مدخل مفاهيمي

إن المتأمل في التسويق يلاحظ عدة تعاريف للسوق:

- قد يمثل ذلك المكان الذي يتجسد فيه تحويل ملكية السلع وتتجمع فيه المنتجات المختلفة، بحيث يجتمع كل من البائع والمشتري.

- المكان الذي تعمل فيه القوى المحددة للأسعار، فهو يمثل مجموع طلب المستخدمين والمستهلكين لسلعة أوخدمة معيية.

- السوق متغير ومتقلب نتيجة التغيرات التي قد تطرأ في المجتمعات ، إذ هو تحت ضغط وتأثيرات مختلفة، خاصة منها السكانية، حيث نجد مناطق يزيد فيها عدد السكان بشكل واضح ومناطق أخرى يتقلص عدد سكانها وأخرى ثابت فيها. كما أن التغيرفي الدخل وتوزيعه، وتوفير القدرة الشرائية لدى المستهلك، يجعله يتحول من مستهلك محتمل في أغلب الأحيان إلى مستهلك فعلي أو حقيقي للسلعة أو الخدمة المعروضة أو المقدمة.

- فضلا عن تغيرات الأسرة والمجتمع، فتغير مكانة المرأة داخل الأسرة والمجتمع أثر في سوق السلع الاستهلاكية والتجهيز الكهرومنزلي، كما أن نزولها إلى العمل كان له أثرا على تغيير هيكلة الانفاق وعلى عادات الشراء، إذ يتم التسوق مرات عديدة في الأسبوع وبأحجام متزايدة، خاصة إثر الزيارات الجماعية (العائلية) للمراكز التجارية، حيث يزيد الإنفاق في كل زيارة.

- ومن العوامل المشجعة على ذلك زيادة نسبة الشراء على الحساب، حيث الكثير من الأفراد يستفيدون من هذه التسهيلات في شراء السلع الغالية الثمن، مثل الأجهزة الكهرومنزلية (التلفزيون، الثلاجات ، آلات الطبخ الغسالات، والسيارات). كما نجد مساهمات كل من المصارف (بنوك – صندوق التوفير والاحتياط مثلا).

وهنا تقوم المؤسسة بدراسة للسوق سعيا وراء معلومات إضافية حول فرص نجاح قراراتها وتقليص خطر الخطأ. وإذا قل نشاط المؤسسة في البحث عن المعلومات والبيانات، فهذا قد يؤدي إلى تحمل أخطارا كبيرة في عملية اتخاذ القرارات، وبالتالي ارتفاع التكاليف.

لذلك، فإن من أهم أهداف دراسات السوق هو إيجاد فرص السوق، أي أن المؤسسة تقيم علاقة متبادلة ومفيدة مع أجزاء السوق، ولا يتم ذلك إلا بعد تحديد المشكل والمعلومات الضرورية لاتخاذ القرار الخاص بالقيام أو عدم القيام بدراسة السوق.

لهذا الغرض، نجد أن دراسات السوق تحتوي على مجموعة أبحاث خاصة بمختلف جوانب التسويق (المنتج، وصورته لدى الزبائن، دراسة المستهلك وحاجياته، التوزيع والاستثمار، المحيط.....).

وبالتالي فالمؤسسة الراغبة في تحديد استراتيجياتها، يتوجب عليها أن تتمتع بمعرفة جيدة لأسواقها، وهذا يدل على أن دراسات السوق تمثل عملية ضرورية لكل عملية تسويقية، وتساعد على متابعة اتجاهات وتطورات السوق.

كما يتم التعرف على المستهلكين بواسطة التحليل الاجتماعي وسلوك الشراء والتحفيز وتحليل الحاجيات.

سوق العمل

يعبر عن المؤسسة التنظيمية الاقتصادية التي يتفاعل فيها عرض العمل والطلب عليه، بمعنى يتم فيها بيع خدمات العمل وشراؤها، وبالتالي تسعير خدمات العمل.

تعرفه منظمة العمل الدولية بأنه الميدان الذي يوائم بين العاملين والوظائف، أوحيث يجري تبادل العمل مقابل أجر أو يقايض عينيا، فيما تشكل القوى العاملة الزاد الحيوي الذي يمد السوق بالعاملين.

سوق العمل هو تحديد الإطار الذي تتشكل فيه القوى العاملة، وهو المحيط الذي تسبح فيه القوى العاملة.

هو المجال الذي يتفاعل فيه عرض العمل (الباحثين عن العمل من البطالين)، وطلب العمل (عارضي الوظائف من المؤسسات وأرباب العمل)، من خلال تبادل مهارات العمل مقابل الحصول على مقابلا لها، أو ما يطلق عليها شروط الاستخدام.

وكما ذكر الاقتصادي **كيـــــنز** بأن الطلب على العمل طلب مشتق، أي هو طلب من أجل إنتاج السلع والخدمات التي يتم بيعها.

ويتم في السوق تخصيص الموارد البشرية للوظائف عند معدلات أجر محددة . وأن تخصيص الأفراد للوظائف ليس حاجة فردية فقط بل مجتمعية أيضا، حيث يتم تخصيص الموارد البشرية بين المنشآت والصناعات والمهن والأقاليم.

يتحدد نتيجة لنشاط السوق عددا من العناصر، كالتشغيل، البطالة، الأجور، الهجرة، التعليم. ونظرا لكثرة الأطراف المنخرطة في سوق العمل والمنافسة بينها، فإن قرارات كل طرف في سوق العمل تكون متأثرة بسلوك وقرارات الآخرين.

تطورات استحداث الوظائف في سوق العمل بالجزائر

ترتبط آليات استحداث الوظائف في أي بلد بجملة من العوامل، كخصائصه الديمغرافية، مستوى تطوره، موارده المختلفة، تشريعات العمل، وبالتالي من المهم توافر بيانات ومعلومات حول هذه العوامل لتحليلها والاستعانة بها في معرفة كيفية تأثيرها على تلك الآليات.

ويعتبر التركيز على وضع الاقتصاد الكلي في الجزائر، عاملا مؤثرا على استحداث الوظائف ومستويات البطالة، مع الإقرار بوجود عوامل أخرى، كسياسات التشغيل، النمو الديمغرافي، توزيع السكان. وفي هذا السياق يمكننا القول أن الاقتصاد الجزائري مازال مرتبطا بشكل أساسي بقطاع المحروقات، الذي شهد تراجعا كبيرا بسبب الهبوط الحاد في أسعار المحروقات، فقد سجل الميزان التجاري خلال الأشهر الخمسة الأولى من سنة 2017 عجزا قدره 04 مليار دولار أمريكي، إذ قدر حجم الواردات ب 19.67 مليار دولار أمريكي مقابل صادرات قدرت قيمتها ب 15.70 مليار دولار أمريكي، مع التذكير أن المحروقات شكلت 94.63% من هذه الصادرات، في حين سجلت المواد المصدرة خارج المحروقات نسبة 05.37 %، أي ما قيمة 843 مليون دولار أمريكي.

وكان لهذه التحولات في الوضع الاقتصادي العام بالجزائر، انعكاسات عديدة على استحداث مناصب عمل للأشخاص البطالين، فقد تميز سوق العمل في الجزائر بارتفاع مستويات البطالة، خاصة ما بين (1986- 1999) نتيجة الأزمة الاقتصادية الحادة الناجمة عن انهيار أسعار المحروقات، وما تبعها إلى اللجوء إلى الاستدانة الخارجية، أيضا بسبب تطبيق برنامج إعادة الهيكلة وما نجم عنه من غلق عدد كبير من المؤسسات الاقتصادية العمومية وبالتالي تراجع حجم الاستثمارات وإنشاء مؤسسات جديدة وتسريح العمال. فهذه العوامل مجتمعة أدت إلى اختلالات وعدم توازن في سوق العمل خلال تلك الفترة ومن مظاهرها قلة فرص العمل المتاحة مقابل تزايد أعداد الباحثين عن فرص التوظيف. وبعودة الانتعاش لسوق المحروقات في أواخر القرن 20م، عرفت الجزائر ارتفاعا كبيرا في مداخليها المالية، حيث انعكس هذا الأمر إيجابيا على مستويات التشغيل، وهذا ما تبرزه إحصائيات الوزارة بعنوان حصيلة المنجزات

الاجتماعية والاقتصادية (1999-2008م) والتي تؤكد على استحداث 6.258.440 منصب عمل في فترة مابين 1999/01/01 إلى 2008/12/31م .

لكن الملاحظ على هذه المناصب أن عددا كبيرا منها استحدث على مستوى المؤسسات والإدارات العمومية، فضلا عن ما تم إنجازه في إطار عقود ما قبل التشغيل وترتيب المساعدة على الإدماج المهني، والتي أدت إلى حدوث تشبع وفائض كبير من المستخدمين، خاصة في قطاع الوظيفة العمومية.

وفيما يخص المناصب المستحدثة في إطارتشجيع المبادرات المقاولاتية في إطار القروض المصغرة لإنشاء المؤسسات، لم يكن عددها كبيرا، إذ يبلغ تعداد تلك المؤسسات في 2016/10/31م 1022621 مؤسسة موزعة كالآتي: 993170 مؤسسة مصغرة، 26281 مؤسسة صغيرة، 3170 مؤسسة متوسطة.

والملاحظ أن تلك المؤسسات أغلبها مؤسسات مصغرة، تشغل أقل من 10 عمال، ناهيك عن قلة جدواها الاقتصادية، لا سيما فيما يتعلق باستحداث الوظائف والمحافظة عليها.

فالتحول نحو اقتصاد السوق يرتكز على مساهمة القطاع الخاص والمؤسسات المصغرة والمتوسطة، وقد بلغ عددها على المستوى العالمي في 2014م ما بين 420 و 510 مليون مؤسسة. فهذه المؤسسات تمثل نحو 90 % من إجمالي الشركات في معظم اقتصاديات العالم، كما تسهم بنسبة 46 % من الناتج المحلي العالمي، وتوفر ما بين 40- 80 % من إجمالي فرص العمل، وتساهم بنسبة كبيرة في الناتج المحلي للعديد من الدول. فعلى سبيل المثال تساهم المشروعات الصغيرة والمتوسطة بنحو 85 % و51 % من إجمالي الناتج المحلي في كل من انجلترا و و.م .أ على الترتيب. لكن ومع اشتداد الأزمة الاقتصادية، أصبح من الضروري إيجاد ميكانيزمات في مجال التشغيل من أجل دفع معدلات الإنتاجية بصفة عامة، وإنتاجية عنصر العمل بصفة خاصة، بغرض توسيع الطاقة الإنتاجية بما يسمح برفع معدلات التشغيل من جهة وزيادة إمكانيات رفع مستويات الدخل للمشتغلين في كافة قطاعات الاقتصاد الوطني من جهة ثانية، وأيضا تفعيل تدخل الدولة في الأسواق.