

الفصل الرابع: الإدارة البيئية و التسويق الأخضر

1- الإدارة البيئية

نتيجة تنامي الإهتمام بالقضايا البيئية و ظهور مفهوم التنمية المستدامة أدركت العديد من المؤسسات أهمية إدراج إدارة بيئية على مستوى وحداتها بهدف إدارة القضايا البيئية بشكل سليم يضمن التحسين في الأداء البيئي و يحقق التنمية المستدامة.



أ. مفهوم الإدارة البيئية

ان مفهوم الادارة البيئية يعد امتداد لمفهوم الادارة يعتمد الأساليب التي تستغل من الهيئات الادارية التخطيط ، التنظيم و التوجيه لتحقيق اهدافها و تقييم الأداء من اجل ضبط الأنشطة للوصول الى حماية البيئة.

و قد عرفت على انها " مجموعة الأنشطة و القواعد التنظيمية التي تهدف الى تفعيل النظام البيئي و فرض الرقابة عليه وفقا للمتطلبات و المعايير التي تحققها اهداف التخطيط الاستراتيجي الذي تضعه الهيئات الإدارية المختلفة حفاظا على الأصول البيئية .

كما عرف نظام الإدارة البيئية على أنها " نظام وقاعدة بيانات تدمج الإجراءات والعمليات لتدريب القوى البشرية ورصد وتلخيص والإبلاغ عن معلومات الأداء البيئي، يعد المعيار كثر استخداما والذي يعتمد عليه نظام الإدارة البيئية هو المنظمة الدولية للتوحيد القياسي ISO".

- وعرفها Mangum.R.William على أنها: "الإجراءات ووسائل الرقابة سواء كانت محلية، إقليمية أو عالمية، والموضوعة من أجل حماية البيئة، وهي تتضمن

أيضا الاستخدام العقلاني للموارد الطبيعية المتاحة والاستفادة الدائمة من هذه الموارد¹.

- عرفت المنظمة العالمية ISO الإدارة البيئية" هي عملية إدارة متكاملة لتوفير المعلومات موثوقة يمكن التحقق منها بشأن أداء المنظمة في تلبية المعايير البيئية وهذه العملية تنطوي على جمع المعلومات وقياس كيف تدير المنظمة بفعالية جوانب وعناصر البيئة على أساس منتظم فيما يتعلق بأهدافها، وقد يتم تطبيق أدوات الأداء البيئي بواسطة معايير وأنواع معقدة بغض النظر عن نظام إدارة البيئة المتبع من الهيئات الإدارية المشرفة على نظام البيئة".

ب- خصائص الإدارة البيئية

يمكن تلخيص أهم خصائص الإدارة البيئية فيما يلي:

- هيئات الإدارة البيئية تعمل تحت اشراف الدولة و تسهر على وضع خطط مرتبطة بتحقيق اهداف الحماية القانونية للبيئة .
- ضبط نظام البيئة من خلال الرقابة على كافة المنشآت و الهيئات التي تؤثر على البيئة و ضبط نظامها المؤثرة على البيئة .
- حماية الموارد البيئية و تفعيل نشاطها من خلال دراسة الأبعاد المرتبطة بالنظام البيئي.
- ضمان التنسيق بين مختلف الأجهزة الإدارية لحماية البيئة و تحقيق التنمية المستدامة.

2- المواصفة البيئية ISO14000

ان المنظمة الدولية للتقييس (ISO) خولت منذ 1946 صلاحيات انشاء وإصدار مواصفات عالمية متناسقة وموحدة لقطاعات التصنيع والاتصالات والتجارة والجوانب الفنية والخاصة بالسلامة. وقد دخلت الايزو في مجال الإدارة بقوة وتأثير واضحين بدأ مع اصدار سلسلة الايزو 9000 الصادرة عام 1987 كمعايير موجهة لحاجات الاعمال في مجال الجودة. وفي عام 1993 أصدرت سلسلة مواصفات الايزو 14000 لتوجيه لاهتمام الى البيئة وأنظمة الإدارة البيئية على مستوى المؤسسات والدول.



أ. مفهوم المواصفة البيئية ISO14000

- تعرف تسمية الإيزو ISO من حيث معنى الكلمة بأنها: " التعادل او التساوي والتشابه" وهي كلمة مشتقة من أصل يوناني (إيزوس) ISOS مستنبطة من فكرة عدم الاختلاف أو التعادل. إشتقت كلمة ISO من الحروف الثلاثة الأولى لتسمية المنظمة الدولية للمواصفات القياسية Standardization for Organization International، وهي عبارة عن فدرالية عالمية لمنظمات التقييس الوطنية المنخرطة².

- تعرف على أنها مجموعة من المتطلبات تهتم بتكوين نظام إدارة بيئية يمكن تطبيقه في جميع أنواع و أحجام المؤسسات ، و يتكيف مع مختلف الظروف المتنوعة سواء كانت ثقافية ، اجتماعية أو جغرافية³.

و تعتبر الإيزو "ISO" المنظمة الدولية للتقييس (Standardisation Organisation International) عبارة عن إتحاد عالمي ومنظمة غير ربحية مقرها جنيف أنشئت عام 1947 أين بدأت العمل فعليا عام 1964 وتضم عضويتها ممثلين عن أكثر من 561 هيئة تقييس وطنية، لمنظمة الإيزو أكثر من 19400 معيار توفر لقطاع الأعمال والحكومات والمجتمعات الأدوات اللازمة نحو التنمية المستدامة، والمتمثلة في ثلاث أبعاد: البعد الاقتصادي، البعد البيئي والبعد الاجتماعي.

ب. نشأة المنظمة الدولية للتقييس ISO14000

ويعود تاريخ سلسلة الإيزو 14000 إلى مؤتمر البيئة الإنسانية الذي عقده الأمم المتحدة عام 1972 في ستوكهولم والذي أدى بدوره إلى ظهور تقرير "مستقبلنا المشترك" الذي نشر عام 1987 محتويا على إشارة مبكرة في حينها إلى ما يعرف بمفهوم التنمية المستدامة والذي بدوره أدى إلى تنامي الوعي بقضايا البيئة وعولمة الصناعة والتجارة ومدى علاقة البيئة.

فبعد نجاح سلسلة المواصفة (ISO 9000) ومع ازدياد الوعي لحماية البيئة، تم تشكيل الفريق الاستشاري الاستراتيجي المعنى بالبيئة (SAGE Environment Groupon) (Advisoy Strategic) في عام 1991 الذي نفذ مناقشات مكثفة بين 20 بلد و11 منظمة دولية وأكثر من 100 خبير بيئي لتحديد المتطلبات الأساسية لنهج جديدة للمعايير ذات علاقة بالبيئة .

وفي عام 1993 وبعد توصية من فريق SAGE قامت المنظمة الدولية للتقييس ISO بتشكيل لجنة فنية "ISO IRC207" لإنجاز مواصفات الإدارة البيئية، وكلفت كندا بتحمل أمانة السر لهذه اللجنة ووضعت لها هدفين هما:

- تحديد أساس ملاءمة المواصفات الوطنية في هذا الال دف تسهيل التجارة الدولية .
- دعم حماية البيئة وفقا للاحتياجات (الاقتصادية والاجتماعية) من خلال توفير مؤسسات مؤهلة لبلوغ الأداء البيئي السليم وتحسينه باستمرار، ويشترك في هذه اللجنة 64 دولة %60 من الدول الأعضاء في المنظمة الدولية للتقييس، كما يشترك في عضوية هذه اللجنة ممثلين عن الصناعة وممثلين عن المؤسسات الحكومية وغير حكومية معنية بشؤون البيئة بلغ عددها 120 مؤسسة

ونتيجة لعدة مقابلات للجنة الفنية "TC 207" في مدينة تورنتو 1993 واستراليا 1994 وأوسلو سنة 1995 تم عرض خمس مسودات كمواصفة دولية وثم المصادقة عليها سنة 1996، وصدرت على إثرها المواصفة ISO 14000 والتي تبين المتطلبات العامة لتكوين إدارة بيئة مع طريقة التقييس. وألزمت المنظمة العالمية للتقييس ISO المؤسسات التي ترغب في تبني نظام الإدارة البيئة ISO 14000 على إدخال أسس هذه المواصفة ضمن هيكلها التنظيمي، وأن تحدد هذه المؤسسات سياسة واضحة اتجاه حماية البيئة والحفاظ عليها، وأن تطبق ذلك بشكل فعلي، مما يوفر دليلا تجاه كافة زبائنها يبين مدى سعيها الجدي في سبيل حماية البيئة والحفاظ عليها والذي يمهد الطريق للمؤسسات لتخطي الحدود الفنية والسياسية والجغرافية، وتساهم بجدية في السوق الدولية⁴.

وتتكون عائلة الايزو 14000 من المواصفات التالية:

الجدول رقم 01: عائلة ISO 14000

الحالة	رقم المواصفة	وتاريخ	العنوان
ISO	14001:1996		نظم الإدارة البيئية: مواصفات مع مرشد الاستخدام
ISO	14004:1996		نظم الإدارة البيئية: إرشادات عامة للمبادئ والأنظمة

والتقنيات المساندة		
تدقيق النظم الادارة البيئية: إرشادات التدقيق البيئي: مبادئ عامة	14010 :1996	ISO
تدقيق النظم الادارة البيئية: إرشادات التدقيق البيئي: إجراءات التدقيق	14011 :1996	ISO
تدقيق النظم الادارة البيئية: إرشادات التدقيق البيئي: معايير مؤهلات المدققين البيئيين	14012 :1996	ISO
تدقيق النظم الادارة البيئية: التقييم البيئي للموقع	1415 : لم يحدد	WD/ISO
الملصقات البيئية: مبادئ عامة	14020 :1998	ISO
الملصقات البيئية: الإعلان البيئي الذاتي	14021 :1999	ISO
الملصقات البيئية: النوع 1: المبادئ والاجراءات	14024 :1998	ISO
الملصقات البيئية: النوع 3: مرشد المبادئ والاجراءات	14026 : لم يحدد	W/D TR
الإدارة البيئية: تقييم الأداء البيئي: الارشادات ISO14031	14031 :1999	ISO
الإدارة البيئية: تقييم الأداء البيئي: دراسة حالة لتوضيح استخدام	14032 : 1999	TR
الإدارة البيئية: تقدير دورة الحياة: المبادئ وإطار العمل	14040 : 1997	ISO
الإدارة البيئية: تقدير دورة الحياة: تعريف الهدف والمجال وتحليل المخزون	14041 :1998	ISO
الإدارة البيئية: تقدير دورة الحياة: تقدير تأثير دورة الحياة	14042 :2000	ISO
الإدارة البيئية: تقدير دورة الحياة: تفسير دورة الحياة	14043 : 2000	ISO
الإدارة البيئية: تقدير دورة الحياة: توثيق بيانات دورة الحياة	14048 :1999	TR
الإدارة البيئية: تقدير دورة الحياة: أمثلة تطبيق ISO 14040	14049 :1999	TR
الإدارة البيئية: المفردات	14050 :1998	ISO
معلومات لمساعدة المنظمات لرعاية الغابات باستخدام ISO 14001-14000	14061 :1998	TR
دليل الجوانب البيئية في مقياس المنتج	14064 :1997	ISO

المصدر: نجم العزاوي، عبد الله النقار، إدارة البيئة -نظم ومتطلبات ISO14000-90000، دار المسيرة، الأردن، 2007،

اما فيما يخص آلية الحصول على شهادة الأيزو 14001، يجب على المنشأة أن تقوم بإنشاء والمحافظة على نظام لإدارة البيئة طبقاً لمتطلبات المواصفة. ويشمل ذلك الخطوات والمراحل التالية⁵:

- ✓ توثيق سياسة البيئة للشركة بحيث تغطي كافة العمليات والمنتجات والخدمات، واعتمادها من أعلى المستويات في الإدارة.
- ✓ المراجعة البيئية، بحيث يتم دراسة المظاهر البيئية الناجمة عن العمليات والمنتجات التي تقدمها الشركة. يمكن أن تتراوح عملية المراجعة هذه من عملية تقييم بسيط للمظاهر البيئية والتأثير البيئي لها ومن الممكن أن تكون عملية تقييم موسعة يتم فيها دراسة استهلاك الطاقة، واستخدام المواد الخام.
- ✓ التخطيط وذلك من خلال تحديد المشاكل البيئية وفرص التحسين البيئي، ووضعها في إطار واضح يغطي: المظاهر البيئية والتأثير البيئي. المتطلبات القانونية وباقي المتطلبات الأهداف وتوقيتات إنجازها (المستهدفات)، برامج إدارة البيئة،

- ✓ التطبيق والعمليات، ويشمل وضع هيكل واضح لنظام إدارة البيئة يضمن أن كافة العاملين على علم بمسؤولياتهم، وكيف تؤثر العمليات اليومية للمؤسسة على البيئة، ويشمل ذلك: التنظيم والمسؤوليات. التدريب والتوعية والكفاءة، الاتصالات، توثيق نظام إدارة البيئة. مراقبة

- مراقبة العمليات، الاستعداد والاستجابة للطوارئ،
- ✓ التحقق والإجراءات التصحيحية، وذلك من خلال إنشاء مراقبة ومتابعة للتأكد من المطابقة للتشريعات البيئية والمستهدفات التي حددتها الشركة. يشمل هذا الجزء: الرصد والقياس، عدم المطابقة والإجراءات التصحيحية والوقائية، السجلات، مراجعة نظام إدارة البيئة،
- ✓ مراجعة الإدارة لأداء النظام وبشكل دوري والتأكد من أن التطوير المستمر حاصل بما يتعلق بالأداء البيئي للشركة.

ج. أهمية سلسلة الأيزو ISO 14000

وتلخصت أهم الفوائد التي تقدمها هذه المواصفة الأيزو ISO 14000 فيما يلي⁶:

- بالنسبة للمؤسسة: المؤسسة التي تلجأ لهذه المواصفات الدولية لديها إمكانية أكبر في دخول الأسواق العالمية وتحقيق تكامل أمامي جيد. كما يساعدها ذلك على تحقيق التكامل الخلفي، حيث يعتمد الممونون في تنمية منتجات وخدمات على مدى قبولها في القطاع وتفادي التعرض لأي مسائل قانونية أو اجتماعية. كما لمواصفات الأيزو ISO 14000 مساهمة جلية في تحسين الأداء البيئي للمؤسسة وعقلنة استغلالها للموارد والطاقة. كما يساهم في تقليل التكاليف وتحسين صورتها امام مختلف السلطات العمومية.

- بالنسبة للزبون: إن المواصفات إجراء يسمح بإحداث التكامل مع التكنولوجيا ويزيد من جودة المنتج مقارنة بالمنافسين، كما تقدم المواصفات العالمية شهادة ضمان بمدى جودة المنتج وأمانه .

- بالنسبة للحكومات: تقدم المواصفات الدولية للحكومات معطيات تكنولوجية وعلمية لتبرير المواقف القانونية فيما يخص الصحة وسلامة البيئة .

- بالنسبة للدول السائرة في طريق النمو: تنشئ المواصفات الدولية مصادر للمعرفة التكنولوجية التي تعد كمرجع يخدم القرارات الاستثمارية- .

- بالنسبة للأرض: إن انتشار المقاييس العالمية المتعلقة بجودة الهواء، والماء، والأرض، وانبعاث الغازات والمواد المشعة، أمور ترفع من درجة حماية البيئة.

د. علاقة التسويق الأخضر المنظمة الدولية للتقييس ISO14000

ان الغاية الأساسية من عرض مفهوم المواصفة البيئية هي لتحديد أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين مدخل التسويق الأخضر. تتمثل النقاط الأساسية لتوضيح العلاقة بين الموضوعين:

- هدف التسويق الأخضر يتمحور حول حماية البيئة، إرضاء الزبائن، وتحقيق الربحية. أما المواصفة ISO14000 فهدفها هو حماية البيئة فقط،
- تطبيق التسويق الأخضر اختياري بينما تشترط المواصفة وجود تغيرات هيكلية أساسية للتصنيف، بصفة عامة تتطلب نظم الإدارة البيئية 3 عناصر والمتمثلة في:

- تطبيق القانون (فيما يخص البيئة)،
- اخذ الحيطة والحذر من التلوث (انذار (Prevenir)،
- القدرة على مواجهة الاخطار.

✓ يرتكز مدخل التسويق البيئي على أساس الابداع التسويقي البيئي وبالتالي تعزيز المنافسة بينما تساهم المواصفة البيئية في رفع درجة البيروقراطية وبالتالي تقليل مستوى الابداع،

✓ تطبيق مدخل التسويق الأخضر لا غموض فيه في حين تطبيق المواصفة البيئية يتطلب استشارات وجهود خارجية حتى تفهمها المؤسسة.

3- عرض لبعض التجارب الدولية في مجال التسويق الأخضر

في هذا الإطار سنستعرض بعض الأمثلة حول التجارب الدولية الناجحة في مجال التسويق الأخضر والحفاظ على البيئة :

أ . التجربة السويسرية: (2021) davis

تطبق البلديات السويسرية سلسلة من القواعد التي قد تبدو صارمة ومشددة إلا أن المواطنين يلتزمون بها ويطبونها حيث أصبحت ضمن روتينهم المعتاد، ففي سويسرا إن أردت أن تترك للبلدية عملية تجميع النفايات من أمام بيتك فإنك تدفع

رسوما لذلك، أما إن قمت بالتخلص من نفاياتك بتوصيلها بنفسك صناديق إعادة التدوير فهذا شيء مجاني.

توجد حاويات خاصة وأكياس خاصة بلون معين لكل نوع من أنواع النفايات، ويتم مخالفتك إن لم تلتزم بها، ويمنع منعاً باتاً إلقاء البطاريات ضمن نفايات أخرى، وعادة ما يوجد صندوق لتجميعها في حمالة السوبر ماركت وفي الشوارع توجد حاويات للزجاج وأخرى للألمونيوم، وأخرى للمخلفات النباتية بالإضافة إلى البلاستيك، والصحف والمجلات. وقد يحدث أن تتوزع هذه الحاويات في عدة أماكن متباعدة حول منزلك، مما قد يتطلب منك أن تخطط لمسارك اليوم بناء على ضرورة مرورك بصندوق من هذه الصناديق.

الجدير بالذكر أن سويسرا حظرت منذ عام 2000 التخلص من النفايات عب وسيلة الطمر و الدفن في باطن الأرض، علماً بأن طبيعة الرتبة الجبلية التي تغطي ثلثي مساحة البلاد تجعل من الصعب الاستمرار في إنشاء حفر لطرر النفايات. ونذكر أيضاً أن النفايات التي لا يمكن إعادة تدويرها أو تحويلها إلى أسمدة يتم التخلص منها عبر عملية الحرق التي تتم في مؤسسات خاصة مصممة بتكنولوجيا متطورة بحيث لا تسبب تلوثاً في الهواء، كما أن الطاقة الناتجة عن عملية الحرق تستغل في إنتاج الطاقة والكهرباء.

ت. التجربة الألمانية

يعود سر جناح ألمانيا في علاج مشكلة التخلص من النفايات في المقام الأول إلى وجود مخططات تنفيذية متكاملة ومدروسة لكافة مراحل التصرف في النفايات وكذا اهتمامها بمفاتيح حماية البيئة الثلاثة وهي: الإدارة السليمة للبيئة، التشريعات، التربية البيئية.

حيث تنتهج ألمانيا نظام إعادة تدوير نفايات التغليف بسيط جداً في فصل جهود مؤسسة ألمانية خاصة تنظم عملية الجمع التي تمولها عن طريق رسوم الجمع التي يدفعها المنتجون أنفسهم بحيث يمكنهم ذلك من وضع العلاقة التجارية (نقطة خضراء) على منتجاتهم، و تقدر اليد العاملة في عملية الفرز 120 عامل وتقوم باسترجاع المواد العضوية، بحيث يتم اليوم تدوير الزجاج في ألمانيا بنسبة 99%، كما تخطط مؤسسات التخلص من النفايات لإقامة 57 مفاعلاً جديداً في السنوات القادمة، لكسب الطاقة من حرق النفايات.

وواقع الحال أن هناك في ألمانيا عدداً من محارق النفايات تزيد قدراتها من قدرات المواطن الألماني الذي ينتج 450 كغ من النفايات في العام. ولهذا، ورغبة في توسيع أعمالها وزيادة أرباحها، صارت مؤسسات التخلص من النفايات تستورد الكميات الفائضة في أوروبا، كي تتخلص منها بالطرق التي لا تضر بالبيئة.

ث. تجربة الولايات المتحدة الأمريكية

رفعت مدينة دالاس شعار "النفايات ليس لها مكان في المدينة"، وقد استطاعت المدين في سنة 2005 من إعادة تدوير ما يقارب 10 آلاف طن من النفايات ولتزداد في سنة 2008 إلى ما يقارب 30 ألف طن وذلك من خلال وضع حاويات بألوان معينة مخصصة لرمي مواد النفايات وبحسب أصنافها (بلاستيك، زجاج ورق، مخلفات الغذاء)، ليتم بعد ذلك جمعها وتحويلها إلى معامل إعادة التدوير.

د. تجربة السويد

تعتبر تجربة السويد فريدة من نوعها، فالسويد تقوم باسترداد النفايات من الدول الأوروبية الأخرى لإعادة تدويرها إضافة إلى كون هذا البلد له واقع وآفاق كبيرة في جمال البيئة كالاتي:

تبلغ قدرة إعادة تدوير النفايات في السويد حوالي 4,5 ملايين طن سنويا، وقد حل هذا البلد في المرتبة السادسة بين البلدان الأكثر تدويرا للنفايات بنسبة تقارب % 50 بعد هولندا وسويسرا %51 ، بلجيكا %58 ،ألمانيا %62، والنمسا % 63 ، بحسب وكالة البيئة الأوروبية.

ج. تجربة إسبانيا

تطبق المطارات الإسبانية تجربة لطريقة جديدة في هبوط الطائرات من شأنها أن تقلل من انبعاث الغازات الثنائي أوكسيد الكربون Co_2 جراء احتراق الوقود الإضافي خلال الهبوط، وهذه الطريقة تقوم على أساس إطفاء محركات الطائرة أثناء الاستعداد للهبوط على مدرج المطار، وهي بذلك تحاكي أسلوب السيارة عند نزولها من مكان مرتفع إلى الأسفل فلا تكون بحاجة إلى ضغط السائق على دواسة الوقود. وهذه الطريقة من شأنها أن تقلل من استهلاك 100 غالون من وقود الطائرة، وتخفض 1 طن من الغازات المنبعثة جراء احتراق الوقود وعمل المحركات، فضلا عن تقليل شدة الضوضاء داخل الطائرة واختصار ما يقارب 4 دقائق في عملية الهبوط، وهذه الطريقة تسمى ب"الهبوط الصديق للبيئة لكن العائق الذي يعترض تطبيقها هو الحاجة إلى تدريبات إضافية للسيطرة على حركة هبوط الطائرة.

4. بعض التجارب الجزائرية في مجال تطبيق التسويق الأخضر

أ. تجربة مجمع صيدال للتسويق الأخضر: يتجه مجمع صيدال نحو تبني استراتيجية التسويق الأخضر مدفوعا بجملة من العناصر:

✓ المحافظة على البيئة لا سيما وان الصناعة الدوائية غير الخضراء تدر كميات كبيرة من الفضلات والمذيبات السامة التي تلوث الهواء والماء مما

ينعكس سلبا على صحة المواطن (انتشار الامراض الخطيرة) ويؤثر على جدوى البرامج الصحية والأدوية المقدمة وما يرتبط مع ذلك من زيادة الانفاق الحكومي على الصحة،

✓ ارتفاع تكاليف الادوية الكيميائية لاسيما في جانب التخلص من فضلاته السامة الى جانب انخفاض نسبة ماويتها على صحة المريض.

يعتز مجمع صيدال الاتجاه أكثر نحو اعتماد آليات التسويق الأخضر لا سيما في جانبه الإنتاجي ويظهر ذلك جليا من خلال الإجراءات المتخذة والتي سيتم اتخاذها في السنوات القليلة القادمة من أبرزها شركة Hurbertbiotic حيث تم تحويل مصنع قسنطينة لإنتاج الانسولين الى قطب متخصص في انتاج المواد الطبية التي تستعمل التكنولوجيا الحيوية بهدف تغطية الطب على أدوية علاج السكري المقدر 5 مليون جرعة سنويا تستورد الدولة أكثر من 90% منها دولة أجنبية، ونص الاتفاق في المرحلة الأولى على نقل التكنولوجيا بتكلفة منه ألف أورو. إضافة الى ذلك قامت صيدال بتركيب أنظمة وتجهيزات لحماية البيئة تجاوبا مع القوانين المنظمة لحماية البيئة في الجزائر لا سيما قرار رقم 198-06 الصادر في 19-05-2007، على غرار خزانات لاحتواء المذيبات السامة ونظام تبريد خاص للمخزون وتركيبات مضادة للانفجار، الى جانب استخدام الازوت لتحقيق اضرار المذيبات ويرتبط نظام الحماية من الاخطار في عدة وحدات من المجمع بإجراءات عديدة لحماية البيئة لاسيما تلك المتعلقة بتحقيق اضرار المذيبات الكيميائية على البيئة. تجسد مفهوم التسويق الأخضر في الصناعة الدوائية بشكل قوي من خلال اتجاه الأطراف الفاعلة في هذه الصناعة العالمية، وأخذت البيئة بعين الاعتبار، والحفاظ على صحة وسلامة المريض بشكل طوعي عبر البحث عن المردودية المالية المرتبطة ارتباطا وثيقا بمردودية أنشطة البحث والتطوير والمعبر عنها بعد الاكتشافات الجديدة وفعاليتها في معالجة الامراض المستعصية وهذا ما أدى بالشركات الى التوجه الى مجال التكنولوجيا الحيوية المعروف بصداقته للبيئة وفعالية ادويته أو بشكل اجباري من خلال انتهاج الدول لتشريعات صارمة في مجال حماية البيئة الى جانب الضغط الذي مارسته المنظمات غير الحكومية على الشركات العلمية الكبرى بصفة عامة والشركات الدوائية بصفة خاصة.



ب. تجربة أوريفلام في مجال التسويق الأخضر: قد لا نعرف ان لاوريفلام أعمال أخرى غير أدوات التجميل ومنتجات العناية بالبشرة. وهي أيضا تحتل مناصب رئاسية في عدة جمعيات هامة. فهي المؤسسة المشارك للمؤسسة العالمية للطفولة وهو عمل خيري تقوم به اوريفليم لرعاية وتعليم الأطفال في العالم. وكذا عدة مشاركات في جمعيات عالمية كحماية البيئة وكذا جمعيات الرفق بالحيوانات. كذلك بدأت شركة أوريفليم منذ 2004 واسمها مذكور في البورصة العالمية وتشارك بفعالية وبقوة مثلها مثل كبرى شركات الاستثمار العالمية. وهي مدرجة بالبورصة بسهم Nasdag OMX Exchange وأيضا من أهم الأشياء التي تميز شركة اوريفليم عن غيرها من شركات مستحضرات التجميل ان كل منتجاتها طبيعية وخالية من أي مواد كيميائية مضرّة، فقط "من خير الطبيعة".

مدى تطبيق اوريفلام للتسويق الأخضر: ان شركة اوريفلام بتبنيها للتسويق الأخضر قد تمكنت من تحقيق مبادئ التنمية المستدامة والمتمثلة فب المسؤولية الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، ويتضح ذلك من خلال ما يلي:

✓ المسؤولية الاجتماعية: لقد تمكنت الشركة من تحقيق غايات واهداف العديد من الناس (مستشارين) وذلك من خلال خلق مناصب شغل وإتاحة الفرص لمن أراد النجاح في الحياة وتحقيق ما يريد، فقد حققت اوريفليم كذلك في البعد الاجتماعي دعما لعدد الجمعيات المحلية للطفولة،

✓ المسؤولية الاقتصادية: ان شركة اوريفليم من بين أكبر الشركات المساهمة في الاقتصاد السويدي باعتبارها شركة عابرة للقارات فهي تعود بدخل كبير ونافع للاقتصاد السويدي، أما بالنسبة لاقتصاديات الدول التي تعمل بها الشركة فهي تقضى على البطالة وكذا تزيد من رفع المستوى المعيشي للأفراد "المستشارين"،

✓ المسؤولية البيئية: من بين مساعي اوريفلام الدائمة الحفاظ على البيئة ويتجسد ذلك من خلال منتجات الشركة حيث ان الاكسسوارات التي هي مصنوعة من الجلد ولكن ليس من جلد الحيوانات فقد سبق الذكر ان اوريفليم من الأعضاء الفاعلين في جمعية حماية الحيوانات، لذلك تستعمل في منتجاتها جلد نباتي مستخرج من نبتة الشاي الطبيعي. وكذلك فان الشركة تشارك في مختلف المناسبات البيئية هي ومستشاريها في حملات بيئية مثل حملات التشجير... الخ. كما أن الشركة لها بعد اجتماعي متمثل في مساعدة الأشخاص وكذا عدم تجريب منتجاتها على الحيوانات بل على الانسان وهذا يتمثل في البعد البيئي أما مساهمتها الكبرى فتتمثل في مداخيلها لمختلف اقتصاديات الدول تكون قد حققت البعد الاقتصادي.

ان شركة أوريفلام تعتمد على الأسس والمبادئ الأساسية للتسويق الأخضر، من بعد اجتماعي كمساهمتها للعملاء والمستشارين، والبعد الاقتصادي بمساهمتها في رفع الاقتصاد العالمي في البورصة، وأخيرا في البعد البيئي من خلال انتاجها الخاص بحماية البيئة.



ت. تجربة مؤسسة tonic:

تنشط المؤسسة في مجال صناعة الورق والكرتون، مقرها الرئيسي في المنطقة الصناعية مدينة بواسماعيل ولاية تيبازة ، عودتاريخ يعود تاريخ الإنشاء لسنة 2011 ، وتنشط في القطاعات الفرعية للصناعة التحويلية من تحول الورق إلى إنتاج الورق المقوى بما في ذلك النشر والطاعة.



كما تتضمن المؤسسة وحدة لإعادة تدوير نفايات الورق التي يتم جمعها بوسائلها الخاصة بواسطة شبكة خارجية واسعة تغطي كل التراب ، حيث الوطني حيث تسترجع المؤسسة حوالي 95%التر من الكرتون الملقى في الجزائر ، وتضم وحدة للاسترداد بطاقة إنتاجة

تقدر 100طن/يوم مقسمة إلى ورشتين إحداهما مخصصة للورق والأخرى للكرتون مجهزة بأحدث المعدات، وتتوفر الوحدة على عمال مؤهلين ذوي خبرة مكلفين بفرز ورزم الورق، كما تتوفر المؤسسة على محطة لمعالجة المياه بسعة 5000 متر مكعب يوميا،تسمح بإعادة تدوير مياه الصرف الصحي واستعادة الألياف وبالتالي تقليل استهلاك المياه من 36 متر مكعب إلى 10 متر مكعب.



-
- 1 موسى عبد الناصر ورحمان أمال، الادارة البيئية وآليات تفعيلها في المؤسسة الصناعية، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الرابع، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، ديسمبر، 2008، ص.67
 - 2 ناصر بوشارب، مرجع سابق، ص.71.
 - 3 نجم العزاوي وعبد الله حكمت النقار، إدارة البيئة -تظم ومتطلبات ISO14000-90000، دار المسيرة، الأردن، 2007، ص.127.
 - 4 مرجع سابق، ص 210.
 - 5 منية خلفاوي، مرجع سابق، ص 54.
 - 6 راشي طارق، الاستخدام المتكامل لمواصفات العالمية (الايزو) في المؤسسة الاقتصادية لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة شركة مناجم الفوسفاط بتبسة -SOMIPHOS- ، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم لتسيير، جامعة سطيف، 01 الجزائر، 2010، ص.57.