدمات يستفاد منها، ولكن مع تطور عوامل الإنتاج وانقسام مجالات الإنتاج إلى عدة ميادين وظهور التخصص في نشاطات معينة لعديد المتعاملين، أصبح الهم الأساسي هو وجود طرق من شأنها جلب أكبر طلب ممكن على الخدمات المعروضة من طرف مؤسسة ما دون سواها من المؤسسات التي تعمل في مجال النقل، أي كيفية الحصول على نسبة معينة من الطلب في سوق يعج بالمنافسة، هذا ما سمح بظهور التسويق الذي يعتبر وظيفة أساسية سرعان ما احتلت أهمية بالغة بين باقي الوظائف في المؤسسة.

من خلال ما سبق يمكننا اقتراح تعريف لتسويق خدمات النقل والقول أنه تلك العملية التي تهدف إلى دراسة حاجيات المسافرين في مجال النقل قصد التكيف معها واشباعها، مع مراعاة أهداف مؤسسة النقل وامكانياتها، كما أنه مجموعة الأنشطة والتقنيات التي تسمح لمؤسسة النقل التعرف على احتياجات ورغبات السوق المسافرين من السلع والخدمات وطرق إشباعها في المكان والوقت والكمية والنوعية والأسعار والسرعة المناسبة بغية تحقيق أهدافها¹ ومن هنا يتجلى مفهوم تسويق خدمات النقل من خلال إبراز مساهمته في تحقيق متطلبات البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، للتمكّن من الحصول على خدمات نقل تتسم بالجودة والكفاءة وتلبي احتياجات مختلف مستخدميها²

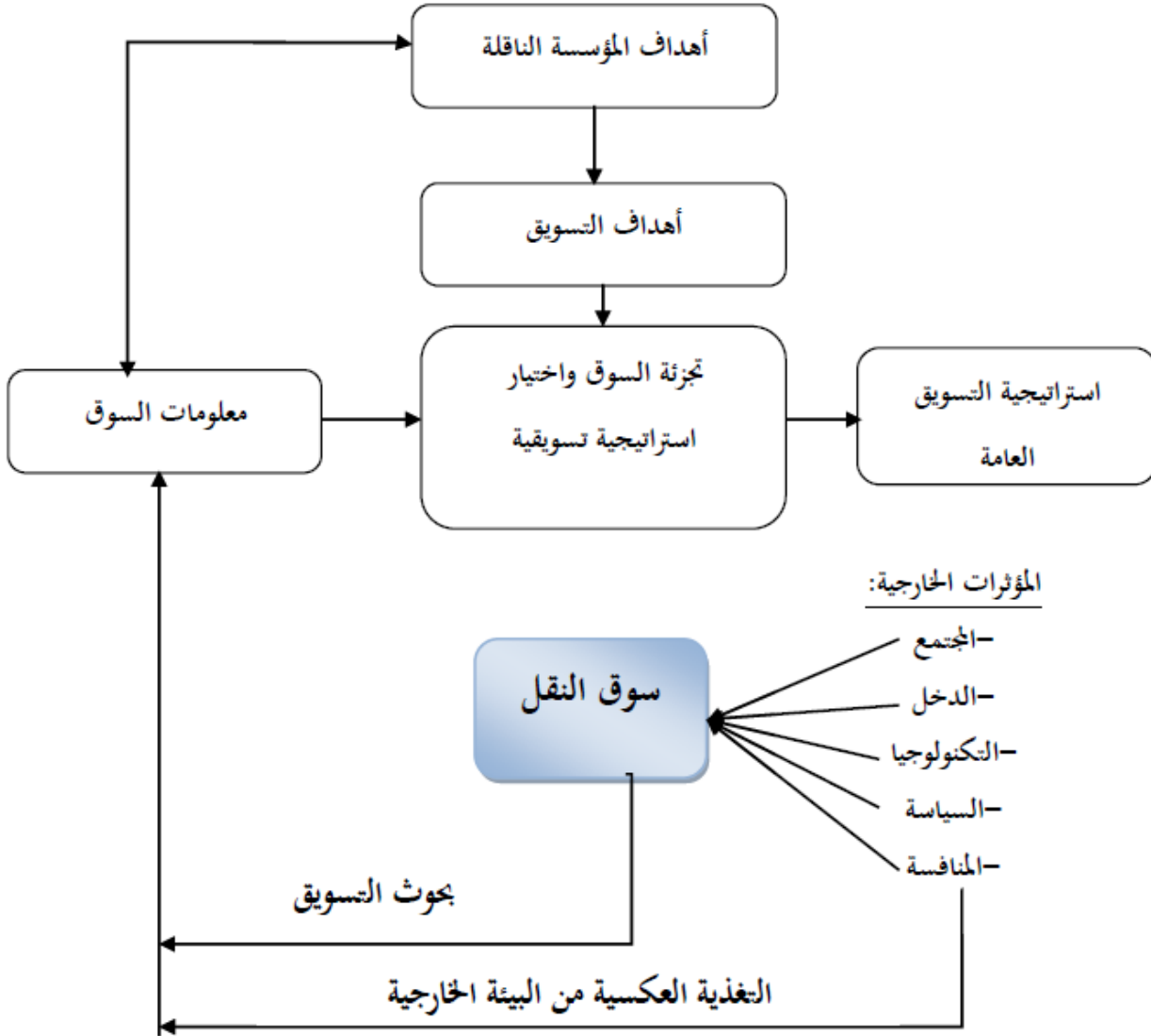
2- تحليل هيكل عمليات تسويق خدمات النقل:

يتكون الهيكل العام لتسويق خدمات النقل من عناصر متعددة ويمكن تجزئتها إلى العناصر الداخلية، وهي العناصر التي تتعلق بالظروف التي تحكم المؤسسة وسياساتها العامة في النقل،

¹ تعريف مقترح من طرف د. حمدون أسماء، استاذة محاضرة، قسم العلوم التجارية، جامعة الجبالي اليايس، سيدي بلعباس

² المرجع السابق نفسه

والعناصر الخارجية وهي التي تتعلق بالظروف البيئية المحيطة بالمؤسسة كما هو بالنسبة للمنافسة، نظم المعلومات، الأسعار، إلخ، والشكل الموالي يوضح ذلك¹.



الشكل 5: الهيكل العام لتسويق خدمات النقل²

المصدر: محمد عباس ديوب وآخرون، مرجع سابق ذكره

ويلاحظ من الشكل بأن هيكل تسويق خدمات النقل يتكون من:

¹ محمد عباس ديوب وآخرون، أثر الترويج في تسويق خدمات النقل الجوي: نموذج مرسسة الطيران العربية السورية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 03، 2006، ص 68.

² محمد عباس ديوب وآخرون، مرجع سابق ذكره.

أ. **أهداف خدمات النقل:** تعتبر الأهداف بمثابة الأداة التي تعتمدها أي مؤسسة لتقييم عملها فيما إذا كانت تسير نحو الاتجاه الصحيح أو بالعكس، حيث يتم مقارنة الأداء الفعلي مع ما هو مخطط أساساً، لذلك فإن أي انحراف حاصل عن بلوغ الهدف يعني تراجع في تأدية الأعمال تتناسب درجته مع درجة الانحراف الحاصل، وبقدر تعلق الأمر في جانب النقل، فإن تحديد الهدف بالنسبة للناقل أمر ضروري عند قيامه بتسويق عمليات النقل، ولعمل وضع برنامج النقل وتحديد الأهداف ليس بالأمر البسيط إذ يتطلب دراسة داخلية وخارجية وأن يكون هناك تكامل وتوافق بين المتغيرات التي تحكم الأداء.

ب. **أهداف التسويق:** إن وجود التراب بين الأهداف العامة لمؤسسات النقل ومتطلبات السوق هو الشيء الأساسي في تحقيق أهداف تسويق الناقل.

ت. **تجزئة السوق:** السوق هو مجموعة من المشترين الحاليين والمرقبين لمنتج معين، وتعني عملية تجزئة السوق بوجه عام تصنيع الأفراد أو المناطق الجغرافية إلى مجموعات متجانسة كي تسهل عملية الدراسة والتقييم لهذه المجموعات، وعندها تكون المعالجات والخط التسويقية مبنية على أسس عملية لكل مجموعة على حدى والتي قد تختلف عن المجموعات الأخرى.

استراتيجية التسويق: لكي تكون استراتيجية التسويق فاعلة وسليمة لابد من أن يتحقق التكامل والترابط ما بين الأجزاء المتعددة التي تكونها (الخدمات، التسعير، الترويج، التوزيع) وأن تتوجه كل هذه الأجزاء نحو تحقيق الهدف المطلوب¹.

الإستراتيجية الجزئية للخدمات: هناك نوعان من الخدمات (الخدمات بشكلها الملموس مثل نوعية الطائرات، سهولة حركتها، فاعليتها، الراحة المتحققة من استخدامها، الأمان، السرعة، الأسعار،... إلخ). وهناك الخدمات بشكلها غير الملموس أي الصورة ايجابية المرسومة في أذهان المسافرين عن المؤسسة الناقلة، هذا وإن كلا النوعين يؤثران على المستفيد عند شرائه لخدمة النقل، لذلك يستلزم الأمر عند وضع استراتيجية الخدمات أن تبوب هذه الخدمات وترتب بما يتناسب مع التطور الحاصل في وسائل النقل ونوعيتها، باضافة إلى ضرورة القياس الدقيق

¹ الأستاذة المحاضرة عبيدي فتحة، مطبوعة في مقياس تسويق خدمات النقل، جامعة غرداية، 2022 ص 45

لأسعار تلك الخدمات، لما لها من تأثير على الوضع النفسي للمسافر، بحيث يكون هناك تناسب بين مستوى الخدمات المقدمة وأسعارها.

المطلب الثاني: التشريعات والسياسات اللوجستية في تسويق خدمات النقل

1- تعريف النقل في القانون الجزائري:

قد عرف القانون الجزائري خدمة النقل في نص المادة 16 من القانون رقم 17/88 المؤرخ في 10 ماي 1988 بما يلي: "يعد نقلا كل نشاط ينقل بواسطته شخص طبيعي أو معنوي شخصا أو بضائع من مكان إلى آخر على متن مركبته مهما كان نوعها"¹

ومن خلال هذه المادة يتضح أن القانون الجزائري عرف النقل على أنه نشاط ولم يتطرق إلى الناحية الاقتصادية، حيث أن النقل هو نشاط يخلق منفعة في الزمان والمكان بواسطة التحويل الفيزيائي للسلع والأشخاص من مكان إلى آخر²

انطلاقا من التعاريف السابقة يمكن أن نستنتج أن النقل نشاط يخلق منفعة في الزمان والمكان بواسطة أشخاص طبيعيين أو معنويين، يضمن تحويل الأشخاص والبضائع في مجال معين من مكان لآخر على متن مركبة معينة لمسافة محددة³.

2- تعريف ادارة اللوجستيك:

في سنة 1922 « Clark Frad E » في كتابو "مبادئ التسويق"، يثت إلى ضرورة الاهتمام بوظيفتي النقل والتخزين قبل أن يدرك الأهمية الكبرى لهاتين الخدمتين والمحددتين في تكاليف الانتاج⁴.

¹ القانون رقم 17/88 المؤرخ في 10 ماي 1988 يتضمن توجيه النقل البري وتنظيمه، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 19 ص 785

² Daniel L'Huilier, **Le cout de Transport**, Paris Edition Cujas, 1960, P 31.

³ شني صورية، إستخدام إستراتيجية النقل الذكي كأداة لدعم أدوات النقل المستدام - دراسة متطلبات التطبيق في النقل البري بالجزائر اطروحة دكتوراه، جامعة محمد بوضياف - المسيلة، 2017، ص: 13

⁴ أقاسم عمر، الإمداد الشامل مدخل إدارة التكلفة و السياسات الدتبعه ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة تلمسان، 2010 2002 ، ص 03 ، اقتباسا من كتاب F.E Clark, Principal of Marketing, Network the Marmillan company, 1922, p16.

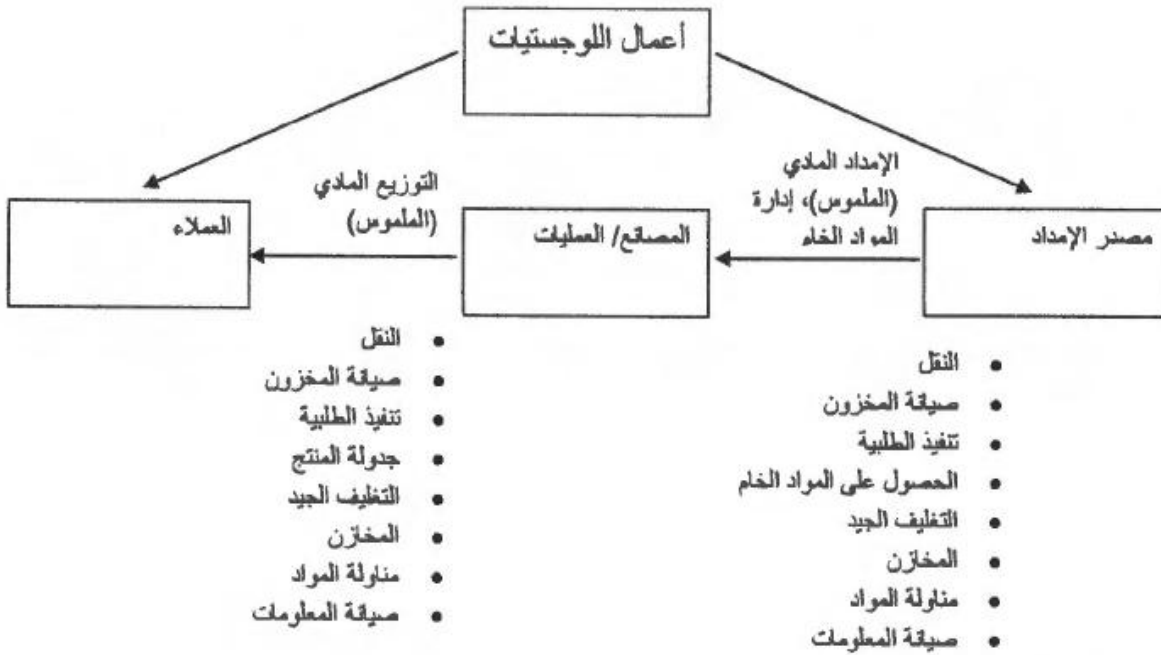
في سنة 1948، قامت الجمعية الأمريكية للتسويق بتعريف اللوجستيك على أنه: "مجموعة من الأنشطة التي تتعلق بتحريك المنتجات النهائية أو تامة الصنع من نهاية خط الإنتاج، وهذه الأنشطة تتمثل في النقل ومناولة المواد والتخزين.. الخ، وبما يطلق عليه بالإمداد التوزيعي"¹. ولقد عرف مجلس إدارة الأعمال اللوجيستية² في الو.م.أ عام 1960 الأنشطة اللوجيستية في على أنها تلك العملية الخاصة "بتخطيط وتنفيذ ورقابة التدفق والتخزين الكفاء والفعال للمواد الخام والسلع النهائية والمعلومات ذات العلاقة وذلك من مراكز الإنتاج إلى مراكز الاستهلاك بهدف الوصول إلى رضا الزبون. إن هذا المفهوم الحديث يثبت إلى كل الأنشطة المسؤولة عن حركة المواد الخام والأجزاء من الموردين إلى الشركة وفي داخل الشركة أثناء عملية الإنتاج ثم حركة المنتجات تامة الصنع إلى الأسواق والزبائن المستهلكين والمستخدمين"³.

إن الرسالة الحقيقية للإدارة الفعالة لأنشطة اللوجيستية تتمثل في توفير السلع/الخدمات للزبائن في الأسواق المستهدفة حسب حاجاتهم ورغباتهم، وبأفضل الطرق وأكثرها كفاءة من حيث الوقت والمكان المناسب وكذلك الأمان، مع تحقيق درجة عالية من المساهمة في تحقيق أهداف المؤسسة في إرضاء العملاء وزيادة الانتاجية والربحية.

¹ Pierre Médan, Anne Gratacap, **Logistique et Supply Chain management**, DUNOD, Paris, 2008, p09-10.

² منظمة محترفة لمديري و معلمي و ممارسي اللوجستيات، تكونت سنة 1962 بغرض التعليم المستمر و دعم الأفكار

³ علي فلاح الزعبي، ادارة الاعمال اللوجستية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012 ص 27



الشكل 6: أعمال اللوجستيات

المصدر: رونالد اتش بالو، ادارة اللوجستيك، تخطيط وتنظيم ادارة ورقابة، تعريب د، تركي بن سلطان واخرون، المملة العربية السعودية، ص 29

3- التشريعات والسياسات اللوجستية في تسويق خدمات النقل:

تلعب التشريعات والسياسات اللوجستية دورًا حيويًا في تسويق خدمات النقل. هنا بعض الجوانب الرئيسية لهذه التشريعات والسياسات:¹

1. التنظيم والترخيص:

- تتطلب شركات النقل تراخيص محددة للعمل في بعض الدول أو المناطق.
- تفرض بعض الدول قيودًا على أنواع معينة من النقل (مثل النقل الثقيل أو النقل بالمواد الخطرة).

2. السلامة والجودة:

- يجب على شركات النقل الالتزام بمعايير السلامة والجودة.
- تفرض بعض التشريعات اختبارات دورية للمركبات ومعدات النقل.

¹ Pierre Médan, Anne Gratacap, **Logistique et Supply Chain management**, DUNOD, Paris, 2008, p10-11.

3. التعرف والتسعير:

- يمكن أن تحدد السلطات الحكومية حدودًا للأسعار التي يمكن لشركات النقل فرضها.
- قد توجد سياسات تحمي المستهلك من التسعير الجائر.

4. البيئة:

- تشجع بعض السياسات استخدام وسائل النقل الصديقة للبيئة.
- قد تفرض بعض الدول ضرائب على انبعاثات الكربون أو تقديم حوافز لاستخدام الوقود البديل.

5. التجارة الدولية:

- تضع الحكومات تشريعات تحدد شروط النقل الدولي والتصدير والاستيراد.
- يتم تنظيم حقوق العبور، الرسوم الجمركية، والوثائق المطلوبة للنقل الدولي.

6. البنية التحتية:

- تستثمر الحكومات في تطوير البنية التحتية للنقل (مثل الطرق، والموانئ، والمطارات) لتسهيل حركة البضائع.
- تساهم في تمويل المشاريع اللوجستية الكبيرة لتحسين الشبكات النقلية.

7. التكنولوجيا والابتكار:

- تشجع السياسات على تبني التكنولوجيا الجديدة مثل أنظمة إدارة النقل (TMS) وتحليل البيانات لتحسين الكفاءة.

- يتم توفير الدعم للبحث والتطوير في قطاع النقل.¹

8. التنافسية:

- تعمل التشريعات على تعزيز التنافسية ومنع الاحتكار في سوق خدمات النقل.
- تضع سياسات لحماية السوق من الممارسات غير العادلة بين الشركات.

¹ Pierre Médan, Anne Gratacap, **Logistique et Supply Chain management**, DUNOD, Paris, 2008, p11-15.

بتطبيق هذه التشريعات والسياسات، يمكن للحكومات تعزيز فعالية وكفاءة قطاع النقل، مما يؤدي FXDWQ إلى تحسين الخدمات المقدمة للعملاء وزيادة الرضا العام.¹

المطلب الثالث: حركة التجارة الخارجية عبر قطاع النقل البحري بالجزائر

في السنوات الأخيرة، شهد قطاع النقل البحري في الجزائر تطورًا ملحوظًا. في عام 2023، عالجت الموانئ التجارية العشرة في الجزائر أكثر من 125 مليون طن من البضائع وحوالي 1.5 مليون حاوية مكافئة (EVP)، بالإضافة إلى تسجيل 767 ألف مسافر عبر النقل البحري. تعمل الحكومة الجزائرية على تطوير هذا القطاع الحيوي من خلال تنفيذ خطط واستراتيجيات تهدف إلى تحديث البنية التحتية للموانئ وتعزيز قدراتها. وتشمل هذه الخطط مشاريع مستقبلية تهدف إلى تعزيز قدرات الموانئ وتحسين الخدمات المقدمة، مما يساهم في دعم الاقتصاد الوطني وتحفيز التجارة الخارجية.²

من جهة أخرى، تلعب القوانين الجديدة والتشريعات دورًا مهمًا في تنظيم وتطوير النقل البحري في الجزائر، حيث تم اتخاذ عدة تدابير لتعزيز هذا القطاع وضمان توفير بيئة عمل ملائمة للمستثمرين والشركات العاملة في مجال النقل البحري.

هذه الجهود المستمرة تعكس التزام الحكومة الجزائرية بتطوير قطاع النقل البحري ليكون جزءًا محوريًا في الاقتصاد الوطني ويساهم في تعزيز التجارة الخارجية وتحسين مستوى الخدمات اللوجستية في البلاد.³

¹ المرجع السابق نفسه

² ينظر، الموقع الرسمي لجريدة الخبر الجزائرية، بقلم ف، ن، تم النشر 27 مارس 2024، شوهود يوم 13 جويلية 2024

على الساعة 11:35

³ المرجع السابق نفسه

الجدول 2 : إجمالي الصادرات والواردات في النقل البحري في الجزائر من سنة 2005-2022م

2022	2015	2010	2005	مليون دولار
65718	34668	57053	46002	البضائع الصادرة
38868	51702	40473	20357	البضائع الواردة
26850	-17034	16580	25645	الميزان التجاري لخدمات النقل

المصدر: مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

<https://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/MaritimeProfile/>

التحليل الجدول:

1- البضائع الصادرة:

- شهدت البضائع الصادرة ارتفاعاً ملحوظاً من 46,002 مليون دولار في عام 2005 إلى 57,053 مليون دولار في عام 2010، مما يشير إلى تحسن في الصادرات خلال هذه الفترة.

- في عام 2015، انخفضت الصادرات بشكل كبير إلى 34,668 مليون دولار، مما يمكن أن يعزى إلى تقلبات في أسعار النفط العالمية، حيث تعتمد الجزائر بشكل كبير على تصدير النفط.¹

- في عام 2022، ارتفعت الصادرات مرة أخرى بشكل كبير إلى 65,718 مليون دولار، مما يعكس انتعاشاً اقتصادياً وربما ارتفاعاً في أسعار النفط أو زيادة في الصادرات غير النفطية.

2- البضائع الواردة:

- ارتفعت الواردات من 20,357 مليون دولار في عام 2005 إلى 40,473 مليون دولار في عام 2010، مما يدل على زيادة في الطلب المحلي أو زيادة في الاستثمارات الرأسمالية.

- استمرت الواردات في الارتفاع لتصل إلى 51,702 مليون دولار في عام 2015، مما قد يشير إلى استمرارية زيادة الطلب المحلي على السلع المستوردة.

¹ من إعداد الطالبة

- في عام 2022، انخفضت الواردات إلى 38,868 مليون دولار، مما يمكن أن يعزى إلى سياسات تقشفية أو جهود محلية لتعزيز الإنتاج الوطني وتقليل الاعتماد على الواردات.¹

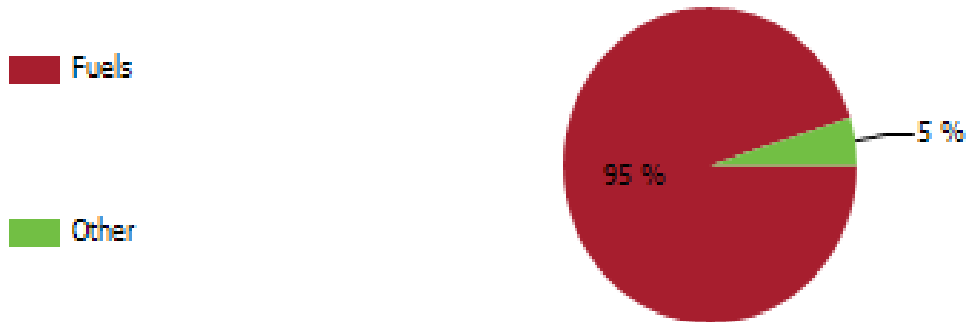
3- الميزان التجاري لخدمات النقل:

- كان الميزان التجاري لخدمات النقل موجبًا في 2005 (25,645 مليون دولار) و2010 (16,580 مليون دولار)، مما يشير إلى أن البلاد كانت تحقق فائضًا في هذا المجال.

- في عام 2015، تحول الميزان التجاري لخدمات النقل إلى سالب (-17,034 مليون دولار)، مما يعكس ارتفاعًا في التكاليف أو انخفاضًا في الإيرادات من هذا القطاع.

- بحلول عام 2022، عاد الميزان التجاري ليكون موجبًا (26,850 مليون دولار)، مما يشير إلى تحسن في الأداء التجاري لخدمات النقل.

شهدت الجزائر تقلبات في صادراتها و وارداتها على مدار الفترة من 2005 إلى 2022. بينما أظهرت الصادرات والميزان التجاري لخدمات النقل تقلبات كبيرة مرتبطة بشكل كبير بأسعار النفط العالمية وظروف الاقتصاد العالمي، أظهرت الواردات زيادة تدريجية حتى عام 2015 قبل أن تنخفض في عام 2022. تعكس هذه التغيرات الظروف الاقتصادية والسياسات التجارية المتبعة في الجزائر على مدى هذه السنوات.



الشكل 7 :تصدير حسب المجموعة المنتجة في 2022

المصدر: مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

<https://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/MaritimeProfile/>

¹ من إعداد الطالبة ، على ضوء التقرير الرسمي لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

الصورة تعرض مخططاً دائرياً يوضح توزيع صادرات الجزائر، حيث تظهر أن الوقود يشكل 95% من إجمالي الصادرات، بينما تشكل المنتجات الأخرى نسبة 5% فقط.

التحليل:

2-1- هيمنة الوقود على الصادرات:

- الوقود (95%) : يوضح هذا الرقم الاعتماد الكبير للاقتصاد الجزائري على صادرات الوقود، وهو أمر متوقع بالنظر إلى أن الجزائر تعد واحدة من أكبر الدول المنتجة والمصدرة للنفط والغاز في العالم. هذا الاعتماد الكبير على الوقود يجعل الاقتصاد الجزائري عرضة لتقلبات أسعار النفط العالمية، مما قد يؤثر على الميزانية العامة والتجارة الخارجية بشكل كبير.¹

- المنتجات الأخرى (5%) : هذه النسبة الصغيرة تشير إلى قلة التنوع في الصادرات الجزائرية. قد تشمل هذه الفئة منتجات زراعية، مواد أولية غير الوقود، وبعض المنتجات المصنعة.

يعكس هذا المخطط الاعتماد الكبير للاقتصاد الجزائري على صادرات الوقود، مما يبرز الحاجة إلى جهود كبيرة لتوسيع وتنويع قاعدة الصادرات وتعزيز القطاعات الاقتصادية الأخرى لضمان الاستقرار والنمو المستدام للاقتصاد الجزائري.

المطلب الرابع: المزيج التسويقي لخدمات النقل البحري

حسب الجمعية الأمريكية للتسويق، يُعرف التسويق بأنه العملية التي تشمل تخطيط، تنفيذ، تسعير، ترويج، وتوزيع الأفكار، السلع، والخدمات بهدف تلبية احتياجات الأفراد وتحقيق أهداف المنظمة. في هذا المطلب، سنناقش المكونات الموسعة للمزيج التسويقي لخدمة النقل، والتي تتضمن: المنتج (خدمة النقل)، السعر، التوزيع، والاتصال (ترويج خدمة النقل). بالإضافة إلى ذلك، سنتناول العناصر الإضافية مثل الدليل المادي، العمليات، والأفراد.

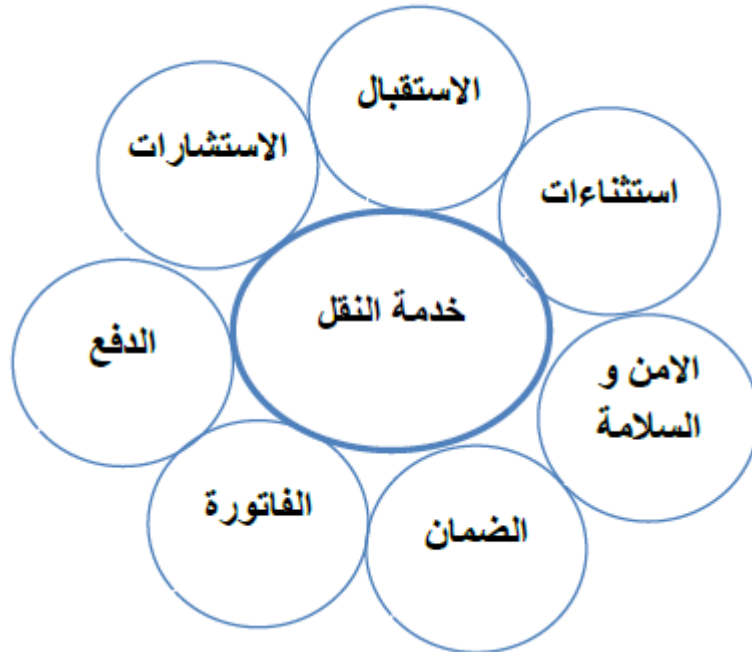
¹ من إعداد الطالبة، على ضوء التقرير الرسمي لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

1- مكونات المزيج التسويقي لخدمة النقل البحري:

يمكن تعريف المزيج التسويقي لخدمات النقل البحري على أنه مجموعة من المتغيرات القابلة للتحكم والتنظيم التي تسعى شركات النقل البحري إلى تنسيقها بهدف تلبية احتياجات ورغبات العملاء، سواء كانوا مسافرين أو شركات بحاجة إلى شحن بضائعهم. تتجسد الأدوات التسويقية التي تشكل المزيج التسويقي لخدمات النقل البحري في العناصر التالية¹:

أولاً: المنتج: (خدمة النقل)

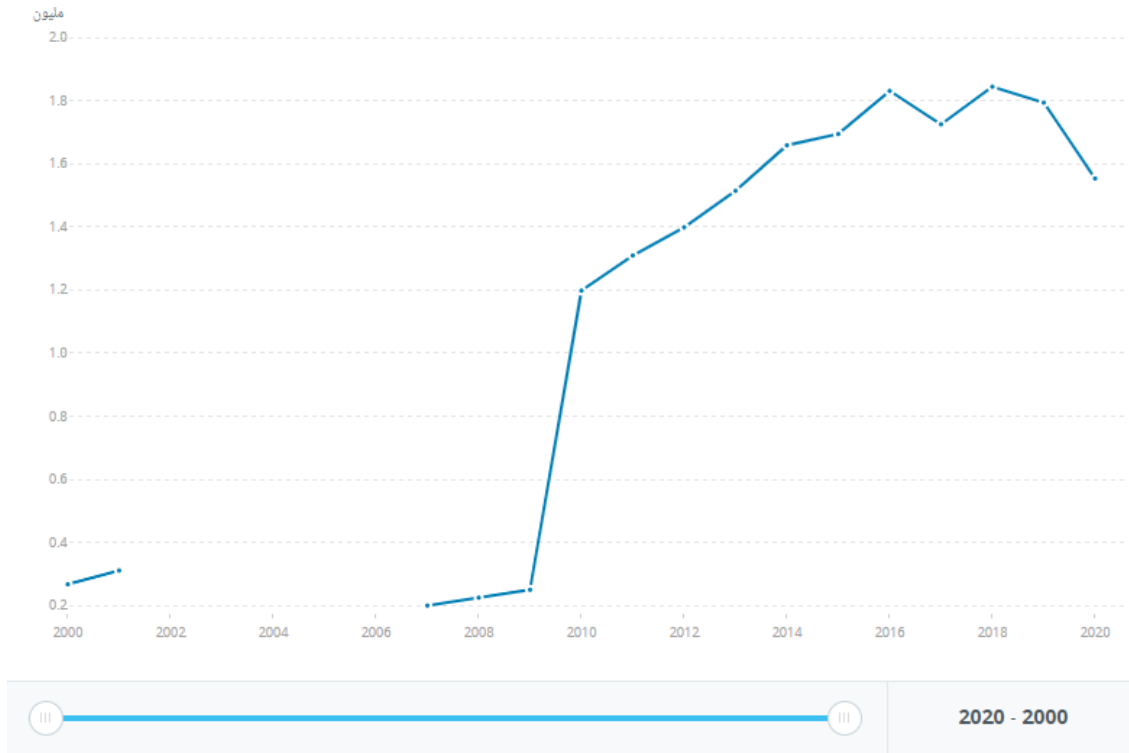
تعتبر خدمة النقل هي أساس كل النشاطات في مؤسسة النقل والمتمثلة في التنقل أو عملية النقل في حد ذاتها، والتي يعبر عنها بوحدات الطاقة التحميلية من خلال قياسها كمياً من الناحية التكنولوجية بالوزن والمسافة، حيث أنها تقدر بالطن/كلم في حالة نقل البضائع، والركاب/كلم في حالة نقل المسافرين. يمكن أن تقدم هذه الخدمة لوحدها، كما يمكن أن ترافقها خدمة أو أكثر، وتسمى بالخدمات المكملة أو التابعة، مكونة بذلك حزمة تسمى زهرة الخدمة.



الشكل 8 : زهرة خدمات النقل

المصدر: د، أسماء رحمون مرجع سابق ص 103

¹ د حمدون أسماء، مرجع سابق ص 102



الشكل 9 : حركة النقل في موانئ الحاويات (وحدات تعادل 20 قدماً)

المصدر: موقع مجموعة البنك الدولي: [HTTPS://DATA.ALBANKALDAWLI.ORG/INDICATOR/IS.SHP.GOOD.TU?LOCATIONS=DZ](https://data.albankaldawli.org/indicator/IS.SHP.GOOD.TU?locations=DZ)

يُظهر الرسم البياني حركة النقل في موانئ الحاويات (وحدات تعادل 20 قدماً) بين عامي 2000 و2020. هناك زيادة كبيرة بدأت في عام 2008، حيث ارتفعت الحركة بشكل ملحوظ حتى عام 2016، ثم بدأت في الاستقرار مع بعض التذبذب في السنوات اللاحقة. ومع ذلك، يظهر انخفاض ملحوظ في الحركة بعد عام 2018، مما يشير إلى تراجع في نشاط موانئ الحاويات خلال الفترة الأخيرة.

إضافة إلى الخدمات الموجودة في الشكل 03 هناك خدمات إضافية تقدمها بعض مؤسسات النقل وخاصة النقل الجوي والنقل بالسكك الحديدية والمتمثلة في الاطعام والرعاية الصحية وتوفير خدمات الاتصالات والانترنت، وفيما يخص نقل البضائع يمكن إضافة خدمات الشحن والتفريغ. ومن أجل تطوير خدمة النقل وخاصة مع تطور التكنولوجيا أصبح من الضروري اللجوء إلى أحدث التقنيات والليات التكنولوجية والنظم الذكية من أجل مواكبة العصر وتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات النقل. ونذكر على سبيل المثال:

• نظم النقل الذكية STI:

إن ما تتميز به **STI¹** هو استخدامها لتقنيات الحاسب الآلي والإلكترونيات والاتصالات والتحكم في مواجهة العديد من التحديات التي نواجهها في النقل، حيث تساهم بدرجة كبيرة في جمع وتبويب البيانات الخاصة بأداء مختلف مكونات منظومة النقل، هذا يساعد كل مستويات الإدارة في التعرف على الأحداث الطارئة والتفاعل معها، كما تساهم بمجموعة فوائد منها: السلامة والأمان، النواحي البيئية، توفير الوقت.

• 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...، 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 لمليتها أو للغير.

• نظم إدارة الأسطول FMS

إن من بين النظم المتقدمة للنقل العام نجد نظم إدارة البضائع وأسطول النقل التي تهدف إلى تعظيم كفاءة النقل بتخفيض 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: ² التحديد الأوتوماتيكي لموقع المركبة، نظم التشغيل، نظم الاتصالات، نظم المعلومات الجغرافية..

ثانيا : السعر (تسعير خدمات النقل)

إن تسعير خدمات النقل يعني وضع تعريفه محددة وملائمة مقابل ما يقدم من منافع التي يتوقع الحصول عليها عند الاستفادة من الخدمة، في خدمة النقل، يتأثر السعر بعدة عوامل و منها³:

¹ فريق من خبراء المنظمة العربية للتنمية الإدارية، المفاهيم الحديثة في إدارة خدمات النقل واللوجيستيات، منشورات المنظمة

العربية - للتنمية الإدارية، مصر، 2007، ص.ص 364

² د. حمدون أسماء مرجع سابق ص 104

³ المرجع السابق نفسه ص 105

- قوائم الأسعار (tarif)
- تكلفة النقل (تكلفة الكيلومتر)
- قدرة إستيعاب الوسائل (السعة)
- جودة الخدمة المقدمة .
- حدة المنافسة.

ويمكن حسابه عن طريق المعادلة التالية:

بالنسبة لنقل الأشخاص:

تكلفة النقل الإجمالي

$$\text{السعر} = \frac{\text{عدد المسافرين}}{\text{هامش الربح.}}$$

بالنسبة لنقل البضائع :

السعر = تكلفة الحمولة + هامش الربح.

وهناك أسس رئيسية يتم على أساسها تحديد أسعار النقل للبضائع وهي موضحة في الشكل التالي:



الشكل 10: أسس تسعير خدمات نقل البضائع

المصدر: فريق من خبراء المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مرجع سبق ذكره، ص: 70

وتسعيرة خدمة النقل للمساافرين تتواجد في عدة أنواع منها التسعيرة المثلى والتسعيرة العمومية:
- التسعيرة المثلى : يقصد بالتسعيرة المثلى التسعيرة التي تعكس خصائص العرض الجيد للخدمة. ويقع في مقدمتها عدم تخزين الخدمة والسرعة المقدرة وتكرار الخدمة وتام إنجاز الخدمة وخصائص تكاليف عرض الخدمة.

- التسعيرة العمومية : هي القيمة النقدية لخدمات النقل وترمي الدولة بتحديدتها إلى خدمة الاقتصاد الوطني من خلال نظام نقل يساهم في تحقيق الأهداف التالية¹

- ✓ المساهمة في تنظيم النشاط الاقتصادي من أجل الحصول على نسبة نمو ثابتة
- ✓ المساهمة في توزيع الموارد على مختلف المناطق لضمان إنتاج أمثل لبعض المنتجات والخدمات؛

- ✓ منع حدوث المنافسة غير الشريفة داخل القطاع ومنع التمييز بين الأشخاص والمناطق؛
- ✓ إنعاش بعض النشاطات الصناعية في فترات الركود

وتوجد أنواع أخرى من التعريفات مثل تعريفه الدرجة والمسافة وتعريفه بطاقة السفر المنتظم والتعريفه الخاصة.

ثالثاً : التوزيع (توزيع خدمات النقل)

التوزيع هو المسار الذي تتخذه السلعة لدى انتقال ملكيتها عن طريق الوسطاء والسماسة وتجار الجملة والتجزئة كما يجمع كل النشاطات الموضوعية في التسيير بطريقة ذات مردودية للتدفقات، المنتجات و البضائع من نقاط الأصل إلى غاية أماكن استعمالها إلى الاستهلاك و يمكن أن يستنتج من هذا التعريف أن مهمته هي ضمان انتقال السلع و الخدمات من المنتج إلى المستهلك²

¹ هاي، وليام و، مقدمة في هندسة النقل (ترجمة)، القاضي، سعد والننير، أنيس ، المملكة العربية السعودية، مطابع جامعة الملك سعود، 1999 ، ص: 365

² احمد المصري، إدارة الإنتاج و العلاقات الصناعية، مؤسسات باب الجامعة، الإسكندرية ، طبعة 2005 ص: 106

واختيار طرق التوزيع له أهمية كبيرة في السياسات الإدارية المختلفة فنجد أولاً إن طرق التوزيع تؤثر بدرجة كبيرة على سعر البيع الذي يدفعه المشتري إذ أن تكاليف التوزيع تصل من المتوسط إلى نصف الثمن الذي يدفعه المشتري.

وعليه تتعدد الطرق التوزيعية، ويمكن حصر أهمها في الآتي:

- ✓ البيع المباشر للمستهلك .
- ✓ البيع إلى تجار التجزئة .
- ✓ البيع إلى تجار الجملة .
- ✓ البيع بواسطة وكلاء البيع .

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

لذلك تتلخص شبكة التوزيع في نقاط بيع التذاكر ومحطات توقف وسائل النقل التي تمثل نقطة التقاء وسائل النقل بالمستخدم (لمسافر)، أما بالنسبة لنقل السلع فهي الأماكن التي تقدم فيها السلعة المنقولة إلى الموردين أو التجار أو مختلف القطاعات الاقتصادية أو الاجتماعية، و يجب مراعاة التوصيل في الظروف الحسنة و الوقت المناسب و المكان المحدد.

ربعا: الاتصال (ترويج خدمات النقل)

يعتبر الترويج عنصر الاتصال في المزيج التسويقي، حيث تلعب الاتصالات والكلمة المنطوقة دوراً كبيراً في قطاع الخدمات وخاصة عند اتخاذ قرارات الشراء.

ولهذا كله، يجب على جميع مؤسسات النقل وبكافة أشكالها ونشاطاتها أن تهتم بموضوع الترويج لما له من أدوار مختلفة تساهم إلى حد كبير في التعريف بمؤسسة النقل والترويج لخدماتها المقدمة.¹

وللترويج أهمية كبيرة في تحقيق الاتصال المطلوب بالمسافرين، والتعرف على حاجاتهم والعمل على تلبيتها سعياً نحو جذب أكبر عدد ممكن من المسافرين، وزيادة ولائهم لمؤسسة النقل، فهو

¹ د، حمدون أسماء مرجع سابق ص 108

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 النقل¹.
يمثل الترويج ذلك الجزء من الاتصالات الذي يهدف إلى إعلام واقناع وتذكير المسافرين بالخدمة المقدمة من قبل مؤسسة النقل والتأثير فيه لقبولها واستخدامها. وتختلف الأنشطة الترويجية المتبعة من طرف مؤسسات النقل، وتتنوع أو قد تقتصر على عدد محدود من الأنشطة، وهذا يعتمد على عوامل كثيرة، كطبيعة عمل مؤسسة النقل، نوع الخدمة، طبيعة المسافر، مدى توفر الوسائل المختلفة لاستخدام الأنشطة الترويجية المختلفة وغيرها.

يمكن تحديد أهداف الترويج بمايلي²:

- ✓ التعريف بالشركة وخلق صورة وسمعة إيجابية .
- ✓ تعريف المسافر بخصائص خدمة النقل وأماكن توافره .
- ✓ إقناع المسافر بأن الخدمة تلبي حاجاته ورغباته .
- ✓ إقناع المسافر بتفوق الخدمة على خدمات المنافسين .
- ✓ تذكير المسافر بالخدمة القائمة والموجودة في السوق، حيث يحتاج المسافر الذي يستعمل خدمة النقل غالبا إلى تذكيره بها بين فترة وأخرى.

المبحث الثاني: التنوع الاقتصادي في الجزائر

شهدت البيئة الاقتصادية الدولية العديد من التطورات السياسية والاقتصادية منذ الربع الأخير للقرن العشرين، حيث ساهمت المشاكل الاقتصادية التي كانت تتخبط فيها معظم الدول المعتمدة على النموذج الاشتراكي في تسيير اقتصادها آنذاك، في توجه العديد منها إلى تسطير السياسات

¹ المرجع السابق نفسه

² محمد عباس ديوب، أديب برهوم ، نغم منير بركات، أثر الترويج في تسويق خدمات النقل الجوي نموذج: مؤسسة

الطيران العربية السورية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 28

العدد 3، ص: 65

اللازمة للتحويل إلى اعتماد اقتصاد قائم على مبادئ النظام الرأسمالي. وقد كانت سيرورة التحويل هذه مدعومة ببداية بروز مظاهر العولمة التي ساعدت على فتح الأسواق العالمية، وتوسع عمليات الاستثمار والإنتاج في مختلف المجالات الاقتصادية، وهو ما أعطى للعديد من الدول التي كانت تعاني من مشاكل اقتصادية هيكلية إمكانية معالجة هذه المشاكل والانتقال باقتصادها إلى مستوى أكبر من التطور والتنوع الهيكلي.¹

وعلى غرار باقي الدول النامية، فقد تبنت الجزائر كذلك سياسة التحويل الاقتصادي منذ نهاية الثمانينات، مدفوعة في ذلك بالمخلفات السلبية لأزمة انهيار أسعار البترول سنة 1986، ومن أجل هذا فقد سطرت السلطات الجزائرية العديد من البرامج والسياسات التي كان الهدف منها هو الانتقال التدريجي إلى اقتصاد قائم على مبادئ السوق والتحرر من مبادئ النظام الاشتراكي التي ساهمت في معاناتها من مشاكل هيكلية كبيرة في تسيير الاقتصاد. وفي هذا الإطار فقد عانى الاقتصاد الجزائري منذ الاستقلال من معدلات تركيز كبيرة في المجالات الإنتاجية والتجارية وهو ما جعل من تنوع المخرجات الاقتصادية الموجهة للاستهلاك المحلي أو الأجنبي يمثل أحد الأهداف الرئيسية لسياسة التحويل الاقتصادي المعتمدة من طرف الدولة الجزائرية آنذاك.

المطلب الأول: مفهوم التنوع الاقتصادي في الجزائر، أهميته، أهدافه

يعرف التنوع الاقتصادي الجزائري على أنه "عملية تهدف إلى تنويع هيكل الإنتاج وخلق قطاعات جديدة مولدة للدخل بحيث ينخفض الاعتماد الكلي على إيرادات القطاع الرئيس في الاقتصاد، إذ ستؤدي هذه العملية إلى فتح مجالات جديدة ذات قيمة مضافة أعلى وقادرة على توفير فرص عمل أكثر إنتاجية للأيدي العاملة الوطنية وهذا ما سيؤدي إلى رفع معدلات النمو في الأجل الطويل".²

¹ محمد يعقوبي، ابعاد التنوع الاقتصادي في الجزائر في ظل سياسة التحويل نحو اقتصاد السوق، مجلة الاقتصاد الجديد،

المجلد 11، العدد 01 (الجزء 02) 2020 ص 317-338

² حامد عبد الحسين الجبوري، التنوع الاقتصادي وأهميته للدول النفطية، مركز الفرات للتنمية والدراسات الإستراتيجية، تاريخ

النشر 2017/10/22 تاريخ. الاطلاع: 2024/07/9

01 ص Html <https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/419423>

كما يعرف أيضا على انه "توزيع الاستثمار على قطاعات مختلفة من الاقتصاد وذلك للحد من مخاطر الاعتماد المفرط على مورد أو قطاع واحد أو قطاعات قليلة جداً". كما يعرف التنوع الاقتصادي في الجزائر على انه " العمل على زيادة مساهمة القطاعات الإنتاجية في الناتج المحلي الإجمالي وتنوع الصادرات وتفعيل الضرائب في اقتصاد معين لتقليل المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها في حالة اعتماده على قطاع واحد وخصوصاً إذا كان ريعياً.¹ ومن خلال التعريف السابقة نجد بان سياسات التنوع الاقتصادي دون القطاعات الأخرى، وخاصة القطاعات الأولية مثل قطاع الزراعة، أو الاعتماد على مورد واحد من الموارد الطبيعية مثل النفط لتمويل موازنة الدولة، كما هو الحال بالنسبة للدول النفطية.

هناك اتجاهان فكريان يفسران العلاقة بين التنوع والنمو الاقتصادي، الاتجاه الأول يتمثل في نظرية المزايا النسبية لدافيد ريكاردو الذي يرى في التخصص (انخفاض درجة التنوع الاقتصادي) محفزا ومصدرا للنمو الاقتصادي، أما الاتجاه الثاني فيتمثل في دراسات عديدة، تبين أن لانخفاض درجة التنوع الاقتصادي وتركز الإنتاج والصادرات آثار سلبية على النمو الاقتصادي، وبالتالي تنادي بزيادة درجة التنوع الاقتصادي وعدم تركز الإنتاج والصادرات في عدد قليل من المنتجات والقطاعات والنشاطات. يستند أصحاب فكرة ضرورة التنوع الاقتصادي على الأسباب التالية²:

-تقليل المخاطر الاستثمارية: يسهم التنوع الاقتصادي في زيادة معدلات النمو الاقتصادي من خلال زيادة فرص الاستثمار، وتقليل المخاطر الاستثمارية، فتوزيع الاستثمارات على عدد كبير من النشاطات الاقتصادية يقلل من المخاطر الاستثمارية الناجمة عن تركيز تلك الاستثمارات في عدد قليل منه.

-تقليل المخاطر المؤدية إلى انخفاض حصيلة الصادرات: تعتمد بعض الدول التي يتسم اقتصادها بدرجة ضعيفة من التنوع الاقتصادي على تصدير منتج واحد أو عدد محدود من

¹ المرجع السابق نفسه ص 01

² ممدوح عوض الخطيب، التنوع ا ولنمو في الاقتصاد السعودي، المؤتمر الأول لكليات إدارة الأعمال بجامعات دول مجلس التعاون لدول الخليج، 17 فبراير 2014 - 17 ربيع الثاني 1435 هـ الموافق 16 - العربية، قسم الاقتصاد كلية إدارة الأعمال - جامعة الملك سعود، الرياض خلال الفترة 16ص

المنتجات، فعند انخفاض أسعار المنتجات المصدرة، تنخفض عوائد الصادرات من النقد الأجنبي، مما يؤدي إلى تقليص إمكانية الدولة في تمويل الواردات أو تمويل عملية التنمية الاقتصادية.

-زيادة إنتاجية رأس المال البشري: يسهم التنوع الاقتصادي في زيادة إنتاجية العمل و رأس المال البشري، ويؤدي بالتالي إلى رفع معدلات النمو الاقتصادي.

-توطيد درجة العلاقات التشابكية بين القطاعات الإنتاجية: يسهم التنوع الاقتصادي الناتج من زيادة عدد القطاعات الاقتصادية المنتجة في تقوية العلاقات التشابكية فيما بينها، مما ينجم منه العديد من التأثيرات الخارجية في الإنتاج التي تنعكس إيجابياً على النمو الاقتصادي.

-تقليل التذبذب في مستويات الناتج المحلي الإجمالي: يؤدي ضعف التنوع الاقتصادي الناجم عن تركيز الإنتاج في عدد محدود من المنتجات إلى تذبذب ملحوظ في مستويات الناتج المحلي الإجمالي¹.

-توليد الفرص الوظيفية: ذلك لأن التنوع يحفز النمو الاقتصادي، ويحقق التنمية المستدامة، ويزيد من درجة الترابط والتشابك بين القطاعات الاقتصادية، وكل ذلك يؤدي إلى زيادة الطلب على العمالة، ويولد الفرص الوظيفية، ويقلص من معدلات البطالة.

-زيادة القيمة المضافة: يعزز التنوع الرأسي الروابط الأمامية والخلفية في الاقتصاد، لأن مخرجات القطاع ستشكل مدخلات إنتاجية لقطاع آخر، كما يسهم التنوع في توليد الفرص الوظيفية ومن ثم إلى ارتفاع دخول عوائد عناصر الإنتاج واستقرارها مما يؤدي إلى تزايد القيمة المضافة المتولدة قطاعياً ومحلياً².

سياسات التنوع الاقتصادي إلى توسيع فرص الاستثمار وتقوية أوجه الترابط في الاقتصاد، وتقليل الاعتماد على عدد 1 كما محدود من الأسواق الدولية والشركاء التجاريين الدوليين.

وعادة ما يكون لجهود التنوع الاقتصادي ثلاثة أهداف متداخلة: ³

¹ ممدوح عوض الخطيب، مرجع سابق ص 16

² ممدوح عوض الخطيب، مرجع سابق ص 17

³ ناجي التوني، مسيرة التنوع الاقتصادي في الوطن العربي، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، مجلد الرابع، العدد الثاني،

حزيران (يونيو) 2002، بيروت، ص 8

استقرار النمو الاقتصادي، توسيع قاعدة الإيرادات، رفع القيمة المضافة القطاعية.

المطلب الثاني: التطور التاريخي للتنوع الاقتصادي في الجزائر

التنوع الاقتصادي في الجزائر شهد تطورًا كبيرًا على مر العقود، متأثرًا بالتغيرات السياسية والاقتصادية العالمية والمحلية. فيما يلي نظرة على التطور التاريخي للتنوع الاقتصادي في الجزائر:¹

1. فترة الاستعمار الفرنسي (1830-1962)

خلال هذه الفترة، كان الاقتصاد الجزائري مستندًا بشكل كبير على الزراعة وتصدير المواد الخام إلى فرنسا. تم تطوير بعض البنية التحتية، لكن البلاد كانت تفتقر إلى الصناعات التحويلية الكبرى.

2. بعد الاستقلال (1962-1980)

بعد الاستقلال في 1962، تبنت الجزائر سياسات اشتراكية ركزت على تأمين الموارد الطبيعية، خاصة النفط والغاز. شهدت هذه الفترة إنشاء العديد من المؤسسات الاقتصادية الحكومية، وتوسيع قطاعي النفط والغاز ليصبحا المحركين الأساسيين للاقتصاد.

3. أزمة النفط (1980-1990)

في الثمانينيات، واجهت الجزائر أزمة اقتصادية نتيجة لانخفاض أسعار النفط. بدأت الحكومة في تنفيذ بعض الإصلاحات الاقتصادية، بما في ذلك محاولات لتنويع الاقتصاد بعيدًا عن الاعتماد الكبير على النفط والغاز.

4. فترة الإصلاحات الاقتصادية (1990-2000)

خلال التسعينيات، شرعت الجزائر في تنفيذ إصلاحات هيكلية واسعة بالتعاون مع صندوق النقد الدولي والبنك الدولي. هذه الإصلاحات شملت تحرير الاقتصاد، تعزيز القطاع الخاص، ومحاولات لتنويع مصادر الدخل.²

¹ سليم قورة، بيان صحفي على الموقع الرسمي للبنك الدولي للجزائر <https://www.albankaldawli.org> نشر يوم

2023/06/22 شوهد يوم 2024/07/09 على الساعة 16:00

² سليم قورة، مرجع سابق نفسه ص 01

5. مطلع القرن الواحد والعشرين (2000-2010)

استفادت الجزائر من ارتفاع أسعار النفط في أوائل القرن الواحد والعشرين، مما أدى إلى زيادة العائدات النفطية والاستثمارات الحكومية في البنية التحتية. مع ذلك، استمر الاعتماد على قطاع المحروقات كمصدر رئيسي للدخل.

6. الفترة الحديثة (2010-2023)

في السنوات الأخيرة، أدركت الجزائر ضرورة التنوع الاقتصادي بشكل أكثر جدية. تم تبني خطط لتنمية قطاعات غير نفطية مثل الزراعة، الصناعة، السياحة، وتكنولوجيا المعلومات. تم تنفيذ مشاريع بنية تحتية كبيرة مثل توسيع شبكة السكك الحديدية وتطوير المناطق الصناعية لتحفيز الاستثمارات الخارجية.

7. جهود التنوع الحديثة

أظهرت البيانات من البنك الدولي والوكالات الاقتصادية المحلية أن الجزائر تعمل على تحسين بيئة الأعمال، وتقديم حوافز للاستثمار في قطاعات متنوعة. تشمل هذه الجهود تحسين التشريعات الاقتصادية، دعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وتطوير الصناعات التحويلية والزراعية.

التطور التاريخي للتنوع الاقتصادي في الجزائر يعكس تحولات كبيرة من اقتصاد زراعي إلى اقتصاد يعتمد بشكل كبير على النفط، مع محاولات مستمرة لتنوع القاعدة الاقتصادية في العقود الأخيرة. التحديات لا تزال قائمة، لكن هناك تقدم ملحوظ نحو تحقيق اقتصاد أكثر تنوعاً واستدامة.¹

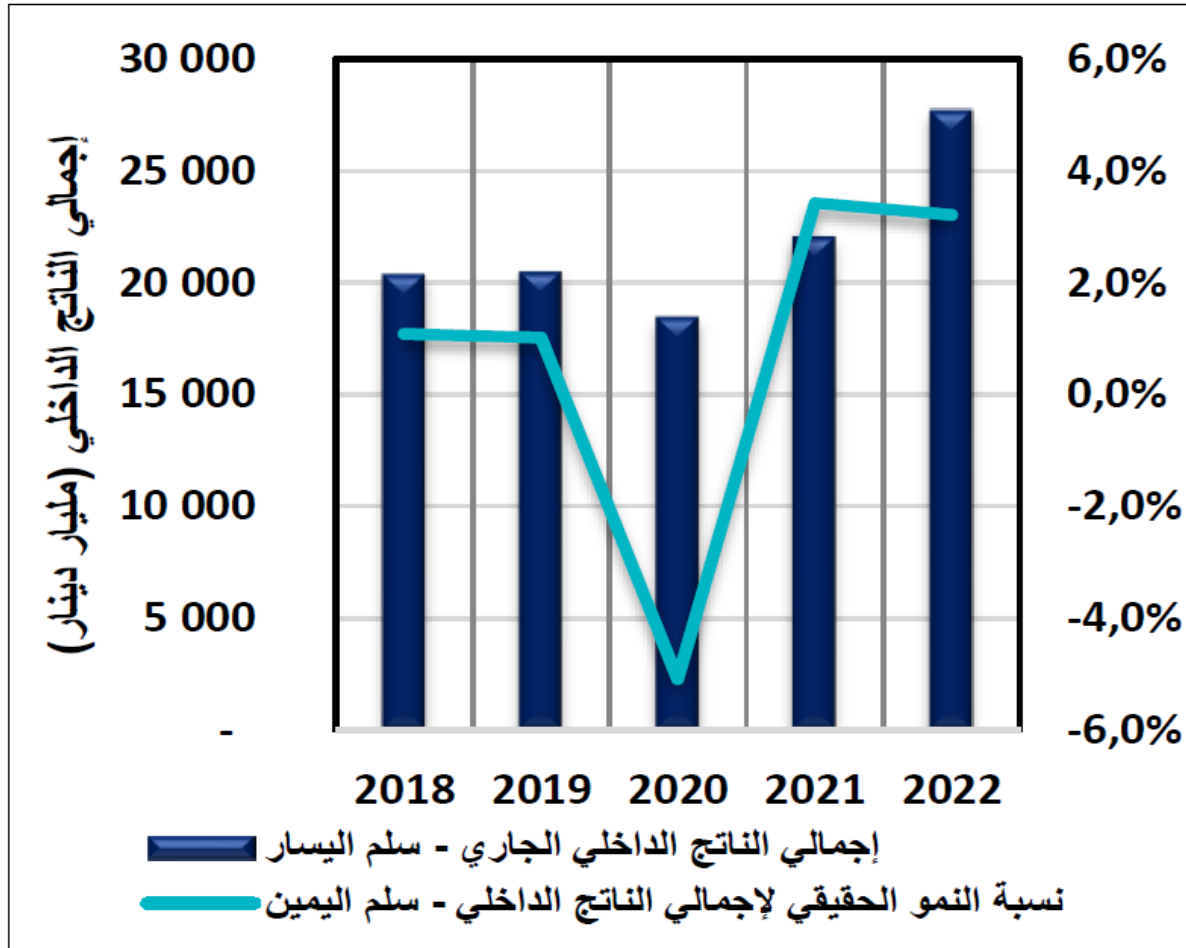
¹ سليم قورة، موقع البنك الدولي بالجزائر، مرجع سابق ص 02

المطلب الثالث: النشاط الاقتصادي الوطني

1- معدل نمو إجمالي الناتج الداخلي من حيث الحجم

بعد ركود قوي بنسبة 5,1 ٪ في سنة 2020 بسبب الجائحة، ارتفع النمو الاقتصادي الوطني بنسبة 3,4 ٪ في سنة 2021 وتراجع إلى 3,2 ٪ في سنة 2022¹.

ويعكس ذلك أداء ديناميكية نشاط اقتصادي يختلف محركاته عن محركات السنة السابقة. ففي الواقع، إذا كان الانتعاش الحاصل بعد الجائحة في سنة 2021 قد بدأ بشكل رئيسي بسبب قطاع المحروقات، فإن ذلك الانتعاش الحاصل سنة 2022 قد نتج بشكل رئيسي من نمو القطاعات خارج المحروقات.



الشكل 11: نمو وتطور إجمالي الناتج الداخلي

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

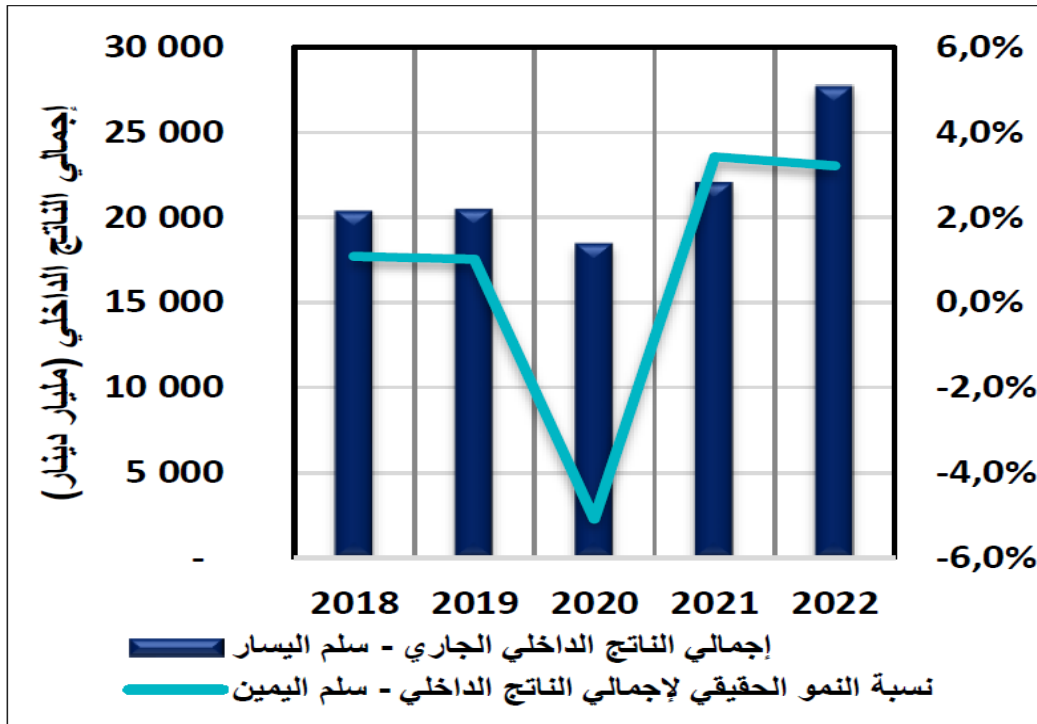
¹ بنك الجزائر، التقرير السنوي 2022 التطور الاقتصادي والنقدي، سبتمبر 2023، ص25

وبالتالي، سجل إجمالي الناتج الداخلي خارج قطاع المحروقات تقدماً بنسبة 4,3 % في سنة 2022 مقابل 2,3 % في سنة 2021، في حين انخفض نمو إجمالي الناتج الداخلي لقطاع المحروقات بنسبة 0,6 % في سنة 2022 بعد نمو قوي بنسبة 10,5 % في السنة السابقة. وبلغ النمو الإجمالي من حيث الحجم 3,2 % في سنة 2022 مقابل 3,4 % في سنة 2021. ومن حيث القيمة، بلغ إجمالي الناتج الداخلي 688,9 27 مليار دينار¹.

2- معدل نمو إجمالي الناتج الداخلي خارج المحروقات:

2-1 الإنتاج والنمو

عرف النمو الاقتصادي خارج قطاع المحروقات وتيرة نمو قوية جداً، حيث ارتفع بنسبة 2 نقطة مئوية ليصل إلى 4,3 % في سنة 2022 مقابل 2,3 % في السنة السابقة. وترجع تلك التطورات إلى زيادة الإنتاج في جميع القطاعات وانتعاش قوي لقطاع الزراعة، نتيجة زيادة إنتاج الحبوب بعد الجفاف الذي مسّ سنة 2021².



الشكل 12: نمو وتطور إجمالي الناتج الداخلي خارج المحروقات

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

¹ بنك الجزائر، مرجع سابق، ص 25

² المرجع سابق نفسه

2-2 الإنتاج الزراعي:

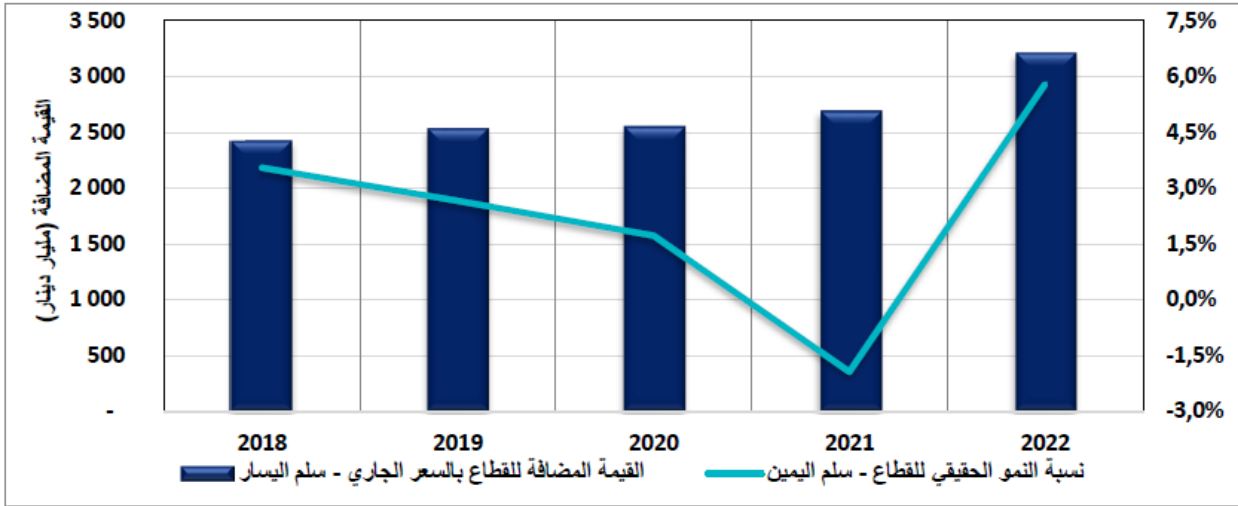
حقق الإنتاج الزراعي نتائج جيدة للغاية في سنة 2022، حيث شكل نسبة 11,6 % من إجمالي الناتج الداخلي الحالي، وسجل نموًا بنسبة 5,8 % مقابل انخفاض بنسبة 1,9 % في سنة 2021. نتيجة للظروف الجوية المواتية، ارتفع إنتاج محاصيل الحبوب بشكل ملحوظ بنسبة 51,4 % في سنة 2022 بعد انكماش قوي بنسبة 37 % في السنة السابقة، ليصل إنتاج محاصيل الحبوب في سنة 2022 إلى 41,9 مليون قنطار مقابل 27,6 مليون قنطار في سنة 2021، وشملت زيادة الإنتاج جميع محاصيل الحبوب: حيث ارتفع إنتاج القمح الصلب واللين بنسبة 39,4 % و 41,6 % على التوالي، بالإضافة إلى زيادة إنتاج الشعير والشوفان بالاتجاه نفسه، حيث سجلت زيادة بنسبة 98,8 % و 28,9 % على التوالي. وبعد انخفاض حاد في سنة 2021 - (34,7 %)، انتعش إنتاج الزيتون بزيادة قدرها 30,3 % في سنة 2022 ليصل إلى 9,2 مليون قنطار¹.

وعرف قطاع زراعة الكروم والحمضيات نفس الاتجاه حيث ارتفع إنتاج الحمضيات بنسبة 7,5 % مقابل انخفاض بنسبة 3,25 % في السنة السابقة. وسجل قطاع الكروم نموًا جيدًا في إنتاجه بنسبة 9,3 % ولكنه في تباطؤ واضح مقارنةً بالسنة السابقة. من ناحية أخرى، شهدت زراعة الخضروات، التي تمثل إحدى الزراعات الرئيسية في الإنتاج الزراعي في الجزائر، انخفاضًا في القيمة المضافة بالحجم لتصل إلى 135,6 مليون قنطار في سنة 2022 مقابل 146,3 مليون قنطار في سنة 2021، أي انخفاضًا كبيرًا بنسبة 7,3 %. ويرجع هذا بشكل رئيسي إلى انخفاض إنتاج البطاطا بنسبة 11,6 % والبصل بنسبة 11,3 % مقابل نمو ملحوظ في إنتاج الثوم بنسبة 29,1%². بلغ إنتاج البطاطا من حيث الحجم في سنة 2022، 38,5 مليون قنطار، في حين بلغ إنتاج البصل 15,2 مليون قنطار مقابل 43,6 و 17,1 مليون قنطار على التوالي في موسم 2021 بعد أربع سنوات من النمو المتواصل، شهد إنتاج الطماطم الصناعية انخفاضًا كبيرًا بنسبة 14,1 % في سنة 2022 مقابل نمو قوي بنسبة 20,3 % في

¹ يشمل أيضا قطاع الصيد البحري والغابات.

² بيانات من وزارة الزراعة والتنمية الريفية، أرسلت بتاريخ 17 / 05 / 2023

السنة السابقة. ومن جانب آخر، انخفض إنتاج الحيوانات من حيث الحجم مما أدى إلى انخفاض محسوس بالنسبة للحوم الحمراء بنسبة قدرها (4,2 ٪)، وتراجع إنتاج الحليب بنسبة (6,7 ٪)، وتراجع إنتاج البيض بنسبة (7,4 ٪) وتميز هذا الانخفاض بشكل خاص بانخفاض إنتاج الصوف (33,5 ٪)، وإنتاج العسل (14,7 ٪)، وإنتاج اللحوم البيضاء 12,5 ٪.



الشكل 13: نمو القطاع الزراعي¹

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات 1

2-3 البناء والأشغال العمومية:

انخفضت القيمة المضافة من حيث الحجم في قطاع البناء والأشغال العمومية والرّي بشكل طفيف سنة 2022، مسجلة نموًا قدره 3,3 ٪ مقابل 4,7 ٪ في السنة السابقة. وبالتالي، ارتفعت حصة هذا القطاع في إجمالي الناتج الداخلي الجاري إلى 10,5 ٪ سنة 2022 مقابل 11,2 ٪ سنة 2021. بلغت تسليمات السكن 245 000 وحدة سكنية سنة 2022 مقارنة بـ 900 226 وحدة سكنية سنة 2021. وخصّت هذه الزيادة كل من صيغ السكن المدعّم والسكن الترقوي الحر، إذ ارتفعت تسليمات السكن المدعّم بنسبة 32 ٪ مقارنة بـ 11,4 ٪ سنة 2021، وتسليمات السكن الترقوي الحر بنسبة 39,1 ٪ مقابل 47,8 ٪ سنة 2021.²

¹ يشمل أيضا قطاع الصيد البحري والغابات

² بيانات وزارة الإسكان والتخطيط العمراني والمدينة مرسلّة بتاريخ. 16 / 03 / 2023

إضافة إلى ذلك، بلغت تسليمات وحدات السكن الترقوي العمومي والسكن الاجتماعي سنة 2022، 5000 وحدة سكنية للترقوي العمومي و 24 600 للسكن الاجتماعي. وبلغ البناء الذاتي 4800 وحدة¹.

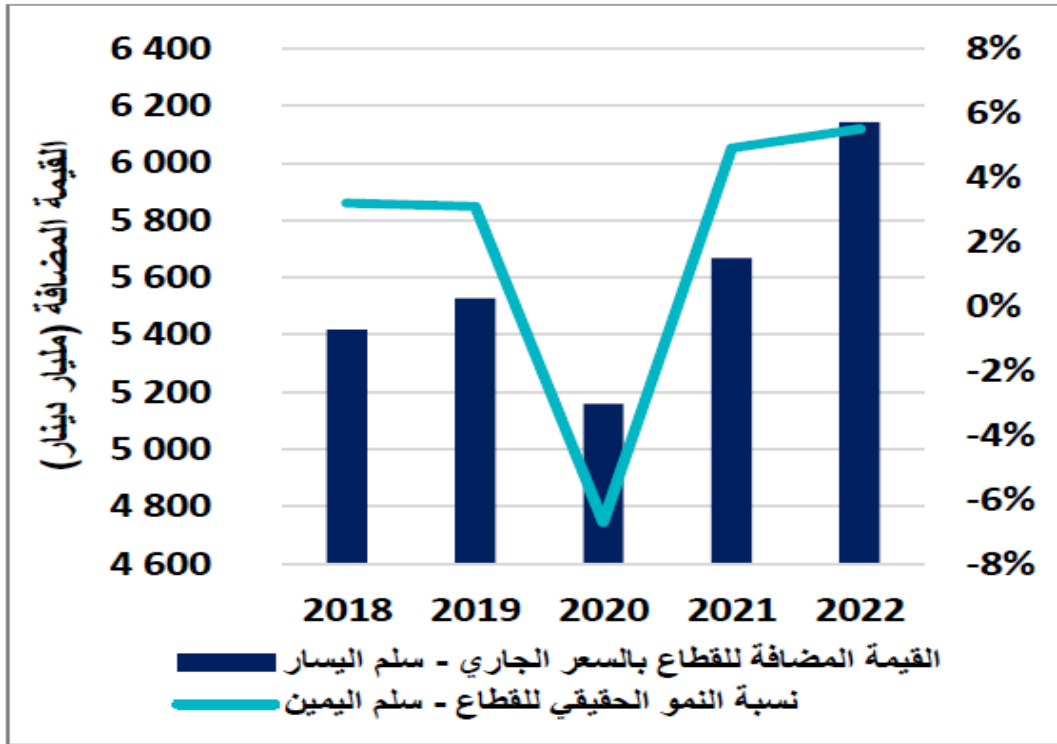
2-4 الخدمات المُسَوَّقة وغير المُسَوَّقة:

بلغت القيمة المضافة لقطاع الخدمات 838,6 9 مليار دينار سنة 2022 مقابل 9 065,9 مليار دينار سنة 2021 حيث مثلت حصة الخدمات نسبة 35,5 % من إجمالي الناتج الداخلي و 51,6 % من إجمالي الناتج الداخلي خارج المحروقات سنة 2022 مقابل 41,06 % و 52,8 % على التوالي سنة 2021.

سجلت الخدمات المُسَوَّقة نموًا يقدر ب 5,5 % سنة 2022 مقابل 4,9 % سنة 2021؛ وهو ما يعكس انتعاشًا قويًا في هذا القطاع بعد الجائحة. وكان هذا النمو مدفوعًا بنمو غالبية فروع الخدمات المُسَوَّقة، لا سيّما فروع النقل والاتصال والمطاعم والمقاهي والفنادق والخدمات المقدمة للمؤسسات التي ارتفع نموها على التوالي بنسبة 4,1 % و 30,1 % و 4,5 % سنة 2022 مقارنة ب 3,7 % و 15,2 % و 2,1 % سنة 2021 وقد أدت هذه التطورات إلى زيادة القيمة المضافة للخدمات المُسَوَّقة سنة 2022 إلى 6 142,7 مليار دينار مقارنة ب 5 667,8 مليار دينار سنة 2021، ممثلة بذلك نسبة 22,18 % من إجمالي الناتج الداخلي، و 32,2 % من إجمالي الناتج الداخلي خارج المحروقات².

¹ المرجع السابق نفسه

² بنك الجزائر، مرجع سابق ص 28



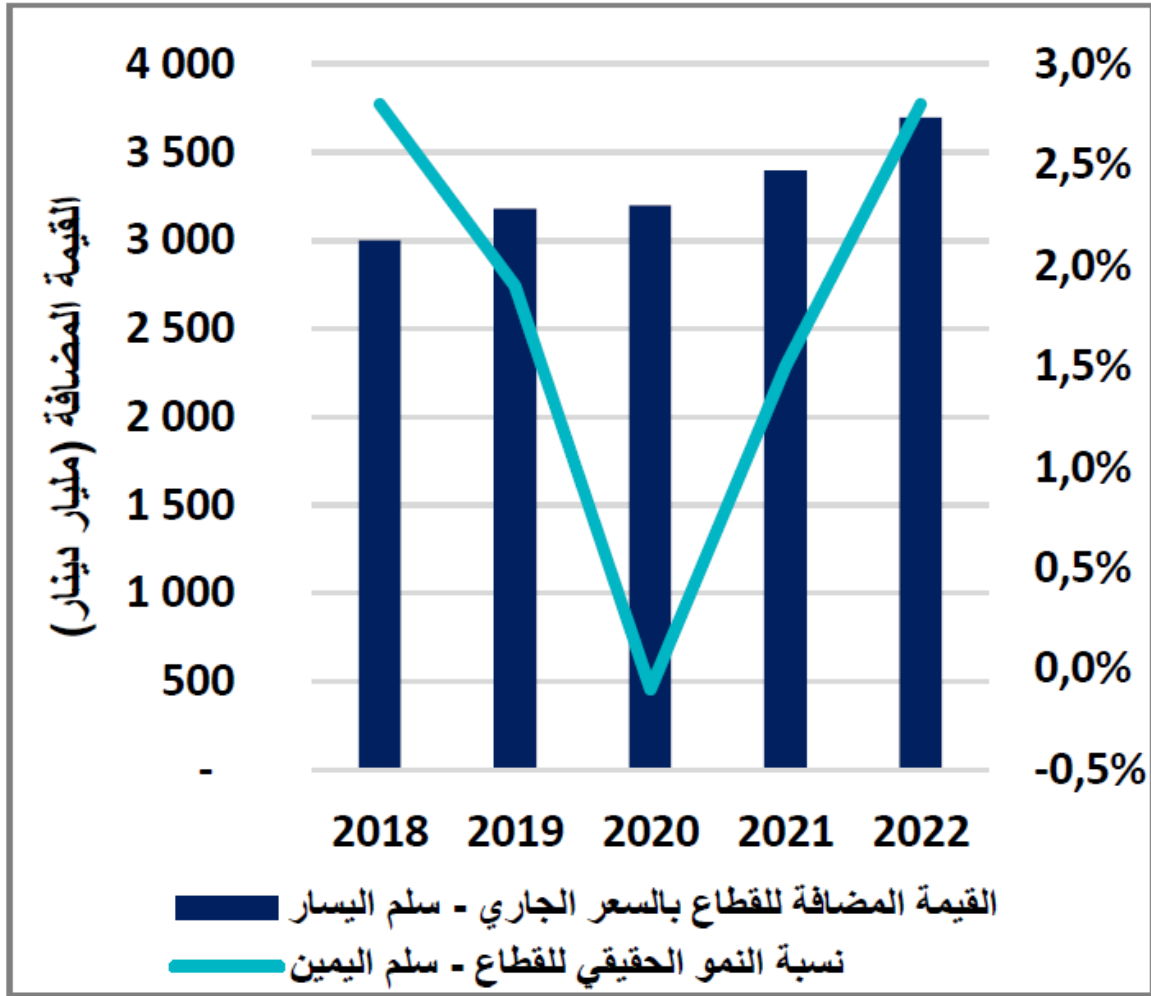
الشكل 14: نمو قطاع الخدمات المُسَوَّقة

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

كما شهدت الخدمات غير المُسَوَّقة تطوراً إيجابياً سنة 2022، لا سيما بسبب زيادة نفقات الدولة، حيث سجلت نسبة نمو قدرها 2,8 % مقابل 1,5 % سنة 2021.¹ وبلغت القيمة المضافة لهذه الخدمات 695,93 مليار دينار سنة 2022 مقابل 398,13 مليار دينار سنة 2021. ومثلت حصة الخدمات غير المُسَوَّقة نسبة 14,32 % من إجمالي الناتج الداخلي و 19,38 % من إجمالي الناتج الداخلي خارج المحروقات سنة 2022 مقابل 15,39 % و 19,79 % على التوالي سنة 2021.²

¹ بنك الجزائر، مرجع سابق ذكره ص 28

² المرجع السابق نفسه



الشكل 15: نمو قطاع الخدمات غير المُسَوَّقة

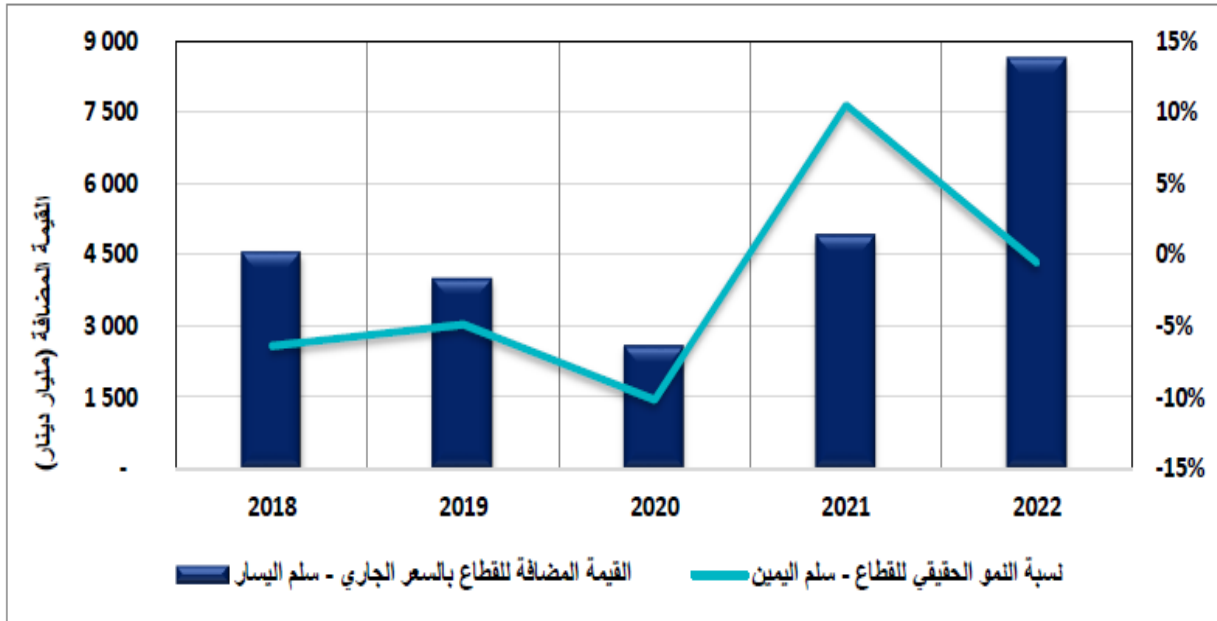
المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

2-5 المحروقات:

بعد الانتعاش الملحوظ في إنتاج وتصدير المحروقات بنسبة 10,5% و 10,6% على التوالي في سنة 2021، تراجعت القيمة المضافة قليلا من حيث الحجم لقطاع المحروقات سنة 2022، حيث سجل هذا القطاع انكماشاً، لينتقل من 10,5% سنة 2021 إلى (-0,6%) سنة 2022. وحسب الأسعار الجارية، بلغت القيمة المضافة للقطاع 617,4 مليار دينار مقابل 912,1 مليار دينار سنة 2021، أي بارتفاع معتبر قدره 75,4%. وهو ما يعكس الزيادة في أسعار المحروقات التي عوضت، إلى حد كبير، الانخفاض من حيث الأحجام. وبلغت حصة هذا القطاع في إجمالي الناتج الداخلي 31,12% سنة 2022، مقابل 22,24% في السنة السابقة. ويمكن ارتفاع أسعار الطاقة الاقتصاد الوطني من تحسين عائداته من

صادرات المحروقات السائلة والغازية التي بلغت 59,5 مليار دولار سنة 2022 مقابل 34,1 مليار دولار في السنة السابقة، بزيادة قدرها 74,5%. وترجع زيادة عائدات تصدير المحروقات السائلة والغازية بشكل خاص إلى ارتفاع الأسعار بسبب اضطرابات أسواق الطاقة. حيث ارتفع متوسط أسعار المحروقات المصدرة بواقع 42,6% بالنسبة للنفط الخام منتقلا من 72,7 دولار سنة 2021، إلى 103,7 دولار سنة 2022¹. هذا وارتفع متوسط سعر الغاز الطبيعي بنسبة 179% منتقلا من 5,2 دولار سنة 2021، إلى 4,5 دولار لمليون وحدة حرارية بريطانية (BTU) سنة 2022.

ومن جهة أخرى، انخفضت كميات المحروقات المصدرة، بالطن المكافئ للنفط TEP بنسبة 2,5% في سنة 2022. ويُعزى هذا الانخفاض بشكل أساسي إلى الانخفاض الكبير في صادرات المحروقات الغازية 9,1% -، وهذا، بالرغم من زيادة صادرات المحروقات السائلة 5,3%².



الشكل 16: نمو قطاع المحروقات

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

¹ بنك الجزائر، التقرير السنوي 2022 ص 28

² بنك الجزائر، مرجع سابق ص 29

2-6 الصناعة:

بلغت القيمة المضافة لقطاع الصناعة 354,1 1 مليار دينار سنة 2022 مقابل 230,8 1 مليار دينار سنة 2021، بزيادة قدرها 10,02 %. وبلغت حصة هذا القطاع في إجمالي الناتج الداخلي 4,9 % وحصته في إجمالي الناتج الداخلي خارج المحروقات 7,10 % في سنة 2022. ولا يزال معدل نمو حجم الصناعة مستقرًا تقريبًا حيث بلغ 5,2 % في سنة 2022 مقابل 5,3 % في السنة السابقة. شهدت جميع قطاعات الصناعة نموًا إيجابيًا باستثناء الصناعات الحديدية « فرع والمعدنية والميكانيكية والإلكترونية والكهربائية I.S.M.M.E.E الذي سجل انخفاضًا بنسبة 0,5 % في سنة 2022 مقابل نمو بنسبة 11,2 % في سنة 2021 . هذا وكان نمو الصناعة مدفوعًا بشكل أساسي بثلاثة فروع، وهي:

- الجلود والأحذية 20,1 % في سنة 2022 مقابل 5,4 % في سنة 2021

- الخشب والفلين والورق 11 % في سنة 2022 مقابل 2 % في سنة 2021

- الكيمياء والمطاط والبلاستيك 7,3 % في سنة 2021 مقابل 3,5 % سنة 2021.¹

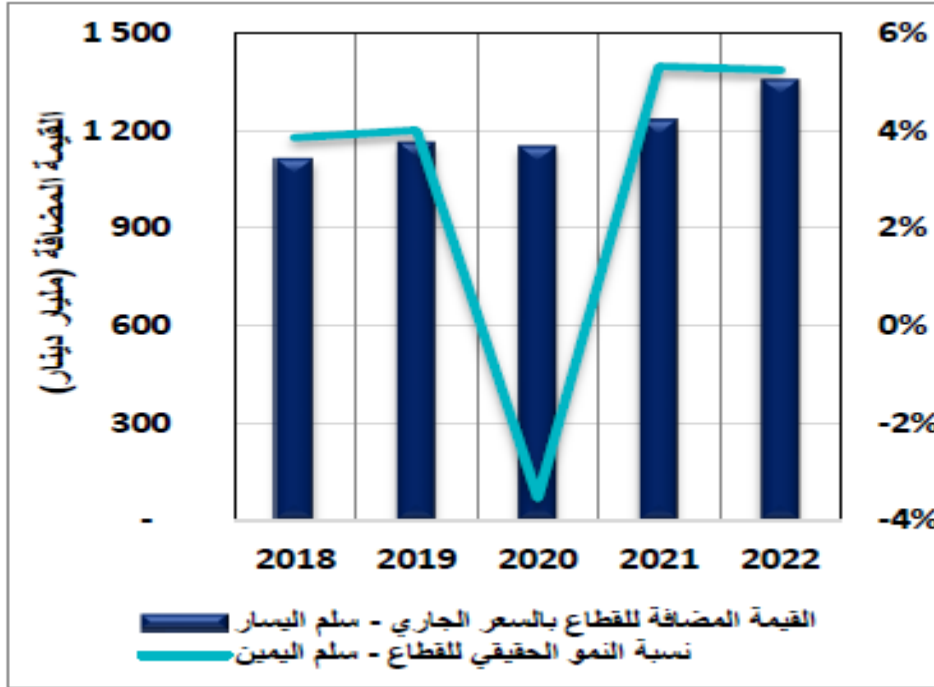
لا يزال النمو المسجل في الفروع الأخرى ملحوظًا، ومع ذلك، فقد انخفض بشكل طفيف بالنسبة لفرع (الماء والطاقة) الذي انخفض من 7,5 % في سنة 2021 إلى 6,5 % في سنة 2022، وانتقل نمو فرع « الصناعات الغذائية » 5,6 % إلى 5,4 % خلال الفترة نفسها. بإجمالي 74007 جيجا واط/ساعي، ارتفعت مبيعات الكهرباء بنسبة 6,6 % سنة 2022 ، وهو ما يعتبر معدل نمو شبه مستقر مقارنة بالسنة السابقة. وبالنسبة للقطاعات المعنية بهذه الزيادة في الاستهلاك فهي قطاع الشركات (التوتر العالي) بنسبة زيادة قدرها 8,4 % وقطاع الأسر (التوتر المنخفض) بنسبة 8,6 %². وبالموازاة، سجلت مبيعات الغاز زيادة كبيرة في سنة 2022 لتصل إلى 8,32 % مقابل 6,46 % في سنة 2021 ، نتيجة زيادة استهلاك كل من الضغط المرتفع والمنخفض

¹ بنك الجزائر، مرجع سابق ص 29

² بيانات وزارة الطاقة والمناجم مرسلة بتاريخ 16 / 03 / 2023

بنسبة 6,04 % و 9,72 % على التوالي. وعليه، بلغت مبيعات الغاز 194,2 جيغا-حرارية سنة 2022، مقابل 3,179 سنة¹ 2021.

الرسم البياني 8 .:



الشكل 17: نمو قطاع الصناعة

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

¹ المرجع السابق نفسه

الجدول 3 : التقسيم القطاعي لنمو إجمالي الناتج الداخلي الحقيقي

**2022	*2021	*2020	*2019	*2018	
					(بالنسبة المئوية)
-0,6	10,5	-10,2	-4,9	-6,4	المحروقات
4,3	2,3	-3,9	2,7	2,9	القطاعات الأخرى (خارج المحروقات)
5,8	-1,9	1,7	2,7	3,5	الزراعة
5,2	5,3	-3,5	4	3,9	صناعة خارج المحروقات
6,2	2,2	-0,5	-0,2	18,1	المناجم والمحاجر
6,5	7,5	-2,3	4,9	3,2	الطاقة والمياه
5,4	5,6	1,8	2,5	3,7	الصناعة الغذائية
0,9	9,4	-24,9	15,5	1,7	الحديد، الصناعة الميكانيكية والكهرباء
7,3	3,5	1,3	3,7	5,8	الصناعة الكيماوية، البلاستيك والمطاط
6,7	0,3	-3,1	4,3	1,9	النسيج، صنع ونسج الملابس الجاهزة
20,1	5,4	-15,7	5,3	5,9	الجلود والأحذية
4,0	3,3	-5,3	-1,3	3,4	مواد البناء
11,0	2,0	-10,5	1,0	6,5	الخشب والورق والفلين
2,9	-1,8	1,9	5,4	2,8	صناعة أخرى
3,3	4,7	-3,1	3,8	5,2	بناء و تشغيل عمومية + خدمات المحروقات
5,5	4,9	-6,7	3,1	3,2	خدمات خارج الإدارات العمومية
2,8	1,5	-0,1	1,9	2,8	خدمات الإدارات العمومية
-6,3	-17,7	-13,2	9,0	-12,0	حقوق و رسوم على الواردات
3,4	-0,4	-11,6	-1,9	-0,1	الرسم على القيمة المضافة
3,2	3,4	-5,1	1,0	1,1	إجمالي الناتج الداخلي
3,2	-0,1	-6,7	0,3	0,6	إجمالي الاستيعاب الداخلي الخام
2,7	3,0	-2,1	1,9	2,7	الاستهلاك
2,2	1,2	-0,1	1,4	2,3	عمومي
2,9	3,7	-3,0	2,1	2,8	الخاص
2,4	5,8	-5,2	-3,6	2,5	إجمالي تكوين رأس المال الثابت
0,0	13,4	-11,3	-6,1	-3,7	صادرات السلع و الخدمات من غير العوامل
0,1	-4,1	-16,0	-6,9	-3,8	واردات السلع و الخدمات من غير العوامل

*بيانات محدثة

**بيانات مؤقتة

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

الفصل الرابع

الدراسة التطبيقية

تمهيد

يشكل التنوع الاقتصادي أحد التحديات الكبرى التي تواجه الجزائر في الوقت الراهن. فعلى الرغم من دور قطاع النفط والغاز كمصدر رئيسي للإيرادات، إلا أن الاعتماد المفرط على هذا القطاع يعرض الاقتصاد الوطني لمخاطر كبيرة نتيجة التقلبات العالمية في أسعار النفط. لذلك، أصبح من الضروري البحث عن مصادر أخرى للنمو الاقتصادي، وهذا ما جعل التنوع الاقتصادي خياراً استراتيجياً حيوياً.

إن تطوير قطاع النقل البحري يُعدّ من أهم الركائز التي يمكن أن تسهم في هذا التنوع، حيث أن تسويق خدمات النقل البحري يعزز من قدرة الجزائر على الوصول إلى أسواق عالمية، ويُسهم في تفعيل قطاعات أخرى مثل التجارة، السياحة، والصناعات الثقيلة. يشكل هذا الفصل جزءاً مهماً من الأطروحة، حيث يتناول الدور الذي يلعبه تسويق خدمات النقل البحري في دعم التنوع الاقتصادي في الجزائر.

بعد استعراض الإطارين النظري والتحليلي في الفصلين السابقين، يأتي هذا الفصل لتقديم الجانب التطبيقي للدراسة، وذلك عبر توظيف أدوات البحث الميداني والمقابلات، وتحليل البيانات باستخدام الأدوات الإحصائية المناسبة (SPSS) و (SmartPLS)، بهدف اختبار فرضيات الدراسة والإجابة على الإشكالية الرئيسية المتعلقة بمدى مساهمة تسويق خدمات النقل البحري في تحقيق التنوع الاقتصادي في الجزائر.

المبحث الأول: ميناء جن جن بجيجل

نظراً لأهمية مؤسسة ميناء جن جن في دعم الاقتصاد الوطني، والتي تتجلى من خلال تجربتها المميزة والتغيرات والتطورات التي خضعت لها على مدار السنوات، فقد قمنا باختيارها لدراستنا الميدانية. يُعتبر الحصول على شهادة الأيزو مثلاً واضحاً على الجهود المبذولة من قبل

المؤسسة لتحسين معايير الجودة والتميز. في هذا المبحث، سنتناول نشأة المؤسسة وتطورها، بالإضافة إلى المراحل المختلفة التي مرت بها لتحقيق مكانتها الحالية.

المطلب الأول : التعريف ميناء جن جن والهيكل التنظيمي له

في هذا المطلب، سنتعرف على ميناء جن جن بجيجل، الذي يعد من الموانئ الجزائرية الهامة التي تلعب دورًا أساسيًا في تسهيل حركة النقل البحري داخل الجزائر وخارجها. سنستعرض الهيكل التنظيمي للميناء والعناصر الرئيسية التي تساهم في تنسيق عمله وإدارة مختلف العمليات المتعلقة بالنقل البحري.

أولاً: تعريف بميناء جن جن

مؤسسة ميناء جن جن عبارة عن مجموعة من الموارد المادية والبشرية المتكاملة، تم جمعها لتحقيق هدف أو مجموعة من الأهداف التي تخدم التنمية الوطنية. تُعد هذه المؤسسة البنية التحتية الأساسية لدولة تسعى إلى مواكبة التطور الحضاري وتعزيز التجارة الوطنية. تأسست ميناء جن جن استجابةً لحاجة ملحة لدعم وتطوير النشاط التجاري في الجزائر.

يعتبر ميناء جن جن مؤسسة اقتصادية عمومية برأسمال حالي يبلغ 4,000,000,000 دج، وتقع في الجهة الشرقية من ولاية جيجل، في منطقة تُعرف بـ"أشواط". مؤسسة ميناء جن جن هي مؤسسة اقتصادية عمومية تابعة لمجمع الخدمات المينائية، وتُعد من أهم الموانئ التجارية في الجزائر. يقع الميناء في الجزء الشرقي من البلاد، بالقرب من دائرتي عرض $36^{\circ}51'$ شمالاً و $5^{\circ}54'$ شرقاً. يبعد الميناء حوالي 40 كم عن المنطقة الصناعية بلارة، و 2 كم عن مطار فرحات عباس، و 370 كم عن الجزائر العاصمة. كما يبعد 140 كم عن ولاية قسنطينة، و 900 كم عن حاسي مسعود، مما يمنحه موقعاً استراتيجياً على البحر الأبيض المتوسط.

يمتاز ميناء جن جن بموقعه الاستراتيجي الذي يربطه بقناة السويس ومضيق جبل طارق، حيث يبعد 50 ميلاً فقط عن هذه النقاط البحرية الحيوية. تبلغ مساحة الميناء حوالي 140 هكتار، مع إمكانية التوسع بمقدار 30 هكتار إضافية. يُعد الميناء من أبرز الموانئ الوطنية في مجالي الاستيراد والتصدير، حيث يحتل المرتبة الأولى في استيراد الحبوب، كما أنه من أكبر الموانئ في تصدير المنتجات مثل الملح والفلين.

هذا الميناء الحيوي يسهم بشكل كبير في تطوير الاقتصاد الوطني من خلال دوره في تعزيز التجارة الدولية، وتوفير فرص استثمارية متعددة، ما يجعله ركيزة أساسية في التنمية الاقتصادية للجزائر.

ثانياً: الهيكل التنظيمي لمؤسسة ميناء جن جن

شهدت مؤسسة ميناء جن جن العديد من التغيرات في هيكلها التنظيمي خلال السنوات الأخيرة، بما يتماشى مع تطور نشاطها الاقتصادي وتوسع أعمالها. ويمكن تقسيم الهيكل التنظيمي للمؤسسة كما يلي:

شرح الهيكل التنظيمي العام لمؤسسة ميناء جن جن

1.المسؤولية العامة :يتكون مكتب المدير العام بشكل أساسي من المدير العام الذي يعتبر هو السلطة العليا في المؤسسة، حيث تم تعيينه بناءً على المادة 11 من المرسوم رقم 173/84 المؤرخ في 22 شوال عام 1404هـ الموافق 21 جويلية 1984م.

- تشمل مهام المدير العام ما يلي:
 - تنسيق ومراقبة إدارات المؤسسة.
 - إعداد حسابات لكل التكاليف والمسؤوليات.
 - ضبط سير المؤسسة وتنظيم جميع الأنشطة.
 - فتح الحسابات لدى المؤسسات المالية وإجراء العمليات المالية.
 - مسؤول عن كافة الإجراءات الإدارية المتعلقة بالمؤسسة.

2.مساعد المدير العام

- تنسيق الأنشطة الخاصة بالمؤسسة:
 - يعنى بتنسيق الأنشطة المتعلقة بالأهداف الاستراتيجية والتنظيم، ويعمل على نشر الأهداف الخاصة بالمؤسسة.
 - توجيه أعمال المؤسسة:
 - يترأس مساعد المدير العام الاجتماعات المتعلقة بالمؤسسة ويعمل على تنفيذ القرارات الخاصة بتطوير وتحسين آليات العمل.

3.إدارة الأشغال والصيانة

- مسؤول عن مراقبة تطبيق القوانين الداخلية للمؤسسة والعمل على تنفيذ قرارات المجلس الإداري.
 - تشمل مهام هذه الإدارة:
 - صيانة المنشآت والمرافق الداخلية.
 - تطبيق صيانة المعدات والتجهيزات بشكل دوري.

4.الإدارة المالية والمحاسبية

- تشمل هذه الإدارة الدوائر المالية التي تعنى بالتحقق من الحسابات والمصروفات الخاصة بالمؤسسة.

• مهام مدير هذه الإدارة:

- الإشراف على تطبيق السياسة المالية للمؤسسة.
- مراقبة المعاملات المالية وتنظيم الحسابات.
- ضمان تطبيق الأنظمة المالية بشكل دقيق.

5. مديرية الاستقلال

• تتولى هذه الإدارة مسؤولية التنسيق مع مختلف المؤسسات لضمان استمرارية الأنشطة التجارية في المؤسسة.

6. مديرية الدراسات والتنمية

• تركز على تطوير الخطط المستقبلية الخاصة بالمؤسسة من خلال إجراء الدراسات التي تدعم تطور العمليات التشغيلية.

7. مديرية الموارد البشرية

• مسؤولة عن متابعة تطبيق سياسة الموارد البشرية الخاصة بالمؤسسة.

8. مديرية الشحن والتفريغ

• تشرف على تطبيق السياسات المتعلقة بتشغيل المعدات والتنسيق مع باقي الإدارات لنجاح عمليات الشحن والتفريغ.

المطلب الثاني: أسئلة المقابلة بميناء جن جن

أولا: الأسئلة

تمت المقابلات مع مسؤولي ميناء جن جن بجيجل خلال فترة 10 أيام من 11 أوت إلى 21 أوت ، وذلك بهدف جمع معلومات حول خدمات النقل البحري ودور الميناء في تحقيق التنوع الاقتصادي في الجزائر. شملت المقابلات مجموعة من المسؤولين ذوي الخبرة الطويلة في قطاع النقل البحري، حيث تم مقابلة (انظر الملحق رقم)

1. نصر الدين عراضة، المدير التنفيذي للميناء، الذي يمتلك أكثر من 10 سنوات من الخبرة في مجال النقل البحري. تمحورت أسئلته حول تقييم جودة الخدمات اللوجستية، خطط تحسين البنية التحتية، وأهمية التنوع الاقتصادي في الميناء.

2. بروي سمير، مهندس دولة في الإحصاء، الذي يمتلك أيضًا أكثر من 10 سنوات من الخبرة في هذا المجال. وقد تركزت المقابلة معه على كيفية تحديد أسعار الخدمات اللوجستية، استراتيجيات الترويج، ودور ميناء جن جن في تطوير قطاعات اقتصادية جديدة في الجزائر.

3. عبد الكريم بوفنار، مدير المالية والمحاسبة، يمتلك خبرة سنة في هذا المجال وقد تركزت المقابلة معه حول موضوعي مع التركيز على كل جوانب الموضوع من خدمات لوجيستية ودور ميناء جن جن في هذا القطاع.

تعتبر هذه المقابلات خطوة هامة لفهم دور ميناء جن جن في تسويق خدمات النقل البحري وكيفية تأثير هذه الخدمات على الاقتصاد الوطني، بالإضافة إلى التحديات التي يواجهها الميناء في تحسين أدائه.

الجدول 4 : يمثل المقابلة مع رؤساء المصالح

مدير المالية والمحاسبة	مهندس دولة في الإحصاء	المدير التنفيذي لميناء جن جن	الأسئلة	
الأجوبة				
خدمات الشحن والتفريغ والتخزين ونقل البضائع والصيانة	خدمات الشحن والتفريغ والتخزين ونقل البضائع والصيانة	خدمات الشحن والتفريغ والتخزين ونقل البضائع والصيانة	ما هي الخدمات الرئيسية التي يقدمها ميناء مستغانم للمتعاملين الاقتصاديين؟	1
تحتاج الى تحسين، مع العلم ان ميناء جن جن قد استفاد من مشاريع قاعدية كبرى باستطاعتها رفعه الى مستوى عالمي	جيدة	جيدة وتحتاج الى تحسين	كيف تقيم جودة خدمات مينائكم مقارنة بالموانئ في الدول المجاورة؟	2
نعم، تحسين معدات الشحن والتفريغ وتوسيع مرافق التخزين وتعزيز تكنولوجيا المعلومات	نعم، تحسين معدات الشحن والتفريغ وتوسيع مرافق التخزين	نعم، تحسين معدات الشحن والتفريغ وتوسيع مرافق التخزين	هل هناك خطط لتطوير أو تحسين الخدمات اللوجستية المقدمة في ميناء جن جن بجيجل؟	3

	وتعزيز تكنولوجيا المعلومات	وتعزيز تكنولوجيا المعلومات	
4	كيف يتم تحديد أسعار خدمات النقل البحري في ميناء جن جن ؟	حسب حجم البضائع وحسب نوع الخدمة وحسب التفاوض مع العميل وفي اطار اتفاقيات خاصة بالتصدير خارج قطاع المحروقات	حسب حجم البضائع وحسب نوع الخدمة وحسب التفاوض مع العميل
5	هل تقدمون خصومات أو حوافز للشركات المحلية والدولية؟	لا، الأسعار ثابتة	عمليات التصدير تستفيد من عدة حوافز وكذلك المتعاملين، اللذين ينشطون في قطاعات استراتيجية
6	ما هي الاستراتيجيات التي يتبناها ميناء جن جن بجيجل لترويج خدمات النقل البحري؟	المشاركة في معارض تجارية وحملات إعلامية	المشاركة في معارض تجارية وحملات إعلامية
7	هل هناك مشاركات في معارض أو مؤتمرات دولية للترويج لخدمات النقل البحري لميناء جن جن؟	لا، نركز على الترويج المحلي	نعم، بشكل دوري مثل المعرض الدولي للمحروقات والغاز
8	كيف يتم توزيع خدمات النقل البحري في ميناء جن جن لضمان تلبية احتياجات الشركات المختلفة؟	عن طريق توفير خدمات متكاملة	عن طريق تقديم خدمات حسب حجم الاعمال متكاملة وتقديم خدمات مخصصة للشركات الكبيرة

توسيع البنية التحتية وتعزيز التعاون مع الشركات اللوجستية وتحسين عمليات النقل الداخلي	توسيع البنية التحتية وتحسين عمليات النقل الداخلي	توسيع البنية التحتية و تعزيز التعاون مع الشركات اللوجستية	ما هي الإجراءات التي يتبعها ميناء جن جن لتحسين توزيع الخدمات اللوجستية؟	9
نعم نعمل مع شركات محلية ودولية	نعم نعمل مع شركات محلية ودولية	نعم نعمل مع شركات محلية ودولية	هل هناك شركات مع شركات نقل محلية ودولية ؟	10
خلق فرص عمل جديدة وجذب الاستثمارات الأجنبية	خلق فرص عمل جديدة وجذب الاستثمارات الأجنبية	عدم الإجابة عن السؤال	كيف تساهم تسويق خدمات النقل البحري في تطوير قطاعات اقتصادية جديدة في الجزائر؟	11
نعم، من خلال الربط اللوجستي	نعم، من خلال تحسين الربط اللوجستي	عدم الإجابة عن السؤال	هل ترون أن تحسين خدمات النقل البحري يمكن أن يقلل من الفجوة الاقتصادية بين المناطق الساحلية والداخلية؟	12
نقص البنية التحتية	يوجد تنوع اقتصادي في ميناء جن جن وكل هذه التحديات محققة	L'activité de port na pas de lien directe avec le transport maritime	ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه تسويق خدمات النقل البحري لتحقيق التنوع الاقتصادي في ميناء جن جن ؟	13

المصدر: من إعداد الطالبة على ضوء معلومات المقابلة

ثانيا : تحليل المقابلة وعرض نتائجها

من خلال الإجابة عن أسئلة المقابلة تبين لنا جليا التحاليل التالية:

- المسؤولون أكدوا أن ميناء جن جن يقدم مجموعة من الخدمات مثل الشحن والتفريغ، التخزين، نقل البضائع، والصيانة.

- جودة الخدمات التي يقدمها الميناء تُعتبر جيدة، ولكنهم أشاروا إلى الحاجة المستمرة لتحسين البنية التحتية وتطوير التقنيات المستخدمة. هذا يشير إلى أن الميناء يعمل على تحسين كفاءته.
- المسؤولون ذكروا أن أهم التحديات التي تواجه الميناء تشمل نقص البنية التحتية، قلة الوعي بالخدمات المتاحة، والتحديات التنظيمية (مثل القوانين والتشريعات).
- كما أشاروا إلى أنهم يسعون لتحسين خدمات الشحن والتفريغ وتوسيع مرافق التخزين وتعزيز التكنولوجيا في مجال اللوجستيات.
- المسؤولون رأوا أن تحسين خدمات النقل البحري يمكن أن يساهم في خلق فرص عمل جديدة، جذب الاستثمارات الأجنبية، وتعزيز التعاون الاقتصادي مع دول أخرى.
- كما أشاروا إلى أن تطوير خدمات النقل البحري يمكن أن يساهم في تقليص الفجوة الاقتصادية بين المناطق الساحلية والداخلية عن طريق تحسين الربط اللوجستي وخلق فرص عمل في المناطق الداخلية.
- أكد المسؤولون أن ميناء جن جن يشارك في معارض دولية مثل المعرض الدولي للمحروقات والغاز و **Salon National Inversé de la Sous-Traitance (SANIST** (2023). هذه المشاركة تهدف إلى تعزيز التعاون مع الشركات المحلية والدولية، والترويج لخدمات الميناء، مما يساهم في زيادة التوعية بشأن الخدمات اللوجستية وتحقيق التوسع في الأسواق الدولية.
- يوم إعلامي حول التصدير خارج المحروقات بباتنة: نُظِم في 10 مارس 2022، بحضور أكثر من 200 متعامل اقتصادي من ست ولايات، إضافة إلى ممثلين عن الإدارات العامة، الجمارك، والبنوك. تم خلاله توقيع اتفاق تعاون بين الميناء وغرف التجارة والصناعة في المنطقة.

• **المعرض الدولي في الجزائر: 2022 (FIA)** شارك ميناء جن جن في النسخة الـ53 من هذا المعرض الذي عُقد في الجزائر العاصمة تحت رعاية رئيس الجمهورية. كان شعار المعرض "من أجل شراكة استراتيجية"، وشارك فيه حوالي 700 شركة من 20 دولة.

النتائج المستخلصة من المقابلة

تحسين جودة الخدمات: المسؤولون أكدوا أن الميناء يسعى لتطوير خدماته، وهو ما يعكس التوجه نحو تحسين التنافسية في الأسواق الدولية .

التحديات الأساسية: نقص البنية التحتية والتحديات القانونية تظل من أبرز التحديات التي تؤثر على فاعلية الميناء .

المساهمة في التنوع الاقتصادي: يُظهر الدور المهم للميناء في دعم التنوع الاقتصادي، وخاصة من خلال تحسين خدمات النقل البحري وتوسيع أنشطته .

المشاركة في المعارض: تُعد المشاركة في المعارض والمؤتمرات وسيلة فعّالة لزيادة التوعية بالخدمات وتعزيز التعاون بين الميناء والشركاء الدوليين.

المبحث الثاني: ميناء مستغانم

يعتبر ميناء مستغانم من أبرز الموانئ التجارية ذات الطابع الخدمي في الجزائر. في هذا المبحث، سنتناول دراسة ميدانية حول مؤسسة ميناء مستغانم، مع التركيز على التعريف بها، وهيكلها التنظيمي مع اجراء مقابلات مع مسؤوليها

المطلب الأول: نشأة ميناء مستغانم والتعريف به والهيكل التنظيمي له

أولاً: التعريف والنشأة

كان ميناء مستغانم في البداية خليجاً صخرياً حاداً يمتد بين رأس البحر من صالمندر لخروبة، وكان يُستخدم من قبل القراصنة للقيام بالغزوات البحرية وجمع الغنائم. وكان يُعرف قبل عام 1833 باسم "مرسى الغنائم"، ومن هنا جاءت تسمية المدينة "مستغانم".

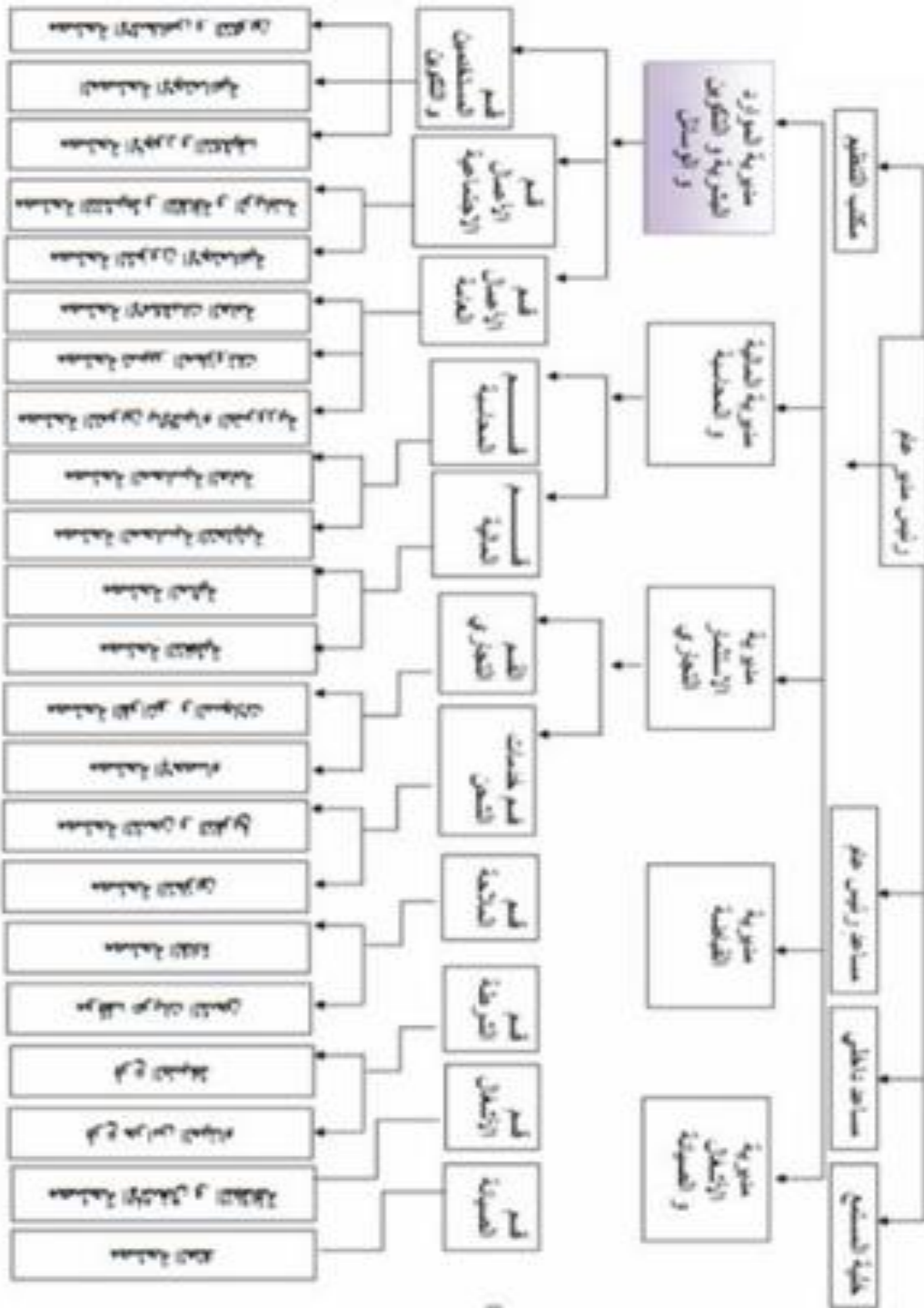
في عام 1848، تم إنشاء أول رصيف للميناء بطول 80 مترًا، ليتم تمديده لاحقًا إلى 325 مترًا في عام 1881. بدأ أول مشروع لتأهيل الميناء في سنة 1882، وبعد ثلاث سنوات تم إعلان المشروع كمنفعة عامة. تلت ذلك أعمال تهيئة ضخمة بين عامي 1890 و1904، مما أسفر عن إنشاء أول حوض للميناء. أما الحوض الثاني، فقد تم بناؤه بعد إقامة كاسرة الأمواج الجنوبية الغربية للميناء ورصيف بطول 430 مترًا في بداية عام 1959.

منذ ذلك الحين، شهد الميناء تطورًا متسارعًا لتلبية احتياجات المنطقة، حيث أصبح جزءًا أساسيًا من بنية النقل التحتية في المنطقة. يكتسب الميناء أهمية كبيرة بالنسبة للعديد من الصناعات الكبرى المشاركة في التجارة الدولية، ويعزز تطوير مجموعة من الخدمات القريبة من المستفيدين النهائيين عبر مسارات نقل متعددة الأنماط.

يقع الميناء في الجهة الشرقية لخليج أرزيو، بين خط عرض 35° و 56° وخطي طول 00° و 05° شرقًا.

يقدم ميناء مستغانم نوعين من الخدمات: الخدمات التجارية وخدمات الصيد البحري. تُشرف على تسييره مؤسسة ميناء مستغانم، وهي مؤسسة عمومية ذات أسهم (EPE SPA/EPM)، تم إنشاؤها في إطار إصلاح النظام المينائي الجزائري بموجب المرسوم التنفيذي رقم 287-82 الصادر في 14 أغسطس 1982. في 29 فبراير 1989، أصبحت مؤسسة ميناء مستغانم مستقلة، مثلها مثل المؤسسات الأخرى التي أظهرت استقرارًا في وضعها المالي، حيث تم تحويلها بموجب عقد موثق إلى شركة عمومية اقتصادية ذات أسهم برأس مال قدره 25.000.000 دج، تحت الحيازة الكاملة لشركة تسيير مساهمات الدولة "الموانئ". وهي تخضع للقانون التجاري والمدني وفقًا لأحكام القوانين 88-01، 88-03، 88-04 الصادرة في 12 يناير 1988، وكذلك المراسيم 88-101، 88-119، و 88-177 الصادرة في عامي 1988.

ثانيا : الهيكل التنظيمي لمؤسسة ميناء مستغانم



الشكل 19 : الهيكل التنظيمي لميناء مستغانم

المصدر : وثيقة خاصة بميناء مستغانم

المطلب الثاني : أسئلة المقابلة بميناء مستغانم

أولاً: الأسئلة

تمت المقابلات مع مسؤولي مؤسسة ميناء مستغانم خلال فترة 7 أيام من 8 سبتمبر إلى 15 سبتمبر، وذلك بهدف جمع معلومات حول خدمات النقل البحري ودور الميناء في تحقيق التنوع الاقتصادي في الجزائر. شملت المقابلات مجموعة من المسؤولين ذوي الخبرة الطويلة في قطاع النقل البحري، حيث تم مقابلة (انظر الملحق رقم)

1. **بوعكاز عبد القادر**، المدير الاستغلال والتجارة، الذي يمتلك أكثر من 10 سنوات من الخبرة في مجال النقل البحري. تمحورت أسئلته حول تقييم جودة الخدمات اللوجستية، خطط تحسين البنية التحتية، وأهمية التنوع الاقتصادي في الميناء.

تعتبر هذه المقابلات خطوة هامة لفهم دور ميناء مستغانم في تسويق خدمات النقل البحري وكيفية تأثير هذه الخدمات على الاقتصاد الوطني، بالإضافة إلى التحديات التي يواجهها الميناء في تحسين أدائه.

الجدول 5 : يمثل المقابلة مع رئيس الاستغلال والتجارة

رئيس الاستغلال والتجارة بميناء مستغانم	الأسئلة	
الأجوبة		
خدمات الشحن والتفريغ والتخزين ونقل البضائع ورسو البواخر	ما هي الخدمات الرئيسية التي يقدمها ميناء مستغانم للمتعاملين الاقتصاديين؟	1
مقبولة و تحتاج الى تحسين	كيف تقييم جودة خدمات مينائكم مقارنة بالموانئ في الدول المجاورة؟	2

نعم، تحسين معدات الشحن والتفريغ وتوسيع مرافق التخزين وتعزيز تكنولوجيا المعلومات	هل هناك خطط لتطوير أو تحسين الخدمات اللوجستية المقدمة في ميناء مستغانم ؟	3
حسب نوع الخدمة	كيف يتم تحديد أسعار خدمات النقل البحري في ميناء مستغانم ؟	4
لا، الأسعار ثابتة	هل تقدمون خصومات أو حوافز للشركات المحلية والدولية؟	5
المشاركة في معارض تجارية	ما هي الاستراتيجيات التي يتبعها ميناء مستغانم لترويج خدمات النقل البحري؟	6
نعم ، بشكل دوري مثل الصالون الدولي للنقل البحري واللوجستيك	هل هناك مشاركات في معارض أو مؤتمرات دولية للترويج لخدمات النقل البحري لميناء مستغانم ؟	7
عن طريق توفير خدمات متكاملة	كيف يتم توزيع خدمات النقل البحري في ميناء مستغانم لضمان تلبية احتياجات الشركات المختلفة؟	8
تحسين عمليات النقل الداخلي و تعزيز التعاون مع الشركات اللوجستية	ما هي الإجراءات التي يتبعها ميناء مستغانم لتحسين توزيع الخدمات اللوجستية؟	9
لا ، نعتمد على الإمكانيات الداخلية	هل هناك شراكات مع شركات نقل محلية ودولية ؟	10
خلق فرص عمل جديدة	كيف تساهم تسويق خدمات النقل البحري في تطوير قطاعات اقتصادية جديدة في الجزائر؟	11

<p>نعم، من خلال تحسين الربط اللوجستي وخلف فرص عمل في المناطق الداخلية</p>	<p>هل ترون أن تحسين خدمات النقل البحري يمكن أن يقلل من الفجوة الاقتصادية بين المناطق الساحلية والداخلية؟</p>	<p>12</p>
<p>التحديات التنظيمية للقوانين والتشريعات</p>	<p>ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه تسويق خدمات النقل البحري لتحقيق التنوع الاقتصادي في ميناء مستغانم ؟</p>	<p>13</p>

المصدر: من إعداد الطالبة على ضوء معلومات المقابلة

ثانيا : تحليل المقابلة وعرض نتائجها

- تساهم هذه الخدمات في تسهيل حركة البضائع من وإلى الجزائر، مما يسهم بشكل كبير في تعزيز التجارة الدولية. توفر هذه الخدمات بيئة لوجستية متكاملة تتماشى مع الاحتياجات العالمية والمحلية، مما يعزز من قدرة الميناء على دعم القطاعات الاقتصادية المختلفة.
- جودة الخدمات هي عنصر حاسم في تعزيز القدرة التنافسية للميناء. على الرغم من أن المسؤولين أكدوا على جودة الخدمات، إلا أن هذا التقييم يسلط الضوء على أهمية تحسين بعض الجوانب التي قد تكون مرتبطة بالبنية التحتية أو التكنولوجيا المستخدمة.
- هذه الخطط تشير إلى رؤية واضحة لتحسين كفاءة العمل في الميناء من خلال استخدام تقنيات حديثة، مما سيسهم في تسريع العمليات وتقليل التكاليف. تعزيز تكنولوجيا المعلومات سيسهم في تحسين التكامل اللوجستي بين الميناء وشركات الشحن الأخرى.
- نظام التسعير في ميناء مستغانم يعكس مرونة الأسعار بناءً على احتياجات العملاء. ومع ذلك، عدم تقديم خصومات قد يؤثر في جذب الشركات الصغيرة التي قد تبحث عن تخفيضات في الأسعار لتقليل التكاليف، مما يقلل من القدرة التنافسية مع موانئ أخرى.

• المشاركة في المعارض التجارية تمثل وسيلة فعالة للترويج لخدمات الميناء على الصعيدين المحلي والدولي. هذه الاستراتيجيات تعزز من التواصل مع الشركاء التجاريين المحتملين، وتوسع دائرة الوعي بالخدمات التي يقدمها الميناء.

• تساهم خدمات النقل البحري في تطوير الاقتصاد المحلي وتعزيز القدرة التنافسية للمنتجات الجزائرية في الأسواق الدولية. الميناء يعد أحد العوامل الرئيسية التي تساهم في تقليل الاعتماد على قطاع المحروقات عبر تحسين حركة الصادرات غير النفطية.

النتيجة المستخلصة

من خلال تحليل الأجوبة المستخلصة من المقابلات مع مسؤولي ميناء مستغانم، يتبين أن الميناء يمثل ركيزة أساسية في تسويق خدمات النقل البحري وتعزيز التنوع الاقتصادي في الجزائر. على الرغم من أن الخدمات الحالية جيدة، إلا أن هناك حاجة لتحسين بعض الجوانب مثل جودة الخدمات و البنية التحتية. بالإضافة إلى ذلك، يعكس الترويج المستمر والتطوير المستدام لخدمات النقل البحري القدرة على تحقيق التنوع الاقتصادي، خاصة من خلال تطوير الصادرات غير النفطية وخلق فرص عمل جديدة.

النتيجة العامة

من خلال تحليل دور كل من ميناء جن جن و ميناء مستغانم في تسويق خدمات النقل البحري و التنوع الاقتصادي، يمكننا الاستنتاج بأن الميناءين يلعبان دورًا حيويًا في دعم الاقتصاد الجزائري. ورغم التحديات التي تواجههما، إلا أن تحسين الخدمات اللوجستية والترويج الفعال سيؤدي إلى تعزيز القدرة التنافسية للميناءين وزيادة الاستثمار في القطاعات غير النفطية.

المبحث الثالث : تحليل مساهمة تسويق خدمات النقل البحري لاحداث التنوع الاقتصادي باستخدام smart pls و spss

يتمثل هذا المبحث في تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيانات التي تم توزيعها على المتعاملين الاقتصاديين في الجزائر. تم استخدام أدوات التحليل الإحصائي SPSS و SMART PLS لدراسة العلاقة بين تسويق خدمات النقل البحري وفعالية التنوع الاقتصادي. يعتمد هذا المبحث على البيانات الكمية التي تم تحليلها لاستكشاف مساهمة تسويق خدمات النقل البحري على تحسين القطاعات الاقتصادية غير النفطية.

المطلب الأول: أداة الدراسة

لقد تم تصميم الاستبانة على الأساس التالي بحيث القسم الأول يحتوي على البيانات الخاصة بالمتعاملين الاقتصاديين من حيث :اسم الشركة، القطاع الاقتصادي حجم الشركة، المنصب، عدد سنوات الخبرة في المجال باعتبارها معلومات أساسية وصفية، وتقسيمها إلى القسمين آخرين الموضحين في الجدول:

الجدول 6 : بيان تفصيلي للعبارات المكونة للاستبيان

البيان	البعد	رقم العبارات	الرمز
تسويق خدمات النقل البحري	خدمات النقل البحري	العبارات من 1 إلى 6	من Q1 إلى Q6
	تسعير خدمات النقل البحري	العبارات من 7 إلى 11	من Q7 إلى Q11
	ترويج خدمات النقل البحري	العبارات من 12 إلى 17	من Q12 إلى Q17
	توزيع خدمات النقل البحري	العبارات من 18 إلى 22	من Q18 إلى Q22
	التنوع الاقتصادي	العبارات من 23 إلى 27	من Q23 إلى Q27

المصدر ر: من إعداد الطالبة على ضوء معلومات الاستبيان

تم اعتماد مقياس ليكرت (Likert) الخماسي (موافق بشدة ، موافق ، محايد ، غير موافق ، غير موافق بشدة) باعتباره من أكثر المقاييس شيوعا واستعمالا من طرف الباحثين والمتخصصين في كثير الدراسات لأنه سهل الإعداد والتفسير، وسهل الاستخدام .

أولا : تحليل الوصفي للخصائص العينة المدروسة

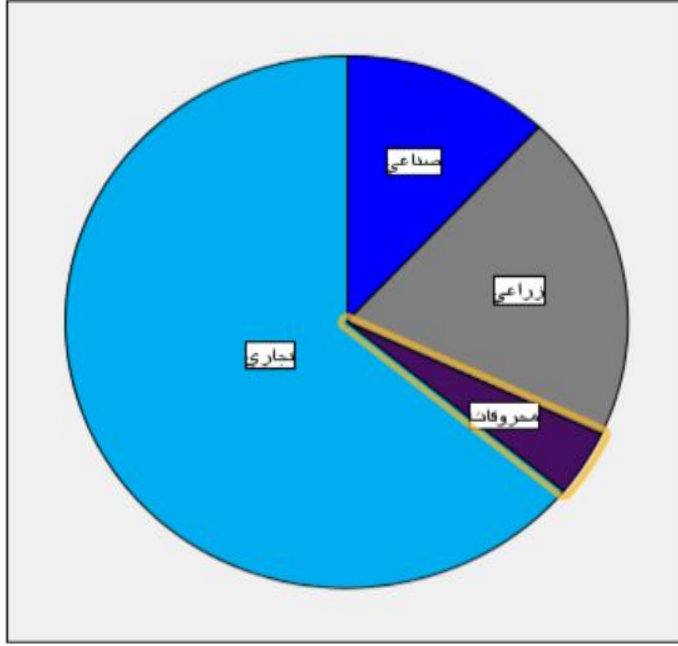
من خلال قيام بعملية التعريف بالمتغيرات الدراسة، وبعد تفرغ كافة بيانات الاستبانة، نقوم بعملية تحليل وصفي للقسم الأول من الاستبيان والتي تتمثل في البيانات الشخصية لعينة الدراسة وذلك من خلال ستة عناصر هي : القطاع الاقتصادي، حجم الشركة، المنصب، سنوات الخبرة، المبادلات التجارية الدولية، الفترة الممتدة، التعامل مع الموائى حيث تم الاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS (الإصدار) 24 في عرض وتوصيف ذلك ، و تظهر هذه الخصائص من خلال تكرارات النتائج المتوصل إليها والنسب الموافقة لها من خلال الجداول والأعمدة البيانية والدوائر النسبية وفق ما يلي:

1. خصائص المفردات الدراسة حسب القطاع الاقتصادي : بعد المعالجة الاحصائية ل 50

استبيان تم الحصول على ما يلي فيما يخص القطاع الاقتصادي

الجدول 7 : توزيع عينة الدراسة حسب القطاع الاقتصادي

البيان	التكرار	النسبة %	النسبة % الصالحة	النسبة % المتراكمة
صناعي	6	12	12	12
زراعي	10	20	20	32
محروقات	2	4	4	36
تجاري	32	64	64	100
مجموع	50	100	100	



الشكل 20 : توزيع عينة الدراسة حسب القطاع الاقتصادي

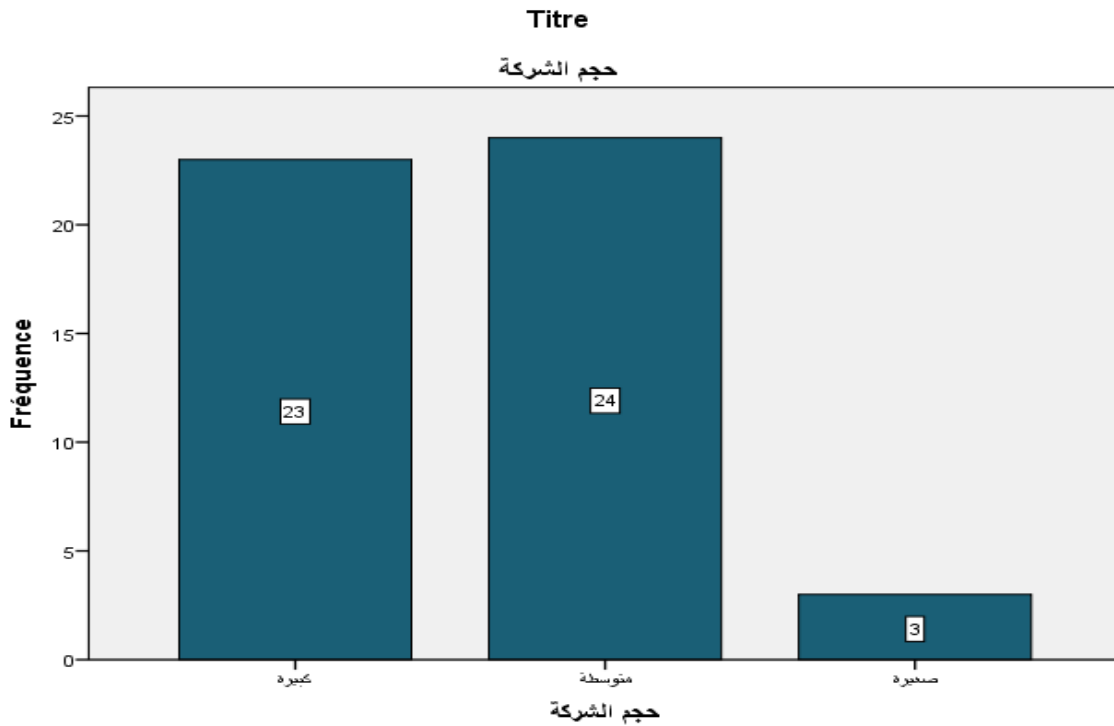
المصدر: من إعداد الطالب

في الجدول والرسم البياني المرفق، يتضح أن توزيع العينة وفقاً للقطاع الاقتصادي يظهر تفوقاً للقطاع التجاري بنسبة 64% (32 فرداً)، يليه القطاع الزراعي بنسبة 20% (10 أفراد) والقطاع الصناعي بنسبة 12% (6 أفراد)، بينما القطاع المتعلق بالخدمات بلغ 4% فقط (2 فرد).

2. خصائص مفردات الدراسة حسب حجم الشركة: حيث كانت النتائج على النحو التالي:

الجدول 8 :توزيع عينة الدراسة حسب حجم الشركة

البيان	التكرارات	النسبة %	النسبة % الصالحة	النسبة % المتراكمة
كبيرة	23	46	46	46
صغيرة	24	48	48	94
متوسطة	3	06	06	100
المجموع	50	100	100	



الشكل 21: تركيبة حسب حجم الشركة

المصدر من إعداد الطالب على ضوء مخرجات spss النسخة 23

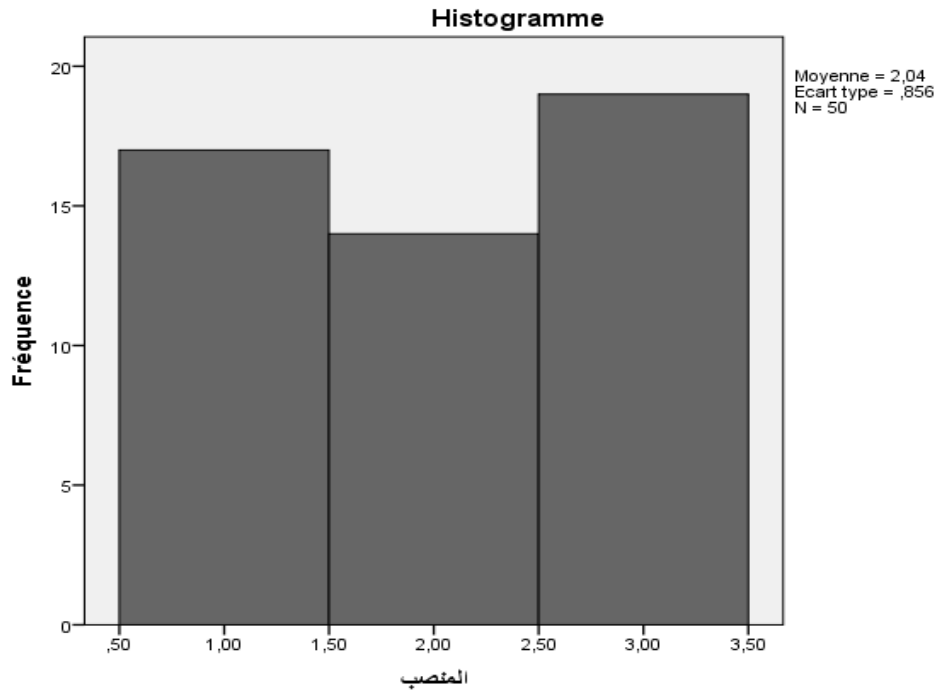
المصدر: من مخرجات Excel 2007 على ضوء نتائج مخرجات spss النسخة 23

يتضح من الجدول والشكل السابقين أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى فئة الشركات المتوسطة والكبيرة حيث بلغ عدد الشركات الكبيرة 23 شركة بنسبة 46%، في حين بلغ عدد الشركات المتوسطة 24 شركة بنسبة 48%. أما الشركات الصغيرة فقد بلغ عددها 3 شركات بنسبة 6%. هذا التوزيع يوضح أن الشركات المتوسطة والكبيرة تمثل أكثر من 90% من العينة، وهو أمر يعكس أهمية هذه الشركات في المجال المستهدف للدراسة، حيث تمثل الفئة الأكبر والأكثر تأثيرًا.

3. خصائص مفردات الدراسة حسب المنصب حيث كانت النتائج على النحو التالي:

الجدول 9 : توزيع عينة الدراسة حسب المنصب

البيان	التكرار	النسبة %	النسبة % الصالحة	النسبة % المتراكمة
اطار	17	34	34	34
عون تحكم	14	28	28	62
عون تنفيذ	19	38	38	100
المجموع	50	100	100	



الشكل 22 : تركيبة عينة الدراسة حسب المنصب

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات (spss النسخة 23)

المصدر: من مخرجات Excel 2007 على ضوء نتائج مخرجات spss النسخة 23

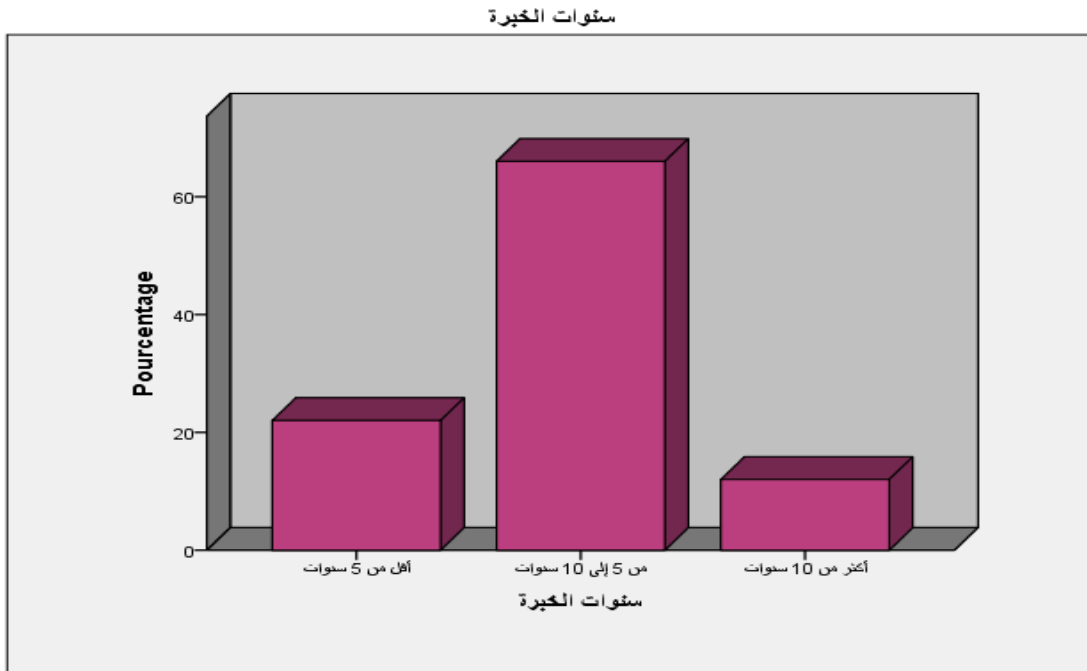
يتضح من الجدول والشكل البياني السابقين أن معظم أفراد العينة ينتمون إلى فئة "عون تنفيذ" حيث بلغ عددهم 19 فردًا بنسبة 38%، يليهم فئة "إطار" بعدد 17 فردًا بنسبة 34%. بينما جاءت فئة "عون تحكم" في المرتبة الثالثة بعدد 14 فردًا بنسبة 28%. هذا التوزيع يوضح أن

غالبية أفراد العينة هم من فئة "عون تنفيذ" و"إطار"، مما يشير إلى أن معظم المشاركين في الدراسة هم في وظائف تنفيذية أو إدارية.

4. خصائص مفردات الدراسة حسب سنوات الخبرة: حيث كانت النتائج على النحو التالي:

الجدول 10 : توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

البيان	التكرار	النسبة %	النسبة % الصالحة	النسبة % المتراكمة
أقل من 5 سنوات	11	22	22	22
من 5 إلى 10	33	66	66	88
أكثر من 10 سنوات	60	12	12	100
المجموع	50	100	100	



الشكل 23 : تركيبة عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

المصدر : من إعداد الطالب على ضوء مخرجات (spss النسخة 23)

يتضح من الجدول والشكل البياني السابقين أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى فئة "من 5 إلى 10 سنوات" حيث بلغ عددهم 33 فردًا بنسبة 66%. يليهم فئة "أقل من 5 سنوات" بعدد 11 فردًا بنسبة 22%. وأخيرًا، جاءت فئة "أكثر من 10 سنوات" بعدد 6 أفراد بنسبة 12%. هذه

النتائج تشير إلى أن أغلب المشاركين في العينة لديهم خبرة تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات، مما قد يعكس مستوى متوسط من الخبرة بين المشاركين.

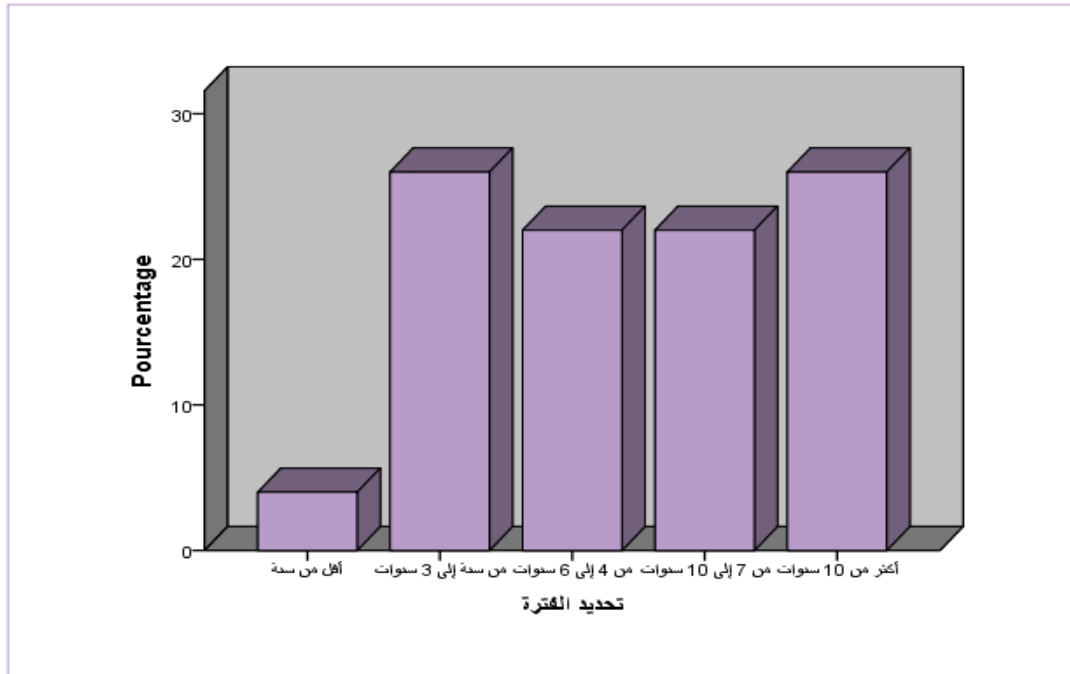
5 خصائص مفردات الدراسة حسب فترة المبادلات التجارية الدولية :

حيث كانت النتائج على النحو التالي:

الجدول 11 : توزيع عينة الدراسة حسب الفترة

النسبة % المتراكمة	النسبة % الصالحة	النسبة %	التكرار	البيان
4	4	4	2	أقل من سنة
30	26	26	13	من سنة إلى 3 سنوات
52	22	22	11	من 4 إلى 6 سنوات
74	22	22	11	من 7 إلى 10 سنوات
100	26	26	13	أكثر من 10 سنوات
	100	100	50	المجموع

تحديد الفترة



الشكل 24 : تركيبة عينة الدراسة حسب الفترة

المصدر : من إعداد الطالب على ضوء مخرجات (spss النسخة 23)

يتضح من الجدول والشكل البياني السابقين أن غالبية أفراد العينة يتمتعون بخبرة تتجاوز 10 سنوات، حيث بلغ عددهم 13 فردًا بنسبة 26%. يليهم فئة "من سنة إلى 3 سنوات" بعدد 13 فردًا أيضًا وبنسبة 26%. كما تظهر فئات أخرى مثل "من 4 إلى 6 سنوات" و"من 7 إلى 10 سنوات" بنسبة 22% لكل منها. هذا التوزيع يشير إلى أن الخبرات في العينة متوزعة بشكل متوازن بين الفئات المختلفة، مع وجود تمثيل ملحوظ للفئات ذات الخبرات الأقل من سنة أو التي تتراوح من 4 إلى 6 سنوات، مما يعكس تنوعًا في الخبرات بين أفراد العينة

7. خصائص مفردات الدراسة حسب مجال التصدير والاستيراد حيث كانت النتائج على

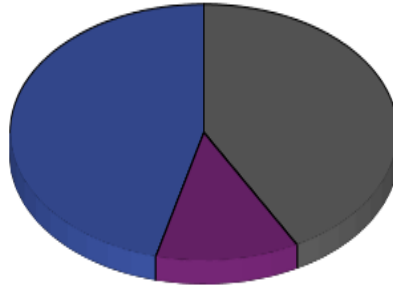
النحو التالي:

الجدول 12 : حسب التصدير والاستيراد

النسبة % المتراكمة	النسبة % الصالحة	النسبة %	التكرار	البيان
100	100	46	23	تصدير
		12	6	استيراد
		42	21	تصدير واستيراد
		100	50	المجموع

مجال التصدير او الاستيراد

تصدير
استيراد
تصدير واستيراد



الشكل 25 : حسب التصدير والاستيراد

المصدر : من إعداد الطالب على ضوء مخرجات (spss النسخة 23)

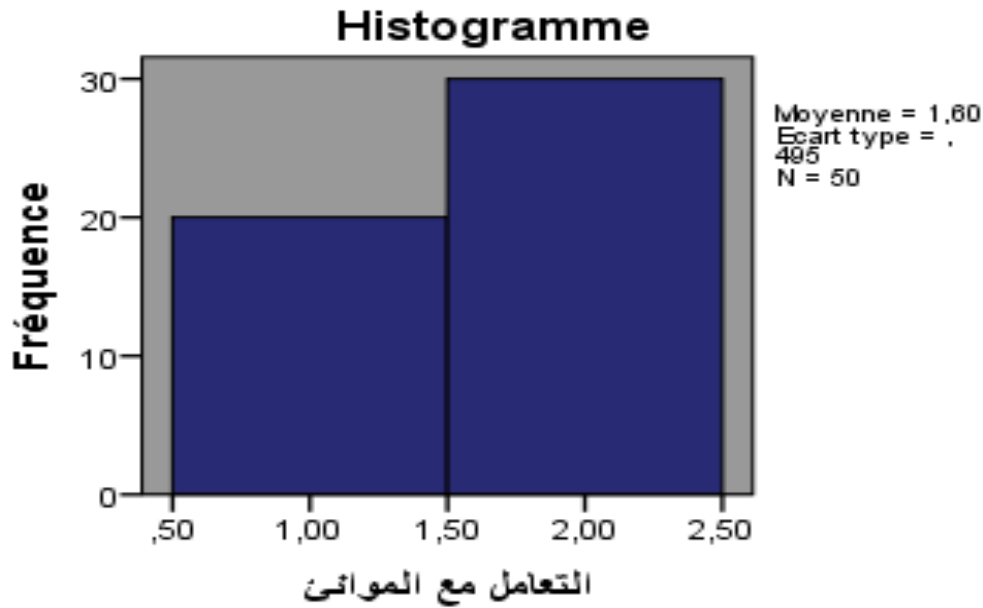
يتضح من الجدول والشكل البياني السابقين أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى فئة "تصدير" حيث بلغ عددهم 23 فردًا بنسبة 46%. يليهم فئة "تصدير واستيراد" بعدد 21 فردًا بنسبة 42%. وأخيرًا، جاءت فئة "استيراد" بعدد 6 أفراد بنسبة 12%. هذا التوزيع يظهر أن معظم المشاركين في العينة يركزون على تصدير السلع أو يمارسون أنشطة تصدير واستيراد، مما يعكس التنوع في الأنشطة التجارية للعينات.

8. خصائص مفردات الدراسة حسب التعامل مع الموائى : حيث كانت النتائج على النحو

التالي:

الجدول 13 : حسب التعامل مع الموائى

البيان	التكرار	النسبة %	النسبة %الصالحة	النسبة %المتراكمة
ميناء واحد	20	40	40	40
موائى مختلفة	30	60	60	100
المجموع	50	100	100	



الشكل 26 : حسب التعامل مع الموائى

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات (SPSS النسخة 23)

يتضح من الجدول والشكل البياني السابقين أن غالبية أفراد العينة يتعاملون مع "موائى مختلفة" حيث بلغ عددهم 30 فردًا بنسبة 60%. بينما يتعامل 20 فردًا فقط مع "ميناء واحد" بنسبة 40%. هذا التوزيع يشير إلى أن معظم المشاركين في العينة يعتمدون على موائى متعددة في أنشطتهم، مما قد يعكس تنوعًا في العمليات التجارية أو اللوجستية التي يقومون بها.

ثانياً: دراسة اتجاهات الدراسة

تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسب المئوية والتكرارات لمعرفة درجة الموافقة لكل بعد

الجدول 14 : اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الأول

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		العبرة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
موافق	1.39518	2.1800	6	3	20	10	10	5	14	7	50	25	1
موافق	0.86756	3.6800	18	9	40	20	8	5	34	17	8	4	2
موافق	0.86402	2.7800	4	2	6	3	64	32	16	8	10	5	3
موافق	0.94874	3.7200	18	9	50	25	20	10	10	5	2	1	4
موافق	0.80812	3.4000	6	3	40	20	44	22	8	4	2	1	5
موافق	0.90914	3.5000	14	7	33	18	36	16	3	2	14	7	6
موافق	1.09	3.11	متوسط عبارات البعد الأول خدمات النقل البحري										

المصدر: من اعداد الطالبة على ضوء مخرجات SPSS

من الجدول أعلاه يتضح إلى أن هناك تبايناً معتدلاً في الإجابات عبر جميع العبارات، مما يعني أن المشاركين لديهم آراء متنوعة إلى حد ما، لكن التباين ليس كبيراً.

الجدول 15: اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		العبرة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
موافق الى حد ما	1.17387	2.3600	8	4	6	3	26	13	34	17	26	13	1
موافق الى حد ما	0.59796	1.6400	2	2	2	1	4	2	50	24	42	21	2
موافق الى حد ما	1.09712	3.0200	10	5	18	9	48	24	12	6	12	6	3
موافق الى حد ما	0.96975	1.7200	2	1	6	3	6	3	34	17	52	26	4
موافق الى حد ما	1.05386	3.4600	16	8	34	17	36	18	8	4	6	3	5
موافق الى حد ما	0.68	2.47	متوسط عبارات البعد الثاني تسعير خدمات النقل البحري										

المصدر من اعداد الطالبة على ضوء مخرجات spss

من الجدول أعلاه يتضح ان متوسط عبارات البعد الثاني (تسعير خدمات النقل) هو 2.47 والذي يتجه الى درجة موافق الى حد ما وان العبارة الأولى هي الأكثر تجانسا بين عبارات المحور

الجدول 16 : اتجاه إجابات افراد العينة على عبارات البعد الثالث

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		العبارة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
موافق	1.05540	3.7800	30	15	32	16	26	13	10	5	2	1	1
موافق	0.75593	1.6000	2	1	1	1	10	5	34	15	54	27	2
موافق	1.02539	3.6400	24	12	30	15	34	17	10	5	2	1	3
موافق	1.12558	2.2800	4	2	16	8	8	4	48	24	24	12	4
موافق	1.12195	2.9200	2	1	34	17	36	18	10	5	18	9	5
موافق	1.20136	1.8400	4	2	8	4	16	8	12	6	60	30	6
موافق	0.8275	2.69	متوسط عبارات البعد الثالث ترويج خدمات النقل البحري										

المصدر من اعداد الطالبة على ضوء مخرجات spss

من الجدول أعلاه يتضح ان ا لمتوسط الحسابي (2.69) يشير إلى أن معظم الإجابات تتوزع في الفئات المتوسطة من المقياس، ويعني أن المشاركين يميلون إلى الموافقة على الأسئلة بشكل عام، لكن هناك تباين واضح في بعض العبارات والانحراف المعياري (0.83) يدل على أن هناك تباينًا ملحوظًا في الإجابات بين المشاركين، مما يعني أن هناك اختلافًا أكبر في الآراء حول بعض العبارات مقارنة ببعضها الآخر.

الجدول 17 : اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات البعد الرابع

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		العبرة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
موافق	1.00691	2.9200	6	3	20	10	42	21	24	12	8	4	1
موافق	1.37752	3.0200	14	7	30	15	22	11	12	6	22	11	2
موافق	1.50319	3.1600	24	12	24	12	20	10	8	4	24	12	3
موافق	1.26184	3.1400	8	4	46	23	14	7	16	8	16	8	4
موافق	0.69517	3.0800	28	14	50	22	18	2	8	4	2	1	5
موافق	0.3949	3.25	متوسط عبارات البعد الرابع توزيع خدمات النقل البحري										

المصدر من اعداد الطالبة على ضوء مخرجات spss

من الجدول أعلاه يتضح ان المتوسط الحسابي: (3.25) يشير إلى أن معظم الإجابات تميل إلى الفئات العليا من المقياس، حيث يميل المشاركون إلى الموافقة على العبارات بشكل عام، لكن مع تفاوت طفيف في بعض العبارات و الانحراف المعياري (0.39) يدل على أن هناك تجانساً ملحوظاً في الآراء بين المشاركين، حيث أن معظم الإجابات متقاربة.

الجدول 18 : اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات المتغير التابع

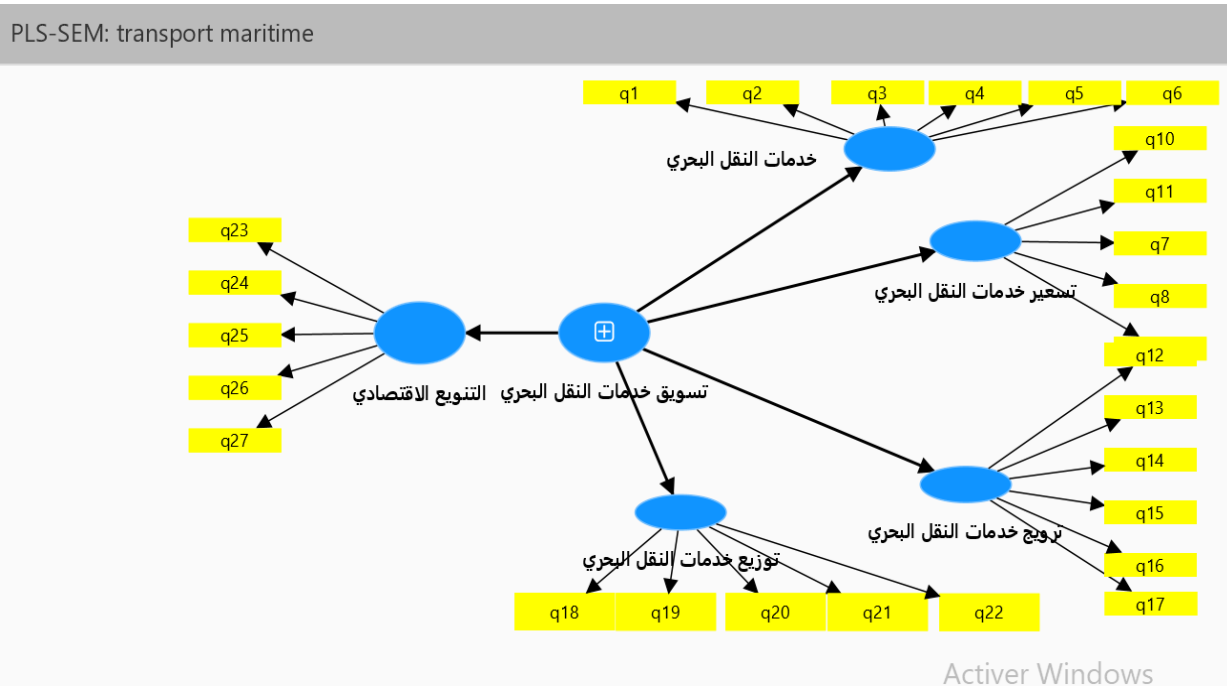
الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		العبرة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
موافق	0.82906	3.9200	4	2	28	14	38	19	32	16	2	1	1
موافق	0.85141	3.6400	10	2	18	9	24	15	42	21	6	3	2
موافق	0.96489	3.7400	24	12	36	18	32	16	20	10	2	1	3
موافق	1.04764	3.3800	16	8	30	15	32	16	20	10	2	1	4
موافق	1.03726	3.8400	34	17	40	13	44	16	6	3	2	1	5
موافق	0.3937	3.29	متوسط عبارات المتغير التابع التنوع الاقتصادي										

المصدر من اعداد الطالبة على ضوء مخرجات spss

من الجدول أعلاه يتضح ان ا لمتوسط الحسابي : (3.29) يشير إلى أن معظم الإجابات تتوزع في الفئات العليا من المقياس، أي أن الإجابات بشكل عام تميل إلى "موافق" أو "موافق بشدة" و الانحراف المعياري : (0.39) يشير إلى أن هناك تفاوتاً معتدلاً في الآراء بين المشاركين، حيث أن معظم الإجابات متقاربة ولكن هناك بعض التباين .

المطلب الثاني : تحليل نتائج نموذج الدراسة

سنعتمد في تحليل نتائج ونموذج الدراسة على أدلة ومؤشرات من خلال برنامج (smartpls)، حيث تتمثل هذه الأدوات في أدلة صدق التقارب وأدلة صدق التمايز ، كذلك مؤشرات جودة النموذج (GOF, Q^2, F^2, R^2) وتدعى أيضا مؤشرات ملائمة النموذج، حيث تعتبر ركيزة في تبني أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية من خلال اختبار النموذج بشكل عام وقبوله أو رفضه حسب الأطر والمجالات التي قدمها الباحثون والمتخصصين في هذا المجال، حيث تقدم صور أكثر وضوحا عن مدى ملائمة نموذج للمعلومات المتعلقة بالدراسة مع النموذج المقترح.



الشكل 27 : النموذج البنائي العام للدراسة وفق أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية

المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات (Smartpls 4)

من خلال الشكل السابق ، يرتكز النموذج البنائي للدراسة على حالتين لمتغيرات الدراسة ، بدأ بالمتغير المستقل والذي يمثل تسويق خدمات النقل البحري بأبعادها الأربعة : (خدمات النقل البحري، تسعير خدمات النقل البحري، ترويج خدمات النقل البحري، توزيع خدمات النقل البحري) والمتغير التابع الممثل في التنوع الاقتصادي، والمتغيرات المعدلة : (القطاع الاقتصادي ، حجم الشركة ، المنصب ، سنوات الخبرة ، المبادلات التجارية ، مجال التصدير او الاستيراد ، التعامل مع الموانئ)

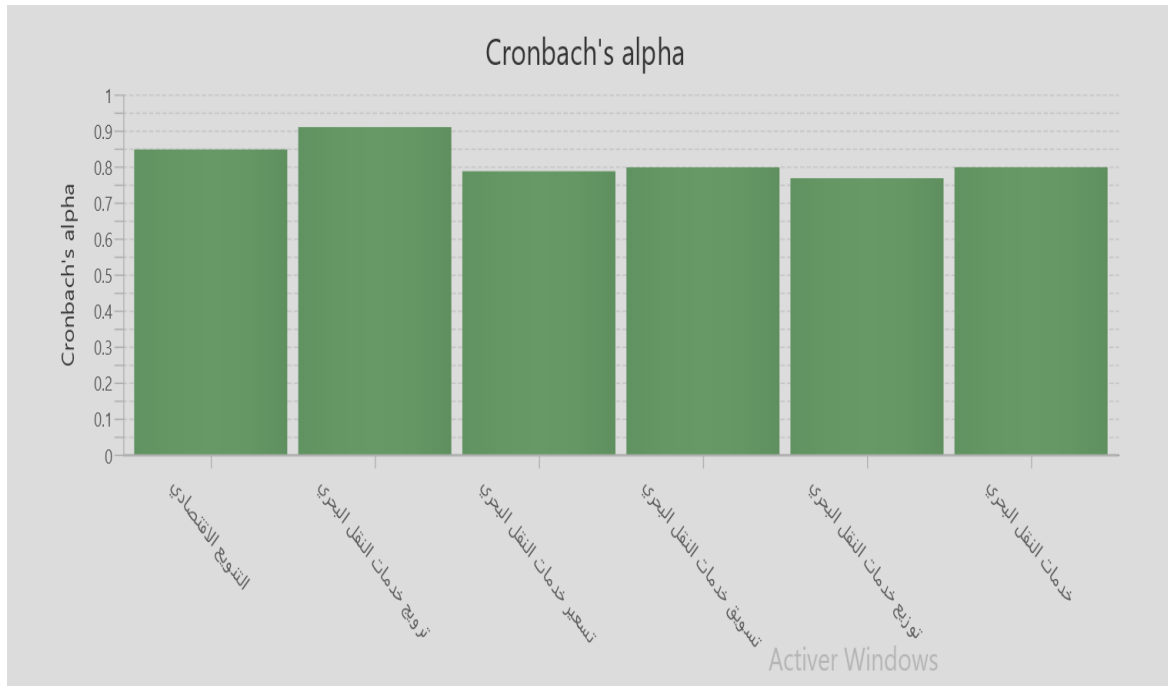
أولا : ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات أداة الدراسة هو استقرار النتائج أي مدى توافق أو الاتساق في نتائج الاستبيان إذا طبقت أكثر من مرة وفي ظروف مماثلة ، وقد تم استخدام اختبار الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ ، إذ يقيس مدى التماسك في الإجابات المستجوبين على الأسئلة الموجودة كما يمكن تفسير ألفا كرونباخ بأنها عامل الثبات الداخلي بين الإجابات ، ويدل ارتفاع قيمته على درجة ارتفاع ثبات الأداة ويتراوح ما بين (0) و (1) وتكون قيمته مقبولة عند % 60 وما فوق ، وفيما يلي نتائج قيم ألفا كرونباخ للدراسة الاستطلاعية والدراسة النهائية لجميع أفراد العينة المدروسة من خلال الجدول الآتي:

الجدول 19 : نتائج قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ للدراسة

الرقم	المتغير	عدد الفقرات	Cronbach's Alpha
1	تسويق خدمات النقل البحري	04	0.707
2	خدمات النقل البحري	06	0.798
3	تسعير خدمات النقل البحري	05	0.787
4	ترويج خدمات النقل البحري	06	0.909
5	توزيع خدمات النقل البحري	05	0.768
6	التنوع الاقتصادي	05	0.847

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على (smartpls4)



الشكل 28 : نتائج قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ للدراسة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على (smartpls4)

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة تجاوزت 0.7 ، مما يعني أن أداة القياس تتمتع بثبات جيد واستقرار عال إن تم إعادة توظيف الأداة مرة أخرى في نفس الظروف ، كما تتميز أيضا بتناسق داخلي كبير بين العبارات والمحاور التي تكونها حيث كلما كانت القيم اقرب الى 1 كلما كان المقياس اكثر موثوقية والجدير بالذكر هنا أن كل المحاور الأساسية للدراسة (تسويق خدمات النقل البحري ، توزيع خدمات النقل البحري ، توزيع خدمات النقل البحري ، تسويق خدمات النقل البحري ، التنوع الاقتصادي) تتميز هي أيضا بثبات عال .

ثانيا : أدلة صدق التقارب

الصدق التقارب هو ما مدى تقارب وتوافق الأسئلة من بعضها البعض، واستنادا إلى M.

Hult & et al,

(2017) فمعايير تقييم الصدق التقارب هي :معامل التحميل Factor Loading

الموثوقية المركبة CR ،متوسط التباين المستخرج AVE ، وبعد المعالجة تم التوصل إلى

النتائج التالية لجميع العبارات في الجدول التالي :

الجدول 20 : نتائج معامل التحميل FACTOR LOADING

العبارات	خدمات النقل	تسعير خدمات	ترويج خدمات	توزيع خدمات	التنوع الاقتصادي
	أكبر من 70%				
Q1	0.861				
Q2	0.761				
Q3	0.905				
Q4	0.745				
Q5	0.719				
Q6		0.779			
Q7		0.850			
Q8		0.831			
Q9		0.838			
Q10		0.916			
Q11		0.751			
Q12			0.820		
Q13			0.956		
Q14			0.844		
Q15			0.953		
Q16			0.875		
Q17			0.962		
Q18				0.844	
Q19				0.891	
Q20				0.910	
Q21				0.826	
Q22				0.781	
Q23					0.765
Q24					0.761
Q25					0.867
Q26					0.747
Q27					0.895

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على (smartpls4)

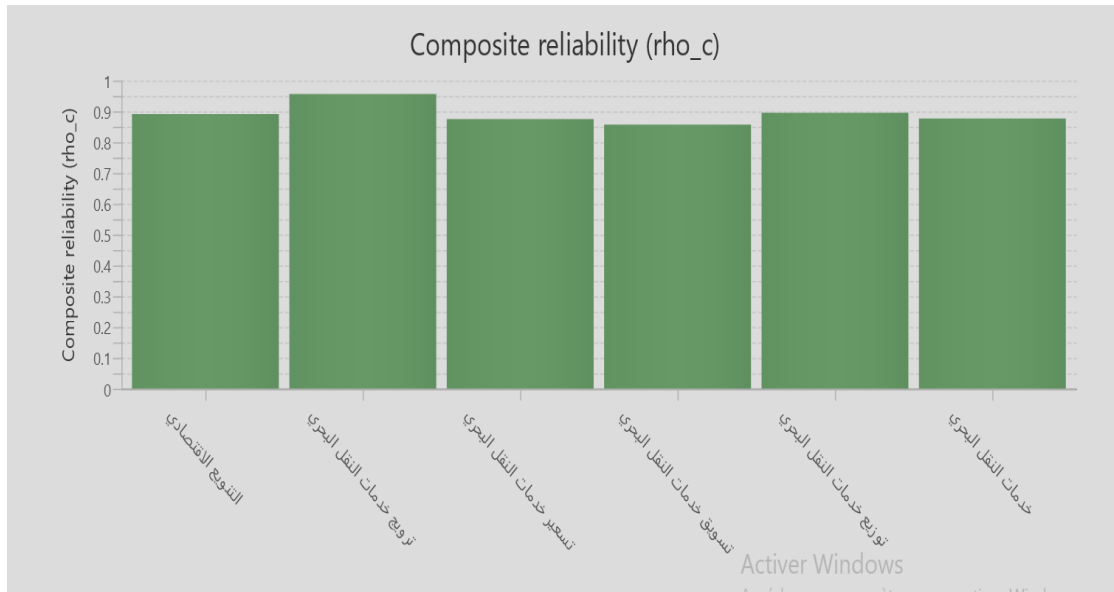
معامل التحميل يجب أن يفوق القيمة 0.708 ، لان هذا الرقم التربيعي يساوي 0.50 ،

وعليه كحد أدنى يجب أن تكون التحميلات الخارجة لجميع المؤشرات ذات دلالة إحصائية أكبر من 0.7 ونلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه ، أن العبارات لا تتطلب الحذف لأن هناك توافق و إنسجام جيد بين العبارات

الجدول 21 : نتائج الموثوقية المركبة

المتغير	Composite Reliability
أكبر من 0.70 جيدة	
خدمات النقل البحري	0.877
تسعير خدمات النقل البحري	0.875
ترويج خدمات النقل البحري	0.957
توزيع خدمات النقل البحري	0.896
التنوع الاقتصادي	0.892

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على (smartpls4)



الشكل 29 : نتائج الموثوقية المركبة

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على (smartpls 4)

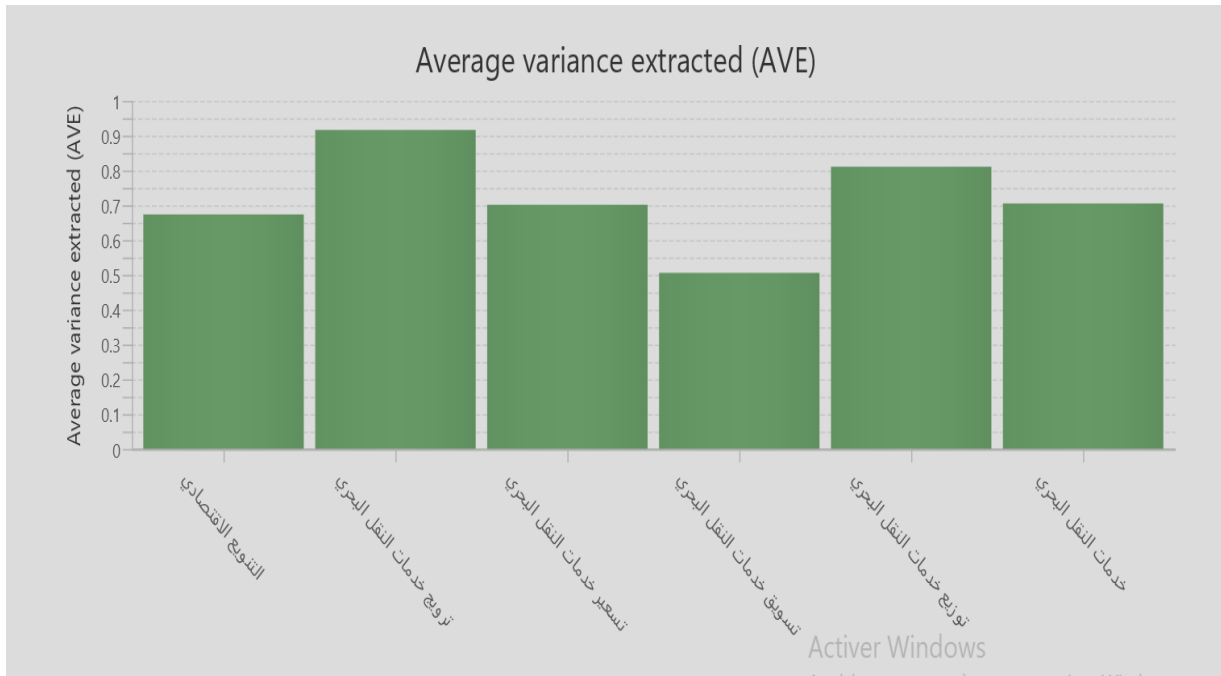
تتراوح الموثوقية المركبة بين 0 و 1 ، حيث تشير القيم الأعلى إلى مستويات أعلى من الموثوقية، بحيث من 0.60 إلى 0.70 مقبولة في البحوث الاستكشافية، بينما في المراحل الأكثر تقدماً من البحث يمكن اعتبار القيم بين 0.70 و 0.90 مقبولة، والقيم التي تزيد فوق

0.95 ليست مرغوبة ، ومن خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن جميع معاملات (CR) معنوية ومقبولة من الناحية الإحصائية لأنها أكبر من 0.70 وبالتالي وجود موثوقية لنموذج القياس المستعمل.

الجدول 22 : نتائج متوسط التباين المستخرج

Average Variance Extracted (AVE)	المتغير
يكون مقبول إذا تجاوز 0.5	
0.705	خدمات النقل البحري
0.702	تسعير خدمات النقل البحري
0.917	ترويج خدمات النقل البحري
0.811	توزيع خدمات النقل البحري
0.674	التنوع الاقتصادي

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على (smartpls4)



الشكل 30: نتائج متوسط التباين المستخرج

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على (smartpls4)

متوسط التباين المستخرج (AVE) هو من المقاييس الشائعة لإثبات صحة التقارب على مستوى البناء ومن خلال الجدول أعلاه ، نلاحظ أن جميع قيم معاملات (AVE) المعنوية ومقبولة من الناحية الإحصائية لأن قيمتها أكبر من 0.5 ، وبالتالي فصدق التقارب قد تحقق في هذا النموذج ، أي هناك توافق الأسئلة من بعضه البعض.

ثالثا : أدلة صدق التمايز (Discriminant validity)

هو المدى الذي يكون فيه البناء متميزا حقا عن البناءات الأخرى وفقا لمعايير التجريبية، وهكذا فإن إثبات صحة التمييز يعني أن البناء هو فريد من نوعه، ويلتقط الظواهر التي لا تمثلها بناءات أخرى في النموذج، وحسب

(2017) M. Hult & et al ، هناك معيارين لتقييم الصدق التمييزي هما :

1. مؤشر التوافق cross loading

الجدول 23 : نتائج مؤشر التوافق CROSS LOADING

التنوع الاقتصادي	توزيع خدمات	ترويج خدمات	تسعير خدمات	خدمات النقل	العبرة
0.422	0.536	0.488	0.595	0.861	Q1
0.753	0.420	0.458	0.525	0.756	Q2
0.629	0.706	0.615	0.656	0.823	Q3
0.611	0.597	0.652	0.690	0.745	Q4
0.550	0.613	0.598	0.716	0.719	Q5
0.430	0.605	0.652	0.779	0.708	Q6
0.812	0.621	0.701	0.850	0.759	Q7
0.812	0.650	0.690	0.831	0.650	Q8
0.740	0.583	0.756	0.838	0.596	Q9
0.711	0.711	0.877	0.846	0.702	Q10
0.312	0.747	0.724	0.777	0.644	Q11
0.607	0.701	0.884	0.715	0.624	Q12

0.550	0.642	0.779	0.602	0.526	Q13
0.454	0.701	0.836	0.722	0.658	Q14
0.712	0.756	0.922	0.764	0.662	Q15
0.626	0.875	0.844	0.697	0.688	Q16
0.720	0.788	0.755	0.530	0.616	Q17
0.520	0.949	0.783	0.736	0.674	Q18
0.454	0.891	0.643	0.634	0.553	Q19
0.624	0.910	0.719	0.594	0.649	Q20
0.420	0.919	0.743	0.727	0.712	Q21
0.711	0.781	0.486	0.447	0.439	Q22
0.905	0.777	0.479	0.543	0.554	Q23
0.883	0.712	0.701	0.611	0.692	Q24
0.790	0.653	0.660	0.520	0.451	Q25
0.874	0.453	0.512	0.553	0.580	Q26
0.895	0.550	0.557	0.712	0.701	Q27

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على (smartpls4)

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مؤشرات التوافق للعبارات تتباعد مع عبارات التي ليست في نفس المحور ، وهذا يعني أنه فعلا هذا السؤال ينتمي للمتغير أو البعد الذي من المفترض أن يتبعه أولا نأخذ مثال على ذلك في محور خدمات النقل البحري نأخذ العبارة رقم Q1 قيمتها 0.861 وإذا لاحظنا نجدها اعلى قيمة في نفس السطر إذ تمثل أن هذا السؤال فعلا ينتمي وله علاقة قوية مع محوره ، وأيضا مثال آخر نأخذ العبارة رقم Q18 نجدها كذلك اعلى قيمة في ذلك السطر وهي 0.949 ، والتي تنتمي الى محور توزيع خدمات النقل البحري ونقول إن هذه العبارة تنتمي للمحور وترتبط به، كل عبارة هي أقوى في محورها فنقول إن العبارات ترتبط بمحورها ارتباطا وثيقا ومتباعدة عن العبارات الأخرى .

2. ارتباط المتغير variable correlation

النتائج الخاصة بالدراسة فهي موضحة في الجدول التالي:

الجدول 24 : نتائج مؤشر ارتباط المتغير (VC)

التنوع الاقتصادي	توزيع خدمات	ترويج خدمات	تسعير خدمات	خدمات النقل
				0.863
			0.862	0.811
		0.847	0.741	0.835
	0.826	0.757	0.823	0.756
التنوع الاقتصادي				

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على (smartpls4)

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتغيرات أو المحاور ترتبط مع بعضها البعض وهي بذلك تمثل نفسها بأعلى

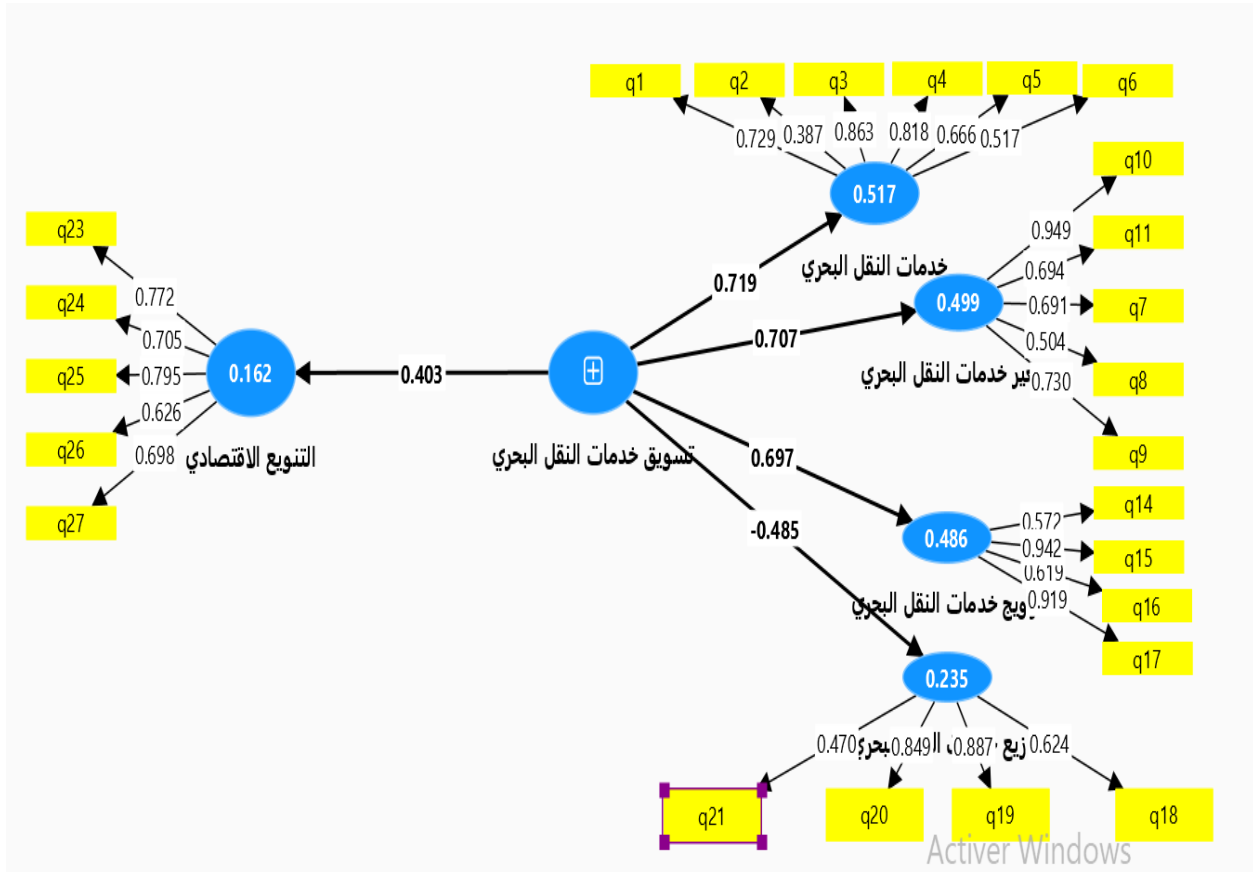
قيمة مقارنة مع المحاور الأخرى، وهذا يعني انه لا يوجد تداخل بين المحاور الدراسة وان المتغيرات مستقلة بذاتها.

وعليه نقول إن هذه المتغيرات مستقلة، وبعد التأكد من جودة مطابقة نموذج القياس، يمكن الاعتماد على النموذج الدراسة.

المطلب الثالث : تقييم النموذج البنائي واختبار فرضيات الدراسة

النموذج البنائي للدراسة

والشكل الموالي يوضح ذلك بعد توظيف أدلة صدق التقارب وصدق التمايز :



الشكل 31 : النموذج النهائي للدراسة

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات (smartpls4)

أولاً : مؤشرات جودة النموذج

قبل التطرق الى اختبار فرضيات الدراسة الميدانية، وجب التطرق أولاً الى مؤشرات جودة النموذج البنائي ، وتتمثل هذه المؤشرات في (F^2 ، R^2) ، وهذا من أجل الوقوف على مؤشرات النموذج البنائي ، وبعدها ننتقل الى اختبار صحة الفرضيات.

1. مؤشر معامل التحديد R^2

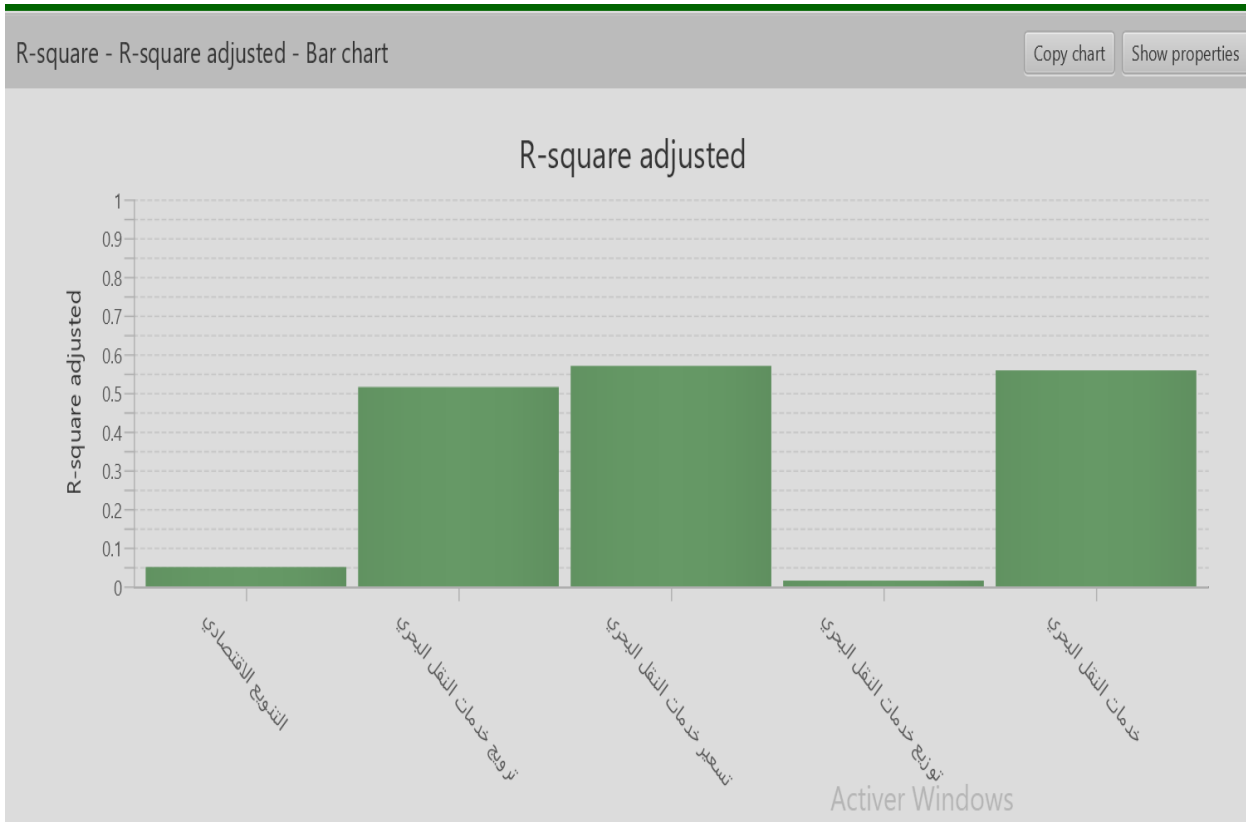
المقياس الأكثر شيوعاً لتقييم النموذج الهيكلي هو معامل التحديد (قيمة R^2) ، ويمثل هذا المعامل مقياساً

للقوة التنبؤية للنموذج، لأنه يشمل جميع البيانات التي استخدمت للحكم على القدرة التنبؤية للنموذج وللتوضيح أكثر نتابع الجدول التالي:

الجدول 25 : نتائج مؤشر معامل التحديد (R^2)

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
التنوع الاقتصادي	0.069	0.050
ترويج خدمات النقل البحري	0.525	0.515
تسعير خدمات النقل البحري	0.578	0.570
توزيع خدمات النقل البحري	0.035	0.015
خدمات النقل البحري	0.567	0.558

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات (smartpls4)



الشكل 32 : نتائج مؤشر معامل التحديد (R^2)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات (smartpls4)

يتضح من الجدول أعلاه أن النموذج يفسر بشكل متوسط إلى جيد بعض أبعاد متغير "خدمات النقل البحري"، وعلى وجه الخصوص التسعير ($R^2 = 0.578$) والترويج ($R^2 = 0.525$)، ما يدل على أن هذه الأبعاد مترابطة ومؤثرة داخل النموذج بشكل معتدل إلى قوي.

في المقابل، فإن معامل التحديد الخاص بمتغير التنوع الاقتصادي كان منخفضاً للغاية ($R^2 = 0.069$)، ما يعني أن مجمل المتغيرات التفسيرية في النموذج لا تفسر سوى 6.9% فقط من التباين في مستوى التنوع الاقتصادي. وتعد هذه النسبة ضعيفة جداً، مما يشير إلى أن تسويق خدمات النقل البحري، في شكله الحالي بالنموذج، ليس العامل الحاسم في التأثير على التنوع الاقتصادي في الجزائر، أو أن هناك متغيرات وسيطة ومؤثرة أخرى لم يتم إدراجها في النموذج الحالي (كالبنية التحتية، البيئة الاستثمارية، القوانين، الاستقرار السياسي، حجم الصادرات، وغيرها).

وبالرجوع إلى بُعد توزيع خدمات النقل البحري، فقد سجل أضعف تفسير على الإطلاق ($R^2 = 0.035$)، وهو ما قد يعود إلى محدودية قنوات التوزيع الفعالة في البيئة المينائية الجزائرية، أو غياب البنية اللوجستية الداعمة لتوزيع هذه الخدمات بشكل تنافسي.

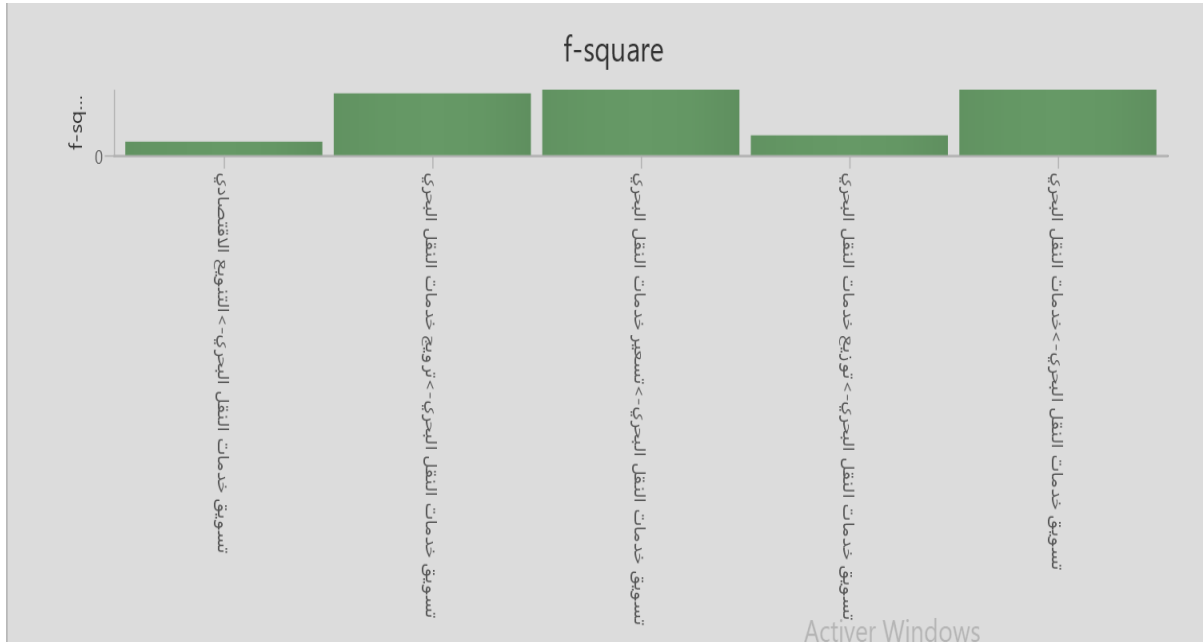
2. مؤشر حجم التأثير F^2

وهو مؤشر خاص لقياس أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع، وللتوضيح أكثر نستعين بالجدول الآتي:

الجدول 26 : نتائج مؤشر حجم التأثير (F^2)

f-square - List	
	f-square
تسويق خدمات النقل البحري - < التنوع الاقتصادي	0.208
تسويق خدمات النقل البحري - < ترويج خدمات النقل البحري	0.946
تسويق خدمات النقل البحري - < تسعير خدمات النقل البحري	1.087
تسويق خدمات النقل البحري - < توزيع خدمات النقل البحري	0.304
تسويق خدمات النقل البحري - < خدمات النقل البحري	1.017

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات (smartpls4)



الشكل 33 : نتائج مؤشر حجم التأثير (F²)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات (smartpls4)

نلاحظ من الشكل ان العلاقات التي تربط تسويق خدمات النقل البحري مع ترويج الخدمات البحرية، تسعير الخدمات البحرية، وخدمات النقل البحري تظهر تأثيرات قوية جداً قيم F-square (أعلى من 0.9)، مما يعني أن تسويق خدمات النقل البحري له تأثير كبير جداً على هذه المتغيرات .

العلاقة بين تسويق خدمات النقل البحري والتنوع الاقتصادي تظهر تأثيراً ضعيفاً (F-square = 0.208)، مما يشير إلى أنه يجب تعزيز هذه العلاقة أو إضافة متغيرات أخرى لتفسير التنوع الاقتصادي بشكل أفضل. لتأثير بين تسويق خدمات النقل البحري و توزيع الخدمات البحرية هو متوسط، مما يدل على أن هناك بعض التأثير

3. اختبار فرضيات الدراسة:

بالاعتماد على مخرجات برنامج (smartpls) سنقوم باختبار فرضيات الدراسة وكانت النتائج كالتالي:

اختبار الفرضيات الرئيسية والفرعية:

الجدول 27 : نتائج اختبار الفروقات للمتغيرات

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
- تسويق خدمات النقل البحري < التنوع الاقتصادي	0.291	0.326	0.122	2.391	0.017
- تسويق خدمات النقل البحري < ترويج خدمات النقل البحري	0.844	0.854	0.044	19.173	0.000
- تسويق خدمات النقل البحري < تسعير خدمات النقل البحري	0.738	0.738	0.084	8.824	0.000
- تسويق خدمات النقل البحري < توزيع خدمات النقل البحري	0.186	0.190	0.183	1.016	0.310
- تسويق خدمات النقل البحري < خدمات النقل البحري	0.638	0.655	0.100	6.386	0.000

المصدر ر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات (smartpls4)

التفسير

يفسر الجدول Total Effects والذي يتضمن Mean ، Standard Deviation (STDEV) ، T statistics، و P-values.

1 تسويق خدمات النقل البحري → التنوع الاقتصادي:

• Original sample (O) = 0.291 هذا يشير إلى وجود تأثير إيجابي بين تسويق خدمات النقل البحري و التنوع الاقتصادي.

• Sample mean (M) = 0.326 هذا هو المتوسط الحسابي للتأثير عبر العينات المختلفة.

• Standard deviation (STDEV) = 0.122 الانحراف المعياري يعكس التفاوت في القيم.

• T statistics = 2.391 بما أن القيمة أكبر من 1.96، فهذا يشير إلى أن التأثير ذو

دلالة إحصائية.

• P-value = 0.017 بما أن P-value < 0.05، فهذا يشير إلى أن التأثير بين تسويق

خدمات النقل البحري و التنوع الاقتصادي له دلالة إحصائية.

2 تسويق خدمات النقل البحري → ترويج خدمات النقل البحري:

• **Original sample (O) = 0.844** هذا يشير إلى أن هناك تأثيرًا إيجابيًا قويًا بين تسويق

خدمات النقل البحري و ترويج خدمات النقل البحري.

• **Sample mean (M) = 0.854** المتوسط الحسابي للتأثير عبر العينات.

• **Standard deviation (STDEV) = 0.044** انحراف معياري منخفض يشير إلى

تباين ضئيل بين القيم.

• **T statistics = 19.173** القيمة كبيرة جدًا، مما يدل على قوة التأثير.

• **P-value = 0.000** القيمة أقل من 0.05 مما يدل على أن التأثير دال إحصائيًا وبقوة.

3. تسويق خدمات النقل البحري → تسعير خدمات النقل البحري:

• **Original sample (O) = 0.738**: تأثير إيجابي بين تسويق خدمات النقل البحري و

تسعير خدمات النقل البحري.

• **Sample mean (M) = 0.738**: المتوسط الحسابي للتأثير.

• **Standard deviation (STDEV) = 0.084**: انحراف معياري يعكس تباين بسيط

بين القيم.

• **T statistics = 8.824**: قيمة كبيرة تدل على دلالة إحصائية قوية.

• **P-value = 0.000**: P-value أقل من 0.05 مما يعني دلالة إحصائية قوية.

4. تسويق خدمات النقل البحري → توزيع خدمات النقل البحري:

• **Original sample (O) = -0.186** تأثير سلبي ضعيف بين تسويق خدمات النقل

البحري و توزيع خدمات النقل البحري.

• **Sample mean (M) = -0.190** المتوسط الحسابي القريب من القيمة الأصلية.

• **Standard deviation (STDEV) = 0.183** الانحراف المعياري أكبر، مما يشير إلى

أن هناك تباينًا أكبر في القيم.

• **T statistics = 1.016** هذا أقل من 1.96، مما يشير إلى أن التأثير ليس قويًا بما فيه

الكفاية.

• **P-value = 0.310** القيمة أكبر من 0.05، مما يعني أن العلاقة غير دالة إحصائيًا.

5. تسويق خدمات النقل البحري → خدمات النقل البحري:

• **Original sample (O) = 0.638** تأثير إيجابي كبير بين تسويق خدمات النقل البحري

و خدمات النقل البحري.

• **Sample mean (M) = 0.655** المتوسط الحسابي.

• **Standard deviation (STDEV) = 0.100** انحراف معياري منخفض، مما يعني

تباين ضئيل.

• **T statistics = 6.386** قيمة كبيرة جدًا تشير إلى دلالة إحصائية قوية.

• **P-value = 0.000: P-value** أقل من 0.05 مما يشير إلى دلالة إحصائية قوية

الاستنتاجات:

• التأثيرات بين تسويق خدمات النقل البحري و ترويج خدمات النقل البحري، تسعير خدمات

النقل البحري، و خدمات النقل البحري تظهر دلالة إحصائية قوية. ($P\text{-value} < 0.05$)

• تسويق خدمات النقل البحري له تأثير إيجابي قوي على ترويج خدمات النقل البحري و

تسعير الخدمات، ويعزز بشكل جيد خدمات النقل البحري.

• العلاقة بين تسويق خدمات النقل البحري و توزيع خدمات النقل البحري ضعيفة ولا تعتبر

ذات دلالة إحصائية. ($P\text{-value} = 0.310$)

خلاصة

تُوجت هذه الدراسة التطبيقية باختبار الفرضيات التي صيغت بناءً على الطروحات النظرية والتحليلية السابقة، حيث شكل هذا الفصل الثقل النوعي للأطروحة من خلال رصد استجابات عينة الدراسة في مينائي (جن جن ومستغانم) وتحليلها إحصائياً. وقد خلصت نتائج المعالجة الميدانية إلى أن المزيج التسويقي لخدمات النقل البحري بأبعاده الثلاثة (الخدمة، السعر، الترويج) يمارس تأثيراً جوهرياً ومباشراً في دفع عجلة التنوع الاقتصادي، وهو ما يؤكد أن كفاءة الأداء التسويقي للموانئ ليست مجرد تحسينات إدارية، بل هي محرك استراتيجي لتعزيز التنافسية خارج قطاع المحروقات.

ومن خلال النتائج المتوصل إليها، اتضح أن هناك وعياً متزايداً لدى الفاعلين المينائيين بضرورة الانتقال نحو 'الخدمات المينائية الذكية' كبديل للخدمات التقليدية، حيث أظهر التحليل الإحصائي ارتباطاً وثيقاً بين جودة الخدمة البحرية وقدرة المؤسسات الاقتصادية على النفاذ للأسواق الدولية. ومع ذلك، لا تزال الدراسة الميدانية تشير إلى وجود فجوات في جانب 'التوزيع' أو سلاسل الإمداد، مما يستوجب تكاملاً أكبر بين الموانئ واللوجستيات الخلفية لضمان فعالية أكبر لسياسة التنوع.

وفي الختام، فإن هذه الدراسة التطبيقية لم تكتفِ بتأكيد العلاقة بين تسويق الخدمات البحرية والتنوع الاقتصادي، بل وضعت حجر الأساس لتصور استراتيجي جديد للموانئ الجزائرية ك'أقطاب نمو' وليست مجرد نقاط عبور. وبناءً على هذه المعطيات الرقمية والنتائج الميدانية التي أفرزها هذا الفصل، سننقل في الجزء الختامي من الأطروحة إلى صياغة الاستنتاجات العامة وتقديم جملة من التوصيات العملية والآفاق المستقبلية التي يمكن أن تتبناها صانع القرار لتعظيم مساهمة هذا القطاع الحيوي في الاقتصاد الوطني.

خاتمة

في ختام هذه الدراسة، يمكن التأكيد على أن تسويق خدمات النقل البحري لم يعد مجرد نشاط تكميلي، بل أضحت أداة استراتيجية محورية لإعادة تموضع الجزائر ضمن سلاسل الإمداد العالمية، ودعامة جوهرية لمسار التنويع الاقتصادي المنشود؛ لتحرر من رهن التبعية لقطاع المحروقات.

وقد كشفت المعالجة الميدانية أن المحرك الفعلي لتنافسية الموانئ الجزائرية (محل الدراسة) يكمن في كفاءة السياسات الترويجية ومرونة الأنظمة التسعيرية، اللذين أظهرتا تأثيراً طردياً ومعنوياً في جذب المتعاملين الدوليين. وفي المقابل، أظهرت النتائج قصوراً في بُعد التوزيع (اللوجستيات)، مما يستوجب إعادة النظر في شبكات الربط البيني للموانئ. كما تؤكد الدراسة أن الاستثمار في "الذهنية التسويقية" داخل المؤسسات المينائية يوازي في أهميته الاستثمار في البنية التحتية؛ كونه الكفيل بتحويل الموانئ من نقاط عبور ساكنة إلى أقطاب نمو ديناميكية.

وتأسيساً على ما تقدم، نخلص إلى ضرورة تبني "نموذج تسويقي مينائي متكامل" يركز على الرقمنة الشاملة، وتفعيل الدبلوماسية الاقتصادية للترويج للموانئ الجزائرية، مع الاستثمار في العنصر البشري باعتباره القائد لعملية التحول الرقمي والخدمي. وكما استخلصت هذه الدراسة: "لا تنجح التجارة دون موانئ، ولا تنجح الموانئ دون تسويق".

مناقشة النتائج واختبار الفرضيات

تمهيد

يرتكز هذا الفصل على تحليل نتائج الدراسة التطبيقية ومقارنتها بالدراسات السابقة، مع اختبار الفرضيات التي تم طرحها في بداية البحث. كما يسلط الضوء على تفسيرات علمية ومنهجية للنتائج، في ضوء الإطارين النظري والتحليلي.

مناقشة نتائج الفرضيات

الفرضية الأولى: تأثير تسويق خدمات النقل البحري على خدمات النقل البحري

• النتيجة $\beta = 0.638$ ، $P < 0.001$ ،

• التفسير: تم تأكيد الفرضية بقوة إحصائية، حيث يعكس التسويق الناجح فعالية في تحسين جودة الخدمة وكفاءة الأداء بالموانئ.

الفرضية الثانية: تأثير تسويق خدمات النقل البحري على الترويج

• النتيجة $\beta = 0.844$ ، $P < 0.001$

• التفسير: هناك علاقة قوية جدًا بين التسويق والترويج، ما يدل على دور الإعلانات والعلاقات العامة في تعزيز الحضور الدولي للموانئ.

الفرضية الثالثة: تأثير تسويق خدمات النقل البحري على التسعير

• النتيجة $\beta = 0.738$ ، $P < 0.001$

• التفسير: أظهرت البيانات تأثيرًا مهمًا للتسويق في تحسين استراتيجية التسعير، مما يساهم في جذب عملاء جدد.

الفرضية الرابعة: تأثير تسويق خدمات النقل البحري على التوزيع

• النتيجة $\beta = -0.186$ ، $P = 0.310$

• التفسير: لم يتم تأكيد الفرضية، ويُعزى ذلك إلى ضعف البنية التحتية والخدمات اللوجستية.

الفرضية الخامسة: تأثير تسويق خدمات النقل البحري على التنوع الاقتصادي

• النتيجة $\beta = 0.291$ ، $P = 0.017$

• التفسير: تؤكد هذه النتيجة وجود علاقة معتدلة ولكن دالة، مما يشير إلى أن تحسين التسويق البحري يمكن أن يساهم في دعم الاقتصاد خارج قطاع المحروقات
التوصيات المستخلصة من الدراسة:

1. توصيات استراتيجية:

• ضرورة إعداد خطة وطنية شاملة لتسويق خدمات النقل البحري، تشمل التسويق الداخلي والخارجي، مع التركيز على الأسواق الإفريقية.

• إدماج التسويق البحري ضمن السياسات الاقتصادية الوطنية كأداة لتعزيز التنوع الاقتصادي.

2. توصيات تنظيمية:

• إنشاء وحدات تسويق متخصصة داخل المؤسسات المينائية، تُعنى بتحليل السوق، وإعداد العروض، والتواصل مع الشركاء الدوليين.

تحسين الهيكل التنظيمي للموانئ من خلال دعم الشراكة بين القطاعين العام والخاص في تسيير التسويق والخدمات.

3. توصيات تقنية:

- رقمنة العمليات التسويقية عبر تطوير منصات إلكترونية تفاعلية، تشمل خدمة الحجز، تتبع الشحنات، وإدارة العلاقة مع العملاء. (CRM)
- الاستثمار في الترويج الرقمي والمشاركة المستمرة في المعارض الدولية.

4. توصيات لوجستية وتشغيلية:

- تحسين البنية التحتية اللوجستية وخاصة ما يتعلق بشبكات الربط الداخلي (سكك، طرق، مخازن...).

• تعزيز كفاءة قنوات التوزيع البحري وتحسين التكامل بين الميناء والمناطق الصناعية.

5. توصيات موارد بشرية:

- تنظيم برامج تكوين متخصصة في التسويق البحري موجهة للكوادر الإدارية بالموانئ.
- التعاون مع الجامعات الجزائرية لإدراج مسارات تكوين في تسويق الخدمات اللوجستية والنقل.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتب

1. احمد المصري، إدارة الإنتاج و العلاقات الصناعية، مؤسسات باب الجامعة، الإسكندرية ، طبعة 2005 .
2. حمدون أسماء، تسويق خدمات النقل، جامعة سيدي بالعباس ، 2019 .
3. حميد الطفيلي، جغرافيا المواصلات والاتصالات، دار المنهل، لبنان، 2009.
4. زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2010 .
5. سعد الدين عشاوي، تنظيم وإدارة النقل، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1975 .
6. شريف محمد ماهر، إدارة النقل البحري "التجارة الخطية" فعاليات التطبيق - متطلبات الريادة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006 .
7. ضياء الناروز، أهم قضايا الموارد الاقتصادية و التنوع الاقتصادي، دار التعليم الجامعي، مصر، 2019.
8. عثمان إبراهيم السيد، قضايا النقل في السودان، مركز دراسات الشرق الأوسط وأفريقيا، (2004).
9. علي فلاح الزعبي، ادارة الاعمال اللوجستية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012.
10. فريق من خبراء المنظمة العربية للتنمية الإدارية، المفاهيم الحديثة في إدارة خدمات النقل واللوجيستيات، منشورات المظمة العربية -للتنمية الإدارية، مصر، 2007.
11. محمد خميس الزوكة، الجغرافيا الاقتصادية للعالم، دار المعرفة، الإسكندرية، 2006.
12. مصطفى احمد حمد منصور، اقتصاديات النقل، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا (2008م).
13. منظمة محترفة لمديري و معلمي و ممارسي اللوجستيات، تكونت سنة 1962 بغرض التعليم المستمر ودعم الأفكار
14. هاي، وليام و، مقدمة في هندسة النقل (ترجمة)، القاضي، سعد والنتير، أنيس ، المملكة العربية السعودية، مطابع جامعة ، الملك سعود، 1999 .

المجلات

15. جون سميث، "تحليل تأثير النقل البحري على التجارة والصناعات التحويلية في الدول النامية"، مجلة التجارة الدولية، العدد 45، سنة 2023.
16. كريس ويليامز، "أثر تحسين النقل البحري على سلسلة التوريد في الصناعات التحويلية"، مجلة اللوجستيات البحرية، العدد 22، سنة 2024.

17. سامي محمود، "تحليل تأثير النقل البحري على التجارة في الدول النامية: دراسة مقارنة"، مجلة التنمية الاقتصادية العالمية، العدد 33، سنة 2021.
18. بن جروة، حكيم، وربوح أم الخير". دور مزيج تسويق خدمات النقل البحري في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة شركة الوحدة للنقل البحري في الجزائر". مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية 15.2 (2023).
19. ضيف احمد ، عزوز احمد ، " واقع التنوع الاقتصادي في الجزائر والية تفعيله لتحقيق التنمية المستدامة "، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، العدد 19 (2018).
20. محمد الجوهري، "التنوع الاقتصادي في الدول العربية: التحديات والفرص"، مجلة الاقتصاديات ، العدد 12 (2019).
21. محمود جواد عباس شبع، واقع النقل في مدينة النجف الاشرف، بحث منشور في مجلة "اداب الكوفة" العممية المحكمة ،العدد السادس ،2010.
22. سمير بوختالة، محمد زرقون، نوال بن عمارة، بحث منشور في المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية بعنوان: واقع وآفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر ودوره في التنمية الاقتصادية، عدد 06 جوان 2017.
23. نزار ذياب عساف و خالد روكان عواد، متطلبات التنوع الاقتصادي في العراق في ظل فلسفة إدارة الاقتصاد الحر، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية و الإدارية، المجلد 06 ،العدد 12 ،جامعة الأنبار-العراق، 2014 .
24. عاطف لافي مرزوك، التنوع الاقتصادي في بلدان الخليج العربي، مقارنة للقواعد و الدلائل، مجلة الاقتصاد الخليجي، العدد 04 ،2013.
25. مسعودي محمد. استراتيجيات التنوع الاقتصادي على الصعيد الدولي: تجارب ونماذج رائدة، مجلة الاقتصاد وأداة الأعمال (2018).
26. عمال السعيد بوشول، نذير غانية، سعاد جرمون. المقاولاتية كاستراتيجية للتنوع الاقتصادي- دراسة حالة المملكة العربية السعودية-، مجلة الجزائر للتنمية الاقتصادية، (2017).
27. إسماعيل صاري، التنوع الاقتصادي وتنوع التنمية كبديل للحد من الصدمات النفطية الخارجية في الجزائر (تقديم نموذج مقترح)، مجلة البشائر الاقتصادية، 2019.
28. محمد عباس ديوب وآخرون، أثر الترويج في تسويق خدمات النقل الجوي: نموذج مرسسة الطيران العربية السورية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 03، 2006.
29. محمد عباس ديوب، أديب برهوم، نغم منير بركات، أثر الترويج في تسويق خدمات النقل الجوي نموذج: مؤسسة الطيران العربية السورية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 28 العدد 3.

30. محمد يعقوبي، ابعاد التنوع الاقتصادي في الجزائر في ظل سياسة التحول نحو اقتصاد السوق، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 11، العدد 01 (الجزء 02) 2020 .

31. ناجي التوني، مسيرة التنوع الاقتصادي في الوطن العربي، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، مجلد الرابع، العدد الثاني، حزيران (يونيو) 2002، بيروت.

الرسائل والأطروحات

32. محمد دحماني، الخدمة التسويقية، دراسة جودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الجزائرية، مذكرة ماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة "الجزائر"، 2008.

33. شنبى صورية، إستخدام إستراتيجية النقل الذكي كأداة لدعم أدوات النقل المستدام - دراسة متطلبات التطبيق في النقل البري بالجزائر اطروحة دكتوراه، جامعة محمد بوضياف - المسيلة، 2017.

34. أقاسم عمر، الإمداد الشامل مدخل إدارة التكلفة و السياسات الدتبعة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة- تلمسان، 2010 2002 ، ص 03 ، اقتباسا من كتاب F.E Clark, Principal of Marketing, Network the Marmillan company, 1922, p16.

35. ولد الاغواطي سعيدة ، دور الشركة الوطنية للنقل البحري (SNTM / CNAN) في تعزيز التجارة الخارجية الجزائرية رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الجزائر 2016 .

36. رصاع، حياة". دور اللوجستيات في تطوير الموانئ البحرية: دراسة مقارنة بين ميناء روتردام وميناء وهران ". أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران 2، الجزائر، 2019.

37. خليفى، ماجدة، وودفل، نعااعة". دور المراكز اللوجستية في تطوير منظومة النقل البحري للبضائع في الجزائر: دراسة حالة ميناء الجزائر ".مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، برج بوعرييج، الجزائر، 2022.

38. حملاوي، ربيعة". مردودية المؤسسات المينائية: دراسة حالة مؤسسة ميناء الجزائر (L'EPAL). أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2008.

39. ولد لغواطي سعيدة، دور النقل البحري للبضائع في تحقيق التنمية الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، 2015.

40. صادق هادي، دور التنوع الاقتصادي في تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاديات النفطية، دراسة مقارنة بين الجزائر والنرويج خلال الفترة 2000-2012، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد دولي وتنمية مستدامة، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2013-2014.

41. بلقلة إبراهيم، سياسات الحد من الآثار الاقتصادية غير المرغوبة لتقلبات أسعار النفط على الموازنة العامة في الدول العربية المصدرة للنفط- مع الإشارة لحالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف الجزائر، 2015.

الملتقيات والتقارير

42. تقرير النقل البحري في إطار منظمة التجارة العالمية، إعداد مركز الدراسات والبحوث بغرفة الشرقية، أكتوبر 2009.

43. ربح بوقرة، محاد عريوة، أهمية تفعيل نشاط مؤسسات قطاع النقل البحري ودورها في النهوض بالتجارة الخارجية والمساهمة في التنمية الاقتصادية الشاملة في الجزائر، ملتقى دولي حول " استراتيجيات وآفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر في إطار التنمية الوطنية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، يومي 07-08 نوفمبر 2013

44. تقرير مركز الدراسات والبحوث بغرفة الشارقة، النقل البحري في إطار منظمة التجارة العالمية، على الخط، 2009 متاح على [http://www.chamber.org.sa/ Trans.pdf](http://www.chamber.org.sa/Trans.pdf) > /WTO/Documents/Sea

45. الهيئة العامة للإحصاء بالمملكة العربية السعودية

46. الهيئة العامة للإحصاء بالمملكة العربية السعودية

47. الموقع الرسمي لوزارة الاقتصاد لدولة الامارات العربية المتحدة [/https://www.moec.gov.ae](https://www.moec.gov.ae)، شهود يوم 2024/07/25

48. ينظر، الموقع الرسمي لوزارة الاقتصاد لدولة الامارات العربية المتحدة [/https://www.moec.gov.ae](https://www.moec.gov.ae)، شهود يوم 2024/07/25

49. الموقع الرسمي لوزارة الاقتصاد لدولة الامارات العربية المتحدة [/https://www.moec.gov.ae](https://www.moec.gov.ae)، شهود يوم 2024/07/25

50. الجريدة الرسمية مرسوم تنفيذي رقم 155-306، 2015.

51. (الجريدة الرسمية، مرسوم تنفيذي رقم 18-02، 2018.

52. (الجريدة الرسمية مرسوم تنفيذي رقم 18-139، 2018.

53. (الجريدة الرسمية مرسوم تنفيذي رقم 11-12 مرسوم تنفيذي رقم 11-12 المؤرخ في 24 جانفي 2019، يعدل المرسوم التنفيذي رقم 18-2002 المؤرخ في 7 يناير 2018 والمتضمن تعيين البضائع موضوع التقييد عند الاستيراد، 2019.

54. عبيدي فتيحة، مطبوعة في مقياس تسويق خدمات النقل، جامعة غرداية، 2022.

55. القانون رقم 88 / 17 المؤرخ في 10 ماي 1988 يتضمن توجيه النقل البري وتنظيمه، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 19.
56. ينظر، الموقع الرسمي لجريدة الخبر الجزائرية، بقلم ف، ن، تم النشر 27 مارس 2024، شوهد يوم 13 جويلية 2024 على الساعة 11:35
57. حامد عبد الحسين الجبوري، التنوع الاقتصادي وأهميته للدول النفطية، مركز الفرات للتنمية والدراسات الإستراتيجية، تاريخ النشر 2017/10/22 تاريخ. الاطلاع: 2024/07/9،
 . Html <https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/419423>.
58. ممدوح عوض الخطيب، التنوع ا ولنمو في الاقتصاد السعودي، المؤتمر الأول لكليات إدارة الأعمال بجامعات دول مجلس التعاون لدول الخليج، 17 فبراير 2014 - 17 ربيع الثاني 1435 هـ الموافق 16 - العربية، قسم الاقتصاد كلية إدارة الأعمال- جامعة الملك سعود، الرياض خلال الفترة.
59. سليم قورة، بيان صحفي على الموقع الرسمي للبنك الدولي للجزائر
[/https://www.albankaldawli.org](https://www.albankaldawli.org) نشر يوم 2023/06/22 شوهد يوم 2024/07/09 على الساعة 16:00
60. بنك الجزائر، التقرير السنوي 2022 التطور الاقتصادي والنقدي، سبتمبر 2023.
61. بيانات من وزارة الزراعة والتنمية الريفية، أرسلت بتاريخ 17 / 05 / 2023
62. بيانات وزارة الإسكان والتخطيط العمراني والمدينة مرسله بتاريخ. 2023 / 03 / 16
63. بيانات وزارة الطاقة والمناجم مرسله بتاريخ 2023/ 03 / 16

المراجع الأجنبية

64. Frybourg Michel،L'innovation dans les transports., 1986. France, paradigme.
65. Ziv Jean Claude et Napoléon Charles. Le transport urbain, 1981. . France, Dunod.
66. Bernard. Katz, Managing Export Markerting, Gower Co., Stockholm, 1987.
67. Daniel L'Huilier, **Le cout de Transport**, Paris Edition Cujas, 1960.
68. Pierre Médan, Anne Gratacap, **Logistique et Supply Chain management**, DUNOD, Paris, 2008.

الملاحق



جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير



قسم : علوم تجارية

تخصص : تسويق دولي

عنوان

تسويق خدمات النقل البحري لإحداث التنويع الاقتصادي في الجزائر

من اعداد بوطالبي فوزية

تحت اشراف ا. بلخير فاطمة

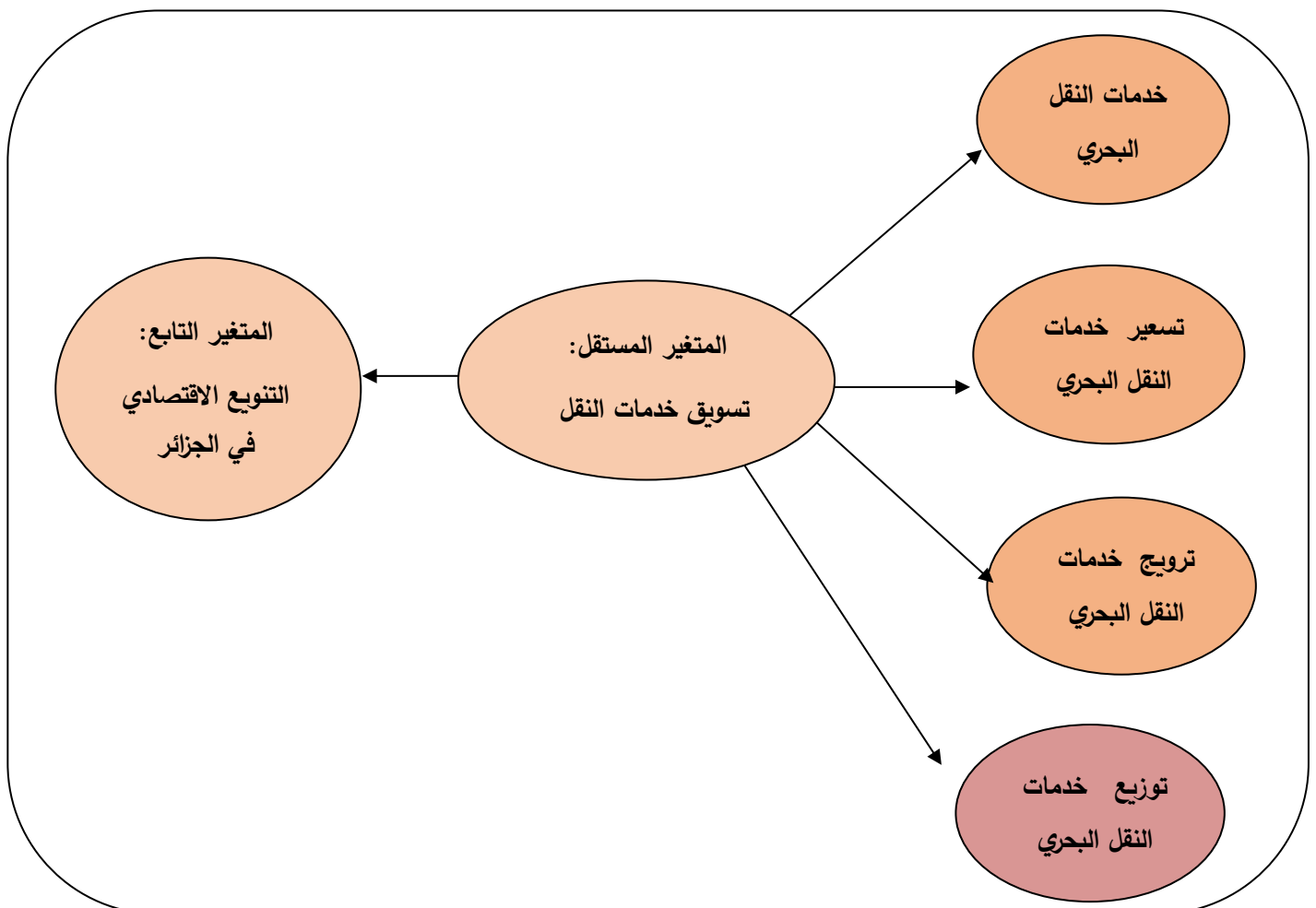
مقدمة :

يسرنا ان نضع بين ايديكم هذا الاستبيان الذي تم تصميمه لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها لنيل شهادة الدكتوراه تخصص تسويق دولي، تهدف هذه الدراسة الى فهم كيفية تسويق هذه الخدمات لتحقيق التنوع الاقتصادي.

نأمل منكم التكرم بالاجابة على اسئلة الاستبيان بدقة، بحيث ان صحة النتائج تعتمد على صحة اجابتكم و رايكم عامل اساسي من عوامل الوصول الى نتائج دقيقة.

نحن نقدر وقتك ومشاركتك القيمة ونتعهد بالحفاظ على سرية البيانات واستخدامها لأغراض البحث العلمي فقط.

نشكرك على تعاونك ودعمك لهذه الدراسة

نموذج الدراسة :

1. البيانات الشخصية :

الجزء الاول	
اسم الشركة	
القطاع الاقتصادي	
حجم الشركة :	
المنصب :	
عدد سنوات الخبرة في المجال :	
<input type="checkbox"/> لا	<input type="checkbox"/> نعم
هل شركتكم تقوم بمبادلات تجارية دولية؟	
1 - 3 سنوات <input type="checkbox"/>	اقل من سنة <input type="checkbox"/>
7 - 10 سنوات <input type="checkbox"/>	4 - 6 سنوات <input type="checkbox"/>
أكثر من 10 سنوات <input type="checkbox"/>	
هل شركتكم تعمل في مجال التصدير او الاستيراد ؟	
هل شركتكم تتعامل مع موانئ مختلفة في الجزائر او ميناء واحد؟	

.II فقرات الاستبيان:

ضع علامة (x) على المربع الذي يمثل وجهة نظرك في العبارات التالية:

المحور الأول: تسويق خدمات النقل البحري						
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	خدمات النقل البحري (المنتج)	.1
					توفر خدمات النقل البحري في الجزائر تسهيلات لوجيستية متكاملة تساهم في تحسين العمليات التجارية	.1
					تسهم الخدمات اللوجيستية المتميزة في تقليل وقت التسليم وزيادة رضى العملاء	.2
					توفر خدمات نقل البضائع حماية كافية للبضائع اثناء النقل	.3
					تكامل سلسلة التوريد يساعد في تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة الربحية	.4
					التعاون بين مختلف الجهات في سلسلة التوريد يساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة	.5
					تساهم خدمات نقل البضائع البحرية في تحسين عملية التوزيع الداخلي والدولي في الجزائر	.6

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	تسعير خدمات النقل البحري (التكاليف)	II.
					النقل البحري يعد خيارا فعالا لنقل البضائع الثقيلة الكبيرة نظرا لانخفاض تكاليفه	.7
					تكامل سلسلة التوريد يساعد في تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة الربحية	.8
					التسعير التنافسي لخدمات النقل البحري يقلل من تكاليف الانتاج مما يساعد على زيادة قدرة المنتج المحلي على المنافسة في الأسواق الدولية	.9
					تكاليف خدمات النقل البحري في الجزائر تنافسية وتجذب العملاء	.10
					التحسين المستمر للعمليات التشغيلية يسهم في تقليل التكاليف وزيادة رضا العملاء	.11

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	ترويج خدمات النقل البحري	III.
					الترويج لخدمات النقل البحري يصل بفعالية الى الجمهور المستهدف	.12
					الترويج للمنتجات المحلية في المعارض الدولية يعزز من صورتها	.13

					استراتيجيات الترويج لخدمات النقل البحري تساعد في تسهيل التعريف بالمنتجات المحلية في الاسواق الدولية	.14
					خدمات الصيانة ذات الجودة العالية تلعب دورا كبير في عملية الترويج	.15
					توفر خدمات الصيانة دعما فنيا سريعا و موثوقا للسفن و الشاحنات مما يشكل ترويجا لخدمات النقل البحري	.16
					توفر شركات النقل البحري في الجزائر خدمات تامين شاملة للسفن و الشحنات	.17
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	توزيع خدمات النقل البحري	.IV
					توزيع خدمات النقل البحري في الجزائر يتميز بالكفاءة من خلال تطوير بنية تحتية لوجستية متقدمة تساهم في تسهيل حركة البضائع.	.18
					توسيع شبكة الموانئ الجزائرية وتحديثها يسهم في تحسين توزيع الخدمات اللوجستية، مما يدعم الصناعات المحلية	.19
					توزيع خدمات النقل البحري بكفاءة يعزز من جاذبية الجزائر كوجهة استثمارية للشركات العالمية	.20

					21. توفير خدمات توزيع متكاملة للشركات الصغيرة والمتوسطة يعزز من قدرتها على المنافسة في الأسواق العالمية
					22. توسيع وتحسين توزيع خدمات النقل البحري يؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة في مجالات الشحن والتفريغ والتخزين
المحور الثاني: التنوع الاقتصادي					
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	التنوع الاقتصادي
					23. تشجيع الابتكار والأبحاث العلمية يساهم في تحقيق التنوع الاقتصادي
					24. الاستثمار التكنولوجي يساهم في تعزيز التنوع الاقتصادي
					25. تطوير القطاعات يعد جزءا مهما من استراتيجيات التنوع الاقتصادي
					26. تنوع خدمات النقل البحري يساهم في تطوير قطاعات اقتصادية جديدة في الجزائر
					27. الاستثمارات في البنية التحتية للنقل البحري تعزز من جذب الاستثمارات الأجنبية وتساهم في تحقيق التنوع الاقتصادي

الملحق رقم 02 : قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

الجامعة	الدرجة العلمية	أسماء الأساتذة
جامعة الاغواط	أستاذ التعليم العالي	محمد فرحي
جامعة غرداية	أستاذ التعليم العالي	دحو سليمان
جامعة غرداية	أستاذ محاضر ا	مراكشي
جامعة الاغواط	أستاذ محاضر ب	بشير عبد العالي
جامعة لبيبا	أستاذ محاضر ا	احمد محمد عبد المولى
جامعة مستغانم	أستاذ محاضر ب	بن زيدان ياسين
جامعة مستغانم	أستاذ محاضر ا	بشني يوسف
أستاذ متخصص في القانون البحري بجامعة الاغواط	أستاذ محاضر ا	غريبي عطاء الله

الملحق 03: تقارير الاستبيان من قبل الأساتذة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
 People's Democratic Republic of Algeria
 وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
 جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
 Ministry of Higher Education And Scientific Research
 University Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

تقرير خبرة استبيان

معلومات حول الطالبة:

الطالبة: بوطالي فوزية

التخصص: تسويق دولي

القسم: علوم تجارية

الكلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

عنوان الأطروحة: تسويق خدمات النقل البحري لإحداث التنوع الاقتصادي في الجزائر

معلومات حول الخبير:

إسم ولقب الخبير: بشني يوسف

التخصص: تسويق

القسم: العلوم التجارية

الرتبة: أستاذ التعليم العالي

مؤسسة الالتحاق: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

التقرير:

يعتبر الموضوع الذي تطرحه الباحثة حديث من حيث الطرح، كون الدولة الجزائرية تسعى جاهدة إلى بلوغ التنوع

الاقتصادي، ولو في أدنى مستوياته خارج قطاع المحروقات. أما بالنسبة للاستثمار فالطالبة قد وفقت في تقسيم

تاريخ الخبرة: 29-07-2024

اسم ولقب الخبير والامضاء:

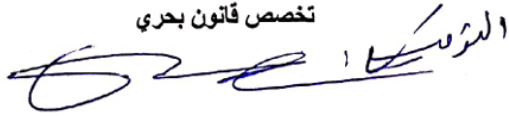
Pr. BECHENNI Youcef

Docteur BECHENNI Youcef
Maître de Conférences - A
Université de Mostaganem



الأستاذ المحكم : أ.د / غريبي عطاءالله

تخصص قانون بحري



الملحق رقم 04 : دليل المقابلة الموجه لمسؤولي لميناء جن جن و ميناء مستغانم



جامعة غرداية



كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم : علوم تجارية

معلومات حول الطالبة

طالبة الدكتوراه: بوطالبي فوزية

التخصص : تسويق دولي

عنوان الأطروحة : تسويق خدمات النقل البحري لاحداث التنويع الاقتصادي في الجزائر

مقدمة

يسرنا ان نضع بين ايديكم أسئلة المقابلة الذي تم تصميمها لجمع المعلومات الازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها لنيل شهادة الدكتوراه تخصص تسويق دولي ، تهدف هذه الدراسة الى فهم كيفية تسويق هذه الخدمات لتحقيق التنويع الاقتصادي .

نامل منكم التكرم بالإجابة على هاته الاسئلة ، بحيث ان صحة النتائج تعتمد على صحة اجابتم و رايكم عامل اساسي من عوامل الوصول الى نتائج دقيقة .

نحن نقدر وقتك و مشاركتك القيمة و نتعهد بالحفاظ على سرية البيانات و استخدامها لأغراض البحث العلمي فقط .

نشكرك على تعاونك و دعمك لهذه الدراسة

مقابلة مع مسؤولي مؤسسة ميناء مستغانم وجن جن

القسم الأول: المعلومات الأساسية

- الاسم و اللقب:
- المسمى الوظيفي:
- سنوات الخبرة في مجال النقل البحري:

أقل من 5 سنوات 5 الى 10 سنوات

أكثر من عشر سنوات

- الميناء الذي تعمل به:

- القطاعات الاقتصادية التي تتعامل معها بشكل رئيسي:

الصادرات الواردات النقل الداخلي أخرى (يرجى التحديد)

القسم الثاني: خدمات النقل البحري

1. ما هي الخدمات الرئيسية التي يقدمها ميناء مستغانم للمتعاملين الاقتصاديين؟

خدمات الشحن والتفريغ التخزين نقل البضائع
الصيانة

2. كيف تقيم جودة خدمات مينائكم مقارنة بالموانئ في الدول المجاورة؟

ممتازة جيدة مقبولة
تحتاج الى تحسين

3. هل هناك خطط لتطوير أو تحسين الخدمات اللوجستية المقدمة في ميناء مستغانم؟

نعم، تحسين معدات الشحن والتفريغ نعم ، توسيع مرافق التخزين

نعم تعزيز تكنولوجيا المعلومات

لا ، الخدمات الحالية تلبى احتياجاتنا

القسم الثالث: تسعير الخدمات

8. كيف يتم تحديد أسعار خدمات النقل البحري في ميناء مستغانم؟

حسب حجم البضائع حسب نوع الخدمة حسب

التفاوض مع العميل

.....

9. هل تقدمون خصومات أو حوافز للشركات المحلية والدولية؟

نعم ، بناء على حجم الاعمال في الميناء لا ، الأسعار ثابتة

.....

القسم الرابع: ترويج الخدمات

11. ما هي الاستراتيجيات التي يتبعها ميناء مستغانم لترويج خدمات النقل البحري؟

المشاركة في معارض تجارية حملات إعلامية التعاون

مع شركات النقل

.....

12. هل هناك مشاركات في معارض أو مؤتمرات دولية للترويج لخدمات النقل البحري

لميناء مستغانم؟

نعم ، بشكل دوري لا ، نركز على

الترويج المحلي

ذكر المعارض او المؤتمرات الدولية :

.....

القسم السادس: توزيع الخدمات

17. كيف يتم توزيع خدمات النقل البحري في ميناء مستغانم لضمان تلبية احتياجات

الشركات المختلفة؟

- تقديم خدمات مخصصة للشركات توزيع الخدمات حسب حجم الاعمال
- الكبيرة
- توفير خدمات متكاملة

.....

18. ما هي الإجراءات التي يتبناها ميناء مستغانم لتحسين توزيع الخدمات اللوجستية؟
- توسيع البنية التحتية تحسين عمليات النقل الداخلي تعزيز التعاون مع الشركات اللوجستية

.....

19. هل هناك شراكات مع شركات نقل محلية ودولية؟
- نعم نعمل مع شركات محلية ودولية لا نعتمد على الإمكانيات الداخلية

.....

القسم السابع: مساهمة تسويق خدمات النقل البحري على التنوع الاقتصادي

20. كيف تساهم تسويق خدمات النقل البحري في تطوير قطاعات اقتصادية جديدة في الجزائر؟

- خلق فرص عمل جديدة جذب الاستثمارات الأجنبية

.....

21. هل ترون أن تحسين خدمات النقل البحري يمكن أن يقلل من الفجوة الاقتصادية بين المناطق الساحلية والداخلية؟

- نعم، من خلال تحسين الربط اللوجستي نعم ، من خلال خلق فرص عمل في المناطق الداخلية

- لا ، التأثير محدود

.....

21. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه تسويق خدمات النقل البحري لتحقيق التنوع الاقتصادي في ميناء مستغانم ؟ نقص البنية التحتية قلة الوعي بالخدمات المتاحة التحديات التنظيمية (القوانين والتشريعات)
-

امضاء المعنيين في مؤسسة ميناء مستغانم وميناء جن

امضاء المعني في مؤسسة ميناء مستغانم

امضاء المعني في مؤسسة ميناء جن-جيجل-

BORDJ Samir

Signature

بوعكاز عبد القادر

Signature

امضاء المعني في مؤسسة ميناء جن-جيجل-



Signature

ARABIA Nasreddine
et du marketing
Directeur de l'information

الملحق 07 : اتفاقية تربص لميناء جن جن



تم الاتفاق بين مدير جامعة غرداية

ممثلة من قبل السيد : الأستاذ الدكتور دحو سليمان نائب العميد للبحث العلمي والعلاقات الخارجية
من ناحية،

ومؤسسة: ميناء جن جن - حيجل -

الواقعة : حيجل

ممثلة من قبل السيد : ... مدير المؤسسة السيد: يواب عيد السلام

من ناحية أخرى على ما يلي :

المادة 01 :

يهدف هذا الاتفاق السماح باجراء تربص ميداني للطالبة:

بوطالبي فوزية ، السنة الرابعة دكتوراه علوم تجارية ، تخصص تسويق دولي.

المادة 02 :

هدف هذا التربص هو التطبيق الميداني للدراسة المقدمة من الجامعة وفقا لبرنامج و اختصاص العائلة
و مخططات الدراسة.

المادة 03 :

برنامج التربص موضوع من قبل الجامعة و يراقب تنفيذه من قبل الجامعة و المؤسسة على حد سواء و
يكون مصطلحيا لهذا الاتفاق و مكملا له .

المادة 04 :

يتم التربص الميداني في مدة أقصاها أسبوع .

المادة 05 :

تقوم المؤسسة بتعيين موظف او اكثر لمتابعة التربص الميداني للعائلة و يلتزم هؤلاء الموظفين بتقديم كل
المساعدة اللازمة لتنفيذ الجيد للتربص .

المادة 06 :

حين يتخذ استقال أساتذة من الجامعة لأسباب ميدان فوجبة أثناء التربص المبني في المؤسسة من سنة الأثيرة بشره -استقالة في مكان معين العائلي و هذا من أجل السماح له بمساعدة من برنامج التربص.

المادة 07 :

المادة المنقحة من العائلي (تعديله، اجازة ...) تسمح ملكاً للمؤسسة أثناء نهاية التربص .

المادة 08:

يخصص العائلي أثناء التربص الى التزامات عمال المؤسسة و النقطه الداخلي لها أيضا بعد عام العائلي بزهرات النظام الداخلي وتعليمات الأمر . مع توضيح الإلتزام والمعلومات المتوفرة عن سبلاتهم وهذا فوز الشحاق العائلي بالمؤسسة .

المادة 09:

إذا قام العائلي بخصماً حسيب كما هو محدد في العهد الداخلي للمؤسسة فإنه شطيع ان يوقف حاضره تربص العائلي وهذا بعد اعلان الجامعة كذا .

المادة 10:

في حالة وقوع حادث أثناء التربص في أماكن الشعيين فإن المؤسسة ملتزمة بتقديم الإسعافات اللازمة وترسل مباشرة تقريراً مفصلاً للجامعة . وعليه فإن المؤسسة تستعمل مطبوعات اعلان الحادث المرسنة اليها من قبل الجامعة .

المادة 11:

في حالة عدم توفر أجهزة الاعلام الالي بالمؤسسة يسمح للطالب بالانتقال الى الجامعة لاكمال ابحاثه ذات صلة بموضوع التربص.

المادة 12:

يطلع العائلي على محتوى هذا الاتفاق قبل انطلاقه في اجراء التربص الميداني .

مدير المؤسسة

ANB
صليح الإدارة والموارد البشرية
كسارة - عبدالدين



ع/ مدير الجامعة



الملحق 08: تسهيل مهمة لميناء جن جن

République Algérienne Démocratique Et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère De L'Enseignement Supérieur Et De la recherche
Scientifique



جامعة غرداية
العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم السبر
العمد المكلف بما بعد التخرج والبحث العلمي
نائب العميد

Université de Ghardala
Faculté des sciences Economiques et
Commerciales et sciences de Gestion
Vice- doyen chargé de la post- graduation,
de la recherche scientifique et des
relations extérieures

2024 / 2023 / 2022 / 2021 / 2020 / 2019 / 2018 / 2017 / 2016 / 2015 / 2014 / 2013 / 2012 / 2011 / 2010 / 2009 / 2008 / 2007 / 2006 / 2005 / 2004 / 2003 / 2002 / 2001 / 2000 / 1999 / 1998 / 1997 / 1996 / 1995 / 1994 / 1993 / 1992 / 1991 / 1990 / 1989 / 1988 / 1987 / 1986 / 1985 / 1984 / 1983 / 1982 / 1981 / 1980 / 1979 / 1978 / 1977 / 1976 / 1975 / 1974 / 1973 / 1972 / 1971 / 1970 / 1969 / 1968 / 1967 / 1966 / 1965 / 1964 / 1963 / 1962 / 1961 / 1960 / 1959 / 1958 / 1957 / 1956 / 1955 / 1954 / 1953 / 1952 / 1951 / 1950 / 1949 / 1948 / 1947 / 1946 / 1945 / 1944 / 1943 / 1942 / 1941 / 1940 / 1939 / 1938 / 1937 / 1936 / 1935 / 1934 / 1933 / 1932 / 1931 / 1930 / 1929 / 1928 / 1927 / 1926 / 1925 / 1924 / 1923 / 1922 / 1921 / 1920 / 1919 / 1918 / 1917 / 1916 / 1915 / 1914 / 1913 / 1912 / 1911 / 1910 / 1909 / 1908 / 1907 / 1906 / 1905 / 1904 / 1903 / 1902 / 1901 / 1900 / 1899 / 1898 / 1897 / 1896 / 1895 / 1894 / 1893 / 1892 / 1891 / 1890 / 1889 / 1888 / 1887 / 1886 / 1885 / 1884 / 1883 / 1882 / 1881 / 1880 / 1879 / 1878 / 1877 / 1876 / 1875 / 1874 / 1873 / 1872 / 1871 / 1870 / 1869 / 1868 / 1867 / 1866 / 1865 / 1864 / 1863 / 1862 / 1861 / 1860 / 1859 / 1858 / 1857 / 1856 / 1855 / 1854 / 1853 / 1852 / 1851 / 1850 / 1849 / 1848 / 1847 / 1846 / 1845 / 1844 / 1843 / 1842 / 1841 / 1840 / 1839 / 1838 / 1837 / 1836 / 1835 / 1834 / 1833 / 1832 / 1831 / 1830 / 1829 / 1828 / 1827 / 1826 / 1825 / 1824 / 1823 / 1822 / 1821 / 1820 / 1819 / 1818 / 1817 / 1816 / 1815 / 1814 / 1813 / 1812 / 1811 / 1810 / 1809 / 1808 / 1807 / 1806 / 1805 / 1804 / 1803 / 1802 / 1801 / 1800 / 1799 / 1798 / 1797 / 1796 / 1795 / 1794 / 1793 / 1792 / 1791 / 1790 / 1789 / 1788 / 1787 / 1786 / 1785 / 1784 / 1783 / 1782 / 1781 / 1780 / 1779 / 1778 / 1777 / 1776 / 1775 / 1774 / 1773 / 1772 / 1771 / 1770 / 1769 / 1768 / 1767 / 1766 / 1765 / 1764 / 1763 / 1762 / 1761 / 1760 / 1759 / 1758 / 1757 / 1756 / 1755 / 1754 / 1753 / 1752 / 1751 / 1750 / 1749 / 1748 / 1747 / 1746 / 1745 / 1744 / 1743 / 1742 / 1741 / 1740 / 1739 / 1738 / 1737 / 1736 / 1735 / 1734 / 1733 / 1732 / 1731 / 1730 / 1729 / 1728 / 1727 / 1726 / 1725 / 1724 / 1723 / 1722 / 1721 / 1720 / 1719 / 1718 / 1717 / 1716 / 1715 / 1714 / 1713 / 1712 / 1711 / 1710 / 1709 / 1708 / 1707 / 1706 / 1705 / 1704 / 1703 / 1702 / 1701 / 1700 / 1699 / 1698 / 1697 / 1696 / 1695 / 1694 / 1693 / 1692 / 1691 / 1690 / 1689 / 1688 / 1687 / 1686 / 1685 / 1684 / 1683 / 1682 / 1681 / 1680 / 1679 / 1678 / 1677 / 1676 / 1675 / 1674 / 1673 / 1672 / 1671 / 1670 / 1669 / 1668 / 1667 / 1666 / 1665 / 1664 / 1663 / 1662 / 1661 / 1660 / 1659 / 1658 / 1657 / 1656 / 1655 / 1654 / 1653 / 1652 / 1651 / 1650 / 1649 / 1648 / 1647 / 1646 / 1645 / 1644 / 1643 / 1642 / 1641 / 1640 / 1639 / 1638 / 1637 / 1636 / 1635 / 1634 / 1633 / 1632 / 1631 / 1630 / 1629 / 1628 / 1627 / 1626 / 1625 / 1624 / 1623 / 1622 / 1621 / 1620 / 1619 / 1618 / 1617 / 1616 / 1615 / 1614 / 1613 / 1612 / 1611 / 1610 / 1609 / 1608 / 1607 / 1606 / 1605 / 1604 / 1603 / 1602 / 1601 / 1600 / 1599 / 1598 / 1597 / 1596 / 1595 / 1594 / 1593 / 1592 / 1591 / 1590 / 1589 / 1588 / 1587 / 1586 / 1585 / 1584 / 1583 / 1582 / 1581 / 1580 / 1579 / 1578 / 1577 / 1576 / 1575 / 1574 / 1573 / 1572 / 1571 / 1570 / 1569 / 1568 / 1567 / 1566 / 1565 / 1564 / 1563 / 1562 / 1561 / 1560 / 1559 / 1558 / 1557 / 1556 / 1555 / 1554 / 1553 / 1552 / 1551 / 1550 / 1549 / 1548 / 1547 / 1546 / 1545 / 1544 / 1543 / 1542 / 1541 / 1540 / 1539 / 1538 / 1537 / 1536 / 1535 / 1534 / 1533 / 1532 / 1531 / 1530 / 1529 / 1528 / 1527 / 1526 / 1525 / 1524 / 1523 / 1522 / 1521 / 1520 / 1519 / 1518 / 1517 / 1516 / 1515 / 1514 / 1513 / 1512 / 1511 / 1510 / 1509 / 1508 / 1507 / 1506 / 1505 / 1504 / 1503 / 1502 / 1501 / 1500 / 1499 / 1498 / 1497 / 1496 / 1495 / 1494 / 1493 / 1492 / 1491 / 1490 / 1489 / 1488 / 1487 / 1486 / 1485 / 1484 / 1483 / 1482 / 1481 / 1480 / 1479 / 1478 / 1477 / 1476 / 1475 / 1474 / 1473 / 1472 / 1471 / 1470 / 1469 / 1468 / 1467 / 1466 / 1465 / 1464 / 1463 / 1462 / 1461 / 1460 / 1459 / 1458 / 1457 / 1456 / 1455 / 1454 / 1453 / 1452 / 1451 / 1450 / 1449 / 1448 / 1447 / 1446 / 1445 / 1444 / 1443 / 1442 / 1441 / 1440 / 1439 / 1438 / 1437 / 1436 / 1435 / 1434 / 1433 / 1432 / 1431 / 1430 / 1429 / 1428 / 1427 / 1426 / 1425 / 1424 / 1423 / 1422 / 1421 / 1420 / 1419 / 1418 / 1417 / 1416 / 1415 / 1414 / 1413 / 1412 / 1411 / 1410 / 1409 / 1408 / 1407 / 1406 / 1405 / 1404 / 1403 / 1402 / 1401 / 1400 / 1399 / 1398 / 1397 / 1396 / 1395 / 1394 / 1393 / 1392 / 1391 / 1390 / 1389 / 1388 / 1387 / 1386 / 1385 / 1384 / 1383 / 1382 / 1381 / 1380 / 1379 / 1378 / 1377 / 1376 / 1375 / 1374 / 1373 / 1372 / 1371 / 1370 / 1369 / 1368 / 1367 / 1366 / 1365 / 1364 / 1363 / 1362 / 1361 / 1360 / 1359 / 1358 / 1357 / 1356 / 1355 / 1354 / 1353 / 1352 / 1351 / 1350 / 1349 / 1348 / 1347 / 1346 / 1345 / 1344 / 1343 / 1342 / 1341 / 1340 / 1339 / 1338 / 1337 / 1336 / 1335 / 1334 / 1333 / 1332 / 1331 / 1330 / 1329 / 1328 / 1327 / 1326 / 1325 / 1324 / 1323 / 1322 / 1321 / 1320 / 1319 / 1318 / 1317 / 1316 / 1315 / 1314 / 1313 / 1312 / 1311 / 1310 / 1309 / 1308 / 1307 / 1306 / 1305 / 1304 / 1303 / 1302 / 1301 / 1300 / 1299 / 1298 / 1297 / 1296 / 1295 / 1294 / 1293 / 1292 / 1291 / 1290 / 1289 / 1288 / 1287 / 1286 / 1285 / 1284 / 1283 / 1282 / 1281 / 1280 / 1279 / 1278 / 1277 / 1276 / 1275 / 1274 / 1273 / 1272 / 1271 / 1270 / 1269 / 1268 / 1267 / 1266 / 1265 / 1264 / 1263 / 1262 / 1261 / 1260 / 1259 / 1258 / 1257 / 1256 / 1255 / 1254 / 1253 / 1252 / 1251 / 1250 / 1249 / 1248 / 1247 / 1246 / 1245 / 1244 / 1243 / 1242 / 1241 / 1240 / 1239 / 1238 / 1237 / 1236 / 1235 / 1234 / 1233 / 1232 / 1231 / 1230 / 1229 / 1228 / 1227 / 1226 / 1225 / 1224 / 1223 / 1222 / 1221 / 1220 / 1219 / 1218 / 1217 / 1216 / 1215 / 1214 / 1213 / 1212 / 1211 / 1210 / 1209 / 1208 / 1207 / 1206 / 1205 / 1204 / 1203 / 1202 / 1201 / 1200 / 1199 / 1198 / 1197 / 1196 / 1195 / 1194 / 1193 / 1192 / 1191 / 1190 / 1189 / 1188 / 1187 / 1186 / 1185 / 1184 / 1183 / 1182 / 1181 / 1180 / 1179 / 1178 / 1177 / 1176 / 1175 / 1174 / 1173 / 1172 / 1171 / 1170 / 1169 / 1168 / 1167 / 1166 / 1165 / 1164 / 1163 / 1162 / 1161 / 1160 / 1159 / 1158 / 1157 / 1156 / 1155 / 1154 / 1153 / 1152 / 1151 / 1150 / 1149 / 1148 / 1147 / 1146 / 1145 / 1144 / 1143 / 1142 / 1141 / 1140 / 1139 / 1138 / 1137 / 1136 / 1135 / 1134 / 1133 / 1132 / 1131 / 1130 / 1129 / 1128 / 1127 / 1126 / 1125 / 1124 / 1123 / 1122 / 1121 / 1120 / 1119 / 1118 / 1117 / 1116 / 1115 / 1114 / 1113 / 1112 / 1111 / 1110 / 1109 / 1108 / 1107 / 1106 / 1105 / 1104 / 1103 / 1102 / 1101 / 1100 / 1099 / 1098 / 1097 / 1096 / 1095 / 1094 / 1093 / 1092 / 1091 / 1090 / 1089 / 1088 / 1087 / 1086 / 1085 / 1084 / 1083 / 1082 / 1081 / 1080 / 1079 / 1078 / 1077 / 1076 / 1075 / 1074 / 1073 / 1072 / 1071 / 1070 / 1069 / 1068 / 1067 / 1066 / 1065 / 1064 / 1063 / 1062 / 1061 / 1060 / 1059 / 1058 / 1057 / 1056 / 1055 / 1054 / 1053 / 1052 / 1051 / 1050 / 1049 / 1048 / 1047 / 1046 / 1045 / 1044 / 1043 / 1042 / 1041 / 1040 / 1039 / 1038 / 1037 / 1036 / 1035 / 1034 / 1033 / 1032 / 1031 / 1030 / 1029 / 1028 / 1027 / 1026 / 1025 / 1024 / 1023 / 1022 / 1021 / 1020 / 1019 / 1018 / 1017 / 1016 / 1015 / 1014 / 1013 / 1012 / 1011 / 1010 / 1009 / 1008 / 1007 / 1006 / 1005 / 1004 / 1003 / 1002 / 1001 / 1000 / 999 / 998 / 997 / 996 / 995 / 994 / 993 / 992 / 991 / 990 / 989 / 988 / 987 / 986 / 985 / 984 / 983 / 982 / 981 / 980 / 979 / 978 / 977 / 976 / 975 / 974 / 973 / 972 / 971 / 970 / 969 / 968 / 967 / 966 / 965 / 964 / 963 / 962 / 961 / 960 / 959 / 958 / 957 / 956 / 955 / 954 / 953 / 952 / 951 / 950 / 949 / 948 / 947 / 946 / 945 / 944 / 943 / 942 / 941 / 940 / 939 / 938 / 937 / 936 / 935 / 934 / 933 / 932 / 931 / 930 / 929 / 928 / 927 / 926 / 925 / 924 / 923 / 922 / 921 / 920 / 919 / 918 / 917 / 916 / 915 / 914 / 913 / 912 / 911 / 910 / 909 / 908 / 907 / 906 / 905 / 904 / 903 / 902 / 901 / 900 / 899 / 898 / 897 / 896 / 895 / 894 / 893 / 892 / 891 / 890 / 889 / 888 / 887 / 886 / 885 / 884 / 883 / 882 / 881 / 880 / 879 / 878 / 877 / 876 / 875 / 874 / 873 / 872 / 871 / 870 / 869 / 868 / 867 / 866 / 865 / 864 / 863 / 862 / 861 / 860 / 859 / 858 / 857 / 856 / 855 / 854 / 853 / 852 / 851 / 850 / 849 / 848 / 847 / 846 / 845 / 844 / 843 / 842 / 841 / 840 / 839 / 838 / 837 / 836 / 835 / 834 / 833 / 832 / 831 / 830 / 829 / 828 / 827 / 826 / 825 / 824 / 823 / 822 / 821 / 820 / 819 / 818 / 817 / 816 / 815 / 814 / 813 / 812 / 811 / 810 / 809 / 808 / 807 / 806 / 805 / 804 / 803 / 802 / 801 / 800 / 799 / 798 / 797 / 796 / 795 / 794 / 793 / 792 / 791 / 790 / 789 / 788 / 787 / 786 / 785 / 784 / 783 / 782 / 781 / 780 / 779 / 778 / 777 / 776 / 775 / 774 / 773 / 772 / 771 / 770 / 769 / 768 / 767 / 766 / 765 / 764 / 763 / 762 / 761 / 760 / 759 / 758 / 757 / 756 / 755 / 754 / 753 / 752 / 751 / 750 / 749 / 748 / 747 / 746 / 745 / 744 / 743 / 742 / 741 / 740 / 739 / 738 / 737 / 736 / 735 / 734 / 733 / 732 / 731 / 730 / 729 / 728 / 727 / 726 / 725 / 724 / 723 / 722 / 721 / 720 / 719 / 718 / 717 / 716 / 715 / 714 / 713 / 712 / 711 / 710 / 709 / 708 / 707 / 706 / 705 / 704 / 703 / 702 / 701 / 700 / 699 / 698 / 697 / 696 / 695 / 694 / 693 / 692 / 691 / 690 / 689 / 688 / 687 / 686 / 685 / 684 / 683 / 682 / 681 / 680 / 679 / 678 / 677 / 676 / 675 / 674 / 673 / 672 / 671 / 670 / 669 / 668 / 667 / 666 / 665 / 664 / 663 / 662 / 661 / 660 / 659 / 658 / 657 / 656 / 655 / 654 / 653 / 652 / 651 / 650 / 649 / 648 / 647 / 646 / 645 / 644 / 643 / 642 / 641 / 640 / 639 / 638 / 637 / 636 / 635 / 634 / 633 / 632 / 631 / 630 / 629 / 628 / 627 / 626 / 625 / 624 / 623 / 622 / 621 / 620 / 619 / 618 / 617 / 616 / 615 / 614 / 613 / 612 / 611 / 610 / 609 / 608 / 607 / 606 / 605 / 604 / 603 / 602 / 601 / 600 / 599 / 598 / 597 / 596 / 595 / 594 / 593 / 592 / 591 / 590 / 589 / 588 / 587 / 586 / 585 / 584 / 583 / 582 / 581 / 580 / 579 / 578 / 577 / 576 / 575 / 574 / 573 / 572 / 571 / 570 / 569 / 568 / 567 / 566 / 565 / 564 / 563 / 562 / 561 / 560 / 559 / 558 / 557 / 556 / 555 / 554 / 553 / 552 / 551 / 550 / 549 / 548 / 547 / 546 / 545 / 544 / 543 / 542 / 541 / 540 / 539 / 538 / 537 / 536 / 535 / 534 / 533 / 532 / 531 / 530 / 529 / 528 / 527 / 526 / 525 / 524 / 523 / 522 / 521 / 520 / 519 / 518 / 517 / 516 / 515 / 514 / 513 / 512 / 511 / 510 / 509 / 508 / 507 / 506 / 505 / 504 / 503 / 502 / 501 / 500 / 499 / 498 / 497 / 496 / 495 / 494 / 493 / 492 / 491 / 490 / 489 / 488 / 487 / 486 / 485 / 484 / 483 / 482 / 481 / 480 / 479 / 478 / 477 / 476 / 475 / 474 / 473 / 472 / 471 / 470 / 469 / 468 / 467 / 466 / 465 / 464 / 463 / 462 / 461 / 460 / 459 / 458 / 457 / 456 / 455 / 454 / 453 / 452 / 451 / 450 / 449 / 448 / 447 / 446 / 445 / 444 / 443 / 442 / 441 / 440 / 439 / 438 / 437 / 436 / 435 / 434 / 433 / 432 / 431 / 430 / 429 / 428 / 427 / 426 / 425 / 424 / 423 / 422 / 421 / 420 / 419 / 418 / 417 / 416 / 415 / 414 / 413 / 412 / 411 / 410 / 409 / 408 / 407 / 406 / 405 / 404 / 403 / 402 / 401 / 400 / 399 / 398 / 397 / 396 / 395 / 394 / 393 / 392 / 391 / 390 / 389 / 388 / 387 / 386 / 385 / 384 / 383 / 382 / 381 / 380 / 379 / 378 / 377 / 376 / 375 / 374 / 373 / 372 / 371 / 370 / 369 / 368 / 367 / 366 / 365 / 364 / 363 / 362 / 361 / 360 / 359 / 358 / 357 / 356 / 355 / 354 / 353 / 352 / 351 / 350 / 349 / 348 / 347 / 346 / 345 / 344 / 343 / 342 / 341 / 340 / 339 / 338 / 337 / 336 / 335 / 334 / 333 / 332 / 331 / 330 / 329 / 328 / 327 / 326 / 325 / 324 / 323 / 322 / 321 / 320 / 319 / 318 / 317 / 316 / 315 / 314 / 313 / 312 / 311 / 310 / 309 / 308 / 307 / 306 / 305 / 304 / 303 / 302 / 301 / 300 / 299 / 298 / 297 / 296 / 295 / 294 / 293 / 292 / 291 / 290 / 289 / 288 / 287 / 286 / 285 / 284 / 283 / 282 / 281 / 280 / 279 / 278 / 277 / 276 / 275 / 274 / 273 / 272 / 271 / 270 / 269 / 268 / 267 / 266 / 265 / 264 / 263 / 262 / 261 / 260 / 259 / 258 / 257 / 256 / 255 / 254 / 253 / 252 / 251 / 250 / 249 / 248 / 247 / 246 / 245 / 244 / 243 / 242 / 241 / 240 / 239 / 238 / 237 / 236 / 235 / 234 / 233 / 232 / 231 / 230 / 229 / 228 / 227 / 226 / 225 / 224 / 223 / 222 / 221 / 220 / 219 / 218 / 217 / 216 / 215 / 214 / 213 / 212 / 211 / 210 / 209 / 208 / 207 / 206 / 205 / 204 / 203 / 202 / 201 / 200 / 199 / 198 / 197 / 196 / 195 / 194 / 193 / 192 / 191 / 190 / 189 / 188 / 187 / 186 / 185 / 184 / 183 / 182 / 181 / 180 / 179 / 178 / 177 / 176 / 175 / 174 / 173 / 172 / 171 / 170 / 169 / 168 / 167 / 166 / 165 / 164 / 163 / 162 / 161 / 160 / 159 / 158 / 157 / 156 / 155 / 154 / 153 / 152 / 151 / 150 / 149 / 148 / 147 / 146 / 145 / 144 / 143 / 142 / 141 / 140 / 139 / 138 / 137 / 136 / 135 / 134 / 133 / 132 / 131 / 130 / 129 / 128 / 127 / 126 / 125 / 124 / 123 / 122 / 121 / 120 / 119 / 118 / 117 / 116 / 115 / 114 / 113 / 112 / 111 / 110 / 109 / 108 / 107 / 106 / 105 / 104 / 103 / 102 / 101 / 100 / 99 / 98 / 97 / 96 / 95 / 94 / 93 / 92 / 91 / 90 / 89 / 88 / 87 / 86 / 85 / 84 / 83 / 82 / 81 / 80 / 79 / 78 / 77 / 76 / 75 / 74 / 73 / 72 / 71 / 70 / 69 / 68 / 67 / 66 / 65 / 64 / 63 / 62 / 61 / 60 / 59 / 58 / 57 / 56 / 55 / 54 / 53 / 52 / 51 / 50 / 49 / 48 / 47 / 46 / 45 / 44 / 43 / 42 / 41 / 40 / 39 / 38 / 37 / 36 / 35 / 34 / 33 / 32 / 31 / 30 / 29 / 28 / 27 / 26 / 25 / 24 / 23 / 22 / 21 / 20 / 19 / 18 / 17 / 16 / 15 / 14 / 13 / 12 / 11 / 10 / 9 / 8 / 7 / 6 / 5 / 4 / 3 / 2 / 1 / 0

إلى السيد: مدير مؤسسة ميناء جن جن
ب: جيجل

الموضوع: تسهيل مهمة لطلبة ما بعد التخرج
تحية طيبة وبعد

يشرفني أن أتمنى من سيادتكم تسهيل مهمة الطالب المذكور أدناه، لغرض الحصول على
المعلومات المتعلقة ببحثه في حدود ما يسمح به القانون.

- الاسم و اللقب: بوطالي فوزية
- المولودة (تاريخ: 13 / 05 / 1992 بـ بسكرة
- رقم السجل: DUN4701202320129002073
- الشعبة: العلوم التجارية
- التخصص: تسويق دولي
- السنة: الرابعة " تمديد أول"
- الشهادة المحترمة: دكتوراه الطور الثالث
- الجامعة: غرداية

في الأخير لقبلوا مني سيدي المحترم فائق التقدير و الاحترام
غرداية في 02 جوان 2024

نائب العميد



Activ
Accéd

الملحق 09 :بطاقة تصريح الدخول



الملحق 10 :صورة واجهة ميناء جن جن

