

« AlooFood » دراسة حالة مؤسسة . تحقيق التنمية المستدامة . أثر الابتكار التسويقي في تحقيق التنمية المستدامة .

THE IMPACT OF MARKETING INNOVATION ON ACHIEVING SUSTAINABLE DEVELOPMENT. CASE STUDY «AlooFood »

دريهم سارة

مخبر POLDEVA ، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان
drihem.sarra@gmail.com

حاج سليمان خرواع هند*

مخبر LARMHO ، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان
hinde.kheroua@univ-tlemcen.dz

*المؤلف المراسل

Reçu 15-Octobre-2021	Accepté 08-Décembre-2021	Publié en ligne 27-Décembre-2021
----------------------	--------------------------	----------------------------------

ملخص:

إن الأوضاع البيئية و الاجتماعية الراهنة أصبحت عاملا مهما يتحكم في نجاح المؤسسات و استمرارها، فنشاط هذه الأخيرة لم يعد يقتصر على تحقيق العوائد المالية و الأرباح، بل صار يتعدى ذلك إلى ضرورة تحقيق التنمية الاجتماعية و المحافظة على البيئة المحيطة، و من هنا يظهر جليا أهمية توجيه المؤسسات نحو تطبيق مبادئ التنمية المستدامة للحصول على أفضل النتائج في مختلف الجوانب على المدى الطويل. و بناء على ذلك كانت دراستنا حول مدى تأثير الابتكار على تحقيق مبادئ التنمية المستدامة بالمؤسسة، و بالأخص الابتكار التسويقي تماشيا مع نشاط مؤسسة AlooFood الخاصة بخدمة توصيل الأكل الجاهز، أين قمنا بجمع المعلومات عن طريق المقابلة و الأسئلة المفتوحة مع الممثل التجاري للمؤسسة بولاية تلمسان. و من النتائج التي تم التوصل إليها : وجود علاقة قوية بين الابتكار و التنمية المستدامة فقد يكون أحدهما دافعا من أجل القيام بالآخر، الابتكار التسويقي مهم للمؤسسة بنفس أهمية الابتكار التكنولوجي، مؤسسة AlooFood تقوم بتطبيق بعض مبادئ التنمية المستدامة بطريقة اختيارية. **الكلمات الرئيسية:** الابتكار ، الابتكار التسويقي ، التنمية المستدامة، خدمة توصيل الأكل

Abstract :

The current environmental and social conditions have become an important factor that controls the success and sustainability of institutions. The latter is no longer confined to achieving financial returns and profits, but rather to the necessity of achieving social development and preserving the environment. Hence, it is clear the importance of guiding firms to apply the principles of sustainable development to achieve the best results in various aspects in the long term. Accordingly, our study is based on the impact of innovation on the achievement of the principles of sustainable development in the firm, in particular the marketing innovation in line with the activity of AlooFood which is the delivery service, where we collected information through the interview and open questions with the commercial representative of the institution in Tlemcen. From the results reached: There is a strong relationship between innovation and sustainable development. One may be motivated to do the other. Marketing innovation is as important to the enterprise as technology innovation. AlooFood applies some principles of sustainable development in an optional way.

Keywords : Innovation, Marketing Innovation, Sustainable Development, Food Delivery Service

1- مقدمة:

إن المتتبع لتطور الحياة البشرية يلاحظ بحث الإنسان الدائم عن طرق تسمح له بالتكيف مع محيطه مستخدما قدراته العقلية و البدنية من أجل الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية المتاحة له، فابتكار كل ما هو جديد ما هي إلا طبيعة بشرية تطورت بتطور احتياجات الإنسان، و لعل أهم دليل على حتمية الابتكار ما شهده العالم من خلال الثورة الصناعية، التي كانت نقلة نوعية في حياة المجتمعات و أدت نتائجها للوصول إلى ما نحن عليه الآن. فإن نشاط الابتكار، يعتبر من النشاطات الأساسية و المهمة في حياة المنظمات، فقدرة المؤسسة على توليد الأفكار الجديدة و العمل بها يعد أمرا ضروريا و مهما يساهم في تطورها، خاصة في ظل تحديات التنمية المستدامة .

فالابتكار كلمة لاتينية تعني " التجديد" و كان استعمالها كمفهوم أو عملية لأول مرة من قبل " ميكافلي" (1513) الذي عرف الابتكار بأنه " إعطاء انطباع بتجديد نظام سياسي من أجل الحفاظ على قوته في أوقات الشدة"، و تم استخدامه في الحياة الاقتصادية من قبل الاقتصادي " جوزيف شامبيتر" في أوائل الأربعينيات ثم شاع استخدامه في مختلف المجالات لاحقا. أما مفهوم التنمية المستدامة فظهر خلال السبعينيات من خلال مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية البشرية (1972)، الذي كانت قضيته الأساسية " تدهور البيئة" خاصة في البلدان المتقدمة التي تعرف نموا متسارعا، ثم تبلورت معالم هذا المفهوم سنة (1987) بصدر التقرير العالمي الشهير " مستقبلنا المشترك" عن اللجنة العالمية للبيئة و التنمية و المسماة بـ" لجنة برناتلاند"، التي أكدت بأن التنمية المستدامة هي عملية تغيير يتم من خلالها استغلال الموارد وتوجيه الاستثمارات والتنمية التكنولوجية والتغيرات المؤسسية وتتم بطريقة تتوافق فيها متطلبات الحاضر مع المستقبل. وعليه فإن التنمية المستدامة هي حاجة للمجتمع ككل بصفة عامة و على المؤسسات بصفة خاصة السعي نحو تطبيقها، حيث إن الابتكار في سياق التنمية المستدامة يعني الهدف إلى التوازن بين نمو الاقتصاد الأخضر والعدالة الاجتماعية والمساواة والحماية البيئية بطريقة جديدة ومبتكرة.

و من هذا المنطلق كانت فكرة دراستنا، و التي تركز بصفة خاصة على الابتكار التسويقي، نظرا لأهميته الكبيرة بالنسبة للمؤسسات الباحثة عن التميز و في ظل صعوبة القيام بالابتكار التكنولوجي خاصة بالنسبة للمؤسسات الحديثة النشأة. تتمحور فكرة البحث حول تبيان الدور الذي يلعبه الابتكار و خاصة التسويقي بالنسبة للمؤسسة عن طريق إبراز أهميته و أثره في تحقيق التنمية المستدامة، و من هذا المنطلق نتساءل : " ما هو أثر الابتكار التسويقي على تحقيق التنمية المستدامة في المؤسسة؟- دراسة حالة مؤسسة توزيع الأكل الجاهز " Aloofood

2- تعريف الابتكار و أهميته:

تتعدد مفاهيم الابتكار و تختلف باختلاف الباحثين و مدارسهم و مناهجهم و كذا الأفكار التي تأثروا بها

1-2 تعريف الابتكار من منطلق صفات شخصية :

تطرق " سيمبسون " إلى تعريف الابتكار من باب الصفات الشخصية، فعرفه بأنه "المبادرة التي يبدئها الفرد في التفكير بطرق جديدة و غير عادية"، و رأى ضرورة استخدام مصطلحات في مناقشة مفهوم الابتكار كالاكتشاف، الاختراع، الخيال، حب الاستطلاع. فهذا التعريف يقدم نظرة لصفات المبتكر، و التي تحتوي على عدة تناقضات، فالمبتكر يتميز بصفات النادر لكنه لا يخالف المعايير يتميز بالفردية و الانطواء، لكنه يشارك في الأنشطة الجماعية و قد يتولى القيادة، يعتمد على الخيال من أجل تطوير الواقع.

2-2 تعريف الابتكار على اساس الإنتاج Production :

من هذا المنطلق يعرف روجرز (Rogers, 1995) الابتكار على أنه ظهور لإنتاج جديد نابع من التفاعل بين الفرد و الخبرة. أما إيلين بيرس Piers¹ عرفه بقدرة الفرد على تجنب الروتين و الطرق التقليدية من أجل تحقيق إنتاج جديد و غير شائع. فالابتكار من منظور الانتاج يقضي بخلق إنتاج جديد، من أجل إشباع حاجة موجودة ، أو كامنة، و يكون نتيجة اعتماد الفرد على الخبرة التي يحوز عليها.

2-3 تعريف الابتكار كعملية Process :

قدم " ماكينون Mac inon " التعريف التالي للإبتكار : "هو عملية تمتد عبر الزمن، تتميز بالأصالة و القدرة على التحقق"، أما " تورانس" فعرف الابتكار على أنه " عملية لمعرفة الثغرات و عدم التوازن في المعلومات و العناصر المفقودة ". فالابتكار كعملية هو موجه لحل مشكلة أو تحقيق هدف معين، و كون ذلك باتباع مجموعة من العمليات، مثل وضع الفرضيات و اختبارها، و استنباط نتائجها و من ثم نشرها و تبادلها، وقد نقوم بإجراء تعديلات بناء على النتائج المتحصل عليها .بالنسبة لشمبتر Schumpeter (1942) " الابتكار هو مجموعة من التغييرات للنتائج الغير متوقعة و العمليات المتواصلة، و خلق الحاجة إلى منهجية الابتكار للمنتجات و العمليات الممارسات الادارية،، كما يعرفه أيضا بأنه عملية و نتيجة خلق شيء جديد.

2-4 الفرق بين الابتكار، و كل من الإبداع - الاختراع - العلم :

هنالك العديد من المفاهيم و المرادفات التي قد تستخدم للتعبير عن الابتكار، لذا يجب التعريف الدقيق لكل مفهوم، حتى لا يكون هناك خلط بين كلمة الابتكار و مفاهيم أخرى
يمكن ان نعرف الإبداع على أنه " عملية فكرية، تجمع بين المعرفة و العمل الخلاق". و يعرف " Richard Daft " الإبداع على أنه " القدرة على جمع المعلومات، بطريقة تؤدي إلى خلق أفكار جديدة".
و طبقا لقاموس " بنجوين The Pengnin Dictionary of Psychology " يعرف الإبداع على أنه " عملية عقلية تؤدي الى حلول و افكار و مفاهيم و أشكال فنية و نظرية، تتسم بالتفرد و الحداثة ".
فالابداع ، و من خلال التعاريف المقدمة يحتوي على عدة أوجه تشابه بينه و بين الابتكار، سنقوم بتبيان أوجه الاختلاف بين المصطلحين بطريقة أدق من خلال الجدول التالي :

جدول رقم 01: الفرق بين الابداع و الابتكار

الابتكار	الإبداع
الابتكار تنفيذي	الابداع فكري أكاديمي
الابتكار هو استجابة للإبداع	الابداع محفز للابتكار
الابتكار هو ترويج و تنفيذ الفكرة	الابداع هو صناعة فكرة
المبتكر هو مستثمر للفكرة، مدعمها، منميتها و منفذها	الشخص المبدع هو مصدر الفكرة و صانعها

المصدر : مترجم من Metaiche Mohammed El Amine(2011), page 05

¹ أسامة خيري محمد، مرجع سابق، ص68

و مما سبق، نستنتج أن الابداع هو تلك المرحلة التي تتولد فيها الأفكار الجديدة، بينما الابتكار هو الجانب الملموس من خلال تنفيذ الفكرة و تحويلها إلى منتج .

أما الاختراع فعرفه " Robbins & Coutler"² على أنه يهدف على التوصل على فكرة جديدة، ترتبط بالتكنولوجيا، و يكون لها أثر على المنظمات المجتمعية.

فقام "F.M.Scherer"³ (1967) بالتفريق بين كل من الاختراع و الابتكار، حيث قال بأن " الاختراع يعمل على التأثيرات الفنية في توليد فكرة جديدة، حيث أن المتغيرات الملموسة يمكن أن تكون على شكل نقود أو مهندسين"، أما الابتكار، فهو يحقق أثرا اقتصاديا، فيكون تخصيص الموارد البشرية و المادية من أجل حل المشكلات الفنية، و التجربة و الخطأ هي العناصر الأكثر أهمية . فالاختراع يجب أن يحقق عائدا اقتصاديا، أي أن يكون قابلا للتسويق و البيع، و الوصول إلى المستهلك النهائي، أما إذا لم يتحقق هذا الشرط فسيبقى اختراعا و يحافظ على براءة الاختراع .

و أخيرا يعرف العلم، على أنه " تحويل المال إلى معارف"، و يعرفه قاموس " Larousse" بأنه " مجموعة متماسكة من المعرفة بفئات معينة من الوقائع أو الأشياء، أو الظواهر التي تطيع القوانين، و/أو التحقق منها بطرق تجريبية"⁴. فعلى عكس العلم، فإن "الابتكار هو تسخير المعارف و تحويلها إلى مال".

3- الابتكار و أثره على التنمية المستدامة

الغرض من هذه الدراسة هو توضيح اثر الابتكار على التنمية المستدامة، و سوف نتطرق لتوضيح مفهوم التنمية المستدامة، أبعادها و الأطراف الفاعلون فيها و كيفية تطبيقها في المؤسسة، و أخيرا أثرها على المؤسسة. من خلال ذلك سنقوم بالتعريف بالتنمية المستدامة و مختلف الجوانب المتعلقة بها.

3-1 مفهوم التنمية المستدامة و مبادئها

إن التنمية المستدامة مفهوم نشأ بالتدريج و تبعاً لاحتياجات تعقد الحياة البشرية في ظل الموارد المحدودة، فظهر هذا المفهوم في مؤتمر ستوكهولم للبيئة سنة 1792 ثم بدأت معالمه بالتبلور بعد تقرير اللجنة العالمية للبيئة و التنمية "لجنة بروتلاند" سنة 1987 هذا التقرير الذي أفضى بعدم إمكانية تحقيق تنمية اقتصادية دون وجود تنمية اجتماعية . و كتعريف للتنمية المستدامة، نقدم تعريف " لجنة بروتلاند" التي عرفت التنمية المستدامة على أنها " التنمية التي تأخذ بعين الاعتبار حاجات المجتمع الحالي، دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية حاجاتهم"⁵ . و عليه يمكن أن نستنتج النقاط التالية :

- تركز التنمية المستدامة على الجانب الاجتماعي، حيث أن للفقراء نفس الحظ في الحصول على الموارد التي تسمح بتحقيق التنمية.
- تستند التنمية المستدامة على عنصر طول الزمن أو الاستدامة الزمانية.
- ضرورة وجود تضامن بين الأجيال الحالية و المستقبلية.
- ضمان التوازن في النمو الاقتصادي بين بلدان الشمال (الغنية) و دول الجنوب (الفقر).

3-2 مبادئ التنمية المستدامة

فحسب ميثاق "ريو دي جانيرو" سنة 1992 فإن التنمية المستدامة تعتمد على ثلاثة مبادئ رئيسية وهي⁶ :

- 1- **مبدأ المسؤولية الاجتماعية** : حيث أنه على المؤسسات و الافراد و المجتمع، تحمل نتائج قراراتهم و أعمالهم، و من وجهة نظر مآكر وإقتصادية، فالمسؤولية الاجتماعية هي استجابة المؤسسات لطلبات مختلف الأطراف الفاعلين في المجتمع، فعلى المؤسسات ان تتحمل التكاليف الناتجة عن نشاطاتها.
- 2- **مبدأ الاحتياط** : المبدأ الوقائي هو مبدأ فلسفي يهدف إلى وضع تدابير لمنع المخاطر ، عندما لا يكون العلم والمعرفة التقنية قادرين على توفير اليقين ، لا سيما في مجال البيئة والبيئة .الصحة.
- 3- **مبدأ الحوكمة، الشفافية و المشاركة** : فالتنمية المستدامة تركز على مشاركة المجتمع، في كل المستويات، حيث انه لكل فرد الحق في معرفة المعلومات التي تمكنه من أخذ قرارات رشيدة و أن يساهم في عملية التنمية.

بالإضافة إلى مبادئ أخرى و هي :

- معالجة النفايات بمختلف أنواعها
- الحد من الانبعاثات
- التوظيف الأمثل للموارد الاقتصادية
- العمل على إطالة الموارد و التخطيط الاستراتيجي لها.
- التوفيق بين حاجات الأجيال الحالية و المستقبلية.

3-3 أبعاد التنمية المستدامة

إن التنمية المستدامة تركز على ثلاثة أبعاد رئيسية و هي : البعد البيئي، البعد الاقتصادي، البعد الاجتماعي.

- ✓ **البعد البيئي**: يتمثل البعد البيئي في المحافظة على الموارد الطبيعية المحدودة و استخدامها بشكل أمثل، مثل ترشيد استهلاك الماء، الكهرباء، الغاز، المحافظة على الغابات، إعادة التدوير النفايات...إلخ. حيث يشير تقرير منظمة السلام الأخضر ، أنه ستكون تغيرات بيئية كبيرة بحلول سنة 2080 بسبب ارتفاع درجة حرارة الأرض و ذوبان أجزاء من القطب الجليدي، و هذا نتيجة للتنمية التقليدية التي تعتمدها أغلب الدول.
- ✓ **البعد الاقتصادي** : حيث أنه من خلال تطبيق التنمية المستدامة نسعى إلى تحقيق معدلات نمو اقتصادية و تطوير الانتاج الوطني، و تحسين القدرات التنافسية و تعبئة الادخار الوطني و تشجيع الاستثمار و تقليص الاعتماد على الاقتراض الأجنبي.

- ✓ **البعد الاجتماعي** : تعتبر التنمية المستدامة البشر ككثرة يجب الاهتمام بها و تلبية الحاجات الضرورية من صحة و تعليم و محارب للفقر، حرية التعبير و وصولا إلى اسهام الموظفين في إتخاذ القرارات.

3-5 كيفية تطبيق التنمية المستدامة من طرف المؤسسات

- من أجل تطبيق و وظيفة التنمية المستدامة تعتمد المؤسسات على مجموعة من المعايير و المواصفات و النماذج :
- ✓ **معياري إيزو 14001** : الصادر سنة 2004، و تختص هذه المواصفة بترشيد استهلاك الطاقة و الموارد الطبيعية، الحد من التلوث

- ✓ **معيار إيزو 9001** : الصادر سنة 2015، تختص هذه المواصفة بتطوير أسلوب الإدارة، تحسين نشاط الانتاج و جودته و تخفيض التكاليف، و الرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة.
- ✓ **معيار OHSAS 18001** : و يسمى بمعيار الصحة و السلامة المهنية صدر سنة 2007، و هو خاص بتسطير نظام للتحكم في المخاطر المتعلقة بالصحة و السلامة المهنية.
- ✓ **مواصفة SA8000** : و تسمى بنظام المسائلة الاجتماعية، تهدف إلى تحسين ظروف العمال و محاربة عمالة الأطفال و تقديم الأجور العادلة للعمال، بالإضافة إلى ضمان حرية التعبير و التجمع و عدم التمييز.
- ✓ **معيار إيزو 26000** : و تسمى المواصفة القياسية حول المسؤولية الاجتماعية للشركات، صدرت سنة 2008 و دخلت التطبيق الفعلي سنة 2010 و تركز على المبادئ التالية :
 - تقديم المساعدة للمنشآت من أجل تطبيق المسؤولية الاجتماعية.
 - التعرف على أصحاب المصالح و العمل و الاشتراك معهم.
 - العمل على نشر تقارير حول تطبيق المسؤولية الاجتماعية
 - زيادة رضا و ثقة العملاء
 - العمل على تطبيق المعاهدات و الاتفاقيات القائمة وعدم التعارض معها.

من بين المبادرات الصادرة عن المنظمات و الجمعيات و نماذج التميز الإداري:

- ✓ **مبادرة منظمة التنمية و التعاون الاقتصادي**: قامت هذه المنظمة بمبادرات من أجل توجيه المنشآت إلى المسؤولية الاجتماعية، كما أنه تقوم بمفاوضات من أجل تحقيق اتفاقيات حول شروط العمل، كما أنه تعنى بالجانب البيئي و الصحي.
- ✓ **العقد العالمي**: و تسمى بمبادر "كوفي عنان"، وهو عبارة عن مبادرات تلقائية لمؤسسات تطمح على ترقية التعاون بين مختلف الأطراف من أجل النهوض بالشركات.
- ✓ **المبادرة العالمية للإفصاح**: أنشئت سنة 1997، تهدف إلى تحديد طرق وضع تقارير حول تطبيق مبادئ التنمية المستدامة.
- ✓ **نماذج التميز الإداري**: هناك عدة نماذج لكن النموذج الذي يعتبر هو الأساس و مرجعا للنماذج الأخرى هو نموذج الجائزة الأوربية لإدارة الجودة و يشتمل على عدة معايير ترى بأن نجاح المؤسسة يتعدى احترام النظم القانونية بل يجب عليها ان تتصرف بطريقة مسؤولة تجاه أصحاب المصالح و القيام بالإفصاح عن نشاطاتها في مجال المسؤولية الاجتماعية.

4- الدراسة الميدانية :

4-1 تطور سوق خدمة توزيع الأكل الجاهز و نماذجه الاقتصادية

نشأت خدمة توصيل الأكل إلى المنازل لأول مرة بتوصيل الأكل للمنازل لفائدة الأشخاص المسنين، ثم سنة 1956 قامت المؤسسة العائلية API بإطلاق خدمة لتوصيل مأكولات جاهزة و ساخنة من مطعم محلي إلى عمال المنطقة. أما الابتكار الأهم في هذا المجال ظهر مع ابتكار خدمة توصيل البيتزا الساخنة إلى المنازل "Pizza Delevery"، و يرجع الفضل في ذلك إلى مؤسس سلسلة مطاعم "دومينوز بيتزا" chaîne Domino's Pizza "توم مونغان Tom Monaghan" سنة 1960 الذي

قام بتوصيل أول بيتزا للمنازل في الولايات المتحدة الأمريكية. فيمكن اعتبار عملية توصيل البيتزا مفتاحا لهذا السوق، كما أنها تعد إلى غاية اليوم المنتج الأكثر طلبا في إطار هذه الخدمة

2-4 النماذج الاقتصادية لخدمة توصيل الأكل الجاهز :

تشتمل خدمة توصيل الأكل الجاهز عادة على ثلاثة ميادين : الإطعام السريع، المقاهي، المطاعم العادية أو التقليدية، و من أجل تنفيذ هذه الخدمة هنالك ثلاثة (03) نماذج اقتصادية وهي ⁷ :

1-2-4 خدمة التوصيل باستعمال الوسائل الخاصة :

و نعني بهذا النموذج قيام المطعم بتولي خدمة توصيل الأكل إلى الزبائن بنفسه و استخدام وسائله الخاصة، و في هذه الحالة نجد المطعم يمتلك الأشخاص و المعدات اللازمة لذلك عادة ما تتم بواسطة الدراجات النارية (Scooters). من مميزات هذا النموذج وجود علاقة مباشرة بين الزبون و المطعم، و لكن من الناحية الاقتصادية فهذا النموذج يحمل معه العديد من الأعباء المكلفة بالنسبة للمطعم (أجرة عمال خدمة التوصيل، كلفة اقتناء الدراجات النارية و صيانتها، كلفة البنزين،... إلخ)، كلها تكاليف تضاف إلى مهام مسير المطعم الذي يجب أن يحرص بنفسه على عملية توصيل الأكل .

2-2-4 النموذج نصف- مدمج :

في هذا النموذج تقوم مؤسسة مستقلة بعمل وساطة بين المطعم و الزبون، يقوم هذا الأخير بالدخول إلى الموقع الالكتروني للوسيط أو تحميل تطبيقه على الهاتف الذكي و يمكنه الاضطلاع على قائمة المطاعم و كذا قائمة الأكل مع الأسعار ومن ثم اختيار طلبته، في هذه الحالة تتوفر المطاعم التي تتعامل مع الوسيط على تطبيق خاص Application من أجل تمرير الطلبات و تأكيد جاهزيتها و تعتمد على خدمة الإنترنت، و ما إن يقوم الزبون بتأكيد الطلبية و إدخال بياناته (الهاتف والعنوان المحدد)، يقوم الوسيط بإرسال الطلبية إلى المطعم المعني الذي يتكلف بتحضيرها و من ثم إعلام الوسيط بجاهزية الطلبية ما يسمى ب " Cilck and Eat " . و عند جاهزية الطلبية ترسل المؤسسة الوسيطة إلى عمالها بواسطة تطبيق خاص يعمل كذلك بواسطة الانترنت، طلب توصيل مع رقم هاتف الزبون، فيقوم عامل التوصيل بأخذ الطلبية من المطعم و توصيلها للزبون مع أخذ أجرة الطلبية + مصاريف خدمة التوصيل.

و من أمثلة هذه المؤسسات الوسيطة " Aloo Resto " 1998، " Deliveroo " البريطانية التي أنشئت سنة 2013 ، " Resto-in " سنة 2006، " Foodora " الألمانية سنة 2014، " Uber Eats " سنة 2014، و مؤخرا بالجزائر Jumia food.

3-2-4 نموذج العلاقات :

نجد كذلك في هذا النموذج مؤسسة وسيطة بين المطعم و الزبون، لكنها لا تقوم بخدمة توصيل الأكل، و قد أنشئ هذا النموذج من قبل " Sébastien Forest " عندما ابتكر خدمة " Aloo Resto " سنة 1998 ، أو ما يسمى ب " فهرس المطاعم Annuaire des restaurants "، فبواسطة هذه الخدمة تقوم المؤسسة الوسيطة بإعداد قائمة بأسماء المطاعم التي تمتلك خدمة خاصة بما لتوصيل الأكل، عناوينها، عروضها (قائمة الأكل، الأسعار، التخفيضات)، و كذا رقم الهاتف، ليقوم الزبون بالاتصال مباشرة بالمطعم و تحديد طلبته.

3-4 بمؤسسة AlooFood

كان من الصعب إيجاد مؤسسة تقوم بالابتكار على مستوى ولاية تلمسان، و بعد بحث طويل قمنا بحصر الدراسة في قطاع الخدمات و بالأخص نشاط التسويق، و تم اختيار مؤسسة AlooFood لدراسة حالتها من ناحية النشاط الابتكاري و دراسة مدى قدرتها على تكييفه من أجل العمل بمبادئ التنمية المستدامة .

من أجل القيام بهذه الدراسة تم استخدام عدة طرق و أدوات من أجل الحصول على المعلومات اللازمة، و تم التركيز على نوعين من البيانات :

البيانات الأساسية : تم الحصول عليها من مصادر متنوعة للإجابة على إشكالية الدراسة و فرضياتها و ذلك عن طريق :

المقابلة الشخصية : حيث تم إجراء مقابلة مباشرة مع الممثل التجاري للمؤسسة بولاية تلمسان و كذا مبرمج الموقع الإلكتروني و تطبيق المؤسسة على الهواتف الذكية، أين تم طرح مجموعة من الأسئلة المفتوحة من أجل التعرف على طبيعة المؤسسة و كيفية عمل خدمة توصيل الأكل الجاهز، بالإضافة إلى نشاطها من ناحية تطبيق المبادئ الاقتصادية، الاجتماعية و البيئية للتنمية المستدامة

الرسائل الالكترونية : تم الاعتماد على التواصل عبر الرسائل الالكترونية مع المقر الرئيسي للمؤسسة، من أجل استكمال بعض المعلومات التي لم نستطع الحصول عليها من خلال المقابلة.

الملاحظة و المقارنة : نظرا لصعوبة الحصول على بعض المعلومات تم الاعتماد على الملاحظة الشخصية و مقارنة تجربة المؤسسة بتجارب المؤسسات أخرى (دراسة لمؤسسات فرنسية من نفس النشاط).

البيانات الثانوية : و تشمل مختلف المعلومات التي تم التطرق إليها في الجانب النظري و كذا الدراسات السابقة، و التي تم استخدامها في توجيه الدراسة الميدانية و إثرائها .

و للقيام بالدراسة تم الاعتماد على منهجين، يتمثل المنهج الأول في **الوصفي التحليلي** حيث تم جمع العديد من المعلومات الخاصة بالابتكار بشكل عام و الابتكار التسويقي بشكل خاص و كذا التنمية المستدامة، أما بخصوص الدراسة الميدانية فسيتم الاعتماد على **المنهج النوعي** من خلال المقابلة التي أجريت مع ممثل مؤسسة Aloofood فرع تلمسان.

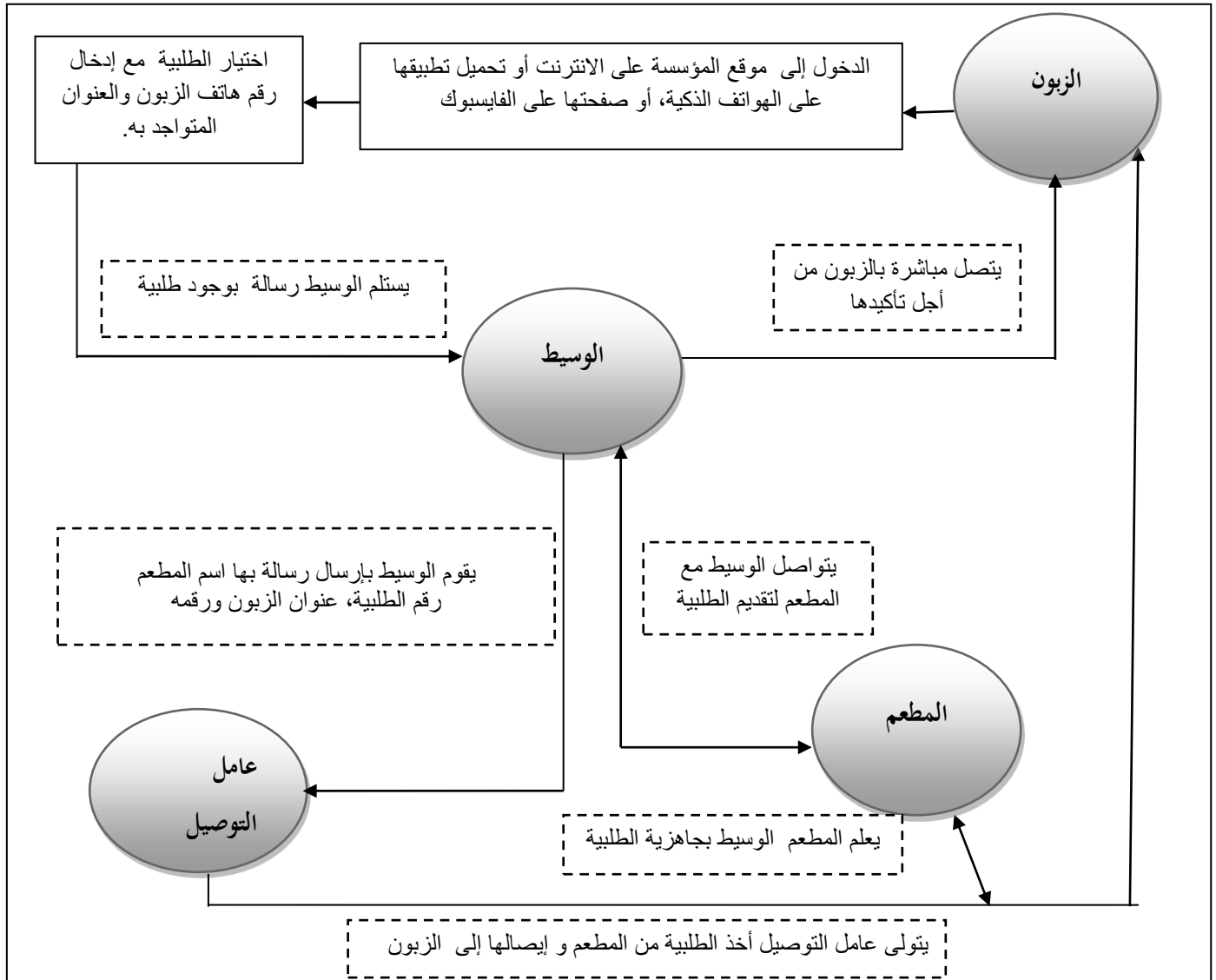
1-3-4 التعريف بالمؤسسة

مؤسسة AlooFood هي مؤسسة خدمات أسست في 26 نوفمبر 2016، مقرها الرئيسي بالجزائر العاصمة، تنشط في مجال توصيل الأكل الجاهز . اختارت المؤسسة ثلاث ولايات كبدية لنشاطها و هي : تلمسان، مستغانم و سطيف ، على أن تشمل في خطوات لاحقة عددا أكبر من ولايات الجزائر، و جاء اختيار هذه الولايات ضمن إستراتيجية المؤسسة في إطلاق خدماتها. نشاط المؤسسة يتمثل في خدمة توصيل الأكل الجاهز إلى المنازل و مكان العمل و غيرها من الأماكن التي يحددها الزبون و تتم هذه العملية كما يلي :

- توفر المؤسسة عبر موقعها الإلكتروني و تطبيقها بالهواتف الذكية، معلومات خاصة بأسماء المطاعم التي تتعامل معها و قائمة الأطباق المقدمة مع السعر، و كذلك تخفيضات إن وجدت.
- إذا أراد الزبون أن يقدم طلبية فإنه يقوم بتصفح موقع المؤسسة على الإنترنت أو تحميل تطبيقها على الهاتف، و من ثم يختار المطعم من بين قائمة المطاعم المتاحة و بعد ذلك يقوم باختيار طلبيته.
- بعد تحديد الطلبية يطلب من الزبون إدخال رقم هاتفه و عنوانه و تأكيد الطلبية.
- في نفس الوقت تقوم مؤسسة AlooFood بتبليغ الطلبية إلى المطعم المعني لكي يتكفل بتحضيرها .

- عندما تجهز الطلبية يتصل المطعم بالمؤسسة و يعلمها بذلك.
 - تقوم مؤسسة AlooFood بتمرير اتصال إلى عمال التوصيل من أجل أخذ الطلبية و إيصالها إلى العنوان المعني.
 - عند التوصيل يدفع الزبون مبلغ الطلبية إضافة إلى مصاريف خدمة التوصيل.
- و فيما يلي شكل يوضح سير العملية :

الشكل البياني رقم 01 : طريقة عمل خدمة توصيل الأكل الجاهز



المصدر : من إعداد الباحثان بناء على المعلومات المقدمة من طرف الممثل التجاري للشركة

4-4 عرض النتائج و مناقشتها

4-4-1 نتائج الدراسة: إن نوعية مؤسسة AlooFood في حد ذاتها تعتبر ابتكارا، حيث انه لا توجد مؤسسات من هذا النوع (خاصة بولاية تلمسان)، فخدمة توصيل الأكل كانت تمارس من قبل قلة قليلة من المطاعم و بصفة غير منتظمة، كون هذه

العملية تتطلب وسئل مادية و مالية مكلفة . اعتمدت المؤسسة على الابتكارات التكنولوجية في عملها، كاستخدام الخوذة الواقية Casque moto avec micro integrer التي تسمح باستقبال اتصال المؤسسة عند جاهزية الطلبية، بالإضافة إلى إنشاء تطبيق خاص بالمؤسسة على الهواتف الذكية. لجأت المؤسسة كذلك إلى التواصل مع زبائنها عبر صفحات التواصل الاجتماعي بصفتها على الفايبروك التي تضم أكثر من تسعة آلاف معجب، حيث أتاحت لها الفرصة للتقرب من الزبائن و الترويج لعروضها و خدماتها، وكذا استقبال الاقتراحات أو الشكاوي.

أما بخصوص هذا النوع من الابتكار و كيفية تأثيره على قدرة المؤسسة في تطبيق مبادئ التنمية المستدامة، صرح الممثل التجاري أن مؤسسة AlooFood على دراية بمفهوم التنمية المستدامة و أهميتها بالنسبة لأي شركة تريد التطور و التفرد على المدى البعيد و قدم لنا أمثلة سعت من خلالها المؤسسة إلى تطبيق المسؤولية الاجتماعية :

- المؤسسة تمنح حرية التصرف لعمال خدمة التوصيل، حيث أنه و عند جاهزية الطلبية و اتصال المؤسسة بعمالها في خدمة التوصيل فإن لهم حق استقبال الاتصال أو رفضه، فإن رفض أحد العمال استقبال المكالمة فإنه يتم إرسالها لعمال آخر.
- تقوم المؤسسة أيضا بالأعمال الخيرية عن طريق المشاركة مع الجمعيات الخيرية المحلية في توزيع الأكل الجاهز مجانا.
- المؤسسة على دراية بأثر التلوث الذي تحدثه الدراجات النارية، لهذا فهي تستخدم كلما سمحت الفرصة الدراجات الهوائية.
- كما صرح ممثل الشركة فإنها تحرص على تنظيم دورات تكوينية لفائدة عمالها.
- سعت المؤسسة إلى إشراك أصحاب المصالح و بالتحديد المطاعم التي تتعامل معها، في مبادرة لجمع الأكل المتبقي و إعادة تقديمه مجانا و في صورة لائحة إلى الأشخاص ذوي الحاجة، لاقت الفكرة استحسانا و لكن بقيت غير قابلة للتنفيذ كون أن الأكل المتبقي في غالب الأحيان يفتقر لمعايير النظافة.
- من ناحية العلاقة مع الزبون تحرص المؤسسة على ضرورة المعاملة الجدية من طرف عمال التوصيل سواء عند أخذ الطلبية من المطعم، أو عند إيصالها إلى الزبون.
- و حسب تصريحات الممثل التجاري فإن مؤسسة AlooFood تهتم بالشكاوي المقدمة من طرف الزبائن، حيث انه و عند حدوث خطأ في التوصيل تقوم الشركة بتحمل نفقة إعادة إعداد الطلبية و توصيلها مجددا.
- من ناحية حماية الأكل و الحفاظ عليه تستخدم المؤسسة في خدمة التوصيل معدات خاصة بجودة عالية (خالية من مادة البلاستيك) تسمح بالحفاظ على الأكل ساخنا بدون تلويثه عند النقل (Sac isothermique)

4-4-2 مناقشة النتائج

إن تحقيق مبادئ التنمية المستدامة اقتصاديا كما تم التطرق إليه في الفصل النظري، يكون بتحقيق المؤسسة للتنمية الاقتصادية على مستوى المجتمع المحلي الذي تنشط فيه. إن مؤسسة AlooFood و بإختيارها لولاية تلمسان ضمن الثلاث ولايات التي تنشط بها تكون قد ساهمت في توفير مناصب شغل للعديد من الشباب بالولاية (المؤسسة امتنعت عن تقديم العدد المحدد لعمالها)، خاصة و أن ولاية تلمسان أصبحت تعاني ركودا كبيرا من حيث وجود مؤسسات خاصة تساهم في توفير مناصب شغل و تنمية اقتصادية للمجتمع المحلي. كما صرح ممثل المؤسسة أن AlooFood ساهمت في الرفع من هامش الربح بالنسبة للمطاعم التي تتعامل معها، فاعتماد المطاعم على خدمة الوسيط قد مكنتها من التواصل بشكل أفضل مع شريحة من الزبائن الجدد الذين يفضلون طلب الأكل الجاهز، زيادة على تخفيض تكاليف القيام بهذه الخدمة بواسطة وسائلها الخاصة.

من الناحية الاجتماعية يكون تحقيق التنمية المستدامة بتحسين المستوى المعيشي للعمال و المساهمة بطريقة إيجابية في ترقية المجتمع المحلي. صرح ممثل مؤسسة AlooFood أنها تقوم بتوفير دورات تكوينية لفائدة عاملها، زيادة على منحهم مساحة من الحرية الشخصية فتلقي الاتصال من أجل توصيل طلبية جاهزة قد يقبل أو يرفض من العامل، فالمؤسسة تراعي ظروف عامل التوصيل (يتواجد في مكان بعيد ، متعب ... إلخ) فهي لا تفرض توصيل طلبية ما و إنما تترك الحرية للعمال، مع الحرص على تحسيسهم بتحمل روح المسؤولية من أجل تقديم خدمة جيدة للزبائن. كذلك فإن المؤسسة تقوم بالمشاركة في الفعاليات الخيرية بالإضافة إلى العمل مع الجمعيات الخيرية على المستوى المحلي.

تعتمد المؤسسة كذلك على الكفاءات المحلية في نشاطها، فتطبيق مؤسسة AlooFood على الهواتف الذكية و موقعها على الانترنت تمت برمجتهما من طرف شاب متخرج من جامعة تلمسان و حامل لشهادة ماستر في الإعلام الآلي، كذلك يمثلها التجاري على مستوى ولاية تلمسان شاب متخرج من نفس الجامعة. أما فيما يخص علاقتها مع أصحاب المصالح فتبقى مبهمة، نظرا لعدم تصريح المؤسسة بوجود مساهمين من عدمه.

يبيها إن نشاط المؤسسة يقتضى استخدام الدراجات النارية لأنها سريعة و يسهل مرورها بين السيارات في حالات الازدحام، لكن حسب تصريح ممثل الشركة فهي تقوم باستخدام الدراجات الهوائية عندما يسمح الأمر بذلك، الأمر الذي لم تتم أبدا مشاهدته. قيام المؤسسة بتجنب المواد البلاستيكية في نقلها للأكل الجاهز يعد أمرا ضروريا للحفاظ على جودة الأكل، كذلك فإنها تحرص على نقل الأكل بطريقة محكمة الإغلاق حتى لا يتعرض للتلوث.

5. الخاتمة

إن الابتكار و التنمية المستدامة من المواضيع المهمة و التي تشكل تحديا كبيرا سواء بالنسبة للمؤسسات على المستوى الجزئي أو الدول على المستوى الكلي، فتطور المجتمعات أصبح مرهونا بالقيام بالابتكار و لكن هذا الأخير أصبح محددا بواسطة التنمية المستدامة فلا فائدة من ابتكار يحمل الجديد و لا يحمي الموجود. و من هذا المنطلق كانت دراستنا لمحاولة معرفة أثر الابتكار في تحقيق التنمية المستدامة بالمؤسسة

إن الابتكار بصفة شاملة هو التطبيق الفعلي للأفكار الجديدة و الخروج عن المألوف، و من ناحية الابتكار التسويقي فهو تطبيق الأفكار الجديدة في مختلف جوانب المزيج التسويقي. ويكون الابتكار في عدة مجالات (إنتاج منتج جديد، فتح أسواق جديدة، استخدام مصادر جديدة للمواد الأولية، التوصل إلى تنظيمات جديدة أو بإدخال طرق إنتاج جديدة، و قد يتم بطريقة تدريجية أو جذرية.

هناك مجموعة من العوامل تساعد على دعم الابتكار داخل المؤسسة و عوامل أخرى تحول دون القيام به و على المؤسسة معرفتها من أجل تدعيم مراكز قوتها و تصحيح نقاط الضعف. و يمر الابتكار التسويقي بمجموعة من المراحل بدأ بمرحلة البحث عن الأفكار و وصولا إلى مرحلة تطبيق الابتكار و تقييم نتائجه، و له مجموعة من المتطلبات لضمان حسن سير عملية الابتكار. إن التنمية المستدامة هي تسطير مجموعة من المبادئ في الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية، تسمح باستغلال الموارد الحالية دون المساس بقدرة الأجيال القادمة في تلبية حاجاتهم . يكون تطبيقها داخل المؤسسة باعتماد المعايير و المواصفات القياسية العالمية المتخصصة في هذا المجال، و يعد الابتكار وسيلة من أجل تحقيق التنمية المستدامة.:

المؤسسة AlooFood تطبيق بعضا من مبادئ المسؤولية الاجتماعية بمبادرات شخصية، و لها آثار إيجابية من النواحي الاقتصادية الاجتماعية و البيئية، بالمقارنة مع الفترة القصيرة لتواجدها في السوق الجزائرية . و بناء على ذلك نعتبر المؤسسة مطبقة

لبعض من مبادئ التنمية المستدامة، و لكن عليها العمل من أجل الحصول على المصادقة من الهيآت المخولة بذلك و نشر تقارير مفصلة عن نتائجها في هذا المجال.

المراجع

- 1- م أسامة خيري ، إدارة الإبداع و الابتكارات، دار الـراية للنشر و التوزيع، الأردن 2012، ص
- 2- م ع الصيرفي ، الإدارة الـرائدة، دار الـصفاء، الطبعـة الأولى، عمان، الأردن، 2003
- 3- س جلـدة بطرس ، ز م عبوي ، إدارة الإبداع و الابتكار، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2006
- 4- م أ خيري ، إدارة الإبداع و الابتكارات، دار الـراية للنشر و التوزيع، الأردن، 2012
- 5- إ عبد الفتاح النـسور ، ع بن عبد الله الصغـير ، قضايا وتطبيقات تسويقية معاصرة، دار الـصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014
- 6- كينج نيـجيل و أندرسون نيل ، إدارة أنشطـة الابتكار و التغير ، ترجمة محمود حسن حسني، دار المريـخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2004
- 7- ع العايب ، وظيفة التنمية المستدامة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية : دراسة حالة المؤسسات العمومية لصناعة الاسمنت في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف 01، العدد 11، 2011
- 8- ن سعودي ، التسويق الابتكاري أداة للمنافسة في الأعمال دراسة حالة مؤسسة كوندور، بمجلة الابتكار و التسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، العدد 03، 2015
- 9- ي سالم ابراهيم ، ه يحي ، الإطار المتكامل للتنمية المستدامة و عواملها المتجددة، مجلة أبحاث و دراسات التنمية، العدد السادس، جامعة سطيف 01، 2017
- 10- ر دراجي ، الابتكار التسويقي في خدمات الاتصالات بمؤسسة موبيليس من خلال إدخال تكنولوجيا الجيل الثالث، مجلة الأبحاث الاقتصادية، العدد 14، جامعة البلـيدة 02 جوان 2016
- 11- ن بيطاط ، ص بوالـليفة ، آليات تدعيم وتنمية الابتكار والإبداع كأداة لاستدامة المشاريع المقاوـلاتية، مجلة اقتصاديات المال و الأعمال، جامعة الجزائر، جوان 2017

باللغة الأجنبية

- 12- AVEZARD E. , BELLOCO R. et autres, 2017, la livraison de repas a domicile par intermediaires, université de Toulouse, France.
- 13- METAICHE M. E. A. (2011), The role of marketing in initiating and enhancing innovation within Algerian firms, Magister, Tniversité de Tlemcen
- 14- TEKFI S (2013), Survie innovation et performance de l'entreprise, Thèse de Doctorat, université de Tlemcen, 2013
- 15- GEDDAMUDROV K., (2015), Innover par le Développement Durable, L'archive ouverte pluridisciplinaire HAL, Nancy, France, 7 May.