قطاع الصناعات الغذائية الزراعية في الجزائر - دراسة تحليلية (هيكل- سلوك)
Agri-food sector in Algeria Analytical study (structure-behavior)

نورهان قرون باحثة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر

تاريخ الاستلام	تاريخ المراجعة	تاريخ القبول
04/03/2017	29/04/2017	30/05/2017

مستخلص:

راهنت الجزائر منذ الاستقلال على الصناعة كمحرك لتحقيق التنمية وتطوير الاقتصاد، وخصصت بناءا على ذلك إمكانيات ضخمة تتناسب مع أوضاعها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، ومن أهم الصناعات التي وجب أن تطور هي الصناعات الغذائية كونها من أكثر الصناعات المعتمدة على الاستيراد، وجاءت هذه المداخلة لاستعراض وضع الصناعة الزراعية الغذائية في الجزائر.خلال الفترة الأخيرة من خلال دراسة هيكل وسلوك هذا القطاع، لمعرفة هل الإمكانيات والمجهودات التي وضعتها الدولة طورت من قطاع الصناعات الزراعية الغذائية ووصلت لما هو مخطط له أم أنها لم تصل إلى غايتها بتنمية وتطوير هذا القطاع.

الكلمات المفتاحية: الصناعات الغذائية الصناعية؛ الهيكل؛ السلوك,

تصنيف JEL: .D40؛ L1؛ L66

Abstract :

Since independence, Algeria has relied on industry as an engine for development of the economy. Accordingly, it has allocated huge resources commensurate with its economic, social and political conditions. The most important industries that must be developed are the food industry, which is one of the most import-dependent industries. Agricultural sector in Algeria during the last period through studying the structure and behavior of this sector, to see whether the possibilities and efforts developed by the state developed from the agro-food industry or not.

Keywords: the agro-food industry, the structure, strategy**.**

Jel Classification Codes : D40 ; L1 ; L66

*المؤلف المراسل: نورهان قرون: hanano.1992@gmail.com

مقدمة:

تمثل الصناعة حجر الزاوية في بناء القوى الاقتصادية للأمم، فتقدمها دليل على تقدم الأمة وانعدامها دليل على تخلفها، وتحرص الدول النامية ومن ضمنها الجزائر على تنمية قطاع الصناعة الذي يعد البنية الأساسية في البناء الاقتصادي ومحركا قويا لعملية التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

ويعتبر قطاع الصناعات الغذائية من القطاعات المهمة في الاقتصاد الجزائري، حيث تأتي أهميته من كونه أحد الفروع الأساسية لقطاع الصناعات التحويلية التي بدورها تساهم مباشرة في زيادة الإنتاج المحلي والدخل القومي، كما يعد حلقة وصل بين القطاعين الزراعي والصناعي، حيث للقطاع الزراعي أهمية أساسية في علاقته المباشرة بإنتاج الغذاء في شكله الخام كونه يعتبر أحد المدخلات الأساسية لها.

نمت الصناعات الغذائية والزراعية في الجزائر في السبعينات من القرن الماضي ببرامج تنمية عامة تهدف إلى إنشاء شركات وطنية، لا سيما في قطاعات الحبوب والحليب والماء والمشروبات،. تبقى هذه القطاعات هي الأكثر أهمية ولكن يتبعها الآن السكر والدهون والمعلبات واللحوم وغيرها. وشهدت هذه الصناعات نموًا ملحوظًا على مدار الخمسة عشر عامًا الماضية(2000-2015)، وكانت توقعات النمو أكثر أهمية للمستقبل، نظرًا لأهمية الطلب الجزائري وفرص التصدير في قطاعات معينة.

وتهدف هذه الدراسة من خلال المنهج الوصفي بالتحليل النظري لعرض واقع الصناعات الغذائية الزراعية في الجزائر.بتحليلنا لهيكل وسلوك هذا القطاع، والإجابة على الإشكال التالي:

ما هو وضع هيكل وسلوك قطاع الصناعات الزراعية (الفلاحية) الغذائية في الجزائر خلال الفترة الأخيرة؟

أولاً:هيكل قطاع الصناعات الغذائية الزراعية في الجزائر

1.1. مفهوم الصناعة الفلاحية الغذائية.

صناعة الأغذية الزراعية (IAA)هي مجموعة من الأنشطة الصناعية التي تحول المنتجات الزراعية أو الصيد (المصايد من الأسماك والغابات) للمنتجات الغذائية الأساسية القابلة للاستهلاك المباشر (https://fr.wikipedia.org/wiki/،2007)

هي الفرع الصناعي الذي يقوم بتحويل المواد الأولية الزراعية وفقا لمواصفات محددة، وتعمل هذه الصناعات على بقاء المنتجات الغذائية صالحة للاستعمال أطول مدة ممكنة بفضل طرق

التحويل و الحفظ و التصبير و التكييف و الاستعمال تماشيا مع الشروط الجيدة للمستهلك و التي يفرضها التطور الحضاري. (مصنوعة، 2014، ص 8)

تتمثل أهم الصناعات الزراعية الغذائية في فرعين يتمثل الفرع الأول في الصناعات النباتية والتي تم كل من صناعة الحبوب والتي تتمثل في المطاحن وصناعة العجائن بأشكالها، الفواكه وما ينتج عنها من عصائر وفواكه مجففة ...، الخضر وما ينتج عنها من منتجات أخرى كالزيوت زيت الزيتون، زيت عباد الشمس...الخ ، أما الصناعة الحيوانية فهي تتمثل في نشاطات الصيد وتربية المواشي وما ينتج عنها من حليب ومشتقاته، اللحوم البيضاء الحمراء والأسماك المعلبة...الخ.

ويمكن تصنيف الصناعات الزراعية الغذائية كالتالي: (كينة، 2013، ص.ص 94-98)

فرع المطاحن: يضم فرع المطاحن السلع الناتجة عن عملية طحن الحبوب من طرف مطاحن متخصصة) ، (Semoulerie , Minoterieوينتج عن هذه العملية مواد نصف مصنعة لتستعمل كمدخلات لعمليات إنتاج مواد موجهة للاستهلاك النهائي. وذلك بتحويل القمح الصلب واللين من أجل الحصول على سلعة السميد والفرينة...الخ.

1.1.1. فرع الزيوت: تضم مجموع الزيوت التي يتم استخلاصها من البذور الزيتية. سواء تم ذلك بطريقة تقليدية عن طريق العصر الميكانيكي أو بطرق صناعية أخرى أكثر تقدما.

2.1.1 فرع الحليب ومشتقاته: يتعلق بتحويل وتغليف الحليب والأجبان ...الخ.

3.1.1. فرع السكر: يتعلق هذا الفرع بالمنتوج التي يستخلص منها السكر أي قصب السكر Canne à sucreوالشمندر السكري ،Betterave sucrièreوالتي تمر. بعمليات عديدة لتعطي في الأخير السكروز Saccharoseأو السكر الأبيض

4.1.1. فرع المشروبات الغازية والمعدنية: وتشمل المشروبات الغازية وغير الغازية. من العصائر والمياه معدنية

5.1.1 فرع المصبرات: من مصبرات الطماطم. والمصبرات الأخرى من معجون فاكهة و مصبرات الحبوب. ...الخ.

5.1.1. فروع أخرى للصناعات الغذائية: وتشمل الصناعات ذات التحويل الثانوي وهي عبارة عن عملية إنتاج مواد نهائية مختلفة انطلاقا. من مخرجات التحويل الأولي وتضم صناعة العجائن والكسكسي وصناعة الخبز والحلويات. وصناعة البسكويت ويمكن توضيحها في النقاط التالية:

- فرع صناعة الخبز والحلويات.
- فرع العجائن الغذائية
- فرع صناعة البسكويت:

هناك فروع أخرى للصناعات الغذائية. مثل الخضر والفواكه المعلبة، الأسماك المعلبة وغيرها، والتي زاد نشاطها وإنتاجها منذ منتصف التسعينات. نتيجة زيادة المنتجين الخواص، إلا أنها تبقى بعيدة عن النتائج المرجوة منها، رغم الإمكانيات التي تزخر بها الجزائر.حاليا، سواء الزراعية كمدخلات لهذه الصناعة أو المالية أو البشرية.

والصناعات الغذائية كتطبيق عملي للعلوم من أجل حفظ و تداول الأغذية تنقسم لنوعين من الصناعات **الحفظية** ومنها صناعة التعليب و التبريد و التجميد و غيرها، و **التحويلية**.ومنها صناعة السكر و الزيوت و الألبان و غيرها **(مصنوعة، 2014، ص 7)**

2.1. هيكل الصناعة الزراعية الغذائية في الجزائر:

يسيطر على فرع الصناعات الزراعية الغذائية. خمسة أنشطة رئيسية تشكل ما يقارب 69% من إجمالي مشاريع المصرح بها وتتوزع كما يلي: المخابز (27,5%) ، المطاحن (13,5%)، إنتاج وتحويل الحليب (12,8%)، (7%) لأنشطة تعليب المنتجات الغذائية والمشروبات الغازية. **(لطرش، 2015، ص 179)**

مكانة الصناعات الزراعية الغذائية في الجزائر: **(rapport, 2009, p2)**

تنمية الزراعة والصناعات الغذائية هي قضية رئيسية للجزائر في المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية في الداخل، ويعمل. لديها حاليا 1.6 مليون شخص، أو 23% من السكان. ، هو ثاني أكبر صناعة في الجزائر.بعد الطاقة تتكون على أكثر من مليون مزارع تغطي أكثر من 8.5 مليون هكتار من الأراضي الصالحة للزراعة، يستغلها محاصيل الأشجار (41٪) من محاصيل الخضر (26٪) والمحاصيل الصالحة للزراعة (33٪)، وتتمثل محركات القطاعات الزراعية والغذائية هي قطاعات. الحبوب والحليب، والتعليب، المياه المعدنية وتكرير السكر، والتعليب، تأخذ 45% من من متوسط أنفاق الأسر الجزائرية.

1.2.1. التركز الصناعي لقطاع صناعات الزراعة الغذائية:

المقصود بتركيز السوق هو نسبة تركز المانتاج. في صناعة معينة ايدي عدد محدود من المنشآت.. لذا ففي قياس تركيز السوق ينصب الاهتمام على كل صناعة او سوق على حدى، و على العدد و الحجم النسبي للمنشآت. في كل الصناعة . و بافتراض ثبات باقي العوامل المؤثرة في التركيز ، فإن السوق يكون أكثر تركيزا كلما قل عدد المنشآت المنتجة أو زاد التباين بين أنصبتها.

في السوق، ويكون التركيز يساوي الواحد كأقصى حد في حالة الاحتكار التام للسوق وهذا ما نجده في الصناعات الثقيلة عادة. ويعد معكوس عدد المنشآت $(1/n)$ ابسط مؤشرات التركيز وهو ما توفرت عندنا معطياته. **(بن بريكة، صيفي، 2008، ص.ص 2-4)**

$$C = \frac{1}{N} = \frac{1}{23555} = 0{,}000042$$

قمنا باستعمال معطيات سنة 2012 في الجدول رقم 1 بالنسبة لعدد المؤسسات. ونلاحظ أن التركز يقترب من الصفر وبالتالي فإن القطاع هنا يختص بهيكل منافسة احتكارية تكاد تصبح تامة وذلك يعود للعدد الكبير للمؤسسات الناشطة في القطاع وإلأى كون بعض المؤسسات. تحتكر الصناعات داخل القطاع كصناعة الزيت النباتي والسكر...إلأخ.

2.2.1. العرض والطلب:

النمو السكاني. ونمو الإنتاج الصناعي الزراعي: **(لطرش، 2015، ص.ص 217-22)**
يعد النمو السكاني أحد أهم المؤثرات على الطلب. على السلع الغذائية، لا سيما الحبوب، الحليب والسكر...، ويفتح منافذ للمنتجات الزراعية الغذائية، فقد شهدت الجزائر ارتفاع نسبة الولادات وتحسنا في مستوى المعيشة وبالتالي يفترض أن يكون ذلك من العوامل المهمة لتطوير الصناعات الزراعية الغذائية وتوسيع طاقاتها الإنتاجية للتناسب مع الارتفاع البديهي لمستوى الطلب عليها.
يشهد عدد المؤسسات الناشطة في قطاع الصناعات الزراعية الغذائية تطور ملحوظ من سنة 2004 إلى سنة 2012 وهذا ما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم (1): تطور عدد مؤسسات الصناعات الزراعية الغذائية في الجزائر(2004-2012)

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
العدد	13673	14117	15290	16109	17045	17679	18394	22794	23555

المصدر: واقع **الصناعات الزراعية الغذائية الجزائرية ومدى مساهمتها في تحقيق الأمن الغذائي المستدام**، مداخلة بمجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة سطيف 1، عدد 15، ص 197.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 1 الارتفاع المستمر لمؤسسات الصناعة الزراعية الغذائية. خلال الفترة (2004-2012) حيث وصل سنة 2012 لـ 23555 مؤسسة وهو يعتبر عدد كبير وان دل فهو يدل على المنافسة الحرة وسهولة الدخول للسوق، وتسيطر على هذه المؤسسات ال PME ب نسبة 87%، في حين تسيطر 5 مجمعات كبرى على 13% من الحصة السوقية وتتمثل في (Danone, cevital, giplait, soummam et corgl) . ومن أهم أسباب هذا الانتشار والتطور الواسع هي التحفيزات المقدمة للقطاع الخاص بعد اعتماد قانون الخوصصة والتخفيضات الجبائية والجمركية والامتيازات المتضمنة في قوانين الاستثمار.

يمكن أن نستنتج من خلال ما سبق أن العرض في تزايد مستمر أي أن احتياجات المستهلكين من هذه الصناعات لم تتوفر بعد أي أن الطلب< العرض. وبالتالي تلجأ الدولة إلى الإستاد لتسد العجز القائم في هذه الصناعة التي تعتبر ثاني أهم صناعة في الجزائر والتي تمثل 45% من نفقات الأسر الجزائرية.

وفي مايلي جدول يوضح تطور الواردات الجزائرية من الصناعات الزراعية الغذائية:

الجدول رقم (2): تطور الواردات الصناعات الزراعية الغذائية في الجزائر (2001-2013)

الوحدة: مليون دولار

السنوات	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
الواردات الغذائية	2395	2740	2678	3597	3587	3800	4954	7813	5863	6058	9850	9022	9580

المصدر: ذهبية لطرش(2015)، **واقع الصناعات الزراعية الغذائية الجزائرية ومدى مساهمتها في تحقيق الأمن الغذائي المستدام**، مداخلة بمجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة سطيف 1، عدد 15، ص 222

الجدول رقم (3): تطور الصادرات الصناعات الزراعية الغذائية في الجزائر (2001-2013)

الوحدة: مليون دولار

السنوات	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
الصادرات الغذائية	28	35	49	59	67	73	88	119	113	315	356	313	402

المصدر: ذهبية لطرش(2015)، **واقع الصناعات الزراعية الغذائية الجزائرية ومدى مساهمتها في تحقيق الأمن الغذائي المستدام، مداخلة بمجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة سطيف 1**، عدد 15، ص 223

من خلال الجدول رقم 2 نجد أن الواردات من الصناعات الزراعية الغذائية في تزايد مستمر وتشكل الواردات من الحبوب والحليب والسكر أهم واردات الصناعات الزراعية الغذائية في الجزائر.ورغم ذلك لم تستطع الجزائر الوصول إلى الاكتفاء من هذه المواد الغذائية حيث شهدت الفترات الأخيرة نقص حاد فيها خاصة بالنسبة لمادتي الحليب والسكر التي انقطعت عن أغلب ولايات الجزائر في الأشهر الأخيرة.

ومن خلال المقارنة بين الجدولين الأخيرين (2 و 3) نلاحظ وجود عجز في الميزان التجاري لمنتجات الصناعة الزراعية الغذائية ويرجع ذلك إلى تأثير أزمة الغذاء العالمي والأزمة المالية والاقتصادية التي دفعت أسعار الغذاء إلى الارتفاع وعدم مرونة جهاز الإنتاج المحلي لتغطية الطلب المحلي المتنامي. **(لطرش، 2015، ص.ص 222-223)**

وبالتالي فإن الطلب فاق العرض بالنسبة لهذه الصناعات ويجب أن تساهم الدولة بطريقة أو بأخرى في تنمية هذه الصناعات خاصة في ظل الإمكانيات الغير مستغلة من المساحات الزراعية وأجود أنواح اللحوم وأكبر المساحات الساحلية التي تتمتع بها الجزائر.

3.2.1. عوائق دخول الصناعة الزراعية الغذائية في الجزائر:

إن كل قطاع صناعة محفوف بمجموعة من الحواجز التي من شأها أن تشكل عائقا أمام العديد من المستثمرين الراغبين في دخول هذا القطاع، فقد تشكل بعض الحواجز مانعا مطلقا أمام البعض، وقد تجعل البعض الآخر في حرة وتردد، في حن لن تؤثر على مستثمرين آخرين ولن تعتر أمامهم سوى حواجز خفيفة يمكن تجاوزها بيسر.

حجم رأس المال المطلوب: يعتبر حجم رأس المال عائق مهم في صناعة الأغذية الزراعية بصفة عامة لأنها تتطلب رأس مال كبير للبدء في المشروع ويعود ذلك للتكنولوجيا المستعملة. والتي بات من الواجب مواكبتها والتجديد المتواصل لها لبلوغ رغبة المستهلك في منتجات متطورة خاصة في ظل المنافسة الأجنبية في القطاع.

اقتصاديات الحجم: تعتبر اقتصاديات الحجم من أهم العوامل التي قد تمنع المؤسسات من الدخول في الصناعة خاصة في ظل وجود المؤسسات المسيطرة على الصناعة الغذائية كمؤسسة cevital ومؤسسة Danone...الخ، وبذلك أي مؤسسة تنوي الدخول ستواجه

تكاليف باهظة تقابلها أسعار منخفضة في السوق وبالتالي ستواجه الكثير من التحديات للتمكن من إيجاد مكان لها في هذه الصناعة.

تمييز أو تنويع المنتج: في ظل التنوع والتميز والجودة التي هي مطالبة بها المؤسسات في الوقت الراهن أصبح من الصعب الدخول إلى هذه السوق وخاصة أن الكثير من المؤسسات في الوسط تمتلك شهادات الجودة العالمية (ايزو)، كما أن المنافسة الأجنبية في القطاع تفرض على المؤسسات الجزائرية التميز في المنتوج لتتمكن من المنافسة.

السياسات الحكومية: ربما تعتبر السياسات الحكومية هي سياسات داعمة أكثر من كونها عوائق دخول خاصة في ظل الدعم العمومي للفلاحين للحصول على العتاد الفلاحي، وتعبئة العديد من الصناديق العمومية لتشجيع الاستثمار الفلاحي ،كذلك المخطط الوطني للتنمية الفلاحية والريفية وسياسة التجديد الريفي والفلاحية، إلا أن التفكك الجمركي الغير مدروس أعاق النشاط الإنتاجي وكان في صالح النشاط التجاري. **(لطرش، 2015، ص 217)**

ومن أهم معوقات الدخول هو نقص المياه وخاصة الموجهة للصناعة الجزائرية، والتي يخصص منها 25% لقطاع الصناعات الزراعية الغذائية والتي هي بحاجة أكثر لهذا المورد في إتمام نشاطها. **(لطرش، 2015، ص 221)**

4.2.1. الصناعة الزراعية الغذائية والقوى الخمسة لبورتر:

المنافسون في الصناعة: كل مؤسسات الصناعة الزراعية الغذائية في الجزائر، المؤسسات المصدرة للسوق الجزائري.

القوى التفاوضية للزبون:المستهلكين الجزئيين والمستهلين المباشرين للمنتجات الصناعة الزراعية.

القوى التفاوضية للمورد:أصحاب الأراضي الفلاحية المزارعون والصيادين في المجال البحري والبري وأصحاب المواشي، المضاربين على المنتجات الزراعية، موردي مواد التغليف والتعليب.

المنافسون الغير مباشرين المنتجات البديلة: المنتجات الفلاحية الطبيعية بالإضافة إلى المنتجات الحرفية المنزلية التي تجعل المرأة الجزائرية تستغني على بيع المنتجات المصنعة لتقوم بتصنيعها يدويا بالبيت كالعجائن العصائر.والمصبرات..الخ

المنافسين المحتملين: احتمال دخول منافسين جدد هو احتمال كبير نوعا ما نظرا لقلة حواجز الدخول للقطاع.

تواجه المؤسسات المتنافسة في الصناعة الزراعية الغذائية كل من المؤسسات الجزائرية والمتمثلة في 23555 مؤسسة (2012) والأجنبية والتي تأخذ حصة الأسد من السوق الوطني،

وتعتبر مجموعة cevital هي المؤسسة رقم واحد في الجزائر منذ 10 سنوات كما تحتل المرتبة التاسعة إفريقيا، وهي المؤسسة الرائدة والمنافس الأكبر في القطاع. **(rapport, 2009, p3)**

وتواجه المؤسسات قوى تفاوضية مؤثرة كونها المنتج الأساسي للمواد الأولية والمتمثلة في المزارعين وأصحاب الأراضي أيضا المضاربين على المنتجات الزراعية الذي يعملون في شراء وإعادة بيع هذه المواد الأولية، كما يواجه المنافسون قوة موردي التغليف والتعليب بالإضافة إلى المخازن وأماكن التبريد.

وتواجه أيضا القوة التفاوضية للزبائن، ففي عصر العولمة وفي ظل الوعي الثقافي في المجتمع أصبح المستهلك الجزائري أكثر تأثيرا وذو رأي حاد في مسألة الأغذية ويطالب بكل ما هو صحي ومميز من ناحية الشكل والمضمون.

كما تواجه المنافسين الغير مباشرين في الصناعة والمتمثلة أصحاب المنتجات البديلة وكحالة استثنائية يرتبط المنافسين الغير المباشرين مع الموردين حيث المادة الأولية لتصنيع المواد الغذائية هنا هي نفها المنتجات البديلة لهذه الصناعة والمتمثلة في الخضر والفواكه، اللحوم والأسماك الطازجة كما تمثل المنتجات المنزلية من العصائر الطبيعية ومن العجائن والمصبرات المنزلية من المنتجات البديلة لهذه الصناعة والتي لازالت قائمة ومهمة للأسر كونها أكثر صحة وخالية من المواد الحافظة.

كما يعتبر دخول منافسين جدد للقطاع أحد القوى التنافسية المهمة والمؤثرة في القطاع خاصة بعد الانفتاح على الاقتصاد العالمي والسماح بدخول مستثمرين أجانب.

ثانياً: سلوك قطاع الصناعات الغذائية الزراعية في الجزائر

1.2. السلوك الإستراتيجي:

السلوك الاستراتيجي هو مجموعة قرارات تتخذها المؤسسة بهدف التأثير في محيط السوق من أجل الزيادة في الأرباح، ويشمل محيط السوق جميع العوامل المؤثرة في متغيرات السوق(السعر والكمية، الربح والرفاهية)، ويشمل هذا التأثير أيضا متغيرات السوق في حد ذاتها، وهذا يؤثر كذلك على جذب المستهلكين وباقي المؤسسات أو عدد المتنافسين الحاليين أو الممكنين التكنولوجيا، التكاليف وسرعة الدخول إلى السوق عن طريق التلاعب في محيط السوق، ويمكن للمؤسسة الزيادة في أرباحها كما هو موجود في نظرية المحتكر، والتوازن يتوقف بشكل أساسي على توقعات كل مؤسسة لسلوك خصومها في حالة معينة. **(فرحي، 2011، ص 25)**

إن الصناعات تمر بعدة مراحل تماما كمراحل حياة المنتوج، وهذه المراحل بها معاني مختلفة فيما يتعلق بشكل المنافسة، قوة وديناميكية العوامل الخمس، هذا ما يطلق عليه الديناميكية التنافسية.

و فيما يلي، سنرى كيف يؤثر تطور الصناعة على هذه العوامل، وما هي الإستراتيجية التنافسية الواجبة في كل مرحلة من المراحل التالية: **(قوفي، 2011، ص.ص 56-58)**

1.1.2. البيئة الصناعية الناشئة:

تظهر لأول مرة و تبدأ في التطور والنمو و لكن ببطء، وفي كثير من الحالات يظهر المنتج الجديد كبديل لمنتج قائم، وتتميز هذه المرحلة بـ:

تكاليف البحث والتطور مرتفعة، عدم معرفة المستهلكين للمنتج، الأرباح سالبة،عوائق الدخول غير كبيرة؛ مرتكزة أساسا على نوع التكنولوجيا وبراءة الاختراع.

أما المنافسة بين المنتجات فتكون منافسة غير سعريه، مرتكزة أساسا على خلق وعي بالمنتج، لجلب مستهلكين وزيادة الحصة السوقية، عن طريق فتح قنوات توزيع، وجودة تصميم.

2.1.2. البيئة الصناعية التي تمر بمرحلة النمو:

يؤكد هذا التحول من البيئة الأولى إلى الثانية؛ دخول موجة من المقلدين، باعتقادهم أن المنتج سيكون ناجحا تجاريا، و تتميز هذه الفترة بما يلي:

نسبة نمو تفوق

PNB[1] ،عدد كبير جدا من المنافسين في البداية ثم يبدأ في التناقص، صعوبة الدخول، نمو متزايد في تركيز حصص السوق والربحية بصورة واضحة.

تحاول كل مؤسسة نتيجة لزيادة الطلب، وللتوسع في حصتها السوقية تحقيق اقتصاديات الحجم، وتخفيض الأسعار، وتصميم كل منتج شكله الخاص وفقا للمعايير.الأفضل قيمة للعملاء.

قوة المشتري تكون منخفضة في مرحلة النمو، تبدأ في الصعود انطلاقا من النقطة التي يتوقف عندها مستوى النمو.

3.1.2. البيئة الصناعية التي تمر بمرحلة النضج:

[1] PNB = الناتج القومي الإجمالي

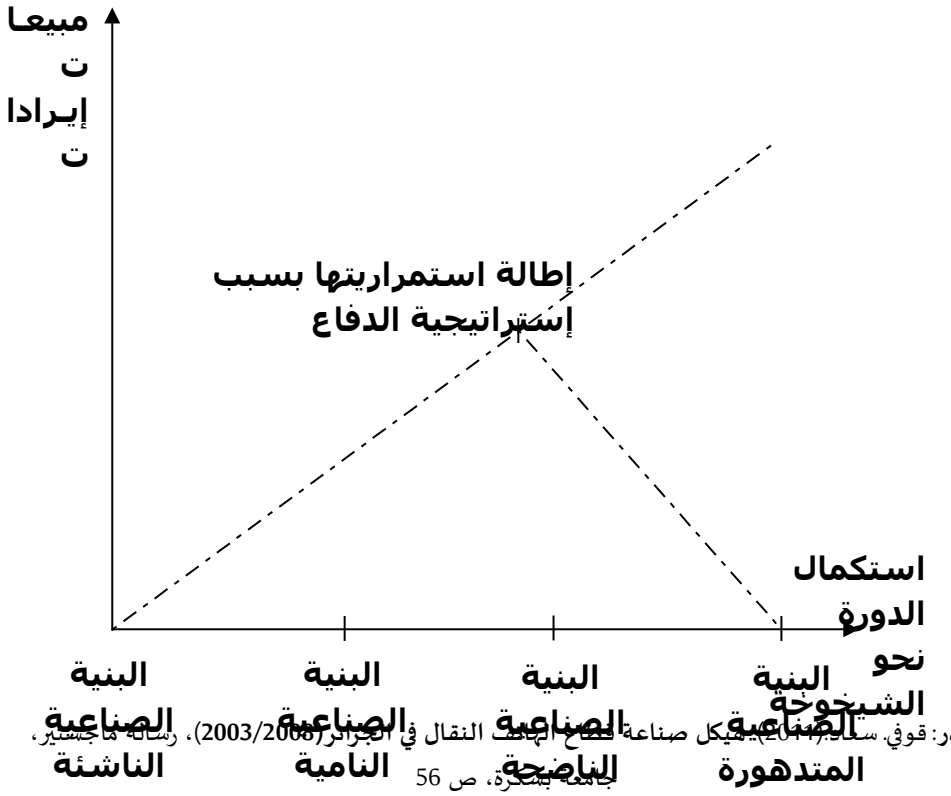
تصل الصناعة إلى مرحلة النضج، عندما يصبح معدل نموها يساوي معدل نمو PNB أو أقل بقليل، فالسوق يتسم بالتشبع، و تكون عملية الدخول صعبة جدا نتيجة لانخفاض الطلب، و ردود الفعل القوية من طرف المؤسسات القائمة للحفاظ على حصتها السوقية، أما التكنولوجيا المستعملة فهي شائعة الاستعمال، وتصبح كفاءة التكاليف في غاية الأهمية لتحديد الربحية. المنافسة قائمة على الأسعار و التكاليف، ويكون هناك انهيار الفروق القائمة بين منتجات المؤسسات بصفة عامة،مما يؤدي إلى خروج المؤسسات الضعيفة من السوق.

4.1.2. البيئة الصناعية التي تمر بمرحلة الشيخوخة:

تتحول الصناعة من البيئة الثالثة إلى الرابعة ،عندما يصبح معدل نموها سالب ،و ذلك لتعدد البدائل و التغيرات الديمغرافية ،و عوائق الدخول ضعيفة، لا يوجد تنويع في المنتجات الكثير من المنتجات والصناعات قد اختفت بالكامل نتيجة لانهيار أسواقها.

أما حدة المنافسة في هذه المرحلة فهي محددة بثلاث عوامل سرعة التدهور: كلما كانت سرعة التدهور كبيرة ،كلما اشتدت المنافسة بين المؤسسات المتواجدة حفاظا على حياتها، ارتفاع عوائق الخروج، الطبيعة السلعية للمنتج:أي عندما يفقد المنتوج لجميع عوامل التميز كالعلامة، في هذه الحالة أمام المؤسسة إحدى استراتيجيات التالية: الريادة، الحصاد، التجديد.

الشكل رقم (1): دورة حياة الصناعة



المصدر: قوفي سعاد(2014)هيكل صناعة قطاع الهاتف النقال في الجزائر(2003/2008)، رسالة ماجستير، جامعة بسكرة، ص 56

من خلال ما سبق ومن خلال ما قدم من في **هيكل الصناعات الزراعية الغذائية** في الجزائر يمكن القول أن هذا القطاع حاليا في **بداية مرحلة النمو** كونه يشهد تحسن ملحوظ، ذلك لوضعه موضع اهتمام الدولة واتخاذها التدابير والسياسات لترقية هذه الصناعات، أيضا كون هذه السلع ذات استهلاك واسع ولازالت الدولة عاجزة على تلبية الطلب إلى حد الآن لذلك أشرنا إلى أن هذا القطاع يعتبر في **بداية مرحلة النمو**.أي أنه لا يقترب للنضج بعد بل تجاوز مرحلة الانطلاق فقط كونه قطاع للسلع الأساسية وأن عوائق الدخول قليلة فيه وأن عدد المنافسين كبير والسلع التي تنتج تُباع بل والطلب عليها في تزايد مستمر كونها سلع أساسية.

2.2. السلوك الإداري:

أما في ما يخص السلوكات الإدارية الأكثر شيوعا التي تكررت في دراسة منهج الاقتصاد الصناعي والتي يمكن أن تحدد السلوك في هذا القطاع، فهي **السياسة السعرية، الدعاية والإعلان، البحث والتطوير، (قوفي، 2011، ص 59)**

ويمكن تحليل هذه العوامل بالتطرق لبعض الصناعات داخل هذا القطاع حسب تصنف الصناعات الزراعية الغذائية، **(كينة، 2013، ص.ص 98،94)**

كالتالي:

1.2.2.**فرع المطاحن**:

إن أهم الاستراتيجيات التي يعتمدها فرع المطاحن هي إستراتيجية التنويع في المنتجات وإستراتيجية الاستيراد كونه لا يزال يعاني من نقص وعدم قدرته لتلبية الحاجات ولا يزال الإعلان عنده يتسم بالضعف

1.2.3 **فرع الزيوت**: أهم الاستراتيجيات المتبعة في فرع الزيوت هي إستراتيجية التركيز وإستراتيجية السيطرة بالتكاليف بالنسبة للزيت النباتي أما بالنسبة لزيت الزيتون فيتم إتباع إستراتيجية التميز فالمنتج، كما يتم إتباع إستراتيجية التنويع المرتبط في مجال الزبدة والسمن، وتعتبر الإعلان وسيلة لدعم السلع وخاصة بالنسبة لمؤسسة cevital فهي تعتبر الإعلان أهم سبلها للوصول للمستهلك كما أنها تتبع سياسة سعرية ناتجة عن اقتصاديات الحجم وهي الرائد في قطاع الزيوت.

1.2.3. **فرع الحليب ومشتقاته**:

بالنسبة للحليب يعتمد القطاع إستراتيجية الاستيراد خاصة في ضل النقص الحاد والذي يؤدي إلى انقطاعه أحيانا ومن أهم برامج الدولة هو الالتفات لتصنيع حليب بدل استيراده خاصة بالنسبة لغبرة الحليب، واتخذت الحكومة للتقليص من استيراد هذه المنتوج المدعم و ترقية قطاع الحليب إجراءات لفائدة المربين في هذا القطاع بزيادة الدعم للحليب الطازج وتشجيع الاستثمار بهدف خفض استيراد بودرة الحليب بنسبة 50 بالمائة في أفق 2019، تهتم هذه الصناعة بالإعلان كعامل للترويج، أما بالنسبة للأسعار فهي محددة من الدولة ومدعمة.

1.2.4.**فرع السكر**:

بالنسبة لفرع السكر يعتبر قطاعه احتكار قلة من طرف مؤسسة سفتال ومؤسسة عمومية منافسة حيث تتجه إلى إستراتيجية التصدير والتميز الشكلي، كما إستراتيجية التنويع المرتبط حيث تم إنشاء مصنع لتصنيع السكر من التمر.ليدخل كمنافس ثالث للقطاع وذلك بعد أزمة السكر التي مرت بها الجزائر.سنة 2011، أيضا سياسة الإعلان قائمة في هذه الصناعة كون أول

منافس فيها هي شركة cevital ، وبالنسبة للسياسة السعرية فتحدد شركة سيفيتال الأسعار مع بعض الضغوطات من الدولة والتي تهدد بالدخول بالمنافسة الحقيقية في هذا القطاع.

1.2.5.فرع المشروبات :

حسب دراسة أعدها الديوان الجزائري للإحصائيات، توجد 300 علامة للمشروبات المسوقة في الجزائر أغلبها محلية، وتشهد المشروبات الغازية والعصائر في الجزائر، رواجاً ملحوظاً خلال الصيف وشهر رمضان، في ظل منافسة حادة بين العلامات المصنعة محلياً والمستوردة ويكون الإشهار موسمي خلال فترة الصيف وشهر رمضان، وتتصدر المنافسة علامة حمود بوعلام وهي أكثر استعمالا للإشهار بالإضافة إلى علامة كوكاكولا التي ترى رواجا كبيرا خلال فترة شهر رمضان، يتبع المنافسين سعر السوق وتعتبر أسعار العلامات الرائدة أعلى من أسعار العلامات التابعة أو المتخصصة، فمثلا علامة فرحة تطرح منتوجها بسعر 80دج لقرورة 2 لتر في حين تطرح حمود بوعلام منتوجاتها 120 دج لنفس الحجم ومع ذلك سلوك المستهلك يتجه نحو العلامات الرائدة أي أنه ليس بالسلوك السعري.

1.2.6. فرع العجائن الغذائية:

يتصدر القطاع مجموعة عمر بن عمر ومجموعة سيم التي تراجعت مؤخرا، حيث أهم استراتيجيات هذه الصناعة هي إستراتيجية التنويع المرتبط ويتم تصنيع السميد الكسكس، المعجنات كالمقرون والسباقيتي، التريدة، الشخشوخة ...الخ، وفي كل نوع تتبع إستراتيجية تنويع حيث مثلا في فرع الكسكس يوجد ثلاثة أنواع وهو كسكس خشن، كسكس متوسط وكسكس رقيق كذلك بالنسبة للمنتجات الأخرى، تتبع سياسة الإعلان من طرف أغلب المنافسين في الصناعة، أما بالنسبة للتسعير فهي تختلف من منتج إلى آخر والعلامات المتصدرة أسعارها أغلى من العلامات الأخرى كونها تتميز بجودة أعلى والمستهلك يثق في منتجاتها أكثر.

1.2.7.فرع التمور:

بالنسبة للتمور فتتجه الدولة نحو والعناقيد الصناعية مثل cluster datte biskra وعناقيد صومام للمشقات الحليب، خاصة من خلال استراتيجيات التكامل والمقاولة من الباطن بالإضافة إلى مختلف الاستراتيجيات التعاونية، وتعتمد على إستراتيجية تصدير منتجات التمر، وإستراتيجية التنويع من خلال مختلف أنواع التمور بالإضافة إلى تصنيع معجون التمر وسكر التمر.وقهوة التمر، أيضا حشو التمر.بالمكسرات والحلوى.

1.2.8.فرع المياه المعدنية:

تعتبر مؤسسة قديلة المؤسسة الرائدة حاليا في فرع المياه لقطاع الصناعات الغذائية الفلاحية بالجزائر، وأهم الإستراتيجية المتبعة في قطاع المياه المعدنية هي إستراتيجية تخفيض التكاليف. إن نشاط المؤسسات على المستوى الوطني، يجعل هدف المؤسسات هو البحث عن الاستخدام الأمثل للموارد الداخلية، لغرض تخفيض التكاليف، لأن المنافسة السائدة في قطاع تعبئة المياه المعدنية الجزائرية. سعريه بالدرجة الأولى، إستراتيجية التنويع وتتضح من خلال تخصص المؤسسة على مجال نشاط وحيد وتسعى من خلاله إلى تنويع حافظة الأنشطة حسب المنتج (تغيير حجم العبوات)، إستراتيجية التمييز: تتجسد في استخدام تكنولوجيا متطورة في العملية. الإنتاجية كما نجد أن المؤسسات تحاول تمييز منتجاتها من حيث شكل ولون وحجم عبواتها، ومؤخرا اتجه القطاع إلى إستراتيجية التصدير لاختراق السوق الدولية.

أما بالنسبة لسياسة **البحث والتطوير** فلم يكن هذا القطاع من القطاعات المهتمة به بل يتم شراء التكنولوجيات والآلات الصناعية من البلدان المتقدمة، ولقد بدأت الجزائر.التفكير في إنشاء مجموعات وعناقيد صناعية تتألف هذه المجموعة من منظمات بحثية في المجال الزراعي، وشركات في قطاع الزراعة والأغذية الزراعية والمؤسسات العامة. والتي تهدف لتعزيز. الابتكار ، تحسين تشارك المعرفة وتعزيز.القدرة التنافسية للصناعات الزراعية الغذائية، وهناك بعض العناقيد التي باشرت نشاطها بالفعل كمجموعة الحليب ومشتقاته في ولاية سطيف، أو مجموعة المشروبات التي أنشئت مؤخرا في ولاية بجاية بالإضافة إلى عناقيد التمور بولاية بسكرة، أيضا استفادت صناعة الأغذية الزراعية من مركز فني لمراقبة المعدات والمنتجات كجزء من برنامج. دعم تنويع الاقتصاد الوطني في الجزائر. (Diveco) ، الذي تم إطلاقه في عام 2009 لقطاعات الصناعة والسياحة والزراعة. بفضل المساعدة التقنية من الاتحاد الأوروبي و Diveco، كما أنشأت الجزائر مؤخرًا مركزًا فنيًا مخصصًا لصناعة الأغذية الزراعية (CTIA، تقع في بومرداس). تتمثل مهمة هذا المركز في مراقبة المعدات. والمنتجات، بحيث يتوافق كل إنتاج الأغذية الزراعية في الجزائر مع المعايير.الأوروبية وبالتالي يمكن تصديرها. سيكون لدى المركز قاعدة بيانات ونظام معلومات يسمح التيقظ لما يجري في صناعة الأغذية الزراعية حتى يمكن القطاع من الاستجابة السريعة لمستجدات البيئة خاصة التكنولوجيا. يتمثل التحدي الذي يواجه برنامج Diveco لهذا القطاع في المساهمة في تحسين التكامل مع الإنتاج الزراعي الوطني والحد من القيود التي تحد من تطوره. **(racham, agroline, 2015, p10)**

الخلاصة:

جاءت هذه المداخلة لاستعراض وضع الصناعة الزراعية الغذائية في الجزائر خلال الفترة الأخيرة من خلال دراسة هيكل وسلوك هذا القطاع، والذي يجمع بين القطاع الفلاحي والزراعي في آن واحد أي أنه يحتل مكان ومكانة معتبرة في مجمل القطاع الصناعي.

ولقد وضعت الدولة مبالغ معتبرة لتنمية هذا القطاع، كما دعمت الدخول للسوق ووضعت تسهيلات تجذب المستثمر فيه، رغم ذلك يمكن القول أن هذا القطاع مزال حاليا في بداية مرحلة النمو كونه يشهد تحسن ملحوظ، ذلك لوضعه موضع اهتمام الدولة واتخاذها التدابير والسياسات لترقية هذه الصناعات، أيضا كون هذه السلع ذات استهلاك واسع ولازالت الدولة عاجزة على تلبية الطلب إلى حد الآن لذلك أشرنا إلى أن هذا القطاع يعتبر في بداية مرحلة النمو أي أنه لا يقترب للنضج بعد بل تجاوز مرحلة الانطلاق فقط كونه قطاع للسلع الأساسية وأن عوائق الدخول قليلة فيه وأن عدد المنافسين كبير والسلع التي تنتج تُباع بل والطلب عليها في تزايد مستمر كونها سلع أساسية.

ويعود عدم مرور هذا القطاع إلى مرحلة النضج بعد كون الإمكانيات التي وضعتها الدولة لكونه لم يدعم بسياسات وإستراتيجيات واضحة المعالم،وحتى بالنسبة للسياسات التي وضعت لم تنجح أو لم يتم التطبيق الفعلي لها، كما أن هذه الصناعات بقيت في حاجة إلى البحث والتطوير، وإلى الاهتمام بالممارسات التسييرية التي تقود هذا السوق أو هذا القطاع، كون المستهلك يفضل السلع المستوردة على المحلية وهذا ما يجب الاهتمام بتغييره من خلال:

- الممارسات التسويق التي تحسن صورة المنتوج الجزائري خاصة المنتجات الغذائية وتساعد في توزيعه محليا وحتى توجيهه للاستيراد لدعم الاقتصاد الوطني.
- التوجه نحو الإستراتيجيات التعاونية والابتكار المفتوح من خلال التطبيق الفعلي العناقيد الصناعية كآلية لتعزيز التصدير والحد من الاستيراد المفرط والذي أدى إلى عجز الميزان التجاري.

قائمة المراجع:

1. أحمد مصنوعة(2014)، الصناعات **الغذائية كمدخل لتحقيق الأمن الغذائي في الجزائر الواقع والمأمول**، مداخلة للملتقى الدولي حول"في ضوء المتغيرات والتحديات الاقتصادية الدولية، الشلف.
2. بن بريكة عبد الوهاب، صيفي وليد(2008)، **دور مقاييس التركيز واللامساواة في قياس التركيز الصناعي والسلطة على الأسواق بالتطبيق على قطاع الاتصالات بالهاتف النقال**

بالجزائر، مداخلة، ملتقى الاقتصاد الصناعي وأهميته في تصميم وقيادة السياسات الصناعية في الاقتصاديات الناشئة، جامعة بسكرة.

3. ذهبية لطرش(2015)، واقع **الصناعات الزراعية الغذائية الجزائرية ومدى مساهمتها في تحقيق الأمن الغذائي المستدام**، مقالة، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة سطيف 1، عدد 15، سطيف.
4. فرجي السعيد (2011)، **أثر السلوكيات الاستارتيجية للمؤسسة على هياكل السوق، دراسة قطاع الإسمنت في الشرق الجزائري، ERCEمن 0222إلى 0222**، رسالة ماجستار، جامعة بسكرة، الجزائر.
5. قوفي سعاد.(2011)، **هيكل صناعة قطاع الهاتف النقال في الجزائر(2003/2008)**، رسالة ماجستير، جامعة بسكرة.
6. كينة عبد الحفيظ (2013)، **مساهمة الصناعات الغذائية في تحقيق الأمن الغذائي في الجزائر**، مذكرة ماجستار، الجزائر 3.
7. Halim ghacham(2015), **le marché des industies alimentaires en algérie**, article, agroligne n°97, algerie.
8. https://fr.wikipedia.org/wiki/Industrie_agroalimentaire le jeudi 19 janvier 2017, a 19 :30
9. **Rapport (La filière agroalimentaire en Algérie)**, actualisation du 12 octobre 2009