جامعـــــــــــة امحمد بوقرة _ بومـــــــــــــــرداس

كلية العلوم الاقتصادية، والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: مالية وتجارة دولية

الموضـــــوع:

دور مديريات التجارة في ترقية الصادرات في الجزائر

- دراسة حالة مديرية التجارة لولاية بومرداس -

من إعداد الطلبة:

بوسهوة محمد

كوروغلي محمد رضا

تحت إشراف الأستاذ:

د. بن عيسى عبد الرحمان

دفعة 2022

السنة الجامعية:2022/2021م

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

الحمدلله الذي بنعمته تتم الصالحات والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه أجمعون ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين.

إلى من له الفضل أولا وأخيرا الله العلي القدير الذي أنعم نعمة العقل والدين وزيننا بالعلم وأكرمنا بالتقوى، وأنار لنا درب العلم والمعرفة، وأمدنا بالقوة لإتمام هذه الدراسة وتقديمها على الشكل الذي هي عليه اليوم.

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان للأستاذ "د.بن عيسى عبد الرحمان" الذي تقبل الإشراف على مذكرتنا ولم يبخل علينا بالتوجيهات والنصائح القيمة التي كانت عونا لنا لإتمام هذا البحث.

كما نرفع كلمة الشكر للأستاذة الكرام وأعضاء لجنة المناقشة على جهودهم لتقييم هذه المذكرة.

وفي الأخير نتقدم بالشكر لكل من مد لنا يد العون سوا من قريب أو بعيد خاصة موظفي مديرية التجارة لولاية بومرداس على رأسهم "عماد الدين بوعقان".

تقبلوا منا فائق الإحترام والتقدير

إهداء

أحمد الله عز وجل على عونه لإتمام هذا البحث.
إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له آماله، إلى من كان يدفعني قدما نحو الأمام لنيل المبتغى، إلى الإنسان الذي امتلك الإنسانية بكل قوة، إلى الذي سهر على تعليمي بتضحيات مترجمة في تقديسه للعلم، إلى مدرستي الأولى في الحياة.
أبي الغالي على قلبي أطال الله في عمره.

إلى التي وهبت فلذة كبدها كل العطاء والحنان، إلى التي صبرت على كل شيئ، التي رعتني حق الرعاية وكانت سندي في الشدائد، وكانت دعواها لي بالتوفيق، تتبعتني خطوة خطوة في عملي، إلى من ارتحت كلما تذكرت ابتسامتها في وجهي نبع الحنان أمي أعز ملاك على القلب والعين جزاها الله عني خير الجزاء في الدارين.

إليهما أهدي هذا العمل المتواضع لكي أدخل على قلبهما شيئا من السعادة .
إلى كل من ساهم في انجاز هذا العمل من بعيد ومن قريب.

محمد

إهداء

الحمدلله على تمام الامور وكمالها أما بعد:

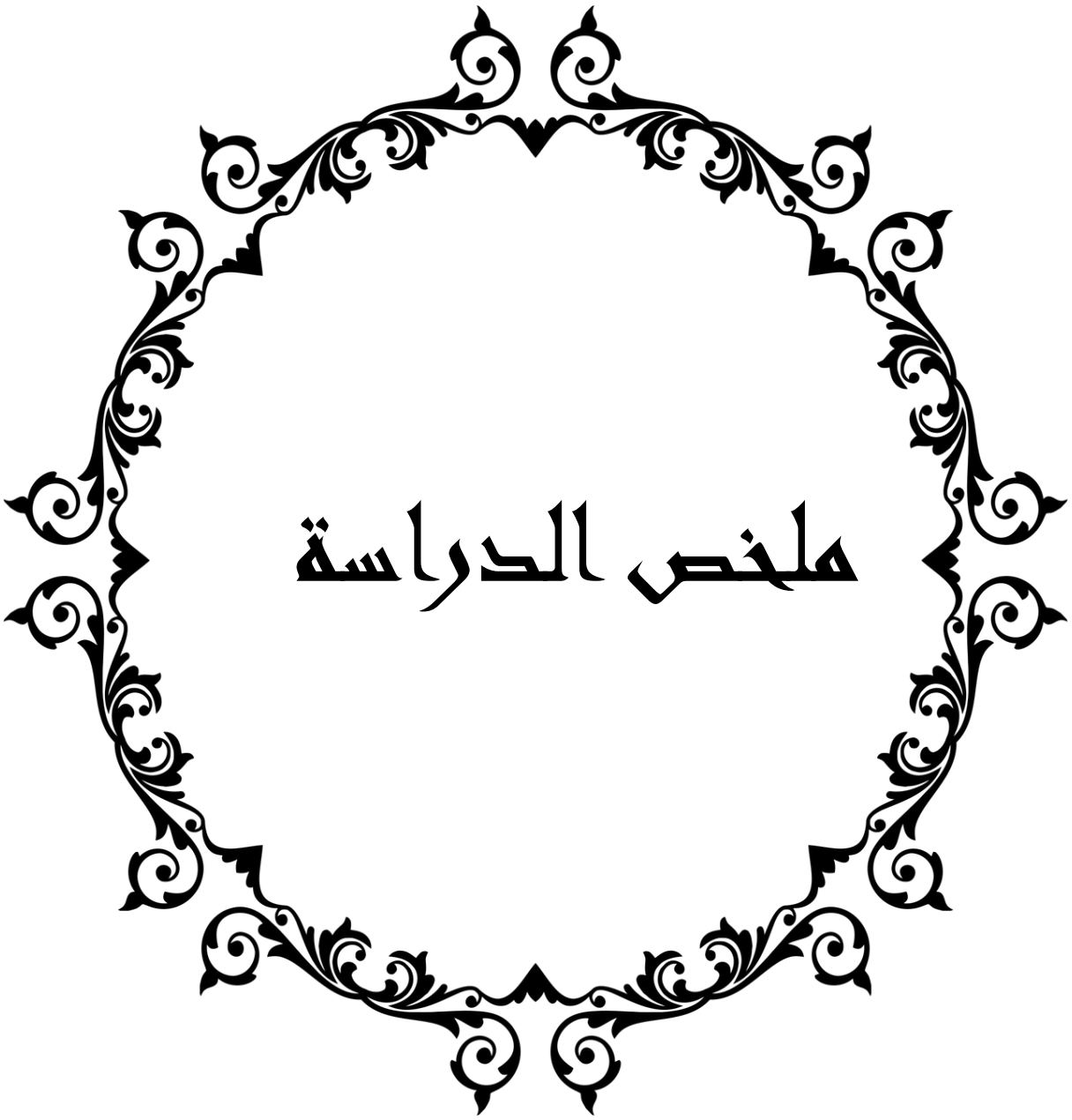
إلى طيب القلب الذي علمني بمثاليته وتواضع صفاته إلى من علمني النجاح والصبر إلى من ساعدني في مواجهة الصعاب إلى نبع الرجولة والحنان والدي العزيز

إلى خلد الله ذكرها في القرآن يتلى إلى يوم الدين، وجعل الجنة تحت قدميها، حملتني وهنا على وهن، إلى من تتسابق الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها إلى من علمتني وعانت الصعاب لأصل إلى ما أنا فيه وعندما تكسوني الهموم أسبح في بحر حنانها ليخفف من آلامي والدتي.

إلى اخوتي الأعزاء واختي العزيزة

إلى كل الزملاء والأصدقاء وكل من ساهم في هذاالعمل.

محمد رضا



ملخص الدراسة

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الجودة في ترقية الصادرات وتحديد أهمية الرقابة على الجودة كونها تعتبر من أهم متطلبات التصدير.

تعد الرقابة على الجودة من أحد أشكال الرقابة التجارية، مكلفة بإجرائها أجهزة رقابية متعددة، حيث يتم من خلالها إتخاذ جملة من التدابير تبدأ من فحص وتدقيق إلى اخذ عينات وتحليل، ثم إلى اتخاذ إجراءات قانونية من غرامات وحجز وإتلاف وقد تصل إلى توقيف النشاط، والتي من خلالها يتم كشف وتوقيف أي غش أو تدليس في السوق المحلي وخلق ميزة تنافسية تساعد في الدخول للأسواق الخارجية.

حيث توصلت الدراسة إلى ضرورة النهوض بالقطاع الرقابي بجميع موارده سواء كانت بشرية، مادية أو تكنولوجية وهذا نظرا لما يحظى به من اهمية بالغة في رفع جودة المنتوجات المحلية، وهو الأمر الذي يعتبر أساس ترقية الصادرات.

الكلمات المفتاحية: ترقية الصادرات، الرقابة على الجودة، آليات قمع الغش.

Abstract:
This study aims to know the role of quality in promoting exports and to determine the importance of quality control as it is considered one of the most important export requirements.
Quality control is one of the forms of commercial control charged with carrying out by multiple control agencies, through which a number of measures are taken starting from examination and audit, to sampling and analysis, and then taking legal measures such as fines, seizure, destruction, and even stopping the activity, which are During it, any fraud or deception in the local market is detected, stopped and a competitive advantage is created that helps in entering foreign markets.
Where the study found the need to promote the supervisory sector with all its resources, whether human, material or technological, this is due to the great importance it has in raising the quality of local products, which is the basis for the promotion of exports.
Keywords: export promotion, quality control, fraud suppression mechanisms

الفهرس

قائمة المحتويات	رقم الصفحة
شكر وعرفان	II
إهداء	III
ملخص الدراسة	VII
قائمة الجداول والأشكال والملاحق	XIII
مقدمة عامة	ب
الفصل الأول: مكانة الجودة في عملية ترقية الصادرات	
تمهيد	2
المبحث الأول: الإطار العام لترقية الصادرات	3
المطلب الأول: ماهية الصادرات	3
المطلب الثاني: ترقية الصادرات	11
المطلب الثالث: متطلبات ترقية الصادرات	16
المبحث الثاني: الرقابة على الجودة ودورها في ترقية الصادرات	25
المطلب الأول: ماهية الجودة	25
المطلب الثاني: الرقابة على الجودة	29
المطلب الثالث: أسباب الإهتمام بالجودة ومتطلباتها	39
المبحث الثالث: تعدد الأجهزة المكلفة بالرقابة	44
المطلب الأول: رقابة الأجهزة الإستشارية	44
المطلب الثاني: رقابة الأجهزة الإدارية	50
المطلب الثالث: جمعيات المجتمع المدني	55
خاتمة الفصل	62

الفصل الثاني: مساهمة مديرية التجارة لولاية بومرداس في ترقية الصادرات	
المبحث الأول: تقديم مديرية التجارة لولاية بومرداس	64
المطلب الأول: نشأة المديرية الولائية للتجارة	64
المطلب الثاني: مهام المديرية الولائية للتجارة	65
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية بومرداس	66
المبحث الثاني: الإطار التشريعي لعمل مديرية التجارة في الرقابة على جودة المنتوجات	71
المطلب الأول: المبادئ الأساسية لقانون09-03 المتعلق بقمع الغش	71
المطلب الثاني: خطوات إجراء المراقبة التحليلية على المنتوجات	75
المطلب الثالث: المواصفات الجزائرية للتقييس	77
المبحث الثالث: حصيلة سنة 2021 لنشاطات مديرية التجارة	80
المطلب الأول: حصيلة عمليات مراقبة الجودة وقمع الغش والممارسات التجارية	80
المطلب الثاني: حصيلة النشاطات في إطار الفرقة المختلطة	89
المطلب الثالث: نشاطات أخرى	92
خاتمة الفصل	100
خاتمة عامة	101
المراجع	105
الملاحق	111

فهرس الجداول والأشكال والملاحق

1. فهرس الجداول

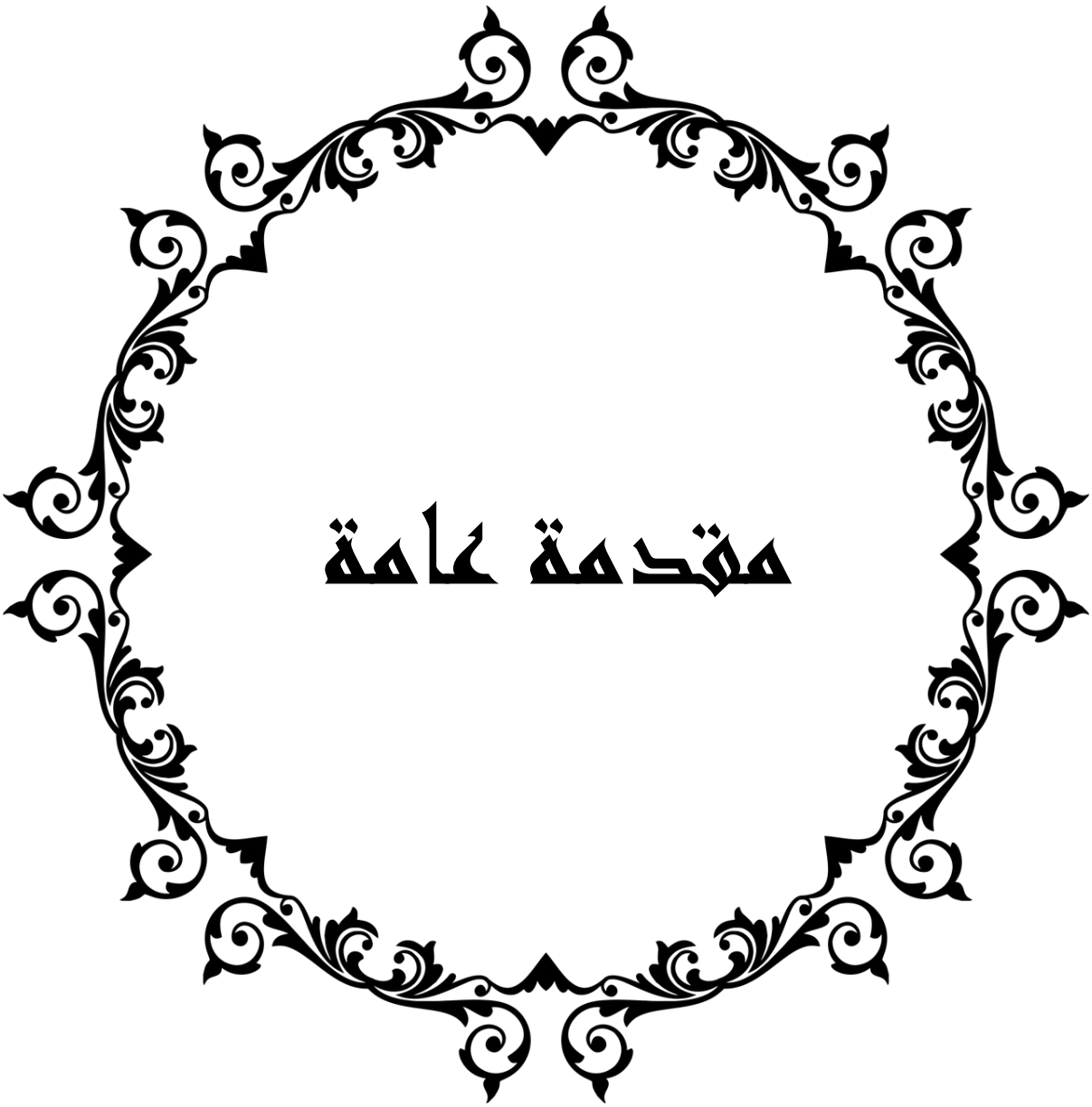
رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	مؤشرات التصدير وخصائصه	6
02	حصيلة مراقبة الجودة والنوعية لسنة 2021	81
03	حصيلة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة	87
04	حصيلة الفرقة المختلطة	92

2. فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	مخطط توضيحي لمفهوم الرقابة على الجودة	31
02	مخطط توضيحي لأسلوب الفحص بالعينات	37
03	هيكل تنظيمي لمديرية التجارة لولاية بومرداس	65
04	مهام مديرية التجارة لولاية بومرداس	66
05	شكل بياني يوضح درجة الحرارة الأعلى والأدنى لحفظ المواد الغذائية	72
06	مخطط يبين طريقة عمل المخابر	74

3.فهرس الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	قائمة مخابر قمع الغش المعتمدة من طرق وزارة التجارة


مقدمة عامة

1. تمهيد:

تتمتع التجارة الخارجية بمكانة هامة في اقتصاديات الدول حيث تعتبر الركيزة الأساسية التي تقوي المبادلات التجارية، وعلى هذا الأساس توجب على الدول وضع استراتيجيات فعالة وهيكلة التجارة بشكل يسمح لها بممارسة وتوزيع نشاطها إلى ما وراء الحدود الإقليمية بهدف الاندماج في الأسواق الخارجية واكتساب الميزة التنافسية.

تقوم التجارة الخارجية على عمليتي الإستراد والتصدير، ولهذا الأخير دور فعال في تنشيط حركة المبادلات التجارية التي تتم بين مختلف بلدان العالم والأهمية البالغة في الاقتصاد الوطني.

ومع ظهور ما يسمى باقتصاد السوق وتحرير التجارة الخارجية، ومالها من تأثيرات على المستجدات التي تفرضها العولمة، وكون الجزائر من بين الدول النامية، يجدر بها آن تتكيف مع المحيط الاقتصادي العالمي الراهن كونها تتجه أكثر نحو الانفتاح على التجارة العالمية، إذ أصبح من الضروري عليها أن تقوم بإعادة تسيير تجارتها الخارجية التي عرفت انتقالا من مرحلة الاحتكار إلى مرحلة التحرير، وفشل سياسة الحماية في تجسيد أهداف التنمية الاقتصادية في الواقع مما دفع بالجزائر إلى البحث عن سياسة جديدة تدعو إلى الانفتاح على العالم الخارجي والتحرير التام بعد تبنيها لعدة إصلاحات على مستوى الاقتصاد الوطني، لكن رغم كل هذه الإصلاحات يبقى الاقتصاد الوطني يتعرض لهزات مستمرة.

إن ترقية الصادرات تعتمد أساسا على رفع قدرة المؤسسات الوطنية في الوصول إلى الأسواق الدولية، وهو ما يتم عبر تحسين نوعية المنتجات واستخدام التقنيات الحديثة في الإنتاج، لذلك فترقية الصادرات تحتاج إلى إستراتيجية ملائمة تعمل على تنويع الإنتاج، لذلك فتنمية الصادرات تحتاج إلى إستراتيجية ملائمة تعمل على تنويع الإنتاج بغرض الجودة وتقوية القدرة التنافسية لنوعية المنتوجات الوطنية في الأسواق الدولية، وفي هذا

السياق يؤكد الغرض وراء اهتمام مديريات التجارة بالرقابة على الجودة ومساهمتها في ترقية الصادرات.

2. الإشكالية:

ما مدى فعالية آليات عمل مديريات التجارة الجزائرية في تحسين وترقية الصادرات؟

3. الأسئلة الفرعية:

للإجابة على الإشكالية تم طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما هو دور مديرية التجارة في ترقية الصادرات؟
- ما هي أسباب الإهتمام بالجودة؟
- ماهي آليات الرقابة على الجودة وقمع الغش؟

4. فرضيات الدراسة:

ستتم معالجة إشكالية البحث إنطلاقا من الفرضيات التالية:

- يتمثل دور مديرية التجارة في ترقية الصادرات من خلال الرقابة على الجودة؛
- أسباب الإهتمام بالجودة تتمثل في، أسباب تجارية، مالية، تقنية، خارجية، جو المنافسة؛
- تتعدد آليات الرقابة على الجودة من أجهزة إستشارية، إدارية، وجمعيات المجتمع المدني.

5. أهداف الدراسة:

- محاولة إعطاء صورة شاملة عن ترقية الصادرات؛
- توضيح الأسباب الحقيقية وراء الإهتمام بالرقابة على الجودة؛
- إظهار طرق وأساليب الرقابة على الجودة؛
- التعرف على الآليات التي تستخدمها مديرية التجارة في مكافحة وقمع الغش.

6. أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في التطرق إلى الرقابة على الجودة كأداة لترقية الصادرات واستخدامها كوسيلة لإكتشاف حالات الغش والحد منها، ومعرفة دورها وأهميتها في مصلحة قمع الغش ومراقبة الممارسات التجارية.

7. مبررات اختيار الموضوع:

- الرغبة في البحث عن الموضوع.
- أهمية موضوع الرقابة على الجودة في مجال ترقية الصادرات.

8. حدود الدراسة:

حددت دراسة الموضوع في اطار مكاني يخص مديرية التجارة لولاية بومرداس، في إطار زمني يخص الفترة (شهر فيفري إلى غاية شهر ماي).

9. منهج الدراسة:

من أجل الإجابة عن إشكالية البحث ومختلف الأسئلة الفرعية التي يطرحها ولإثبات صحة الفرضيات المقدمة تم الإعتماد على منهج وصفي لمعرفة ماهية ترقية الصادرات والرقابة على الجودة وطرق وآليات قمع الغش، ومن جهة أخرى المنهج التحليلي فيما يتعلق بدراسة خطوات إجراء المراقبة التحليلية للمنتوجات وكذلك حصيلة نشاطات مديرية التجارة لسنة 2021.

10. هيكل الدراسة:

من أجل الإحاطة بجميع جوانب الموضوع ومعالجة الإشكالية المطروحة، قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين وهو كمايلي:

الفصل الأول: مكانة الجودة في عملية ترقية الصادرات، قسمناه إلى أربع مباحث:

المبحث الأول: الإطار العام لترقية الصادرات

المبحث الثاني: الرقابة على الجودة ودورها في ترقية الصادرات

المبحث الثالث: تعدد الأجهزة المكلفة بالرقابة

الفصل الثاني: دراسة تطبيقية، والتي تمحورت حول الإطار التشريعي للرقابة على المنتوجات وكذا التطرق لحصيلة نشاطات مديرية التجارة لسنة 2021.

الفصل الأول:

مكانة الجودة في ترقية الصادرات

تمهيد:

للتصدير أهمية اقتصادية كبيرة في أي دولة، خاصة بالنسبة للدول النامية التي تعتمده كمحرك للتنمية الاقتصادية، لذا تسعى الدولة الجزائرية لترقية صادراتها وهو ما يمر عبر العديد من المحطات أبرزها رفع جودة منتجاتها لخلق ميزة تنافسية تسهل الدخول للأسواق الخارجية، لذا قامت الدولة بخلق العديد من الأجهزة الرقابية تصب مجملها في الرقابة على الجودة والممارسات التجارية إضافة الى ترقية الصادرات وهي ما تصب كلها في هدف واحد ألا وهو ترقية الصادرات الجزائرية.

وعلى ضوء ما تقدم تم التطرق لمحتوى هذا الفصل في ثلاث مباحث تتناول:

المبحث الأول: الإطار العام لترقية الصادرات.

المبحث الثاني: الرقابة على الجودة ودورها في ترقية الصادرات.

المبحث الثالث: آليات الرقابة على الجودة ودعم جودة الصادرات وترقيتها.

المبحث الأول: الإطار العام لترقية الصادرات

يعد تنويع هيكل الصادرات ضرورة لكل من الدول النامية والمتقدمة على حد سواء، ولذلك اهتمت العديد من الدول بسياسة ترقية الصادرات التي ترتكز على مجموعة متكاملة من الإجراءات التي تهدف إلى إعطاء دفعة قوية للسلع المصدرة إلى الأسواق الدولية .

المطلب الأول: ماهية التصدير

لقد احتلت قضية التصدير حيزا مهما في إطار تحديد التجارة الدولية، فهي تعمل على تشجيع التبادل التجاري وتحقيقه، كما تساهم بنسبة مهمة في التبادل الدولي. فهذا الأمر يساعد على تحقيق مصالح أطراف التجارة الدولية من مصدرين ومستوردين نظرا لاختلاف المزايا النسبية والتنافسية لكل دولة.

الفرع الأول: مفهوم التصدير وأهميته

يمكن توضيح مفهوم التصدير وأهميته من خلال ما يلي:

أولا- مفاهيم عامة حول التصدير

للتصدير عدة مفاهيم، غير أن صلبها يدور في نقطة واحدة وهي خروج السلعة من منشأها الأصلي نحو أسواق تنتمي لبلدان أخرى، وفي هذا الشأن سوف نعرض أبرزها وفق الشكل التالي:

- يعرف فؤاد مصطفى محمود التصدير على أنه "بيع سلعة معينة من مراكز إنتاجها إلى مراكز تسويقها، أو بتعبير آخر من أحد الأسواق التي تمثل السلعة فائضا من إنتاجها إلى السوق الآخر تمثل نفس السلعة جزء من احتياجاتها"[1].
- يعرف قادة أقاسم التصدير على انه "قيمة السلع والخدمات الإنتاجية المنتجة من قبل المقيمين والمحولة بصفة نهائية لغير المقيمين"[2].

---

[1] مصطفى محمود فؤاد، **التصدير والاستيراد علميا وعمليا**، دار النهضة العربية، الطبعة الثالثة، القاهرة، 1993، ص: 235.

[2] قادة أقاسم، **المحاسبة الوطنية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة 2002، ص: 74.

- يعرف بريش سعيد التصدير على أنه "كل ما يطلبه الخارج من السلع الوطنية"[1].
- يعرف هيثم حمود الشبلي ومحمود عواد زيادات التصدير على أنه "التواجد المستمر في الأسواق الخارجية، والقدرة على المنافسة للحصول على أكبر حصة سوقية. فهذا التواجد يفرض على الشركات المصدرة مواكبة الشركات المنافسة لها في الأسواق الخارجية من حيث تكنولوجيا الإنتاج وتطوير المواصفات الفنية واستخدام رسائل ترويج أكثر تأثيرا[2].

ثانيا- أهمية التصدير

تكمن أهمية التصدير في أنه يتيح الفرصة أمام الصناعات وترقية الصادرات حيث تعتبر من أكثر المكاسب التي تعود على الدولة أو الدول التي تمارسها مقارنة مع أمثالها من الدول المتقدمة، إذ بعد أن تصل تلك الصناعات من التطور إلى نقطة الفائض في الإنتاج، والفائض عن حاجة الأسواق المحلية لذلك فلا سبيل أمامها إلّا تصريف هذا الفائض في الأسواق الخارجية من النمو والتوسع والبقاء في السوق.

ويعتبر تصدير الفائض من إنتاج الصناعات المختارة مهماً للاقتصاد الوطني وقد يستند إلى عدة مزايا نذكر منها[3]:

ظروف المناخ، وفرة الموارد الطبيعية اللازمة، توفر الأيدي العاملة الفنّية القادرة على الإنتاج، والتكاليف النسبية المميزة، والتصدير من هذا الباب يؤدي إلى كسب قومي واضح. ولا تؤدي تنمية صناعات التصدير إلى توفير مورد مستمر للاستثمارات الرأسمالية فحسب بل تؤدي أيضا إلى رفع مستوى المعيشة للدولة بشكل عام ولأفرادها بشكل خاص. فنمو تلك الصناعات كنتيجة لتوسيع أسواقها محلياً ودولياً، يعني هذا توسيع قاعدة تحميل التكاليف الثابتة ممّا يؤدي إلى تخفيض التكلفة الإجمالية، وتخفيض التكلفة الإجمالية للسلع

---

[1] بريش سعيد، **الاقتصاد الكلي**، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2007، ص: 194.

[2] هيثم حمود الشبلي ومحمود عواد زيادات، **استراتيجيات التسويق التصديري الدولي في الشركات الأردنية:** دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 43، 2009، ص: 6.

[3] يوسف مسعداوي، **دراسات في التجارة الدولية**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010 ، ص: 20.

يتيح الفرصة لتحديد أسعار أقل، وبالتالي تنمية أكثر وهكذا...، وكل ذلك يتيح لهذه الصناعات دفع أجور عالية نسبياً للمعاملين فيها بالمقارنة مع الأجور في القطاعات الأخرى، ومع مرور الوقت قد يكون لذلك أثر يؤدي إلى رفع الأجور في تلك القطاعات، ممّا يعني زيادة القدرة الشرائية وتوسعها لهذه الشرائح وتأثير ذلك على استهلاكها للسلع والخدمات منتجة محلياً أو مستوردة.

ويحتل التصدير في الدول النامية مكانة مهمة وتقوم بدور كبير في النمو الاقتصادي من خلال مساهمتها في نمو الدخل القومي وذلك عن طريق الاستغلال الأمثل للإمكانيات والموارد المتاحة، كما تؤدي إلى إعادة التوازن إلى ميزان المدفوعات عن طريق الحصول على عمولات صعبة ترفد الميزان التجاري الذي يشكل جزء مهماً في ميزان المدفوعات.

ويمكننا القول: إنّ أهمية التجارة الدولية للدول النامية لا تتمثل في حركة تبادل السلع بينها وبين دول العالم الأخرى، بل يتعدى ذلك إلى حركة تبادل الخيارات الفنية والتكنولوجية، وتبادل عنصر العمل وانتقال رؤوس الأموال والاستثمارات المالية، أي أنّ التبادل يمثل جملة من العلاقات الاقتصادية الشاملة والتي تحتجها الدول النامية وتحقق من خلالها تبادلها مكاسب وايجابيات تعود بالنفع والفائدة على اقتصاد ورفاهية مجتمعاتها[1].

ويمكن قياس هذه الأهمية في إطار التنمية الاقتصادية من خلال الإستعانة بمجموعة من المؤشرات التي تدلنا على مدى قدرة الاقتصاد الوطني في ترقية مبادلاته مع الخارج وتتمثل هذه المؤشرات في الجدول التالي:

[1] نفس المرجع السابق، ص: 21.

الجدول رقم(1): مؤشرات التصدير وخصائصه

مؤشرات التصدير	الخصائص
نسبة الصادرات إلى الناتج المحلي الخام للبلد: PIB/X= X: الصادرات، PIB: الناتج المحلي الخام	كلما كانت نسبة الصادرات إلى الناتج المحلي الخام للبلد مرتفعة، كلما دل هذا المؤشر على مدى قدرة الدولة في توجيه إنتاجها نحو التصدير، أي مدى اعتماد الدولة على الخارج في تسويق منتجاتها.
نسبة تغطية الصادرات للواردات M/x= X: الصادرات،M: الواردات،	كلما كانت نسبة تغطية الصادرات للواردات كبيرة، كلما دل هذا على مدى قدرة الصادرات على تأمين حاجيات البلد من الواردات، بما يسمح بتجنب الاستدانة من الخارج.
درجة التركيز السلعي للصادرات	يعكس هذا المؤشر الوزن النسبي لسلعة أو مجموعة سلعية من الصادرات الإجمالية، غير أنه يجب أن يكون هناك تنوع في الصادرات لضمان كفاءة أكبر للمؤسسات الاقتصادية للبلد في هذا المجال، وكذا لتحقيق اندماج أحسن لهذا الاقتصاد في التقسيم الدولي للعمل بالتحول من إنتاج السلع النمطية إلى إنتاج وتصدير سلع ذات كفاءة تكنولوجية.
التركيز الجغرافي للصادرات	فهذا المؤشر يكشف لنا عن مدى عمق إعتماد البلد في تصريف منتجاته على عدد قليل أو كثير من البلدان، وعلى التكتلات الاقتصادية.

المصدر: مدروني عبد الرزاق، **تحليل فعالية السياسات العمومية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر**، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد دولي، كلية العلوم التجارية والعلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، ص- ص: 89-90.

الفرع الثاني: أهداف التصدير

يسعى التصدير لتحقيق عدة أهداف نذكر أهمها[1]:

- الإستفادة القصوى من فائض الإنتاج، إذ أنّ التصدير يؤدي إلى زيادة الناتج القومي ممّا ينعكس على وضع العمالة، وتوفير السلع الضرورية والأساسية والعكس صحيح، إذْ أنّ ضعف التصدير يؤدي إلى خسارة في الناتج القومي وتخفيض مساهمته في الدولة، وزيادة البطالة وتدهور مستوى معيشة الأفراد.
- الإستفادة من تكنولوجيا المعلومات باعتبارها السبيل الوحيد أمام الدول النامية للعبور الآمن، وتضييق الفجوة القائمة بين البلدان المتقدمة.
- تؤدي تنمية صناعات التصدير إلى توفير مورد مستمر للاستثمارات الرأسمالية فحسب بل تؤدي أيضا إلى رفع مستوى المعيشة.
- تؤدي الصادرات في الدول النامية دورا كبيرا في النمو الاقتصادي من خلال مساهمتها في نمو الدخل القومي وذلك عن طريق الاستغلال الأمثل للإمكانيات والموارد المتاحة.
- يتم إعادة التوازن إلى ميزان المدفوعات عن طريق الحصول على عملات صعبة ترفع الميزان التجاري الذي يشكل جزءً مهماً في ميزان المدفوعات.
- إنّ تنمية الصادرات من أهم المكاسب التي تعود على الدولة أو الدول التي تمارسها مقارنة مع أمثالها من الدول المتقدمة، فبعد تحقيق الاكتفاء الذاتي وتغطية الاحتياجات المحلية[2].
- تصريف هذا الفائض من الإنتاج إلى دول أخرى ويتوجه إلى الأسواق الخارجية من أجل النمو والتوسع والبقاء في السوق.

---

[1] جاسم محمد، **التجارة الدولية**، دار زهران للنشر الطبعة الأولى، الأردن، 2013، ص: 21.

[2] شريف علي الصوص، **التجارة الدولية (أسس وتطبيقات)**، أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012، ص: 25.

الفرع الثالث: أنواع الصادرات

يمكن تقسيم الصادرات إلى أربعة أنواع على النحو التالي:

أولا- الصادرات المنظورة: والتي تضم صادرات السلع المادية الملموسة التي تعبر الحدود الجمركية تحت نظر السلطات الجمركية، مثل: القمح، السيارات...، وتنتقل من المقيمين من دولة ما إلى المقيمين في الخارج، ويمكن للسلطات الجمركية معاينتها وإحصائها[1].

ثانيا- الصادرات غير المنظورة: وتتمثل في صادرات الخدمات وتتمثل في: المواصلات والإتصالات، السفر والسياحة والإقامة خارج الدولة، إيرادات استثمارية، ويلاحظ أن جمع البيانات عن صادرات الخدمات هو أمر أصعب كثيرا منه بالنسبة لصادرات السلع[2].

ثالثا- الصادرات المؤقتة: وهي تلك البضائع أو الأموال التي يتم تصديرها إلى الخارج لمدة معينة من الزمن ثم يعاد إستيرادها ومن جملتها:

- المنتوجات التي يراد تقديمها في المعارض والمؤتمرات، أو الصالونات الدولية.
- مواد وأجهزة أو آلات الأشغال الضرورية للقيام بمهمات عمل في الخارج أو في إطار عقود مقاولة من الباطن.
- إرسال أجهزة وآلات لإصلاحها في الخارج.

رابعا- الصادرات النهائية: وهي تلك السلع والخدمات التي يتم تصديرها بصفة نهائية بحيث تنقطع علاقتها بالمصدر بمجرد وفائه بالتزاماته التعاقدية مع المستورد.

الفرع الرابع: دوافع التصدير

تهدف سياسة التوجه للتصدير إلى التركيز بشكل رئيسي على التصدير للأسواق الخارجية، حيث تعتبر الصادرات في الدول النامية مسؤولة بشكل أساسي عن تمويل عملية التنمية الإقتصادية وذلك عن طريق استيراد السلع الوسيطية والرأسمالية التي تحتاجها هذه العملية، لذلك لابد من توفير حصيلة من الصادرات لتمويل الواردات. أيضا يمكن من خلال زيادة

[1] كامل بكري، **الاقتصاد الدولي (التجارة والتمويل)**، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2003، ص: 282.

[2] عبد الرحمان يسري أحمد، **الاقتصاديات الدولية**، الدار الجامعية، 2001، ص- ص: 204- 205.

الصادرات زيادة الدخل القومي بكمية أكبر من زيادة الصادرات وذلك عن طريق مضاعف التجارة الخارجية، لذا أصبح التوجه نحو التصدير وترقية الصادرات من أهم الأهداف الاقتصادية وذلك لعدة أسباب تتمثل فيما يلي[1]:

1- يتمثل السبب الرئيسي في التخلص من العجز التجاري والذي تعاني منه العديد من الدول النامية.

2- إن عملية ترقية الصادرات تتضمن أكثر من ترقية موارد العملات الأجنبية وتحقيق التوازن الخارجي، بل هي أساسية لترقية الدخل القومي الحقيقي، ولا نقصد بذلك زيادة الدخل بفعل المضاعف فهذه المسألة تخص الأجل القصير وإنما نقصد جوهر عملية الترقية في الأجل الطويل. فترقية الصادرات حينما تعرف بدقة في إطار حرية التجارة، هي تغير هيكلي في النشاط الإنتاجي المحلي لا يتم إلا بإعادة توزيع الموارد الإقتصادية المتاحة لصالح الأنشطة ذات الميزة النسبية، وهذه الأخيرة هي الأنشطة الأكثر كفاءة، والأكثر قدرة على النمو بمعدلات مرتفعة، وعلى ذلك فإن ترقية الصادرات تعبر في الواقع عن جوهر عملية الترقية الاقتصادية في إطار اقتصاد مفتوح.

3- ازدادت أهمية ترقية الصادرات لأجل الترقية الاقتصادية في إطار تطورات أواخر الثمانينات ثم التسعينات التي شهدت تحولا عالميا لصالح اقتصاد السوق وحرية التجارة، فلقد كانت الدول النامية قبل ذلك تعتمد على إستراتجية إنمائية ذات توجه داخلي والتي تتمثل في إستراتجية إحلال الواردات ولم تعبأ بالصادرات، ومع قبول هذه الدول لبرامج الإصلاح الاقتصادي والتعديل الهيكلي في مطلع التسعينات أصبح مطلوبا من هذه الدول التخلي عن هذه الإستراتجية وأن تبدأ العمل لترقية صادراتها إلى الخارج في إطار آليات السوق.

[1] إيمان محمد أحمد، **النمط الخالي للصادرات الصناعية ذات القدرة التنافسية في مصر**، مجلة بحوث اقتصادية عربية، القاهرة، مصر 2007، العدد38، ص: 30.

4- إن المرحلة المقبلة من هذا القرن سوف تشهد آثارا أخرى مترتبة على العولمة التي صاحبت الثورة المعلوماتية على المستوى العالمي والنمو المطرد في نشاط الشركات العابرة للقوميات على مستوى العالم في إطار حرية التجارة وتحرير ونمو أسواق رؤوس الأموال في معظم الدول بالإضافة إلى ظهور شخصية المستهلك العالمي. لذا فإن عملية ترقية الصادرات سوف ترتبط بشكل متزايد بالقدرة على استخدام وتسخير أجهزة ووسائل المعلومات في اكتشاف فرص التصدير المتاحة في أي مكان، والمعروف أن الدول المتقدمة متفوقة في هذا المجال وهذا ما يشكل تحد للدول النامية. أما التحدي الثاني فيتمثل في تزايد نشاط الشركات العابرة للقوميات، وقد ينعكس ذلك على الدول المضيفة بالإيجاب أو بالسلب فيما يتعلق بترقية صادراتها وهذا ما يحتاج لدراسة دقيقة، كما أن تحرير ونمو أسواق رؤوس الأموال قد يسهم في الاستثمار والترقية خاصة في مجال الصادرات الصناعية، أما الحركة العكسية لهذه الأموال فيمكن أن تدمر هذا الهدف، وهذا ما حصل لدول جنوب شرق آسيا سنة 1997[1].

الفرع الخامس: استراتيجيات التصدير

تتمثل استراتيجيات التصدير في كافة الوسائل التي تستطيع الشركات بواسطتها تحقيق أهداف مشروع التصدير، وبذلك الكفاءة التصديرية تتحدد بناءا على مدى مقدرة الشركة في تطبيق الإستراتيجية المختارة في هذا المجال. فإستراتيجيات التصدير هي كثيرة ومتنوعة، أهمها: التغلغل في الأسواق، الاستجابة للسوق، إيجاد فرص تحقيق الربح، الاستفادة من الموارد البشرية والتكنولوجية، توزيع المخاطر، المشاركة في المعارض الدولية...الخ، فهذه الإستراتيجيات تتأثر بأنماط التصدير وطرق ترويجه أو ترقيته، وكما تتحدد هذه الإستراتيجيات بناءا على عدة معايير مثل: معيار أسعار الصرف وأسعار الفائدة والبورصات السلعية والإجراءات الجمركية وغيرها من المعايير.

[1] عبد الرحمان يسري أحمد، مرجع سبق ذكره ، ص- ص: 111- 118.

ومع الأخذ بعين الاعتبار ما سبق عرضه في هذا المجال، تجدر الإشارة أن تصميم إستراتيجية تصديرية فعالة من قبل شركات البلد، توجب عليها حشد كل الموارد المالية والإنتاجية والبشرية لهذا الغرض مع تجميع كل المعطيات البيئية لتكتمل رؤيتها المستقبلية، وبذلك سيكون لها برامج واعدة أين تغطي حاجياتها وتحقق كافة أهدافها المسطرة.

المطلب الثاني: ترقية الصادرات

تسعى كل دولة إلى إتباع حزمة من الإجراءات التي تهدف إلى ترقية الصادرات من خلال تسهيل وإزالة عقبة التصدير كما تقدم مجموعة من التسهيلات التي سوف نتطرق إليها من خلال هذا المطلب .

الفرع الأول: مفهوم ترقية الصادرات وأهدافها

أولا– مفهوم ترقية الصادرات

يعرف "كروجر" "KROUGER" ترقية الصادرات بأنها: "مجموعة من الإجراءات والوسائل المختلفة، التي يتم إتباعها لتحفيز جميع السلع المصدرة دون اقتصار على سلعة واحدة"[1]، هذا ويعرف "محمود حامد عبد الرزاق" ترقية الصادرات بأنها تنفيذ مجموعة الإجراءات والوسائل المختلفة على مستوى الدولة، بهدف التأثير على كمية وقيمة صادراتها، بما يؤدي إلى زيادة القدرة التنافسية للمنتجات المحلية في الأسواق العالمية "ويرى "بلاسا" "BLASSA" بأن ترقية الصادرات هي: "تلك الإستراتيجية التي تهدف إلى زيادة الصادرات من خلال تقديم حوافز سعريه غير متحيزة لصالح صناعات بدائل الواردات"[2].

---

[1] مصطفى بن ساحة، **أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر**: دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي غرداية، 2010– 2011، ص: 91.

[2] محمود حامد عبد الرزاق، تكنولوجيا **المعلومات وزيادة الصادرات ودعم التنمية الصناعية**، القاهرة، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، 2006، ص: 34.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف ترقية الصادرات على أنها التركيز بشكل أساسي على التصدير للسوق الخارجية وهذا لجميع الصناعات التي تتوفر لها فرصة تصدير منتجاتها، ويعني ذلك أن التسويق في السوق المحلية يحظى بأهمية أقل، فهي تعتبره المسؤول الأول عن تمويل خطط التنمية على أساس ذاتي، ذلك أن جانبا هاما من احتياجات التنمية من السلع الوسيطة والاستثمارية، وحتى من السلع الاستهلاكية عادة لا يمكن إشباعه إلا بالاستيراد من الخارج، ولا بد من توفير حصيلة جيدة من الصادرات لتمويل احتياجات تلك الخطط[1].

ثانيا- أهداف سياسة ترقية الصادرات

ترمي الدول النامية من خلال تطبيق سياسة ترقية الصادرات إلى تحقيق ما يأتي:

- تنويع الصادرات من خلال استخدام أكبر جزء من الموارد المتاحة والأيدي العاملة وهذا يساهم في تقليل الهدر والضياع بها فتزداد درجة استخدامها والانتفاع بها.
- تطوير الصناعات المحلية التي ستحّل محل الواردات والتي من المفترض أن تكون قادرة على منافسة الصناعات المماثلة لها عند تصديرها إلى الأسواق الدولية، الأمر الذي يفرض زيادة الكفاءة الإنتاجية لتلك الصناعات مما يتيح لها تقليل التكلفة وتحسين النوعية، ومن جهة أخرى فإنه قد يحدث أحيانا أن تتوسع وتتنوع تلك المنتجات ويخصص جزء منها للتصدير بعد سد حاجات السوق المحلية.
- توليد قيمة مضافة أكبر للاقتصاد، وذلك لأن إجراء مجموعة العمليات التحويلية على الخامات والمواد المحلية من شأنه إعطائها قيمة أكبر من قيمتها الأولية قبل التصنيع، فيؤدي ذلك بدوره إلى زيادة القيمة المضافة للدخل والناتج المحلي الإجمالي.

[1] وصاف سعيدي، **أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في البلدان النامية:** الحوافز والعوائق، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003- 2004، ص- ص: 40- 41.

- المساعدة على إقامة الصناعات التصديرية المتكاملة الحلقات، والتي تقضي بدورها تدريجيا على آثار تقسيم العمل الدولي والذي تتخصص بموجبه الدول النامية في إنتاج وتصدير المواد الخام التي تستفيد منها الدول المتقدمة في صناعتها المختلفة حيث يؤهلها لذلك تقدمها العلمي والتكنولوجي[1].
- تخفيف الضغط على موازين المدفوعات وتوفير قدر من العملات الأجنبية يفي باستيراد مستلزمات الإنتاج والاستثمار.
- دعم موقف الميزان التجاري من خلال زيادة نسبة الصادرات مقارنة بالواردات، الأمر الذي يؤثر في نمو الاقتصاد المحلي.
- دعم عمليات التنمية من خلال الحصيلة التي تقدمها الصادرات من النقد الأجنبي بشكل منتظم، مما يوفر على الدولة عدم التوجه إلى الاستدانة من الخارج إلا عند الضرورة.
- استغلال المزايا النسبية المتوفرة محليا وإعادة تخصيص الموارد من قطاع إنتاج السلع غير القابلة للتبادل التجاري الدولي – الذي يتميز بعدم الكفاءة نسبيا – عدا قطاع التصدير الذي يتميز بارتفاع الإنتاجية وزيادة القيمة المضافة منها.
- جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية وبشكل أساسي في قطاع الصناعة وذلك لأن الاستثمار الأجنبي يتدفق إلى القطاع الإنتاجي الذي يكون فيه العائد أعلى مقارنة بباقي القطاعات الأخرى.
- زيادة قدرة المنتج المحلي على منافسة المنتجات الأجنبية في الخارج عن طريق جلب المعرفة الفنية والمعدات الرأسمالية وبطرق مختلفة.

[1] العربي بوزيان، **سياسة التصدير في الجزائر خلال مرحلة الاقتصاد الموجه والإصلاحات**، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000– 2001، ص: 32.

الفرع الثاني: دوافع ترقية الصادرات

في هذا المجال يثار سؤال ألا وهو: لماذا يتزايد نحو تطبيق سياسة ترقية الصادرات؟

إن الإجابة على هذا السؤال تقودنا إلى سرد الدوافع التي أدت إلى تنامي وانتشار تطبيق سياسة ترقية الصادرات خصوصا على مستوى الدول النامية، وقد أرجع الكثير من المختصين ذلك إلى الأسباب التالية[1]:

1- عدم جدوى إستراتيجية إحلال الواردات: لقد أثبتت إستراتيجية إحلال الواردات فشلها في تحقيق التنمية في الدول النامية، لأنها كانت تبدأ بالحد من الواردات وتنتهي باستيراد الخامات والمواد الأولية ابتدءا من وسائل الإنتاج من سلع ومنتجات نصف مصنعة إلى سلع الاستهلاك، وعموما يرجع فشل هذه الإستراتيجية في تحقيق ما كان مرجوا منها لعدة أسباب منها ارتفاع تكاليف الإنتاج والناتجة عن الحماية مما يعيق عملية التصنيع ويجد من حجم السوق المحلي ويجعل الصناعات تعتمد في بقائها على استمرار الحماية، كما ينتج عن الحماية غالبا ارتفاع في أسعار السلع المنتجة وارتفاع في الأجور، مما يعرقل عملية التصدير ويولد الضغوط التضخمية، كما أن معظم السلع المنتجة في ظل هذه الإستراتيجية هي سلع استهلاكية كمالية أو شبه كمالية، وأن التصنيع الاستهلاكي في غالب الأحيان يعتمد على المواد الخام المستوردة الأمر الذي زاد من تفاقم حدة مشكلة النقص في العملة الصعبة وتعميق التبعية للدول الرأسمالية في مجال السلع الرأسمالية، وبالتالي لم يتحقق هذه الإستراتيجية هدفها في تقليل الواردات بل أحدثت فقط تغييرا في هيكلها بانخفاض حصة الواردات من السلع الاستهلاكية وزيادة حصة الواردات من السلع الوسيطة والرأسمالية.

2- النزعة الحمائية: حيث اتجهت الدول المتقدمة إلى زيادة النزعة الحمائية أمام وارداتها من كافة السلع الأولية، نتيجة للأزمات المالية التي سادت في عقد الثمانينات، بالإضافة

[1] مدحت القريشي، **الاقتصاد الصناعي**، الأردن، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2005، ص- ص: 52- 53.

إلى فترات الركود العالمي الذي ساد معظم الدول، هذا وقد اتجهت الدول الصناعية إلى تبني الحواجز غير التعريفية على إثر نجاح الاتفاقية العامة لتحرير التجارة والخدمات في تخفيض متوسط التعريفات الجمركية، وقد تأثرت هذه القيود تأثيرا واضحا منذ منتصف السبعينات على صادرات الدول النامية.

3- تدهور معدلات التبادل الدولية: وهذا في غير صالح الدول النامية ويرجع ذلك بصفة أساسية إلى اتجاه أسعار السلع التي تصدرها الدول المتقدمة إلى الدول النامية للارتفاع الشديد، مقابل اتجاه أسعار السلع الدولية باستثناء البترول إلى الانخفاض وهذا نتيجة لتراجع الطلب العالمي على المواد الأولية، نظرا لما حققته الدول من تقدم علمي وتكنولوجي، مما ساعدها على تخفيض نسبة اعتمادها الأولية (المستوردة) المستخدمة في إنتاج السلع.

4- **ضعف معدل النمو الاقتصادي:** حيث أن السلع الرئيسية من المواد الأولية المصدرة تواجه إما منافسة قوية من جانب المنتجات، وإما طلب أو تدني في أسعارها، وبالتالي فإن الحصيلة الضعيفة من العملة الصعبة سوف تؤدي في الأخير إلى ضعف وانخفاض في معدل النمو الاقتصادي، وبالتالي يجب أن تضمن حصيلة الصادرات قدرا كافيا من العملة الصعبة لتمويل الواردات التي تحتاجها عملية التنمية، وهو ما تسعى إليه إستراتيجية ترقية الصادرات.

5- عدم استقرار عائدات الصادرات من السلع الرئيسية: ذلك أن البلد الذي يصدر سلعة واحدة أو عدد محدود من السلع، يتعرض لدرجة أكبر من عدم استقرار في أسعارها، وما لذلك من أثر التنمية الاقتصادية[1].

[1] نفس المرجع السابق، ص: 53.

المطلب الثالث: متطلبات ترقية الصادرات

قبل توضيح الإجراءات والأسس التي ترتكز عليها عملية ترقية الصادرات، لا بد أولا من إبراز المحاور والمجالات الأساسية التي ينبغي التأثير والعمل عليها بغرض توفير الأرضية الملائمة لتنمية الصادرات، وما ينبغي الإشارة إليه هنا أنه ليس هناك نموذج موحد صالح للتنفيذ في كافة الدول، وذلك بالنظر لاختلاف الظروف الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والثقافية للدول، ولكن هنالك مجموعة من الشروط اللازمة قصد تهيئة البيئة المناسبة لنجاح عملية ترقية الصادرات ومن أهمها يمكن ذكر[1]:

الفرع الأول: متطلبات ترقية الصادرات

1- الاستقرار السياسي والاقتصادي

إن للظروف الاقتصادية سواء الداخلية أو الخارجية (الدولية) تأثير كبير على قرار التوجه نحو التصدير من عدمه، وترتبط هذه الظروف إما بحالة النمو أو الركود الاقتصادي للدولة، ففي حالة النمو تدعم حركة التصدير بينما تضعفه في الحالة الثانية، والمصدر يأخذ بعين الاعتبار هذه الحالات وغيرها كحالات التضخم والوضعية المالية للدول المتعامل معها من حيث حجم ديونها الخارجية، وحجم احتياطها النقدي بالعملة الصعبة.

إن التطبيق الفعال لسياسة ترقية الصادرات يتطلب ألا تخضع الإستراتيجية لقيود الموازنة العامة للدول، إذ يجب التقليل من إمكانية التمويل النقدي لتغطية العجز الحكومي، وتعتبر الوضعية المالية السليمة للحكومة أداة فعالة لتعزيز مصداقية إستراتيجية ترقية الصادرات، كما أن للظروف السياسية تأثيرا لا يقل عن تأثير الظروف الاقتصادية حيث لا تزال المعاملات الدولية المختلفة ومنها التصدير تخضع لنوعية الأوضاع السياسية القائمة في كل من بلد الاستيراد بلد التصدير، حيث أن الوضعية الداخلية غير مستقرة تضاعف من

[1] سمير بوالسنة، **أثر تطور الصادرات على التنمية الاقتصادية:** دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2000- 2001، ص- ص: 95- 96.

حجم المخاطر المرتبطة بالمعاملة، وتحتم على المصدر بأن يحجم عن التعامل مع رجال الأعمال والمتعاملين من هذا البلد أو بأن يطلب ضمانات أكثر.

2- الإطار المؤسسي:

ترتكز عملية ترقية الصادرات على ضرورة خلق وإيجاد مجموعة من المؤسسات والهيئات المستقلة التي تخدم وتسهل عملية التصدير، سواء ما تعلق منها بترويج المنتجات الموجهة للتصدير، أو ما يتعلق بتمويل الصادرات، أو ما يرتبط بتبادل المعلومات التجارية وإقامة المعارض والتعريف بالمنتج المحلي في المحافل الدولية...الخ، مع وجوب تدخل الدولة لتأدية دور واضح في هذه العملية، ويتجلى ذلك من خلال:

❖ **تخطيط الصادرات:**

وذلك بإجراء تحليل كامل للموقف التصديري لكل قطاع وأيضا لكل صناعة، وبالتالي تحديد الإمكانيات التصديرية وانتقاء الصناعات التصديرية الواعدة مع تحديد الأولويات السلعية والجغرافية، حيث يعتمد نجاح الإستراتيجية على اختيار مجموعة من السلع غير التقليدية، والتي يجب أن يتوافق إنتاجها مع متطلبات الأسواق الدولية، كما يتوجب تحليل كل سوق من ناحية اتجاهات الطلب، المنافسة، حواجز الدخول، أسعار الصرف ومنافذ التوزيع، والتي على ضوئها يتم وضع الأولويات السلعية وكذا الجغرافية[1].

عموما، إن عملية تخطيط الصادرات تقوم على تحديد، إيجاد ثم توطين الصناعات والأنشطة التصديرية ذات المردود الاقتصادي الجيد وذات القدرة على تعزيز العلاقات التشابكية في الاقتصاد واستغلال ميزات البلد التنافسية، وقد انتهجت العديد من الدول الصناعية الناشئة في شرق آسيا أسلوب التخطيط التوجيهي المباشر لقطاع الصادرات فيها، وذلك بغرض تنميته وتطويره على أسس متينة وهذا عن طريق مؤشرات خاصة، وأهم هذه المؤشرات ما يأتي:

[1] مصطفى بابكر، **الأساليب الحديثة لتنمية الصادرات، سلسلة جسر التنمية**، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد 50، السنة الخامسة، فيفري 2006، ص: 3.

- **العائد من العملات الأجنبية لوحدة التكلفة المحلية:** يحسب هذا المؤشر بقسمة حصيلة صادرات السلعة بالعملة الأجنبية على تكلفة إنتاج السلعة بالعملة المحلية.

- **صافي العائد من العملات الأجنبية لوحدة التكلفة المحلية:** يحسب هذا المؤشر بقسمة حصيلة صادرات السلعة بالعملة الأجنبية، بعد طرح قيمة مستلزمات الإنتاج المستوردة لإنتاج السلعة، على تكلفة إنتاج السلعة بالعملة المحلية مطروحا منها قيمة مستلزمات الإنتاج المستوردة بالعملة المحلية. وبشكل عام، فإنه كلما ارتفعت قيمة المؤشرين السابقين كلما ارتفعت السلعة المصدرة في سلم الأولويات.

- **التكلفة المطلوبة للحصول على وحدة من النقد الأجنبي:**

والتي تحسب بالعلاقة الآتية:

$$E=\frac{I+C.T}{X_f.T}$$

حيث:

i: مقدار الاستثمار بالعملة المحلية.

C: تكاليف الإنتاج الجارية بالعملة المحلية.

X_f: صافي العائد السنوي بالعملات الصعبة.

T: عدد سنوات استغلال المشروع.

مؤشر طول فترة السداد: يحسب هذا المؤشر بقسمة تكاليف الاستثمار بالعملات الأجنبية على صافي العائد السنوي بالعملات الصعبة[1].

وكإضافة لما سبق، فإنه من الجدير بالذكر التنبيه إلى أن اعتماد المؤشرات السابقة يعتليه عدد من الإشكاليات في الواقع، والتي من أهمها صعوبة التنبؤ باتجاه النفقات والأسعار المحلية والعالمية في المدى المتوسط والطويل، غير أن حساب مثل هذه المؤشرات يعد أمرا

[1] نفس المرجع السابق، ص: 4.

ضروريا لانتقاء الصناعات والأنشطة التصديرية الواعدة، وبالتالي رسم البرامج والسياسات التحفيزية والتوجيهية الرامية إلى تعزيز القدرات التنافسية للاقتصاد الوطني.

3- تحسين مناخ الاستثمار:

يلعب تحسين مناخ الاستثمار السائد في الدولة دورا هاما في جذب الاستثمارات الأجنبية التي تسعى إلى التصدير، وبالتالي التأثير على أداء الصادرات، ويكون هذا التحسين بإزالة القيود على مجالات الاستثمار بدءا بتحسين الإطار القانوني إذ لابد من وجود قانون موحد خالي من الغموض ويتميز بالاستقرار والشفافية، حيث من شأن عدم استقرار التشريعات أن تحبط عزيمة المستثمرين وتشل المبادرات لديهم، كما أن الغموض والضبابية التي تتصف بها القوانين المشرعة في الدولة غالباً ما تؤدي إلى إرباك المستثمرين وانسحابهم، كما لابد من أن يضمن الحماية لهم من المخاطر كالتأميم والمصادرة وهذا لا يأتي إلا من خلال ضمان الشفافية في وضع وتنفيذ السياسات والقوانين التي من شأنها تقليص حالة عدم اليقين والخطر الذي يحيط بالقرار الاستثماري، فالشفافية تسمح بخلق مناخ تسوده الثقة بين المستثمرين والسلطات المالية والنقدية العامة، وتكفل لهم حرية تحويل الأرباح للخارج، بالإضافة إلى ضرورة وجود نظام قضائي يكفل تنفيذ القوانين والتعاقدات، وحل النزاعات التي تنشأ بين المستثمر والسلطات العمومية بكفاءة عالية، هذا مع القيام بعملية التقييم الدوري والمستمر لآثار السياسات المتخذة على تطور مناخ الأعمال لتحديد مدى تطابقها مع معايير الممارسة الجيدة والمتعلقة بالمعاملة المنصفة لكل المستثمرين وتطهير المحيط الاقتصادي من البيروقراطية والرشوة والفساد، وهذا باعتماد الحكم الراشد في إدارة الاقتصاد الوطني واعتماد الشفافية ضمن كافة القطاعات، بالإضافة إلى الالتزام بتطوير قوانين عمل البنوك وجعلها تتميز بأكثر شفافية ووضوح وملمة بكل الجوانب التي تنسجم مع تشجيع القطاع الخاص[1].

[1] محمد رأفت شعبان، **نظم تمويل ائتمان الصادرات (مع دراسة التجربة المصرية)**، القاهرة، دار النهضة العربية، 2005، ص: 213.

4- إزالة عقبات التصدير:

يتم هذا بالقضاء على العراقيل التي يواجهها المصدرون، مع العمل على تبسيط إجراءات استيراد السلع الوسيطة والمستلزمات اللازمة لعملية إنتاج السلع المصدرة، وكذا إجراءات تصدير هذه السلع، وتحسين الأنشطة التي سوف تزيد من حصيلة الصادرات، كما تقوم بتغطية الفجوة بين الموارد المتاحة والموارد اللازمة لهذه العملية، بالإضافة إلى تقديم المساعدات للقطاع الخاص عن طريق تقديم العديد من الخدمات بداية من إمداد المصدرين بالمعلومات عن الفرص المتاحة في السوق الدولي وحتى إعطاء مساعدات متخصصة في تصميم وتنفيذ برامج التسويق الدولي، هذا فضلا عن تقديم الدعم للصادرات والذي يتخذ شكل مساعدات نقدية أو إعفاءات ضريبية وجمركية على السلع الوسيطة الداخلة في إنتاج سلع التصدير، أو تقديم أشكال أخرى من التسهيلات لمنتجي السلع المخصصة للتصدير، ويمكن هذا الدعم المصدرين من عرض منتجاتهم في الأسواق الدولية بأسعار منخفضة.

5- تقديم حوافز التصدير:

بما أن عمليات التصدير فعليا تحدث ما بين المؤسسات وليس ما بين الدول، فقرار التوجه نحو التصدير من عدمه متوقف على المؤسسة، باستثناء بعض الدول التي مازالت اقتصادياتها مسيرة مركزيا على غرار كوبا، فنزويلا وغيرها من الدول، ومن منطلق أن كل مؤسسة يجب أن تحفز حتى تستطيع البدء بالتصدير، وفي هذا المضمار تعد سياسة تقديم حوافز ضريبية وجمركية للمصدرين من السياسات الناجحة التي اتبعتها الدول لترقية الصادرات، حيث تساهم هذه الحوافز في الحد من التضخم وتقليل تكلفة المنتجات المصدرة، ومن ثم زيادة قدراتها على المنافسة في الأسواق الدولية، وتتضمن هذه السياسة الإجراءات الآتية[1] :

[1] نفس المرجع السابق، ص: 214.

- الإعفاء من ضريبة الدخل والضريبة على الأرباح الرأسمالية بالنسبة للأنشطة التصديرية.
- الإعفاء الضريبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تحقق أهدافا تصديرية معينة.
- منح مزايا ضريبية إضافية للأرباح المعاد استثمارها في مشاريع موجهة للتصدير.
- إعفاء أنواع معينة من المواد الأولية، التي تدخل في إنتاج سلع موجهة للتصدير، من الرسوم الجمركية (تشجيع الاستيراد بهدف إعادة التصدير).
- رد الرسوم الجمركية المسددة عن المواد الأولية والمكونات التي يتم استيرادها بغرض استخدامها في تصنيع بعض السلع الموجهة للتصدير.
- تخفيض رسوم خدمات الموانئ على الصادرات.

هذا وينبغي عند وضع أي نظام ضريبي مراعاة النظم وقواعد التجارة الدولية، حتى لا تتعرض صادرات البلد لقضايا إغراق أو أية قيود قد تضعها في هذا المأزق.

- **توفير مجموعة متكاملة من خدمات التصدير:**

وتشتمل هذه الخدمات على العناصر الآتية[1] :

- توفير دراسات عن الأسواق الدولية للتعرف على احتياجاتها.
- بناء نظام للمعلومات التسويقية والتصديرية.
- إقامة مراكز لتصميم وتطوير المنتجات التصديرية.
- تقديم الخدمات التسويقية من معارض ومراكز خدمة البيع وبعثات ترويجية والإعلان عن المنتجات الوطنية في الخارج.
- توفير خدمات النقل الداخلي والخارجي، بيوت التسويق ومراكز البيع الخارجية، بالإضافة إلى أنشطة التعبئة، والتغليف، وكذا الرقابة على جودة المنتجات المصدرة.

[1] محمود حامد عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 53- 54.

- تدريب الإطارات التسويقية على جميع المراحل والأنشطة التسويقية، وهذا يتطلب إنشاء جهاز للتدريب التسويقي.

6- تأكيد جودة المنتجات وإشهادها:

تعد جودة المنتجات متطلبا هاما من بين المتطلبات التي ترتكز عليها إستراتيجية ترقية الصادرات، ويأتي ذلك من خلال أمرين اثنين، الأول يتمثل في إقامة نظم فحص السلع التي يتم تصديرها من أجل ضمان الجودة المناسبة للأسواق الخارجية، والأمر الثاني هو الحفاظ على سمعة المنتج من خلال وضع نظام تأكيد وإشهاد للجودة أو إقامة ندوات داخلية ومعارض ترويج لجودة السلع وجودة التصميم.

7- إنشاء المناطق الصناعية التصديرية:

ويعني ذلك ربط المؤسسات المتميزة العاملة في بعض الصناعات في إطار عقود صناعية وتقديم الدعم لها لتشجيعها على التطوير والابتكار بغرض التصدير، ويكمن الهدف من إنشاء هذه المجمعات هو جذب الاستثمارات وتشجيع مشاركة رأس المال الأجنبي في تمويل إقامة الصناعات التصديرية الضخمة من خلال إصدار قوانين وأنظمة تشجيع الاستثمار الأجنبي والعمل على توفير الظروف الملائمة التي تحتاجها هذه الصناعات كتوفير الخدمات والعمالة بأسعار منخفضة، الإعفاءات الضريبية والجمركية وحرية تحويل الأرباح للخارج، بالإضافة إلى تحديد مستويات الأجور بما لا يؤدي إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج، وهذا للاستفادة من التكنولوجيا المتطورة وتسويق المنتجات في الخارج[1].

8- مرونة القطاع المالي وتطوره:

إن ضعف الجهاز المصرفي وتزايد مشكلة القروض الرديئة تلعب دورا في تقيد قدرة البنك المركزي على الحراك، إذ أنه في إطار سعيه إلى إدارة السياسة النقدية والمحافظة على سلامة الجهاز المصرفي يجد نفسه عاجزا أمام رفع أسعار الفائدة تخوفا من حجم الأضرار التي من المتوقع أن تصيب الجهاز المصرفي، كما أن تزايد ملكية هذا الأخير

[1] سعيدي وصاف، مرجع سبق ذكره، ص: 124.

للعملة الأجنبية تدفع البنك المركزي إلى مضاعفة الجهود من أجل حسن إدارة سعر الصرف وتخفيض حجم الآثار السلبية التي قد تصيب العملة المحلية.

وتمثل مرونة وعمق القطاع المالي أهمية بالغة للتطبيق السليم والفعال لإستراتيجية ترقية الصادرات، من خلال إقدام البنك المركزي على استخدام أدوات السياسة المالية والنقدية المختلفة بغرض تحفيز الصادرات مع توفير التمويل اللازم لدعم القطاع الإنتاجي، ومن ثم زيادة الصادرات مع ضمان توفير الخدمات البنكية المتكاملة التي تتطلبها عملية التصدير.

الفرع الثاني: دور الجودة في ترقية الصادرات

تحسين جودة المنتج من بين المحاور الهامة التي ترتكز عليها إستراتيجية ترقية الصادرات، يظهر ذلك من خلال أمرين، الأول يتمثل في إقامة نظم فحص السلع التي يتم تصديرها من اجل ضمان الجودة المناسبة للأسواق الخارجية، أما الثاني هو الحفاظ على سمعة المنتج من خلال وضع نظام للجودة، كما يلعب مناخ الاستثمار السائد في الدولة دورا هاما في التأثير على أداء الصادرات، يتحقق ذلك من خلال[1]:

إقامة شبكات الإنتاج للتصدير تعني ربط الشركات المتميزة العاملة في بعض الصناعات وتقديم الدعم لها لتشجيعها على التطوير والابتكار بغرض التصدير، ضمان إمدادها بالمواد الأولية وتخفيض تكاليف النقل، هذا من أجل زيادة جودة وكمية الشركات العملة في هذا المجال.

الإهتمام بالبحث والتطوير عن طريق إنشاء معاهد متخصصة لتقديم الدعم الفني للمشروعات العاملة في قطاع التصدير.

تأهيل ودعم المنشئات الإنتاجية ذات التوجه التصديري للحصول على شهادات الجودة العالية.

[1] عبد الحميد رضوان، **سياسة تنمية الصادرات**، إدارة التحليل والمعلومات التجارية، الإمارات العربية المتحدة، العدد1، 2009، ص: 3.

تطوير المنتجات الصناعية بحيث تتوافق مع متغيرات أذواق المستهلكين في الأسواق العالمية، من خلال إجراء أبحاث ودراسات عنها.

تشجيع المنتجين والمصنعين المحليين معنويا بتأسيس جائزة أفضل أداء تصديري.

وضع برامج تدريبية لرفع مهارات المصدرين بما يؤدي إلى زيادة قدرتهم التنافسية في الأسواق العالمية، وتوفير خبراء التصدير لمساعدتهم.

تدعيم الجودة وتعديل المنتج وفق احتياجات السوق، لأن الجودة تعتبر من أهم عناصر ترويج التسويق في ظل انفتاح الأسواق على بعضها البعض، والإسراع في تطبيق نظم الجودة الشاملة على المصانع.

خلق مناخ ملائم للتوجه نحو التصدير، أي أن تقوم الدولة ببعض السياسات الاقتصادية وتوظيف جميع الإمكانيات المتاحة في كافة قطاعاتها لمساندة النشاط التصديري، كالنظر في السياسة الضريبية والمالية لجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية.

تأكيد دور الدولة في قطاعات التعليم والتدريب، تنمية الموارد البشرية، لغرض الاستفادة من الخبرات والمهارات اللازمة لصناعة التصدير، وإعداد دراسات لمعرفة الطلب المتوقع على خدمات عن العمل في السوق المحلي والأجنبي.

تفعيل دور المؤسسات العلمية من خلال نقل الاختراعات الجديدة إلى حيز التنفيذ في مجالات الإنتاج المختلفة وخلق الوحدات القادرة على نقل المعلومات بأكثر فاعلية[1].

المبحث الثاني: الرقابة على الجودة ودورها في تحقيق جودة الصادرات

أصبح الاهتمام بالجودة ظاهرة عالمية تسعى إليها المؤسسات قصد التسابق نحو التمركز والاستحواذ على حصص السوق وذلك بالاعتماد على الجودة التي تشير إلى قدرة المنتج على تحقيق توقعات المستهلك أو حتى تزيد من توقعاته، وذلك لاعتبارها لغة عالمية للتمييز بين السلع والخدمات المتداولة فأصبحت تحظى باهتمام خاص لكونها الوظيفة

[1] نفس المرجع السابق، ص: 4.

الأولى وأسلوب حياة لكل مؤسسة لتمكنها من الحصول على ميزة تنافسية تساعدها على البقاء والاستمرار والنمو في محيطها.

المطلب الأول: ماهية الجودة

إن مفهوم الجودة مرتبط بمدى مطابقة المنتوج لمواصفات معينة من اجل تلبية حاجات ورغبات المستهلكين لكسب صفة التميز عن باقي المنتجات ،لهذا كانت المؤسسات تتنافس حول وضع أفضل التصميمات والمواصفات لمنتجاتها.

الفرع الأول: مفهوم الجودة وأهميتها

أولا– مفهوم الجودة

تعّد الجودة، الكمية والتكلفة من أهّم مؤشّرات التسيير، فلضمان التسيير الفعّال للمنظمة يجب المحافظة والتحسين المستمر ليس للجودة فحسب، بل أيضا لحجم الإنتاج، آجال التسليم، الإنتاجية والتكاليف.

حيث أصبحت متطلبات الجودة العالية مصاحبة لكل مراحل وعمليات الإنتاج، ذلك أنها تؤثر بشكل تام ومباشر على أداء المؤسسة وسمعتها[1].

"ويرجع مفهوم الجودة إلى الكلمة اللّاتينية التي تعني طبيعة الشخص أو الشيئ، وكانت تعني قديما الدقّة والإتقان... ولقد تغيّر مفهوم الجودة مع تطور علم الإدارة، وظهور الشركات الكبرى وزيادة حدّة المنافسة، حيث أصبح للجودة أبعادا جديدة".

[1] محمد إسماعيل عمر، **أساسيات الجودة في الإنتاج**، دار الكتب العربية للنشر، القاهرة، 2000، ص: 30.

وقد اتخذت الجودة عدة تعاريف مختلفة ومتعدّدة، من بينها نذكر التعاريف التالية[1]:

1- تعريف (تترو ديتورو):

تعتبر الجودة إستراتيجيّة عمل أساسيّة تساهم في تقديم سلع وخدمات ترضي بشكل كبير العملاء في الداخل والخارج، ويتحقق ذلك من خلال تلبية توقعاتهم ومتطلباتهم الضمنيّة والصريحة"[2].

2- تعريف سمير محمد عبد العزيز:

يميّز بين ثلاث مداخل رئيسيّة مرتبطة بمفهوم الجودة:

- **جودة التصميم:** أي المواصفات الملموسة وغير الملموسة في تصميم المنتج.
- **جودة المطابقة:** نقصد بها مطابقة جودة المنتج أو الخدمة للمواصفات الموضوعة في التصميم.
- **جودة الأداء:** نعني بها قدرة المنتج على أداء المهمة التي أنجز لأجلها وفق احتياجات ورغبات الزبائن[3].

ثانيا- أهمية الجودة

مع تزايد المنافسة، ومع ارتفاع متطلّبات الزبائن، أدركت المنظمات انّ بإمكانها أن تجعل من الجودة مصدرا لقدرتها التنافسية. فلا شك أنّ تحقيق الجودة هو حلم يراود جميع المنظمات، ذلك أنّ الجودة لم تعد ترفا أو اختيارا يمكن التغاضي عنه، وإنما هي التزام لا بديل له. وتعدّ الجودة هامّة لثلاث أطراف رئيسيّة، هم:

---

[1] مأمون الدرادكة وطارق الشبلي، **الجودة في المنظمات الحديثة**، دار صفاء للنشر، عمان، الطبعة1، 2002، ص: 15- 16 .

[2] خالد بن سعد عبد العزيز، "**إدارة الجودة الشاملة: تطبيقات على القطاع الصحي**"، ردملك للنشر، الطبعة1، الرياض، 1997، ص: 43.

[3] سمير محمد عبد العزيز، **جودة المنتج بين إدارة الجودة الشاملة والأيزو9000**، مكتبة الإشعاع، الطبعة1، القاهرة، 1999، ص: 9.

أ. المنظمة: وتظهر أهمية جودة المنتجات والخدمات بالنسبة للمنظمة من خلال النقاط التالية[1]:

1. الصورة العامة وسمعة المنظمة في الأسواق:

فعدم تخصيص الاهتمام اللازم للجودة قد يؤدي إلى تدمير سمعة المنظمة، تخفيض مشاركتها التجاريّة في الأسواق المحليّة والعالميّة، وعدم رضا عملائها على مستوى منتجاتها.

2. درجة الثقة في منتجاتها:

فسوء تصميم أو تصنيع المنتجات قد يؤدّي إلى وقوع حوادث لمستعملي هذه المنتجات، مما يتسبّب في المسائلة القانونيّة للمنظمة، كوقوع حادث سيارة بسبب سوء تصميم أو تصنيع نظام المكابح.

3. مستوى الإنتاجية:

فالجودة السيّئة للمنتجات تؤثّر سلبا على الإنتاجيّة، وذلك من خلال إنتاج سلع معيّنة غير قابلة للتسويق، بالإضافة إلى تكاليف الإصلاح.

4. التكلفة:

فالمستوى الضعيف للجودة يؤدّي إلى زيادة تكاليف المنظمة، وذلك من خلال زيادة المرفوضات، التالف، والمعيب، بالإضافة إل فقدان العملاء وانصرافهم إلى منتجات المؤسسات المنافسة[2].

5. الأنظمة والتشريعات الدوليّة:

فعدم الالتزام بمعايير الجودة الخاصة بالمنتجات يحول دون دخول المنظمة للأسواق العالمية، وبالتالي عدم قدرتها على مواجهة منافسيها في هذه الأسواق، مما يؤدي إلى فقدانها لجزء من حصتها السوقيّة، ولربما معظمها.

---

[1] محمد إسماعيل عمر، مرجع سبق ذكره، ص: 12.

[2] نفس المرجع السابق، ص: 14.

6. زيادة الأرباح والحصة السوقيّة:

إن الأرباح الناتجة عن الجودة تمثّل نسبة22% من رقم أعمال المنظمة، كما تساهم الجودة في رفع الحصة السوقيّة للمؤسسة من خلال زيادة رضا العميل على مستوى منتجاتها.

ب. العملاء:

يتوقّف قرار الشراء على مستوى جودة المنتج أو الخدمة المقدّمة للزبون، والذي يكون مستعدا لدفع ثمن مرتفع لقاء منتج ما شرط أن يكون ذا جودة جيدة، وتتضّح أهمية الجودة بالنسبة للعملاء من خلال العنصرين التاليين:

1. الرضا:

فلا يمكن لأي صناعة أن تدوم أو تستمر إلا إذا كانت المنتجات التي تقدّمها وتقوم بتسويقها ذات جودة جيدة وترضي رغبات العملاء واحتياجاتهم.

2. الوفاء:

إن الاحتفاظ بزبون موجود مسبقا وضمان وفائه يكلّفه خمس مرات أقل من اكتساب زبون جديد، فضمان وفاء الزبائن لا يتحقّق إلاّ من خلال تقديم السلع والخدمات التي تلبي رغباتهم واحتياجاتهم[1].

ت. العمال:

إنّ تطبيق منظور الجودة في المنظمة ينمّي روح المسؤولية لدى الأفراد، وذلك من خلال تشجيعهم على اتخاذ القرار، وعلى تطوير كفاءاتهم الجماعيّة. فمنهج الجودة يعدّ بمثابة العامل المثالي لكل تغيير إيجابي في المنظمة.

فالأداء الجيّد ينتج عن كفاءة العاملين في المنظمة وقدراتهم وخبراتهم الجماعية، وكذا تكاتف جهود الجموع بهدف تحقيق الجودة المطلوبة للمنتجات. وتتخذ أهمية الجودة بالنسبة للعمال الأوجه التالية:

[1] حسن علي، **الإدارة الحديثة لمنظمات الأعمال**، دار حامد للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 1999، ص: 221.

1. دعم نشاط كل فرد:

عن طريق تحسين جودة العمل يعدّ عاملا هاما لرفع فعاليّة الأداء، وذلك من خلال تحسين ظروف العمل، مما يساهم في تحسين أداء كل فرد في المنظمة، وبالتالي تحسين الإنتاجيّة، ورفع مستوى الجودة.

2. المساهمة في تنسيق عملية التسيير:

فالتسيير يهدف إلى تنشيط وتحفيز فريق العمل لإرضاء العملاء بصفة دائمة، والذي لا يتحقّق إلاّ بتطبيق مفهوم الجودة الشاملة الذي يقوم على إشراك كافة أفراد، عمليّات وأقسام المنظمة.

3. التناسق والترابط:

إن سياسة الجودة تقترح أسلوب جديد للعمل في المنشآت الحديثة، والمتمثّل في تطوير شبكات الاتصال الأفقي بين مختلف الأقسام من خلال العلاقة (المورد/العميل) داخلي، والمشاركة في حل مشاكل العمل.[1]

المطلب الثاني: الرقابة على الجودة

للرقابة على الجودة دور هام في تحسين الأداء وزيادة الإبداع وهو ما يرمي لغرض واحد وهو تحسين جودة المنتوجات .

الفرع الأول: مفهوم الرقابة على الجودة وأهميتها

أولا– مفهوم الرقابة على الجودة

لقد تباينت الأفكار والمفاهيم بين المفكرين والباحثين لتحديد مفهوم شامل ودقيق للرقابة على الجودة (control Quality) إلا أنه من حيث المضمون لا يرى اختلافا واسعا فقد عرف جوران الرقابة على النوعية بأنها عملية تنظيمية يمكن من خلالها قياس الأداء الفعلي للنوعية بالمقارنة مع المعايير أو المواصفات المحددة واتخاذ الإجراءات التصحيحية على

[1] نفس المرجع السابق، ص: 222

هذا التباين والإنحراف، وعرفها كابلن على أنها مجموعة من الوظائف والأعمال التي تقوم بها المؤسسة لفرض إنجاز الأهداف النوعية .

ويلاحظ أن مفهوم الرقابة على الجودة يستند إلى تحقيق ثلاث مرتكزات أساسية تتمثل في:[1]

أ. جودة التصميم:

يجب على إدارة المؤسسة تحديد مواصفات منتجاتها المستقبلية، فالتصاميم العامة على المدى الاستراتيجي يتم إقرارها عادة من قبل الإدارة العليا في المؤسسة الاقتصادية أما الجوانب التفصيلية تقنيا وفنيا فإن الإدارة الفنية (الهندسية) تقوم بإعدادها في إطار السياسة العامة للمؤسسة.

ب. دقة المطابقة:

توفير منتجات بجودة عالية يعتمد على دقة المطابقة للمواصفات والالتزام بها في مختلف المراحل التحضرية والتشغيلية (الإنتاجية) من قبل المؤسسة الاقتصادية، فدقة المطابقة للمواصفات الفنية والهندسية ضرورة تستلزمها الحاجة لتوفير منتجات بنوعية جيدة وملائمة، نظرا لأن المنتجات المعيبة ترجع أسبابها إلى عاملين هامين هم[2]:

عدم الدقة في التصميم.

عدم الدقة في تنفيذ التصميم (المطابقة).

ت. دقة الأداء:

تعتبر هذه الفعالية الممارسة أثناء النشاط الإنتاجي من النشاطات الحيوية والهامة، والتي لابد من توافر الإرشادات الكفيلة بتقويمها وتدعيمها وفقا للتوجيهات والإرشادات الفنية والإدارية من الأجهزة المعنية وتتضمن هذه الإرشادات ما يلي:

---

[1] خضير كاظم حمود، **إدارة الجودة وخدمة العملاء**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى1، الأردن، 2002، ص: 102.

[2] دال بستر فيلد، **الرقابة على الجودة** : ترجمة "علي إبراهيم مسرور"، المكتبة الأكاديمية، الطبعة الأولى، القاهرة، 1995، ص: 26.

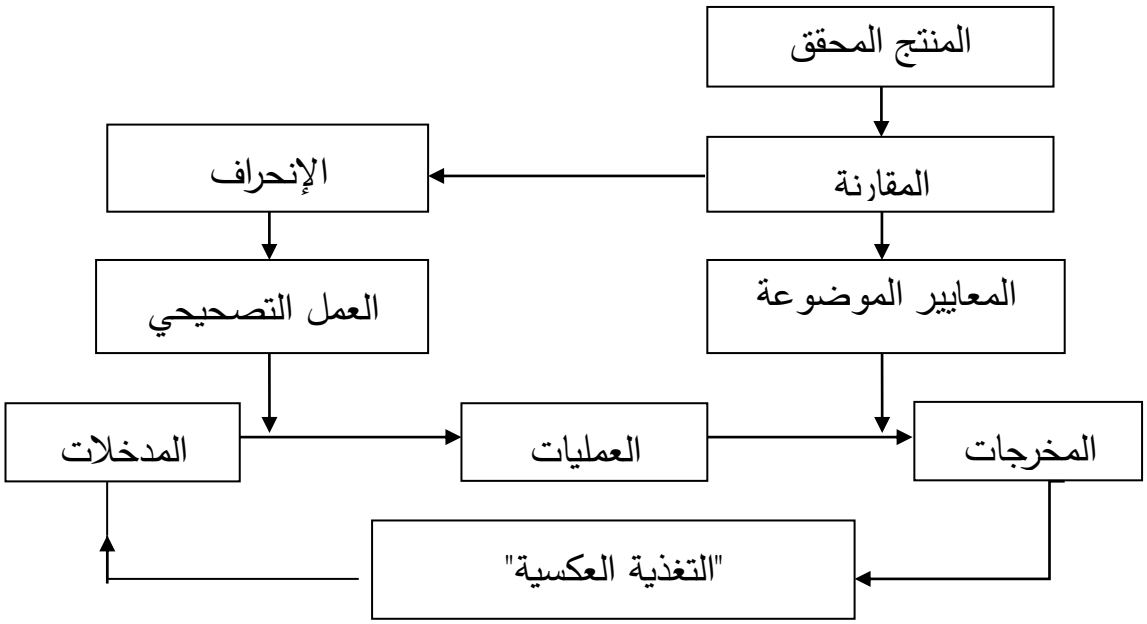
تحديد حجم العينة التي يتم سحبها من الخط الإنتاجي.

تحديد عدد مرات سحب العينات.

تحديد الفترات الدورية المنتظمة التي يتم سحب العينات خلالها.

تفسير النتائج التي يمكن الرجوع إليها في حالة حصول التباين أو الإنحراف عن المواصفات والمعايير القياسية[1].

الشكل رقم 01: مخطط توضيحي لمفهوم الرقابة على الجودة



المصدر: خضير كاظم حمود، **إدارة الجودة وخدمة العملاء**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة1 ، الأردن، 2002، ص: 155.

[1] فريد راغب النجار، **إدارة الإنتاج والعمليات التكنولوجية (مدخل تكاملي تجريبي)**، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 1997، ص: 375.

ثانيا- أهمية الرقابة على الجودة

لعملية الرقابة على الجودة فوائد عديدة منها داخلية ومنها خارجية تكمن فيما يلي[1]:

أ. فوائد خارجية تعود على المؤسسة:

- تساعد عملية مراقبة الجودة على نشر الاطمئنان وتحسين العلاقة بين المورد وعملائه ومنحهم الثقة بأن المنتجات الواردة منه ستكون بدرجة الجودة المطلوبة.

- تمكين المورد من تخفيض كمية المواد الهالكة والتالفة من خلال مراقبة الجودة، مما يحقق له وفرات يترتب عليها تخفيض في الأسعار التي يبيع بها إلى العملاء.

- توفر عملية الرقابة وجود نظام دقيق للرقابة بالمؤسسة على العميل القيام بالتفتيش الكامل على المنتجات الواردة إليه، وزيادة رضا العميل وولاءه لمنتجات المؤسسة.

ب. فوائد داخلية تعود على المؤسسة:

- تساعد عملية مراقبة الجودة على تحسين جودة المنتجات وتؤدي إلى زيادة إنتاجية المؤسسة.

- كما تساعد الرقابة على الجودة من تقليل التكاليف والذي يؤدي إلى الانخفاض في أسعار المنتجات وبالتالي زيادة القدرة على المنافسة والذي يحقق زيادة في الأرباح وفي الحصة السوقية.

- وجود نظام واضح للرقابة على الجودة يمكن للمؤسسة من توفر المعلومات الضرورية لإدارة العمليات لدى القائمين عليها، بحيث يقوم هذا النظام على افتراض أساسي "أنه لكي تكون قادرا على حل مشكلة ما فإنه يجب أن تكون قادرا على رؤيتها أولا".

- يمكن نظام المراقبة من التعرف على أي انحراف أو عدم التطابق في الوقت المناسب، وهذا ما يزيد في القدرة على التغلب عليه بسرعة وفعالية، وبالتالي تصبح أكثر تحكما وقدرة على منع حدوث مشكلات مماثلة في المستقبل.

---

[1] فريد كورتل وأمال كحيلة، **الجودة وأنظمة الإيزو**، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2012، ص: 92.

كما يرتكز الهدف الأساسي لمراقبة جودة المنتج في حصول هذا الأخير على رضا المستهلك وإشباع حاجاته المتنامية من خلال مطابقة المنتج المتحقق مع المواصفات والمعايير القياسية المقررة من طرف المؤسسة بواسطة التصميم لتلك المنتجات بما ينسجم مع المتطلبات الفعلية للمستهلكين.

الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة في عملية الرقابة على الجودة

تهدف عملية مراقبة الجودة من خلال إجراء اختبارات للمنتج ومقارنة نتائج الاختبارات مع متطلبات ومواصفات العملاء إلى اكتشاف الانحراف والاختلافات، ومن ثم اتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة، وهناك عدة أدوات تستخدم للضبط الإحصائي للجودة ونذكر منها[1]:

أ. تحليل باريتو:

يعتبر من أهم وأكثر الأدوات الإحصائية المستعملة حديثا في معالجة المشاكل المتعلقة بجودة المنتجات والخدمات، حيث يستخدم تحليل باريتو لتحديد أولوية المشاكل، إذ أنه يساعد الإدارة على التركيز على المشاكل التي تتميز بأهمية نسبية أكبر وحلها، ويرتكز هذا التحليل على قاعدة أساسية حيث أن80% من المشاكل ترجع إلى20% من الأسباب، وبالتالي20% من المشاكل ترجع إلى80% من الأسباب، وتكمن أهمية تحليل باريتو في إظهار الأسباب الأكثر تكرارا من أجل لفت نظر وانتباه الإدارة إليها ثم الأسباب الأقل فالأقل تكرارا.

ب. قائمة المراجعة:

يتمكن المسؤولين بواسطة قائمة المراجعة من ترتيب وتنظيم المعلومات الخاصة بالأخطاء والعيوب الموجودة في المنتج أو في العمليات وأسباب هذه الأخطاء، وهذا ما يساعد المسؤولين في دراسة المعلومات وتحليلها، وتستخدم هذه القائمة لترتيب المشاكل حسب الأهمية النسبية لها، فهي أداة تستخدم لجمع المعلومات وتساعد في تحليلها مما يساهم

[1] محفوظ أحمد جودة، **إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات**، دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة، عمان، 2008، ص262.

بدرجة كبيرة في تنفيذ مشاريع التحسين المستمر في المؤسسة، ويوجد عدة أنواع من قوائم المراجعة أهمها[1]:

قوائم المراجعة المتعلقة بالتوزيع: خاصة بجمع البيانات بهدف معرفة كيفية توزيع التكرارات على متغير معين كأن يكون هذا المتغير متغير الزمن.

قوائم المراجعة المتعلقة بمواقع العمل: أين يتم التركيز على الأخطاء والمشاكل حسب مواقع العمل بهدف تحسين أداء المواقع التي تكثر فيها الأخطاء أو المشكلات.

قوائم المراجعة المتعلقة بالأسباب: تستعمل لمتابعة مدى تكرار كل سبب من أسباب المشكلة بهدف التركيز على حل المشاكل ذات التكرار الأعلى.

ت. شكل الانتشار:

يستعمل بهدف عرض العلاقة بين متغيرين من أجل تكوين فكرة أولية عن هذه العلاقة مثل (العلاقة بين سعر الآلة وعمرها)، ويرسم خط الملائمة الأفضل والذي يمثل خط الانحدار أو أقل مربع انحرافات عن الوسط الحسابي بغرض إجراء المقارنة المنظورة بينه وبين النقاط حوله والتي تمثل التقاء قيم المتغيرين موضوع الدراسة، فكلما كانت مجموعة النقاط قريبة من خط الملائمة الأفضل كلما كانت العلاقة بين المتغيرين أقوى والعكس صحيح كلما كانت النقاط منتشرة أكثر حول الخط كلما كانت العلاقة بين المتغيرين ضعيفة.

ث. خريطة تدفق العمليات:

تستعمل لتحديد طريقة أداء العمليات وتحليل خطواتها، كما تمثل خريطة التدفق أو مخطط العمليات توظيف خطوات الأداء التشغيلي للعمليات، كما تسعى إلى تحديد عدة أهداف أهمها توضيح الصورة أمام العاملين لتوحيد طرق العمل وتحديد المواقع التي يمكن أن تستفيد من مشاريع التحسينات المستمرة، ويتم استخدام المخططات البيانية بأشكالها المختلفة كالدوائر والخطوط والأعمدة كوسائل تمكن من التوصل والتعرف على طبيعة العمليات التشغيلية في المؤسسة، كما يمكن استخدام خرائط التدفق لتوثيق العمليات في

[1] نفس المرجع السابق، ص- ص: 261- 262.

نظم إدارة الجودة عوضا عن طرق أخرى تحتاج إلى مدة أطول كوضع الإجراءات لكل نشاط وعملية في المؤسسة، وينبغي على معدو الخريطة والمطلعون عليها أن يكون لديهم إلمام بالرموز المستخدمة في الخريطة.

ج. خريطة السبب والأثر:

تحدد هذه الخريطة أسباب المشكلة وعلاقة هذه الأسباب بالمشكلة نفسها، حيث يتم تحديد الأثر أو المشكلة أولا، وتليها عملية رسم خط الوسط والفروع الرئيسية لهذا الخط، إذ يوضع عليها الأسباب الرئيسية للمشكلة، بعدها يتم رسم الفروع الثانوية المتفرعة من الفروع الرئيسية لخط الوسط ووضع الأسباب الثانوية عليها، وبناء على ذلك تظهر خريطة السبب والأثر حيث تمكن المطلع عليها من تحليل الأسباب الرئيسية والثانوية واتخاذ الإجراءات التصحيحية.

ح. خريطة المتابعة:

تستعمل خريطة المتابعة عند عرض بيانات ظاهرة يتم تتبعها من طرف مسؤول الجودة لفترة معينة ومحددة ويستطيع بواسطتها التأكد من استمرارية ثبات القراءات لظاهرة أو مشكلة معينة أو اختلاف هذه القراءات بين فترة وأخرى.

كما يمكن تقسيم الخرائط الإحصائية إلى نوعين رئيسيين:

1. خرائط قياس المتغيرات:

يرتكز هذا النوع من الخرائط على القياسات الفعلية لخصائص المنتجات الرئيسية الطول، الوزن..إلخ، وتنقسم إلى[1]:

– خرائط المتوسطات الحسابية: يرمز لها بـX حيث يتم حساب المتوسطات الحسابية للعينات المسحوبة من المنتج.

– خرائط المدى: قياس درجة التشتت بين قيم مشاهدات كل عينة ويرمز للمدى بالرمزR وعليه تكون العلاقة الرياضية لاحتساب المدى لكل عينة كالتالي:

[1] مأمون الدرادكة وطارق الشبلي، مرجع سبق ذكره، ص: 133.

Ri= Xim – Xit

حيث:Xim تعني أكبر قيمة مشاهدة في العينة i

Xit تعني أصغر قيمة مشاهدة في العينة i.

2. خرائط قياس الخصائص:

تقوم على قياسات عامة لمدى المطابقة للوحدات المنتجة للمواصفات من عدمه دون اللجوء للعمليات الحسابية كحساب المتوسطات أو المدى، ويتم تسجيل البيانات على أساس مطابق أو غير مطابق، وتؤخذ المعلومة بشكل دقيق وقراءات صحيحة وتعامل على أساس حساب النسب المئوية وتتمثل في[1]:

خريطة النسب المعيبةP : تهتم بقياس النسبة المئوية للوحدات المعيبة في العينة.

خريطة عدم المعيبC : تهتم بعدد الوحدات الغير المطابقة للمواصفات في العينة.

كما تعتبر العينات من أكثر الأساليب والوسائل الإحصائية استخداما في مجال البحوث التطبيقية والعمليات التشغيلية نظرا لانخفاض تكلفتها والأوقات اللازمة في استخدامها مقارنة بأسلوب الفحص الشامل، ويتم استخدام أسلوب العينات في المجالات التالية:

– فحص المواد الأولية النصف مصنعة عند الاستلام أو في حالة التجهيز الداخلي للتأكد من مطابقة المواصفات لتلك المواد.

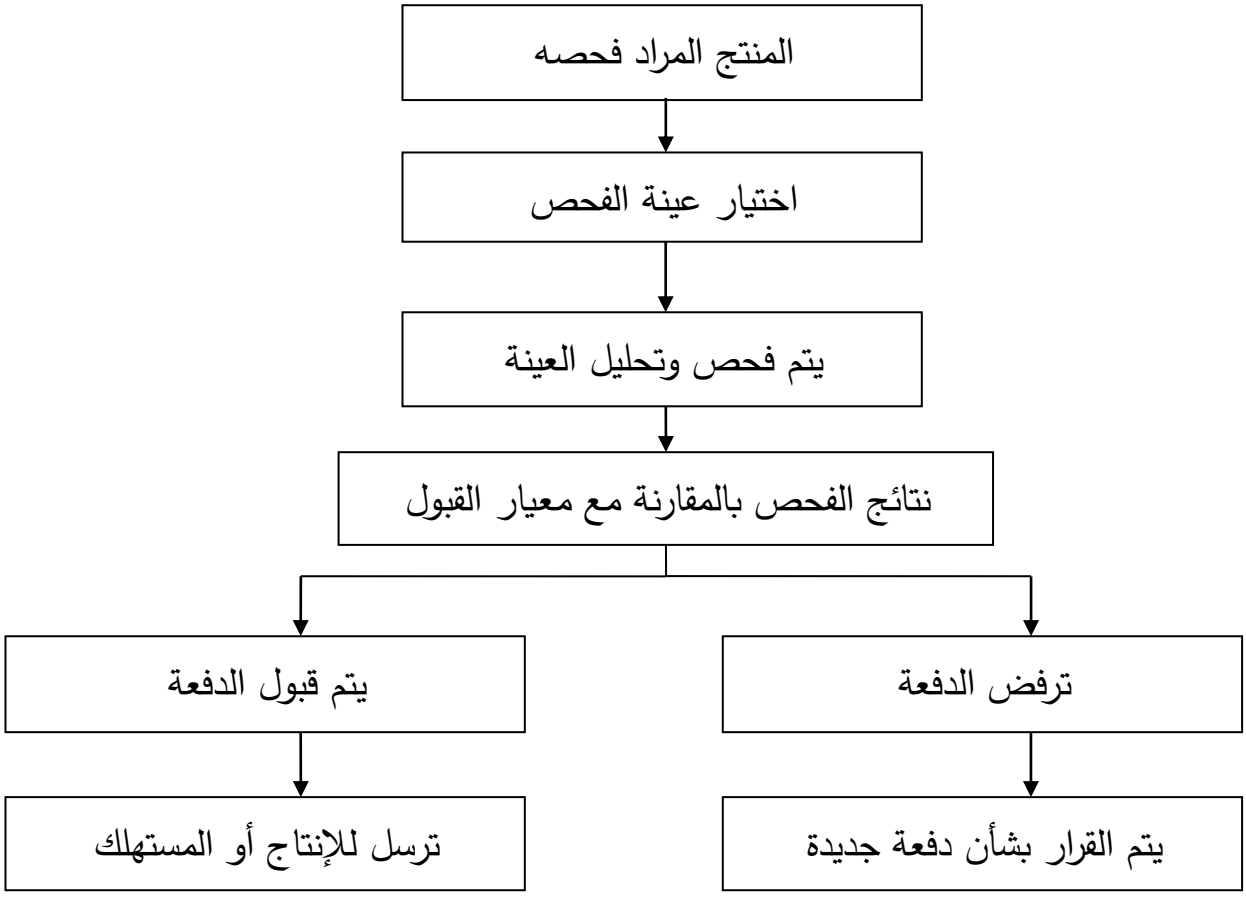
– لإجراء الفحص والاختبار أثناء العمليات التشغيلية الجارية في المؤسسة.

– لإجراء الفحص للمنتجات النهائية قبل أن يتم شحن تلك المنتجات للمستهلك النهائي.

والشكل الموالي يوضح أسلوب الفحص بالعينات (طريقة استخدام العينات للتأكد من جودة المنتج):

[1] نفس المرجع السابق، ص: 134.

الشكل رقم(02): أسلوب الفحص بالعينات



المصدر: خضير كاظم حمود، **إدارة الجودة وخدمة العملاء**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة1، الأردن، 2002، ص: 116.

ويمكن تقسيم أسلوب العينات إلى نوعين:

❖ **أسلوب العينة الواحدة:**

وهي قيام المحلل بسحب عينة واحدة من الدفعة المراد فحصها، ويتم على ضوئها اتخاذ القرار بالقبول أو الرفض ولذا فإن خطة العينة الواحدة تكون فعالة عادة باستخدام الأسس التالية[1]:

- تحديد (ت)عدد القطع أو الوحدات في الكمية (الدفعة) التي سيتم أخذ العينة منها.
- تحديد(ع) عدد الوحدات يف العينة العشوائية.
- تحديد (ق) عدد القبول.
- تحديد (ر) عدد الرفض.

❖ **أسلوب العينتين المتتابعتين:**

يقوم على أساس القيام بفحص عينتين بدلا من عينة واحدة (مفردة) من أجل اتخاذ القرار الملائم بصدد رفض الدفعة أو قبولها، وتعتمد على الأسس التالية:

- تحديد عدد القطع الكمية (الدفعة) التي سيتم أخذ العينة منها.
- تحديد عدد الوحدات في العينة العشوائية الأولى.
- تحديد عدد الوحدات في العينة العشوائية الثانية.
- تحديد عدد الوحدات المعابة في العينة الأولى وهي عدد القبول.
- تحديد عدد الوحدات المعابة في العينة الثانية وهي عدد القبول.
- تحديد عدد الوحدات المعابة في العينة الأولى وهي عدد الرفض.
- تحديد عدد الوحدات المعابة في العينة الثانية وهي عدد الرفض.

[1] خضير كاظم حمود، مرجع سبق ذكره، ص: 116

المطلب الثالث: أسباب الاهتمام بالجودة ومتطلباتها

نظرا لتواجد العديد من العيوب والأخطاء في المنتوجات الموجهة للسوق الوطنية قامت الدولة الجزائرية بأخذ بعض التدابير بغرض تحسين جودة المنتوجات في السوق المحلية والدفع بعجلة الصادرات إلى الأمام أي ترقية الصادرات عن طريق الإهتمام الكبير بالجودة.

الفرع الأول: أسباب الاهتمام بالجودة

إن معظم المؤسسات التي حققت رقم أعمال معتبر هي تلك التي أدركت أهمية الجودة وتحكمت في أسبابها والتي يمكن حصرها فيما يلي[1]:

أولا- الأسباب المالية

إن العيوب والأخطاء في جودة المنتجات تكلف المؤسسة تكاليف باهظة تتمثل أساسا في تكاليف إصلاح المنتج المعيب وأجور العمال، وبناء على تقدير الخبراء في أهم الدول الصناعية الأوروبية فإن أكثر من 10% من الناتج الصناعي الخام يمثل ضياعا وتبذيرا في المواد الأولية والمنتجات المصنعة والطاقة ووقت العمل، وهذا يجر إلى القول أن أخطاء الجودة تعبر عن التبذير والذي يؤدي إلى ارتفاع سعر التكلفة وانخفاض الأرباح والمنافسة بالنسبة للمؤسسة.

ونادرا ما تستطيع هذه الأخيرة على تحديد تكاليف الأخطاء والمردودات بدقة.

ثانيا- الأسباب التجارية

الجودة تعتبر أساس القدرة التنافسية خصوصا وأن الصناعة تمر بمراحل هامة، فارتفاع أسعار الطاقة والمواد الأولية زيادة على منافسة المنتجات الأجنبية ومتطلبات الأسواق الدولية والحاجة الماسة لرفع الصادرات كل هذه العوامل تجعل المؤسسة في وضعية حرجة، من هنا نستخلص أن حياة المؤسسة مرتبطة بتحسين مردوديتها وقدرتها التنافسية، بالإضافة إلى عامل المنافسة فإن المحافظة على صورة المؤسسة وتحسين علامتها

[1] بن اكتوف طاوس نورية، **وضعية تسيير الجودة في المؤسسة الصناعية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008- 2009، ص: 22.

التجارية يعتبر عاملا مهما في تحسين الجودة وهذا بهدف المحافظة على ثقة زبائنها وتطوير أسواقها.

فبفضل الجودة تمكنت المنتجات الألمانية واليابانية من اكتساب شهرة عالية مما سمح لها بمنافسة المنتجات الأجنبية وتطوير الأسواق الدولية.

ثالثا- الأسباب التقنية

إن التطور المستمر في التقنيات يؤدي إلي خلق منتجات تتمتع بخصوصيات تقنية عالية وتحسين النتائج التقنية يسمح بجعل أعمال المنتجات أكبر من النتائج المحققة ويساهم في تبني استعمالات المنتج وتحسين خصائصه المرتبطة (بالثقة، الصيانة الاستمرارية) إن الجودة تساهم في التحكم الجيد في التقنيات وذلك بتوحيد طرق التصنيع وتحسين أساليب وإجراءات الرقابة[1].

رابعا- القيود الخارجية

تظهر في دفتر الشروط للمناقصات وهذه القيود ناتجة عن:

أ. **الزبائن الصناعيين الأساسيين:** الذين يفرضون على المؤسسة بواسطة دفتر الشروط أو تحقيقاتهم الخاصة توفير الأدلة على أن الجودة المطلوبة ستفي باحتياجات المستهلكين.

ب. **جمعيات المستهلكين:** يوجد عدة جمعيات وطنية وإقليمية للمستهلكين والتي تقوم بنشر مطبوعات موجهة لإرشاد وإعلام المستهلكين على المنتجات المعروضة في السوق فيما يخص متطلبات الجودة، السعر والآجال هذه المنظمات تتلقى أيضا طلبات وشكاوي الزبائن وتقوم بحماية مصالحهم.

ت. **السلطات العمومية:** التي تنشر تنظيمات وتشريعات حول بعض أصناف المنتجات وخصوصا فيما يتعلق بسلامة وامن الاستعمال.

ث. **هيئات التوحيد القياسي للمواصفات:** التي يخول لها القانون منح أو (سحب) علامة المطابقة للمواصفات.

[1] نفس المرجع السابق، ص: 23.

ج. الجمعيات الايكولوجية: التي تعمل على الدفاع والحفاظ على البيئة ضد الأضرار المحتملة.

خامسا- جو المنافسة

إن تطور الوعي بالجودة داخل المؤسسة يساهم في تحسين جو المنافسة لأن الجودة مسؤولية مشتركة بين جميع الأفراد والإدارات، ويؤدي إلي إحداث التوافق والانسجام بين الإدارات والأقسام في المؤسسة، كما ينمي الاتصالات بينها ويجعل الأفراد يرتبطون أكثر بمؤسستهم.

الفرع الثاني: متطلبات الجودة

يمكن تصنيفها إلى خمسة متطلبات أساسية للجودة تتمثل فيما يلي[1]:

أولا- احترام معايير الأداء

يتمثل الأداء في الجوانب التقنية للمنتوج والتي تظهر من خلال الكفاءات التقنية المستخدمة فيه، ويتحقق ذلك من خلال توفره على العديد من الصفات العامة أو الرئيسية مثل: السرعة، القوة والصلابة.

وعموما فإن العميل ينتظر الحصول على منتوج يتوافق مع الخصائص التقنية المعلنة عنها والحصول على الثقة في قدرة المؤسسة على تقديم الأداء المطلوب من المنتوج والحفاظ عليه واستمراره لمدة طويلة من الزمن، وبالتالي تتحقق ما تعرف بالاعتمادية المعبر عنها بالفترة الزمنية التي يمكن أن يستمر فيها المنتوج دون الحاجة إلي أي إصلاح أو تحمل تكاليف إضافية تؤثر علي جودته.

ثانيا- التكلفة

تعبر التكلفة عن الجوانب الاقتصادية للمنتوج والتي يمكن الاستدلال عليها من خلال المؤشرات الاقتصادية التالية:

[1] بوعنان نور الدين، **جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء**، رسالة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006- 2007، ص: 11.

سعر التكلفة: وذلك لتحقيق الجودة عند الانتقال من اقتصاد التوزيع إلى اقتصاد السوق، بحيث لم يعد العميل يهتم فقط بتوفير المنتوج في الآجال المحددة، وإنما يهتم بالتكاليف أيضا فعندما يقوم بالشراء فإنه يقوم بالمفاضلة بين مختلف العروض المقدمة له معتمدا في ذلك على معيار السعر.

هذا الأخير الذي تطور ليعبر عن التكاليف الكلية فعند تحديد هذه التكاليف فالعميل يأخذ بعين الاعتبار كلا من: تكاليف الحصول على المنتوج، تكاليف الصيانة، تكاليف التوقف عن التشغيل، الإصلاح، إضافة إلى تكاليف محتملة لتوقف المنتوج عن الخدمة.

ثالثا- فترة التسليم

هي الفترة التي تعبر عن البعد الزمني المتعلق بمدى الوفاء والالتزام بتسليم المنتوج في الوقت المحدد والكمية والنوعية المطلوبة من قبل العميل الذي أصبحت له الإمكانية في الاختيار، ليس فقط فيما يتعلق بالأداء والتكلفة وإنما يأخذ بعين الاعتبار الوفرة فبالنسبة للأداءات المتماثلة (منتجات لها نفس الخصائص التقنية) العميل اليوم له القدرة علي اتخاذ القرار المتعلق بشراء منتوج متوفر في الوقت الذي هو في حاجة إليه ولا يفضل الانتظار[1].

رابعا- الخدمات

تعتبر الخدمات كمطلب أساسي يساهم في تنمية وتطوير مفهوم الجودة وخاصة الخدمات التكميلية أو ما يعرف بخدمات ما بعد البيع، وهذا ما نستنتجه من نص في المادة 16 من القانون رقم 09- 03 في إطار خدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لابد للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتوج المعروض في السوق، وتشير هذه الخدمات إلى مستوى الجودة والسرعة في التعامل مع شكاوي العملاء بعد حصولهم على السلعة أو الخدمة، وقد أصبحت الخدمات التكميلية اليوم تشكل المعيار الأكثر أهمية في

[1] نفس المرجع السابق، ص: 12.

التأثير على جودة المنتجات فإذا كانت الخدمات الأساسية تشكل**80%** من تكاليف المنتوج فإن الخدمات التكميلية تمثل**80%** من التأثير على العميل[1].

خامسا- الأمن

أصبح توفير الأمن عند استخدام السلعة مطلوبا من قبل العملاء اليوم وذلك وفق مانصت عليه المادة 09 من قانون رقم 09-03 "يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للإستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها، وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه، وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين"، حيث يعتبر الأمن معيارا بحد ذاته فلا يمكن أن يكون نظام ذو جودة عالية، إلا إذا كان قادرا على ضمان عدم حدوث أخطار وحوادث تؤدى إلى الموت أو تسبب أضرار أو خسائر في البضائع.

في الواقع تحقيق الأمن المطلق يعتبر أمرا يستحيل الوصول إليه، لذلك يجب توفر أدنى مستوى متعلق باحتمال وقوع حوادث ناتجة عن عمليات الإنتاج أو المنتوج.

فبالنسبة للعميل يعتبر الأمن مطلبا ضمنيا لا يرتبط فقط بالمنتجات وإنما يرتبط أيضا بضرورة احترام البيئة أو المحيط الذي يعيش فيه، لذلك أغلب المؤسسات تسعى للحصول على أحسن التجهيزات والموارد التي تمكنها من إنتاج منتجات لا تخلف أثارا سلبية على البيئة التي يتواجد فيها جميع الأطراف التي يتعامل معها.

المبحث الثالث: تعدد الأجهزة المكلفة بالرقابة

حرص المشرع على إنشاء عدة أجهزة تقوم بمراقبة مدى مطابقة المنتوجات للمواصفات والمقاييس القانونية وذلك من أجل حماية المستهلك، فلقد تم إنشاء أجهزة استشارية من أجل رقابة أولية، بالإضافة إلى أجهزة إدارية تقوم بالرقابة على المنتوجات طول عملية عرض المنتوج للاستهلاك.

---

[1] القانون: 09- 03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير 2009، **يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**، الصادرة في الجريدة الرسمية العدد15 المادة 16، 8 مارس 2009.

المطلب الأول: رقابة الأجهزة الاستشارية

تتضمن الأجهزة الاستشارية تكريس نوع من الرقابة الأولية على نشاط المتدخلين، من خلال تقديم الاستشارة وابداء الرأي وتقييم مدى مطابقة المنتوجات للمقاييس الوطنية المعمول بها.

تتمثل هذه الأجهزة في المجلس الوطني لحماية المستهلكين(أولا)، والمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم(ثانيا)، ومخابر تحليل النوعية(ثالثا).

أولا- المجلس الوطني لحماية المستهلكين

أنشأ المجلس الوطني لحماية المستهلكين سنة 1992، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272 الذي يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلك واختصاصها[1].

كما نصت المادة 24 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه "ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين يقوم بإبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير حماية المستهلك"[2].

أ - تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين

يتشكل المجلس الوطني لحماية المستهلكين من ممثل واحد عن كل وزارات ومن مدير المركز ومن مدير المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم، المدير العام للغرفة الوطنية للتجارة، سبعة (07) ممثلين لجمعيات مهنية مؤسسة قانونا، وعشرة (10) ممثلين عن جمعيات حماية المستهلك، سبعة (07) خبراء مؤهلين قانونا في ميدان نوعية المنتوجات والخدمات يختارهم الوزير المكلف بالنوعية أي وزير التجارة حاليا[3].

---

[1] شعباني حنين نوال، **التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع: المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012،ص: 104 .

[2] مرسوم تنفيذي رقم 92-272، المؤرخ في 6 جويلية 1992، **يتعلق بتكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصه**، العدد 52، الصادر في 8 جويلية 1992.

[3] المادة 04، من المرسوم التنفيذي 92-272، يتعلق بتكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصه.

ويمكن للمجلس في إطار أعماله أن يلجأ إلى خدمات الخبراء الجزائرية أو الأجانب، وكل شخص من شأنه أن يقدم مساهمة في هذا المجال.

نظم المجلس في لجنتين مختصتين هما:[1]

- لجنة نوعية المنتوجات والخدمات وسلامتها.

- لجنة إعلام المستهلك والرزم والقياس.

ب - صلاحيات المجلس الوطني لحماية المستهلكين

يعتبر المجلس جهازا استشاريا مكلفا بإبداء رأيه واقتراح التدابير التي من شأنها حماية المستهلك، وبالتالي فليست له سلطة إصدار القرارات، فالمجلس ومن خلال المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 92 -272، له صلاحيات الإدلاء بالآراء على النحو التالي[2]:

1- اتخاذ التدابير الكفيلة بالمساهمة في تحسين الرقابة من المخاطر التي قد تتسبب فيها السلع والخدمات المعروضة في السوق، وذلك لحماية مصالح المستهلكين المادية والمعنوية.

2- البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش.

3- إعلام المستهلكين وتوعيتهم وحمايتهم.

4- إعداد برامج المساعدة المقررة لمصالح جمعيات المستهلكين وتنفيذها.

5- كل المسائل المرتبطة بنوعية السلع والخدمات التي يعرضها عليه الوزير المكلف بالنوعية أو أي هيئة أو مؤسسة معينة أو ستة من أعضائه على الأقل.

من خلال ما سبق، يلاحظ بأنه ورغم التركيبة البشرية المعتبرة والمتنوعة والمخصصة للمجلس الوطني لحماية المستهلكين، إلا أنه لا يلعب دورا فعالا في واقع الاستهلاك الجزائري ويعود السبب في ذلك إلى الدور الاستشاري الذي ينحصر في مجرد إبداء الآراء واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك، على عكس

[1] المواد من 5 إلى 8، من المرسوم التنفيذي رقم 92-272،

[2] المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 92-272، يتعلق بتكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصه.

الأجهزة الإدارية التي لها دور التدخل لإتخاذ القرارات وبالتالي ليست للمجلس الصلاحية القانونية لمتابعة فعالية القرارات المتخذة[1].

ثانيا- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم (CACQE):

لقد تم إنشاء هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدّل والمتمّم بالمرسوم التنفيذي رقم 03-318 الذي يبين تنظيمه وعمله. يعدّ المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وهو تحت وصاية وزير التجارة[2]. وتتجلى أهداف هذا المركز في مجالين:

- أولها في مجال حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها.

- ثانيها يمكن في مجال الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع الساري والعمل به في مجال نوعية السلع والخدمات. يقوم المركز إلى جانب ذلك بإجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها.

أ - تشكيلة المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم:

في ظل المرسوم التنفيذي رقم 89-147 كان المجلس يتشكل من المدير، ومجلس التوجيه العلمي، لكن بعد التعديل أصبح متكون من مدير عام، مجلس التوجيه، لجنة علمية وتقنية.

---

[1] بركات كريمة، **حماية المستهلك في ظل اقتصاد السوق**، دراسة مقارنة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص: 197.

[2] مرسوم تنفيذي رقم 89- 147 مؤرخ في 8 أوت، يتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه، عدد33، الصادر في 9 أوت 1989 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03- 318، المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، العدد 59، الصادر في 5أكتوبر2003.

بالنسبة لمجلس التوجيه العلمي والتقني تغيرت تسميته فأصبح يدعى مجلس التوجيه كما توسعت تشكيلته بعد التعديل فأصبح يتكون من ممثلين لعدة وزارات والمجلس الوطني لحماية المستهلكين وممثل عن اللجنة العلمية والتقنية[1].

أما بخصوص اللجنة العلمية والتقنية فتتكون من ممثلين عن معهد باستور لمعهد الوطني لعلم السموم، المعهد الوطني لحماية النباتات، المعهد الوطني للطب البيطري، المعهد الوطني للتقييس، الديوان الوطني للقياسة القانونية، الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة الغرفة الوطنية للفلاحة، الغرفة الوطنية للصناعات التقليدية والحرف، الغرفة الوطنية للصيد وتربية المائيات، المجلس الوطني لحماية المستهلكين، بالإضافة إلى شركة مدير المركز في اجتماعات اللجنة لكن بصوت استشاري[2].

ب – صلاحيات المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم

يعد المركز من أجهزة الرقابة باعتباره هيئة استشارية، وهذا راجع للصلاحيات التي يتمتع بها، فهو يسعى في إطار تنفيذ السياسة الوطنية إلى تحقيق عدة أهداف من بينها:

1– حماية صحة وأمن المستهلكين والبحث عن أعمال الغش والتزوير والمخالفات للتشريع والتنظيم المعمول بهما، والمتعلقين بنوعية السلع والخدمات، ومعاينتها.

2– القيام بالتحاليل في المخابر والتأكد من مدى مطابقة المنتوجات للمقاييس وللمواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها.

3– المساهمة في إعداد النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بموضوعه[3].

[1] المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 89– 147، المعدلة بموجب المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 03– 318، المذكورة سابقا.

[2] المادة 17 مكرر من المرسوم التنفيذي رقم 03–318، يتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه.

[3] المواد من 3 إلى 5 من المرسوم التنفيذي رقم 03– 318، يتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه.

إن مراقبة نوعية المنتوجات المعروضة للاستهلاك بواسطة المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم لا تحمي المستهلك فقط، بل تحمي كذلك الاقتصاد الوطني، فحماية الاقتصاد له تأثير مباشر على حماية المصالح المادية للمستهلك، من خلال تلبية حقه المشروع في الحصول على المنتوجات ذات الجودة العالية.

4- مرافقة المصدريين: في إطار ترقية التجارة الخارجية ووفقا لتعليمات والتزامات وزارة التجارة، المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم اظهر استعداده لمرافقة المتعاملين الاقتصاديين في مجال التصدير وذلك من خلال إجراء التحاليل للمنتجات المعنية في هذا المجال، إصدار شهادات المطابقة في حدود الإمكانيات التقنية. أيضا المركز يوفر كل المعلومات ذات الصلة بالنوعية ومطابقة المنتجات التي يمكن أن تحسن ظروف التكفل بعمليات التصدير[1].

ثالثا- شبكة مخابر تحليل النوعية:

تعتبر مخابر تحليل النوعية أجهزة استشارية تقنية تساعد الإدارة في ممارسة الرقابة، وذلك لضمان حماية المستهلك من كل أنواع الغش والتزييف في المنتوجات المعروضة للاستهلاك.

حيث تم إنشاء هذه المخابر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-192 المتعلق بمخابر تحليل النوعية، ومن خلاله تم تعريف مخابر تحليل النوعية بأنها كل هيئة تقوم باختبار وفحص وتجربة المادة والمنتوج وتركيباتها، أو تحديد بصفة عامة مواصفاتها وخصائصها. كما أن نص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 14- 153 الذي يحدد شروط فتح مخابر تجارب وتحليل الجودة واستغلالها.

[1] شعباني حنين نوال، مرجع سبق ذكره، ص: 106.

والتي عرفت مخابر تحليل النوعية على أنها كل هيئة أو مؤسسة تحلل أو تقيس أو تدرس أو تجرب أو بصفة عامة تحدد خصائص أو فعالية المادة أو المنتوج ومكونتها في إطار تقديم الخدمات[1].

إن عملية فتح مخابر تحليل النوعية يخضع لضرورة الحصول على رخصة من الوزير المكلف بالنوعية، كما يخضع طالب فتح المخبر إلى المؤسسات اللازمة، ويجب أن يكون المخبر مجهزا بالآلات والوسائل خاصة المتعلقة بالنظافة والأمن.

وحسب المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 91 -192 تصنف مخابر تحليل النوعية إلى ثلاث فئات وهي[2]:

1- الفئة الأولى: المخابر التي تعمل لحسابها الخاص والمحددة في إطار المراقبة الذاتية التي يقوم بها الأشخاص الطبيعيون أو المعنيون وذلك استكمالا لنشاط رئيسي.

2- الفئة الثانية: مخابر تقدم خدمات للغير.

3- الفئة الثالثة: المخابر المعتمدة في إطار قمع الغش، ولا يمكن تصنيف المخبر ضمن هذه الفئة إلا بعد ثبات فترة نشاط ضمن الفئة الثانية "تقدم خدمات للغير".

والمعيار الذي يمكن اعتماده في التمييز بين هذه المخابر هو نوعية الوسائل التقنية المستعملة، العنصر البشري وتأهيله، إضافة إلى نوعية الخدمات المقدمة وحجمها وصنفها...الخ.

كما دعم المشرع نشاط المخابر من خلال إنشاء شبكة مخابر تحليل النوعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-335، حيث تكلف شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية

[1] المادة 2 من المرسوم التنفيذي 14-153 المؤرخ في 30 أفريل 2014، يحدد شروط فتح مخابر تجارب وتحليل الجودة واستغلالها، العدد28، الصادر في 14ماي 2014.

[2] مرسوم تنفيذي رقم 96-335 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996، يتضمن بإنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية، العدد62، الصادر بتاريخ 20 اكتوبر 1996.

بإنجاز كل أنواع الدراسة والبحث والاستشارة، وإجراء الخبرة والتجارب والمراقبة وكل الخدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وإعلامهم وتحسين نوعية المنتوجات .

فهي تقوم بالتنسيق مع المخابر من أجل تحكم أفضل في تقنيات التجارب والتحاليل أي الدراسة والبحث والتطبيقات بتوحيد مناهج التحليل والتجارب التقنية لكل منتوج واعتماده، كما تقوم بوضع نظام الاعتماد وضمان النوعية في المخابر التابعة لهذه الشبكة.

وتتكون شبكة مخابر تحليل النوعية بالإضافة إلى مخابر التحليل المعتمدة في قمع الغش، من المخابر التابعة لوزارات متعددة منها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الفلاحة او الصيد البحري، الصحة والسكن[1].

المطلب الثاني: رقابة الأجهزة الإدارية

يلقى موضوع الرقابة على ضمان سلامة المنتوجات في كافة القطاعات في الدولة كقطاع الصناعة والفلاحة والصحة، خاصة فيما يتعلق بمطابقة شروط النظافة والمواصفات التقنية للمنتوج، حيث تعتبر وزارة التجارة الجهاز المختص في الرقابة، في مجال حماية المستهلك (أولا)، بالإضافة إلى الدور الفعال المنوط بالجماعات المحلية ألا وهي الولاية والبلدية (ثانيا).

أولا- وزارة التجارة

إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة، فهذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح المكلفة بنوع معين من الأنشطة تمارسها حسب التنظيم الساري المفعول[2]:

[1] بلجراف سامية وكلاش خلود، **دور مخابر مراقبة النوعية في ضمان المنتوج الغذائي**، مجلة الحقوق والحريات، العدد4، جامعة عباس لغرور، خنشلة، 2017، ص: 430.

[2] مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 21ديسمبر2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة ، العدد85، الصادر في 22 ديسمبر 2002.

وبصدور المرسوم التنفيذي رقم 02- 453 الذي يحدد صلاحيات وزير التجارة وإطار حماية المستهلك وحسب المادة 5 منه يكلف وزير التجارة بالمهام التالية[1]:

1. تحديد شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن، بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية.

2. اقتراح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات، وحماية العلامات التجارية، والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذه.

3. المبادرة بأعمال اتجاه المتعاملين الاقتصاديين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.

4. تشجيع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب واقتراح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.

5. المساهمة في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره، مع المشاركة في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة.

6. إعداد والسهر على تنفيذ إستراتيجية الإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية تجاه الجمعيات المهنية للمستهلكين التي يشجع إنشاءها

إضافة إلى ما سبق يتمتع وزير التجارة بصلاحيات في مجال الرقابة وقمع الغش فيقوم بتنظيم وتوجيه ومراقبة الممارسات التجارية غير الشرعية، والممارسات المضادة للمنافسة والغش المرتبطة بالجودة والتقليد، كما يساهم في توجيه وتنسيق برامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش بين القطاعات، وينجز كل تحقيق اقتصادي معمق، ويخطر الهيئات القضائية عند الضرورة .

وبالتالي توجد مصالح تابعة لوزارة التجارة سواء على المستوى المركزي أو المستوى الخارجي، وذلك لتحقيق هدفها في حماية مصالح المستهلك[2].

---

[1] مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 21ديسمبر2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة ، العدد85، الصادر في 22 ديسمبر 2002.

[2] نفس المرجع السابق.

أ - المصالح المركزية لوزارة التجارة

تشمل وزارة التجارة على مديريات لها دور في تنظيم النشاط الاقتصادي بصفة عامة، وفي ضمان الحماية اللازمة للمستهلك بصفة خاصة تتمثل في:

المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها.

المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

وذلك حسب المرسوم التنفيذي رقم14-18 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة.

أ -1- المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها

تضطلع هذه المديرية بجميع النشاطات المرتبطة بالجودة وحماية المستهلك، حيث تنقسم إلى أربع مديريات فرعية وذلك من أجل التحكم في نشاطها، وتشمل هذه المديريات كلا من: مديرية المنافسة، مديرية الجودة والاستهلاك، مديرية تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية والمهن المقننة ومديرية الدراسات والاستكشاف أو لإعلام الاقتصادي[1].

أ -2- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش

حسب المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 14- 18، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، تتولى المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش القيام بمراقبة الجودة على العمل على عصرنتها، إضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الإختلالات التي تمس السوق وتعتمد على أربع (04) مديريات تابعة لها هي:

1- مديرية مراقبة الممارسات التجارية المضادة للمنافسة.

2- مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.

3- مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة.

4- مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.

[1] المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 14-18 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة.

ب – المصالح الخارجية لوزارة التجارة

تنتظم المصالح الخارجية لوزارة التجارة في شكل مديريات ولائية وأخرى جهوية، وفقا لما تضمنه المرسوم التنفيذي رقم11–09المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة.

ب –1– المديريات الولائية للتجارة

تتمثل أهم مهام المديرية الولائية للتجارة في:

1– تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة.

2– تنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة.

3– ممارسة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

4– السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة.

5– تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين.

وتتكون المديرية الولائية للتجارة من مفتشيات تسهر على تنفيذ مهام المديرية، تنقسم إلى خمسة (05) فرق تفتيش وهي: مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي، مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة، ومصلحة حماية المستهلك وقمع الغش، ومصلحة المنازعات والشؤون، ومصلحة الإدارة والوسائل[1].

ب –2– المديريات الجهوية للتجارة

تتكون المديريات الجهوية من ثلاث مصالح والمتمثلة في:

مصلحة تخطيط ومتابعة المراقبة وتقييمها، مصلحة الإعلام الاقتصادي وتنظيم السوق، مصلحة الإدارة والوسائل، حيث تتولى هذه المصالح:

1– تأطير وتقييم نشاطات المديريات الولائية للتجارة.

2– انجاز التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية.

[1] المادتان 3 و5 من المرسوم التنفيذي رقم 11–09، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحيتها وعملها.

ثانيا- دور الجماعات المحلية في الرقابة على المتدخلين الولاية والبلدية

يتمتع كل من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي بصلاحيات منحت لهما بموجب القانون، سواء فيما يتعلق بقانون الولاية أو قانون البلدية[1]:

1- الوالي

استنادا إلى قانون الولاية وتحديدا في المادة 114 منه، يكون الوالي مسؤولا بصفة عامة عن المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العمومية، كما له دور في مجال حماية المستهلك، وعلى هذا الأساس يصبح الوالي بصفته ضابطا للشرطة القضائية مسؤولا عن ضمان صحة وسلامة المستهلك، ومن صلاحياته اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى توقيف الخطر المحدق بالمستهلك، كسحب المنتوج المؤقت أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرارات غلق المحل أو سحب الرخصة بصفة نهائية أو مؤقتة على رأي أو اقتراح من المصالح الولائية المتخصصة .

فهو مسؤول عن اتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان حماية حقوق المستهلك على المستوى المحلي، من خلال إشرافه على المديريات الولائية للمنافسة والأسعار التي تنشط في مجال المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش، وتضم هذه الأخيرة مديرية فرعية خاصة بمراقبة الجودة وقمع الغش، التي تهتم بالرقابة على المنتوجات والخدمات المعروضة للاستهلاك .

2- رئيس المجلس الشعبي البلدي

يتمتع رئيس المجلس الشعبي البلدي بسلطة التنظيم العامة لممارسة دور الضبط الإداري على إقليم البلدية تحت رقابة الوالي، كما يتولى السهر على حسن النظام والأمن العمومي وعلى النظافة العمومية، وعلى تنفيذ إجراءات الاحتياط والوقاية الضرورية لضمان أمن الأشخاص والأموال.

[1] بولحية علي بن بوخميس، مرجع سبق ذكره، ص86.

حيث نصت المادة 02- 94 من قانون البلدية على أنه يتولى: "المحافظة على النظام العام وسلامة الأشخاص أو للأملاك "كما تضمنت أيضا بأن رئيس المجلس الشعبي البلدي يتولى: "السهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع"، ولأجل ذلك تم إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات، تتمثل مهمتها في[1]:

- مراقبة نوعية المواد الغذائية والاستهلاكية والمنتوجات المخزونة أو الموزعة على البلدية.

- في إطار ممارسة هذه الصلاحيات يعتمد رئيس المجلس الشعبي البلدي على هيئة الشرطة البلدية طبقا لنص المادة 93 من قانون البلدية، والتي أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 87- 188، وعند الضرورة يمكنه طلب قوات الشرطة أو الدرك الوطني المختصة إقليميا.

المطلب الثالث: جمعيات المجتمع المدني(حماية المستهلك)

تعتبر جمعيات حماية المستهلك من بين الفاعلين في تنشيط الحياة الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع وقد خولها القانون عدة صلاحيات تقوم بها، مما أصبح من الضروري تواجد هذه الجمعيات وانتشارها بسبب الانفتاح الاقتصادي على سلع وخدمات متنوعة معروضة على المستهلكين سواء من طرف منتجين وطنيين أو أجانب تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية وتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق والمواصفات المحددة قانونا.

إذن فقد اعترف المشرع بدور هذه الجمعيات في حماية مصالح المستهلكين، حيث يتم تأسيسها وفقا للشروط والإجراءات المتضمنة قانونا، وانطلاقا من ذلك تكون متمتعة بشخصيتها المعنوية والقانونية .

[1] بركات كريمة، مرجع سبق ذكره، ص: 184.

تعرف جمعية حماية المستهلك بكونها جمعية منشأة طبقا للقانون، تستهدف ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسينه وتوجيهه وتمثيله، لتكون لها بذلك دور وقائيا (أولا)، وآخر علاجيا (ثانيا)[1].

أولا- الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك:

تقوم جمعيات حماية المستهلك بدور وقائي الهدف منه منع وقوع الضرر على المستهلك، هذا الإجراء الإحترازي يتخذ عدة إجراءات للتحسيس ومراقبة الأسعار، هذا كله بهدف خلق ثقافة استهلاكية لدى المستهلك، من خلالها يكون مؤهلا لحماية نفسه بمساعدة هذه الجمعيات.

أ- الدور التحسيسي والإعلامي

تعمل جمعيات حماية المستهلك في هذا الإطار على تنوير المستهلك بالمعلومات الهامة والمؤثرة على خصائص السلع والخدمات المعروضة في الأسواق المحلية، وذلك لمساعدته على المفاضلة والاختيار المناسب تماشيا مع رغبته الشخصية وتكريسا لحقه في الاختيار وتبصيره بأحسن وأجود المعروضات، فيتجنب الوقوع فريسة للسلع المقلدة والمغشوشة، كما يعي كيفية المطالبة بحقوقه اتجاه من مارس الخداع والتضليل.

وتكريسا لهذا الدور يتم طبع الدوريات من الصحف أو المجلات أو النشرات الأسبوعية أو الشهرية وتوزيعها على المستهلكين، كما يتم التحسيس عن طريق الإذاعة والتلفزيون والأنترنيت، بالإضافة إلى عقد الندوات وإلقاء المحاضرات هذا وقد أكد قانون حماية المستهلك وقمع الغش على ضرورة إعلام وتحسين وتوجيه المستهلك وقمع الغش على ضرورة إعلام وتحسين وتوجيه المستهلك كضمانة أساسية لحمايته[2].

[1] طبقا للمادة 21 من القانون 09-03، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[2] صياد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص: 137.

ب- مراقبة الأسعار

تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا هاما في متابعة الأسواق، وذلك بمراقبة مدى احترام إجراءات إشهار الأسعار، فهذا الدور الذي تلعبه أصبح أكثر من ضرورة بسبب انفتاح أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من طرف منتجين وطنيين أو أجانب، حيث تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق، وتطهيرها من أي منتوج لا يتطابق مع المواصفات والمقاييس المحددة قانونا.

والملاحظ أن أسعار تلك المنتجات غير ثابتة قد ترتفع بصورة مفرطة خاصة في المناسبات كشهر رمضان والأعياد أو الأزمات والكوارث، كما أن بعض المتدخلين يلجئون إلى رفع الأسعار بصورة تعسفية في المناطق النائية[1].

فجمعيات حماية المستهلك ليس من مهامها تحديد الأسعار كما لا تمتلك السلطة لذلك لكنها تبقى قادرة على التأثير في اتجاهات الأسعار بشكل غير مباشر من خلال تشكيل رأي عام ضاغط على محتكري السلع والخدمات عبر وسائل الضغط المختلفة .

ثانيا- الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك

المقصود بالدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى وسائل ردعية دفاعية وهذا في حال وقوع الضرر على المستهلك من طرف المتدخل. ويتخذ تدخل جمعيات حماية المستهلك في سبيل ردع المخالفين حيث تتعرض مصلحة المستهلك للخطر عدة أشكال منها، القيام بالإشهار المضاد أو الدعوة إلى مقاطعة السلع والخدمات،بالإضافة إلى الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية المختصة.

أ- الدعاية المضادة أو الإشهار المضاد

في إطار الدور العلاجي الذي تضطلع به جمعيات حماية المستهلك تنديدا بالممارسات غير النزيهة التي يقوم بها المحترفون على حساب أمن وسلامة المستهلك، تقوم جمعيات

[1] ارزقي زوبير، مرجع سبق ذكره، ص: 209.

حماية المستهلك بمواجهة هذه الفئة عن طريق ما يسمى بالإشهار المضاد لكل سلعة أو خدمة موجهة للمستهلك.

إذا كان الهدف من الإشهار المضاد وقائي لأنه يعمل على كشف حقيقة السلعة فإنه من جهة أخرى يعمل على دعوة المستهلكين إلى عدم إقتناء أو إستعمال كل ما كان محل هذه الدعاية المضادة، أي كل الأشياء القابلة للاستهلاك[1].

وينصب الإشهار المضاد الذي تباشره الجمعيات عموما على السلعة أو الخدمة الموضوعة للتداول لا على المحترف، إذا كلما ثبت مخالفة المحترفين للتنظيمات والمقاييس التي يجب أن تتوفر عليها السلعة يمكن أثناء القيام بمراقبتها من طرف الجمعيات أن تطلب منه سحبها على الفور، أما إذا خالف ذلك يمكن رفع إعلان عام للمستهلكين حتى يتسنى إعلامهم بمخاطر السلع أو الخدمات، وهذه الإجراءات حتى وإن لم يتعرض لها المشرع لا في قانون المنافسة ولا في قانون حماية المستهلك، إلا أنها تعتبر ذات أهمية .

إن أسلوب الدعاية المضادة عن طريق نشر انتقادات عن المنتوجات والخدمات المعروضة في السوق باستعمال الوسائل المستخدمة في الإعلان، يتم بإتباع هذه الجمعيات لطريقتين هما النقد العام والنقد المباشر، فالنقد العام يكون بنقد بعض نماذج الإنتاج مما يكشف عن حرية التعبير، في حين يتمثل النقد المباشر في نقد منتوج معين بذاته لخطورته أو لعدم فعاليته.

ب – الدعوة إلى المقاطعة

يتمثل أسلوب المقاطعة في التعليمة التي توجهها جمعية حماية المستهلك في مواجهة بعض المحترفين نظرا لما يتم إنتاجه من سلع، سواء كان ذلك بسبب عدم مطابقة المنتوجات للجودة والمقاييس القانونية، أو تلك المنتوجات التي تمس بالمصالح الأساسية للمستهلك.

تجدر الإشارة إلى أن مثل هذه الدعوة قد أثارت جدلا في فرنسا، حيث انقسم الفاعلون بين مؤيد ومعارض حيث اعتبر هؤلاء بأنه يلحق ضررا وخسائر كبيرة بالمهنيين.

[1] نفس المرجع السابق، ص: 138.

وقد تم حسم الأمر بتبني حل وسط مفاده أن الأمر بالمقاطعة ليس بالتصرف الخاطئ من الجمعية، لكن بشرط عدم التعسف في استعماله ليترتب عنه إضرار بالمتدخل.

وفي ظل سكوت المشرع عن هذا الأسلوب يكون الأصل هو مشروعيته بشرط عدم التعسف في استعماله، ولن يكون هناك تعسف متى كانت المقاطعة هي الوسيلة الوحيدة المتبقية بعد استيفاء كل الطرق الأخرى التي تحمي المستهلك .

وهو الأمر الذي دعمه بعض رجال القانون الذين اشترطوا للقيام بمقاطعة المستهلك أن تتخذ كوسيلة أخيرة بعد استنفاذ كل الطرق التي من شأنها حماية المستهلك، وأن يكون أمر المقاطعة مبررا مؤسسا[1].

ج- الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء

تتمتع أي جمعية كقاعدة عامة بحق التقاضي والقيام بكل الإجراءات أمام القضاء بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضررا بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها. وتكريسا لذلك يحق لجمعيات حماية المستهلك الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء وهو ما أكدته المادة 23 من القانون رقم 09- 03 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فعندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية يتسبب فيها نفس المتدخل ذات أصل مشترك يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تأسس كطرف مدني في القضية .

وعليه فإن جمعيات حماية المستهلكين يمكن أن ترفع دعوى جزائية وتتأسس كطرف مدني أمام القضاء الجزائي.

كما يمكنها أن ترفع دعوى مدنية للدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين والتدخل في النزاعات الفردية التي يرفعها أي مستهلك على حدا، وهذا أمام المحاكم المدنية لطلب التعويض عن الضرر الذي لحق به.

[1] المادة 17 من القانون رقم 12- 06، يتعلق بالجمعيات.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى أهم متطلبات التصدير وآليات ترقيته، ألا وهي الجودة في المنتوجات وما لها من دور فعال في ترقية الصادرات، والتي تقوم أساسا على عمليات الرقابة وكذلك في دور الهيئات المخصصة من هيئات رقابية وإدارية وجمعيات المجتمع المدني ودورها في مكافحة وقمع الغش والممارسات التجارية الغير مشروعة للرفع من الجودة في المنتوجات المحلية والدفع بها نحو الأسواق الخارجية كأهم آلية لترقية الصادرات الجزائرية والتركيز على تصدير منتوجات بشكل شامل .

وللتوضيح وفهم أكثر دور الرقابة على الجودة في التخلص من الغش التجاري في المنتوجات المحلية والإجاراءات المخالفة لذلك، سوف نتطرق في الفصل الموالي إلى مساهمة مديرية التجارة لولاية بومرداس في ترقية الصادرات.

الفصل الثاني:

مساهمة مديرية التجارة لولاية بومرداس في ترقية الصادرات

تمهيد:

بعد الدراسة التي قمنا بها في الفصل الأول والذي من خلاله تعرفنا على مدى مساهمة الجودة في ترقية الصادرات وآليات مكافحة وقمع الغش التجاري، وجب علينا دعم هذا البحث بفصل ثاني وأخير يتضمن دراسة حالة تطبيقية لإسقاط ما عرضناه في الفصل الأول.

تتمحور هذه الدراسة التطبيقية في كيفية دور مديرية التجارة في دعم الجودة، والهدف من هذه الدراسة معرفة مدى مساهمة مديرية التجارة في قمع الغش في المنتوجات الموجودة في السوق المحلية، وعلى ضوء ذلك تم تقسيم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: تقديم مديرية التجارة لولاية بومرداس

المبحث الثاني: الإطار التشريعي لعمل مديرية التجارة في الرقابة على جودة المنتوجات

المبحث الثالث: حصيلة نشاطات مديرية التجارة لولاية بومرداس سنة 2021

المبحث الأول: تقديم مديرية التجارة لولاية بومرداس

تعد مديرية التجارة لولاية بومرداس من الهيئات العمومية على مستوى الولاية وهي تنشط في المجال الرقابي تطبيقا لمختلف القوانين المنصوص عليها من طرف المشرع .

ومن خلال هذا المبحث، سيتم تقديم المديرية تقديما عاما، إضافة إلى تقديم الهيكل التنظيمي وكذا تحديد مهام المديريات الفرعية لها.

المطلب الأول: نشأة مديرية التجارة لولاية بومرداس

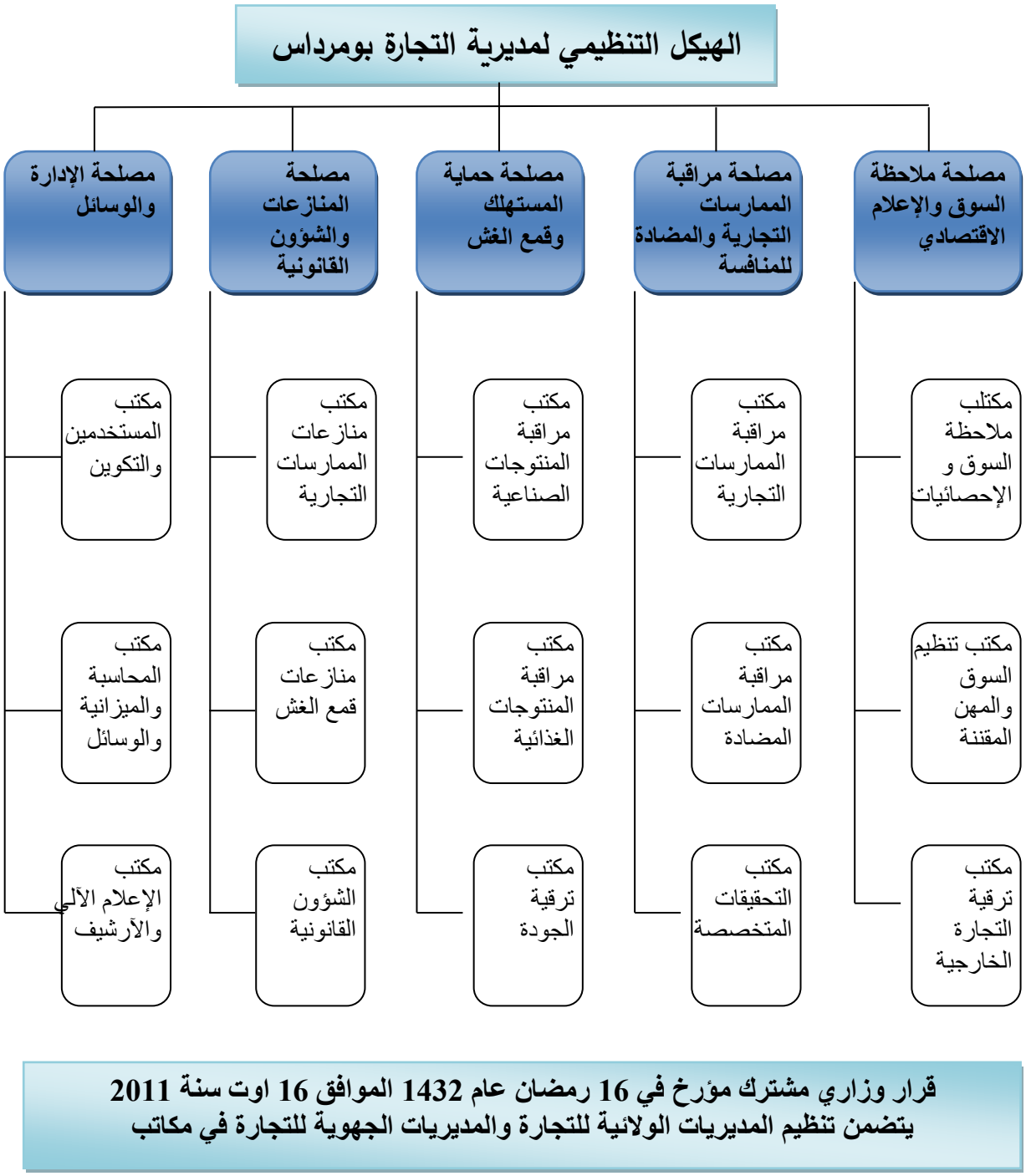
تعتبر مديرية التجارة من الهيئات العمومية، وهي من السلطات التنفيذية للدولة للمارسة وتطبيق مختلف سياساتها الرقابية في الرقابة على السوق، وتحصيل غرمات لفائدة الخزينة العمومية، وإجراء عملية الرقابة على المنتوجات داخل إقليم الولاية، ويتم تنفيذ المهام المخولة لها وفق القوانين السارية المفعول، والمتمثلة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03 والرسوم المماثلة.

تعرف مديرية التجارة بأنها إدارة ذات طابع محلي تابعة وطنيا ووظيفيا لوزارة التجارة وتسمى بالمصالح الخارجية، أصبحت تسمى بالمديرية الولائية للتجارة وترقية الصادرات بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 409/03 المؤرخ في 05 نوفمبر 2003 والتي من مهامها تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمغ الغش.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية بومرداس

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية بومرداس ويكمن إيجازه في الشكل التالي:

الشكل رقم (03): الهيكل التنظيمي للمديرية الولائية للتجارة وترقية الصادرات:



قرار وزاري مشترك مؤرخ في 16 رمضان عام 1432 الموافق 16 اوت سنة 2011 يتضمن تنظيم المديريات الولائية للتجارة والمديريات الجهوية للتجارة في مكاتب

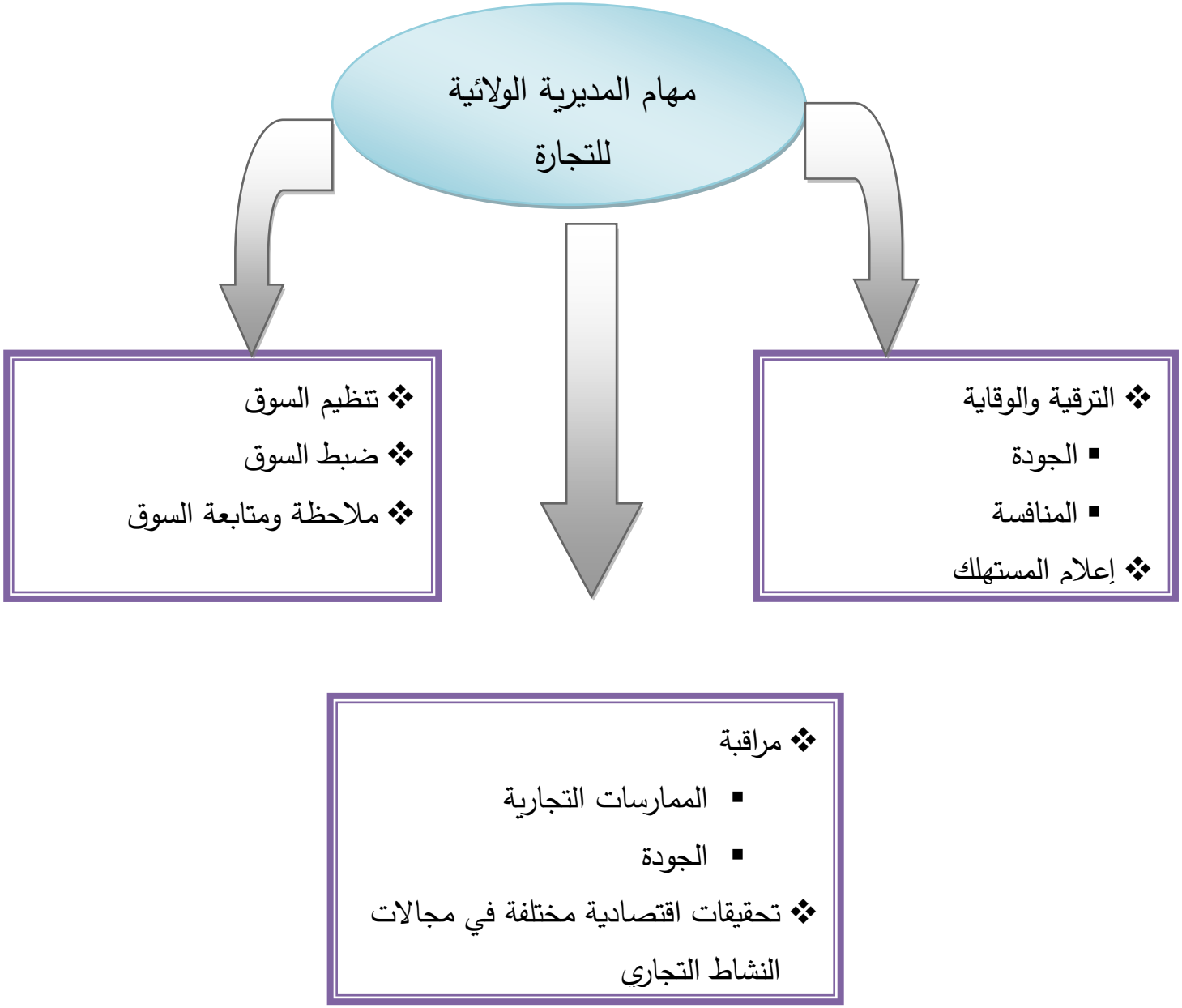
المصدر: مديرية التجارة لولاية بومرداس

المطلب الثالث: مهام مديرية التجارة لولاية بومرداس

أولا– مهام مديرية التجارة الولائية

يمكن تلخيص مهام المديرية في ثلاثة أهداف رئيسية:

الشكل رقم(04): مهام مديرية التجارة لولاية بومرداس



المصدر: مديرية التجارة لولاية بومرداس، قسم قمع الغش.

و يشمل نشاط المديرية جميع القطاعات الاقتصادية:

- المنتجين.
- المتعاملين في التصدير والاستيراد.
- المتعاملين في تجارة الجملة.
- التجار بالتجزئة.
- المتعاملين في مجال الخدمات.

تتمثل مهام المديرية الولائية للتجارة حسب المرسوم التنفيذي 11- 09 المؤرخ في 20 يناير 2011 في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

وتكلف بهذه الصفة بما يأتي:

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والمنافسة والجودة وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة واقتراح كل التدابير من أجل تكييفها.
- السهر على احترام القواعد المتعلقة بالمنافسة وضمان مراعاة شروط التنافس السليم والنزيه بين المتعاملين الاقتصاديين.
- المساهمة في تطوير وترقية قانون المنافسة فيما يخص نشاطات إنتاج وتوزيع السلع والخدمات.
- متابعة تطور الأسعار عند إنتاج واستهلاك السلع والخدمات الإستراجية.
- السهر على تطبيق سياسة الرقابة الإقتصادية وقمع الغش.
- تنظيم تسيير الشؤون القانونية والمنازعات المرتبطة بنشاط المراقبة ومتابعة تطبيق قرارات العدالة والتكفل بها،عند الاقتضاء.
- وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام.

- متابعة النشاطات المرتبطة بعمليات التجارة الخارجية على المستوى المحلي، لا سيما الصادرات خارج المحروقات.
- القيام بالتحقيقات ذات الطابع الاقتصادي، بالاتصال مع الهياكل المعنية.
- تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والجماعات والمستعملين والمستهلكين في ميدان الجودة وأمن المنتوجات والنظافة الصحية.
- تطوير الإعلام وتحسيس المهنيين والمستهلكين، بالتنسيق مع جمعياتهم.
- اقتراح جميع الاجراءات الرامية الى تحسين وترقية جودة السلع والخدمات المطروحة في السوق وكذا حماية المستهلك.
- المشاركة مع الهيئات المعنية في جميع الدراسات والتحقيقات وأعمال صياغة المقاييس العامة أو الخاصة في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن المطبقة على المنتوجات والخدمات.
- اقتراح برامج تكوين وتحسين المستوى وإعادة التأهيل لصالح الموظفين.
- تنظيم وضع الرصيد الوثائقي والأرشيف وتسييره.

ثانيا- المصالح المكلفة بتنفيذ مهام مديرية التجارة الولائية:

يتم تنفيذ هذه المهام عن طريق عدة مصالح تتمثل في:

1- مصلحة الإدارة والوسائل:

- القيام بالتنسيق مع الإدارة المركزية بعمليات التوظيف وفقا للقوانين والتنظيمات المعمول بها.
- القيام بعملية التنقيط الدورية للموظفين.
- التكفل وبصفة منتظمة بإعداد جداول الترقية الخاصة بالموظفين بتكفل من اللجنة المتساوية الأعضاء التي يتم انتخابها وتجديدها دوريا على مستوى المديرية، وكذا الملفات الخاصة بشاغلي المناصب العليا وشروط الالتحاق بها وفق للتنظيم المعمول به.

- متتابعة المسار المهني للموظفين من توظيف، تنصيب، تثبيت، تكوين وترقية إلى غاية التقاعد أو حالات خاصة أخرى كالعطل المرضية، الاستيداع وغيرهما.
- التعامل مع مجمل المصالح المركزية أو المحلية فيما يخص المسار المهني للموظفين، كمفتشية الوظيفة العمومية، المراقب المالي، الخزينة وغيرها من المصالح.
- التكفل بجانب إدارة الوسائل (سيارات، أجهزة، مكاتب...) وكل الجوانب المادية للإدارة.

بصفة عامة فإن مهام مصلحة الإدارة والوسائل تكمن في تتبع المسار المهني للموظفين بكل جوانبه وكذا إدارة كل الوسائل المادية والسهر على راحة العمال والموظفين على مستوى الإدارة.

2- مصلحة المنازعات والشؤون القانونية:

- تنظيم وتسيير الشؤون القانونية والمنازعات المرتبطة بنشاط المراقبة ومتابعة تطبيق قرارات العدالة والتكفل بها،عند الاقتضاء.
- القيام بالتحقيقات ذات الطابع الاقتصادي، بالاتصال مع الهياكل المعنية.

3- مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش:

- السهر على تطبيق سياسة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.
- تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والجماعات والمستعملين والمستهلكين في ميدان الجودة وأمن المنتجات.
- تطوير الإعلام وتحسيس المهنيين والمستهلكين، بالتنسيق مع جمعياتهم.
- اقتراح جميع الإجراءات الرامية إلى تحسين وترقية جودة السلع والخدمات المطروحة في السوق وكذا حماية المستهلك.
- المشاركة مع الهيئات المعنية في جميع الدراسات والتحقيقات وأعمال صياغة المقاييس العامة والخاصة في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن المطبقة على المنتجات والخدمات.

4- مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة:

- السهر على تطبيق سياسة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

المساهمة في ترقية الصادرات خارج المحروقات على المستوى المحلي بالتنسيق مع الغرفة المحلية للتجارة والصناعة عن طريق برمجة لقاءات وأيام دراسية لفائدة المتعاملين الاقتصاديين لتوعيتهم وإرشادهم إلى اقتحام مجال التصدير.

- إحصاء ومتابعة عمليات التصدير خارج المحروقات ومعالجة ملفات التصدير الخاضعة لدفتر الشروط، وغير الخاضعة لدفتر الشروط.

- متابعة عمليات الاستيراد وإعداد قائمة قاعدة معلوماتية تتضمن المعطيات الإحصائية حول المستوردين.

- إعداد قائمة المتعاملين المسجلين الذين أنجزوا عمليات الاستيراد شهريا.

- القيام بالتحقيقات الاقتصادية الهادفة لتطهير التجارة الخارجية والسهر على احترام شروط ممارسة النشاط وكذا احترام قواعد وشفافية الممارسات التجارية واتخاذ كل التدابير الوقائية (المنع من التوطين البنكي وتقديم طلبات الشطب من السجل التجاري – توقيف البضائع المستوردة إلى غاية تسوية الوضعية...).

إعداد تقارير وإرسال الحصائل الدورية المتضمنة نتائج عمليات المراقبة وأهم الإجراءات التحفضية المتخذة ضد المخالفين.

5- مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الإقتصادي:

- السهر على تطبيق النصوص التنظيمية والتشريعية المتعلقة بالمنافسة وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة واقتراح كل التدابير المناسبة.

- السهر على احترام القوانين المتعلقة بالمنافسة لأجل ضمان منافسة نزيهة بين المتعاملين الاقصاديين.

- المساهمة في تطوير وترقية المنافسة على مستوى نشاط جميع القطاعات الإنتاج، التوزيع والخدمات.

- المتابعة المستمرة للتموين وتطور الأسعار على مختلف المراحل (الإنتاج، التوزيع للمواد الواسعة الاستهلاك والإستراتيجية).
- وضع نظام معلوماتي حول وضعية السوق.
- متابعة وتنظيم الأنشطة التجارية والفضاءات التجارية (أسواق البلديات)..

المبحث الثاني: الإطار التشريعي لعمل مديرية التجارة في الرقابة على جودة المنتوجات

يرتكز مجمل نشاط مديريات التجارة على رقابة الجودة وإصدار غرامات على الممارسات المخالفة، وهذا ما يمر بالضرورة عبر إطار قانوني متمثل في مواد ومراسيم أبرزها قانون 09-03 المتعلق بقمع الغش.

المطلب الأول: المبادئ الأساسية لقانون09-03المتعلق بقمع الغش

أولا- إقــرار إلزاميـــــة:

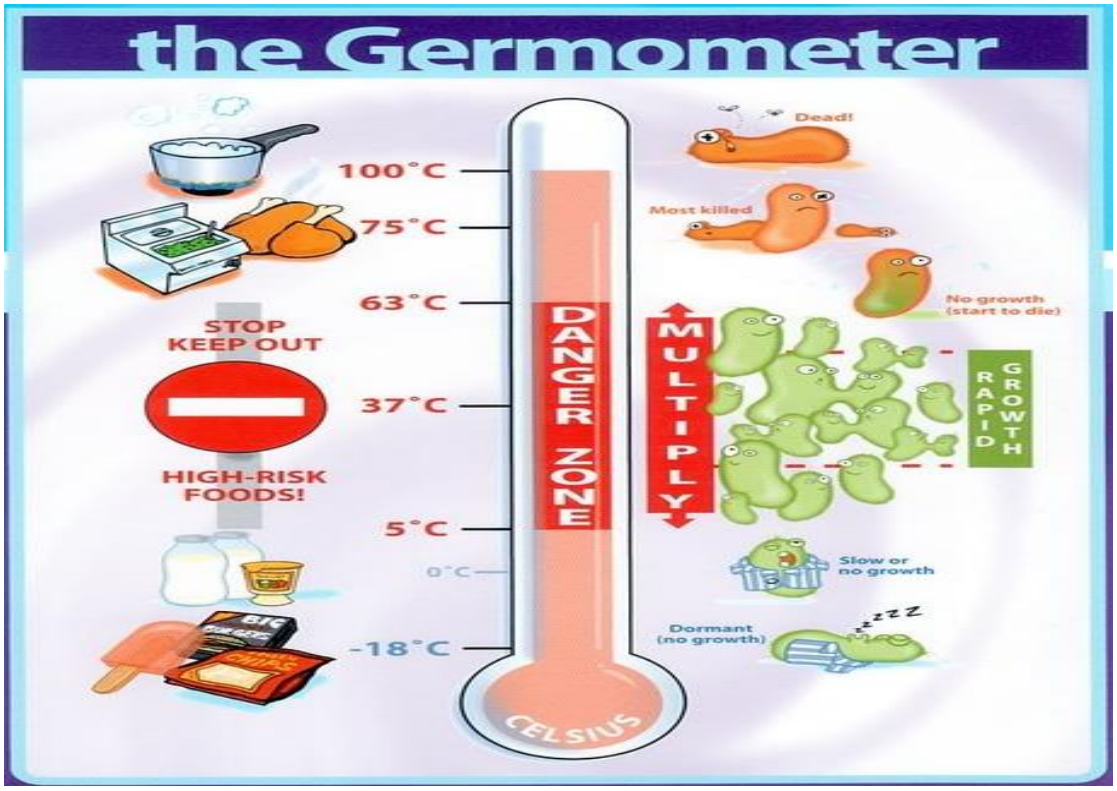
- النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها.
- أمن المنتوجات.
- مطابقة المنتوجات.
- الضمان والخدمة ما بعد البيع.
- إعلام المستهلك.
- المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين.
- جمعيات حماية المستهلكين.
- إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها وتتمثل في احترام شروط النظافة والنظافة الصحية :
  - ✓ المستخدمين.
  - ✓ الأماكن والمحلات.

- ✓ وسائل نقل المواد.
- ✓ التجهيزات واللوازم.
- ✓ التغليف وكل الآلات المخصصة لملامسة المواد الغذائية....

لغرض:

- ✓ نظافة و صحة وسلامة المواد الغذائية على مستوى جميع المراحل.
- ✓ سلامة المواد من حيث مدى احترام الخصائص الميكروبيولوجية والمحددة عن طريق التنظيم.
- ✓ النظافة الصحية للمواد من حيث احترام كمية الملوثات المسموح بها في المواد الغذائية وكذا مراعاة الكمية المسموح بها فيما يخص المضافات الغذائية (المحليات المكثفة، الملونات الغذائية...).

الشكل رقم (05): شكل بياني يوضح كيفية عمل مقياس الجراثيم والبكتيريا



المصدر: مديرية التجارة لولاية بومرررداس، قسم مرقبة الجودة.

ثانيا- إلزامية أمن المنتوجات

ويقصد بأمن المنتوج عدم إلحاقه لأي ضرر بصحة المستهلك، أمنه ومصالحه المادية والمعنوية.

أمثلـــة:

- ✓ لعب موجهة للأطفال الصغار أقل من 3 سنوات سهلة البلع، ذات أجزاء حادة أو مسننة.

مجفف الشعر بدون جهاز تنظيم الحرارة

إلزامية مطابقة المنتوجات

تتمثل مطابقة المنتوج في تلبيته للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث:

- ✓ المنشأ والمصدر
- ✓ المميزات الأساسية
- ✓ التركيبة
- ✓ نسبة المقومات اللازمة
- ✓ الهوية
- ✓ الصنف
- ✓ القابلية للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله

و كذا من حيث:

- ✓ النتائج المرجوة من المنتوج
- ✓ معايير التوضيب
- ✓ تاريخ الصنع والاستهلاك
- ✓ كيفية الإستعمال
- ✓ شروط الحفظ والإحتياطات المتعلقة بذلك

✓ الرقابة التي أجريت على المنتوج

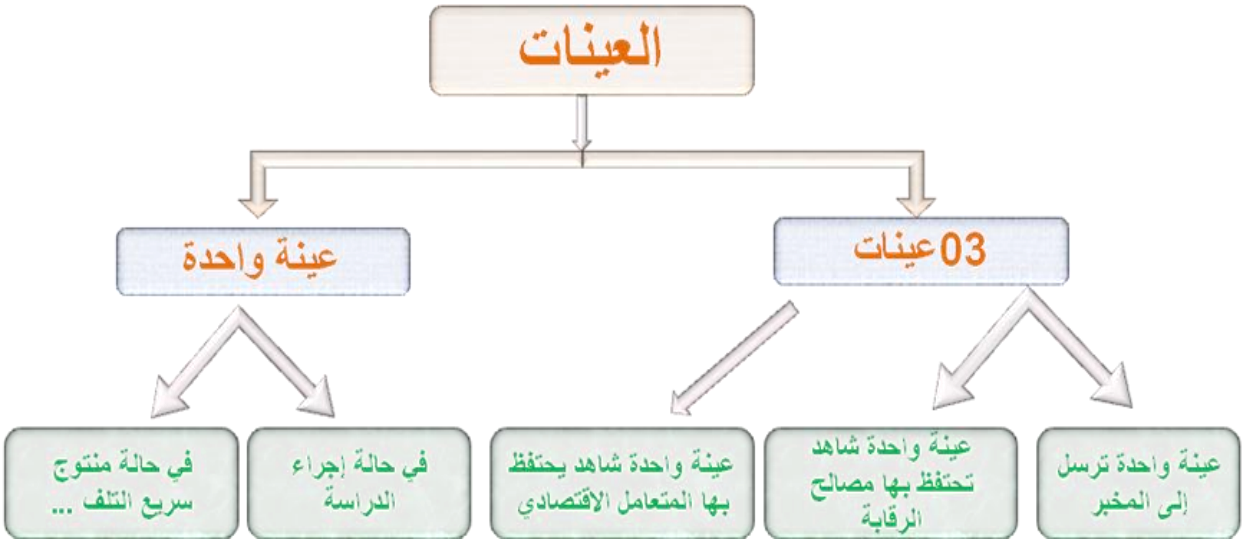
ثالثا- مخابر قمع الغش

مخابر تابعة للوزارة المكلفة بحماية المستهلك مهمتها القيام بالتحاليل والاختبارات والتجارب وذلك باستعمال مناهج :

- محددة عن طريق التنظيم (NA)؛
- معترف بها دوليا (ISO,AFNOR...)؛

كما تقوم هذه المخابر بإعداد كشوفات أو تقارير نتائج التحاليل أو الاختبارات أو التجارب التي قامت بها.

شكل رقم(06): مخطط يبين طريقة عمل المخابر



المصدر: مديرية التجارة لولاية بومرداس، قسم مراقبة الجودة.

رابعا- التدابير التحفظية و مبدأ الاحتياط

❑ **على مستوى السوق:**

إيداع منتوج أي وقف عرضه للإستهلاك بعد المعاينة المباشرة التي أثبتت عدم مطابقته وذلك قصد ضبط مطابقته.

السحب المؤقت هو منع وضع كل منتوج للإستهلاك مشتبه في عدم مطابقته وذلك في انتظار استكمال التحريات المعمقة (تحاليل، اختبارات، تجارب)

السحب النهائي أو الحجز للمنتوج في حالة ثبوت عدم مطابقته (إستحالة ضبط المطابقة أو رفض ضبط المطابقة).

المطلب الثاني: خطوات إجراء المراقبة التحليلية على المنتوجات

يتم اللجوء إلى هذا النوع من المراقبة بعد المعاينة المباشرة بالعين المجردة أو بإستعمال أدوات وأجهزة القياس ولم يتمكن عون الرقابة من الحسم في مطابقة المنتوج المراقب رغم وجود شكوك حول مطابقته أو لديه معلومات حول إحتمال عدم مطابقة النوعية الجوهرية للمنتوج أو تعليمات لإخضاعه للمراقبة التحليلية.

تجرى التحاليل والإختبارات والتجارب المنجزة في إطار حماية المستهلك وقمع الغش وجوباً على مستوى مخابر مراقبة الجودة وقمع الغش أو مخابر أخرى معتمدة لهذا الغرض من قبل وزارة التجارة، **انظر للملحق رقم (1).**

يجب أن تكون العينات المقتطعة قصد إجراء التحاليل أو الإختبارات أو التجارب متجانسة وممثلة للحصة موضوع المراقبة، حيث يستوجب على عون المراقبة أن يراعي هاذين الشرطين عند القيام بعملية الإقتطاع بالإضافة إلى ضرورة توفير كل الشروط التي من شأنها أن لا تؤدي إلى تلوث العينات أثناء عملية الإقتطاع، خصوصاً تلك الموجهة للتحاليل الميكروبيولوجية وأن يتم إيصال العينات إلى المخبر في أقرب وقت ممكن.

يوجد نوعين من إقتطاع العينات في مجال قمع الغش، فإما إقتطاع ثلاثة (3) عينات متجانسة وممثلة للحصة المراقبة "PO3" وهو النوع السائد وإما إقتطاع عينة واحدة"PO1" في حالات خاصة، كحالة المنتوج السريع التلف أو بالنظر إلى طبيعته أوكبر وزنه أو قلة كميته أو حجمه أو قيمته العالية وكذا إقتطاع العينات في إطار الدراسات التي تنجزها مصالح قمع الغش.

في حالة إقتطاع العينات قصد التحاليل الميكروبيولوجية، يستوجب أن تتضمن كل عينة خمسة (5) وحدات متجانسة أي خمسة عشرة (3x5=15) وحدة في حالة إقتطاع"PO3" وخمسة (5) وحدات في حالة إقتطاع"PO1" وذلك لتمكين المخبر من إجراء التحاليل أو الإختبارات، خمسة (5) مرات قبل الفصل في مطابقة المنتوج الذي يتم فحصه.

أما في حالة التحاليل أو الإختبارات أو التجارب في إطار المراقبة من الناحية الفيزيوكيمائية، فيجب أن تتضمن كل عينة مقتطعة ثلاثة (3) وحدات متجانسة أي تسعة (3x3=9) وحدات في حالة إقتطاع"PO3" وثلاثة (3) وحدات في حالة إقتطاع"PO1" وذلك لتمكين المخبر من إجراء التحاليل أو الإختبارات، ثلاثة (3) مرات قبل الفصل في مطابقة المنتوج الذي يتم فحصه.

بالنسبة للكميات المقتطعة، فهي غير محددة قانوناً في حالة الإقتطاع قصد التحاليل الميكروبيولوجية، في حين أن كمية قليلة (مابين 50غ إلى100غ لكل وحدة أي 250غ إلى 500غ لكل عينة) تكفي لإجراء التحاليل في هذا المجال في حالة كون المنتوج غير موضب في رزم مقسم موجه للبيع للمستهلك، أما في حالة المنتوجات التي تكون فيها وحدات البيع موضبة في رزم مقسم، فيتم إقتطاع خمسة وحدات لتكوين كل عينة وذلك مهما كان وزن وحدة البيع على أن لا يتجاوز 5 كلغ أو 5لتر.

أما بخصوص كمية المنتوجات الواجب إقتطاعها والتي تحول إلى المخبر قصد التحليل الفيزيائي الكيميائي، فإنها محددة في القرار الوزاري المؤرخ في 23 جويلية 1995.[1]

في حالة إقتطاع ثلاثة عينات"PO3"، ترسل عينة إلى المخبر قصد التحاليل أو الإختبارات أو التجارب، أما العينتين المتبقيتين فتترك إحداهما لدى المتدخل المعني ويحتفظ بالأخرى لدى مصالح المراقبة التي قامت بالإقتطاع وفي حالة رفض المتدخل الإحتفاظ بالعينة التي تترك لديه، يدون ذلك على محضر إقتطاع العينات ويحتفظ بها مع تلك الخاصة بمصالح الرقابة.

[1] مقابلة مع رئيس مصلحة مراقبة الممارسات التجارية.

المطلب الثالث: أنواع المواصفات القياسية

أولا- المواصفات الجزائرية

تقوم الهيئة الوطنية للتقييس ممثلة في" المعهد الجزائري للتقييس" بمهمة إعداد المواصفات الوطنية عن طريق إصدار برنامج عملها كل ستة أشهر، حيث يحتوي هذا البرنامج على المواصفات الوطنية الجاري إعدادها بالإضافة إلى المواصفات المصادق عليها سابقا .

1- المواصفات المصادق عليها:

هي مواصفات ملزمة التطبيق، تقدم من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس إلى لجنة توجيه أشغال التقييس، والتي يترأسها الوزير المكلف بالتقييس، وبعد دراسة هذه اللجنة لهذا المشروع والموافقة عليه تتولى الهيئة تبليغه إلى اللجان التقنية قصد وضعه موضع التنفيذ وهذا بعد المصادقة عليه من طرف الوزير المكلف بالتقييس، ويشير قرار المصادقة على المقياس المعتمد في الجريدة الرسمية .

2- المواصفات المسجلة:

تكون اختيارية التطبيق ويتم تسجيلها في سجل يمسك من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس تدون فيه المقاييس الجزائرية المسجلة حسب ترتيبها العددي ويذكر فيه على الخصوص رقم التسجيل وتاريخه وبيان المقياس وتسميته .

ثانيا- مواصفات المؤسسة

تعد مواصفات المؤسسة بمبادرة من المؤسسة المعنية بالنظر إلى خصائصها الذاتية وتختص بكل المواضيع التي ليست محل مواصفات جزائرية، أو إن كانت محلا لمواصفة واحدة أو عدة مواصفات جزائرية، فانه يجب أن تحدد بمزيد من

التفصيل، ولا يجوز أن تكون مواصفات المؤسسة مناقضة لخصائص المواصفات الجزائرية ويجب أن توضع نسخة من مقاييس المؤسسات لدى الهيئة المكلفة بالتقييس، وهذه الهيئة

مخولة لإجراء تحقيقات لدى كل متعامل عمومي وخاص قصد الحصول على الإعلام اللازم .

ويتم وضع نسخة من مواصفات المؤسسة بصفة إلزامية وبدون مقابل لدى الهيئة المكلفة بالتقييس، هذه الأخيرة تسهر وتراقب مدى مطابقة مواصفات المؤسسة للمواصفات الجزائرية الجاري بها العمل ,ويمكن لكل شخص يهمه الأمر أن يطلع عليها مجانا أو استخراج نسخة منها على حسابه الخاص باستثناء المواصفات ذات الطابع السري.

وتبقى مقاييس المؤسسة مرتبطة بالمواصفات الجزائرية وهذا راجع لغرض مهم وهو توحيد الجهود بين الهيئات المكلفة بتنظيم عمليات التقييس والمؤسسات الاقتصادية حتى يتسنى لها وضع منتوجات في الأسواق تكون محل متابعة ومراقبة دورية لمنع عمليات الغش في المنتوجات التي تهدد صحة وأمن المستهلك وكذا ضبط المعاملات الاقتصادية، كما أن تعديل المقاييس الجزائرية يتم غالبا بمبادرة من الهيئة المكلفة بالتقييس مع أنه يمكن أن يكون بطلب من متعامل اقتصادي لتعديلها قصد تسهيل عملية تطبيقها، أو أن يطلب إلغائها في حال ظهور مواصفات عالمية جديدة أكثر فعالية .

ثالثا- الإشهاد على مطابقة المقاييس الجزائرية:

هي العملية التي يعترف بها بواسطة شهادة المطابقة وعلامة المطابقة بان منتج ما مطابقا للمواصفات أو الخصائص التقنية كما هي محددة في القانون رقم04/04 المتعلق بالتقييس.

كما أن الإشهاد على المطابقة يهدف إلى إثبات جودة المواد المنتجة محليا أو المستوردة ومطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية أو نفي ذلك، وقد فرض المشرع الجزائري على المنتج أو على المتدخل في مرحلة إنتاج

المواد الغذائية والمنتجات الصناعية واستيرادها وتوزيعها أن يقوموا بإجراء تحاليل الجودة ومراقبة مطابقة المواد التي ينتجونها أو التي يتولون المتاجرة فيها أو يكلفون من يقوم بذلك، وهذا قبل عرضها للاستهلاك ويمنح الإشهاد على المطابقة من طرف الجهة المختصة .

وحسب المادة من القانون 04 /04 المتعلق بالتقييس فانه يتم الإشهاد على مطابقة منتوج من اللوائح الفنية والمواصفات الوطنية بتسليم شهادة المطابقة أو تجسد بواسطة وضع علامة المطابقة على المنتوج.

وبالنسبة للجزائر فإن منح الإشهاد على المطابقة يبقى إجراءا إداريا تمنحه الهيئة المكلفة بالتقييس، حيث يرمز للمنتوج المطابق للمواصفات بعلامة "ت ج " والتي تعني" تقييس جزائري" فهذه العلامة هي ملك مقصور وحصري للمعهد الجزائري للتقييس وتنشا وتلغى بقرار من الوزير المكلف بالتقييس بناءا على اقتراح من هيئة التقييس وهي غير قابلة للتنازل عنها وغير قابلة للحجز.

ويتم الإشهاد على مطابقة المنتوج للمواصفات الجزائرية بواسطة علامة أو علامات وطنية للمطابقة أو بواسطة رخصة استعمال وضع العلامة الوطنية ومنح شهادة المطابقة على هذه المواصفات، ويتم إيداع العلامات الوطنية عند السلطات المختصة بالتقييس والتي تكون لها على الخصوص الصلاحيات التالية:

- دراسة طلبات منح الرخص.
- تنفيذ عمليات تقييم المصانع وتفتيشها.
- مراقبة الاستخدام الحسن للعلامة.
- إجراء التحليل والاختبارات الأخرى للمواد المعنية لرخصة استعمال علامة المطابقة للمواصفات.

حتى في مجال المضافات الغذائية يجب أن تستوفي الشروط من حيث مواصفات التعريف والنقاط المحددة في المقاييس الجزائرية، إلا في حالة عدم وجودها تستعمل بدل ذلك المقاييس المعمول بها على المستوى الدولي .

المبحث الثالث: حصيلة سنة2021 لنشاطات مديرية التجارة وترقية الصادرات لولاية بومرداس:

في إطار تنفيذ برنامج العمل لسنة 2021، قامت مصالح مديرية التجارة وترقية الصادرات لولاية بومرداس بعدة نشاطات تمحورت خاصة في متابعة وتنظيم السوق، الإعلام التجاري والمراقبة الاقتصادية.

بلغت حصيلة الرقابة الاقتصادية و قمع الغش لسنة 2021، 37132 تدخل مع تسجيل 3354 مخالفة أسفرت عن تحرير 3164 محضر رسمي للمتابعة القضائية..

إلى جانب ذلك، وفي مجال نشاطها، قامت مصالح التجارة بـ:

- ✓ دراسة 35 ملف الرخص المسبقة للمواد السامة والتي تشكل خطرا وكذلك مواد التجميل.
- ✓ مراقبة 340 ملف الخاصة بالمتعاملين الاقتصاديين في إطار الرواق الأخضر.
- ✓ شاركت في 98 زيارة ميدانية، و186 رأي تقني فيما يخص مراقبة المؤسسات المصنفة.
- ✓ اقتطاع 119 عينة من مختلف المنتوجات لإخضاعها للمراقبة التحليلية.

المطلب الأول: حصيلة عمليات مراقبة الجودة وقمع الغش والممارسات التجارية

الفرع الأول: حصيلة عمليات مراقبة الجودة وقمع الغش والممارسات التجارية:

اعتمدت عمليات المراقبة على برامج تتماشى مع متطلبات التغيرات المختلفة للسوق الجزائرية. حيث تم تسخير أربعة وثلاثين (34) فرقة للقيام بالمراقبة، بحيث تم تعيين ستة عشر (16) فرقة لقمع الغش للحد من الخطر الغذائي والتحكم في أمن المنتوجات الصناعية وكذا إعلام المستهلك وثمانية عشر (18) فرقة للممارسات التجارية، مع تفعيل نشاط الفرق المختلطة: تجارة– صحة ،تجارة –بيطرة ، تجارة – سياحة، تجارة– صحة

نباتية، تجارة– قياسات قانونية، تجارة–صيد بحري وتربية المائيات، تجارة – ضرائب– جمارك، وكذا الفرق مع الهيكل البلدي للنظافة.

أهم المحاور التي شملتها عمليات الرقابية :

أولا– حصيلة مراقبة الجودة والنوعية لسنة 2021 :

عرفت حماية المستهلك وقمع الغش، 23975 تدخلا حيث تكثف تدخل الفرق في كل أنحاء الولاية، التي أسفرت عن تحرير 622 محضر رسمي للمتابعة القضائية مع توقيف نشاط لـ 48 تجار.

أكثر من 339.17 طن من المواد الغذائية وأخرى غير غذائية تم سحبها نهائيا من حلقة التسويق لعدم مطابقتها قدرت بـ 93.076.621,1 دج.

في إطار المراقبة التحليلية لمطابقة المنتوجات للمقاييس القانونية، تم اقتطاع 119 عينة من مختلف المنتوجات.

فيما يلي الحصيلة بالأرقام:

الجدول رقم (02): حصيلة مراقبة الجودة والنوعية لسنة 2021

قطاع النشاط	عدد التدخلات	عدد المخالفات	عدد المحاضر	قيمة المحجوزات دج	كمية المواد المحجوزة طن	توقيف النشاط
كل الأنشطة	23975	622	555	93.076.621,1	339.17	48

المصدر: مديرية التجارة لولاية بومرداس، قسم مراقبة الجودة وقمع الغش.

*** من بين المخالفات المسجلة سنة 2021 في مجال حماية المستهلك وقمع الغش:**

- عدم احترام إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين: 314

- عدم احترام إلزامية الرقابة المسبقة للمنتوج : 100
- عدم احترام إلزامية إعلام المستهلك : 38
- عدم احترام إلزامية سلامة المنتوج : 46
- عدم احترام إلزامية أمن المنتوج : 71
- خداع أو محاولة خداع المستهلك :31

• أكثر من 339.16 طن من المواد الغذائية وأخرى غير الغذائية تم سحبها نهائيا من حلقة التسويق لعدم مطابقتها بقيمة إجمالية قدرت بـ 1, 321 143 93 دج.

• من بين المواد الغذائية غير المطابقة التي تم حجزها أي: 485,2441 طن بقيمة 784 761 83 دج مواد أولية غذائية مختلفة:161,27 طن بقيمة 394,56 654 6دج .

• شيبس غير مطابق : 10,02 طن بقيمة 580 610د ج .

• لحوم ودواجن غير مطابقة: 393 ,2 طن بقيمة 466 373 1 دج.

• عسيلة : 6 طن بقيمة 000 780 دج.

• زيت القلي : 60 لتر بقيمة 000 6 دج.

• مياه، مشروبات وعصائر : 2,196 طن بقيمة 160 323دج.

• منتوجات البحر : 0,195 طن بقيمة 850 106 دج.

• حلويات : 1,1355 طن بقيمة 409,47 113 دج.

• مصبرات: 52 , 4 طن بقيمة 935 609 دج.

• خضر وفواكه:5 0,74 طن بقيمة 900 31 دج

• مواد غذائية مختلفة : 64,6119 طن بقيمة 828 522 5 دج.

* من بين المواد الصناعية غير المطابقة والتي تم حجزها أي:62,1497 طن بقيمة 240,35 488 6 دج

• مواد كيميائية مختلفة : 38,39 طن بقيمة 640 041 19 دج

• مواد صناعية التي تشكل خطر خاص : 34,522 طن بقيمة 796,15 835 2 دج

- ماء أكسيجيني : 9,17 طن بقيمة 066,5 756 د ج
- مواد التجميل: 33,7 لتر بقيمة 020 50 دج
- أدوات مدرسية: 0,23 طن بقيمة 050 658 دج

في إطار المراقبة التحليلية لمطابقة المنتوجات للمقاييس القانونية تم اقتطاع 119 عينة من منتوجات: الحليب المبستر، مرطبات، المرقاز، مشروبات مختلفة غير كحولية، بسكويت، مدفأة، غسل الأواني، ماء جافيل، شوكولاطة وبسكويت وحلويات قصد إجراء التحاليل المخبرية اللازمة (الفيزيوكيميائية والمكروبيولوجية) للتأكد من النوعية الجوهرية للمنتوجات وعدم تلوثها بالميكروبات المسببة للأمراض.

*** تحليل فيزيوكيميائي منه :**

- 44 تحليل نتيجته كانت مطابقة للبطاقة التقنية للمنتوج.
- 23 تحليل نتيجته غير مطابقة لخصائص البطاقة التقنية للمنتوج.

*** تحليل ميكروبيولوجي منه :**

- 35 تحليل نتيجته كانت مطابقة للبطاقة التقنية للمنتوج.
- 17 تحليل نتيجته غير مطابقة لخصائص البطاقة التقنية للمنتوج.

بالإضافة إلى اقتراح توقيف نشاط لـ 48 تجار في مجال قمع الغش جراء مخالفات تتعلق تسويق منتوجات وخدمات وكذا محلات غير مطابقة.

ثانيا- التحقيقات الخاصة المنجزة:

1- تحقيق وطني حول مطابقة مادة المرقاز :

تم تسجيل مائتان وثمانية وخمسون (258) تدخل مع اقتطاع عينتين (02) قصد إجراء التحاليل المخبرية اللازمة (فيزيوكيميائية ومكروبيولوجية) للتأكد من النوعية الجوهرية والخصائص التقنية للمنتوجات وتم إرسالها إلى المخبر الجهوي بالجزائر حيث أسفرت النتائج على عدم مطابقة العينتين للمواصفات القانونية والتنظيمية المعمول بهما.

تم تسجيل ثمانية وعشرون (28) مخالفة مما أدى إلى تحرير ثمانية وعشرون (28) محضر رسمي قصد المتابعة القضائية بالإضافة إلى عملية السحب النهائي مع الإتلاف ل: 34,65كغ من المنتوجات المعنية (مرقاز ولحم مفروم لتحضير المرقاز) وبقيمة مالية تقدر ب: 28320. 00دج.

توزعت المخالفات على عدم احترام إلزامية أمن المنتوج وعدم احترام إلزامية النظافة وعدم القيام بالرقابة الذاتية للمنتوج وعدم احترام إلزامية سلامة المنتوج وعدم احترام الخصائص التقنية للمنتوج.

كما تم اتخاذ الإجراء الإداري المتمثل في اقتراح غلق محل تجاري واحد (01).

2- مراقبة الأجهزة المشتغلة بالغاز للاستعمال المنزلي:

تم تسجيل 128 تدخل في إطار مراقبة الأجهزة المشتغلة بالغاز للاستعمال المنزلي حيث أسفرت نتائج التجارب على مدفأة غاز طبيعي بعدم مطابقة العينة المقتطعة للمواصفات القانونية وتم تحرير محضر رسمي للمتابعة القضائية لمخالفة: عدم احترام إلزامية أمن المنتوج.

3- مراقبة مطابقة مخفضات ضغط الغاز (بوتان).

تم تسجيل 128 تدخل ولم تسجل أية مخالفات.

4- مراقبة مطابقة أجهزة الطهي ذات الإستعمال المنزلي:

بعد عملية المراقبة والتحري في الميدان حول أجهزة الطهي المشتغلة بالغاز ذات الاستعمال المنزلي كانت النتائج كما يلي:

تم تسجيل عشرين (20) تدخل على مستوى الإنتاج، الاستيراد، التوزيع بالجملة والتجزئة، حيث أسفرت العملية على العثور على أجهزة الطبخ ذات الإستعمال المنزلي مجهولة المصدر ولا تحمل أية بيانات مشتبهة بالتقليد بقيمة 2 000 000,00 دج أين تم اتخاذ الإجراءات اللازمة.

5- التحقيق الوطني حول مطابقة مادة الملح:

تم تسجيل ثمانية وعشرون (28) تدخل على مستوى التوضيب والإنتاج أين تمت مراقبة ثمانية وعشرون (28) متعامل اقتصادي المتعلق بصنع المواد الغذائية.

على مستوى السوق وبالضبط لدى الموزعين والمخابز تم تسجيل ستة مئة و واحد وعشرون (621) تدخل أين تمت مراقبة مئة وستة وستون 166 مخبزة ، أربعة مئة وأربعة وأربعون (444) تاجر بالتجزئة وإحدى عشر (11) تاجر بالجملة ممارسين للنشاط المتضمن المنتوج موضوع التحقيق حيث تم تسجيل مخالفة واحدة (نقص مادة اليود) مع حجز وإتلاف 75 كلغ من مادة الملح.

6- _الإنذارات المتعلقة بالمنتوجات الغيرمطابقة

تم تسجيل1228 تدخل مع اتخاذ الإجراءات الرسمية كما يلي :

تحرير محضر رسمي للمتابعة القضائية بالمخالفة: عدم احترام إلزامية أمن المنتوج.

-سحب وإتلاف خمسة(05) وحدات بقيمة 1750دج مع تحرير محضر رسمي للمتابعة القضائية بالمخالفة- عدم احترام إلزامية رقابة المطابقة المسبقة للمنتوج.

سحب وإتلاف واحد وأربعون(41) وحدة بقيمة: 12300 دج

- مع تحرير محضر رسمي للمتابعة القضائية بالمخالفة عدم احترام إلزامية رقابة المطابقة المسبقة للمنتوج

7- المكملات الغذائية.

تبعا للتحقيق المفتوح حول استيراد وإنتاج المكملات الغذائية على مستوى إقليم ولاية بومرداس، تم إحصاء 24 متعامل إقتصادي مسجل لدى مصالح السجل التجاري في النشاط المتضمن المنتوج موضوع التحقيق.

تم تسجيل 10 تدخلات حيث تبين من خلال المراقبة الميدانية أن جميع هؤلاء المتعاملين الاقتصاديين لا ينشطون في مجال استيراد و إنتاج المكملات الغذائية.

أما فيما يخص المراقبة على مستوى المتفشيات الحدودية للمناطق تحت الجمركة (قورصو، بودواو، خميس الخشنة) ، تم تسجيل ثلاث متعاملين من خارج إقليم الولاية قاموا بعمليات استيراد عبر الميناء الجاف لبودواو.

8- إلزامية إرفاق كاشف أحادي أكسيد الكربون لأجهزة التدفئة بالغاز ذات الإستعمال المنزلي.

قام أعوان قمع الغش ب42 تدخل في إطار التحقيق حول إرفاق كاشف أحادي أكسيد الكربون لأجهزة التدفئة بالغاز ذات الاستعمال المنزلي من طرف المنتجين والمستوردين وكذا الموزعين.

9- مراقبة مخابر مراقبة الجودة والتحاليل: تمت مراقبة 12 مخابر مراقبة الجودة والتحاليل.

الفرع الثاني: حصيلة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة:

في هذا المجال، سجلت الممارسات التجارية 13157 تدخلا أسفر عن تحرير 2609 محضر رسمي.

ونتج عن الفحص والتحري للوثائق والمستندات الحسابية، لبعض المتعاملين الاقتصاديين، معاينة مبلغ المعاملات بدون فوترة 351.351.890,87دج

أما فيما يخص المواد المقننة، فقد عاين الأعوان مبلغ281.363,35دج كقيمة للربح غير الشرعي.

مع حجز كمية 10062.76 طن من المواد الغذائية، بقيمة مالية تقدر ب: 767.511.652,16دج واقتراح غلق 204 محلا تجاريا أكثرها لانعدام السجل التجاري.

فيما يلي الحصيلة بالأرقام:

الجدول رقم (03): حصيلة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة

عدد التدخلات	المخالفات	عدد ملفات المنازعات	مبلغ عدم الفوترة	مبلغ الربح غير الشرعي دج	كمية الحجز (طن)	مبلغ الحجز (دج)	عدد الغلق الإداري أو التوقيف المؤقت للنشاط
13157	2732	2609	351.351.890,87	281.363,35	10062.76	767.511.652,16	204

من بين المخالفات المسجلة سنة 2021 في مجال الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة

- عدم إشهار البيانات القانونية: 1485
- عدم الإعلام بالأسعار: 481
- عدم الفوترة: 234
- ممارسة نشاط تجاري بمستخرج سجل تجاري منتهي الصلاحية: 115
- ممارسة نشاط دون القيد في السجل التجاري: 111
- ممارسة تجارة خارج موضوع السجل التجاري: 42
- ممارسة نشاط تجاري قار دون حيازة المحل: 92
- ممارسة أسعار غير شرعية: 36
- معارضة الرقابة: 26

اولا- في مجال المنافسة

في هذا المجال تم فتح تحقيقات معمقة لرفع المؤشرات المضادة للمنافسة النزيهة في القطاعات التالية:

- التحقيق في قطاع إنتاج وتوزيع المياه المعدنية – المنافسة
- التحقيق في العجائن الغذائية – المنافسة
- التحقيق في قطاع إنتاج وتوزيع مشتقات الحليب– المنافسة
- التحقيق في قطاع استيراد وتوزيع حليب الأطفال– المنافسة
- التحقيق في مجال الأجهزة الكهرومنزلية .– المنافسة
- التحقيق في نشاط قاعة الحفلات– البنود التعسفية
- التحقيق في نشاط الترقية العقارية– البنود التعسفية
- التحقيق في نشاط الوكالات العقارية– البنود التعسفية
- التحقيق في نشاط إنتاج وتوزيع مادة البيض
- التحقيق في نشاط المدارس الخاصة ودور الحضانة – البنود التعسفية
- التحقق من اعتماد المدارس الخاصة للقرار الوزاري المشترك المتعلق بالعقد النموذجي
- التحقيق في نشاط استيراد الفواكه الطازجة
- التحقيق في نشاط انتاج الافرشة
- التحقيق في نشاط تغذية الانعام
- التحقيق في نشاط المحاسبيين العموميين
- دراسة ومراجعة القوانين الخاصة بالتجارة
- التحقيق في التجارة الالكترونية
- التحقيق في نشاط الشوالة
- التحقيق في نشاط استيراد الأسمدة
- التحقيق في نشاط استيراد البطاطا الموجهة للغرس

- التحقيق في نشاط نقل سلع الخدمات
- التحقيق في نشاط توزيع اللحوم الحمراء

ثانيا- في مجال التحقيقات المتخصصة

تم التحقيق في الملفات التالية:

- أصحاب السجلات التجارية الذين تعدى سنهم السبعين سنة
- التحقيق في المستودعات
- الرقابة البعدية للذين تحصلوا على شهادة الالتزام
- إضافة إلى الرد على الإرساليات الواردة إلى مصالحنا حول التحقق من صحة الفواتير

المطلب الثاني: حصيلة النشاط في إطار الفرقة المختلطة

لضمان العمل الرقابي لبعض الأنشطة ذات الطابع الخاص تم إنشاء فرق المختلطة بين مصالح التجارة والصحة والمصالح الفلاحية، الجمارك والضرائب

أولا- تجارة – فلاحة:

أ. مع البياطرة:

أسفرت عملية المراقبة على 481 تدخل حيث خصت عملية المراقبة لهذه الفرقة المذابح وتجارة اللحوم والدواجن والأدوية البيطرية وتم تسجيل واحد وستون (61) مخالفة مما أدى إلى تحرير (55) محضر رسمي قصد المتابعة القضائية تم تحرير5محضر رسمي وحجز2,33 طن لحوم حمراء وبيضاء، لحم مرحي، بقايا دجاج مجمد أجبان وتحضيرة مرقاز: بمبلغ 1122443دج وغلق محل تجاري واحد.

ب.مع الصحة النباتية:

قام أعوان قمع الغش بواحد وثمانون (81) تدخل، لمراقبة النشاطات المتعلقة بالصحة النباتية، تم تسجيل من خلالها خمسة (05) مخالفات أسفرت عن تحرير خمسة **(05)** محاضر رسمية وحجز كمية 15طن من مواد المعالجة النباتية بقيمة 7297840دج. وغلق محل تجاري واحد.

ثانيا- تجارة – صحة :

قام أعوان قمع الغش بمراقبة نشاط إنتاج الأدوية، الصيدليات ومخابر التحاليل الطبية، النظارات الطبية حيث أسفرت عملية الرقابة على تسجيل أربعة وسبعون (74) تدخل مع تسجيل ستة(06) مخالفات وتحرير ستة(06) محاضر رسمية للمتابعة القضائية وغلق (03)محلات تجارية.

ثالثا- تجارة- قياسات قانونية:

قام أعوان قمع الغش بمراقبة أجهزة القياسات المختلفة واحترام دورية الفحص لأدوات القياس على مستوى محطات الخدمات، أسواق الجملة والتجزئة ب 12 تدخل في إطار الفرقة المشتركة تجارة- قياسات قانونية.

رابعا- تجارة- بيئة:

طبقا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 198/06 المؤرخ في 2006/05/31 المتعلق بضبط التنظيم المطبق على المؤسسات المصنفة بحماية البيئة، شاركت المديرية في 98 زيارة ميدانية، مسطرة من طرف اللجنة الولائية، وكذا إبداء186 رأي تقني فيما يخص إنشاء المؤسسات المصنفة بحماية البيئة.

خامسا- تجارة- سياحة:

في إطار التحضيرات لموسم الاصطياف 2021 تمت معاينة 68 شاطئ رفقة اللجنة المكلفة بالمعاينات الميدانية للشواطئ المسموحة للسباحة. كما قامت مديرية التجارة بأربعة (04) تدخلات رفقة مديرية السياحة لمراقبةمراقبة بعض المؤسسات الفندقية والمركبات السياحية.

سادسا- تجارة – مديرية النشاط الاجتماعي :

تمت دراسة ثلاثة **(03)**ملفا تفي إطار لجنة دراسة الملفات الخاصة بمنح رخص فتح دور الحضانة.

تحضيرا لشهر رمضان قامت اللجنة الولائية المختصة بمراقبة مطاعم الرحمة بمعاينة 56 مطعم، حيث تم منح 4 رخص لفتح مطاعم الرحمة، 41رخصة بتحفظ، ورفض ترخيص 7 مطاعم، 3 مرفوضة لعدم توفر الشروط اللازمة و6 مرفوضة طبقا لتعليمات (6 مدارس ابتدائية ومركز التكوين المهني)

خلال شهر رمضان قامت اللجنة الولائية المختصة بمراقبة مطاعم الرحمة حيث أسفرت النتائج على ما يلي:

- ✓ عدد المطاعم المراقبة : 20
- ✓ تقديم 11اعذار لعدم توفر الشروط اللازمة ولعدم رفع التحفظات
- ✓ 04 مطاعم سحبوا ملفاتهم

سادسا- تجارة – مديرية الشباب والرياضة :

تمت مراقبة مراكز العطل والترفيه للشباب المقترحة لموسم الاصطياف 2021 طبقا للمقرر الولائي رقم 1121/16 المؤرخ في 18 ماي 2016 المتضمن تجديد اللجنة الولائية المكلفة بتحضير متابعة وتقييم حملة مراكز قضاء العطل والترفيه للشباب أين تمت معاينة 03 مراكز للمخيمات الصيفية.

سابعا- الحد من الأمراض المتنقلة بواسطة المياه:

شاركت المديرية في 83 خرجة ميدانية مع اللجنة الولائية للحد من الأمراض المتنقلة بواسطة المياه.

ثامنا- تجارة – مكاتب حفظ النظافة :تجارة – هياكل البلدية للنظافة :

قام أعوان مديرية التجارة رفقة أعوان هياكل البلدية للنظافة بمراقبة 217 تدخل أسفرت عن تحرير 09 محاضر رسمية لمخالفة إلزامية النظافة، أمن المنتوج، سلامة المنتوج والرقابة المسبقة للمنتوج وحجز كمية 116.358 كغ من مختلف المواد الغذائية بقيمة 48080دج.

تاسعا- حصيلة الفرقة المختلطة ضرائب – جمارك- تجارة

جدول رقم(04): حصيلة الفرقة المختلطة

عدد المتعاملين المراقبين	عدد المحاضر	مبلغ عدم الفوترة (دج)
44	09	161 200 788,75

المصدر: مديرية التجارة لولاية بومرداس، قسم مراقبة الجودة وقمع الغش

المطلب الثالث: نشـاطـات أخـرى

1/- إصدار الرخص المسبقة لإنتاج أو استيراد المواد السامة:

تم تسليم35 مقرر تتضمن ترخيص منها 17لإنتاج واستيراد للمواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص و18 ترخيص لإنتاج واستيراد للمواد التجميل والتنظيف البدني.

2/ بطاقة تعيين إطار:

تم إصدار 21 بطاقة تعيين إطار لتمثيل للمستوردين على مستوى الحدود المحلية والوطنية.

3/- إعادة مطابقة المنتوجات المستوردة:

تمت دراسة 48 ملف فيما يتعلق بإعادة مطابقة المنتوجات المستوردة وتم الرفض المؤقت للمنتوجات الناقصة العلامات الإجبارية للوسم، وذلك لإعادة مطابقتها.

4/- الرواق الأخضر

تطبيقا للمنشور الوزاري رقم 530 المؤرخ في 2012/05/20 المتضمن وضع حيز التطبيق المرسوم التنفيذي رقم 12-93 المؤرخ في 2012/03/01. تمت دراسة 340 ملف فيما يتعلق بالمنتوجات المستوردة في إطار الرواق الأخضر .

✓ **معالجة الشكاوي :**

تم إيداع 97 شكوى لدى مصالح مديرية التجارة، 59 منها تم إيداعها من طرف المواطنين، 17متعاملين اقتصاديين و23 من مختلف الهيئات وقد تمت معالجة 73 شكوى أسفرت عن تحرير11 محضر و18منها غير مؤسسة و23 الأخرى هي في طور المعالجة.

5) – متابعة التجارة الخارجية:

أ/ شهادة اثبات الاحترام:

- عدد الطلبات المدروسة: 147
- عدد الرخص المسلمة: 129

ب /الرخص الخاصة بتصدير المنتجات الغذائية (العجائن الغذائية و الزيت و السكر)

- عدد الرخص الممنوحة: 07

ج/اللجنة الولائية المكلفة بترقية الصادرات :

- عدد الاجتماعات المنعقدة : 02

العمليات التحسيسية

اعتمدت مديرية التجارة لولاية بومرداس إستراتيجية للاتصال والتوعية للمستهلكين والمتعاملين الاقتصاديين، مع التركيز على ثلاثة مجالات، الإذاعة (الإذاعة المحلية بومرداس والإذاعة الوطنية القناة الثانية) ، التلفزيون وأيام تحسيسية وتوعوية مع إعداد مطويات ومنشورات تحمل عدة مواضيع.

قامت مصالح مديرية التجارة، بتكثيف العمل التحسيسي والتوعوي باتجاه المستهلكين والمتعاملين الاقتصاديين والذي مسّ العديد من المواضيع لاسيما منها المتعلقة بضرورة إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات ،الوثيقة التي تحل محل الفاتورة، الصفقات العمومية، المنافسة، الحفاظ على شروط النظافة خلال الإطعام والإطعام الجماعي، الرقابة المسبقة للمنتجات قبل عرضها الاستهلاك، الخدمات وخدمات ما بعد البيع، الوكالات السياحية، والتي تمت بواسطة وسائل الإعلام المختلفة سمعية، بصرية ومكتوبة .

قامت مصالح المديرية خلال سنة 2021 ببرمجة وتنظيم أيام تحسيسة متضمنة ورشات عمل، وكذا موائد مستديرة وهي ملخصة في ما يلي:

❖ **الأيام الإعلامية والتحسيسية:**

✓ تم احياء اليوم العالمي لحقوق المستهلك تحت اشراف السيد والي الولاية على مستوى المديرية والمفتشيات الاقليمية التابعة لها.

✓ تنظيم الصالون الأول للتصدير حيث أعطى السيد وزير التجارة والسادة السفراء لكل من دولة الامارات وروسيا، اوكرانيا تحت إشراف السيد والي ولاية بومرداس المنظم من طرف مديرية التجارة لولاية بومرداس والكنفدرالية الجزائرية لأرباب العمل إشارة الانطلاق بتاريخ 2021/10/19، كما تم تخصيص جناح لمديرية التجارة لولاية بومرداس تم من خلاله تحسيس المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين حول القوانين السارية المفعول وهذا طيلة أيام المعرض.

✓ في اطار التحضير لشهر رمضان الكريم، وتشجيعا لاستهلاك وتصدير المنتوجات المحلية وتحت اشراف السيد والي الولاية والمنظم من طرف مديرية التجارة بالتنسيق مع غرفة التجارة والصناعة تم الافتتاح الرسمي بدار البيئة ببومرداس حيث تم عرض وبيع منتوجات محلية متنوعة بهدف تقريب المستهلك من المنتج كما تم تنظيم جناح عرض خاص بتحسيس المواطنين وذلك من 2021/03/25 الى 2021/03/30.

❖ **ورشات العمل:**

✓ تنظيم ورشة عمل على هامش الصالون الأول للتصدير حول موضوع اجراءات التصدير على مستوى ولاية بومرداس بتاريخ 2021/10/20 وهذا لفائدة المتعاملين الاقتصاديين.

✓ تنظيم ورشة عمل حول المرسوم التنفيذي 17-140 المؤرخ في 2017/04/11 الذي يحدد شروط النظافة و النظافة الصحية اثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري وهذا لفائدة أعوان الرقابة وقمع الغش وهذا بتاريخ 2021/09/23.

✓ تنظيم ورشة عمل حول الرخص المسبقة للصنع الاستيراد او التوضيب لمواد التجميل والتنظيف البدني أو المواد السامة والتي تشكل خطرا من نوع خاص وهذا لفائدة أعوان الرقابة وقمع الغش وهذا بتاريخ 2021/11/04.

✓ تنظيم ورشة عمل لفائدة اعوان قمع الغش حول المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 06 ماي 2012 يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال امن المنتوجات

❖ **موائد مستديرة**

✓ تنظيم مائدة مستديرة على مستوى المديرية الولائية للتجارة بمناسبة احياء اليوم العالمي للمستهلك تحت شعار مكافحة التلوث البلاستيكي والمستهلك المستدام"بتاريخ 2021/03/15 والذي عرف حضور ممثلين عن مديرية البيئة، التربية، الصحة، التكوين المهني، جامعة بومرداس، منظمة حماية وإرشاد المستهلك ومحيطه وكذا ممثلين عن المفتشيات الإقليمية التابعة لمديرية التجارة لبومرداس

✓ انعقاد جلسة عمل برئاسة السيدة مديرة التجارة بولاية بومرداس بحضور فاعلين في قطاع التجارة بغرض دعوة المتعاملين الاقتصاديين وحثهم لاغتنام هذه الفرصة والترويج لممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي خلال هاتين المناسبتين الدينيتين (شهر رمضان الكريم وعيد الفطر) والتي تكون بدون رخصة استثنائيا في هذه الفترة.

❖ **مشاركة مديرية التجارة في الأيام الدراسية، الإعلامية والتحسيسية:**

✓ 09-10-2021/02/11 المشاركة في الأيام الإعلامية والأبواب المفتوحة حول السجل التجاري تحت شعار "عصرنة، تسهيلات، مناخ استثماري افضل " .

✓ 2021/02/24 المشاركة في اليوم الدراسي الخاص بتطبيق المرسوم التنفيذي 20-368 المؤرخ في 8 ديسمبر 2020 والخاص بإعادة تنظيم مكتب حفظ الصحة البلدي وهذا بتقديم مداخلة تتضمن الدور الذي تلعبه مصالح التجارة ضمن الهيكل البلدي لحفظ الصحة والصحة العمومية.

✓ 2021/03/01 المشاركة بمعرض المرأة والأسرة المقام بدار الثقافة الذي يحمل شعار " بيها وليها الحرابر تبنيها " أين تم عرض جناح خاص بالمديرية تم من خلاله تقديم نصائح و ارشادات تتعلق بقطاع التجارة.

✓ 2021/06/03 المشاركة في احياء اليوم العالمي للبيئة في دار البيئة .

✓ تنظيم حملة تنظيف وتهيئة لسوق الجملة للخضر والفواكه بخميس الخشنة تحت شعار "سوق نظيف، تاجر واعي، مستهلك محمي".

✓ 2021/07/01 مشاركة مديرية التجارة في افتتاح موسم الاصطياف تحت اشراف السيد والي ولاية بومرداس وهذا من شاطئ الدلفين.

✓ 2021/07/08 المشاركة في ورشة العمل التي نظمها الفرع المحلي للمركز الوطني للسجل التجاري لولاية بومرداس حول عملية ايداع الحسابات الاجتماعية وكذا انشاء المؤسسات عبر الخط لفائدة محافظي الحسابات .

✓ 2021/07/10 المشاركة في القافلة التحسيسية المنظمة من طرف مديرية البيئة حول الاعتناء بالشواطئ تحت شعار "ترك المكان احسن مما كان ".

❖ **الحملات التحسيسية:**

المتعاملين الاقتصاديين:

✓ نظمت مديرية التجارة عدة حملات تحسيسية وتوعوية لتحسيس التجار مديرية التجارة عدة حملات تحسيسية وتوعوية لتحسيس التجار لاتخاذ التدابير الاحترازية ضد انتشار فيروس كورونا حيث استهدفت لمحلات التجارية المعنية بتموين المواطنين بالحاجات الضرورية، وذلك بالتركيز على تفادي الطوابير واحترام مسافة التباعد بين الزبائن و كذلك ضرورة التلقيح وهذا في جميع مناطق الولاية .

✓ التحسيس حول تطبيق المادة 111 من قانون المالية لسنة 2018 و سنة 2020 والمتعلقة حول وضع وسائل الدفع الالكتروني عند عملية تسديد مبلغ المشتريات عبر

حسابهم البنكي او البريدي وتفادي الدفع نقدا كما تم تذكير التجار باخر الاجال الذي حدد ب 2021/12/31

✓ 2021/03/14: تمت زيارة بعض المؤسسات لصناعة المواد البلاستيكية رفقة ممثلي عن مديرية الصناعة والمناجم، الصحة والبيئة حيث تم تحسيس المسيرين على ضرورة الحصول على الرخصة المسبقة للعلب البلاستيكية الموجهة لحفظ المواد الغذائية وهذا تحضيرا لليوم العالمي لحقوق المستهلك.

✓ انطلاق الحملات التحسيسية حول الترخيص للبيع بالتخفيض والبيع الترويجي بمناسبة شهر رمضان ويومي عيد الفطر بدون رخصة استثنائية وهذا تنفيذا لتعليمات السيد وزير التجارة وترقية الصادرات.

✓ تم تحسيس أصحاب المخابز بضرورة محاربة آفة تبذير الخبز طيلة شهر رمضان.

✓ تم تخصيص جناح لمديرية التجارة في الصالون الوطني للتصدير حيث من خلاله تم التحسيس حول النصوص القانونية التي تخص قطاع التجارة منها إعلام المستهلك وهذا طيلة أيام المعرض.

✓ عمليات تحسيسية لأصحاب القصابات حول الوقاية من التسممات الغذائية وكذا الحد من انتشار فيروس كورونا تزامنا مع مناسبة عيد الأضحى المبارك.

المستهلكين:

✓ التحسيس بضرورة محاربة آفة تبذير الخبز والاستهلاك العقلاني وكذلك الانقاص من استهلاك من الملح والسكر والمادة الدسمة طيلة شهر رمضان على مستوى كامل قطر الولاية.

✓ تم تحسيس العائلات حول اخطار التسمم بغاز أحادي الكربون.

✓ المشاركة في الحملات التحسيسية المنظمة من طرف مديرية البيئة حول تشجيع التشجير وضرورة المحافظة على البيئة .

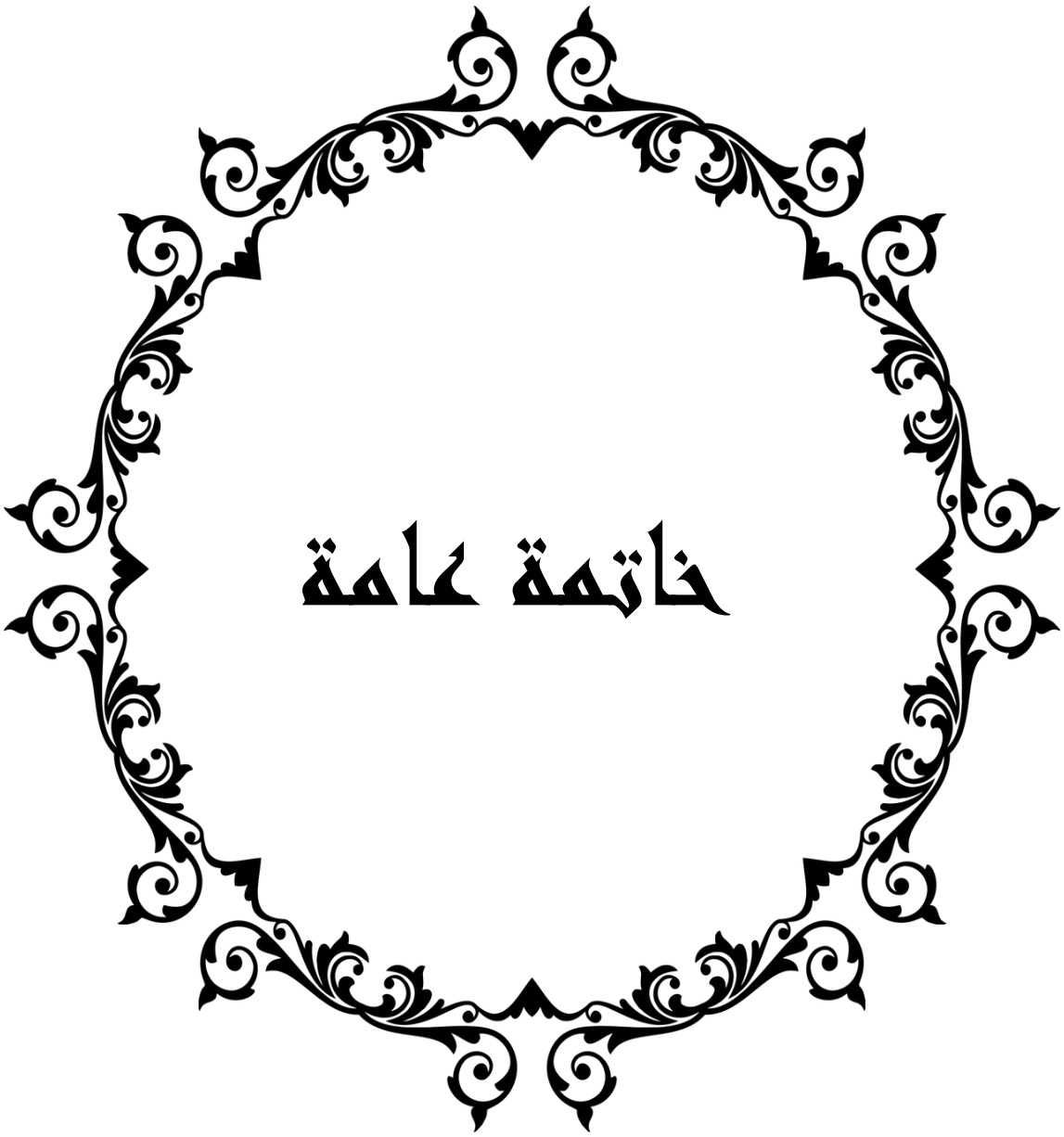
- ✓ تحسيس المصطافين على ضرورة احترام سلسلة التبريد للمواد الغذائية وهذا لتفادي التسممات الغذائية وهذا خلال موسم الاصطياف.
- ✓ تنظيم حملات تحسيسية حول اهمية التلقيح ضد فيروس كورونا تحت شعار " بالتلقيح تعود الحياة" وهذا من اجل عودة الحياة الى طبيعتها والحد من حصد ارواح المواطنين جراء انتشار هذه الجائحة.

خلاصة الفصل:

أثناء دراستنا للجانب التطبيقي، وذلك من خلال الدراسة الميدانية بمديرية التجارة لولاية بومرداس والتي كانت بمكتب مراقبة الجودة وقمع الغش، قمنا في بداية الفصل بتقديم مديرية التجارة لولاية بومرداس من حيث النشأة، تقديم الهيكل التنظيمي وذكر مهام المديرية وفروعها.

ثم تطرقنا إلى الجانب التشريعي المؤطر لعمل المديرية وكيفية مراقبة المنتوجات وكذلك طريقة فحص المخابر للعينات، وأخيرا قمنا بكشف حصيلة التدخلات والغرامات لسنة 2021.

حيث إتضح دور المراقبة على الجودة في كشف الغش التجاري والإنتاجي بالإعتماد على خبرة الأعوان المحققين وكذلك الوسائل المادية مما يؤدي بالضرورة إلى رفع مستوى الجودة في المنتجات المحلية مما يدفع إلى دخولها للأسواق الدولية.


خاتمة عامة

في ظل الظروف الحالية من التطورات الاقتصادية التي يشهدها العالم، والتي تستند على حرية التبادل التجاري وإزالة كافة العراقيل والقيود التجارية والتحرر الاقتصادي، وذلك وفقا ما هدفت له المنظمة العالمية للتجارة التي هدفت إلى إطلاق التجارة الدولية في كافة دول العالم دون قيد أو شرط، أصبح واضحا أن سياسة ترقية الصادرات وتنويعها هي أحد البدائل المناسبة إن لم نقل أفضلها من أجل تحقيق معدلات نمو مرتفعة، كما أن الحاجة بدأت ملحة للأخذ بهذه السياسة بعد أن عانت عدد من الدول من الآثار السلبية للسياسة المتعلقة بالتوجه للداخل (الإهتمام بالإنتاج المحلي).

من خلال الدراسة النظرية ونتائج الدراسة الميدانية واستنادا الى هدف الدراسة المتمثل في التعرف على مكانة الجودة في ترقية الصادرات، وكذا التطرق الى الاسباب الحقيقية وراء الرقابة على الجودة وتعدد الاجهزة المكلفة بإجرائها من فحص وتحليل وصولا إلى فرض غرامات وتوقيف النشاط التجاري إلى غير ذلك، نصل إلى نتيجة مفادها كون هذه الاجراءات من اهم الاليات المجندة لمكافحة وقمع الغش وأولى سبل الارتقاء بجودة المنتوج المحلي والصعود بالصناعة المحلية عاليا قصد الولوج للاسواق الخارجية وترقية صادرات البلاد ومنه تنمية الاقتصاد الوطني.

إختبار الفرضيات:

- **الفرضية الأولى:** يتمثل دور مديرية التجارة في ترقية الصادرات من خلال الرقابة على الجودة.

✓ بعد الدراسة توصلنا إلى أن الفرضية الأولى صحيحة نظرا الى ان مجمل عمل مديرية التجارة اتجاه ترقية الصادرات منصب حول الرقابة على الجودة وقمع الغش وهو ما قمنا بدراسته متجزئا خلال الفصل الأول والثاني .

- **الفرضية الثانية:** أسباب الإهتمام بالجودة تتمثل في، أسباب تجارية، مالية، تقنية، خارجية، جو المنافسة.

✓ بعد الدراسة توصلنا إلى أن الفرضية الثانية صحيحة كون أن أسباب الاهتمام بالجودة تعود إلى عدة نقاط مما دفعت إلى تبيان أهمية كبيرة للجودة والاهتمام بها إضافة إلى التطرق إلى عوائدها وهو ما تطرقنا له في المبحث الثاني للفصل الأول.

- **الفرضية الثالثة:** تتعدد آليات الرقابة على الجودة من أجهزة إستشارية، إدارية، وجمعيات المجتمع المدني.

✓ بعد الدراسة توصلنا إلى أن الفرضية الثالثة صحيحة، بما أن من أهم متطلبات الدفع بالصادرات هي الرقابة على الجودة وهو ما يتم تنفيذه من خلال آليات عديدة تتمثل مهامها في الرقابة على الجودة وقمع الغش وهو ما درسناه في المبحث الثالث للفصل الأول. .

نتائج الدراسة:

على ضوء ما سبق تم الوصول إلى النتائج التالية:

- للجودة مكانة هامة في ترقية الصادارت كونها تأخذ حيزا مهما من متطلبات التصدير.
- تطوير ورفع قيمة المنتوج المحلي مرتبط بمدى جودته.
- للرقابة على الجودة دور هام في الحصول على منتجات ذات جودة.

- تضع الدولة عدة وسائل رقابية مكلفة بقمع الغش ومكافحته تساهم بقدر ما في ترقية الصادرات.

- لقت ترقية الصادرات في السنوات الاخيرة إهتماما واسعا من طرف الدولة الجزائرية.

التوصيات:

- تحسين الموارد والإمكانيات البشرية وأوضاع العاملين في الإدارة الرقابية بزيادة أجورهم وتحفيزهم وإدخال نظام المعلوماتية لتسهيل عملهم.
- نشر الوعي الإستهلاكي للمواطنين عن طريق القيام بحملات التوعية وتنظيم الملتقيات.
- توفير الحماية القانونية للمحقق والأعوان أثناء تأدية مهامهم وضمان حقوق المكلفين.
- وضع إجراءات رقابية صارمة لرفع نوعية المنتوجات المحلية لجعلها مطلوبة في الأسواق الخارجية.
- تطوير أساليب الرقابة .

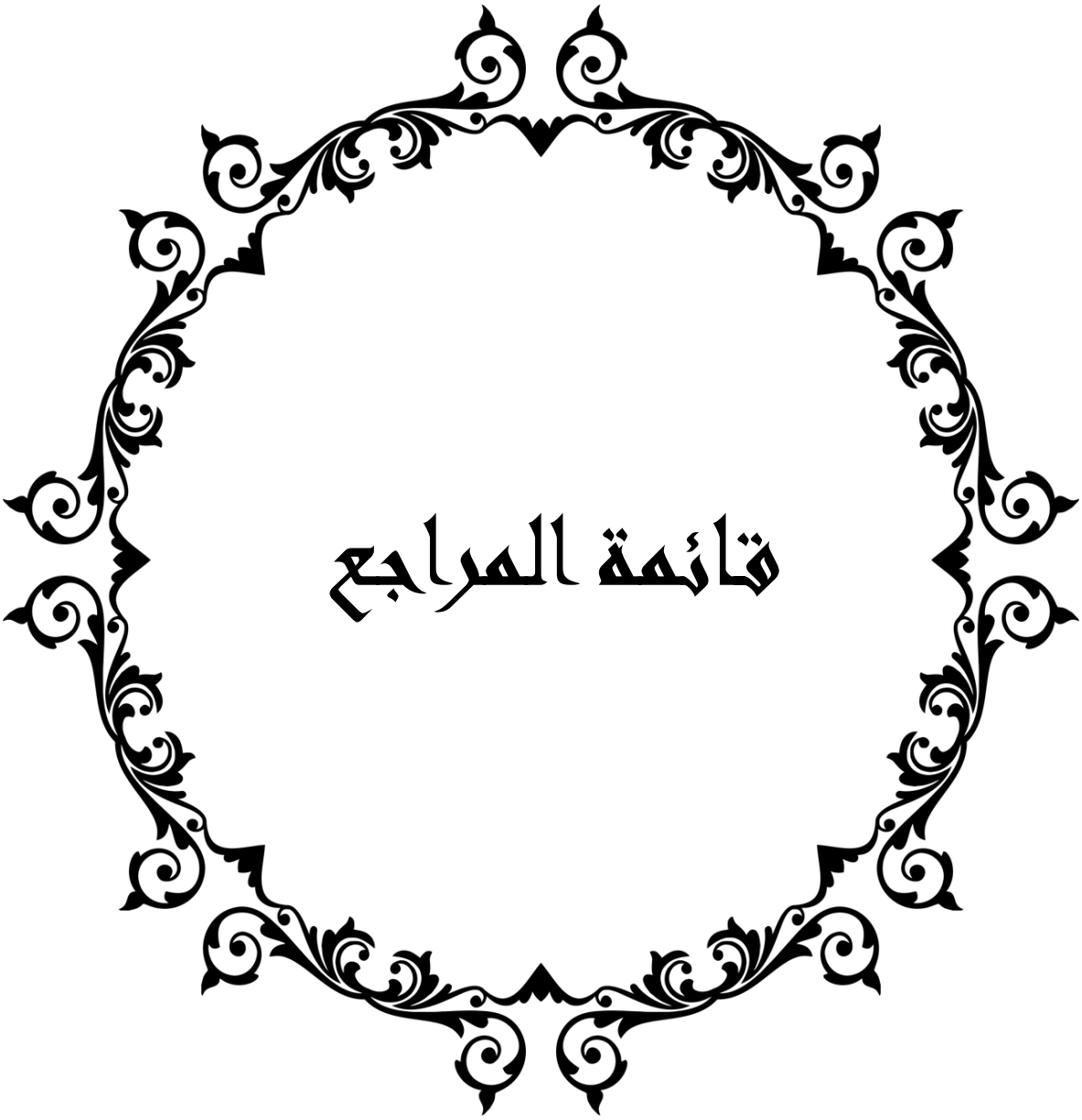
- الرفع من عدد المخابر وتزويدهم بالوسائل الحديثة لنتائج أكثر سرعة ودقة.

أفاق الدراسة:

إن موضوع الدراسة يفتح المجال أمام دراسات ومواضيع هامة خاصة في الوقت الراهن لذى نقترح الدراسات المستقبلية التالية:

- إجراء دراسة حول مساهمة إدارة الجودة الشاملة في ترقية الصادرات.

- أهمية التحفيزات في الحد من الغش التجاري.



قائمة المراجع

قائمة المراجع

❖ الكتب

1) بريش سعيد، **الاقتصاد الكلي**، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2007.

2) جاسم محمد، **التجارة الدولية**، دار زهران للنشر الطبعة الأولى، الأردن، 2013.

3) حسن علي، **الإدارة الحديثة لمنظمات الأعمال**، دار حامد للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 1999.

4) خالد بن سعد عبد العزيز، **إدارة الجودة الشاملة: تطبيقات على القطاع الصحي**، ردملك للنشر، الطبعة1، الرياض.

5) خضير كاظم حمود، **إدارة الجودة وخدمة العملاء**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى1، الأردن، 2002.

6) دال بستر فيلد، **الرقابة على الجودة:** ترجمة "علي إبراهيم مسرور"، المكتبة الأكاديمية، الطبعة الأولى، القاهرة، 1995.

7) سمير محمد عبد العزيز، **جودة المنتج بين إدارة الجودة الشاملة والأيزو9000**، مكتبة الإشعاع، الطبعة1، القاهرة، 1999.

8) شريف علي الصوص، **التجارة الدولية (أسس وتطبيقات)**، أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012.

9) عبد الحميد رضوان، **سياسة تنمية الصادرات**، إدارة التحليل والمعلومات التجارية، الإمارات العربية المتحدة، العدد1، 2009.

10) عبد الرحمان يسري أحمد، **الاقتصاديات الدولية**، الدار الجامعية، 2001.

11) فريد راغب النجار، **إدارة الإنتاج والعمليات التكنولوجية (مدخل تكاملي تجريبي)**، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 1997.

12) فريد كورتل وأمال كحيلة، **الجودة وأنظمة الإيزو**، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2012.

13) قادة أقاسم، **المحاسبة الوطنية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة2002.

14) كامل بكري، **الاقتصاد الدولي (التجارة والتمويل)**، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2003.

15) مأمون الدرادكة وطارق الشبلي، **الجودة في المنظمات الحديثة**، دار صفاء للنشر، عمان، الطبعة1، 2002.

16) محفوظ أحمد جودة، **إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات**، دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة، عمان، 2008.

17) محمد إسماعيل عمر، **أساسيات الجودة في الإنتاج**، دار الكتب العربية للنشر، القاهرة، 2000.

18) محمد رأفت شعبان، **نظم تمويل ائتمان الصادرات (مع دراسة التجربة المصرية)**، القاهرة، دار النهضة العربية، 2005.

19) محمود حامد عبد الرزاق، تكنولوجيا **المعلومات وزيادة الصادرات ودعم التنمية الصناعية**، القاهرة، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع.

20) مدحت القريشي، **الاقتصاد الصناعي**، الأردن، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2005.

21) مصطفى بابكر، **الأساليب الحديثة لتنمية الصادرات، سلسلة جسر التنمية**، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد 50، السنة الخامسة، فيفري 2006.

22) مصطفى محمود فؤاد، **التصدير والاستيراد علميا وعمليا**، دار النهضة العربية، الطبعة الثالثة، القاهرة، 1993.

23) هيثم حمود الشبلي ومحمود عواد زيادات، **استراتيجيات التسويق التصديري الدولي في الشركات الأردنية:** دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 43، 2009.

24) يوسف مسعداوي، **دراسات في التجارة الدولية**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.

❖ **رسائل وأطروحات**

1) بركات كريمة، **حماية المستهلك في ظل اقتصاد السوق**، دراسة مقارنة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.

2) بن اكتوف طاوس نورية، **وضعية تسيير الجودة في المؤسسة الصناعية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008-2009.

3) بوعنان نور الدين، **جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء**، رسالة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006- 2007.

4) سمير بوالسنة، **أثر تطور الصادرات على التنمية الاقتصادية: دراسة حالة الجزائر**، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2000- 2001.

5) شعباني حنين نوال، **التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع: المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.

6) العربي بوزيان، **سياسة التصدير في الجزائر خلال مرحلة الاقتصاد الموجه والإصلاحات**، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000- 2001.

7) مصطفى بن ساحة، **أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر: دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي غرداية، 2010- 2011.

8) وصاف سعيدي، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في البلدان النامية: الحوافز والعوائق، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003- 2004.

❖ **مجلات:**

1) إيمان محمد أحمد، **النمط الخالي للصادرات الصناعية ذات القدرة التنافسية في مصر**، مجلة بحوث اقتصادية عربية، القاهرة، مصر 2007، العدد38.

2) بلجراف سامية وكلاش خلود، **دور مخابر مراقبة النوعية في ضمان المنتوج الغذائي**، مجلة الحقوق والحريات، العدد4، جامعة عباس لغرور، خنشلة، 2017.

❖ **المواد والمراسيم التنفيذية:**

1) القانون: 09- 03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير 2009، **يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**، الصادرة في الجريدة الرسمية العدد15 المادة 16، 8 مارس 2009.

2) المادة 17 من القانون رقم 12-06، يتعلق بالجمعيات.

3) المادة 2 من المرسوم التنفيذي 14-153 المؤرخ في 30 أفريل 2014، يحدد شروط فتح مخابر تجارب وتحليل الجودة واستغلالها، العدد28، الصادر في 14ماي 2014.

4) المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 14-18 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة.

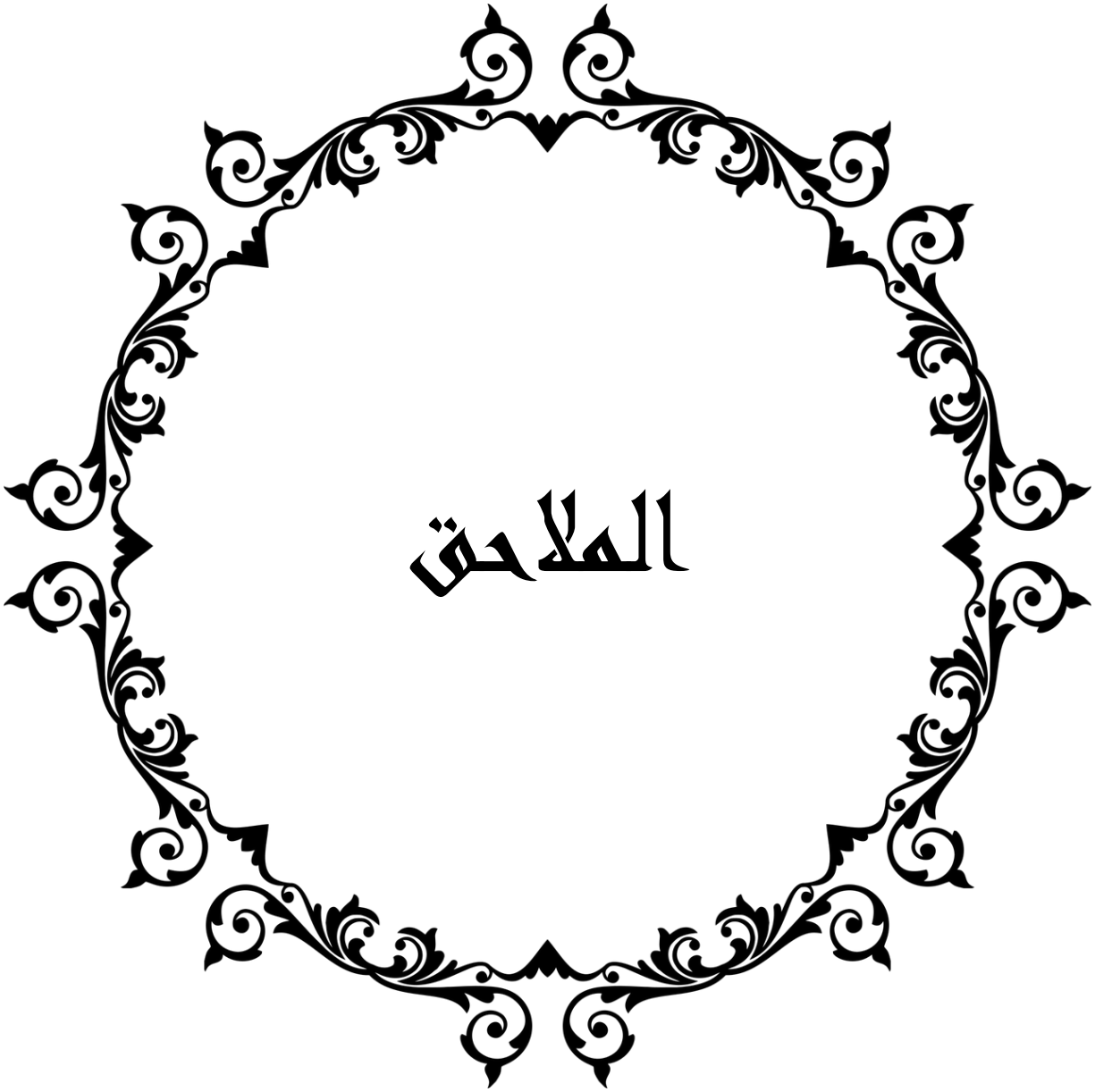
5) المادتان 3 و5 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحيتها وعملها.

6) مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 21ديسمبر2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة ، العدد85، الصادر في 22 ديسمبر 2002.

7) مرسوم تنفيذي رقم 89-147 مؤرخ في 8 أوت، يتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه، العدد33، الصادر في 9 أوت 1989 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03- 318، المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، العدد 59، الصادر في 5 أكتوبر2003.

8) مرسوم تنفيذي رقم 92-272، المؤرخ في 6 جويلية 1992، **يتعلق بتكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصه**، العدد 52، الصادر في 8 جويلية 1992.

9) مرسوم تنفيذي رقم 96-335 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996، يتضمن بإنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية، العدد62، الصادر بتاريخ 20 اكتوبر 1996.


الملاحق

الملحق رقم (01)

قائمة مخابر قمع الغش

الدليل الوطني لمخابر التجارب و تحاليل الجودة...

الرقم	المخبر	العنوان	الهاتف/ فاكس/العنوان الالكتروني
1	المخبر الوطني للتجارب	المنطقة الصناعية اليستان، رقم 37، الرحمانية، المدينة الجديدة سيدي عبد الله، الجزائر.	الهاتف:023077401 فاكس:023077700 lne.contacts@gmail.com
2	الجزائر	الطريق الريفي رقم 7،حوش حدة الحراش، الجزائر	الهاتف:023828902 فاكس:023828903 Laboratoire.alger@gmail.com
3	البليدة	ديار البحري،بنيمراد، بليدة	الهاتف:025.27.90.99/025.27.93.93 laboblida09@gmail.com
4	قسنطينة	حي ساقية سيدي يوسف قسنطينة.	الهاتف:031.72.83.72/03172.83.53 فاكس:031/72.83.53 labo_const@cacqe.org
5	وهران	منطقة المقرات ايسطوايلو رقم 26 رقم 02 مقابل مسح الأراضي. وهران	الهاتف44 66 70 041/ :فاكس43 70 70 041: bed.djil@gmail.com
6	ورقلة	شارع سي الحواس ورقلة	الهاتف: 029702734 labo_ouargla@cacqe.org
7	عنابة	بوخدرة 03 البوني عنابة	الهاتف:62 30 56 038 فاكس: 62 30 56 038 laborfannaba@hotmail.com
8	سطيف	حي رخيف علي.	الهاتف:62 30 56 038 فاكس: 62 30 56 038 redjechtaa@yahoo.fr
9	بجاية	شارع كريم بلقاسم اغيل وزوق- بجاية.	الهاتف: 86 60 10 034/034.10.60.84 فاكس:85 60 10 034 labobejaia@hotmail.com labobejaia2014@gmail.com
10	جيجل	جيجل	الهاتف10034 62 59: cacqejijel@gmail.com

11	تيارت	حي سوناتبا،تيارت	الهاتف: 14 60 22 046/ فاكس: 046226014 tiaretlabo@gmail.com khelifa100@yahoo.fr
12	شلف	حي بن سونة الجديد شارع العربي بن عودة.	الهاتف:027774747 فاكس:027775257 laboratoirechlef @gmail.com
13	غرداية	صندوق بريد رقم179 العطف 47120 غرداية	الهاتف:029 27.41.59 فاكس:029 27.44.82 cacqe47ghardaia @yahoo.com
14	تمنراست	حي الوئام ،تمنراست	الهاتف: 029.32.00.40 فاكس:029.32.00.36 labtam2018@gmail.com
15	اليزي	القادرعبد الأميرحي صندوق بريدي 17/ 08 ماي45 اليزي	الهاتف: 029411812 فاكس:029.41.18.14 labo.illizi33@gmail.com
16	بشار	الطريق الوطني رقم06،حي غراسة 08000 بشار	الهاتف: 049 24.78.55 فاكس:049.24.77.22 becharlabo@gmail.com
17	سعيدة	حي الإخوةصديق ،سعيدة	الهاتف:048426230 فاكس:048426234 labosaida20@hotmail.fr labosaida20@gmail.com
18	النعامة	الطريق الوطني رقم6،ولاية النعامة ص ب 93 النعامة.	الهاتف:049590079/ فاكس: 049 59.00.80 labonaama@gmail.com
19	أدرار	طريق تيليلان،أدرار.	الهاتف: 04936.22.84 فاكس:049.36.22.83 boudaoudkader@yahoo.com
20	معسكر	منطقة 10،حي 400 مسكن. معسكر	الهاتف:045.75.61.81 mascaralaboratoire@gmail.com

21	الجلفة	الحي الاداري 5 جويلية الجلفة	الهاتف:02793.66.53 فاكس: 027.93.66.52 cacqe.djelfa@protonmail.com f.tahchi@gmail.com siencedevie@yahoo.fr
22	الوادي	حي 08 ماي 1945،الواد	الهاتف:032.12.31.82 فاكس:032.12.31.83 tani.ahmed1@yahoo.fr labocacqe.eloued@gmail.com
23	البويرة	حي عبد القادر الجيلالي ، وسطالمدينة،سور الغزلان	الهاتف: 026.75.60.35 فاكس:026.75.60.22 labobouira@gmail.com laboratoire@gmail.com
24	سوق أهراس	القطب الاداري ، سوق أهراس	الهاتف: 037.76.43.50/76.43.52 فاكس:037.76.43.52 labsoukahrascacqe@gmail.com
25	تندوف	المدينة الجديدة تندوف.	الهاتف:049.38.71.67 فاكس:049.38.71.55 senhr37@gmail.com cacqetdf@gmail.com
26	تيسمسيلت	طريق الحمادية،تيسمسيلت.	الهاتف:046572140 فاكس:046572137 labo-tiss@hotmail.com
27	تلمسان	نهج عين السبع علي الأفق الجميل تلمسان.	الهاتف:043.41.50.10 cacqetlm@gmail.com
28	تيميمون	الطريق الوطني رقم 151 ماسين زاوية الما، تيميمون	الهاتف: 049.30.36.81 laboratoiretimimoun@gmail.com
29	بسكرة	حي حدة ،شرقبسكرة.	الهاتف:033.50.04.17 فاكس:033.50.04.27 labobiskra07@gmail.com

30	مستغانم	حي خروبة ،مستغانم	الهاتف: 045.39.25.87 / 045.39.26.59 cacqelabmosta@yahoo.com
31	باتنة	حيحملة02 ،باتنة	الهاتف:033.23.10.05 alikhenissa65@gmail.com
32	الاغواط	حي الساسي بولفعة الاغواط.	الهاتف:029.10.60.91 labolaghouat03@gmail.com
33	عين تيموشنت	حي العقيد عثمان،عين تيموشنت.	الهاتف:043..21.19.58 laboratoire464646@gmail.com
34	برج باجي مختار	حي 05 جويلية برج باجي مختار	الهاتف:0671.99.24.35 muosta83@gmail.com